

Christina Oberst-Hundt: Vom Fernsehen zum Denken!

Beitrag aus Heft »2009/03: Wie gut ist Medienpädagogik?«

„Vom Telekolleg zum PISAtest“: Unter diesem Titel wurde bei den diesjährigen Tutzing Medientagen am 2. und 3. März über das Thema „Wissen und Bildung im Fernsehen“ referiert und diskutiert. Mit dem Telekolleg haben seit Mitte der 60er Jahre des vergangenen Jahrhunderts über 60.000 Menschen die Fachhochschulreife erlangt und weiterhin melden sich rund 2.000 Menschen pro Kurs an. Das ist durchaus eine Erfolgsgeschichte! Von den PISAtest-Ergebnissen in deutschen Schulen kann dies keineswegs gesagt werden. Hat das Fernsehen möglicherweise das schlechte Abschneiden deutscher Schülerinnen und Schüler beeinflusst? Oder anders gefragt: Können TV-Programme dazu beitragen, dass Wissen (nicht nur) für die Schulgeneration an Wert gewinnt, in' ist, dass Bildung nicht mit verstaubten Lerninhalten sondern als interessant, wichtig und erstrebenswert angesehen wird? Die in Tutzing anwesenden Macher, ob Produzent, Redakteur oder Moderator (die beiden einzigen eingeladenen Frauen waren leider verhindert) vermittelten nicht den Eindruck, dass es ihnen darum geht, den Erwerb von abfragbarem Wissen, wie bei PISA getestet, zu fördern, sehr wohl aber Menschen: junge wie alte, zu der Einsicht zu bringen, dass Wissenssendungen Informationen und Erkenntnisse über Dinge und Sachverhalte vermitteln können, von denen sie vorher nichts wussten und ahnten, dass Aha-Erlebnisse einen Mehrwert bringen und außerdem auch noch Spaß machen können.

Pioniere des Wissensfernsehens

Schon die ‚Steinzeit‘ des Fernsehens, als es noch allein das Öffentlich-Rechtliche gab, leistete dies, wenn auch anders als heute. Ein durchaus unterhaltsamer Rückblick der Journalistin Klaudia Wick auf die Wissenssendungen von gestern bestätigte das. Namen wie Bernhard Grzimek, Heinz Sielmann, Jaques Cousteau oder Horst Stern erinnern daran, dass ihre Tiersendungen, deutlicher wohl als viele der aktuellen Zoo-Sendungen, ein Bewusstsein zu vermitteln suchten, das die heutigen Vorstellungen von Ökologie, Umwelt und Nachhaltigkeit mit beeinflusst hat. Ein Highlight dieser Zeit war die Übertragung der ersten Mondlandung am 21. Juli 1969. Astronaut Neil Armstrong macht den ersten Schritt eines Menschen auf den Nachbarplaneten und weltweit 530 Millionen Menschen sehen zu. Mit den Weltraum-Sendungen ist der Name Ernst von Kuon eng verbunden. Auch Heinz Haber gehört mit Was sucht der Mensch im Weltraum? und Unser blauer Planet zu den Pionieren der Wissenssendungen. Und Hoimar von Ditfurth schrieb mit der Reihe Querschnitte Fernsehgeschichte. Schon damals befasste er sich unter dem Sendetitel Hatte Darwin Recht? mit den Vorurteilen gegenüber der Evolutionstheorie. Die von Wick gezeigten Ausschnitte vermittelten mitunter Bilder reger Diskussionsrunden älterer weißhaariger Männer. Die Zuschauer und Zuschauerinnen durften beim wissenschaftlichen Diskutieren zusehen! Auffällig war allerdings, dass geisteswissenschaftliche Themen, wie Soziologie oder Psychologie kaum vorkamen. Eine Ausnahme, so Wick, sei die Unterhaltungsshow Wunsch Dir was gewesen, die Themen wie zum Beispiel „Schlangenphobie“ oder „Autosuggestion“ in der ZDF-Unterhaltungsredaktion zu Wettkampfspielen verarbeitete.

Mit „Edutainment“ ein Leben in Extremen?

