

Pradeep Kumar Misra

Schulfernsehen in Deutschland und Indien – ein Vergleich

Dieser Vergleich des deutschen mit dem indischen Schulfernsehen zeigt auf, was vom Schulfernsehangebot im jeweils anderen Land als »best practice« übernommen werden könnte.

Das Fernsehen ist ein weltumspannendes, mächtiges Medium mit einem enormen Potenzial zur Vermittlung von Informationen, zur Unterhaltung und zur Bildung. Fernsehen ist in einem derartigen Ausmaß zu einem wichtigen Teil unseres Lebens geworden, dass schwer zu sagen ist, ob es einen Luxus oder eine Notwendigkeit darstellt. MacGregor (2007) merkt dazu an:

»Das Fernsehen hat von allen Medien die größte Wirkung, die Menschen schauen lange fern, normalerweise zwischen 14 und 28 Stunden in der Woche. Es ist visuell und unterhaltsam, und es kann relativ komplexe, bildungsbezogene Inhalte auf verständliche Weise vermitteln. Zudem hat es seiner Wirkung wegen Einfluss auf Entscheidungsträger und Regierungen. [...] Fernsehen ist ein mächtiges Medium, das eine Schlüsselrolle für die Bildung spielt, indem es Nachrichten und Informationen vermittelt, was auch Inhalte zu Bildung, Politik und Entwicklung einschließt, die in Form von Dramen, Seifenopern und anderen Sendungen mit Bildungsinhalten vermittelt werden sowie in Form von unterstützenden Bildungsprogrammen, die der Öffentlichkeit und den Schulen zur Verfügung gestellt werden.«

Deutschland und Indien sind zwei Länder, in denen das Fernsehen als ein Hauptmedium im Bildungsbereich genutzt wird. In Indien hat das

Fernsehen seine Ursprünge in der Bildung und in Deutschland strahlen die öffentlich-rechtlichen Sender regelmäßig Programme mit Bildungsinhalten aus. Heute steht das Schulfernsehen in diesen beiden wie auch in anderen Ländern unterschiedlichen Herausforderungen gegenüber. Palmer beobachtet:

»Die Erfolge sind beeindruckend, jedoch wird das Fernsehen nach wie vor viel zu wenig als Lehrinstrument in Ländern genutzt, die am dringendsten Bildung benötigen und wo man dem Bedarf auf anderem Wege nicht gerecht werden kann. Die große Lücke zwischen Theorie und Praxis bei der Nutzung des Fernsehens als Bildungsinstrument hat viele Gründe, unter anderem fehlt internationale Aufmerksamkeit, was den Aufbau nationaler Kapazitäten und deren Anwendung betrifft.«

Vor diesem Hintergrund wird analysiert, wie das Schulfernsehen in Deutschland und Indien funktioniert, um herauszufinden, welche Praktiken sich am besten bewährt haben.

Schulfernsehen in Deutschland

Mit 36,5 Millionen Haushalten mit Fernsehern ist Deutschland der größte Fernsehmarkt in Europa (vgl. Löbbecke/Falkenberg 2002, S. 97). Kleinwächter charakterisiert das deutsche Fernsehsystem sowohl als »duales System« – es umfasst öffentlich-rechtliche und private Sender – als auch als »föderales System« – es

umfasst zentrale sowie dezentralisierte Organisationen. Das private Fernsehen wurde in den frühen 80er-Jahren auf der Basis der Gesetzgebung der einzelnen Bundesländer eingeführt. Als Mitglied der EU muss die deutsche Gesetzgebung im Bereich Fernsehen mit der entsprechenden europäischen Gesetzgebung übereinstimmen.

Deutschlands öffentlich-rechtliches Fernsehen hat ein dreigliedriges Ausstrahlungssystem. Die »Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland« (ARD) ist ein Zusammenschluss der Länderprogramme auf der Basis eines Staatsvertrags zwischen den Ländern. Die ARD wurde 1954 ins Leben gerufen und umfasst 11 regionale, öffentliche Fernseh- und Radiosender. Die öffentlichen Sendeanstalten tragen gemeinsam die Verantwortung für die ARD, das Erste Deutsche Fernsehen, strahlen aber auch ihre eigenen Fernseh- und Radioprogramme aus. Die anderen öffentlich-rechtlichen Sender sind das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) sowie die Dritten Programme, d. h. die Regionalprogramme der einzelnen Bundesländer.

