

Wann Kinder vom Kinderfernsehen lernen

REZEPTIONSSTUDIE ZUR WIRKSAMKEIT VON WISSENSSENDUNGEN ZU ÖKOLOGISCHER NACHHALTIGKEIT

Andrea Holler, Maya Götz

In einer Rezeptionsstudie mit 195 SchülerInnen wurde untersucht, wie 6- bis 11-jährige Kinder mit Bildungsangeboten für nachhaltige Entwicklung im Fernsehen umgehen.

»Weltweit werden pro Jahr mehr als 200 Millionen Tonnen Kunststoff produziert. Vieles davon benutzen wir nur einmal und werfen es dann einfach weg. Das Problem dabei ist: Plastik verrottet nicht wie zum Beispiel Holz, es hält sich jahrhundertlang. Im Alltag ist Plastik zwar super praktisch, aber unser gigantischer Verbrauch ist mittlerweile ein echtes Problem für die Umwelt geworden – und auch für uns Menschen.«

Mit dieser einleitenden Schilderung greift Moderator Tobi in der Folge *Der Plastik-Check* der Kinderwissenssendung *Checker Tobi* (BR) Themen von hoher gesamtgesellschaftlicher Relevanz auf. Zukunftsfähigkeit und Ressourcenverbrauch sind dabei neben Gerechtigkeit und Klimawandel nur 2 Aspekte, die zunehmend, auch angesichts sichtbarer Problemlagen, seit Jahrzehnten in der öffentlichen Diskussion zu vernehmen sind, und unsere Zukunft, vor allem aber die von Kindern, bestimmen. Deshalb ist es wichtig, Kinder für Fragen der Nachhaltigkeit zu interessieren und sie zu befähigen, ihr Handeln so auszurichten, dass heutige und künftige Generationen gute Lebensbedingungen haben. Bildung kann als »Bildung für nachhaltige Entwicklung« (kurz BNE) diese Anforderungen wesentlich unterstützen (vgl. Michelsen et al., 2013; Overwien & Rode, 2013).

KERNELEMENTE VON BNE UND DIE CHANCEN DES KINDERFERNSEHENS

Das Ziel von Bildung für nachhaltige Entwicklung ist es, »Menschen dazu zu befähigen, Probleme nicht nachhaltiger Entwicklung zu erkennen und so zu handeln, dass heute und zukünftig lebende Generationen die Chance auf die Verwirklichung eines in sozialer, ökologischer, kultureller und ökonomischer Hinsicht »guten« Lebens haben« (Michelsen et al., 2013, S. 16). Globalisierungsprozesse bringen für alle wesentliche Veränderungen mit sich. Gerade Kinder und Jugendliche sind sensibel z. B. für die Gefahren schwerwiegender Umweltveränderungen oder auch für die weltweit verbreitete Armut. Sie müssen die notwendigen Kompetenzen erwerben, die es ihnen ermöglichen, sich in einer globalisierten Welt zu orientieren und eigene Werte und Haltungen zu entwickeln. Dabei sollte das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung ein wichtiger Bezugspunkt des Lernbereichs »Globale Entwicklung« sein (KMK/BMZ, 2015).

In der konkreten pädagogischen Praxis heißt dies zum Beispiel, durch Naturerleben Empathie und Achtsamkeit zu fördern, die Naturvielfalt und Lebendigkeit zu vermitteln. Gefördert werden Gemeinschaft und Selbstorganisation zum Beispiel bei Bergtouren, bei denen selbstverständlich kein Müll »oben« bleiben darf. In der Theaterarbeit wird

