

Mein Medienheld II

Identifikationsfiguren aus dem Fernsehen erkennen und hinterfragen

Materialien zur Umsetzung einer Unterrichtseinheit in der Klassenstufe 3 und 4 mit Ablaufplan, didaktischen Hinweisen, Aufgabenstellungen, Kopiervorlagen und Hintergrundinformationen zur Vorbereitung einer Doppelstunde.

Diese Unterrichtseinheit enthält Arbeitsblätter für die Schülerinnen und Schüler, die sich zum sukzessiven Aufbau eines individuellen Medienportfolios und zur Reflexion des Unterrichts in der Lerngruppe eignen.



Überblick

„Ich finde es nervig, wenn meine Lieblingssendungen im Fernsehen durch Werbung unterbrochen werden. Ich will doch keine Zahnpasta kaufen, nur weil mir eine witzige Comicserie gefällt.“ Robert, 9 Jahre, Teilnehmer Ferienscheckheft Berlin 2009

Titel	Mein Medienheld II – Identifikationsfiguren aus dem Fernsehen erkennen und hinterfragen
Jahrgangsstufe	Klassenstufe 3 und 4
Lehrplanbezug	<p>Ethik, Jg. 3/4: 4.3 Mit Medien kritisch umgehen</p> <p>Heimat- und Sachunterricht (HSU), Jg. 3/4: 1.2 Leben in einer Medien- und Konsumgesellschaft, 2.2 Gefühle und Wohlbefinden, 4.3 Fakten und Fiktion</p> <p>Deutsch, Jg. 3/4: 2.1 Über Leseerfahrungen verfügen, 2.4 Texte erschließen</p>
Thema	<p>Fernsehen spielt in der Welt der Kinder eine große Rolle. Hier finden sie ihre Helden, und das Angebot ist groß und verlockend. Umso wichtiger ist es, Kinder mit der notwendigen Medienkompetenz auszustatten. Begleiten Sie die Schülerinnen und Schüler in die Welt ihrer Helden, um so das Fernsehverhalten zu analysieren und Regeln an die Hand zu geben, die vor übertriebenem Konsum bewahren und den Kindern eine klare Trennung von Realität und Fantasie gewährleisten.</p>
Kompetenzen	Siehe Seite 6
Zeitbedarf	Das Material ist für eine Doppelstunde konzipiert. Bei Bedarf kann die Unterrichtseinheit jedoch zeitlich verlängert werden (siehe Seite 7).
Sozialform	Lehrer-Schüler-Gespräch, Unterrichtsgespräch, Partnerarbeit
Materialien	<p>Kopie der Arbeitsblätter: »C1/Anleitung: Poster – Mein Held«, »C2/Arbeitsblatt: Flimmerkiste«, »C3/Steckbrief: Helden«, »C4/Arbeitsblatt: Merchandising«, »C5/Portfolio: Gelernt ist gelernt«, »C6/Portfolio: Merkblatt«; zudem: Wäscheleine o. ä., Poster Ihres Helden</p>
Urkunden	<p>Zur Dokumentation der Teilnahme an dieser Unterrichtseinheit bzw. allen Modulen für die Jahrgangsstufe können die Schülerinnen und Schüler eine Urkunde erhalten. Die Urkunden können im Klassensatz unter www.medienfuehrerschein.bayern kostenlos bestellt werden. Nutzen Sie zum Bedrucken die Eingabemaske mit Serien-druckfunktion. Sie ist online verfügbar.</p>

Einleitung

„Fernsehen verringert Einsamkeit und Langeweile und ermöglicht den Kindern die Identifikation mit Figuren, die über Eigenschaften wie Stärke und Macht verfügen.“

Evelyne Muck, Familienhandbuch des Staatsinstituts für Frühpädagogik (IFP)

Welch große Rolle das Fernsehen im Alltag der Kinder spielt, wird auch in der Schule deutlich: Sei es, weil in der Pause über das Programm des Vortages geredet wird oder weil TV-Helden Federmäppchen und Hefte schmücken. Wer im Kopf hat, wie viel Zeit Kinder mit ihrem Lieblingsmedium verbringen, den erstaunt das nicht. Wie die KIM-Studie 2016 zeigt, sehen knapp vier Fünftel der Kinder zwischen 6 und 13 Jahren täglich oder fast täglich fern. Die durchschnittliche Sehdauer der Altersgruppe lag 2016 bei rund 88 Minuten pro Tag. [1] Damit bleibt das Fernsehen das meist genutzte Medium. Und das kommt nicht von ungefähr: In vielen Familien hat – da darf man sich nichts vormachen – Fernsehen einen ähnlichen Stellenwert wie Essen, Trinken und Schlafen. Umso wichtiger ist es, Kindern schon früh einen verantwortungsvollen und bewussten Umgang mit dem Medium nahezubringen – inklusive einer kritischen Auseinandersetzung mit den teils sehr klischeebehafteten TV-Rollenvorbildern.

Dabei sollen die Chancen des Fernsehens und seine Orientierungsfunktion für Mädchen und Jungen aller Altersstufen nicht unter den Teppich gekehrt werden. Es ist eine Tatsache, dass Medienhelden heute vielen Kindern als Vorbild dienen und ihnen bei der Suche nach geeigneten Rollenmustern helfen. „Sie mögen Modelle, in denen sie sich wiedererkennen oder die es ihnen ermöglichen, über sich hinauszuwachsen und andere Rollen auszuprobieren: Sie möchten stärker, schöner und besser werden als sie jetzt sind.“ [2]

Wer will das nicht? Problematisch wird es nur, wenn beispielsweise falsche Helden zu Vorbildern werden oder wenn die emotionale Bindung an bestimmte Sendungen zu fest und der Fernsehkonsum damit zu hoch wird.

Schließlich warten die Sender von den frühen Morgenstunden bis zur Schlafenszeit mit einem umfangreichen Programm auf: Zeichentrickserien, Spielshows, Wissens-, Rate- und Quizsendungen, Natur- und Tierreportagen, Reality-Soaps und Kino-Action versprechen Unterhaltung, Abwechslung, Spannung und Abenteuer. Während man die Kanäle – und entsprechend auch die kindgerechten Angebote – vor nicht allzu langer Zeit noch an einer Hand abzählen konnte, sieht das heute anders aus: In den 90er-Jahren entdeckten private Fernsehanbieter den Markt für spezielle Kinderprogramme, die nahezu rund um die Uhr gezeigt werden. Seit 1997 gibt es zudem den Kika, den gemeinsamen Kinderkanal von ARD und ZDF. Seitdem wimmeln unzählige Comic-Helden durch die deutschen Kinderzimmer.

