

Interessante Arbeiten von Studierenden

- * **Die Zukunft des Journalismus durch crossmediale Redaktionen**
- * **Potenziale von Bildungsfernsehen**
- * **Rezeptive und produktive Filmerziehung im Kindergarten**
- * **Videojournalistisches Arbeiten mit Jugendlichen**
- * **Nachrichten für Fernsehanfänger**
- * **Schwierigkeiten der Medienbildung in der Grundschule**

Der folgende Beitrag fasst eine Bachelorarbeit zusammen, die 2012 im Studiengang Kultur- und Medienbildung an der PH Ludwigsburg erstellt wurde (Betreuung: Dr. Björn Maurer und Prof. Dr. Horst Niesyto).

Die Redaktion

Potenziale von Bildungsfernsehen für Kinder am Beispiel der Sendung „Hallo Benjamin!“

LENA KÖNIG

„Kaum jemand wird leugnen, dass in unserer Mediengesellschaft auch das Fernsehen ein ernst zu nehmender Bildungsfaktor ist und dabei eine entsprechende Verantwortung trägt“

(Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest 2003, S. 21)

In der medial geprägten Gesellschaft des 21. Jahrhunderts sind Medien aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Neben neuen Medien, wie dem Internet, behalten auch weiterhin ältere Medien, wie der Fernseher, ihren Stellenwert und entwickeln sich weiter.

Seit den Ergebnissen der ersten PISA-Studie ist aber auch das Thema „Bildung“ neu entfacht: Auf europäischer sowie nationaler Ebene wird über die grundsätzliche Ausrichtung des Bildungswesens diskutiert. Im Zuge der Bildungsdebatte lässt sich feststellen, dass neben den klassischen Bildungseinrichtungen auch außerschulische Institutionen versuchen, auf den Bildungsboom einzugehen. Dabei kommt wiederum den Medien eine bedeutende Rolle zu, die Bildung in verschiedener Weise thematisieren und das Lernen unterstützen wollen.

Gerade in Bezug auf das Fernsehen lässt sich verdeutlichen, dass auch auf Zuschauerseite eine große Nachfrage nach Informationen besteht. So verzeichneten die 16 beliebtesten Wissensmagazine im Verlauf von fünf Jahren eine Verdopplung der Zuschauerschaft auf 18 Millionen (vgl. Schlote 2008, S. 4). Neben den Erwachsenen wird auch besonders die jüngere Generation in den Blick genommen. Hierbei stellt sich vor

allein die Frage nach kindgerechter Wissensvermittlung über das Fernsehen.

In der Bachelorarbeit wird darum Bildungssendungen für Kinder nachgegangen, um deren spezifische Potenziale zur Initiierung von Bildung zu verdeutlichen. Beispielhaft wird dazu die Sendung 'Hallo Benjamin!' betrachtet, die vom evangelischen Medienhaus in Stuttgart produziert wird.

Zusammenfassende Eingrenzung des Bildungsbegriffs

Allgemein kann festgestellt werden, dass sich in der Pädagogik die konstruktivistisch-systemische Theorie zunehmend durchsetzt: Lernen meint also nicht nur das Aufnehmen und Speichern von Inhalten, sondern vielmehr den aktiven, selbst gesteuerten, situativen und sozialen Prozess eines Individuums von Deuten und Entwickeln eigener Konstruktionen (vgl. Götz 2004, S. 33f.). Aktivität ist dabei weiter zu differenzieren, da sie „manuelles Handeln sein [kann; L.K.], aber auch aktives Zuhören oder gedankliches Schlussfolgern“ (Speck-Hamdan 2004, S. 5).

Der individuelle Aspekt ist außerdem bedeutsam, weil verschiedene Personen unterschiedliche Vorerfahrungen und Verarbeitungsmuster haben. Somit wird Bildung auch als kumulativer Prozess verstanden, bei dem das lernende Subjekt auf Vorwissen aufbaut und weitere Vertiefungen vornimmt (vgl. Speck-Hamdan 2004, S. 6).

Der konstruktive Aspekt liegt darin, dass „Theorien entwickelt, geprüft, verworfen oder bestätigt [werden; L.K.]“ (Speck-Hamdan 2004, S. 5).

Zudem erscheint es wichtig, neue Forschungsergebnisse vor diesem Hintergrund zu deuten:

„80 Prozent aller Bildung entsteht inzidental, also zufällig, ohne bewusste Lernabsicht. Auch die nicht-intentionale Informationsverarbeitung löst einen Lerneffekt aus. Man spricht vom impliziten Lernen, also auch vom unabsichtlichen Lernen“ (Reuß 2009, S. 16).

Hier zeigt sich das Problem, dass unabsichtliches Lernen von außen wenig steuerbar oder nachprüfbar ist (vgl. Six 1990, S. 5).

Bildungsfernsehen für Kinder in Deutschland

Die im Einstiegszitat angesprochene Verantwortung des Fernsehens in Hinblick auf das Thema Bildung ist im Rundfunkvertrag staatlich geregelt. So hat das Fernsehen die gesetzliche Aufgabe, Informationen zu vermitteln, Bildung zu ermöglichen, Beratung zu geben sowie Unterhaltung zu bieten (vgl. Hasebrink u.a. 1993, S. 101).

