

»Dann denk'  
ich mir meist,  
warum ich nicht  
so dünn bin.«

Lena (15 Jahre) über ihre Gedanken,  
seitdem sie *Germany's Next Topmodel* (PRO7) sieht

**Lernen, ohne es zu merken**





**Dr. Maya Götz**  
Leiterin des Internationalen  
Zentralinstituts für das  
Jugend- und Bildungs-  
fernsehen (IZI) und  
des Prix Jeunesse  
International

Wir können nicht nicht lernen. Folglich lernen wir auch beim Fernsehen, unabhängig davon, ob dies von den Sendungen gezielt intendiert ist oder ob wir es bemerken oder nicht. Einer der Hintergründe: Fernsehen bewegt uns emotional, wir sind begeistert von den Geschichten und Informationen und meinen, nun etwas besser und genauer verstanden zu haben. Und Begeisterung ist ein sehr wirksamer Motivator für das Lernen und Memorieren (Hüther). Viele Dinge lernen wir unbewusst »nebenbei« (Stern/Schumacher, Götz).

Gerade für Qualitätsfernsehen für Kinder und Jugendliche bietet dies diverse Chancen und Möglichkeiten für intendiertes Lernen, von naturwissenschaftlichen Inhalten bis zur Sprachförderung bei Vorschulkindern mit Migrationshintergrund (Holler/Reiter). Doch nicht immer nehmen sich Kinder und Jugendliche nur das mit, was sich Redaktionen erhofft haben. So kann das Bild eines kranken Mädchens in Afrika emotional so stark sein, dass es viele andere intendierte Sachinformationen überdeckt (Schlote). Gestaltung und Informationswert müssen möglichst zielgruppenadäquat kombiniert werden (Kettenhofen et al.). Hier heißt Qualität Reflexion im Detail. Wie dies beim viel diskutierten Thema der Förderung von gesunder Ernährung gezielt eingesetzt werden kann, zeigen Studien zu Formaten wie *LazyTown* (Arendt) und *Caillou* (Götz/Holler/Unterstell).

Kinder und Jugendliche nehmen sich aus dem Fernsehen aber auch viel grundlegendere Dinge wie das Lernen des Lernens oder ein Bild von denen, die »Wissen schaffen« (Schlote/Renatus), mit. Sie nehmen, mehr oder weniger ohne es zu merken, Bilder, Musiken und Reime aus der Werbung mit (Aufenanger/Mertes) oder gewinnen aus Castingshows einen professionelleren Blick auf den Frauenkörper. Diese Formen des Wissenserwerbs mögen zunächst unproblematisch erscheinen, können dann aber in Konsequenz reale Folgen wie Kaufwünsche oder eine Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper bedeuten (Götz/Gather). Hier bleibt Reflexionsbedarf, was Qualität und verantwortungsbewusster Umgang mit der Inszenierung von Menschen und der Fähigkeit des Menschen zu lernen bedeuten und wo bisher zu wenig genutzte Chancen liegen (Wellershoff).

# TELEVIZION

## LERNEN, OHNE ES ZU MERKEN

### FORSCHUNG

Maya Götz  
**Was nebenbei noch so hängen bleibt**  
 Es ist hinlänglich bewiesen, dass Kinder und Jugendliche vom Fernsehen lernen, Förderliches und auch so manches, was nicht unproblematisch ist. Vieles davon kann explizit abgefragt werden und die Lernprozesse werden bewusst wahrgenommen. Anderes findet in Prozessen statt, die dem Bewusstsein zumindest nicht direkt zugänglich sind. Dieser Artikel versucht anhand eingängiger Beispiele und spielerischer Metaphern zentrale Phänomene nachzuzeichnen.

Irene Wellershoff  
**Moral im Kinderfernsehen**  
 »Moralvermittlung« oder »ethische Erziehung«, das klingt nach der Pädagogik der 1950er-Jahre. Im Grunde handelt es sich aber um eine immer aktuelle Fragestellung an das Kinderprogramm. Als Fernsehmacher kann man sich dem Thema nicht entziehen, da man mit jedem Programm auch Werte vermittelt – wenn nicht bewusst, dann unbewusst.

Stefan Aufenanger/Kathrin Mertes  
**»Coole Flecken – alles klar?«**  
 Kinder mögen nicht nur Fernsehwerbung, sie können dabei auch etwas lernen. In einer Studie wurden über 200 Kinder im Alter zwischen 6 und 12 Jahren nach ihrem Verständnis von Werbespots befragt. Es wurde untersucht, was sie dabei direkt oder indirekt lernen.