Privatsender gab es bis 1981 in Deutschland praktisch nicht, bis das Bundesverfassungsgericht das Recht der Bundesländer anerkannte, Sendelizenzen an Privatunternehmen zu vergeben. Diese Gesetzesgrundlage der Länder brachte einen neuen Sendervertrag (1987) hervor, der Privatsender zuließ, die zu öffentlich-rechtlichen Sendern in Konkurrenz treten

konnten. Derzeit gibt es etwa 40 Sender, die landesweit empfangen werden können sowie zahlreiche regionale und lokale Sender (vgl. Castendyk/Mikos 2002).

In Deutschland ist die Nutzung des Fernsehens zu Bildungszwecken gesetzlich verankert. In den 70er-Jahren stellten die öffentlich-rechtlichen Sender Schulen sogar Fernsehgeräte und andere Ausstattung zur Verfügung.

Die folgende Fallstudie zum Bayerischen Fernsehen, der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt des Bundeslandes Bayern, gibt Einblicke in das aktuelle deutsche Schulfernsehen.

Der Bildungskanal (BR-alpha)

Der Bildungskanal BR-alpha wird seit 10 Jahren vom Bayerischen Fernsehen betrieben. Er ist der einzige öffentlich-rechtliche Bildungssender in Deutschland. Die technische Reichweite des Senders ist mit der Abdeckung des Gebiets Bayern und angrenzender, auch länderübergreifender Regionen beachtlich. Die Zielgruppe des Senders ist nicht klar definiert, sondern die Ansprache bildungsaffiner Menschen jeden Alters und jeden sozialen Status dient als allgemein formulierte Zielgruppenausrichtung.

Neben im weiteren Sinne bildenden Sendungen werden vom Sender auch curriculare Programme zum Sprachlernen und ein Kurs zu IT-Themen produziert und ausgestrahlt. Eine interessante, recht neue Sendung von BR-alpha ist *Planet Wissen*, die in Kooperation mit SWR und WDR entsteht. Hinter diesem Titel verbirgt sich ein einstündiges Programm zu einem beliebigen Bildungsthema, das von zwei ModeratorInnen oder ExpertInnen und mithilfe kurzer Filme behandelt wird.

Ein weiteres besonderes Merkmal dieses Senders ist das *Telekolleg*. Das *Telekolleg* ist eine curriculare Sendung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, die es seit 40 Jahren gibt und die immer noch fortgesetzt wird. Die

Sendung ermöglicht es den SeherInnen, in Fernlehrgängen mithilfe von Zusatzmaterial staatlich anerkannte Abschlüsse zu erwerben, wie etwa einen Bachelor-Titel im Fach Wirtschaftsinformatik. Zusammen mit den lokalen öffentlichen Schulbehörden sind andere Abschlüsse durch die Teilnahme am *Telekolleg* möglich. Jährlich erwerben etwa 1.000 KollegiatInnen einen Abschluss über dieses medial gestützte Instrument der Fernlehre, zumeist im Bereich Hauptschulabschlüsse.

Schulische Fernsehprogramme

In Deutschland strahlen nur wenige Sender Programme aus, die auf einem Lehrplan basieren und sich an eine bestimmte Alters- oder Bevölkerungsgruppe richten. Das BR-Fernsehen ist einer davon. Drei verschiedene Arten von Bildungssendungen werden angeboten: Sendungen für Studierende der Universität, Sendun-

gen für Schüler und eine Beratungssendung für Eltern.

Das Bayerische Fernsehen produziert und strahlt sowohl allgemeine als auch auf Lehrplänen basierende Sendungen aus, die auf die Bedürfnisse von Schülern von Haupt- und Realschulen sowie des Gymnasiums in Bayern zugeschnitten sind (»Schulfernsehen«). Die meisten schulischen Programme des Bayerischen Fernsehens haben eine Länge von 30 Minuten. Dieser Trend ändert sich: Die meisten neueren Sendungen dauern 15 Minuten. Die Bildungsprogramme werden morgens zwischen 6.00 und 7.00 Uhr an 5 Tagen in der Woche (Montag bis Freitag) ausgestrahlt. Dieselben Sendungen werden auf dem Bildungskanal BR-alpha wiederholt. Pro Jahr strahlt das Bayerische Fernsehen fast 220 Sendungen des Schulfernsehens aus. Um dem Bedarf an Bildungssendungen gerecht zu werden, produziert das BR-Fernse-