„Eine Definition des Bildungsauftrags wurde vom Gesetzgeber jedoch nicht festgelegt. Eine weitere Schwierigkeit auf dem Weg zu einer Definition besteht darin, dass es nach einem modernen konstruktivistischen Lernverständnis stets am Zuschauenden bzw. Lernenden liegt, die rezipierten Inhalte zu verarbeiten und Bildungseffekte aus dem Dargebotenen zu generieren. In diesem Sinne kann potenziell alles bildend sein, was von den Sendern ausgestrahlt wird“ (Schlote 2008, S. 5).

Auch eine der Einstufungen nach Hasebrink u.a. von Bildungsfernsehen steht dieser Ansicht nahe: Die Auffassung von Bildungsfernsehen als „primär informierend oder unterhaltend gemeinte Sendungen“ (Hasebrink u.a. 1993, S. 219) überlassen es dem Zuschauer, aus den Fernsehangeboten Bildung zu generieren. Dieser rezipientenorientierten Sichtweise von medialer Bildung steht eine institutionelle Definition gegenüber, die zu Wissenssendungen nur die Sendungen zählt, die von den Machern als solche bezeichnet werden und somit die bewusste Intention haben, Inhalte zu vermitteln (vgl. Töpfer/ Prommer 2004, S. 27).

Die beiden anderen Kategorien nach Hasebrink u.a. sind Bildungsfernsehen im weiteren sowie im engeren Sinn (vgl. Hasebrink u.a. 1993, S. 218f.). Beim Bildungsfernsehen im weiteren Sinne gehen Hasebrink u.a. davon aus, dass Fernsehen ein wichtiger Bestandteil des Alltags ist. Darum müssen Bildungsangebote zuschauerorientiert konzipiert sein und deren spezielle Interessen aufgreifen (vgl. Hasebrink u.a. 1993, S. 222). Das Ziel eines so verstandenen Bildungsformats ist es, „Anstöße zur Bildung zu geben als auch einen Einstieg in Bildung zu ermöglichen“ (Hasebrink u.a. 1993, S. 222).

Zum Verständnis von Bildungsfernsehen im engeren Sinn: Diese Form von Bildung „bedarf einer klaren und umfassenden Planung hinsichtlich ihrer Ziele und Mittel“ (Hasebrink u.a. 1993, S. 219). Zusätzlich zum Vermittlungsmedium Fernsehen können auch andere unterstützende Begleitmaßnahmen für Bildungsprozesse eingesetzt werden, um das definierte Bildungsziel zu erreichen.

Kinder als Fernsehrezipienten

Des Weiteren gilt es die Zielgruppe „Kinder“ in Bezug auf Entwicklung, Bedürfnisse und Fernsehnutzung zum Gegenstand zu nehmen, um die speziellen Themenwünsche und Erwartungen dieser Gruppe an Bildungsformate herauszuarbeiten. Zu den grundsätzlichen Entwicklungsaufgaben der heterogenen Gruppe der Kinder zählt, neben der Identitätsbildung und Sozialisation, insbesondere der Umgang mit anderen Menschen und das Einschätzen von Ereignissen (vgl. Wladkowski 2003, S. 58).

In Bezug auf Interessen der Kinder zeigt sich ein breites Spektrum. Dies ist mit dem großen Wissensdurst zu begründen, denn Kinder „haben ein starkes Bedürfnis nach deklarativem und prozeduralem Wissen, d. h., sie wollen die Welt erklärt bekommen und wissen, wie Dinge funktionieren. In dem Ziel, die Welt zu verstehen, steckt auch der Wunsch, den eigenen Platz in der Gesellschaft zu finden. Dabei stellen sich Kinder Fragen zum persönlichen Bezug des Themas, ziehen Vergleiche zu der Lebensweise anderer Menschen und reflektieren deren Handeln (vgl. Schumacher 2004, S. 10).

In Bezug auf die aktuellen Interessengebiete der Kinder, ist es außerdem hilfreich, die aktuelle KIM-Studie ('Kinder + Medien, Computer + Internet') des medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs) anzuführen. Demnach liegt Freundschaft mit 93 Prozent auf dem ersten Platz der Themeninteressen, gefolgt von Musik (76 %) sowie Sport und Schule mit je 68 Prozent. „Im Bereich Medien sind 'Computer-/konsolen- und Onlinespiele' (65 %), 'Kino und Filme' (63%) sowie 'Internet/Computer' von besonderer Bedeutung“ (mpfs 2011, S. 5). An siebter Stelle stehen 'Tiere', auf die 'Film-/Fernsehstars', 'Handy' und 'Kleidung/Mode' folgen. Nach den Themen 'Bücher/Lesen' (47 %) und 'Umwelt/Natur' mit 46 Prozent bilden 'Technik', 'fremde Länder' und 'Aktuelles, was gerade in der Welt passiert' die Schlusslichter (vgl. mpfs 2011, S. 5). Diese Studie liefert darüber hinaus jährlich neueste Erkenntnisse zum Thema Fernsehnutzung. Dabei kommt Langeweile eine große Bedeutung zu, weil sie bei 43 Prozent der Kinder der Auslöser ist, sich vor das Gerät zu begeben. Auch das Alleinsein (42 %), das Traurigsein mit 26 Prozent oder ein Ärgeris (22 %) ist ein Motiv zur Fernsehnutzung (vgl. mpfs 2011, S. 17).

Beim Überblick über Angebote von Bildungsfernsehen für Kinder ist festzustellen, dass sich die Formate zum einen thematisch, zum anderen durch die spezifische Machart und somit auch in den Zielgruppen unterscheiden.