Fernsehen

Orientierung



FLIMMO

Kinder lieben es, ihre Helden auf dem Bildschirm zu verfolgen – egal, ob im TV, in Mediatheken, bei Streaming-Anbietern oder im Kino. Nicht alles ist für jedes Alter geeignet. FLIMMO hilft Eltern bei der Auswahl und zeigt, welche Inhalte in welchem Alter in Ordnung sind und was Kinder lieber nicht sehen sollten. Dabei wird erklärt, was Kindern gut gefällt und welche Aspekte problematisch sein.

www.flimmo.de

Kinderprogramme

Aber auch die von den meisten Eltern lieber gesehenen Tier- und Wissenssendungen stehen hoch im Kurs.

TV-Helden



Kein Wunder also, dass die meisten Helden und Idole von Kindern nicht mehr wie Pippi Langstrumpf oder Tom Sawyer aus der Literatur kommen, sondern verstärkt Produkte der TV-Industrie sind. Rund jeder Dritte der 6- bis 13-Jährigen benennt als Idol Personen oder Helden aus dem Fernsehen, gefolgt von Sportlern und Musikern. [1] Die Kinder holen sie sich ganz leicht per Fernbedienung ins Wohnzimmer und tauchen so in die verschiedenen Fantasiewelten ein. Das macht Spaß und lässt auch alltägliche Sorgen und Probleme – scheinbar – vergessen.

„Wie lange dürfen Kinder fernsehen?
Welche Sendungen sind geeignet?

Sollen Kinder einen eigenen Fernseher haben? Solche und ähnliche Fragen stellen sich viele Eltern, doch wie in allen Erziehungsbereichen gibt es auch in Sachen Fernsehen keine Patentrezepte.“

Verena Weigand, Vorstand Programmberatung für Eltern e.V.

Deshalb gilt für den Fernsehkonsum

das Gleiche wie für andere Medien auch: Kinder und Jugendliche sollten frühzeitig einen bewussten und verantwortungsvollen Umgang mit dem Fernseher erlernen. Dazu gehören feste Fernsehzeiten genauso wie die Wahl geeigneter Sendungen. Da die Verlockung, schnell mal in benachbarte Programme zu zappen, sehr groß ist, sollten Kinder wissen, dass sie dabei

auf Inhalte stoßen können, die für sie nicht geeignet sind. Mit dieser Verantwortung stehen sie aber nicht allein da. Genauso gefragt ist das Engagement der Eltern. Sie sollten Kinder beim Fernsehen begleiten, ihnen Hilfestellung geben, gemeinsam mit ihnen Regeln vereinbaren und sich über das Angebot informieren. FLIMMO bietet in diesem Zusammenhang umfangreiche Beratung für Eltern.

Reflexion

Damit Helden auch Helden bleiben, sollten Kinder und Jugendliche Anregungen bekommen, ihre Fernsehvorlieben und Bedürfnisse zu reflektieren. Denn Helden sind nur gut, wenn Kinder verstehen, dass sie Fiktion und nicht Realität sind. Lassen Sie Ihre Schüler berichten: Was gefällt ihnen an einer Fernsehsendung am besten? Und warum ist das so?

Im Unterricht

Das vorliegende Unterrichtsmaterial ist so angelegt, dass es sich in einer Doppelstunde realisieren lässt. Inhaltlich orientiert sich die Unterrichtseinheit am Lehrplan der bayerischen Grundschule der Klassenstufe 3 und 4. Darüber hinaus finden Sie weiteres vertiefendes Material, das zur Planung des Unterrichts hinzugezogen werden kann.

Anleitung

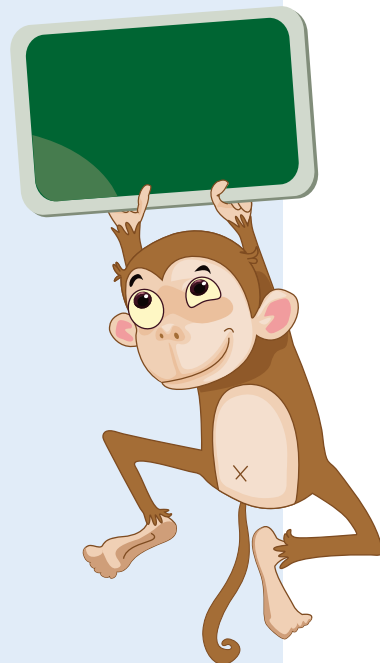
Kompetenzen

Ablauf des Unterrichts

Tafelbild: Fernsehhelden

Tafelbild: Merchandising

Unterrichtsverlauf



Alle weiteren Materialien, die Sie zur Durchführung der Unterrichtseinheit verwenden können, sowie Hinweise auf Materialien für Eltern finden Sie im Internet unter: www.medienfuehrerschein.bayern.

Kompetenzen

„Mehr als Erwachsene achten Kinder auf die Fernsehhelden, beobachten, wie sich diese verhalten, was sie auszeichnet und wie sie Schwierigkeiten bewältigen. Das hat etwas mit dem Großwerden der Kinder zu tun. Wie in ihrem gesamten Umfeld, suchen sie dafür auch im Fernsehen nach Anregungen.“

Fernsehhelden – Orientierung beim Großwerden, www.flimmo.de

Grobziel: Die Schülerinnen und Schüler nehmen ihren Fernsehkonsum wahr und reflektieren die Eigenschaften eines Fernsehhelden. Sie erkennen den Unterschied von Realität und Fiktion und analysieren, inwieweit Fernsehhelden geeignete Vorbilder sind. Darüber hinaus erkennen sie, dass ihre Helden in der Werbung zum Zweck der Konsumsteigerung vermarktet werden.

Fach- und Methodenkompetenz

Fach- und Methodenkompetenz

Die Schülerinnen und Schüler

- » nehmen Medienfiguren aus dem Fernsehen, mit denen sie sich stark identifizieren, kritisch wahr und sehen ihre Fernsehhelden nicht unreflektiert als Vorbilder an.
- » nehmen die Beeinflussung des Konsumenten durch die Platzierung von bekannten Medienfiguren z. B. auf Produkten und in der Werbungen bewusst wahr und sind sich bewusst, wie durch Merchandising ihre Fernsehhelden vermarktet werden.
- » kennen Strategien des Merchandisings und sind damit in der Lage, die damit verbundene Beeinflussung ihres persönlichen Kaufverhaltens zu begrenzen.
- » wenden die Methode des Brainstormings gezielt an, um gemeinsam Ideen zu einer neuen Fragestellung zu entwickeln.

