

## VII MEDIENPÄDAGOGIK

**Dieter Baacke, Erich Schäfer, Klaus Peter Treumann, Ingrid Volkmer: Neue Medien und Erwachsenenbildung**

Berlin, New York: Walter de Gruyter & Co. 1990, 309 S., DM 98.-

Es geht um eine Untersuchung zum Kabelpilotprojekt Dortmund und zum Einfluß von Medien auf das Weiterbildungsverhalten Erwachsener. Das Kabel, das vormals explizit als Muster anspruchslosen Unterhaltungskonsums durch das Fernsehen stand, wird in einen anderen Kontext gestellt. Erinnert wird an den Bildungsbeitrag der Medien und zwar in mehrfacher Weise. Zunächst wird eine sekundäranalytische Auswertung von GFK-Daten vorgenommen, die unmittelbar vor Projektbeginn 1985, als repräsentative Haushaltsbefragung durchgeführt wurde, um Zusammenhänge und Bedeutung von sozioökonomischem Status und Freizeitverhalten zu thematisieren. Im Überblick sind folgende thematische Blöcke ausgewiesen: Ergebnisse der Befragung von Kabelpilotprojektteilnehmern (S.13-152), Ergebnisse von Erwachsenenbildungsinstitution (S.153-224), ein sehr kurzer Abschnitt zum Thema lokaler Medienverbund, die Thematisierung des bildungsrelevanten Programmangebotes (S.225-258), schließlich "Perspektiven und Empfehlungen" (S.269-298). Es wird also ein umfangreicher Versuch zur Thematisierung von Bildung außerhalb klassischen Bildungsstätten vorgenommen. Die Überlegungen werden rückbezogen auf die Dortmunder Weiterbildungslandschaft, auf den lokalen Kabelfunk Dortmund sowie auf die bildungsrelevanten Programmangebote als gemeinsamer Bezugspunkt der zunächst genannten drei Handlungsfelder.

Bestätigt wird im Kern die Knowlege-Gap-Hypothese: "Je höher beispielsweise die Schulbildung der befragten Dortmunder Bürger ist, eine desto größere Palette an Aktivitäten nehmen sie in ihrer Freizeit wahr, die vom kulturellen Bereich (z.B. Theater besuchen, lesen, in Laienspiel- / Musikgruppen mitmachen) über die Weiterbildung, die Pflege von Hobbys (z.B. Fotografieren und Filmen), das Betreiben von Sport, die Wahrnehmung sozialer Aktivitäten [...] bis hin zur Pflege eher kontemplativer Bedürfnisse reicht" (S.20). Die verfügbaren Daten zu soziographischen Merkmalen vs Fernsehangebot usw. sind ausführlich dargestellt; Einschaltquoten für Funk und Fernsehkanäle werden vorgestellt. Behandelt wird auch - was wichtig ist - die Frage, welche Informationsquellen benutzt werden, um überhaupt an bildungsrelevante Sendungen heranzukommen.

Da es kaum gelingen kann, ein Resümee über all die aufgenommenen Daten und deren Verknüpfung zu liefern, hier ein Resümee der Autoren: trotz eines Trends zu immer mehr Unterhaltungsprogrammen und "ver-

schärften Konkurrenzbedingungen um Einschaltquoten und Reichweiten" hat der Spartenkanal für Bildung bewiesen, daß "ein an Bildung und Kultur interessantes Publikum existiert" (S.152).

In einem zweiten Strang wurden Befragungen mit Vertretern von Dortmunder Weiterbildungseinrichtungen geführt. Dabei ging es darum herauszufinden, inwieweit Dortmunder Weiterbildungseinrichtungen ein Engagement im lokalen Rundfunk (z.B. Eigenproduktionen für die Bildungswerbung) hilfreich erscheint. Und auch hier ein Zitat der Autoren: Ein "wie auch immer geartetes Engagement der Weiterbildung im lokalen Rundfunk darf nach übereinstimmender Auffassung der Weiterbildungsexperten nicht das Ziel verfolgen, die Erwachsenenbildungsinstitutionen zu kleinen Rundfunkanstalten auszubauen; Bildungsprozesse innerhalb der Weiterbildung, so die allgemeine Auffassung, sind ganz zentral auf personale Kommunikation angewiesen" (S.216).

In einem weiteren Hauptpunkt ging es um die Bildungswerbung, also die Frage, wie eine solche Bildungswerbung aussehen kann und soll. Plattform war auch hierfür der u.a. lokale Hörfunk in Dortmund. Interessant erscheint dabei auch die Erinnerung, daß die Kabelprojekte mit Fernsehen und dem dort verfügbaren erhöhten Wahlangebot in Zusammenhang gebracht werde und wird und eben weniger der lokale Hörfunk bei der Eigenpräsentation im Vordergrund stand, daß aber im Fortgang das Radio medienpolitischen Platz behaupten konnte.

Ein Fazit der vorliegenden Befunde ist nicht einfach zu ziehen. Denn schließlich hat man in der Tat ein sehr komplexes Untersuchungsgefüge und eine hierauf sich beziehende Studie vor sich. Es wird eine sehr intensive Diskussion zur Verknüpfung von Lernen und Alltag, Lernen und Medien sowie Lernen in Weiterbildungseinrichtungen angelegt. Es wird aufgezeigt, daß Bildung eben keine eindimensionale Angelegenheit ist, daß sich die Lernstrategien und die Lernangebote grundlegend gewandelt haben, daß aber auch die Weiterbildungseinrichtungen und die im Medienverbund organisierten Weiterbildungsangebote hierauf sehr wohl reagiert haben.

Claus J. Tully (München)