Anhand des Klassikers „Die Sendung mit der Maus“ lässt sich eine generationsübergreifende Entwicklung der Wissensformate für Kinder verdeutlichen, weil die eigentliche Zielgruppe um die Elterngeneration (vgl. Wegener/ Bauer/ Lobbach 2008, S. 36) und Senioren erweitert wird.

Potenziale von Bildungsfernsehen für Kinder

Den Hauptteil der Bachelorarbeit bildet die Auflistung von Potenzialen des Bildungsfernsehens für Kinder. Nachdem Charakteristika des Mediums selbst erläutert werden, wird aufgrund der Zielgruppe ein Vergleich zur Bildungsinstitution Schule gezogen und zudem ein ausführlicher Kriterienkatalog vorgestellt.

Die Kombination zweier Wahrnehmungskanäle über Bild und Ton macht den Inhalt über das Fernsehen glaubwürdiger und gewährleistet, dass die Informationen besser aufgenommen werden. Das Fernsehen kann den Kindern somit auch fremde Lebenswelten nahe bringen, die Kindern sonst vorenthalten bleiben (vgl. Biesinger 2004, S. 399). Außerdem ist die Zugangsbarriere niedrig, die Reichweite dafür groß (vgl. Reuß 2009, S. 17). Während es positiv ist, dass eine große Empfängerschaft erreicht werden kann, muss bemerkt werden, dass „die für das Lernen so wichtige direkte Kommunikation fehlt“ (Speck-Hamdan 2004, S. 7).

In der selbstbestimmten Programmauswahl erfahren die Kinder Freiwilligkeit. Wenn Bildungsformate von Kindern angesehen werden, so geschieht das Lernen von Zuhause aus und holt die Kinder dort ab, wo sie stehen: „Angenehme soziale und situative Bedingungen erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass erfolgreich gelernt wird“ (Speck-Hamdan 2004, S. 6). Im Gegensatz zur verpflichtenden Bildungsinstitution Schule steht das Fernsehen durch seine Freiwilligkeit aber unter dem Druck, schnell Interesse zu wecken und die Aufmerksamkeit der Kinder zu halten (vgl. Speck-Hamdan 2004, S. 7).

Was die Verzahnung von Bildungssendungen zu anderen Bildungsinstanzen betrifft, sei auf ein Fallbeispiel aus der Rezeptionsanalyse hingewiesen. So sieht ein Mädchen den direkten Bezug von der Bildungssendung zur Schule, indem sie vorhat, vom erworbenen Fachwissen der Sendung in der Schule zu profitieren und sich aktiv im Unterricht zu beteiligen (vgl. Götz 2004, S. 41).

Kriterienkatalog für Bildungssendungen für Kinder

Die angesprochenen Kriterien wurden inhaltlich vor allem aus Artikeln der Zeitschrift

„TelevIZION“ des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen zusammengetragen und decken sich mit den Hauptkategorien, die die Kinderjury des Deutschen Kinderfilm- und Fernsehfestivals 2003 „Goldener Spatz“ zur Bewertung aufgestellt hat (vgl. Plenk 2005, S. 60).

Thematischer Inhalt

Kinder bewerten das Thema „erst einmal unabhängig davon [...], ob den Kindern die Thematik gefallen hat“ (Plenk 2005, S. 60). Zu untersuchen ist weiter, ob das Thema an sich für die Zielgruppe anziehend ist. Aus der Vielfalt der Themen, die Kinder interessiert, sollte jedoch nicht beliebig gewählt werden, weil der Lebensweltbezug eine bedeutende Rolle für Kinder spielt. Bei einem persönlichen Interesse der Kinder am Gezeigten kann auch von intrinsischer Motivation gesprochen werden, die das Interesse weckt und erst einmal trägt (vgl. Speck-Hamdan 2004, S. 8). Im Rezeptionsprozess der Kinder soll eine Anknüpfung an die Lebenswelt der Kinder neben Interesse auch Nachvollziehbarkeit sichern (vgl. Wegener/ Bauer/ Lobbach 2008, S. 34). Wichtig ist hierbei, dass man sich vor Augen hält, dass jedes Kind das jeweilige Thema vor seinem eigenen Erfahrungshintergrund bewertet (vgl. Plenk 2005, S. 61).

Auch der Sendungsname spielt eine wichtige Rolle, weil dieser für die Zuschauer ein erster Orientierungspunkt ist und als Hinweis gesehen wird, was den Lernenden erwartet. So halten es Kinder für ein „wichtiges Bewertungskriterium [...], ob der Titel des Programms auch inhaltlich hält, was er verspricht“ (Plenk 2005, S. 61).

Inhaltliche Aufbereitung

Nach dem Thema an sich kommt der inhaltlichen Aufbereitung ein großer Stellenwert zu. Dabei steht den Redaktionen der Kindersendung eine Bandbreite an Möglichkeiten zur Umsetzung offen, die nachfolgend nur skizziert werden kann. Grundsätzlich sollte ein roter Faden im Gesamtarrangement und eine gute Strukturierung beim Aufbau der Sendung Überschaubarkeit und Nachvollziehbarkeit für die Kinder gewährleisten. Dabei ist ein methodischer Grundrhythmus aus Einstieg, Erarbeitung, Zwischenschritten und Ergebnissicherung mit passenden Überleitungen unverzichtbar. Eine Rhythmisierung und Auflockerung der Lernprozesse ist außerdem enorm wichtig: Es muss das gesunde Maß an Wiederholungen und Abwechslungen gefunden werden, ohne langwierig oder überflüssig zu wirken (vgl. Plenk 2005, S. 62).

