

Die Suche nach dem Higgs: Wissenschaft im Fernsehen - Kulturfenster

Wintergerst, Theresia

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
W. Bertelsmann Verlag

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wintergerst, T. (2008). Die Suche nach dem Higgs: Wissenschaft im Fernsehen - Kulturfenster. *Erwachsenenbildung : Vierteljahresschrift für Theorie und Praxis*, 54(2), 107-109. <https://doi.org/10.3278/EBZ0802W107>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>



Die Suche nach dem Higgs

Wissenschaft im Fernsehen - Kulturfenster

von: Wintergerst, Theresia

DOI: 10.3278/EBZ0802W107

Erscheinungsjahr: 2008
Seiten 107 - 109

Diese Publikation ist unter folgender Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht:



Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Zitiervorschlag

Wintergerst, T.: Die Suche nach dem Higgs. Wissenschaft im Fernsehen - Kulturfenster. In: Erwachsenenbildung 02/2008. Popularisierung, S. 107-109, Bielefeld 2008. DOI: 10.3278/EBZ0802W107

Michael Sommer

Die Suche nach dem Higgs

Wissenschaft im Fernsehen – Kulturfenster

»Bei der Wochenschau lernt man Witz. Bei Dragon Ball Z lernt man Kampftechniken. Bei Wer wird Millionär? lernt man antworten. Bei Was ist was TV lernt man über Vulkane, Dinosaurier oder über Piraten. Bei Galileo lernt man alles. Bei Schuh des Manitu lernt man die Verarschung von Winnetou. Bei Kochduell lernt man kochen. Bei Sonntag lacht lernt man Currywurst machen. Bei Traumhochzeit lernt man heiraten.«¹ Fernsehen ist eine unendliche Lernwelt, so sieht es jedenfalls der zehnjährige Robin in einem Schulaufsatz.

Die größten Bagger

Filme über neue Entdeckungen, über Zusammenhänge und Hintergründe gehörten schon seit Beginn der Kinoära zum Repertoire der bewegten Bilder. Wunderbar ist die Wirkung solcher Sachfilme in dem Klassiker »Schützenfest« (1947) von Jacques Tati zu sehen. Francoise (Tati) ist Postbote und schaut einen Film über die amerikanische Post, die selbstverständlich hochmodern und rasend schnell arbeitet. Francoise lässt sich dadurch so gleich anregen und versucht, das Gesehene in seinem Dörfchen Folainville in die Tat umzusetzen, was ganz im Sinne des französischen Vaters der Comedy eindeutig misslingt und versöhnlich in der Rückkehr zum alten, gemütlichen Leben als radelnder Dorfpostbote endet. Was Francoise so begeisterte, ist dieser Typus des Technikfilms, der vor allem durch Superlative beeindrucken möchte und bis heute in der Wissenschaftsberichterstattung einen festen Platz hat. Der größte Bagger der Welt, Giganten der Meere, das höchste Hochhaus, der gefährlichste

Hurrikane – ein unerschöpfliches Reservoir von Themen, die besonders gerne heute in Spartenkanälen wie n-24 zu finden sind. Aufmerksamkeit wird durch einen Superlativ gewonnen, der quasi nach Erklärung verlangt. Bei dieser Art der Berichterstattung schwingt gerne eine Portion unkritische Technikbegeisterung mit. Ein Beispiel dafür ist die Ausstrahlung der Dokumentation im ZDF in der Reihe »Abenteuer Wissen« über »Das größte Experiment der Welt: CERN«. Der Beitrag über den Teilchenbeschleuniger ist erfüllt von Euphorie für den riesigen Ringkanal, durch den die Teilchen in ungeheurer Geschwindigkeit und mit wahnsinniger Temperatur hindurchrasen – alles auf der Suche nach dem »Higgs«. Eine nachvollziehbare Erklärung, was dieses Higgs eigentlich ist und welchen Vorteil seine Entdeckung für die Menschheit bringt, bleibt zwischen all den gigantischen Magneten und Röhren verborgen. Stattdessen wird – gruselig, gruselig – allen Ernstes die Gefahr diskutiert, dass Schwarze Löcher bei den Experimenten entstehen, die dann innerhalb der nächsten Jahre oder Jahrzehnte die Erde verschlingen könnten. Größenwahn mit Gruselfaktor, eine Darstellung, die so ganz und gar nichts mit dem wissenschaftlichen Alltag zu tun hat, bei der es im langwierigen Ringen um die Aufstellung und Widerlegung von Hypothesen ist. Aber dieses Hervorziehen des Spektakulären ist ein grundsätzliches Merkmal aller Medienberichterstattung über die Wissenschaft. Wer interessiert sich schon für den langweiligen Experimentieralltag zwischen Petrischale und Labormaus?