Sozial-kommunikative Kompetenz

Sozial-kommunikative Kompetenz

Die Schülerinnen und Schüler

- » sind sich über den Unterschied zwischen Realität und Fiktion bewusst und beurteilen die Eigenschaften ihrer Fernsehhelden als real bzw. fiktiv.
- » tauschen sich in der Gruppe auf respektvolle Weise über ihre persönlichen TV-Helden aus und akzeptieren dabei Vorlieben und Standpunkte der anderen Gruppenmitglieder.

Personale Kompetenz

Personale Kompetenz

Die Schülerinnen und Schüler

- » machen sich ihre persönlichen Fernsehzeiten, -gewohnheiten und Lieblingssendungen durch geeignete Strategien (z. B. TV-Protokoll) bewusst, um ihren persönlichen Fernsehkonsum gezielt zu steuern.

Der Lehrplan in den Fächern Ethik, Heimat- und Sachunterricht sowie Deutsch des 3. und 4. Jahrgangs sieht die Themenschwerpunkte Medien, Medienkonsum und ihre Helden sowie die Unterscheidung zwischen Realität und Fiktion vor.

Ablauf des Unterrichts

Die folgende Unterrichtseinheit bildet einen Entwurf für eine Doppelstunde. Erfahrungen haben gezeigt, dass die Präsentation der Helden (Aufgabe 1.2) in manchen Fällen bei den Schülerinnen und Schülern auf große Resonanz stößt. In diesem Fall bietet es sich an, die Unterrichtseinheit um eine weitere Unterrichts- oder Doppelstunde zu erweitern.

Zur Vorbereitung auf das Thema sollten die Schülerinnen und Schüler ein Poster zum Thema „Helden im Fernsehen“ erstellen. Dies unterstützt die Auseinandersetzung mit den eigenen Lieblingssendungen und -figuren und eröffnet einen individuellen Reflexionsrahmen. Als Anregung können Sie das Arbeitsblatt »C1|Anleitung: Poster – Mein Held« austeilen.

Für einen motivierenden Einstieg in das Thema „Fernsehhelden“ können Sie zu Beginn der Unterrichtseinheit einen Film-Clip einspielen. Dieser stimmt die Schülerinnen und Schüler auf das Unterrichtsthema ein und macht Lust auf eine vertiefende Auseinandersetzung. Der Film-Clip des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus steht auf der Website des Medienführerscheins Bayern, auf der Plattform mebis sowie auf dem digitalen Angebot mein.medienfuehrerschein.bayern (Code: GS22F01) kostenlos zur Verfügung.

Phase 1: Sensibilisierung und Motivation

Zur Sensibilisierung präsentiert die Lehrkraft einen Helden aus ihrer Zeit. Im Anschluss werden die vorbereiteten Poster der Schülerinnen und Schüler im Klassenzimmer an einer gespannten Leine aufgehängt und die Helden kurz vorgestellt. Alternativ zu einer Leine kann auch die Tafel oder eine Pinnwand genutzt werden.

Vorbereitung: »Information: Kinder und Helden«

- 1.1 Bereiten Sie sich auf eine ca. 10-minütige Präsentation der/des Fernsehhelden Ihrer Kindheit vor und unternehmen Sie gemeinsam einen Ausflug in die Vergangenheit der Fernseh- und Medienwelt. Hängen Sie ein Poster Ihres Fernsehhelden als ersten Beitrag auf.

Ergebnissicherung: Wäscheleine

- 1.2 Fordern Sie nun die Schülerinnen und Schüler auf, ihre Helden vorzustellen und die Poster aufzuhängen. Erfragen Sie, woher sie die Helden kennen, wann sie im Fernsehen auftreten und was an ihnen besonders ist.

Ergebnissicherung: Wäscheleine

Hinweis: Als Lehrkraft sollten Sie ebenfalls ein Poster zu einem Fernsehhelden Ihrer Zeit anfertigen und sich auf eine Präsentation vorbereiten. Sie können diesen Vortrag sehr frei gestalten. Wichtig ist eine authentische, persönliche Note.

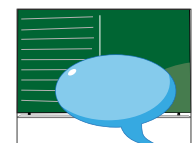
Phase 2: Unsere Helden

Die Präsentation der eigenen Helden wird vertieft, indem die Schülerinnen und Schüler gemeinsam ihre Helden analysieren und typische Charakterzüge bzw. die Wirkung herausarbeiten. Dabei kommt der Trennung von Realität und Fiktion eine besondere Bedeutung zu.

Zeitplan

Vorbereitung

Film-Clip



10`



15`

15`



- 2.1 Diskutieren Sie anhand der im Raum aufgehängten Poster die Bedeutung der Lieblingsfiguren. Fragen Sie die Schülerinnen und Schüler, was ihnen besonders an ihren Helden gefällt und wie dies auf sie wirkt. Arbeiten Sie heraus, dass diese Helden nur bedingt Vorbilder für die Realität sind. Halten Sie die Ergebnisse der Diskussion an der Tafel fest.

Ergebnissicherung: »Tafelbild: Fernsehhelden«

05`



- 2.2 Verteilen Sie zum Abschluss dieser Unterrichtsphase das Arbeitsblatt »C2|Arbeitsblatt: Flimmerkiste«, das der Reflexion des eigenen Fernsehkonsums dient.

Ergebnissicherung: Arbeitsblatt

Hinweis: Vermeiden Sie Wertungen zu den Äußerungen der Kinder. Die Unterrichtseinheit dient nicht dazu, die Faszination der Helden infrage zu stellen. Es geht vielmehr darum, die Trennung von Fiktion und Realität zu befördern und auf kommerzielle Interessen aufmerksam zu machen.

Phase 3: Merchandising

In dieser Unterrichtsphase steht die Vermarktung der Fernsehhelden im Vordergrund. Dazu notieren die Schülerinnen und Schüler selbstständig Produkte, auf denen Helden abgebildet sind und geben Auskunft darüber, ob sie diese auch besitzen. Als Ergebnis entsteht ein Überblick über die verschiedenen Formen des Merchandising.

10`



- 3.1 Fragen Sie die Schülerinnen und Schüler, ob ihnen ihre Helden schon an anderen Orten als auf dem Fernsehbildschirm begegnet sind. Halten Sie diese Orte stichpunktartig an der Tafel fest.

Vorbereitung: »Information: Merchandising«

- 3.2 Die Schülerinnen und Schüler erhalten im Anschluss eine Kopie des Arbeitsblattes »C3|Steckbrief: Helden«, mit dem sie der Vermarktung ihrer Helden auf die Spur kommen, und füllen diese in Partnerarbeit aus.

Ergebnissicherung: Arbeitsblatt

15`



- 3.3 Tragen Sie die Arbeitsergebnisse als Tafelbild zusammen und versuchen Sie, das Spektrum der Vermarktung der Fernsehhelden im Alltag herauszuarbeiten.

