

Claudia Maier

Wissenssendungen in der Wahrnehmung Jugendlicher

*Eine Rezeptionsstudie zur Vermittlungsleistung
und Attraktivität zweier Wissenssendungen im
deutschen Fernsehen*

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2009 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783842822917

Claudia Maier

**Wissenssendungen in der Wahrnehmung Jugendlicher
- Eine Rezeptionsstudie zur Vermittlungsleistung und
Attraktivität zweier Wissenssendungen im deutschen
Fernsehen**

Claudia Maier

Wissenssendungen in der Wahrnehmung Jugendlicher

*Eine Rezeptionsstudie zur Vermittlungsleistung
und Attraktivität zweier Wissenssendungen im
deutschen Fernsehen*

Claudia Maier

Wissenssendungen in der Wahrnehmung Jugendlicher - Eine Rezeptionsstudie zur Vermittlungsleistung und Attraktivität zweier Wissenssendungen im deutschen Fernsehen

ISBN: 978-3-8428-2291-7

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2011

Zugl. Universität Passau, Passau, Deutschland, Bachelorarbeit, 2009

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2011

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	4
1. Relevanz des Themas	4
2. Bemerkung	5
3. Zielsetzung.....	6
II. Theorie	7
4. Wissenssendungen im TV – eine Programmeinordnung	7
4.1 Wissensberichterstattung im Rahmen des Bildungsfernsehens	7
4.2 Wissensberichterstattung – ein Überblick	8
5. Mediennutzung Jugendlicher	10
5.1 Medien als Informanten.....	11
5.2 Rezeption von Wissensformaten	12
6. Medienanalyse	14
6.1 Analyse der Sendung <i>Quarks & Co.</i>	15
6.2 Analyse der Sendung <i>Mythbusters-Die Wissenjäger</i>	19
7. Lernen mit dem Fernsehen	24
7.1 Der Begriff des Lernens	24
7.2 Charakteristika des Lernprozesses	25
7.3 Formale Elemente der medialen Aufbereitung.....	27
7.3.1 Schlüsselmoment Aufmerksamkeit	28
7.3.2 Verstehen mit Hilfe konstruierter Lernräume	30
7.3.3 Darstellung der Lernräume am Beispiel	32

III. Empirie	41
8. Beschreibung des Studiendesigns und der Stichprobe	41
8.1 Methode und Studiendesign	41
8.1.1 Fragebogen	41
8.1.2 Gruppendiskussion.....	42
8.1.3 Ablauf der Erhebung	43
8.1.4 Untersuchungszeitraum und Stichprobe	43
9. Ergebnisse.....	48
9.1 Aufmerksamkeitsgewinnende Momente in den Lernräumen	48
9.2 Gebrauchswert der Sendung und Verstehen der Lernmomente.....	57
9.2.1 Lerneinschätzung aus der Sendung und Gebrauchswert für naturwissenschaftliche Fächer in der Schule.....	57
9.2.2 Fragen zum Verständnis der Lernmomente	59
9.3 Zusammenfassung der Ergebnisse	64
IV. Interpretation und Ausblick	66
V. Bibliographie	70
VI. Abbildungsverzeichnis	74
VII. Anhang	75

