

7 Thesen zum öffentlich-rechtlichen Bildungsauftrag heute

Werner Reuß, Armin Olbrich

These 1: »Der öffentliche Bildungsauftrag ist heute wichtiger denn je.«

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Medium und Faktor umfassender (Menschen-)Bildung: Ziel ist es, eine »Teilhabebefähigung« zu ermöglichen, sowohl eine private, soziale und gesellschaftliche als auch im beruflichen Umfeld. Er ist ein Angebot für Menschen, das ihnen hilft, sich besser im Leben zurechtzufinden und mit den Herausforderungen umzugehen, das Lust auf Auseinandersetzung, Verstehen und Anwenden macht, das im Idealfall Kompetenzerleben und Selbstbestimmung in Bildungsprozessen und die Erfahrung von Sinn und Zugehörigkeit ermöglicht. Insbesondere in Zeiten, die von schnellen Veränderungen geprägt sind, in denen Innovationszyklen in der Technik immer kürzer werden und sich ständig neue inhaltliche Herausforderungen und Anforderungen im Berufsleben ergeben, braucht es ein Bildungsangebot, das Orientierung gibt und zur Teilhabe befähigt.

Die Bandbreite umfasst dabei Beispiele wie die Alphabetisierung und das *Telekolleg* (BR), das heute mit 350 Sendungen in 14 unterschiedlichen Fächern die Erlangung der Mittleren Reife und der Fachhochschulreife anbietet, oder Beiträge wie *Aufstehen zum Protest – Widerstand ohne Gewalt* von Planet Schule (SWR).

These 2: »Es braucht flexiblere Zugangsmöglichkeiten.«

Mit den neuen medialen Möglichkeiten und dem damit einhergehend veränderten Mediennutzungsverhalten müssen Bildungsangebote auf diversen

Ausspielungswegen zugänglich sein. Heute geht es mehr denn je um Flexibilität, Modularität, Mobilität und Interaktivität. Analoge Angebote für den Präsenzunterricht, rhythmisiert in 30 Minuten, haben weiterhin ihre Bedeutung und ihre Berechtigung. Aber alles, was medial angeboten wird, muss flexibel nutzbar sein und auf die Bedürfnisse der Menschen eingehen: wie sie lernen, was sie lernen, wo sie lernen und womit sie lernen. Es müssen Möglichkeiten geschaffen werden, dass sich die NutzerInnen ihre Angebote individuell für ihre Bedürfnisse in Tempo, Raum und Zeit selbst organisieren können.

These 3: »Wir müssen uns noch mehr an den Bedürfnissen der NutzerInnen orientieren.«

Die zunehmende Selbstbestimmtheit der NutzerInnen geht mit veränderten Rezeptionsgewohnheiten im Umgang mit der Angebotsvielfalt einher. Angebote werden schnell nach »brauchbar – nicht brauchbar«, »gefällt – gefällt nicht« selektiert. Geduld für lange Einleitungen gibt es oft nicht mehr. Die Bereitschaft, sich über einen längeren Zeitraum mit Inhalten auseinanderzusetzen, deren Sinnhaftigkeit und Verstehbarkeit sich nicht sofort erschließen, ist gegen null gesunken. Ohne emotionale Bindung und Anknüpfungspunkte an die eigenen Wertewelten wird kaum ein Angebot für längere Zeit die Aufmerksamkeit binden. Hier entstehen extreme Herausforderungen, denn Lernangebote sind per se etwas hochschwelliger. Wenn jemand mit extrinsischer Motivation (z. B. durch anstehende Herausforderungen, Prüfungen

etc.) an die Angebote herantritt, hat er/sie eine Intention und den Wunsch nach einem Inhalt. Das erhöht die Toleranz. Unser Ziel muss es aber auch sein, die anderen zu erreichen, sie für Bildung zu interessieren und für Teilhabe zu gewinnen. Entsprechend konsequent – konsequenter als jemals zuvor – muss die Orientierung an den Bedürfnissen und Nutzungsgewohnheiten sein. Die Aufmerksamkeit muss sich dabei voll auf den Inhalt konzentrieren dürfen und darf nicht gebunden werden durch komplizierte und wechselnde Logiken der Anwendungs- und Nutzungsmodi. Der »technische Teil« der Nutzung muss selbstreferenziell und intuitiv erfassbar sein.

These 4: »Neue Medien bringen andere Darbietungsformen, höheres Tempo und höhere Dichte.«

Je nach Ausspielungsweg muss das Angebot anders aussehen. Ob ein Bildungsinhalt auf einem Tablet oder Smartphone genutzt wird, hat immer auch Konsequenzen für die inhaltliche und didaktische Aufbereitung und Gestaltung. Für das Internet werden die Angebote kleinteilig, sehr modular mit wiederkehrenden Elementen ausgebaut. Redundanzen, die in einer 30-minütigen Sendung wichtig sind, um den Lernerfolg zu sichern, braucht es im Netz nur noch bedingt, denn die NutzerInnen können ein kürzeres Video beliebig oft ansehen, anhalten, zurückfahren etc. Beim linearen Angebot müssen alle ein mittleres Tempo wählen. Neue mediale Zugangswege trauen und muten den NutzerInnen mehr zu. Entsprechend sind das Tempo

und die Informationsdichte oft deutlich höher. Je modularer das Angebot, desto wichtiger ist eine intrinsische Logik, die bei aller Kleinteiligkeit von den NutzerInnen ganz schnell erfasst werden kann und so Orientierung bietet. Die neue Herausforderung ist es, dass jedes Modul für sich ein tieferes Verständnis des Inhalts und seiner allgemeinen Bedeutsamkeit liefern muss. Denn Ziel bleibt die Teilhabebefähigung, d. h., dass die UserInnen das Erlernte verstehen und anwenden können und dadurch im Alltag handlungsfähiger werden.