Gerade Wunsch Dir was mit teilweise bizarren und manchmal auch nicht ganz ungefährlich scheinenden Spielen relativiert den Blick auf die mitunter nahezu beschaulich wirkende TV-Vergangenheit. Ulrich Reinhardt von der BAT-

Stiftung für Zukunftsfragen hatte ihr unter dem Titel „Edutainment – Bildung macht Spaß“ mögliche Szenarien gesellschaftlicher Entwicklungen in der näheren Zukunft gegenübergestellt, die jedoch nicht durchweg Optimismus auszulösen vermochten. Freizeit, so der Trend, werde gegenüber der Arbeitszeit weiter zunehmen. Alte Menschen, zur Hälfte pflegebedürftig, würden immer mehr und Jugendliche zur Minderheit der Gesellschaft werden, vor allem deshalb, weil Frauen mit akademischem Abschluss ihren durchaus vorhandenen Kinderwunsch (86 Prozent) wegen des eklatanten Mangels an Betreuungseinrichtungen immer weniger realisieren (23 Prozent) könnten. Die Auseinandersetzungen der Zukunft würden sich also zwischen Menschen mit und ohne Kindern abspielen und Bildung sei dann vorrangig etwas für die ältere Generation. Jugendliche dagegen würden, verunsichert durch Sparmaßnahmen und steigende öffentliche Ausgaben, ihr Freizeit- und Konsum-Verhalten auf ein „Leben in Extremen“ oder auch „Luxese“: mal Luxus, mal Askese, erst Genuss, dann sparen, orientieren nach der Devise: „Stil ist, nicht viel Geld zu haben, aber es auszugeben!“ In Themenparks und Science-Centern, oder mittels Videospielen würden sie „erlebnisorientiertes Lernen“, das selbstgesteuerte interaktive Auseinandersetzung erfordert und alle Sinne einbezieht, pflegen. Dieser Trend beeinflusse schon jetzt auch das Fernsehen durch zunehmende Komplexität. Serien zum Beispiel haben schon heute deutlich mehr Handlungsstränge als früher. Vernachlässigt dagegen das Buch, das lediglich lineares isoliertes, passives Tun ermögliche! Bedenklich stimmt hierbei zudem die tiefgreifende gesellschaftliche Spaltung: Gymnasiasten nutzen drei mal so häufig neue Medien wie Jugendliche, die eine Hauptschule besuchen! Die Generation @ entpuppt sich hier also eher als Mittel- und Oberschicht-Phänomen.

Alltagswissen, das Spaß macht

Was setzen die in Tutzing vorgestellten Wissensformate der privaten Sender dieser Entwicklung entgegen oder wie entsprechen sie ihr? „Das Neue“, so Christoph Steinkamp, bei PRO SIEBEN für die Sendung Galileo zuständig, sei, „dass der Zuschauer mitgenommen wird. Man lässt ihn etwas erleben“. Es gebe „viele Experimente, richtiges Jungfernsehen, das Spaß macht!“ Dass man natürlich auch die weiblichen Zuschauer ansprechen wolle, fügt er – etwas später – hinzu. Aber insgesamt erreichten sie schon eher junge Männer um die 34 Jahre und keineswegs nur aus der Oberschicht. Galileo will Leute ansprechen, „die unterhalten werden und dabei auch noch was mitbekommen wollen.“ Ob das unbedingt auch für die Frage gilt, wie stabil eine PET-Flasche ist und was alles gemacht werden muss, um sie endlich kaputt zu kriegen, sei dahingestellt. Sein Kollege Hendrik Hey von RTL 2 (Welt der Wunder) betont, dass die Vermittlung von „Alltagswissen besonders erfolgreich“ sei. Dabei geht es dann zum Beispiel auch um Fragen wie „Wie kann man seinem Kater im Fasching am besten entgegenwirken, was ist sinnvoll, was falsch und genau das wird dann vorgeführt“. Er nennt das „angewandte Wissenschaft im freien Feld“. Fernsehen soll ein „Tor zur Welt“ sein: Es geht ihm um „Infos, die seine Zuschauer gebrauchen können, über die sie am nächsten Tag sagen können ‚Ich weiß das!‘“. Er betont, dass Welt der Wunder auch sehr viele Acht- bis 13-Jährige erreicht, darunter auch Kinder aus sozial schwächeren Familien. „Sendungen wie diese sollen auf unterhaltsame Art Informationen und Wissen mit Alltagsgebrauchswert vermitteln und Spaß machen. Und das ist schon eine ganze Menge!