I. Einleitung

1. Relevanz des Themas

Galileo, Wunderwelt Wissen, Planetopia, Abenteuer Wissen... - diese Aufzählung von Wissenssendungen im deutschen Fernsehen ließe sich gefühlt noch unendlich weiterführen. Nicht erst seit gestern erleben solche Fernsehformate einen regelrechten Hype. Mit dem Anspruch unserer Gesellschaft nach ständiger Weiterbildung, nach „lebenslangem Lernen“, sieht sich heutzutage jeder konfrontiert. In dieser Zeit scheint das Konzept des „Lernen mit dem Fernsehen“ ein kluger und durchaus lohnenswerter Schachzug zu sein. Information wird in den Mantel der Unterhaltung gepackt und da der gemeine Konsument bekanntlich dazu neigt stets den geringsten Weg des Widerstandes zu gehen, scheint diese Marketingstrategie durchaus aufzugehen: Das Angenehme -der Fernsehkonsum- wird mit dem Nützlichen -dem Lernen- verbunden. Bernd Gäbler, Geschäftsführer des Adolf Grimme Institut, erscheint „die Situation paradox: Während viele Bildungseinrichtungen über mangelnde Lernmotivation klagen, lässt sich im Fernsehen eine neue Bildungskonjunktur mit neuartigen medialen Wissensangeboten beobachten.“¹ Für das Fernsehen spricht in diesem Zusammenhang die Möglichkeit mithilfe einer Vielzahl von filmischen Darstellungsmitteln komplexe Inhalte anschaulich darzustellen, sie dem Zuschauer buchstäblich vor Augen zu führen.² Doch dieser Vorteil wird in einigen Fällen zum Nachteil, da „Fernsehjournalisten mittlerweile einem regelrechten Visualisierungszwang unterliegen - es müssen auch an den Stellen Bilder gezeigt werden, wo es eigentlich kein einschlägiges Bildmaterial gibt“.³

Auch wenn das Genre der Wissenssendungen lange Zeit ein Privileg der öffentlich-rechtlichen Sender mit Sendungen wie dem *Telekolleg* war, bedienen sich seit der zweiten Hälfte der 1990er Jahre auch die privaten Sender dieser Gattung.⁴ Gerade „die Bedeutung der Themen und ihre Vernetzung mit fast allen gesellschaftlichen Bereichen verursachte den Boom der Wissenschaftsberichterstattung im Fernsehen und die wachsende Anzahl

¹ Gäbler, Bernd: *Wissensformate im Vormarsch. Weiterbildung und Medien – Eine Bestandsaufnahme*. In: Dokumentation der Fachtagung der Konzentrierten Aktion Weiterbildung (KAW): *Lebenswelten Arbeitswelt. Konsequenzen für die Weiterbildungspraxis*. Berlin 2003, S. 7

² Vgl. Hömberg, Walter; Yankers, Melanie: *Wissenschaftsmagazine im Fernsehen: Exemplarische Analysen öffentlich-rechtlicher und privater Wissenschaftssendungen*. In: *Media Perspektiven* 12/2000, S. 1

³ a.a.O.

⁴ Vgl. Bullion, Michaela von: *Galileo, Quarks & Co. – Wissenschaft im Fernsehen*. In: Conein, Stephanie; Schrader, Josef; Stadler, Matthias (Hrsg.): *Erwachsenenbildung und die Popularisierung von Wissenschaft*. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag 2004, S. 90

an Wissensformaten“.⁵ Die Konzeptionen der Sendungen beziehen sich dabei auf ganz unterschiedliche Bereiche: Während die Einen versuchen, komplexe Sachverhalte wissenschaftlich vertieft und korrekt darzustellen bzw. zu erläutern, verfolgen andere vielmehr die Taktik „Wissenschaft light“, indem mehr alltagsnahe Inhalte thematisiert und Tipps gegeben werden. Ob für Kinder oder Erwachsene, für jeden scheint etwas Passendes dabei zu sein. Dies wirft jedoch zugleich die Frage auf, ob wirklich für *jeden* etwas Passendes dabei ist? Bei der genaueren Betrachtung der Bandbreite an Wissenssendungen fällt auf, dass es zwar eine Vielzahl an Sendungen gibt, die explizit für Kinder konzipiert wurden, doch lässt sich dies nicht auf die jugendliche Zielgruppe übertragen.

Es stellt sich die Frage, ob Wissenssendungen für Erwachsene auch für Jugendliche in Punkto Themen und Aufmachung interessant und ansprechend sind und ob vermittelte Wissensinhalte von Jugendlichen auch verstanden werden. Inwiefern wirken sich hierauf beispielsweise das Vorwissen und der Bildungshintergrund von jungen Rezipienten aus und inwieweit wird die Vermittlung von Wissen durch Parameter, wie die Art der Ansprache, die Präsentation von Lerninhalten und die Aufmachung der Sendung für jugendliche Rezipienten beeinflusst?