beispielsweise der Blick aufs Ganze geschult, indem Kinder die Auswirkungen ihres eigenen Handelns auf andere erzählerisch nachvollziehen. Im Kontext von Schule sind das Messen des Energie- oder Wasserverbrauchs oder das Herausfinden der Herkunftsorte von bestimmten Nahrungsmitteln wichtige Grundelemente von BNE. Dabei schwingen stets konsumkritische Fragen mit und das Bewusstsein soll auf die Frage gerichtet werden: Was brauche ich wirklich, um ein glückliches Leben zu führen? (u. a. Michelsen et al., 2013) Fernsehen ist nach wie vor das Leitmedium für Kinder (mpfs, 2017). Es prägt die inneren Bilder z. B. von fremden Ländern (Götz, 2006), hier begegnen sie oftmals zum ersten Mal anderen Kulturen, nehmen sich aus Kindersendungen Faktenwissen mit, konstruieren sich Zusammenhänge und bilden Orientierungslinien für ihr zukünftiges Handeln (Holler et al., 2013). Mit Fernsehen verbringen Kinder in Deutschland durchschnittlich fast 90 Minuten täglich, was neben dem Treffen mit FreundInnen, der Erledigung von Hausaufgaben oder dem Lernen die längste regelmäßige Zeiteinheit in ihrer Freizeitgestaltung ist (mpfs, 2017). Entsprechend groß wäre die Chance des Kinderfernsehens, Bildung für nachhaltige Entwicklung zu befördern. Im Kinderprogramm gibt es diverse Angebote zum Themenbereich »Ökologische Nachhaltigkeit«. Doch gelingt es ihnen, bei Kindern Bildungsprozesse in Gang zu setzen?

DIE STUDIE

Im ersten Schritt der Studie wurde 2014 in einem Kooperationsprojekt von IZI, Stiftung PRIX JEUNESSE und Engagement Global («Förderung globalen Lernens durch Kinder- und Jugendfernsehen») je eine Sendung der seriellen Formate *Checker Tobi* (BR), *pur+* (ZDF), *Die Sendung mit der Maus* (WDR), *neuneinhalb* (WDR), *logo!* (ZDF), *Löwenzahn* (ZDF) und *Erde an Zukunft* (KiKA) ausgewählt, die sich mit dem Thema Müll und/oder Plastik beschäftigt. Qualitativ inhaltsanalytisch wurde dann analysiert, welche potenziellen Bildungsansätze die Sendungen für BNE bieten.

Im zweiten Schritt wurden insgesamt 195 SchülerInnen im Alter von 6 bis 11 Jahren dabei gefilmt, wie sie verschiedene Sendungen bzw. Ausschnitte der Sendungen sahen. Vorher und nachher wurden die 6- bis 11-Jährigen in Einzelinterviews zur Attraktivität und zu Grundfragen ökologisch nachhaltigen Handelns befragt. In kleinen Gruppen sahen sie die Sendungsbeiträge. Direkt nach der Rezeption wurden sie gebeten, ein Bild zu der Szene zu malen, von welcher sie am meisten gelernt haben. Mithilfe eines »Nachher«-Fragebogens wurden der Wissenszuwachs und die Einstellungsänderung abgefragt. 3 Wochen später folgte ein erneutes Leitfadeninterview, um herauszufinden, ob sich das Wissen, die Einstellungen und das Handeln der Kinder nachhaltig verändert haben.

WAS BRAUCHT ES, UM LERNEN ZU ERMÖGLICHEN?

Aufmerksamkeit

Kinder richten ihre Aufmerksamkeit auf Dinge, die für sie bedeutsam sind. Wenn Sendungsinhalte an Bekanntes anschließen, steigt die Wahrscheinlichkeit des Interesses. Was es folglich braucht, sind Anknüpfungspunkte an

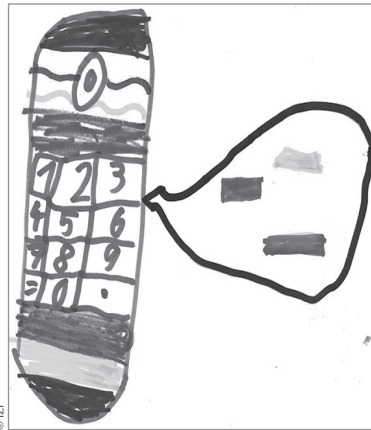


Abb. 1: Für Patrick (8 Jahre) war das Handy ein attraktiver Anknüpfungspunkt

das, was Kinder kennen, was ihnen Spaß macht und was sie interessiert.