Grundsätzlich unterscheidet man zwischen

vier verschiedenen Formen der medialen Aufbereitung: Man spricht von Personenorientierung, Sachorientierung, Narrationsorientierung oder Interaktionsorientierung (vgl. Reich/ Speck-Hamdan/ Götz 2005, S. 86). „Alle diese Formen kommen in der Praxis nicht in Reinheit vor, sondern treten als Mischform auf“ (Fischer u.a. 2007, S. 4), wobei das richtige Maß der Mischung wichtig ist. Es kann ein sachlicher Einstieg über Zahlen und Fakten gewählt werden, der verlässliche Daten präsentiert. Dieses Faktenlernen kann mit modellhaften Erklärungen gepaart sein, wie es in „Wissen macht ah!“ praktiziert wird (vgl. Götz 2004, S. 37). In Bezug auf behandeltes Faktenwissen einer Sendung kann bei Kindern jedoch das Phänomen auftauchen, dass Kinder angeben, sich an die Zahl oder dergleichen zu erinnern, während sie sich falsche Fakten abgespeichert haben (vgl. Götz 2004, S. 41). Befragt man die Eltern, ist jedoch weniger „Faktenwissen [...] gefragt, sondern soziale Vorbilder für die Kleinsten“ (Bachmann 2007, S. 43). Die anschauliche Darstellung eines logischen Problems kann an sich beim Zuschauer schon Interesse für das Thema wecken. Man spricht hier von einem problemorientierten Ansatz. Dieser kann noch stärker wirken, wenn er zugespitzt dargestellt ist. „Probleme interessieren uns immer dann besonders, wenn wir Widersprüche oder Paradoxes sehen“ (Reich/ Speck-Hamdan/ Götz 2005, S. 88). Zu differenzieren ist hierbei, wenn es sich um (vermeintlich) persönliche Probleme einer Person im Fernsehen handelt, weil dabei eher die emotionale Beziehung im Vordergrund steht. Negativ beurteilen Kinder aber, wenn ein Scheinproblem behandelt wird (vgl. Reich/ Speck-Hamdan/ Götz 2005, S. 88).

„Diese Lern- und Rezeptionsräume bieten nicht nur verschiedene Einstiegspunkte in das Thema, sie ermöglichen auch während der Lernsendung unterschiedliche Zugänge zum Thema und stellen damit die Weichen dafür, welche Lerntypen sich jeweils bevorzugt auf welchen Zugang einlassen und Anschluss an die Thematik finden“ (Reich/ Speck-Hamdan/ Götz 2005, S. 86).

Oberstes Gebot ist dabei die Reduktion der Komplexität als zentrale didaktische Aufgabe (vgl. Reich/ Speck-Hamdan/ Götz 2005, S. 89), wobei trotzdem eine Vielfalt an Perspektiven gewährleistet sein sollte, um die Kritikfähigkeit der Kinder zu fördern (vgl. Fischer u.a. 2007, S. 6). Wichtig ist in diesem Zuge auch, das richtige Maß an Informationstiefe zu finden. Für die Zielgruppe bietet es sich jedoch immer an von einem kleinen Ereignis oder Gegenstand auszugehen und anhand dessen die große Theorie im Hinter-

grund mitzuliefern (vgl. Grewenig 2009, S. 25).

Auch die Sprache bildet bei der Bildungsvermittlung einen wesentlichen Punkt, weil sie in engem Zusammenhang mit der Verständlichkeit steht. Grundsätzlich ist ein Wortschatz nötig, der sich an der Umgangssprache orientiert, weil Kinder vor allem mit der gesprochenen Sprache zu tun haben (vgl. Bowé 1998, S. 129). In diesem Kontext ist es wichtig, auf lange oder komplizierte Reden zu verzichten, weil sonst bei Kindern neben der Konzentration auch das Interesse nachlässt (vgl. ebd., S. 124). Für neue Begriffe gilt, dass sie herausgehoben werden, damit Kinder sie nicht mit unwichtigeren Einzelheiten gleichwerten (vgl. ebd., S. 291).

Ferner kann die explizite Ansprache von Emotionen und der Umgang mit Spannung von großem Interesse sein, weil „Staunen oder Erschrecken, [...] sowohl kognitive als auch emotionale Anteile trägt“ (Reich/ Speck-Hamdan/ Götz 2005, S. 89). So hält der Spielraum für Unvorhersehbares die Zuschauer vor dem Fernseher aktiv (vgl. Plenk 2005, S. 62).

Formale Gestaltung

Neben der grundsätzlichen Visualisierungstechnik der Inhalte kann der Lerninhalt auch durch die filmhandwerkliche Machart und durch gestalterische Merkmale nachvollziehbar veranschaulicht werden.

Insgesamt zeigt sich eine Bandbreite an Variationsmöglichkeiten, die ein mehrkanaliges Angebot für visuelle, auditive und kognitive Lerntypen bieten kann. Was jedoch das allgemeine Darbietungstempo im Hinblick auf die Zielgruppe betrifft, so brauchen Kinder Pausen, um Gesehenes zu verarbeiten oder neu Aufmerksamkeit zu schöpfen (vgl. Michel 2006, S. 109f.). Besondere Vorsicht gilt bei der dramaturgischen Aufbereitung auch der Mischung von fiktionalen und non-fiktionalen Elementen, weil bis zum Grundschulalter der fiktive Anteil oft als real angesehen wird. Auch der Zeitraffer kann für Kinder verwirrend sein und als Echtzeit verstanden werden (vgl. Götz 2004, S. 39). Somit können der Einsatz falscher darstellerischer Mittel oder zu viele technische Spielereien für Bildungsprozesse hinderlich sein (vgl. Hasebrink u.a. 1993, S. 217).