Eine zentrale Aufgabe des Journalismus ist es, die Wirklichkeit, ob in der

Form von Ereignissen oder Hintergrundverhalten, so darzustellen, dass sie von den Rezipienten wahrgenommen und bestenfalls behalten werden. Dabei bedient sich der Journalismus den Prinzipien der Selektion und Reduktion von Komplexität und lässt sich von grundlegenden Faktoren, wie etwa den Neuigkeitswert, die Aktualität, das Ausmaß und die Bedeutung, die Nähe usf. leiten. Ein jahrelanges Chemieexperiment erfüllt in der Regel diese Auswahl- und Darstellungskriterien nicht, der Teilchenbeschleuniger in der Schweiz oder die Suche nach Leben auf dem Mars umso mehr. Die medientypische Arbeitsweise mit ihrer Kurzzeitigkeit und ihrer Suche nach Aufmerksamkeit widerspricht so grundsätzlich den Prinzipien der Wissenschaft. Verzichtet man ganz auf mediengerechte Aufarbeitung, landet man schnell nicht auf dem Mars, sondern in einer trockenen Darstellungsform, die so manchem noch als langweilige Schulfunksendungen in Erinnerung ist.

Ein Platz für Tiere

Eine Gattung des Wissenschaftsjournalismus mit großer Tradition ist die Tierdokumentation. Klassiker wie »Im Reich der Wilden Tiere« (1968-1971) oder »Abenteuer Wildnis« (1973-1975) waren ganz auf das Exotische ausgerichtet, während sich Bernhard Grzimeks »Ein Platz für Tiere«, das von 1956 bis 1980 ausgestrahlt wurde, auch mit hiesigen Tieren beschäftigte. Sein Dokumentarfilm »Serengeti darf nicht sterben« erhielt 1960 einen Oskar. Die Popularität seiner Filme und Serien liegt nicht am Spektakulären, sondern ganz im Gegenteil an

der präzisen und wissenschaftlich fundierten Darstellung gepaart mit der Authentizität des Grzimeks, der sich als Zoologe große Verdienste erworben hat.

Die neuesten Ausformungen der klassischen Tiersendung sind die modernen Zoo-Dokusoaps. Zoologische Themen (»Wie pflanzt sich ein Stachelschwein fort?«) werden sozusagen beiläufig vermittelt, während die Kamera Zoowärter bei ihrer täglichen Arbeit begleitet. Zoologische Inhalte werden dabei auf ein Minimum reduziert. Dieses Format setzt zum einen auf die Beliebtheit von Tieren und auf die Vertrautheit der immer wiederkehrenden Zootiere und -wärter. Der MDR begann mit »Elefant, Tiger & Co.« im April 2003 die Ära der Zoo-Dokusoap. Geplant waren zunächst elf Folgen, mittlerweile wurden allein in Leipzig 250 Sendungen gedreht. Knut, Flocke & Co gaben schließlich ihr Übriges, damit dieses Format weiter an Popularität gewonnen hat.

Streifen in der Zahnpasta

Ein festen Platz im Deutschen Fernsehen haben Wissenschaftssendungen aller Art. So gibt es rund 49 Ausgaben verschiedener Wissenschaftsmagazine pro Woche, manche fast täglich wie »nano« seit 1999 auf 3sat, andere wie mareTV einmal pro Monat, wobei die Grenzen zwischen anderen Formaten wie etwa Reisemagazinen durchaus fließend sind. Der Klassiker der Wissenschaftssendung ist wohl die »Sendung mit der Maus«, die immer noch zahlreiche Erwachsene an die Bildschirme lockt – gerade, weil sie in ihren »Sachgeschichten« ganz grundlegend Zusammenhänge erklärt. Im März 1971 starteten im Westdeutschen Rundfunk die »Lach- und Sachgeschichten«, ein Jahr später schon umbenannt in die »Sendung mit der Maus«. Klassisch sind die Fragestellungen wie: »Wie kommen die Streifen in die Zahnpasta?«, die Macher wagen es auch – mit Erfolg – ganze Sendungen einem Thema zu widmen, etwa die Sendung zum Totensonntag 2004: »Wenn jemand stirbt ... – Abschied

von der Hülle.« Ganze Generationen haben Teile ihres Weltwissens aus diesen kleinen Sachgeschichten bezogen. Es gibt fast keinen Bereich, der nicht von Armin & Co aufgegriffen werden – bis hin zu Tabuthemen (»Wie warm ist ein Furz?«). Die Sequenzen sind so aufgebaut, dass sie den Sachverhalt zwar detailliert, aber grundlegend und verständlich mit Hilfe des Moderators Armin darstellen.