Schulfernsehen und mehr

Einen Überblick im Internet über Medien und Bildung sowie über Bildungs- und Schulfernsehen bietet der Deutsche Bildungsserver (www.bildungsserver.de). Im Bereich Schulfernsehen wird detailliert über das Angebot und die Nutzungsmöglichkeiten der Programmangebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten informiert, hinzu kommen Beschreibungen ausgewählter Bildungssendungen und unterschiedlicher Angebote von internationalen Fernsehsendern (z. B. DRS, BBC, France 5 Education) zum Thema Bildung und Schule.

Informationen über das Schulfernsehangebot der größten deutschen Schulfernsehanbieter BR, WDR und SWR finden sich online auf den Einstiegsseiten der jeweiligen Rundfunkanstalten, z. B. www.br-online.de, www.swr.de. Das Portal für LehrerInnen speziell zum BR-Schulfernsehen findet sich unter www.br-online.de/bildung/databrd. Neben Programminformationen finden sich hier Multimedia-Begleitprogramme zu Sendungen des Schulfernsehens.

Auf der WDR-Homepage kann man sich über das Wissensportal orientieren (www.wdr.de/wissen) oder auf www.lernzeit.de nach bildungsrelevanten Sendungen sowohl im Hörfunk als auch im Fernsehen des WDR recherchieren. WDR und SWR zusammen bieten multimediales Schulfernsehen im Schulfernsehportal *Planet Schule* an (www.planet-schule.de). Interaktive Experimente, Lernspiele und Filme decken die verschiedensten Wissensgebiete ab, im »Wissenspool« findet sich umfangreiches Begleitmaterial. Das Angebot eignet sich also sowohl für SchülerInnen, die sich selbstständig neues Wissen erarbeiten als auch für den Einsatz im Unterricht.

Ein gemeinsames Portal von WDR, SWR und BR-alpha ist *Planet Wissen* (www.planet-wissen.de). Hier finden sich noch vertiefende, zusätzliche Informationen zu den wöchentlichen Sendeterminen des Fernsehformats auf SWR, WDR, BR-alpha und RBB.

hen eigene Sendungen und verwendet auch Sendungen anderer Kanäle, wie z. B. des Bildungssenders BR-alpha. Die Schulredaktion bemüht sich, nahezu alle schulischen Themen abzudecken und hält sich eng an die Lehrpläne des Bayerischen Kultusministeriums. Zudem ist der Sender auch dazu übergegangen, bereits produzierten Programmen regelmäßig neuere Inhalte hinzuzufügen.

Universitätssendungen

Das Bayerische Fernsehen ist der einzige Sender in Deutschland, der Fernsehprogramme für Studierende und Dozenten auf Universitätsniveau bietet. In aller Regel handelt es sich dabei um Hochschulvorträge und fachliche Beiträge zumeist lokaler UniversitätsprofessorInnen. Das Bayerische Fernsehen strahlt Universitätsprogramme werktäglich zwischen 17.00 und 17.30 Uhr aus. Der Sender hat die Themen der Programme den unterschiedlichen Wochentagen zugeordnet. Er handelt sich sowohl um Sendungen, die der aktuellen Forschung aus verschiedenen Bereichen gewidmet sind, als auch um literatur- und medienorientierte Sendungen. Religion und Gesellschaft sowie geschichtlich orientierte Sendungen komplettieren ein Programmangebot, das sich an Berufstätige, Studenten in Deutschland und Europa wendet (*Alpha Campus*). Außerdem strahlt der Kanal auch einige Sendungen zu Universitäten in aller Welt und zu IT-Kompetenzen aus.

