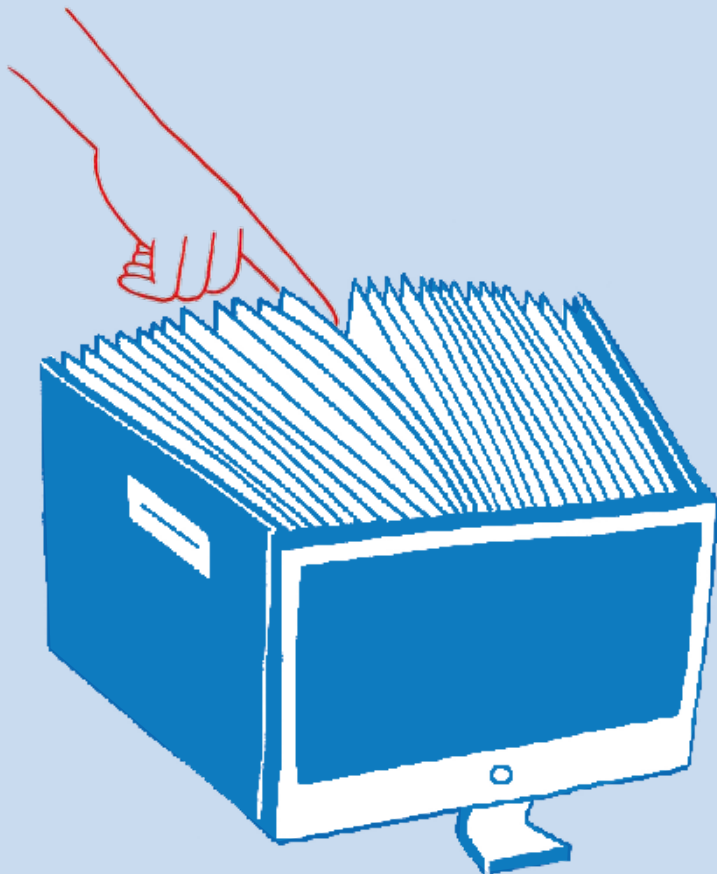


Bewegte Bilder faszinieren, berühren und stimulieren das Gehirn. Das macht sie zu unverzichtbaren Instrumenten in der Wissensgesellschaft

Hören, sehen und verstehen

TEXT: TATJANA KRIEGER | ILLUSTRATION: JONI MAJER



DIE VORGEHENSWEISE ist so alt wie die Menschheit: Wer etwas nicht kann, sucht Hilfe bei einem Profi, der es besser weiß. Der Digitalisierung ist es zu verdanken, dass ein geeigneter Lehrmeister heutzutage rund um die Uhr erreichbar ist. Geduldig wiederholt er seine Lektionen auf Knopfdruck so oft, wie es der Ratsuchende wünscht. Eine zentrale Rolle bei der neuen Leichtigkeit der Wissensvermittlung spielen Video-Tutorials. Sie müssen eine Waschmaschine reparieren? Bitte sehr, dann wählen Sie unter 15 400 Treffern auf YouTube einfach den richtigen Do-it-yourself-Film aus. Fisch filetieren? Ergibt 12 300 Treffer. Ihnen ist Wissen aus dem klassischen Bildungskanon oder der beruflichen Weiterbildung lieber? Der Satz des Pythagoras: 9970 Treffer. Der Dreißigjährige Krieg: 9690 Treffer. Die Suchbegriffe »Agiles Projektmanagement« oder »Mitarbeitergespräche führen« filtern immerhin 4470 bzw. 2580 geeignete Videos aus dem schier unendlichen Angebot.

Um lebenslanges Lernen kommen wir in Zukunft nicht herum

Was auf den ersten Blick wie eine hübsche Spielerei wirken mag, erfüllt eine zunehmend wichtige Funktion. Denn um lebenslanges Lernen kommen wir in Zukunft nicht herum. Bereits mit frischem Wissen ausgestattete Berufseinsteiger bekommen es zu hören: Wenn du in einer sich rasant verändernden Welt und Arbeitsumgebung mithalten willst, ist es mit einem Bildungsabschluss noch lange nicht getan. Der Wahrheitsgehalt dieser Behauptung lässt sich leicht selbst überprüfen. Wie kommunizieren wir im Vergleich zu nur wenigen Jahren zuvor? Mit welchen Werkzeugen, welcher Hardware und welchen Tools haben wir unser tägliches Handwerk früher ausgeübt? Die Unterschiede liegen auf der Hand.