Kinder sehen gerne Kinder

Ein sich durchziehendes Muster ist: Sehen Kinder andere Kinder auf dem Bildschirm, ist die Aufmerksamkeit zunächst hoch und kann dann, je nach inhaltlicher Gestaltung, hoch bleiben oder auch abnehmen. Sehr deutlich zeigte sich dies bei der Sendung *Erde an Zukunft*. Sprechen Erwachsene oder spricht Moderator Felix längere Monologe im Studio, sieht eine Reihe von Kindern gelangweilt weg. Stehen aber Kinder und ihre Wünsche im Mittelpunkt, sind die ZuschauerInnen hoch aufmerksam. Auch im Nachher-Test sind es häufig die Szenen mit Kindern, die gemalt werden. Dennis (7 Jahre) bewertet *Erde an Zukunft* deshalb auch als beste Sendung, »weil da die Kinder auch mal ihre Meinung sagen dürfen.«

Tiere als Garant für Aufmerksamkeit

Wie schon in anderen Studien zur Aufmerksamkeit bei Wissenssendungen (Götz, 2004; Holler, 2013) hat sich auch hier gezeigt: Tiere sind für Kinder besonders attraktiv. Im Rahmen dieser Studie zeigte sich dies deutlich am Beispiel des Hundes Keks, dem zweiten Protagonisten aus der Sendung *Löwenzahn*. Er hatte für die Kinder einen unglaublich hohen Attraktivitätswert und wurde sehr häufig erwähnt und gemalt.

Attraktive Gegenstände

Ein anders Beispiel für einen gelungenen Anknüpfungspunkt an die Alltagswelt von Kindern sind Dinge, die sie besonders wertschätzen (special interest). So kommt bei *pur+* insbesondere das Thema Handys als »Schatz im Müll« sehr gut an, bekam hohe Aufmerksamkeit und wurde gut memoriert (Abb. 1). Bei diesem Thema zeigt sich zudem ein hoher Lernzuwachs. Knapp zwei Drittel der Kinder (64 %) wussten vor der Rezeption noch nicht, warum Kupfer für uns ein so wertvolles Material ist. Direkt nach Rezeption der Sendung können zwei Drittel (67 %) der Kinder die Frage richtig beantworten. Und auch 3 Wochen nach der Rezeption wissen noch zwei Drittel der befragten Kinder, dass Kupfer wegen seiner Begrenztheit eine wertvolle Ressource ist.

Gezielte Gestaltung

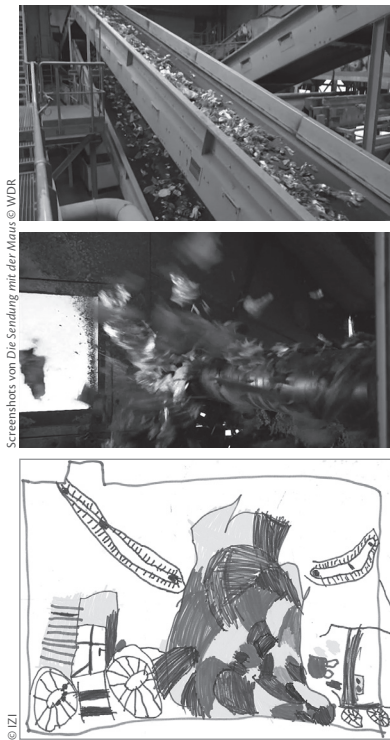
Kinder memorieren besonders gut, wenn die Gestaltung der Sendung sie gezielt miteinbezieht und auf ihre Wahrnehmungsvorlieben eingeht.

Close-ups und Details

Kinder schenken Groß- und Detailaufnahmen Aufmerksamkeit, während Totalen und unspezifische Bilder für sie eher unattraktiv sind. Kinder sind tendenziell »detail seekers«, die genau hinsehen wollen. Das braucht Zeit und eine entsprechende Kameraführung. Bei der Sendung *mit der Maus* beispielsweise genießen die Kinder es, unterstützt durch Nah- und Zeitlupenaufnahmen ganz genau beobachten zu können, wie in großen Sortiermaschinen brennbare Plastikteilchen vom restlichen Müll getrennt werden, um aus ihnen einen alternativen Brennstoff zu Kohle herzustellen (Abb. 2-4).

Überraschende Fakten in starken Bildern

Hohe Aufmerksamkeit, sichtbare Reaktionen des Erstaunens und gute Memorierung lassen sich durch überraschende Fakten erreichen, insbesondere wenn sie