Schulfernsehen in Indien

Indien umfasst nur 2,4 % der Erdoberfläche, versorgt und ernährt jedoch erstaunliche 16,7 % der Weltbevölkerung (1.028 Mio., davon 532 Mio. männlich, 496 Mio. weiblich). Der Anteil der Alphabetisierung liegt bei 65 % (75 % der Männer, 54 % der Frauen). In Indien etablierte sich das Fernsehen erst vergleichsweise spät: Es wurde im Jahr 1959

auf experimenteller Basis eingeführt – zur Übertragung von halbstündigen Bildungs- und Entwicklungsprogrammen. Die Einführung des regulären Fernsehens als Teil von All India Radio begann 1965 in Delhi. Der nationale Sender Doordarshan wurde 1976 gegründet. Danach war die Einführung des Farbfernsehens 1982 ein bedeutender Meilenstein, die mit den 9. Asian Games zusammenfiel, was einer Revolution des Fernsehens in Indien gleichkam. Es folgte ein schneller Ausbau des Senders Doordarshan, und im Jahr 1984 erschien fast täglich ein neuer Sender auf der Bildfläche (vgl. Agrawal 2005).

Das nationale Fernsehen Doordarshan gehörte zunächst der Regierung und ging anschließend in den Besitz einer öffentlichen Sendevereinigung über. Der öffentlich-rechtliche Sender ist eines der größten terrestrischen Fernsehnetzwerke mit 23 Kanälen und 1.314 Sendern (vgl. Doordarshan 2002, VI). Als öffentlich-rechtliches Fernsehnetzwerk hat es unter anderem die Aufgabe, Programminhalte zur Kontrolle des Bevölkerungswachstums, zur Familienfürsorge, zu Umweltschutz und ökologischem Gleichgewicht zu senden sowie die Bedeutung sozialer Programme für Frauen, Kinder und wenig privilegierte Bevölkerungsschichten zu unterstreichen. Es gehört auch zu seinen Aufgaben, Sport zu übertragen und das künstlerische und kulturelle Erbe des Landes zu erhalten (vgl. India 2008).

Die Ausbreitung des Fernsehens nach der Liberalisierung der indischen Wirtschaft 1992 war phänomenal. Neben Doordarshan gibt es über 150 multilinguale private Satellitensender in Indien, die indischen oder ausländischen Unternehmen gehören. Bekannt sind Zee TV, ETV, Sahara TV, STAR, Sony, Udaya TV und Sun TV. Fast alle sind 24-Stunden-Sender, jede Gruppe bietet im Wechsel eine Anzahl an spezialisierten Spartensendern, z. B. für Nachrichten, Unterhal-

tungssendungen, Filme, Musik usw. Neben Englisch und Hindi wird in 15 weiteren indischen Sprachen gesendet. Über 87 % der indischen Bevölkerung werden von terrestrischem Fernsehen erreicht. Laut Doordarshan India 2008 haben 79,3 Mio. Haushalte des Landes Fernsehen. Es wird geschätzt, dass die Hälfte der Haushalte mit terrestrischem Fernsehen über einen Kabelanschluss verfügt.

Vyas u. a. (2002) beobachtet:

»Seit der Einführung des Fernsehnetzwerks wird das Fernsehen als effektives Mittel in der Bildung und Entwicklung wahrgenommen. Mit seinem großen Publikum ist es für Unterrichtende attraktiv geworden, um Bildungsinhalte an Schüler auf Grundschulniveau, dem Level weiterführender Schulen und auf Universitätsniveau zu vermitteln.«

Anlässlich der Gründung des ersten Doordarshan-Pilotsenders am 15. September 1959 sagte der indische Präsident: »Ich hoffe, das Fernsehen wird es weit bringen, indem es Zukunftsvisionen und wissenschaftliche Entdeckungen verbreitet ...« (vgl. Doordarshan, Indien 1984). Einige der wichtigsten Projekte des indischen Bildungsf Fernsehens seit dem Jahr 2000 sind:

Der Gyan-Darshan Bildungskanal, 2000

Ein Meilenstein im Bereich Bildungsf Fernsehens in Indien war der Start des landesweiten 24-Stunden-Bildungssenders DD-Gyan-Darshan im Januar 2000. Dieser ist ein gemeinsames Projekt des Ministry of Human Resources, Development and Information and Broadcasting, Prasar Bharati und der IGNOU (Indira Gandhi National Open University). Der Sender begann mit einer täglichen, zweistündigen Sendung als Testübertragung für Teilnehmer von Fernstudienengängen sowie für Studierende konventioneller Universitäten. Innerhalb eines Jahres wurde der Kanal im Januar 2001 zu einem 24-Stunden-Sen-

der für Bildungsprogramme. »Das Programm besteht aus 23 Stunden inländischer Sendungen von Partnerinstitutionen und einer Stunde mit Sendungen aus dem Ausland. 12 Stunden des Programms basieren auf Lehrplänen, 12 Stunden liefern zusätzliche Informationen.« (vgl. IGNOU Profile 2002). Herausragendes Merkmal von DD-Gyan-Darshan ist sein hohes Maß an Interaktivität. Nach Schätzungen sehen 20 Mio. Zuschauer in 4 Mio. Haushalten mit Kabelfernsehen das Programm.