These 5: »Es braucht authentische Personen als emotionale Ankerpunkte.«

Personalisierung wird zum Schlüssel der Bildungsangebote, Personen werden zum emotionalen Ankerpunkt und Mittler des Inhalts. Zu den bekanntesten Gesichtern im Bildungsbereich zählen Armin Maiwald, Bob Ross und Harald Lesch. Was sie – neben hohen kommunikativen Fähigkeiten – kennzeichnet, ist die große Freude, mit der sie erforschen, verstehen und erklären. Ihre Ansprechhaltung ist nie oberlehrerhaft, sondern stets auf wertschätzender Augenhöhe mit den ZuschauerInnen. Sie gehen gemeinsam mit den NutzerInnen an die Aufgaben und Herausforderungen heran, trauen ihnen etwas zu und erforschen bzw. erschaffen dann Schritt für Schritt mit ihnen zusammen etwas. Dies eröffnet Lernräume, in denen sich die Lernenden als kompetent erleben können, in denen sie scheinbar Undurchdringliches zunehmend verstehen, Großes in kleine Teile zerlegt als handhabbar erleben und die Sinnhaftigkeit der Zusammenhänge und die Bedeutsamkeit begreifen. Die Person des Moderators oder der Moderatorin gibt das Vertrauen, dass dieses Bildungserlebnis bereichert und nicht frustriert. Entscheidend ist auch, dass LehrerInnen und LernerInnen eine emotionale Bindung zum Inhalt aufbauen können, entweder durch den Inhalt selbst oder

die Vermittlungsform, durch Analogien oder »Bilder«. Es braucht Nützliches, Überraschendes, Unterhaltsames, Interessantes und auch Vergnügliches. Eine Hauptaufgabe der ProduzentInnen aktueller und zukünftiger Bildungsangebote wird sein, neue Gesichter und Stimmen zu entdecken, die diese Herausforderungen erfüllen – wie Dana Newman oder Philip Häusser.

These 6: »Unsere Angebote müssen Evidenz haben und nachhaltig bilden.«

Ein zentraler Qualitätsanspruch ist dabei, das Versprechen eines positiven Bildungserlebnisses zu erfüllen. Das bedeutet, die Bildungsangebote müssen nachhaltig wirksam sein. Es muss etwas hängen bleiben und den Menschen sowohl in anstehenden Prüfungen als auch danach das Gefühl vermitteln, sie hätten hier etwas für sich gelernt, besser verstanden und ihre Kompetenzen erweitert. Es braucht eine Art »Enrichment-Effekt«. Neben der technischen Qualität ist das auch der Unterschied zur aktuellen Angebotsfülle an YouTube-Erklärvideos und den Angeboten einiger kommerzieller Anbieter. Ein öffentlich-rechtliches Angebot muss didaktisch und methodisch geschickt aufgebaut sein und aktuelle pädagogische Erkenntnisse umsetzen, sodass es anregende Lernräume mit Lernwirksamkeit schafft. Anregung, Erregung, Aufregung – all das schafft und erhält die Aufmerksamkeit und die Lust, sich mit den Inhalten zu beschäftigen.

These 7: »Demokratische Bildung ist wichtiger denn je.«

Bildung ist dabei nicht nur für den Einzelnen bedeutsam, sondern für die Gesellschaft als Ganzes von zentraler Bedeutung. Denn neben der Grundbildung, der Aufbereitung komplexer Zusammenhänge und Qualifizierungsangeboten ergeben sich durch gesamtgesellschaftliche, zum Teil medial getriebene Entwicklungen neue He-

erausforderungen. Ein aktuelles Thema ist mit Begriffen wie »Demokratische Bildung« zu fassen. In einer Gesellschaft, in der laut einer Umfrage des BR beinahe 50 % der Befragten mit der Demokratie unzufrieden sind und sich Menschen durch Filter- bzw. Informationsblasen daran gewöhnen, nur noch ihre eigenen Meinungen und Vorlieben bestätigt zu bekommen, vermitteln sich bestimmte Grundwerte unserer Gesellschaft wie die Diskursfähigkeit oder der Pluralismus nicht mehr selbstverständlich. Anti-Intellektualismus und Anti-Pluralismus entwickeln sich in Teilen der Gesellschaft zu ernst zu nehmenden, sich auch verfestigenden Grundhaltungen. Hier entstehen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk Herausforderungen, die zwar nicht neu, nun aber zunehmend dringlicher werden: die Grundprinzipien der Demokratie und die Werte unserer Gesellschaft in ihrer Bedeutung für den Einzelnen und das System wieder konkret erfahrbar zu machen. Bildung mag sich vielleicht nicht rechnen, zahlt sich aber immer aus! Insofern hat der Bildungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks heute mehr denn je eine gesamtgesellschaftliche Bedeutung. ■

ANMERKUNG

¹ Entwickelt aus einem Gespräch mit Dr. Maya Götz (IZI)

DIE AUTOREN



Werner Reuß ist Leiter des Programmbereichs »Wissen und Bildung« beim Bayerischen Rundfunk in München. Armin Olbrich ist Leiter der Redaktion »Lernen und Wissenslab« beim Bayerischen Rundfunk in München.