Screenshots von Die Sendung mit der Maus © WDR

© IZI

Abb. 2-4: In der *Sendung mit der Maus* können Kinder durch Detailaufnahmen ganz genau das Aussortieren des Mülls mitverfolgen

die bisher vorstellbaren Dimensionen der Kinder überschreiten. Prototypisch setzt dies die Sendung *Checker Tobi* um. Der Reporter Tobi berichtet: »Richtig viel Plastik verschwenden wir Tag für Tag mit immer wieder neuen Plastiktüten. Allein in Deutschland kommen pro Jahr unglaubliche 5 Milliarden Tüten zusammen. Das ist eine 5 mit 9 Nullen.« Parallel wird unten zunächst »5 Milliarden« dann »5 000 000 000« als Schrift eingeblendet (Abb. 5). Um diese für Kinder erstaunliche Tatsache noch zu unterstreichen, ist schließlich ein riesengroßer Tütenberg zu sehen und Moderator Tobi als kleiner Mensch daneben, der, um das unglaubliche Verhältnis zu demonstrieren, immer kleiner wird: »Ich würde im Vergleich zu dem Tütenberg nicht so klein aussehen und auch nicht so klein, sondern so klein!« Schließlich fragt Tobi, der nun kaum noch zu erkennen ist, mit piepsiger Stimme: »Seht ihr mich noch? Hallo! Hier unten!« (Abb. 6) Die Kinder finden

diesen Moment nicht nur sehr lustig, sie reagieren auch erstaunt auf die hohe Zahl an Plastiktüten und haben diesen überraschenden Fakt, der didaktisch sehr geschickt angelegt und auf verschiedenste Weise angebahnt wurde, memoriert (Abb. 7).

Weiß vor der Rezeption nur ein Drittel der Kinder, wie viele Plastiktüten wir in Deutschland im Jahr verbrauchen, sind es direkt nach der Rezeption über 90 %. Auch 3 Wochen nach der Rezeption wissen dies noch 75 % der befragten Kinder.

Eine Dramaturgie, die emotional involviert

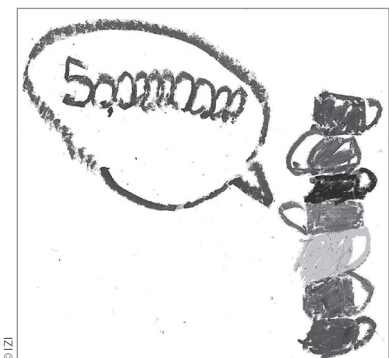
Kinder lassen sich sehr gerne emotional in die Handlung involvieren, wollen mitdenken und miterleben. Prototypisch hierfür war in der Studie eine Folge der Sendung *neuneinhalb*, in der sich Reporter Johannes der Herausforderung stellt, 2 Tage komplett auf Plastik zu verzichten. Dieses Selbstexperiment »Leben ohne Plastik - Johannes probiert's aus« gefällt vielen Kindern besonders gut.

In der Rezeption verfolgten die Kinder aktiv, von welchen und v. a. wie vielen Dingen sich Johannes für sein Vorhaben trennen muss. Mehrere Kinder zeigen einen erstaunten Gesichtsausdruck oder äußern Verwunderung, als sie feststellen, dass zum Beispiel auch CDs und DVDs oder Kleidung (Polyester) aus Plastik sind.

Gut memoriert haben sie besonders die alltagsnahen Szenen, die zeigen, wie anstrengend das Leben ohne Plastik sein kann. Beim Einkaufen im Supermarkt scheint der Reporter eine vermeintlich plastikfrei verpackte Buttermilch gefunden zu haben. Als Johannes an der Käsetheke erfährt, dass er aufgrund der Hygienevorschriften Käse nicht einfach in einem mitgebrachten plastikfreien Glasbehälter mit nach Hause nehmen darf, zeigt sich eine ganze Reihe von Kindern verwundert bis fassungslos. Hier wurde eine gelungene Dramaturgie gefunden, die die Kinder auf unterschiedliche Weise immer wieder zum Mitdenken und Mitfühlen aktiviert.

Die Kinder verfolgen, wie Johannes selbst erfährt, was es heißt, plastikfrei zu leben. Und das in aller Konsequenz: Da es dem Reporter zunächst nicht gelingt, einen Ersatz für seine Plastikzahnbürste zu finden, muss er zu Bett gehen, ohne sich die Zähne zu putzen – ein Moment, der von den Kindern mit einer Mischung aus Freude, Ekel und Erstaunen goutiert wird.

