Dr. Maya Götz
Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL

Geschichten stiften Gemeinschaft, liefern Sinnhorizonte, thematisieren Regeln und entwerfen Utopien (Wulff). Insbesondere für Kinder stellen sie einen attraktiven Weg dar, sich mit Themen und Moral auseinanderzusetzen und eigene Gefühlswelten gespiegelt zu sehen. *Kinder brauchen Märchen* heißt nicht umsonst eine der bekanntesten klassischen Abhandlungen zu Kindermedien (vom Orde). Selten untersucht wurde jedoch, wie Kinder die Geschichten des Kinderfernsehens im Detail verstehen. »Lesen« sie die audiovisuellen Texte so, wie Erwachsene dies intendieren? Ergebnisse aus einer internationalen Studie zeigen, wie scheinbar eindeutige Szenen und Bilder von Kindern unterschiedlich interpretiert werden (Götz/Schwarz/Gruber et al.). Textverstehen ist ein aktiver konstruktiver Prozess, bei dem einzelne Teile im Kopf zu Sinnzusammenhängen zusammengesetzt werden (Nieding). Oft unterschätzt ist hierbei die Bedeutung der Vertonung, die, wie in Rezeptionsstudien deutlich wird, überraschend dominant die emotionale Deutung von Bildern bestimmt (Götz et al.). Nicht immer ist es für Erwachsene gut nachvollziehbar, wie Kinder populäre Sendungen wie *SpongeBob Schwammkopf* verstehen und was sie sich aus den Geschichten mitnehmen (Holler). Genau diese Kinderperspektive ist aber Grundvoraussetzung, um auch in Zukunft attraktives und förderliches Storytelling für Kinder anzubieten.
Welche Traditionen in verschiedenen Weltregionen und Ländern oder Unternehmen (Gerhardt) zurzeit im Vordergrund stehen, wird in dieser TelevIZIon ebenso zusammengefasst wie die Chancen neuer Wege, die in interaktiven Medien (Huang/Davison/Jewell/Dockrill) oder technischen Entwicklungen wie der stereoskopischen 3-D-Technik (Bulla/Götz, Maier) liegen.

Hans J. Wulff
»Das Leben besteht aus Geschichten«
Der Autor stellt die Bedeutung von Geschichten im Alltag und den darin enthaltenen »Modellen von Wirklichkeit« heraus. Wie gute Geschichten entstehen, wird mithilfe der Narratologie sowie anhand der Praxis des Drehbuchschreibens nachvollzogen.

Maya Götz/Judith Schwarz/Simone Gruber/Nilüfer Pembecioğlu/Ekatarina Bondarenko/Seham Nasser/Beth Carmona/Pablo Ramos Rivero
Wie Vorschulkinder Fernsehgeschichten verstehen
In einer Studie mit Vorschulkindern aus Russland, der Türkei, Kuba, Ägypten, Deutschland und Brasilien wurde in Einzelinterviews erhoben, wie die 300 3- bis 6-Jährigen zwei kurze Sendungen des Qualitätsfernsehens, *The boy, the slum and the pan lids* aus Brasilien und *Olive Branch* aus den USA, verstehen.

Andrea Holler
»Freundschaft ist wichtig«
In einer internationalen Studie zu »Lernen aus dem Fernsehen« gaben viele der über 1.400 befragten 7- bis 10-Jährigen an, dass sie Wichtiges aus der Serie *SpongeBob Schwammkopf* gelernt hätten. Dieser Artikel geht der Frage nach, was die selbst erkannten Lerninhalte waren und was Kinder aus den SpongeBob-Geschichten mitnehmen.

Maya Götz/Judith Schwarz/Caroline Mendel/Anastasia Stukanova
Man fühlt, was man hört
Für eine IZI-Analyse wurden 2 niederländische Clips mit jeweils unterschiedlichen Vertonungen unterlegt. Die Verhaltensweisen der Kinder bei der Rezeption wurden beobachtet und ausgewertet.

