

Ottmar Hertkorn

Ulrich Reinhardt: Edutainment. Bildung macht Spaß

2009

<https://doi.org/10.17192/ep2009.1.520>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hertkorn, Ottmar: Ulrich Reinhardt: Edutainment. Bildung macht Spaß. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 26 (2009), Nr. 1, S. 91–93. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2009.1.520>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Ulrich Reinhardt: Edutainment. Bildung macht Spaß

Hamburg: LIT 2007 (Reihe des BAT Freizeit-Forschungsinstituts, Bd. 1), 258 S., ISBN 978-3-8258-9082-1, € 18,80

1987 zitierte Horst W. Opaschowski aus einer Umfrage die Höferschätzung von Freizeit und Bildung gegenüber der beruflichen Arbeit (Horst W. Opaschowski: *Pädagogik und Didaktik der Freizeit* [Opladen 1987], S.36). woraus für Lehrende und Forschende ein enormer Anstieg beruflicher Möglichkeiten (vgl. ebd., S.199ff.) resultiere. Dies bestätigt Ulrich Reinhardt eindrucksvoll in „Fazit und Ausblick“ (vgl. S.222-240) dieses Bandes. Stellenangebote in freizeitorientierten Berufen finden sich in Medien-, Museums-, Kirchen-, Theater-, Sport- und Kunstpädagogik, als Reise- und Gästeführer, Reit- und Fluglehrer oder hauptberuflicher Freizeitpädagoge, außerdem im Bereich der öffentlich oder privat eingerichteten Eltern-Kind- und Spiel-Gruppen und in Firmen, die um ihre Markenerzeugnisse herum unterhaltsame Lernumgebungen anbieten. Von letzteren erwähnt Reinhardt ausdrücklich „NIVEA-Kinderland“, „VW-Autostadt“ und „die Ravensburger AG mit ihrem ‚Spieleland‘“ (vgl. S.196).

Die zu ‚Edutainment‘ zusammenwachsenden Bereiche Bildung und Unterhaltung werden allerdings erst ab Seite 162 vorgestellt. Museumsähnliche Bildungskomplexe in aller Welt werden summarisch aufgelistet: von 1316 Science-Centern sind die meisten in den USA und Kanada, in China fast so viele wie in ganz Europa, in Deutschland „keine 10 Anlagen“ (S.169f.). Etwas näher geht Reinhardt auf das Bremer Universum Science-Center ein. Dessen Thematik und Didaktik zu „drei aufeinander basierenden und ineinander greifenden Themen“ (S.180) entspricht dem in der DDR zur Jugendweihe als Start ins Leben verschenkten Buch „Weltall – Erde – Mensch“, in Bremen allerdings zeitgemäß gewendet zu „Der Mensch – die Erde – der Kosmos“.

Aus dem Spektrum der außerschulischen Lern- und Spaß-Welten vom Deut-

schen Museum bis zu Phantasialand und Europapark und den das Buch beschließenden neun Forderungen an die Erziehungswissenschaft (vgl. S.232-240) ergeben sich unbegrenzte Möglichkeiten zu einer beobachtenden und vergleichenden Forschungstätigkeit und dadurch auch wieder neue berufliche Perspektiven. Wer entwirft ein Forschungsdesign zu einer validen Untersuchung, ob und was in erlebnisorientierten Lernorten über die reine Unterhaltung hinaus an Bildung nachhaltig vermittelt wird, was Reinhardt in seiner fünften Forderung an die Erziehungswissenschaft anspricht (S.238)? Ein Beispiel aus dem kalifornischen www.exploratorium.edu/halloween2008 genüge: „A Coffin Experience. Find out what it's like to think inside the box (Ages 12 and up).“ Wie misst man im Science-Center aussagekräftig als unerlässliche Voraussetzung für Bildungsprozesse die „Bereitschaft der Besucher, sich mit den Stationen auseinanderzusetzen“ (S.167)? Schon im Rückblick auf die Anfangszeit des Rundfunks wurde festgestellt: „Die Zuhörer schalteten bei „anspruchsvollen“ Beiträgen ab und erst wieder bei Unterhaltungselementen ein.“ (S.145) In der sechsten Forderung verlangt Reinhardt sogar, die Zielgruppenanalyse möge neben Alter und Geschlecht nicht nur zwischen „bildungs- und unterhaltungsorientierten Besuchern“, sondern auch noch zwischen „Besuchern mit höherer und niedrigerer formaler Bildung“ differenzieren (S.239), eine Idealvorstellung bzw. Utopie.

Der Band gibt sich mit den Anfangskapiteln „Begriffsklärung“ (S.16-46) und „Rückblick in die Vergangenheit“ (S.47-161) als seriöse wissenschaftliche Arbeit, lässt aber Ungereimtheiten zu. Mehrfach sind zitierte Autoren im Literaturverzeichnis (vgl. S.241-258) nicht zu finden, ebenso wenig die wichtige Quelle aus dem Internet www.ecsite.net. Statt Quellen wird vielfach nur Sekundär- bzw. Tertiärliteratur verwendet. Reinhardt zitiert z.B. (vgl. S.18) Paracelsus aus der Habilitationsschrift Günther Dohmens, die er aber wohl nur flüchtig zur Kenntnis genommen hat. Während Dohmen etymologisch korrekt auf althochdeutsch und frühneuhochdeutsch „bildunga“ verweist, formuliert Reinhardt unsinnig (aus Spaß?): „abgeleitet aus dem späthochdeutschen ‘bildunga’“ (S.19). Ähnlich verunglückt erscheint das zentral wichtige “imago dei” als “imago-die” (S.17).

Im Rückblick auf die Vergangenheit präsentiert Reinhardt mit der Salonkultur und den Lesegesellschaften, untermauert durch Schleiermachers *Versuch einer Theorie des geselligen Betragens* von 1799, Formen direkter zwischenmenschlicher Begegnung, also Unterhaltung, die auf Primärerfahrungen basiert und die der Einzelne mit gestaltet, für die heutige Zeit hingegen Unterhaltung, die weitgehend auf Sekundärerfahrungen beruht, wobei Mitspieler durch Medien ersetzt sind und der Einzelne lediglich Konsument ist. Nur bei letzterer Unterhaltungsart schlägt die Kommerzialisierung voll durch. Für ein Zentrum popularisierter Wissensvermittlung nennt Reinhardt an (rechnerisch allerdings widersprüchlichen) Kriterien „ein durchschnittliches Haushaltsmonatseinkommen im Einzugsgebiet von mehr als 20.000 Euro/Jahr, eine mögliche Erreichbarkeit von mindestens 2 Millionen Besucher[n] innerhalb von maximal 90 Minuten“ (S.181). Interesse an geselliger

Unterhaltung, an Kommunikation mit anderen Besuchern oder gar an gemeinsamem Lernen ist für Edutainmentkunden nicht nötig. Insofern ist die den Abschnitt „Definitionen von Unterhaltung“ (S.37ff.) beendende Bemerkung, die Differenzierung in individuelle und vermittelte Unterhaltung sei „im Zusammenhang mit dieser Arbeit von zweitrangiger Bedeutung“ (S.39), äußerst problematisch.

Ottmar Hertkorn (Paderborn)