Figuren und Akteure

Es gibt es verschiedene Möglichkeiten, um die Identifikation bei den Kleinen auszulösen: Figuren können beispielsweise „Fähigkeiten besitzen, die der kleine Zuschauer auch gerne hätte“ (Grewenig 2005, S. 7). So können Kinder sich der Figur anvertrauen, weil diese die jeweiligen Themen scheinbar schon oft be-

wältigt hat (vgl. Biesinger 2004, S. 98f.). Wichtig ist aber vor allem, dass man sich in die Figur hineinendenken kann, „durchsichtige, stereotype Charaktere hingegen lehnen die Kinder in ihrer Beurteilung ab“ (Plenk 2005, S. 62). Vom Moderator erwarten Kinder dagegen Kompetenz in Form von Intelligenz, Wissen und körperlichen Fähigkeiten (vgl. Schlote/ Gröller 2007, S. 29). Darüber hinaus sollte er „gläubwürdig, mutig, aktiv, spontan, menschlich, vielseitig, aber auch sehr gut vorbereitet sein“ (Plenk 2005, S. 62).

In diesem Zusammenhang spielt auch die parasoziale Interaktion eine bedeutende Rolle. Dabei wird der Zuschauer gleichermaßen als Mitmacher verstanden, der eine Beziehung zu den Figuren im Fernsehen aufbaut. Die Figuren und Akteure im Fernseher verhalten sich so als würde eine direkte Kommunikationssituation vorliegen, indem sie sich an den angenommenen Reaktionen der Zuschauer orientieren (vgl. Mikos 2008, S. 180f.). Außerdem wird das soziale Verhalten von den Kindern genau in den Blick genommen: „Kinder achten sehr darauf, wie ModeratorInnen mit Kindern, anderen Erwachsenen und Tieren umgehen, und möchten, dass sie sich sozial verträglich verhalten“ (Schlote/ Gröller 2007, S. 29).

Zuschauerorientierung und Medienkonvergenz

Oberstes Gebot bei der Rezeption im Allgemeinen ist, dass der Zuschauer ernst genommen wird und eine respektvolle Ansprache stattfindet. „Denn Kinder haben ein Gespür dafür, ob ihr Gegenüber sie ernst nimmt und für sie erreichbar ist“ (Grewenig 2005, S. 7). Hier kommt vor allem der Interaktionsorientierung ein wichtiger Stellenwert zu, weil sie der Absicherung von Wissen dient: „So sollten Kinder ihre Zeit nicht passiv vor dem Fernseher verbringen, sondern ein Programm schauen, das sie animiert, sich zu bewegen, mitzudenken, mitzumachen, mitzuraten und mitzulachen“ (Wegener/ Bauer/ Lobback 2008, S. 37). Insofern sollte das Thema Lernen selbst zum Inhalt gemacht werden, um den kindlichen Lerner anzuregen und zu ermutigen, selbst Fragen zu stellen und (komplexe) Sachverhalte zu durchdringen.

Entscheidend auf der Seite des Rezipienten ist auch die tatsächliche Möglichkeit an Rückmeldung und Teilhabe. So können Wettbewerbe oder Preisfragen ausgeschrieben werden. Dabei zeigt sich, dass die Erweiterung um andere Medien, wie beispielsweise dem Internet, den Rezipienten auf die Ebene des aktiven Nutzers heben kann. Darum gilt es, die Verknüpfung mit anderen Medien miteinander zu verbinden.

„Letztendlich sollte das Fernsehen auch

die Konvergenzbestrebung bei der Nutzung von Medien durch Kinder aufgreifen und verstärkt mit anderen Medien wie Edutainmentprogrammen und dem Internet kooperieren. Was das Fernsehen nicht leisten kann, nämlich Interaktivität, können die anderen [...] Medien. Darin dürfte auch die Zukunft der Mediennutzung von Kindern liegen“ (Aufenanger 2004, S. 63).

Die Beispielsendung „Hallo Benjamin!“

Anschließend geht es in der Bachelorarbeit um die Beispiel-Sendung „Hallo Benjamin!“, die seit sechs Jahren von der Evangelischen Medienhaus GmbH gemeinsam mit der Evangelischen Gemeindepresse GmbH produziert wird. Ausgestrahlt wird die Sendung auf „bw family.tv“ und „Bibel TV“ sowie auf dem Videoportal der württembergischen Landeskirche (www.kirchenfernsehen.de).

„Hallo Benjamin!“ kann als Magazinsendung beschrieben werden, die jeweils ein spezielles Thema aufgreift, das sich z.B. im Spielen, Basteln und Kochen wiederfindet. Den Hauptteil bildet das „Käsehaus“-Studio, in dem sich Moderatorin Tina sowie drei Kinder befinden. In anderen Sendungssequenzen nimmt Kirchenmaus Benjamin die Zuschauer an die Hand und vermittelt das nötige Wissen zum jeweiligen Thema, indem er staunend von Fakten berichtet oder nachdenklich Fragen stellt und eine animierte Bibelgeschichte spricht.