Andrea Holler/Stefanie Reiter  
**Nebenbei noch Deutsch lernen**  
 Kindersendungen bieten Chancen, auf die Sprachförderung von Vorschulkindern, besonders von Vorschulkindern mit Migrationshintergrund, unterstützend zu wirken. Wie dies konkret umgesetzt werden kann, wird anhand von Beispielen aus aktuellen Kinderprogrammen aufgezeigt.

Maya Götz/Johanna Gather  
**Wer bleibt drin, wer fliegt raus?**  
*Germany's Next Topmodel* (PRO7) und *Deutschland sucht den Superstar* (RTL) zählen zu den bei Kindern und Jugendlichen beliebtesten Formaten. Eine IZI-Studie untersuchte, was Heranwachsende an diesen Shows fasziniert und was sie daraus lernen.

Ein Gespräch mit Gerald Hüther  
**»Lernen mit Begeisterung«** \_\_\_\_\_ 4  
 Maya Götz  
**Was nebenbei noch so hängen bleibt** \_\_\_\_\_ 6  
 Ein Gespräch mit Elsbeth Stern und Ralph Schumacher  
**Wie lernt man unbewusst?** \_\_\_\_\_ 12  
 Irene Wellershoff  
**Moral im Kinderfernsehen** \_\_\_\_\_ 21  
 Stefan Aufenanger/Kathrin Mertes  
**»Coole Flecken – alles klar?«** \_\_\_\_\_ 37  
 Andrea Holler/Stefanie Reiter  
**Nebenbei noch Deutsch lernen** \_\_\_\_\_ 41  
 Maya Götz/Johanna Gather  
**Wer bleibt drin, wer fliegt raus?** \_\_\_\_\_ 52

### PROGRAMMFORSCHUNG

Elke Schlote  
**Aus Wissenssendungen lernen, ohne es zu merken** \_\_\_\_\_ 14  
 Elke Schlote/Rebecca Renatus  
**Wie kommt das Ei ins Essigglas?** \_\_\_\_\_ 17  
 Kathleen Arendt  
**Kann Fernsehen zu besserem Essen verführen?** \_\_\_\_\_ 28  
 Maya Götz/Andrea Holler/Sabrina Unterstell  
**»Viel Gemüse essen und viel Milch trinken«** \_\_\_\_\_ 32  
 Claudia Kettenhofen et al.  
**Nachrichtenselektion bei Kindern** \_\_\_\_\_ 46

### EXPERTINNEN DISKUTIEREN

*The wrong trainers* \_\_\_\_\_ 24  
*Loveagents* \_\_\_\_\_ 26  
*Make some noise* \_\_\_\_\_ 50  
**Impressum** \_\_\_\_\_ 36

Elke Schlote  
**Aus Wissenssendungen lernen, ohne es zu merken**

Kinder und Jugendliche schauen Wissenssendungen ganz gezielt, um sich daraus etwas »mitzunehmen«. Doch es sind nicht nur Fakten und Inhalte, die sie sich bewusst aneignen. Ohne es zu merken, lernen sie z. B. auch, wie Wissenschaft funktioniert und wer überhaupt Wissen schafft.

Elke Schlote/Rebecca Renatus  
**Wie kommt das Ei ins Essigglas?**  
 Das Wissen um Problemlösungsstrategien und das »Lernen des Lernens« gewinnen immer mehr an Bedeutung. Wissenssendungen für Kinder bieten hier ganz Unterschiedliches an. Eine IZI-Studie erhob, was Kinder daraus für sich gewinnen können und wo Optimierungschancen bestehen.

Kathleen Arendt  
**Kann Fernsehen zu besserem Essen verführen?**  
 Die Potenziale des Fernsehens für die Ernährungsprävention bei Kindern sind bislang nur unzureichend behandelt worden. Der Artikel gibt einen Überblick über die Annahmen und Möglichkeiten der Entertainment-Education-Strategie und stellt erste Ergebnisse einer Experimentalstudie zur Ernährungsaufklärung durch die fiktionale, unterhaltende Fernsehserie *LazyTown* vor.

Maya Götz/Andrea Holler/Sabrina Unterstell  
**»Viel Gemüse essen und viel Milch trinken«**  
 Diese IZI-Studie unter Kindergartenkindern ging der Frage nach, ob und inwieweit Kinder Gesundheitsbotschaften, die z. B. in der Kindersendung *Caillou* vermittelt werden, memorieren.

Claudia Kettenhofen et al.  
**Nachrichtenselektion bei Kindern**  
 In der Studie wurden 179 SchülerInnen verschieden gestaltete *logo!*-Beiträge mit manipuliertem hohem und niedrigem Nachrichtenwert gezeigt. Es wurde untersucht, woran sich die Kinder erinnerten und welche Relevanz sie diesen Nachrichten zuschrieben.