Gyan-Darshan 3, 2003

IGNOU und das Indian Institute of Technology (ITT) schufen gemeinsam Gyan-Darshan 3 im Jahr 2003 als Indiens Sender im Technologiebereich. Das Programm richtet sich an die etwa 1,5 Mio. Studierenden der Ingenieurs- und Technikwissenschaften an den etwa 1.200 technischen Institutionen im Land. Bis jetzt ist wenig über die Zuschauer und Nutzung an den Universitäten bekannt.

EDUSAT, 2004

Der Satellit EDUSAT wurde im September 2004 installiert als weltweit erster Satellit exklusiv für Bildungsinhalte, der unabhängig von den Distanzen im ganzen Land Lern- und Ausbildungsinhalte vermittelt. Seine Hauptaufgabe ist es, eine Verbindung zwischen Ausbildungsinstitutionen herzustellen, die über eine adäquate Infrastruktur verfügen und Bildungsinhalte an Lernende zu vermitteln, die aus unterschiedlichen Gründen wenig Zugang zu qualitativ hochwertiger Bildung haben. Neben der Förderung der formellen Bildung sind weitere Aufgaben: die Vermittlung von Bildung in den Regionalsprachen, Vermittlung lehrplanergänzender Inhalte, effektives Training für Lehrende sowie die Verbesserung des Zugangs zu Bildung und eine Verbesserung der Kommunikationskapazitäten für unterschiedliche Zwecke. EDUSAT hat in Zukunft die Möglichkeit, 72 Bildungskanäle auszustrahlen.

Vergleich der beiden Systeme

Das Schulfernsehen in Deutschland und Indien wird im Folgenden verglichen (vgl. Tab. unten).

Carey (2008) beobachtet: »Die Verbesserung der Bildungsergebnisse ist wichtig für die langfristige wirtschaft-

liche Entwicklung in Deutschland sowie für die sozialen Zusammenhänge.« Indien hingegen muss »eine große Anzahl an Studierenden und Lehrern sowie generell die Öffentlichkeit mit qualitativ hochwertigen Bildungsmaterialien erreichen, um allen gleichermaßen Zugang zu hochwertiger Bildung zu ermöglichen«. Das Schulfernsehen kann in beiden Län-