Allgemein möchte die Sendung familiäre Werte, Wissen und Unterhaltung für Kinder bieten sowie Gemeinschaft, Freude und Geborgenheit fördern. Die Redaktion beschreibt: „Hallo Benjamin!“ ist eine Kinder-Fernsehsendung, die christliche, pädagogische und kulturelle Werte spielerisch vermittelt“. Darüber hinaus möchte die Redaktion auch andere Traditionen und Religionen beleuchten. Laut Sendungsmachern gelte es, die Kinder nicht nur mit der eigenen Kultur vertraut zu machen, sondern auch eine Offenheit für fremde Kulturen zu schaffen.

Hervorzuheben ist insgesamt die Behandlung religiöser Inhalte, weil das Thema Religion in der Programmviefalt der Kindersendungen insgesamt unterrepräsentiert ist. Weil das Medium Fernsehen für Kinder aber ebenso als Hauptansprechpartner bei der Beantwortung existenzieller Fragen fungiert, sollte es die religiösen Bedürfnisse der Kinder aufgreifen sowie alltagstaugliche Deutungsmuster an die Hand geben (vgl. Biesinger 2004, S. 385, 392).

Ergebnisse der Detailanalyse der Beispielsendung

Mithilfe des entwickelten Kriterienkatalogs sowie eines Sequenzprotokolls wird in der Bachelorarbeit die Folge „Hallo Benjamin! Die Tiere und wir“ inhaltlich sowie dramaturgisch untersucht. Anstatt die Ergebnisse der Sendungsanalyse zu erläutern, soll an dieser Stelle stärker auf das Entwicklungspotenzial der Sendung hingewiesen werden.

Bei der Aufbereitung der Inhalte hat sich gezeigt, dass in den Erzählmodi in der analysierten Sendung der Personen- sowie der Sach- und Interaktionsorientierung in verschiedenen Elementen nachgekommen wurde. Der narrationsorientierte Ansatz könnte jedoch expliziter auftauchen, weil die Einbettung von Informationen in eine fiktive Geschichte die Aufnahme und Speicherung von Wissen bei Kindern erleichtert (vgl. Kaiser/ Töpfer/ Mikos 2006, S. 63).

Besonders bei moralisch geprägten oder meinungsbezogenen Themen bietet es sich an, exemplarische Möglichkeiten anhand einer Person narrativ aufzuzeigen (vgl. Reich/ Speck-Hamdan/ Götz 2005, S. 88).

Des Weiteren könnten andere Lerntechniken aufgezeigt werden, indem Wege der Wissensbeschaffung oder Anlaufstellen, um Information einzuholen, sowie Möglichkeiten zur Überprüfung des Wahrheitsgehalts von Informationen aufgezeigt werden (vgl. ebd., S. 90). Umgesetzt werden könnte dies beispielsweise durch einen inneren Monolog einer Sendungsfigur wie bei 'Willi will's wissen', der die Lernsituation selbst kommentiert, sodass der Zuschauer teilnehmender Beobachter ist (vgl. Kaiser/ Töpfer/ Mikos 2006, S. 50). Diese Funktion könnten auch Kinderreporter wie im 'Tigerentenclub' übernehmen, um mehr Identifikationsfläche zu bieten.

Außerdem ist die „Präsenz von Kindern vor der Kamera und in den Redaktionsbüros“ (Bowé 1998, S. 113) wichtig, weil die Redaktion bei der Selektion und Aufbereitung der Inhalte immer nur den Versuch vornehmen kann, sich in die Kinder hineinzuversetzen. Bei den technischen Spezialeffekten ist vor allem im medialen Bereich noch ein Ausbau möglich, wie beispielsweise Split-Screen zur Gegenüberstellung oder die Veranschaulichung durch Rück- oder Vorblenden (vgl. Reich/ Speck-Hamdan/ Götz 2005, S. 90).

Die direkte Ansprache und Aufforderung der Zuschauer zum Handeln ist generell immer weiter zu bedenken. „Jedoch ist die Anrede an die Zuschauer, das muß! betont werden, kein Zaubermittel und bleibt immer nur ein Versuch, das Problem der einseitigen Kom-

munikation zu umgehen“ (Bowé 1998, S. 123).

Im crossmedialen Bereich könnte zudem über Innovationen nachgedacht werden, um die Synergien zwischen Zeitschrift, Fernsehen und Internet auszubauen. Ausgehend wären weitere Zusatzmaterialien auf der Homepage sowie Sendungssegmente als Podcasts, die zur Verfügung gestellt werden könnten (vgl. Schlote 2008, S. 7f.).

Um das Web 2.0 verstärkt interaktionsorientiert zu nutzen, wäre zu überlegen, es anderen Kindersendungen gleichzumachen und die Zuschauer einzuladen, eigene Filme hochzuladen (vgl. Schlote/ Fläckel 2008, S. 15).

Weitere Einsatzfelder der Sendung

Im Hinblick auf die potenzielle Einbettung der Sendung in pädagogische Konzepte ist zu unterscheiden, ob diese in informellen, non-formalen oder formalen Kontexten stattfindet. Dabei stellt sich die Frage, ob Elemente der Sendung als Unterstützung für den Unterricht und selbst als Lehrmittel fungieren können. Indem die Redaktion thematisch an den vorgegebenen schulischen Bildungsplänen anknüpft, könnte die Sendung auch als möglicher Zusatz zum Unterricht oder bei der Weiterentwicklung der Ganztagschule Berücksichtigung finden. Über Schulhomepages oder Lernplattformen wären zudem Verlinkungen zu den Sendungsinhalten sinnvoll.