Ergebnissicherung: »Tafelbild: Merchandising«

10`




- 3.4 Ermitteln Sie ebenfalls mithilfe des Arbeitsblatts »C3|Steckbrief: Helden« die Menge der Merchandising-Produkte. Im Anschluss formulieren die Schülerinnen und Schüler, wozu ihrer Meinung nach die Vermarktung der Helden dient, und ziehen Rückschlüsse auf die kommerzielle Funktion von Identifikationsfiguren. Die Ergebnisse werden auf dem Arbeitsblatt »C4|Arbeitsblatt: Merchandising« festgehalten.

Ergebnissicherung: »Tafelbild: Merchandising«

Zur Dokumentation des Gelernten erhalten die Schülerinnen und Schüler die Arbeitsblätter »C5|Portfolio: Gelernt ist gelernt« und »C6|Portfolio: Merkblatt«.

Tafelbild: Fernsehhelden



Eigenschaften	Wirkung
<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>superstark</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Ich fühle mich genauso stark.</u>
<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>kann zaubern</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Das möchte ich auch können.</u>
<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>kann auf einem Besen fliegen</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ _____
<ul style="list-style-type: none"> ○ _____ 	<ul style="list-style-type: none"> ○ _____

Merke: Fernsehhelden sind nicht immer real.

Um den Schülerinnen und Schülern die Wirkung ihrer Helden zu veranschaulichen, fragen Sie sie nach Eigenschaften ihrer Helden, die ihnen besonders gut gefallen. Diskutieren Sie mit ihnen, welche Wirkung die genannten Eigenschaften auf sie ausüben und notieren Sie typische Beispiele an der Tafel.

In einem abschließenden Gespräch sollte herauskristallisiert werden, dass Helden zwar Vorbilder sein können, meistens jedoch nicht real sind und in den Medien überzeichnet dargestellt werden.

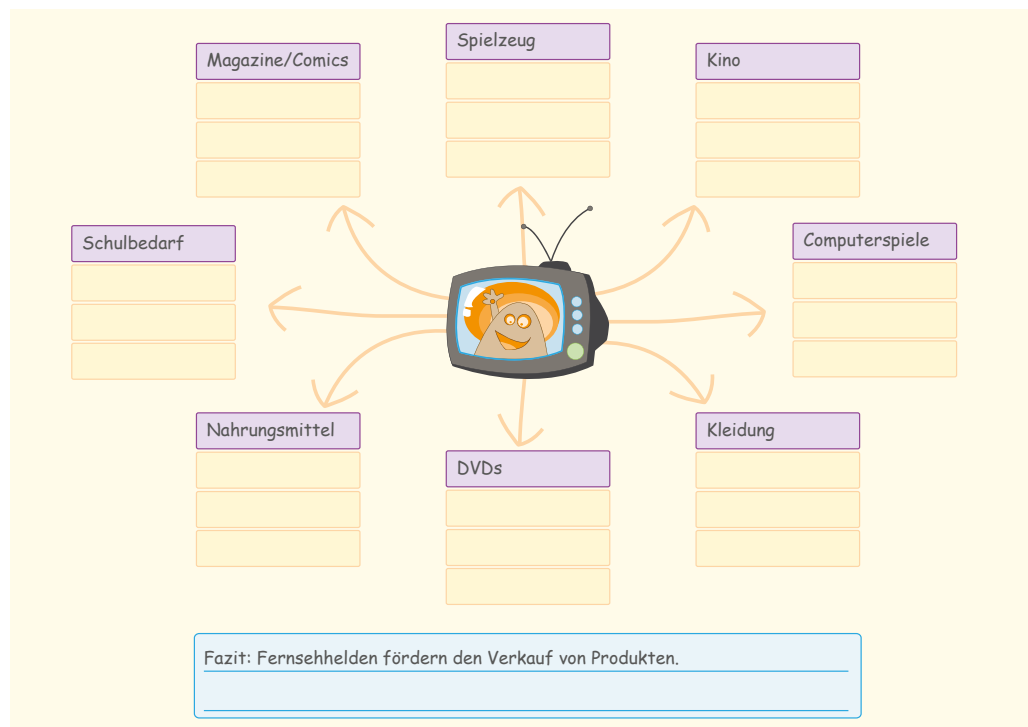
Sie können das Tafelbild im Gespräch mit den Schülerinnen und Schülern an der Tafel entwickeln oder die Folien- bzw. PowerPoint-Vorlage nutzen. Beides finden Sie im Internet zum Download unter: www.medienfuehrerschein.bayern.

Wirkung

Vorbildfunktion

Weitere Vorlagen

Tafelbild: Merchandising



Vorbereitung **Die Sicherung der Ergebnisse** aus dem Arbeitsblatt »C3/Steckbrief Helden« erfolgt in einem Tafelbild. Bereiten Sie während der Stillarbeit der Schülerinnen und Schüler die Struktur des Tafelbildes vor.

Produkte **Sammeln Sie die Produkte**, die die Schülerinnen und Schüler erarbeitet haben, an der Tafel und versuchen Sie, eine Gruppierung ähnlich dem vorgestellten Muster zu erarbeiten. Ergänzen Sie unter den jeweiligen Produkten die Namen der Helden.

Vermarktung Diskutieren Sie mit den Schülerinnen und Schülern, warum ihre Fernsehhelden auch auf anderen Produkten zu finden sind. Halten Sie als Ergebnis der Diskussion die Aussagen der Schülerinnen und Schülern zu den Zielen, die mit der Vermarktung ihrer Helden verfolgt werden (Verkaufssteigerung der Produkte), fest.

Hinweis: Stellen Sie Produktbeispiele zur Anregung der Diskussion auf einen Tisch im Klassenraum.

Weitere Vorlagen **Sie können das Tafelbild** im Gespräch mit den Schülerinnen und Schülern an der Tafel entwickeln oder die Folien- bzw. PowerPoint-Vorlage nutzen. Beides finden Sie im Internet zum Download unter: www.medienfuehrerschein.bayern.