	Indien	Deutschland
Gesetzliche Bedingungen	Besonderer Status von Bildung, insbesondere der Verbreitung von Les- und Schreibfertigkeiten, Landbaumethoden, die Entwicklung der ländlichen Gegenden, Gesundheit, Familienfürsorge, Naturwissenschaften und Technologien (Prasar Bharati Act, 1990)	Bereitstellung von Informationen, Bildung und Unterhaltung
Ziel	Bereitstellung curriculum-basierter Sendungen für die Grundschule, weiterführende Schule und höhere Bildung	nicht klar definiert
Zielgruppe	SchülerInnen und Lernende in den Bereichen Grundschule, weiterführende Schule und höhere Bildung	Sendungen sind typischerweise nicht auf ein spezielles Bildungsniveau zugeschnitten (außer Schulfernsehen)
Satellitenunterstützung	Satellit nur für Bildungsprogramme (EDUSAT)	Kein spezieller Satellit für Bildungsprogramm
Empfangsmöglichkeiten	Bildungsprogramme können über terrestrisches Fernsehen, Kabel oder Satellit/DTH (Direct-to-home) empfangen werden.	Bildungsprogramme können über terrestrisches Fernsehen, Kabel oder Satellit/DTH (Direct-to-home) empfangen werden.
Reichweite	Fast 90 % der Bevölkerung	Fast 100 % der Bevölkerung
Bildungskanäle	Landesweit empfangbarer Bildungskanal Gyan-Darshan. Auch der öffentlich-rechtliche Sender Doordarshan Kendras bietet Bildungssendungen an.	Es gibt keinen landesweiten Bildungssender. BR-alpha aus Bayern und einige andere Landesanstalten (SWR, WDR) senden Bildungsprogramme.
Produktion von Schulfernsehsendungen	CEC-UGC, IGNOU, CIET-NCERT, IITs, EMMRC, Doordarshan Kendras und private Produzenten	öffentlich-rechtliche und private Produzenten
Distribution einzelner Sendungen	Kopien bereits ausgestrahlter Sendungen sind nur über Fernsehagenturen erhältlich.	Kopien bereits ausgestrahlter Sendungen sind über Institutionen wie ISB und lokale Medienzentren erhältlich.
Umwandlung von Sendungen	Keine spezielle Agentur, die bereits produzierte Sendungen in Multimedia-Formate umwandelt	Umwandlung erhältlicher Sendungen in Multimedia-Formate durch Institutionen wie das FWU
Zusammenarbeit von Institutionen	Geringe Zusammenarbeit von Fernsehnetzwerken und Bildungsinstitutionen	Die Fernsehnetzwerke und Bildungsinstitutionen arbeiten eng zusammen.
Einzelheiten zu den Sendungen	Nur Titel und Sendezeit sind Booklets oder dem Internet zu entnehmen.	Leaflets, Booklets und dem Internet sind kurze Beschreibungen der Sendungen zu entnehmen.
Publicity für die Sendungen	Keine speziellen Maßnahmen, Publicity während der Ausstrahlung anderer Sendungen und manchmal Anzeigen in Zeitungen	Spezielle Maßnahmen: Publicity hauptsächlich durch Poster, die verschiedenen Bildungsinstitutionen kostenlos zugehen und durch Internetseiten der Sender
Rolle der privaten Sender	Private Sender sind nicht daran interessiert, Bildungsprogramme anzubieten.	Private Sender sind nicht daran interessiert, Bildungsprogramme anzubieten.

dem eine große Rolle bei der Erfüllung dieser Aufgaben spielen. Auf der einen Seite kann es Deutschland helfen, existierende Bildungsprobleme zu lösen, auf der anderen Seite kann es dazu beitragen, dass Indien als Wissens-Supermacht wahrgenommen wird. Die Systeme beider Länder müssen jedoch für diesen Zweck überarbeitet und gestärkt werden und eine gute Möglichkeit, dies zu erreichen, wäre, voneinander zu lernen.

Vorschläge für Deutschland:

- Deutschland hat keinen landesweiten Bildungssender. Der einzige verfügbare Bildungssender ist BR-alpha, der nur in einem Bundesland ausgestrahlt wird. Deutschland könnte dem Beispiel Indiens folgen und einen Bildungssender einführen, der 24 Stunden sendet und die Bildungsbedürfnisse in verschiedenen Bereichen erfüllt.
- Die verfügbaren Bildungssendungen der öffentlich-rechtlichen Sender in Deutschland konzentrieren sich in erster Linie auf allgemeine Aspekte. Der indischen Praxis folgend könnten die Sender Sendungen einführen, die sich mehr an den Stundenplänen von Schülern und Studierenden orientieren.
- In Indien wie in Deutschland sollten die Entscheidungsträger versuchen, jede Möglichkeit zu nutzen, die Bildungsfernsehprogramme bei Schülern und Studierenden bekannt zu machen, die oft nicht von den Bildungssendungen im Fernsehen wissen.

Vorschläge für Indien:

- Indien könnte die Praxis z. B. des BR-Fernsehens und BR-alphas übernehmen, Einzelheiten zu den Sendungen und Begleitmaterial (auf der Sendung basierende Übungen und weiteres Textmaterial) ins Internet zu stellen.
- Wie das deutsche Schulfernsehen muss auch das indische System zukunftsfähig bleiben und neue Technologien bei der Entwicklung

von neuen, effektiven Sendungen nutzen.

