

Manfred Meyer (Hg.): Kultur- und Bildungsprogramme im Fernsehen - Defizite, Unterstützung, Chancen

Beiträge zu einem internationalen Symposium. - München: K.G. Saur 1994
(= Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, Bd. 27), 367 S., DM 56,-, ISBN 3-598-20767-0

Die Entwicklung im Mediensektor verläuft so rasant, daß sich bei Fernsehsymposien unweigerlich die Frage stellt, ob die Veröffentlichung der Konferenzbeiträge sinnvoll erscheint, zumal man die bei wissenschaftlichen Publikationen kaum zu vermeidende Verzögerung bis zur Drucklegung mit in Rechnung stellen muß. Zwei Jahre nach der 1992 in München im Rahmen der MediaNet veranstalteten internationalen Tagung zu Kultur- und Bildungsprogrammen im Fernsehen legt der Herausgeber nun jedoch eine Publikation vor, die für Programmplaner und Kulturredakteure über den Tag hinaus von Gewinn sein dürfte. Im Hauptteil wird ein eindrucksvolles Spektrum an Erfahrungsberichten mit Kultur- und Bildungsprogrammen aus vielen Ländern entfaltet, mit Schwerpunkten in Großbritannien (BBC Education, Channel 4) und bei spezialisierten Bildungskanälen (Großbritannien, Niederlande, Schweden). Die Gründung eines mittlerweile betriebenen Bildungskanals in Frankreich (La Cinquième) war 1992 freilich noch nicht abzusehen. Auch fehlt ein Beitrag über das deutsche Erfolgsmodell Telekolleg, da dieses 1992 in einer anderen Sektion des MediaNet zur Diskussion gestellt wurde. Hier hätte der Herausgeber nachträglich eine Lücke schließen können, die allerdings nicht den Erkenntnisgewinn schmälert, der sich in den

Erfahrungsberichten etwa des kanadischen TV Ontario und der japanischen Rundfunkanstalt NHK vermittelt.

In einer Zeit, in der das Wort Bildung in öffentlich-rechtlichen Fernsehredaktionen fast schon zum Schimpfwort geworden ist („Die Zeiten der volksbildnerischen Fernseheuphorie sind vorüber“, Alfred Payrleitner vom ORF, S.45), zeugt es von dem mittlerweile einsetzenden Sinneswandel der privaten Rundfunkanstalten, daß der Mitveranstalter Wolf-Dieter Ring, seines Zeichens Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, die öffentlich-rechtlichen Sender auf „einen unverzichtbaren Informations- und Bildungsauftrag“ festschreibt, „den sie im Interesse aller wahrnehmen müssen“ (S.41). Kontakt zu den Zuschauern, dieses Ziel zieht sich als Forderung oder Erfahrung durch fast alle Beiträge. Die Form einer Bildungssendung kann entscheidender für die Zuschauerakzeptanz sein als ihr Inhalt, bilanziert Alfred Payrleitner, Hauptabteilungsleiter für Wissenschaft und Bildung beim ORF: „Auf keinen Fall wünschen sie es nämlich irgendwie lehrhaft oder schulisch“ (S.49). Statt dessen fordert Payrleitner mit Gerd Bacher, daß Bildung „‘hinterrücks’ kommen, sich also geradezu listig oder tückisch ins Bewußtsein schleichen“ müsse (S.49).

Ein weiterer Tenor der international gemachten Erfahrungen mit Bildungsprogrammen ist „die Verbesserung der Akzeptanz und der Effektivität von Bildungsprogrammen durch programmunterstützende Maßnahmen und begleitende Aktivitäten“ (Meyer, S.13). Rosemary Bristow vom BBC Broadcasting Research Department wertet folgerichtig Umfragen unter Zuschauern aus, aus denen sie „Elemente erfolgreicher Programmunterstützung“ durch gedrucktes Begleitmaterial und telefonische Hilfsdienste ableitet. Die Veröffentlichung von Dietrich Schwarzkopfs Positionsbestimmung des europäischen Kulturkanals ARTE kommt in diesem Rahmen allerdings zu spät. Drei Jahre nach dem Beginn des Sendebetriebs von Arte wäre eher eine Zwischenbilanz als die Absichtserklärung von 1992 von öffentlichem Interesse. Die letzten hundert Seiten bieten dagegen wiederum relevante „Hintergrundinformationen zu ausgewählten Institutionen des Bildungsfernsehens“ (S.262-358).

Manfred Hattendorf (Karlsruhe)