Viele Kinder nehmen zum Beispiel aus der Sendung mit, wie notwendig Plastik im Alltag sein kann oder wie sie nachhaltiger mit Plastik umgehen könnten. Auch wenn es Erwachsenen manchmal etwas komisch erscheint, eine direkte Aufforderung zum Mitraten ist für Kinder sehr attraktiv. In *Erde an Zukunft* wurde das Wissen der Kinder in einem didaktisch interessanten Konzept ganz nebenbei erweitert. Bei einem Ratespiel, in dem die Kinder als ExpertInnen fungierten und aktiv mitdenken konnten, wie lange ein Plastikbecher zum Verrot-



Screenshots von Checker Tobi © BR

© IZI

Abb. 5-7: Moderator Tobi verdeutlicht die Anzahl an verbrauchten Plastiktüten auf eindruckliche Weise

ten braucht, tritt der Moderator Felix etwas hilf- bzw. ratlos auf. Er schafft es nicht, sich rechtzeitig für eine der angebotenen Antworten zu entscheiden. Bei den Kindern funktioniert die Anregung zur Interaktivität ausgesprochen gut. Die Rezeptionsanalyse zeigt: Sie raten mit, helfen so quasi dem Moderator, der es eben nicht weiß, weiter oder sind ihm mit ihrem Wissen voraus und freuen sich, dass sie die richtige Lösung gewusst haben.

Problematisch: ExpertInnen und Talking Heads

Es gibt aber auch Momente in den Sendungen, in denen die Kinder sichtbar weniger emotional und kognitiv involviert sind. Dies ist besonders dann der Fall, wenn Fachleute sprechen und mit ihrem Expertenwissen Dinge erklären (Götz, 2009). Die Auswertung der Rezeptionsaufnahmen im Bild-in-Bild-Verfahren zeigt zum Beispiel, dass, wenn erwachsene ExpertInnen als Talking Heads Fakten und Abläufe referieren oder deutlich belehrend sind, sich die Kinder vermehrt abwenden, gähnen und offensichtlich darauf warten, dass endlich wieder etwas Interessanteres passiert.

In *pur+* trifft Moderator Eric beispielsweise Forscher, die in uralten Mülldeponien mit einem speziellen Bohrverfahren nach Rohstoffen suchen. Nach dem für die Kinder durchaus attraktiv gestalteten Sortieren des Mülls aus den Bohrungen erklärt einer der Experten die Zukunftsfähigkeit solcher Bohrungen und stellt Hochrechnungen an – einer der Momente, die für Kinder eher uninteressant sind und in denen sie sich zu langweilen beginnen.

In *Checker Tobi* erklärt ein Betriebsingenieur die Vorgehensweise an einer Erdöl-Förderpumpe und referiert über die Endlichkeit der Erdölvorkommen. Die Aufmerksamkeit in der Rezeption schwankt hier besonders, wenn der Experte spricht und der Moderator Tobi nicht durch Blickkontakt oder Zwischenfragen den Kontakt zu den Kindern herstellt.

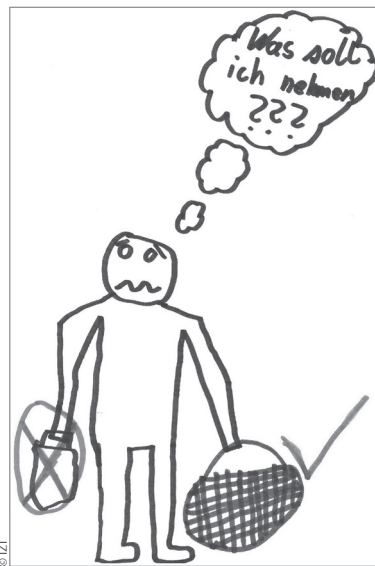


Abb. 8-9: Marius (10 Jahre) hat gemalt, was er sich aus der Sendung *logo!* als konkrete Handlungsoption mitgenommen hat: Der Einkaufskorb ist eine nachhaltige Alternative zur Plastiktüte

Es sind aber nicht nur die ExpertInnen, die an einigen Stellen von den Kindern als langweilig empfunden werden. Auch ein sehr sympathischer Moderator, der, wie in *Erde an Zukunft*, in einem Studio Dinge erklärt, ohne dabei etwas zu tun, ist letztendlich ein Talking Head und hat es schwer, von allen Kindern die volle Aufmerksamkeit geschenkt zu bekommen.

WOMIT LERNT ES SICH GUT?

Einige Momente der Wissenssendungen unterstützten besonders deutlich den Lernzuwachs der Kinder.