Unterrichtsverlauf

Zeit	Inhalt	Kommentar	Sozialform	Medien/Material
10'	1.1 Sensibilisierung und Motivation Präsentation eines Helden der Vergangenheit	Vorbereitung Poster durch Lehrkraft und Wäscheleine spannen	Lehrerinput	Wäscheleine und -klammern
15'	1.2 Präsentation* Vorstellen von Helden und Aufhängen der Poster	ausreichend Wäscheklammern bereithalten	Schulervortrag	vorbereitete Poster
15'	2.1 Erarbeitung „Unsere Helden“ Schülerdiskussion zur Bedeutung der Helden	Wertung der Kinderäußerungen vermeiden	Unterrichtsgespräch	Tafelbild
5'	2.2 Reflexion Fernsehkonsum Schülerinnen und Schüler erarbeiten C2		Einzelarbeit	C2
10'	3.1 Erarbeitung Merchandising Darstellung der eigenen Helden auf Produkten	Aufstellen exemplarischer Merchandisingprodukte	Lehrerinput, Unterrichtsgespräch	Produktbeispiele, Stichpunkte an Tafel
10'	3.2 Vertiefung Merchandising Identifizieren von Produkten, in denen Fernsehhelden vermarktet werden	Ausfüllen des Arbeitsblattes in Partnerarbeit	Partnerarbeit	C3
15'	3.3 Diskussion Merchandising Funktion der Vermarktung der Fernsehhelden im Alltag	Grundlage der Diskussion bilden die ausgefüllten Arbeitsblätter	Unterrichtsgespräch	TB: Fernsehhelden
10'	3.4 Abschluss und Dokumentation Diskussion und Dokumentation des Gelernten		Unterrichtsgespräch	C4, C5, C6

* Wenn die Heldenpräsentation bei den Schülerinnen und Schülern auf große Resonanz stößt, kann die Unterrichtseinheit um eine weitere Unterrichts- oder Doppelstunde erweitert werden.

Hintergrund

Information: Kinder und Helden

Information: Merchandising



Information: Kinder und Helden

„Fernsehen verdrängt die Fantasie nicht, es wird zu einem Teil von ihr. Kinder nehmen sich etwas aus dem Fernsehen heraus und entwickeln mit den Medienbildern ihre eigenen Erzählungen.“ Maya Götz: Mit Pokémon in Harry Potters Welt [3]

Eines verbindet die meisten Kinder, egal welchen Geschlechts: Die Lust am Fernsehen. Denn das Fernsehen bietet eine Vielzahl an Identifikationsmustern und Rollen-vorbildern, die sie im Laufe ihres Fernsehlebens unter die Lupe nehmen.

Leitmedium

Kinder machen Helden zu einem Teil ihrer Fantasie, um ihre Themen zu verarbeiten oder einfach einmal auszuprobieren, wie sich die verschiedenen Charaktere im Spiel anfühlen. „Fernsehhelden verkörpern Mut, List und Fantasie. Sie dienen den Kindern als Flächen für ihre Wünsche, Träume und Fantasien. In die Helden können Kinder alles hineinlegen, was der Alltag nicht oder nur in Grenzen zulässt, was man sich selber nicht getraut, wie man sein möchte, oder die Figuren stellen auf liebenswürdige Weise eigene Schwächen vor.“ [4]

Das große Angebot an Fernsehserien bietet eine Fülle unterschiedlicher Charaktere, aus denen sich die Kinder passende Vorbildfiguren aussuchen können. Im Gegensatz zu „echten Menschen“ warten die Fernsehfiguren mit einer einfachen, klaren und leicht nachvollziehbaren Struktur auf. [5] Fernsehsendungen vermitteln Werte, und zwar positive wie negative, offen oder unterschwellig. Dabei greifen die Kinder im besten Fall die positiven Anregungen und Orientierungen auf, die sie fantasievoll im Spiel nachahmen. „In zwei Punkten sind sich Mädchen und Jungen einig, wenn es darum geht, was gutes Fernsehen ist: Humor und Spannung dürfen nicht fehlen. Mit zunehmendem Alter wird dieses Interesse an Ansprüche bezüglich der Qualität der Sendungen geknüpft.“ [6]



Problematisch wird die Verehrung der Helden aber dann, wenn die Trennung zwischen Fantasiewelt und Realität nicht mehr klar erkennbar ist. Wenn sich Kinder aufgrund des hohen Fernsehkonsums oder weil ihnen ihre Probleme über den Kopf wachsen, mehr und mehr der Fiktion zuwenden, dann können Fernsehhelden zu einem Problem werden. Ebenso sollte man die Helden der Kinder hinsichtlich der Botschaften, die sie transportieren, betrachten. Hierbei spielen Faktoren wie Sprache, Gewaltbereitschaft und geschlechtsspezifisches Verhalten sowie das dargestellte Weltbild eine entscheidende Rolle. Es ist wichtig, dass Eltern sich am Fernsehverhalten ihrer Kinder beteiligen und ein offenes Ohr für die Vorlieben haben, auch wenn es manchmal schwerfällt, sich auf gleiche Weise für die Helden der Kinder zu begeistern. Kinder brauchen gesprächsbereite und einfühlsame Bezugspersonen, die ihnen Anregungen bieten und einen Orientierungsrahmen liefern.

Fernsehkonsum

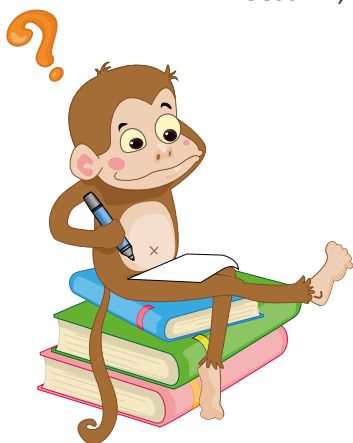
Information: Merchandising

„Auf den Weihnachts-Wunschzetteln von Kindern stehen Medienprodukte rund um Film- und Fernsehhelden ganz oben. Alles, was im Kino oder Fernsehen Erfolg hat, können sich die Mädchen und Jungen in Form von Medien, Spielzeug, Textilien oder anderen Accessoires ins Kinderzimmer holen.“

Medienwelten auf der Wunschliste, www.flimmo.de

Mehrfachvermarktung

Unter Merchandising versteht man die überaus gewinnträchtige Mehrfachvermarktung von Kino- und Fernsehfiguren in Form von anderen Medien, Spielzeug und Konsumartikeln. Zu kaufen gibt es alles, was das Kinderherz begehrt: CDs, DVDs, Computerspiele, Zeitschriften, Mal- und sonstige Bücher, Spielfiguren, Kuscheltiere, Kartenspiele, Aufkleber, Poster, Sammelbilder samt Heft, Bettwäsche, Zahnbürsten, Geschirr, Schultaschen, Federmäppchen, Kleidung etc.



Die Heldinnen und Helden sind allgegenwärtig und in jeder Form zu haben. Auf Schritt und Tritt begleiten sie durch den Alltag und lassen die Kassen klingeln. Merchandising-Klassiker wie die Schlümpfe, Wicki oder Pumuckl erfreuen sich dabei ebenso großer Beliebtheit wie modernere Figuren à la Elsa und Anna (die Eiskönigin), Ninjago oder der Dauerbrenner Sponge Bob Schwammkopf. Selbst vor Kleinkindern macht die Vermarktung nicht Halt. Thomas die Lokomotive und Bob der Baumeister springen ihnen überall ins Auge. Was die angehenden Teenager betrifft, so dürfen sie am Privatleben ihrer Lieblinge aus Film und Fernsehen teilhaben. Wie die Schauspielerinnen bzw. Schauspieler leben, wen sie lieben, was sie plagt und was sie freut, gibt es im Hochglanzformat zum Nachlesen oder auf der Fanseite im Internet.