Zum anderen könnte die Sendung in der sozialen Arbeit, beispielsweise mit Menschen mit Migrationshintergrund oder in sozialen Brennpunkten, vorgestellt und rezipiert werden. Im christlich-kirchlichen Bereich würde sich eine stärkere Verzahnung anbieten, sodass Elemente der Sendung in die regelmäßigen Angebote der Kirchenarbeit eingehen. Im Speziellen sind hier die Bibelgeschichten gemeint, die den Kindergottesdiensten oder wöchentlichen Gruppenangeboten zur Verfügung gestellt werden könnten.

Fazit

Inwiefern Bildungssendungen für Kinder Potenziale bieten und welche Vielzahl an Vorzügen das Fernsehen in Bezug auf das Thema Lernen bereit hält, hat dieser Artikel anhand des Kriterienrasters der Bachelorarbeit aufzuzeigen versucht.

„Einigermaßen gesichert ist: Kinder und Jugendliche können unter Umständen vom Fernsehen lernen, angefangen vom Wortschatz, über Fakten bis hin zu Prozessen und Zusammenhängen etwa in Bereichen von Naturwissenschaften, Politik oder Sozialem“ (Six 1990, S. 4).

Insgesamt ist anzunehmen, dass informelle

Bildung künftig an Bedeutung gewinnt. Da der Gesellschaft momentan viele Informationsräume bereit stehen und diese sich zunehmend erweitern, wird vom Individuum vermehrte Eigenständigkeit verlangt, um im Bereich des persönlichen Wissensmanagements kompetent zu bleiben. Bei Kindern sind dabei alle Bildungs- und Erziehungsinstitutionen in der Pflicht, offene Fragen zu klären, untereinander Zusammenhänge zu schaffen oder zu kompensieren, was die Sendungen nicht vermitteln konnten (vgl. Bowé 1988, S. 313).

Hier wird deutlich, dass es medienpädagogische Fachleute im Bereich Kinder- und Jugendarbeit braucht, die kompetent mit den Medienerlebnissen der Kinder umgehen können anstatt Medien bewahrpädagogisch auszuklammern oder einseitig zu betrachten. Zudem muss medienpädagogische Elternarbeit gefördert werden und Medien im Kindergarten und in der Schule verstärkt behandelt, genutzt und gestaltet werden.

Insgesamt kann gesagt werden, dass die polemische Debatte über Fernsehwirkung sowie allgemeine Befürchtungen, die Fernsehen als Ursache für Teilleistungsschwächen wie Rechenstörung, Schreibstörung, Lesestörung, Sprach- und Sprechstörung oder Störung der motorischen Fähigkeiten sehen, dem Medium nicht gerecht werden. Trotzdem muss eingeräumt werden, dass im Kinderfernsehen allgemein auch Angebote aufzufinden sind, die nicht förderlich für die Entwicklung der Kinder sind.

Positiv zu vermerken sind Zusammenhänge von Institutionen, die seit Jahren Debatten über das Kinderfernsehen führen. So wurden 1996 'Thesen des Runden Tisches: Qualitätsfernsehen für Kinder' entwickelt, bei denen die Medienstellen der beiden großen Kirchen ebenso beteiligt waren wie Vertreter aus Rundfunk- und Landesmedienanstalten, Produzenten und andere Gruppen. Die entwickelten Thesen sind als Standards zu verstehen, welche bei Einhaltung vor allem Vielfalt und Qualität im Kinderfernsehen gewährleisten sollen (vgl. Bachmair 2008, S. 1f.).

Dieses Verhalten ist nachhaltig zu fördern: Weiterhin gilt es, das Kinderfernsehen vor dem Hintergrund medialer Neuerungen und des gesellschaftlichen Wandels von Experten zu beobachten und in regelmäßigen Fachtagungen zu diskutieren. Innovationspotenzial im Bereich der medialen Bildung besteht darüber hinaus im gesamten Verbund der digitalen Medien. Hier gilt es, weiterhin über deren Funktionen für die spezifische Förderung von Bildungsprozessen

nachzudenken, um sie wirksam auszuschöpfen.

Literatur

Aufenanger, Stefan (2004): Anregen statt vorgeben. Überlegungen zur Neuausrichtung von Wissenssendungen für Kinder im Fernsehen. In: *TelevIZIon*, 17. Jg, 2004, Heft 1, S. 61-63.

Bachmair, Ben (2008): Kinderfernsehen als Thema öffentlicher Debatten: eine Einordnung in ein kulturtheoretisches Modell. URL: <http://www.medienpaed.com/13/bachmair0808.pdf>, Stand: 11.08.2008, Abruf: 22.04.2012

Bachmann, Sabrina (2007): Das ist einfach nicht nötig. Kinderfernsehen für Vorschulkinder – Was stört die Eltern? In: *TelevIZIon*, 20. Jg, 2007, Heft 1, S. 42-43.

Biesinger, David (2004): Muss Kinderfernsehen gottlos sein? Bedeutung, Chancen und Grenzen des Kinderfernsehens in Deutschland für die religiöse Sozialisation. Eine religionspädagogische Untersuchung unter Berücksichtigung sozial- und medienwissenschaftlicher Erkenntnisse, Münster.