Starke Bilder und starke Sequenzen

Bei *Checker Tobi* gab es Visualisierungen von Fakten oder abstrakten

Begriffen, wie zum Beispiel der »5 Milliarden Plastiktüten« (s. o.) oder der »Plastikstrudel«, die für die Kinder einen besonderen Erklärwert hatten und als erhellend und eindrücklich wahrgenommen wurden. Kindernah und anschaulich demonstriert Tobi mithilfe eines Modells aus 5 mit Wasser und bunten Papierschnipseln gefüllten Reagenzgläsern, die er auf einer Weltkarte angeordnet hat, die Müllansammlungen in den Weltmeeren. Mit einem Stab bewegt er das Wasser in kreisenden Bewegungen und verweist auf einen Wasserstrudel wie beim Abfließen von Wasser in einer Badewanne. Eine für Kinder besonders erkenntnisstarke Sequenz, die ihnen mit einem klaren und in seiner Komplexität reduzierten Bild eine unkonkrete Begrifflichkeit nachhaltig verdeutlicht. Die meisten Kinder (75 %) wissen vor der Rezeption nicht, was ein Plastikstrudel ist. Direkt nach der Rezeption kann gut die Hälfte der Kinder (53 %) genau beschreiben, worum es sich hierbei handelt. Auch 3 Wochen nach der Rezeption erinnern sich 60 % der Kinder noch daran, was ein Plastikstrudel ist. So wie Armin (9 Jahre): »Ein Plastikstrudel, das ist ein Strudel im Meer, der saugt anderen Müll an und der wird dann ganz groß im Lauf der Jahre, und es gibt 5 Plastikstrudel.« Viele Kinder reflektieren das Gelernte sogar kritisch und setzen es in Zusammenhang zu anderem Wissen, das sie zu den schädlichen Folgen von Plastik erworben haben.

Orientierungssätze durch »bedeutsame andere«

Kinder orientieren sich an den ProtagonistInnen und ModeratorInnen von Sendungen. In der Studie überraschen und beeindruckt beispielsweise der Einfallsreichtum und die Taten von Protagonist Fritz Fuchs aus *Löwenzahn* die Kinder. Um eine Wette zu gewinnen, recycelt er in der Folge *Kampf der vollen Mülltonne* Müll auf besondere

Art und macht Kunstwerke aus Müll: Windräder aus Plastikflaschen, Schuhe aus Zeitung, Hundespielzeug aus alten Socken sowie eine Mausefalle aus Dosen. Korbinian (8 Jahre) fand besonders gut, »dass der das alles zu neuen Sachen verbastelt hat«. Fritz Fuchs ist die Anschlussfigur. Gemeinsam mit ihm denken sich die Kinder in die Probleme ein und erfahren dann von ihm als Erklärer die Lösung für spezifische Probleme bzw. mögliche Lösungswege. Diese können sie sich dann wiederum anschauen. Die Aufmerksamkeit während der Rezeption ist herausragend durchgängig und die Kinder gewinnen aus den Aktionen von Fritz Fuchs Handlungsoptionen für die Wiederverwendung und Vermeidung von Müll. Lernen wird hier ermöglicht, weil der Akteur aktiv und konsequent für eine Haltung steht. So erzählt Bele (9 Jahre) im Interview: »Dieses Löwenzahn-Ding, das fand ich gut, was man aus dem Müll alles machen kann, wenn man dazu bereit ist.«

Konkrete Handlungsoptionen

In einem Erklärstück der Kindernachrichtensendung *logo!* wird am Beispiel von Lara und ihrer Familie mit den charakteristisch animierten Figuren erklärt, wie sich im Alltag Müll vermeiden lässt. So wird beispielsweise dargestellt, dass durch die Benutzung einer Frühstücksbox für Pausenbrote oder eines Einkaufskorbs weniger Müll durch Plastiktüten entsteht. Die Kinder nehmen sich von dem kurzen Beitrag viele Fakten und viel Zusammenhangswissen mit (Abb. 8 und 9). Auch die 9-jährige Emilia bewertet den *logo!*-Beitrag mit seinen ganzen Handlungsoptionen für Kinder als besonders positiv, »weil die die Beispiele gezeigt haben und ich hab es dann auch gut verstanden und ich hab es mir dann auch vorgestellt und das war nicht so was, was ›die Welt‹ dagegen tun kann, sondern was wir, also was man selber dagegen tun kann als Kleiner, als kleine Welt sozusagen.«

