Andere Länder, andere Wege?

INTERNATIONALE BEISPIELE MULTIMEDIALER BILDUNGSANGEBOTE ÖFFENTLICH-RECHTLICHER SENDER

Programmverantwortliche aus Schweden, Japan und Großbritannien stellen Sendungen und Projekte sowie deren Verknüpfung mit Webplattformen und Social Media vor, mit denen sie das Lernen mit Medien in ihrem Land fördern.

Ami Malmros, Programmchefin Utbildningsradio, Schweden

Utbildningsradio (UR) ist ein Bildungssender, der zur öffentlich-rechtlichen Mediengruppe in Schweden gehört. Unsere Aufgabe ist es, Lerninhalte für Radio und Fernsehen zu produzieren, die an das schwedische Bildungssystem und die Bedürfnisse von Lehrkräften angepasst und auf den Lernplan abgestimmt sind. Die meisten Inhalte werden direkt für und mit Schulen entwickelt und produziert. Unser Programm erstreckt sich von der Vorschule bis zur Universität. Unsere Sendungen werden auch den anderen öffentlich-rechtlichen Sendern SVT und SR zur Verfügung gestellt. Wir produzieren auch direkt fürs Web. Wir haben für Jugendliche beispielsweise unseren eigenen YouTube-Kanal *Tänk till*, auf dem exklusiv fürs Netz hergestelltes Material zu sehen ist. Außerdem produzieren wir Content für Social Media, um die jüngere Zielgruppe zu erreichen. Einer unserer größten Erfolge ist *Orka plugga*, ein Projekt für 13- bis 14-Jährige, das ihnen dabei helfen soll, mit Problemen des Schulalltags fertigzuwerden (Abb. 1). Es enthält Kurzfilme zu Themen, die die SchülerInnen beschäftigen, zum Beispiel wie man vor einer Prüfung einen klaren Kopf bewahrt oder mit welchen Techniken man seine Lesekompetenz verbessern kann. Für GrundschülerInnen haben wir die App *Tripp Trapp Träd* entwickelt, die neben unserem Fernseh- und Radioprogramm interaktive didaktische Spiele enthält und landesweit in Vorschulklassen von pädagogischen Einrichtungen angewandt wird. Wir entwickeln dauernd aktuelle Inhalte, um den neuen Anforderungen zügig nachzukommen. Auf *UR-Play* bieten wir einen OTT-Service [over-the-top content] an, mit dem man Sendungen zu einem späteren Zeitpunkt nachsehen kann. Sie liegen dort 6 Monate lang. Unsere Hauptseite heißt *UR-Skola*. Dort stehen etwa 11.000 Programme für jeweils 5 Jahre zur Verfügung. Damit wollen wir dem Bedürfnis der Schulen nachkommen, dass diese einen längeren Zugang zu unseren Programmen brauchen. Auf *UR-Skola* findet man Sendungen zu allen schulrelevanten Themen und Bereichen. 80 % der schwedischen Lehrkräfte verwenden unsere Sendungen »hin und wieder« im Verlauf eines Schuljahres, 49 % sogar jede Woche.

Unser Hauptanliegen ist es, unsere Inhalte noch besser auf die Bedürfnisse unserer UserInnen abzustimmen. Um dieses Ziel besser zu erreichen, strukturieren wir unsere Produktionswege gerade um. Nichtsdestotrotz bleibt unsere Kernaufgabe das pädagogische Storytelling. Das heißt, wir schauen, wie eine Geschichte den Lernprozess der Kinder unterstützen kann, und entwickeln entsprechende Inhalte. Diese werden dann über verschiedene Plattformen verbreitet, damit die UserInnen sie auch finden und nutzen können. So fördern wir das kontinuierliche, lebenslange Lernen und unterstützen das Schulsystem im Allgemeinen.

Chie Wakabayashi, Senior Producer, Global Content Development Division, Programming Department, NHK, Japan

Masakazu Sato, Senior Producer, Education Programs Division, Programs Production Department, NHK, Japan

Wakabayashi: Tokio richtet 2020 die Olympischen Sommerspiele aus. SportlerInnen, Sportbegeisterte und

viele andere Menschen aus der ganzen Welt werden dann nach Japan kommen und bei den Spielen mitmachen oder zuschauen, und es ist eine großartige Chance für Kinder zu lernen, dass sie Teil dieser diversen Gesellschaft sind. Welchen Beitrag kann NHK als öffentlich-rechtlicher Sender hierbei leisten? Eine Idee war, den Kindern die Gelegenheit zu bieten, etwas über die Kultur ihres Landes zu lernen. Das gibt Selbstbestätigung und fördert zugleich den Respekt gegenüber den Kulturen anderer Länder.