- Für Indien wäre auch sinnvoll, vermittelnde Institutionen zwischen dem Schulfernsehen und den Abnehmern einzuschalten: In Deutschland agiert z. B. das ISB (Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung, München) als Vermittler zwischen den Bildungsfernsehsendern und Lehrern. Das FWU (Institut für Film und Bild München) unterstützt beispielsweise die Produktion, Distribution und Umwandlung von verfügbaren Bildungssendungen in Multimedia-Formate. Lokale Medienzentren fördern die Nutzung von Bildungsprogrammen bei Lehrkräften. Die LehrerInnen können über die Websites der Medienzentren Medien online oder offline ausleihen. Indien könnte auch über die Gründung einer zentralen Organisation wie das IZI nachdenken. Ein solches Institut wäre hilfreich, verschiedene Medienforschungsprojekte indischer und weltweiter Institutionen an einer Stelle zu sammeln und zu nutzen, um die Ziele des indischen Bildungssatelliten EDUSAT zu unterstützen.

Viele kreative Ideen wurden weltweit erdacht und umgesetzt, um Schulfernsehen beliebt zu machen. Das Gebot der Stunde ist nun, diese Ideen zu würdigen, um das Fernsehen zu einem besseren Bildungswerkzeug sowohl in Industrie- als auch in Entwicklungsländern zu machen. Indien und Deutschland verfügen über innovative, Neuem gegenüber aufgeschlossene Schulfernsehensysteme und können viel voneinander lernen, um die Möglichkeiten von Bildungsfernsehen voll auszuschöpfen. ■

LITERATUR

Agrawal, B. C.: *Educational Media in India*. In: Reddi, U. V.; Mishra, S.: (Hg.): *Perspectives on distance education: Educational media in Asia*. Vancouver, Canada: *Commonwealth of Learning* 2005, S. 11-24.

Carey, D.: *Improving education outcomes in Germany*. Zugriff über: [http://www.olis.oecd.org/olis/2008doc.nsf/linkto/eco-wkp\(2008\)19](http://www.olis.oecd.org/olis/2008doc.nsf/linkto/eco-wkp(2008)19), (= document ECO/WKP(2008)19).

Castendyk, O.; Mikos, L.: *Pictures on the box – Television in Germany*. In: *Export-Union des Deutschen Films* (Hg.): *Kino* 3/2002, S. 6 ff.

Doordarshan India: *Silver jubilee souvenir brought out by the Directorate General, Doordarshan, Govt. of India*. New Delhi: Doordarshan 1984.

IDATE 2000: *Development of digital TV in Europe*. Zugriff über: http://europa.eu.int/ISPO/infosoc/telecompolicy/en/dtv_po2000v4.pdf.

IGNOU: *Course ES-318: Communication technology for distance education. Post graduate diploma in distance education programme*, New Delhi: IGNOU 2000.

IGNOU Profile: *Indira Gandhi National Open University*. New Delhi 2002. S. 51.

INDIA 2008. *A reference annual. Ministry of Information and Broadcasting, Government of India*, New Delhi: 2008.

Kleinwächter, W.: *The German Broadcasting System: Dualism & Federalism*. Zugriff über: http://www.medialaw.ru/e_pages/laws/project/k3-5.htm.

Löbbecke, C.; Falkenberg, M.: *A Framework for Assessing Market Entry Opportunities for Internet-Based TV*. In: *JMM – The International Journal on Media Management*, 4/2002/2, S. 95-104. Zugriff über: <http://www.mediajournal.org/modules/pub/download.php?id=mediajournal-81&user=&pass=MacGregor,K.>

MacGregor, K.: *The good news: global trends in the media and its role in Education for All. Background paper for the EFA Global Monitoring Report 2008, Education for All by 2015: will we make it?* UNESCO: 2007.

Misra, P. K.: *Educational Television in Germany: Present Trend and Future Perspectives*. Unveröffentl. Forschungsbericht, gefördert und finanziert durch den DAAD 2008.

Palmer, E.: *Television for learning: Our foremost tool in the 21st century*. Zugriff über: <http://www.unesco.org/education/educprog/lwf/doc/portfolio/opinion7.htm>.

Yyas, R.V.; Sharma, R.C.; Kumar, A.: *Educational Television in India*. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 3/2002/4. Zugriff über: <http://tojde.anadolu.edu.tr/>

DER AUTOR



Pradeep Kumar Misra, Dr. phil., ist Dozent (Educational Technology) an der Fakultät »Education and

Allied Sciences« der M.J.P Rohilkhand University, Bareilly, Indien. Seine Studie führte er mit Unterstützung eines DAAD-Stipendiums Anfang 2008 durch.