ZUSAMMENFASSUNG

Die Rezeptionsstudie zeigt, dass sich Kinder aus den Sendungen etwas mitnehmen. Sie haben Fachwissen im Bereich des ökologisch bewussten Handelns erworben. Sie können beispielsweise Wörter wie »Recycling« besser einordnen und wissen, wie viele Plastiktüten wir verbrauchen. Viele Kinder haben Zusammenhänge erkannt, zum Beispiel wie lange ein Plastikbecher zum Verrotten braucht, woraus Plastik hergestellt wird und dass unsere Ressourcen wertvoll und endlich sind. Die Grundfragestellungen der Sendungen regten die Kinder zum Mit- und Weiterdenken an, wodurch sich das Gezeigte besonders gut memorierte. Sie haben konkrete Handlungsoptionen gelernt und fordern diese (zumindest von ihren Eltern) ein. Viele der Kinder haben auch eine befürwortende Einstellung im Sinne von BNE erlangt bzw. sind in dieser bestätigt worden. So ist es beispielsweise für einige Kinder relevanter geworden, auf die Umwelt zu achten und den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Auch 3 Wochen nach der Rezeption beschreiben die Kinder eine Veränderung ihres eigenen Verhaltens (z. B. Vermeidung von Müll) und zeigen eine höhere Sensibilität und ein verstärktes Bewusstsein für ökologisch nachhaltiges Handeln.

Qualitätvoll in Attraktivität und Lerngewinn sind Beiträge dann, wenn sie Anknüpfungspunkte an die Lebenswelt der Kinder und verschiedene Zugänge zu einem Thema ermöglichen. Fakten memorieren Kinder leichter, wenn Inhalte didaktisch geschickt aufbereitet und in für sie sinnhafte Zusammenhänge gebracht werden. Dies kann eine vermittelnde Anschlussfigur, aber auch eine gelungene Erklärung mit entsprechender Visualisierung sein. Wichtig ist auch, die Kinder zu beteiligen, ihnen eine Stimme zu geben und ihre Beispiele aufzuzeigen. So werden auch komplexe Themen erleb- und begreifbar und es können neue Denkleistungen

angebahnt werden, die dazu beitragen, eigene Handlungsentscheidungen zu überdenken oder neue Handlungsoptionen zu erwägen.

LITERATUR

Götz, Maya (2013). *Wie Menschen lernen*. *TelevIZion*, 26(1), 18-21.

Götz, Maya (2006). *Mit Pokémon in Harry Potters Welt. Medien in den Fantasien von Kindern*. München: Kopaed.

Götz, Maya (2009). *Constructing entry points to knowledge*. *TelevIZion*, 22(E), 46-48.

Götz, Maya (2004). *Lernen mit Wissens- und Dokumentationsendungen. Was Grundschulkindern aus aktuellen Formaten gewinnen*. *TelevIZion*, 17(1), 33-42.

Holler, Andrea (2013). »Da wird sozusagen das Wissen getestet.« *Die Wissensendung Checker Can im Rezeptionstest*. *TelevIZion*, 26(1), 22-25.

Holler, Andrea, Götz, Maya, Egerer, Anne et al. (2013). *SpongeBob oder Willi wills wissen? Kinder berichten, was sie aus dem Kinderfernsehen lernen*. *TelevIZion*, 26(1), 14-17.

Kultusministerkonferenz (KMK)/Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) (Hrsg.) (2015). *Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung im Rahmen einer Bildung für nachhaltige Entwicklung*. Online verfügbar unter: https://www.lehrplanplus.bayern.de/sixcms/media.php/71/KMK_2015_Orientierungsrahmen_Globale_Entwicklung.pdf [19.06.2017]

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2017). *KIM-Studie 2016. Kinder, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-jähriger*. Online verfügbar unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2016/KIM_2016_Web-PDF.pdf [07.06.2017]

Michelsen, Gerd, Rode, Horst, Wendler, Maya & Bittner, Alexander (2013). *Außerschulische Bildung für nachhaltige Entwicklung. Methoden, Praxis, Perspektiven*. München: Oekom.

Overwien, Bernd & Rode, Horst (Hrsg.) (2013). *Bildung für nachhaltige Entwicklung: Lebenslanges Lernen, Kompetenz und gesellschaftliche Teilhabe*. Leverkusen: Opladen.

DIE AUTORINNEN



Andrea Holler, M. A. Medienpädagogik, Psychologie und Soziologie, ist wissenschaftliche Redakteurin am IZI, München. Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des IZI und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, München.