

»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.