Merchandising

Beim Merchandising geht es um viel Geld. 2018 erhielten Sechs- bis Neunjährige Geldgeschenke in Höhe von rund 140 Euro und monatlich rund 19 Euro Taschengeld. Insgesamt verfügt allein die Altersgruppe der Sechs- bis Neunjährigen jährlich über rund 1,05 Milliarden Euro. [7] Als kaufkräftige Gruppe werden die Kinder umworben, und geschickt werden ihre Wünsche und Bedürfnisse in Geld umgemünzt. Das Fernsehen bringt die Figuren nahe, stattet sie mit tollen Eigenschaften aus und bettet sie in spannende, lustige oder fantastische Geschichten ein. Als Heldin oder Held erobern sie erst die Herzen und dann den Alltag der Kinder. An jeder Ecke locken sie zum Kauf, von Werbung und Fernsehen kräftig unterstützt. Wen wundert es, wenn der Nachwuchs kein Halten mehr kennt und Wunschlisten lang und länger werden.

Kaufen, kaufen, kaufen

Durch die vielen Produkte wird das Kinderpublikum erfolgreich gebunden. Denn wer die Medienfiguren als Spielfiguren besitzt, der will die Serie oder den neuesten Film auf keinen Fall verpassen. Das macht wieder Lust auf neues Spielzeug, auf CDs, Bücher, Accessoires ... Ein Kreislauf, der scheinbar kein Ende kennt. Eltern geraten ob dem Gequengel ihrer Kinder unter Druck, und das nicht nur nervlich. Denn gepfeferte Preise strapazieren den Geldbeutel erheblich. Da ist es wichtig, frühzeitig und möglichst konsequent Grenzen zu setzen.

Arbeitsmaterialien

C1 | Anleitung: Poster „Mein Held“

C2 | Arbeitsblatt: Flimmerkiste

C3 | Steckbrief: Helden

C4 | Arbeitsblatt: Merchandising

A5 | Portfolio: Gelernt ist gelernt

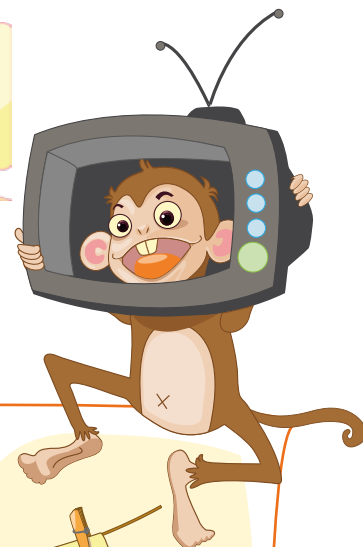
A6 | Portfolio: Merkblatt



Name: _____

Klasse: _____

Ich bin ein Held, ich
bin ein Held, ich bin
ein Held ...



Anleitung: Poster „Mein Held“



Lieblingsfigur TV

Sicherlich hast du eine Lieblingsfernsehsendung und eine Lieblingsfernsehfigur.

Um deinen Mitschülerinnen und Mitschülern zu erklären, warum du eine Figur gut findest, gestalte ein Poster auf einem großen Blatt.

Nutze dazu Bilder, Fotos, Zeitungsausschnitte oder Texte. Achte dabei besonders auf die typischen Merkmale deines Helden.

Wenn du keine Bilder oder Ähnliches hast, kannst du deinen Helden auch malen oder ihn in Worten beschreiben.

Dein Poster kannst du dann vor der Klasse vorstellen und an eine Wäscheleine hängen, damit alle es sehen können.

Poster vorstellen



Name: _____

Klasse: _____

Kreuze das für
dich zutreffende Feld
an und beantworte die
Fragen.



Arbeitsblatt: Flimmerkiste

Womit siehst du fern?

Medien	gehört mir	gehört mir nicht allein
Fernseher		
DVD-Player		
Computer		

Womit?

Wann siehst du fern?

	vor dem Frühstück	vor der Schule/ Vormittag	nach der Schule/ Nachmittag	am Abend
Wochentags				
Wochenende				

Wann?

Mit wem siehst du fern?

allein ☐ mit Freunden ☐ mit Geschwistern ☐ mit den Eltern ☐

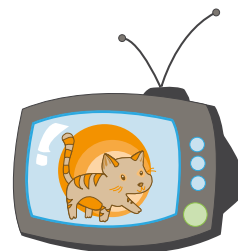
Mit wem?

Hast du eine Lieblingssendung?

ja ☐ Name der Sendung: _____ nein ☐

Hast du einen Lieblingshelden?

ja ☐ Name des Helden: _____ nein ☐

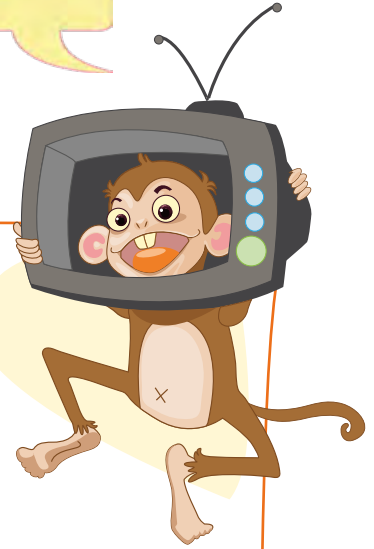


Name: _____

Klasse: _____

Nenne eine Lieblingssendung oder einen Fernsehhelden und schreibe auf, wo du ihn außer im Fernsehen noch findest.

Steckbrief: Helden



Lieblingssendung

Meine Lieblingssendung:

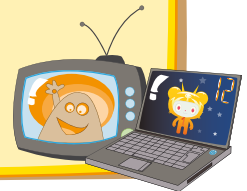
Mein Held:

Zum Beispiel:
Kino, Internet,
DVD, CD, Comic,
Buch, Heft

Lieblingsfigur in den Medien:

nutze ich/habe ich

- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐



Zum Beispiel:
Kleidung,
Lebensmittel,
Schultasche

Lieblingsfigur auf anderen Produkten:

nutze ich/habe ich

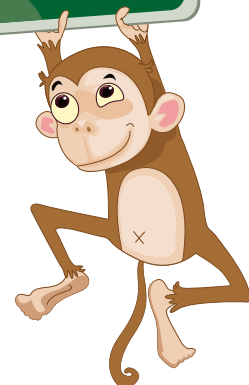
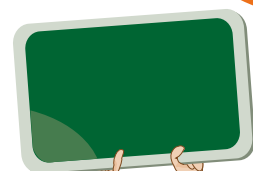
- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐
- ☐ _____ ☐



Name: _____

Klasse: _____

Schreibe die wichtigsten Ergebnisse zum Thema Merchandising ab!