Trendsetter Maus

Viele Kindersendungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens gelten als Highlights des Wissens- und Bildungsfernsehens. Die Sendung mit der Maus, so alt wie die Weltraumforschung seit der 1. Mondlandung mit Neil Armstrong 1969, war schon immer Trendsetter und hat bis heute nichts von ihrer Attraktivität eingebüßt und

eine Reihe von ‚Nachkommen‘ durchaus eigenständiger Art, wie zum Beispiel Wissen macht Ah! gezeugt. Sie ist in allen ARD-Sendern zu Hause. Für den direkten Kontakt mit ihrem Publikum gibt es die Maus-Initiative Frag doch mal und das Maus-Post-Büro, das innerhalb weniger Wochen über 78.000 Fragen erreicht. Es gibt Maus-Seiten im Internet und Podcast-Angebote von Maus und Wissen macht Ah! belegen nicht nur bei Kindern Spitzenpositionen. Während die Maus ihre Beiträge anfänglich streng nach der Devise „Nur keine Pädagogik!“ ausrichtete und sich so von Frontalunterricht und trockener Wissensvermittlung distanzieren wollte, ist ihr heute allerdings der Begriff ‚Pädagogik‘ kein Tabu mehr, sondern wird, wie Siegmund Grewenig, Programmgruppenleiter Kinder und Familie beim WDR, in Tutzing betonte, „als dringende Notwendigkeit“ gesehen, um „neben der inzwischen unkontrollierbaren Unterhaltungsflut auch pädagogisch wertvolle Programme für Kinder anzubieten.“ Als öffentlich-rechtlicher Anbieter, sagt er, „müssen wir dafür Sorge tragen, das Programm zu bieten, das Kinder woanders nicht bekommen.“ In der Sendung mit dem Elefanten wird Pädagogik sogar Programm. Es gibt Medienpakete und Veranstaltungen, wie den Tag der Medienpädagogik oder das Multimedia-Lernpaket Die Welt ist elefantastisch – Sprachförderung mit dem Elefanten, die sich insbesondere an Erzieherinnen und Erzieher wenden. Maus und Elefant gehen direkt in die Gesellschaft, dorthin, wo sie am dringendsten gebraucht werden. Zugleich versteht sich, wie Grewenig betonte, öffentlich-rechtliches Kinderfernsehen nach wie vor der Tradition verpflichtet, sein vor allem junges Publikum gut unterhalten zu wollen.

Bildung nicht allein dem Internet überlassen!

Seit elf Jahren schon gibt es den einzigen und mittlerweile Grimme-Preis-gekrönten deutschen TV-Bildungskanal BR alpha. Dass Werner Reuß von „seinem“ Sender begeistert ist, vermittelt sich bereits nach den ersten Sätzen seiner Rede in Tutzing. Am Beispiel des Dokumentarspiels Hitler vor Gericht betont er den umfassenden Bildungsauftrag, dem sich der Sender verpflichtet fühlt. Der Film, so Reuß, „ist Bildung. Bildung in Geschichte, Bildung in Politik und Bildung in Demokratie“. Gerade diesem gesellschaftspolitischen Aspekt könne das Fernsehen wie kein anderes Medium Geltung verschaffen, da es über eine von keinem anderen erreichte Suggestivkraft verfüge und damit die Fähigkeit habe, „das Denken, Fühlen, Wollen und Handeln der Zuschauer suggestiv zu beeinflussen.“ Bildung hat, so Reuß, „mit Verstehen zu tun – und mit Emotion, Faszination und Euphorie“. „Bildung bedeutet innere Veränderung ... neue Sichtweisen“ und „Erkenntnis, die handlungswirksam werden kann“. Bildung dürfe deshalb keineswegs allein dem Internet überlassen werden. Dass trotz des Internet-Wachstums die TV-Nutzung auf täglich 221 Minuten gestiegen sei, zeige, dass der Anstieg des Internets nicht zulasten des Fernsehens gehe, sondern eher zulasten anderer Freizeitaktivitäten. Und natürlich sei auch BR alpha im Internet umfangreich vertreten. Fernsehen und Internet sollten nicht als Gegensätze gesehen werden. „Wir sprechen nicht vom Entweder-oder, sondern vom Sowohl-als-auch.“ Und er ist überzeugt, dass BR alpha als einziges Bildungsvollprogramm „auch bundesweit eine immer größere Rolle spielen wird“. Gerade im Verbund von Fernsehen und Internet könnten sich die medialen Möglichkeiten für Bildung voll entfalten. Allerdings scheint die Politik, wie er „am Rande“ kritisch anmerkte, die „Qualität der Online-Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks offenbar so sehr zu fürchten“, dass sie im Internet, „diesem demokratischen Weltall von Angeboten“ mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag nun „Schranken und Restriktionen“ aufgebaut hat.