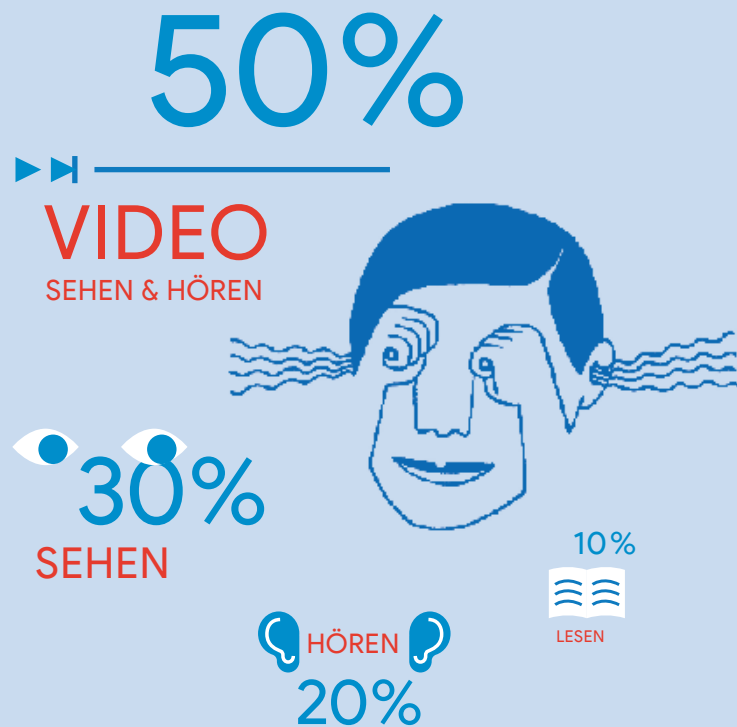
In Deutschland hat im Jahr 2016 die Hälfte aller 18- bis 64-Jährigen an mindestens einer Weiterbildungsmaßnahme teilgenommen. Die vom Bundesbildungsministerium beschlossene Zielmarke von 50 Prozent wurde erreicht. »Was die Menschen früher während ihrer Schulzeit und Berufsausbildung lernten, reichte noch für ein ganzes Leben. Angesichts sich schnell verändernder Technologien, neuer Berufsbilder und permanenter Transformation trifft das heute nicht mehr zu. Wir müssen daran arbeiten, dass Bildung leicht zugänglich und für alle verfügbar wird«, erklärt Sundar Pichai. Der CEO von Google plädiert damit für ein niedrigschwelliges, breit gefächertes Lehrangebot für die breite Masse – so, wie es auf Videos zutrifft: Sie sind im Internet zu finden, lassen sich jederzeit mobil aufrufen und kommen je nach Bedarf als nur wenige Minuten langer Clip oder ausführliche Vorlesung daher. Lehrvideos erreichen Menschen damit in ihrer von Arbeitsverdichtung und permanenter Zeitnot geprägten Lebenswirklichkeit.

Daneben sind Videos bei der Wissensvermittlung hocheffektiv. Anders als ein Lehrbuch spricht ein Film mehrere Sinne gleichzeitig an. Dadurch behält man den Inhalt besser im Gedächtnis. In Anlehnung an ein Wissenserwerbsmodell des US-Wissenschaftlers Edgar Dale kursiert unter Bildungsexperten die Faustformel, dass der Mensch sich zehn Prozent dessen merkt, was er liest, 20 Prozent, wenn er etwas hört, und 30 Prozent, wenn er es sieht. Hört und sieht er etwas gleichzeitig, wie in einem Video, steigt die Menge der gespeicherten Informationen nach dieser Faustformel auf stolze 50 Prozent. Unterstützt wird diese Wirkung durch die Kraft der Emotionen: Wie kein anderes Medium ist Bewegtbild in der Lage, Gefühle anzusprechen. Die Kombination aus Bildern, Worten, Musik, Licht und Schnittfolge bringt Menschen seit der Erfindung des Kinematografen durch die Brüder Lumière im Jahr 1895 zum Lachen und zum Weinen.