Arbeitsblatt: Merchandising

Produkt

○ _____

○ _____

Produkt

○ _____

○ _____

○ _____

Produkt

○ _____

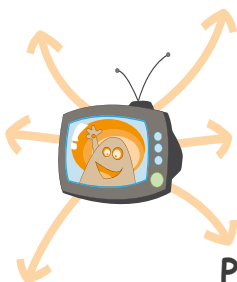
○ _____

○ _____

Produkt

○ _____

○ _____



Produkt

○ _____

○ _____

○ _____

Produkt

○ _____

○ _____

○ _____

Merke:

○ _____



Tafelbild:
Auf welchen Produkten begegnen dir die Helden noch?

Name: _____

Klasse: _____

Jetzt ist deine
Meinung gefragt: Was
hat dir gefallen? Was
hast du gelernt?



Portfolio: Gelernt ist gelernt

Beurteile dich selbst

	😊	😐	☹️
Das Thema hat mir Spaß gemacht.			
Ich habe gut mitgearbeitet.			
Die Aufgaben sind mir leicht gefallen.			
Ich habe sorgfältig gearbeitet.			
Ich konnte mein Wissen anwenden.			
Ich habe viel Neues gelernt.			
Ich konnte anderen helfen.			

Was hast du gelernt?

Ich habe gelernt:

Ich werde das nächste Mal mehr darauf achten, dass:

Besonders gefallen hat mir:

Weniger gefallen hat mir:

Beachte: Du allein
entscheidest,
ob andere deine
Antworten sehen
dürfen oder nicht.



Name: _____

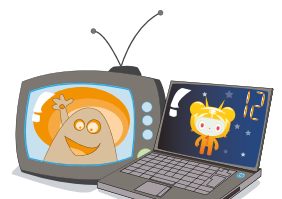
Klasse: _____

Portfolio: Merkblatt

Du findest eine Figur oder einen Schauspieler im Fernsehen besonders toll? Das ist schön und nicht schlimm, solange du dabei einiges beachtest:

- 1** Deine Lieblingsfigur ist vor allem so toll, weil sie nicht echt ist, sondern von jemandem so ausgedacht wurde.
- 2** Nicht alles, was deine Lieblingsfigur macht, muss auch richtig sein. Überlege dir, was du an ihr gut findest und was nicht.
- 3** Vieles, was dein Fernsehheld tut, ist nur im Fernsehen und nicht in der wirklichen Welt möglich.
- 4** Viele Dinge (z. B. Nahrungsmittel oder Schulsachen) haben nur deshalb ein Bild deines Helden auf der Verpackung, damit du sie kaufst.

Fernsehhelden sind für dich sicher wichtig. Suche dir trotzdem lieber Vorbilder im wirklichen Leben.



Weiterführende Informationen

Projektidee

Links

Quellenangaben



Projektidee

„Der Spongebob, der macht immer so lustigen Quatsch. Und wir haben jetzt einen eigenen Film mit ihm gemacht.“

Schülerin, städtischer Hort München

Die Produktion von eigenen Trickfilmen stellt für Kinder im Grundschulalter eine multimediale Erfahrung dar, in der es Bild und Ton zu kombinieren gilt. Dabei steht nicht die aufwendige Produktion eines disneyartigen Films im Mittelpunkt, sondern das Erzählen der Kinder anhand von Bildern. Ein solcher Trickfilm lässt den Kindern Raum, eigene Fantasien zu entwickeln, und eröffnet ihnen die Möglichkeit, sich mit dem Basteln von Darstellern und Kulissen künstlerisch zu betätigen. Der Ansatz des Projekts „Trickfilmhelden“ ist ganzheitlich und die Themen werden an die lebensweltlichen und medialen Erfahrungsfelder der Kinder angepasst, sodass alle Kinder schnell einen Zugang und sprachliche Anknüpfungspunkte finden.

Die thematische Fokussierung auf das Thema „Trickfilmhelden“ bietet viele Anknüpfungspunkte für Gespräche. Für Kinder ist es sehr wichtig, ihre Medienerfahrungen, die sie in einer Vielzahl machen, in Gesprächen zu verarbeiten. Indem man ihre Trickfilmerfahrungen aus dem Fernsehen oder Kino aufgreift, um daraus einen eigenen Trickfilm zu produzieren, eröffnen sich immer wieder Möglichkeiten, Erlebnisse und Eindrücke aus dem Konsumierten zu verarbeiten und zu reflektieren.

Die Kinder einigen sich zu Beginn des Projekts pro Produktionsgruppe (5 bis 6 Kinder) auf eine Medienheldin oder einen Medienhelden ihrer Wahl. Dann wird gemeinsam eine Geschichte entwickelt, in der der Heldin oder dem Helden ein neuer Rahmen gegeben wird, ein Abenteuer zu bestehen. Die Kinder erfinden das Abenteuer, seinen Verlauf und sein Ende.

Für die Dreharbeiten müssen Kulissen und Darsteller gebastelt sowie Rollen zum Sprechen, Filmen und zur Bedienung des Computers verteilt werden. Dann werden die Figürchen Klick für Klick vorwärtsgerückt und die Bilder in einem Stop-Motion-Programm gespeichert. Im Schnitt und in der Nachbearbeitung kann dann der letzte Schliff an Audio- und Bildspuren getätigt werden. Am Ende des Projekts sollte eine Abschlusspräsentation vor einem großen Publikum stehen.

Das Herausarbeiten der Identifikationsfigur kann im Rahmen des Unterrichts erfolgen. Für die Drehtage ist es von Vorteil, medienpädagogische Fachkräfte hinzuzuziehen. Man braucht viel Erfahrung, um durch Kniffe die Produktion zu straffen, ohne dass die visuelle Qualität leidet. Das Projekt kann an zwei bis drei Tagen oder in ca. 10 Doppelstunden durchgeführt werden.

Mehr zu diesem Projekt und Hilfestellung bei der Umsetzung finden Sie unter:

» www.jff.de, www.medienfachberatung.de



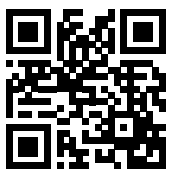
Links



Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e. V.