Unter der Leitung des Senior Producers Masakazu Sato wurde das Projekt *Japangle* ins Leben gerufen. Sato hat langjährige Erfahrung in der Produktion von Bildungsprogrammen für Kinder, u. a. durch *Pythagora Switch* und *Take Tech*. Als Produzent von *Design Ah!* gewann er viele internationale Preise, darunter den Peabody Award 2012 und den PRIX-JEUNESSE-INTERNATIONAL-Themenpreis 2012.

Mit *Japangle* beschritt Sato einen ganz neuen Weg der Vermittlung von Kultur. In jeder Folge wird ein ausgewähltes Thema der japanischen Kultur genauer unter die Lupe genommen und von 4 Seiten beleuchtet: Design, Geschichte, Technik, Lebenswelt. Alle gezeigten Themen behandeln Dinge, die Kinder kennen.

Sato: Ich wollte mit diesem Bildungsprogramm Kindern die Methodik aufzeigen, wie man Erkenntnisse über bestimmte Dinge und ihr Umfeld erhält, nämlich indem man ein Thema in verschiedene Schichten und auf verschiedene Weise zergliedert. Nehmen wir zum Beispiel Toiletten. Wir denken eigentlich nicht viel darüber nach, aber wenn wir beispielsweise schauen, wie das Wasser in eine Toilette fließt, dann erkennen wir, dass da ganz viel Wissen und viele Ideen von den EntwicklerInnen drinstecken (Abb. 2). Japan ist eigentlich eine »Toilettentechnik-Denkfabrik«.

Wakabayashi: Toiletten werden auf dem Bildschirm ästhetisch ansprechend in kräftigen Farben präsentiert, alle mit 4K-Kameras aufgenommen (Abb. 3). Durch die hochwertigen Bilder soll die Aufmerksamkeit der Kinder geweckt werden. Musik ist ein weiterer Punkt, auf den viel Wert gelegt wird. Für jede Folge werden jeweils passend zum Thema eigene Musiktitel produziert, die den ZuschauerInnen im Ohr bleiben sollen.

Sato: Dieser minimalistische Ausdrucksstil bestehend aus Bild und Musik macht anscheinend süchtig. Die Videos können auf der Website *NHK for School* abgerufen und angeschaut werden und viele Kinder schauen sie immer wieder an, ohne dass ihnen dabei langweilig wird. Wir glauben, dass es eine bestimmte Art und Weise gibt, wie Bewegtbilder rezipiert werden, nämlich ähnlich dem Musikhören. Wir nennen das »Bewegtbild-Massage«.

Wakabayashi: Die Sendung kommt auch im Ausland gut an. Neben Japanisch wird sie für EnglischlernerInnen auch auf Englisch ausgestrahlt, damit sie auf Englisch etwas über Japan erklären können. Wir bekommen aber auch positives Feedback von Leuten im Ausland, die die Sendung geschaut haben. Unabhängig vom Alter oder der Nationalität haben Menschen Freude, wenn sie über etwas Unbekanntes mehr erfahren können – und die »Bewegtbild-Massage« könnte der ausschlaggebende Faktor sein, der dieses Gefühl der Freude hervorruft.

Sinéad Rocks, Director of Education, BBC, Großbritannien

Die Aufgabe von BBC Learning ist es, den in der Königlichen Satzung festgelegten Bildungsauftrag umzusetzen:

> ***Förderung des Lernens für Menschen jeden Alters***
>
> Die BBC trägt dazu bei, dass jeder auf greifbare, anregende und herausfordernde Weise etwas über verschiedene Themen lernen kann. Kindern und Jugendlichen im Vereinigten Königreich stellt die BBC Fachinhalte zur Verfügung, um sie beim Lernen zu unterstützen. Die Menschen sollen motiviert werden, sich mit neuen Themen zu beschäftigen und durch Kooperationen mit Bildungs-, Sport- und Kultureinrichtungen an neuen Aktivitäten teilzunehmen.

Die Vision von BBC Learning ist, das Leben durch Bildung zu verändern. Wir sind der Ansicht, dass jeder das Recht hat, sein Potenzial zu entfalten und für sich, seine Familie und Großbritannien als Ganzes eine bessere Zukunft zu gestalten. Unser Ziel ist es, die Fähigkeiten, das Selbstvertrauen und das Wissen jedes einzelnen Menschen zu mehren und so die Chancen für alle zu verbessern. Dies möchten wir durch positive Lernerfahrungen erreichen – online, im Fernsehen, Radio und live. Außerdem möchten wir mithilfe unserer Partnerorganisationen im ganzen Land die Zuversicht stärken und die Kreativität fördern.