Bowé, Caroline (1998): „Für Erwachsene verboten!“ oder die spezifischen Formen deutscher Kinderfernsehsendungen und ihre Möglichkeiten der Sprachvermittlung, Stuttgart.

Fischer, Kathrin / Geppert, Anne/ Hiler, Barbara / Koark, Franziska/ Stegmaier, Sylvia/ Wursthorn, Lena (2007): Wissenangebote für Kinder im Fernsehen, Stuttgart. URL: http://www.hdm-stuttgart.de/ifak/medienwissenschaft/wissen_medienereignis/kinderfernsehen/Wissen_als_Medienereignis_Kinderfernsehen.pdf, Stand: 2007, Abruf: 22.04.2012

Götz, Maya (2004): Lernen mit Wissens- und Dokumentationssendungen. Was Grundschulkindern aus aktuellen Formaten gewinnen. In: *TelevIZIon*, 17. Jg, 2004, Heft 1, S. 33-42.

Grewenig, Siegmund (2005): Qualität fürs Kinderfernsehen. In: *TelevIZIon*, 18. Jg, 2005, Heft 2, S. 6-8.

Hasebrink, Uwe/ Krotz, Friedrich/ Matzen, Christiane/ Schröder, Hermann-Dieter/ Simon, Jutta (1993): Europäisches Bildungfernsehen. Strukturen – Konzepte – Perspektiven, Hamburg.

Kaiser, Silke/ Töpfer, Claudia/ Mikos, Lothar (2006): Orientierung durch Unterhaltung zwischen Fakt und Fiktion. Kinder und die Nutzung des Kinderfernsehens. In: Schramm, Holger/ Wirth, Lothar/ Bilandzic,

- Helena (Hrsg.): Empirische Unterhaltungsforschung: Studien zu Rezeption und Wirkung von medialer Unterhaltung, München. S. 47-65.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2011): KIM-Studie 2010. Kinder + Medien, Computer + Internet, Stuttgart.
- Michel, Eva (2006): Möglichkeiten und Grenzen des Wissenserwerbs durch pädagogisch intendierte Sendungen bei Kindern im Vor- und Grundschulalter, Hamburg.
- Mikos, Lothar / Töpfer, Claudia (2006): Kinderinteressen und Wissensvermittlung im Fernsehen. In: tv diskurs, 10. Jg., 2006, Heft 35, S. 64-69.
- Mikos, Lothar (2008): Film- und Fernsehanalyse, 2. überarb. Aufl., Konstanz.
- Plenk, Astrid (2005): Die Perspektive der Kinder auf Qualität für Film und Fernsehen. In: TelevIZion, 18. Jg, 2005, Heft 2, S. 60-64.
- Reich, Kersten/ Speck-Hamdan, Angelika/ Götz, Maya (2005): Qualitätskriterien für Lensendungen. In: TelevIZion, 18. Jg, 2005, Heft 2, S. 86-91.
- Reuß, Werner (2009): Vom Telekolleg zum Großen Pisatest. Bildungsoffensive des Fernsehens. In: epd medien, o.A., 2009, Heft 23, S. 11-18.
- Schlote, Elke/ Gröller, Monika (2007): Wie sind die aktuellen ModeratorInnen? In: TelevIZion, 20. Jg, 2007, Heft 2, S. 29-31.
- Schlote, Elke (2008): Im Auftrag der Bildung. Ein Überblick zum Bildungsfernsehen. In: TelevIZion, 21. Jg, 2008, Heft 2, S. 4-9.
- Schlote, Elke/ Fläckel, Andreas (2008): Bildungsfernsehen weltweit. In: TelevIZion, 21. Jg, 2008, Heft 2, S. 13-15.
- Schumacher, Gerlinde (2004): Fernsehsendungen mit Wissenswertem für Kinder. Ein Überblick über Angebot und Nutzung von Wissenssendungen für Kinder. In: TelevIZion, 17. Jg, 2004, Heft 1, S. 10-15.
- Six, Ulrike (1990): Fernsehen – ein Lehrer? In: TelevIZion, 3. Jg, 1990, Heft 1, S.4-5.
- Speck-Hamdan, Angelika (2004): Wie Kinder lernen. Vom Entstehen der Welt in den Köpfen der Kinder. In: TelevIZion, 17. Jg, 2004, Heft 1, S. 4-9.
- Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest (Hrsg.) (2003): Fernsehen als moralische Anstalt, München.
- Töpfer, Claudia/ Prommer, Elizabeth (2004) Dramaturgie heißt: Räume schaffen. Erzählmodi in Lernsendungen. In: TelevIZion, 17. Jg, 2004, Heft 1, S. 27-28.
- Wegener, Claudia/ Bauer, Sophie/ Lobbach, Stephanie (2008): „Auf Augenhöhe“ mit den Kindern“. „Wissenssendungen“ für Kinder aus Sicht der Sendungsverantwortlichen. In: TelevIZion, 21. Jg, 2008, Heft 2, S. 33-37.
- Wladkowski, Marina (2003): Kinderfernsehen in Deutschland zwischen Qualitätsansprüchen und Ökonomie unter Berücksichtigung der Vorschulserie Sesamstraße, URL: http://rzbl04.biblio.etc.tu-bs.de:8080/docportal/servlets/MCRFileNodeServlet/DocPortal_derivate_00001479/Document.pdf;jsessionid=D5E8CEFBF93B2167A8CF87FD96F33428, Stand: 11.11.2009, Abruf: 22.04.2012