Neben der Information über jugendschutzrelevante Medienangebote ist es der Aktion Jugendschutz ein wichtiges Anliegen, medienpädagogische Informationen und Angebote zu entwickeln und so zu einem positiven und konstruktiven Medienumgang bei Kindern und Jugendlichen beizutragen.

» www.bayern.jugendschutz.de, www.elterntalk.de



Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus

Das Staatsministerium unterstützt Erziehende mit Informationen zum verantwortungsvollen Umgang mit Medien, die auf dem Infoportal „mebis – Landesmedienzentrum Bayern“ zu finden sind. Das landesweit tätige Netzwerk der medienpädagogisch-informationstechnischen Beratungslehrkräfte digitale Bildung (mBdB und iBdB) bietet Lehrkräften aller Schularten Information, Beratung und Fortbildung an.

» www.km.bayern.de, www.mebis.bayern.de,
www.mebis.bayern.de/infoportal/empfehlung/beratung-digitale-bildung



Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Das Bundesministerium unterstützt Familien und Erziehende mit Informationen, Anregungen und Tipps für einen verantwortungsvollen Umgang mit Medien (Broschüre: „Geflimmer im Zimmer“).

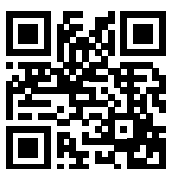
» www.bmfsfj.de



FLIMMO

Flimmo ist ein Projekt des Vereins Programmberatung für Eltern e. V. und unterstützt Eltern und Familien bei der alltäglichen Medienerziehung. Ob TV, Mediatheken, Kino, Streaming oder YouTube – FLIMMO verschafft einen Überblick darüber, was gerade läuft. Pädagogische Einschätzungen helfen bei der altersgerechten Auswahl und zeigen, was sich für Kinder eignet oder auch nicht. Der Ratgeber bietet zudem Tipps für den täglichen Umgang mit Medien – von Medienregeln bis zum Umgang mit YouTube.

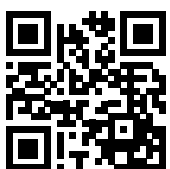
» www.flimmo.de



Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V. (FSF)

Die FSF engagiert sich neben ihrer Prüftätigkeit für private Rundfunkanbieter auch verstärkt im Bereich der Medienpädagogik. Im Vordergrund stehen dabei das Angebot von Materialien und die Durchführung von Projekten.

» www.fsf.de



Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

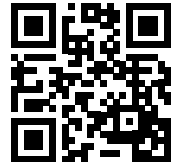
Mit seiner Arbeit will das IZI dazu beitragen, die kulturelle Bedeutung des Fernsehens für Kinder und Jugendliche und seine Einbettung in die Alltagswelt dieser Zielgruppen darstellen und klären zu helfen. Der Auftrag des IZI ist die Förderung der Qualität im Kinder- und Jugendfernsehen.

» www.izi.de

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

Das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis wurde 1949 gegründet und befasst sich seither in Forschung und pädagogischer Praxis mit dem Medienumgang der heranwachsenden Generation. Der bewusste und kritische Umgang mit Fernsehangeboten wird in zahlreichen Projekten und Materialien thematisiert.

» www.jff.de



Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

Als zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten Rundfunk und in den Telemedien (Internet) ist die KJM Ansprechpartner für Bürgerinnen und Bürger.

» www.kjm-online.de



Medienpädagogisches Referentennetzwerk Bayern

Bayerische Bildungseinrichtungen finden hier Unterstützung bei der Planung und Durchführung von medienpädagogischen Infoveranstaltungen im Online- und Präsenzformat. Dafür werden ihnen kostenfrei Referentinnen und Referenten vermittelt. Zur Auswahl stehen Elternabende für verschiedene Altersgruppen – drei davon auch in Leichter Sprache.

» www.stiftung-medienpaedagogik-bayern.de



Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB)

Das für die Lehrpläne der bayerischen Schulen zuständige Institut informiert Lehrkräfte mit dem Onlineangebot „mebis – Landesmedienzentrum Bayern“ rund um das Thema „Medien und Bildung“. Während der SchulKinoWoche Bayern werden Filme exklusiv für schulische Bildungszwecke in bayerischen Filmtheatern präsentiert.

» www.isb.bayern.de, www.mebis.bayern.de, www.schulkinowoche-bayern.de



Quellenangaben

[1] mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverband (Hrsg.): KIM-Studie 2016
Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2016/KIM_2016_Web-PDF.pdf [Stand: 20.04.2018]

[2] Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): Geflimmer im Zimmer – Informationen, Anregungen und Tipps zum Umgang mit dem Fernsehen in der Familie. Berlin 2008

[3] Maya Götz (Hrsg.): Mit Pokémon in Harry Potters Welt – Medien in den Fantasien von Kindern. In: TelevIZion, München 2006

[4] Wolfgang Schill: Fernseh-Helden und ihre Fans. In: prompt – server produktive medienarbeit. Internet: http://www.produktive-medienarbeit.de/ressourcen/bibliothek/projektberichte/helden_96.shtml [Stand: 12.12.2014]

[5] Ingrid Paus-Haase: Die Helden der Kinder. In: Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.): Handbuch Medienerziehung im Kindergarten. 1. Teil: Pädagogische Grundlagen, Opladen 1994

[6] FLIMMO: Von Topmodel bis Einzelkämpfer. 2007 Internet: <http://www.flimmo.de/flimmo-hilft-durchblicken/titelthemen/titelsingle/von-topmodel-bis-einzelkaempfer-maedchen-und-jungen-und-ihre-programmvorlieben/> [Stand: 20.04.2018]

[7] Kinder-Medien-Studie (KMS) 2018: Internet: https://www.kinder-medien-studie.de/?page_id=367 [Stand: 07.09.2018]

Die Inhalte der Hintergrundinformationen »Information: Kinder und Helden« sowie »Information: Merchandising« beruhen im Wesentlichen auf Texten von FLIMMO. (www.flimmo.de)

Impressum

Konzeption: Stiftung Medienpädagogik Bayern und Helliwood media & education

Redaktion: Jutta Baumann, Stiftung Medienpädagogik Bayern

Autorinnen und Autoren: Marc Doerfert, Anja Monz, Stefanie Reger

Umsetzung/Aktualisierung: Helliwood media & education, Berlin

Fachliche Unterstützung: Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB)

Bildnachweis: Titel: Shutterstock.com/Greenland;

Illustrationen: Dreamstime.com/dannyphoto80 und eigene

3. überarbeitete Auflage, München 2018



Entwicklung der Materialien finanziert durch die
Stiftung Medienpädagogik Bayern

Copyright: Stiftung Medienpädagogik Bayern

Alle Rechte vorbehalten



Aktualisierung der Materialien gefördert von der
Bayerischen Staatskanzlei

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des Herausgebers und der Autoren ausgeschlossen ist.