2. Bemerkung

Die Grundlage der Arbeit bildet eine qualitative und quantitative Rezeptionsstudie, die im Jahr 2008 im Rahmen eines Praktikums beim *Internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen beim Bayerischen Rundfunk (IZI)* konzipiert und durchgeführt wurde. Der Untersuchungsgegenstand der Studie besteht aus den beiden Sendungen *Quarks & Co.* (WDR) und *Mythbusters–Die Wissensjäger* (RTL2). Untersucht wird damit je ein Repräsentant des öffentlich-rechtlichen und einer des privaten Fernsehens mit einer Sendelänge von ca. 45 Minuten. Beide Sendungen sind nicht speziell für Jugendliche konzipiert. So kommen beispielsweise keine jugendlichen Hauptpersonen vor. Die Beliebtheit der Sendung wurde über Screenings mit knapp 200 Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 erhoben.

⁵ Hallet, Thomas; Yogeshwar Ranga: Wissenschaft im öffentlich-rechtlichen Fernsehen I: Der Vorstoß ins Innere des Doppel-Whoppers. In: Wormer, Holger (Hrsg.): Die Wissensmacher. Profile und Arbeitsfelder von Wissenschaftsredaktionen in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag 2006, S. 125

Die Intention beider Formate ist es, Wissenschaft möglichst attraktiv darzustellen und Wissen –im weitesten Sinne- zu vermitteln. Sie bedienen sich zweier unterschiedlicher Konzepte: *Quarks & Co.* beruht auf Wissenschaftsnähe, Experimenten und Faktenwissen, das mithilfe von Experten weitergegeben wird. *Mythbusters–Die Wissensjäger* dagegen setzt praxisnahe Personalisierung ein und stützt sich –mehr oder weniger- auf die Vermittlung einer Lernstrategie. Bei der Auswahl der jeweiligen Folge wurde besonderes Augenmerk auf die naturwissenschaftliche Verankerung gelegt. Beide Folgen wurden auf Grund der behandelten physikalischen Thematik ausgesucht. Die *Quarks & Co.*-Folge ausgestrahlt am 8. Juli 2008, behandelt das Thema Blitze. Die untersuchte Folge der Serie *Mythbusters–Die Wissensjäger* vom 9. Dezember 2007 überprüft zwei „populäre Mythen“ zum Thema Auftrieb.

In Form einer quantitativen und qualitativen Studie wurde untersucht, welches Konzept bei den Jugendlichen besser ankommt und welches Konzept das Verständnis der vermittelten Wissensinhalte mit größerem Erfolg erreicht. Die Daten der Studie werden im empirischen Teil der Arbeit verwendet und die Ergebnisse sollen auszugsweise vorgestellt werden. Wegen der geringen Fallzahl sind die Ergebnisse lediglich als Trenderaussagen zu werten. Teile der Studie wurden bereits in *TelevIZion*⁶ 21/2008/2 veröffentlicht.

3. Zielsetzung

Das Ziel der Arbeit soll eine vergleichende Darstellung zweier aktueller Wissenssendungen im deutschen Fernsehen sein. Gerade auf Grund der Tatsache, dass beide Sendungen nicht für Jugendliche gemacht wurden, besteht der Anspruch herauszuarbeiten, auf welche Weise mit der Vermittlung von Wissen umgegangen wird und wie diese von jugendlichen bildungsnahen und –fernen Rezipienten angenommen wird. Vor dem Hintergrund, dass Aufmerksamkeit im Verstehens- und Lernprozess eine basale Rolle spielt, sollen ferner Momente aus beiden Sendungen abstrahiert werden, die sich aufmerksamkeitsgewinnend bzw. –verlierend auswirken. Darüber hinaus ermöglicht die Programmauswahl eine vergleichende Analyse der Wissensvermittlung eines öffentlich-rechtlichen und eines privaten Programms.

⁶ Fachzeitschrift, Herausgeber: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen beim Bayerischen Rundfunk