Wenn aber Gefühl im Spiel ist, merken wir uns das Erlebte besser. Emotionen zu empfinden bedeutet involviert sein, meint die Erziehungswissenschaftlerin Prof. Tina Hascher. Das Gehirn weist das Gelernte nach einer Prüfung durch das limbische System der

» Bildung muss leicht zugänglich und für alle verfügbar werden «

Schublade »wichtig« zu – und schickt die Informationen weiter an die Großhirnrinde. Der Effekt dieser ordnenden Meisterleistung zeigt sich auch in der Freizeit: Wer im Kino einen Film sieht, der ihn kalt lässt, wird Protagonisten und Handlung bald vergessen haben. An einen Helden, mit dem man mitgefiebert, an ein tragisches Paar, mit dem man gelitten hat, erinnert man sich mitunter ein Leben lang. Dass Lehrvideos das auch vermögen, zeigen klug konzipierte und professionell aufbereitete Filme wie *Bienensterben einfach erklärt*. Binnen vier Minuten wird darin der komplexe Zusammenhang zwischen industrieller Landwirtschaft, Pflanzenschutzmitteln, Lebensmittelsicherheit und Bienensterben verständlich. Auch der erfolgreiche YouTube-Kanal *Kurzgesagt – In a Nutshell* beweist, wie man unterschiedlichste, teils sehr schwierige Themen einem Millionenpublikum begreifbar macht.



Je mehr Sinne involviert sind, desto mehr kann sich der Mensch merken. Die Stärke von Videos: Wer sie nutzt, hört und sieht gleichzeitig.

In den letzten Jahren ist die Nutzung von Videos im Internet kontinuierlich gestiegen. Zuletzt gaben in einer Studie 31 Prozent der Befragten an, mindestens einmal pro Woche Videos in sozialen Medien aufzurufen. Dass bewegte Bilder faszinieren, hat einen weiteren Grund, der in der Evolution zu finden ist. Bewegung wahrzunehmen war die Voraussetzung dafür, dass unsere Vorfahren mögliche Feinde oder Beute entdecken konnten. Wie wachsam sie gegenüber Bewegung blieben, entschied damit über das eigene Überleben. Wer heute mit einem Baby in einem Raum mit eingeschaltetem Fernseher sitzt und sich sorgt, weil das Kind seinen Blick wie magisch angezogen den Bildern zuwendet, soll die Flimmerkiste gerne ausschalten. Trotzdem ist dieses Verhalten ein natürlicher Hinweis auf die archaische Macht von bewegten Bildern.

Videos fesseln und füttern uns mit Informationen

Videos fesseln, unterhalten und füttern uns mit Informationen, ohne dass das Begreifen schwerfällt. Unternehmen haben diese Vorteile längst erkannt und produzieren Bewegtbild-Werbung etwa für YouTube, wo 95 Prozent aller Werbeanzeigen gehört und gesehen werden. Auch Bildungsinstitutionen nähren das System mit immer mehr eigenen Produktionen: offene Massen-Online-Kurse, sogenannte MOOCs, die Bildungshungrigen jedes erdenkliche Thema bis hin zu maschinellem Lernen nahebringen, für die Ewigkeit dokumentierte TED-Konferenzen, betriebliche Akademien, die in eigenen Studios Lehrfilme produzieren und dann im Intranet verbreiten, oder YouTube-Kanäle der Bundeszentrale für politische Bildung oder des Goethe-Instituts. Die Möglichkeiten sind unbegrenzt. Noch nie war Wissen so frei, leicht und demokratisch zu erwerben. Jetzt ist es die Aufgabe jedes Einzelnen, das Beste aus den neuen Möglichkeiten herauszuholen. Film ab! ●