Abenteuer Forschung

Dass Forschung das denkbar Spannendste ist und selbst vor Udenkbarem nicht Halt macht, das will der Physiker

und Astronom Harald Lesch als Moderator der ZDF-Sendung Abenteuer Forschung rüberbringen. „Was uns interessiert“, so der Professor, „sind Fragen, die man sich möglicherweise noch nicht gestellt hat“ und Menschen auch mit Themen zusammen zu bringen, „von denen sie noch nie etwas gehört haben“. Er will sie „dazu veranlassen, ihr Hirn zu benutzen.“ „Wenn wir das beim Zuschauer schaffen, dass er seinen Kopf benutzt, dann haben wir meiner Ansicht nach genau die Funktion erfüllt, die wir erreichen können.“ Das kann die Beschäftigung mit dem Thema ‚Zeit‘ sein, die Frage, was ist Schönheit? oder klarzumachen, dass die Evolutionstheorie viel tiefer greift, „als einfach nur die Entwicklung von Lebewesen auf einem Planeten zu erklären“. Es geht nicht so sehr um Wahrheiten, sondern vielmehr darum, herauszufinden, ob etwas falsch ist. Eine Wissenschaftssendung sollte seine Zuschauerinnen und Zuschauer dazu bringen, „dass eine grundsätzliche intellektuelle Haltung erworben wird und nicht nur Information alleine.“

Lebenslanges Lernen und soziale Gerechtigkeit

In Tutzing ging es um den Beitrag des Fernsehens, öffentlich-rechtlichem wie privatem, bei der Vermittlung von Wissen und Bildung und darum, ob Fernsehen seinem Bildungsauftrag nachkommt. Das schließt auch die Frage ein, wie ‚lebenslanges Lernen‘ als gesellschaftlicher Anspruch durch die vielfältigen Möglichkeiten des Mediums Fernsehen unterstützt und gefördert werden kann. Lebenslanges Lernen, das umfasst auch die Wünsche der immer mehr werdenden Alten, die durch körperliche und eben auch geistige Fitness am gesellschaftlichen Leben so lange wie möglich teilhaben wollen, ebenso wie die sich in Politik und Gesellschaft inzwischen vermehrt durchsetzende Erkenntnis, dass Menschen von klein auf bildungsbedürftig und -fähig sind, Kindertagesstätten also nicht lediglich notgedrungene Betreuungs-, sondern vorrangig Bildungseinrichtungen sind, bzw. sein sollten und Erzieherinnen und Erzieher sowie Eltern Unterstützung brauchen und erhalten müssen, um Kinder angemessen zu fördern und hierbei niemand ausgegrenzt werden darf. Dieses ganzheitliche Bildungsverständnis, das Wissen, Bildung und Erziehung im Zusammenhang sieht, hatte der EKD-Medienbeauftragte Markus Bräuer in seinem Einführungsreferat betont. Bräuer wandte sich gegen eine bloße „Ökonomisierung der Bildungsziele und Bildungsinhalte“, die auf bloße Vermittlung von „vornehmlich Verfügungswissen“ ziele. Ebenso „breiten Raum“ müsse das Orientierungswissen, welches „die Grundfragen des menschlichen Lebens, nach Hoffnung und Halt, Orientierung und Vertrauen“ einschließt, einnehmen. Dabei geht es auch um soziale Gerechtigkeit: Bildungsferne dürfe nicht „dauerhaft über Generationen vererbt“ werden und Menschen, die Deutsch nicht als Muttersprache gelernt haben, müsse möglich sein, dass sie sich „chancengleich in die Gesellschaft integrieren können“. Dass Fernsehen ein „Bildungsmotor“ sein kann und sollte, dazu hatte die Tagung vielfältige Anregungen gegeben, aber auch kritische Fragen aufgeworfen: Warum zum Beispiel erreichen die vielfältigen qualitativ hochwertigen Wissenssendungen oft nur Miniquoten? Wie kann in der Bevölkerung der Wunsch gestärkt werden, sich selbst bilden zu wollen? Was kann der Staat für mehr Bildungsbereitschaft, was der Rundfunk selbst für mehr Medienkompetenz tun? Warum wird im Fernsehen Wissenschaft meist mehr auf naturwissenschaftliche und technische Themen beschränkt? Welchen Beitrag kann das Unterhaltungsfernsehen leisten? Wie können insbesondere mehr Jugendliche erreicht werden? „Es muss ‚cool‘ werden, Bescheid zu wissen“, so der ARD-Vorsitzende Boudgoust in der Abschlussdiskussion. Ob Fernsehen klüger macht und dann auch die PISA-Ergebnisse besser werden? Zumindest schadet es nicht. Im Gegenteil!