Unsere Strategie, um diese Ziele zu erreichen, umfasst dabei 3 Bereiche:

- Mit *BBC Bitesize*[1] (Abb. 4) wollen wir Kinder, Jugendliche und Erwachsene auch außerhalb des Klassenzimmers – zu Hause und unterwegs – dafür begeistern, Wissen zu erwerben und zu überprüfen.
- *BBC Teach*[2] und *BBC Live Lessons*[3] soll Lehrkräften Ideen und Anregungen für ihren Unterrichtsalltag bieten.
- In breit angelegten Bildungsoffensiven versuchen wir, soziale Unterschiede und Bildungsdefizite landesweit zu bekämpfen.

Hierfür produzieren oder beauftragen wir Programme für Fernsehen, Radio und Onlineplattformen. Außerdem bieten wir Live-Lessons an. Wir orientieren uns sehr stark an den Ergebnissen unserer Publikumsforschung, um unsere Inhalte genau auf die Bedürfnisse und Interessen der Kinder, SchülerInnen, LehrerInnen und anderer LernerInnen abzustimmen. Durch die Forschung erfahren wir mehr über unsere Zielgruppen und können mit ihnen in Kontakt treten.

BBC Bitesize

BBC Bitesize bietet SchülerInnen Lernmaterial für außerhalb des Klassenzimmers, d. h. für zu Hause und unterwegs. Es orientiert sich direkt am Lehrplan und begleitet die LernerInnen von der Einschulung bis zu den Abschlussprüfungen. Wir haben das passende Lernmaterial, egal wo in Großbritannien sie sind. *Bitesize* ist sehr beliebt und wird von den LernerInnen sehr gut angenommen.

Den größten Teil von *Bitesize* machen die Lernmaterialien aus, die aus Filmen, interaktiven Spielen und Aktivitäten, Wiederholungsmaterial und Quiz bestehen. Es gibt auch eine *Bitesize*-App, in der die Inhalte auf kurzen »Flashcards«, mit denen man unterwegs lernen kann, zusammengefasst sind.

BBC Teach und *BBC Live Lessons*

Unser Ziel ist es, das Lernpotenzial, das in der großen Bandbreite der BBC-Produktionen und -Aktivitäten steckt, auszuschöpfen. Für *BBC Teach* bereiten wir die besten BBC-Videos, -Clips und andere lehrplanrelevante Quellen für deren Nutzung im Klassenzimmer auf und geben neue kurze Lehrfilme, die exakt auf den Lehrplan des Landes zugeschnitten sind, in Auftrag. Wir haben auch einen *BBC-Teach*-YouTube-Kanal eingerichtet, weil uns bewusst ist, dass ein solcher für Lehrkräfte sehr wichtig ist.

Unsere Live-Schulstunden sind Live-Webcasts, die das Beste unserer BBC-»Programmkunst« und Erfahrung direkt ins Klassenzimmer bringen und so den Lehrplan auf eine einzig- und neuartige Weise zum Leben erwecken. Sie beziehen sich direkt auf unsere Lernschwerpunkte oder auf herausragende Sendungen, die auf BBC ausgestrahlt wurden.

Bildungsoffensiven

Jedes Jahr führen wir eine kleine Anzahl umfangreicher Bildungsoffensiven durch, die sich mit bestimmten gesellschaftlichen Themen oder Herausforderungen des Bildungsbereichs beschäftigen. Die Themen reichen von landesweit unzureichenden MINT-Fertigkeiten über Prüfungsstress und Schulangst unter Jugendlichen bis hin zur Förderung der digitalen Kreativität.

Alle Projekte werden in Zusammenarbeit mit anderen Organisationen durchgeführt. Wir bringen die Beteiligten zusammen, koordinieren das Miteinander und stecken die Ziele ab, die gemeinsam erreicht werden sollen. Die Partner bringen dann, entsprechend ihrem Fachgebiet, die jeweiligen Teile in das Projekt ein – sei es digitaler Content, Lehrmaterial, Weiterbildung oder Live Lessons.

Aktuelle Beispiele solcher Bildungsoffensiven sind:

- *BBC micro:bit*[4] – ein Projekt mit über 31 Partnern mit dem Ziel, junge Leute zu motivieren, ihre erworbenen Schlüsselkompetenzen in den Bereichen Wissenschaft, Technologie und Maschinenbau kreativ einzusetzen
- *Terrific Scientific*[5] – ein Wissenschaftsprojekt für 9- bis 11-jährige GrundschülerInnen und deren Lehrkräfte, bei dem sie die Durchführung wissenschaftlicher Versuche praktisch miterleben können. ■

ANMERKUNGEN

[1] *www.bbc.co.uk/bitesize [27.06.2017]*
[2] *www.bbc.co.uk/teach [27.06.2017]*
[3] *www.bbc.co.uk/livelessons [27.06.2017]*
[4] *www.microbit.org [27.06.2017]*
[5] *www.bbc.co.uk/terrificscientific [27.06.2017]*