INTERVIEW

Gerhild Nieding
Wie verstehen Kinder Geschichten? 16
Ralf Gerhardt
»Neue Erfahrungen durch Geschichten« 23
Florian Maier
»In 3D liegt noch viel Potenzial« 47

TELEVIZION

WIE KINDER GESCHICHTEN VERSTEHEN

FORSCHUNG

Hans J. Wulff
»Das Leben besteht aus Geschichten« 4
Maya Götz/Judith Schwarz/Simone Gruber/Nilüfer Pembecioğlu/Ekatarina Bondarenko/Seham Nasser/Beth Carmona/Pablo Ramos Rivero
Wie Vorschulkinder Fernsehgeschichten verstehen 10
Maya Götz/Judith Schwarz/Caroline Mendel/Anastasia Stukanova
Man fühlt, was man hört 25
Christine Bulla/Maya Götz
»Als wärst du mitten in dem Raum, in dem die Geschichte spielt« 42

PROGRAMMFORSCHUNG

Andrea Holler
»Freundschaft ist wichtig« 19
Veronika Geiger
»Hat sie es geschafft?« 30

EXPERTENDISKUSSION

Eric Huang/John Davison/Will Jewell/Laura Dockrill
Geschichtenerzählen in interaktiven Medien 38
Bernadette O'Mahony/Firdoze Bulbulia/Hitoshi Furukawa/David Kleeman/Alejandro Escobar/Firas Dehni/Preben Vridstoft/Arild Halvorsen/Nils Stokke/Margret Albers
Geschichtenerzählen im internationalen Vergleich 51

INFORMATION

Heike vom Orde
Bruno Bettelheim: ***Kinder brauchen Märchen*** 8
Birgit Kinateder
Klassische Erzählformen 34

Impressum 41

Veronika Geiger
»Hat sie es geschafft?«
Eine IZI-Studie mit 97 Kindern aus 6 Ländern untersuchte, inwiefern sich Kinder auf die intendierte Lesart des schwedischen Clips *The lucky snail* einlassen und ob er Involviertheit hervorruft.

Christine Bulla/Maya Götz
»Als wärst du mitten in dem Raum, in dem die Geschichte spielt«
Eine IZI-Studie mit 51 Kindern und Jugendlichen erhob, wie Kinder die stereoskopische 3-D-Technik erleben und welche Erwartungen sie an Filme mit dieser Technik stellen.

Eric Huang/John Davison/Will Jewell/Laura Dockrill
Geschichtenerzählen in interaktiven Medien
Wie müssen Geschichten künftig erzählt werden, um dem Medienkonsum von Kindern Rechnung zu tragen? Werden Geschichten schon bald nicht mehr aus Anfang, Mitte und Ende bestehen?Auf der Children's Media Conference 2012 (CMC) in Sheffield diskutierten RegisseurInnen und DrehbuchautorInnen darüber, was es bedeutet, Geschichten für interaktive Medien zu erzählen.

Bernadette O'Mahony/Firdoze Bulbulia/Hitoshi Furukawa/David Kleeman/Alejandro Escobar/Firas Dehni/Preben Vridstoft/Arild Halvorsen/Nils Stokke/Margret Albers
Geschichtenerzählen im internationalen Vergleich
KinderfernsehexpertInnen aus aller Welt wurden im September 2012 danach befragt, wie das Geschichtenerzählen in ihrem Land aussieht. ExpertInnen aus Australien, Afrika, Asien, den USA, Südamerika, dem Nahen Osten und Europa antworteten auf Fragen nach den beliebtesten Genres und Themen im Kinderfernsehen in ihrem jeweiligen Land. Welche Stoffe werden erzählt, welche werden nicht erzählt?

EXPERTiNNEN DISKUTIEREN

Halbe Portionen 32
Open Story 36