Wohlgekämmt

Seit 1993 läuft im WDR Fernsehen wöchentlich das Wissenschaftsmagazin »Quarks & Co« mit Moderator Ranga Yogeshwar. 45 Minuten lang konzentriert sich Quarks & Co auf ein naturwissenschaftliches Thema, oft mit Bezug auf aktuellen Ereignissen, das aus verschiedensten, teils ungewöhnlichen Blickwinkeln beleuchtet wird. Ranga Yogeshwar ist mittlerweile zu einer Art Kultfigur des Wissenschaftsfernsehens geworden. Der Sohn eines indischen Vaters und einer luxemburgischen Mutter studierte Physik und hat anschließend u.a. im CERN-Institut gearbeitet (s.o.), wurde Journalist und war bis 2005 Leiter der Programmgruppe Wissenschaft Fernsehen beim WDR. Nach einer Elternzeit 2005–2006 arbeitet Yogeshwar weiterhin als Wissenschaftsjournalist beim WDR und ist daneben verstärkt auch freiberuflich tätig. Derzeit moderiert er

neben »Quarks & Co« (WDR), noch »Wissen vor 8« (ARD), »Wissenschaftsforum« (Phoenix), und »Die große Show der Naturwunder« (ARD). Der smart lächelnde Vorzeigemoderator (Markenzeichen: keine Krawatte und wohlgekämmt) ist sozusagen das positive Abbild des Lehrers, der mit seiner eigenen Begeisterung und Überzeugung seinen Schülern komplexe Zusammenhänge nahebringt. Sein Anliegen ist es, mehr als nur ein Bild der Wirklichkeit zu bieten, und stellt sich auf die sich ständig ändernden Techniken ein: »In seinen Anfängen war das Wissenschaftsfernsehen tatsächlich kaum mehr als die Visualisierung eines Vortrags, weil das junge Medium noch keine Erfahrung mit sich selbst hatte und sich deshalb dramaturgisch am Ideal des universitären Vortrags orientiert hat. Heute weist das Medium eine Eigendynamik auf, die einer so gearteten Wissensvermittlung gerade abträglich ist. Ich bin überzeugt, dass wir in zehn Jahren ein tief greifendes Rearrangement der Medienlandschaft vorfinden werden: Das Internet wird sehr viel intensiver als Distributionsweg genutzt werden und wir werden im Grunde genommen nur noch wenige kollektive Großprozesse erleben, die wir dann gemeinsam irgendwo teilen: die Fußball-WM oder Wetten, dass...?«²

Ein noch beliebteres Format ist die Wissensshow, die vor allem durch die



ZDF-Sendung »Abenteuer Wissen«

»Know-how-Show« mit Joachim Bublath Popularität erreichte. Da knallte und zischte es im munteren Wechsel während Bublath, ganz Chemielehrer, versuchte, die ausgelösten Phänomene zu erklären. Von 1986-1999 lief diese Show im ZDF. In die Fußstapfen dieses Klassikers ist die Sendung »Clever« (SAT1) getreten. Hier kommt der Chemielehrer in Gestalt von Wigald Boning und bekleidet mit weißem Kittel daher und stellt Fragen, zu denen Lösungen zur Auswahl stehen. Beispiel: »Wo explodiert Dynamit – auf dem Grill, in der Mikrowelle, im Backofen?«. Für Freunde leichter Unterhaltung ist wohl auch »Die große Show der Naturwunder« in der ARD gedacht, die Ranga Yogeshwar gemeinsam mit Frank Elsner moderiert. Die Wissenshäppchen verteilen sich hier noch großzügiger auf die Sendezeit als bei »Clever«.

Bildung durch Unterhaltung

Wissenschaft auf allen Kanälen: Wer will, kann sich mühelos und ständig auf dem Laufenden halten, und das, obwohl Fernsehen primär ein Unterhaltungs- und kein Bildungsmedium ist. Entsprechend dieser Diktion stellt sich die Frage nach dem, was bleibt, anders in der strukturierten Bildungsarbeit wie in der Erwachsenenbildung. Fernsehen nutzt die Popularisierung, um die Aufmerksamkeit des Nutzers zu gewinnen. Die Chancen, dass das Gesehene tatsächlich richtig und dauerhaft im Gedächtnis bleibt, ist bei dem flüchtigen Medium Fernsehen allerdings nicht besonders hoch. Die Medienwirkungsforschung zeigt, dass etwa 25 Prozent der Inhalte von Nachrichtensendungen behalten werden. Keine grandiose Leistung, aber genug, um die Welt ein bisschen besser zu verstehen als zuvor.

ANMERKUNGEN

- 1 Neuß, N.: »Ich hab mal was gelernt ...«. Was Kinder schreiben und erzählen, wenn es um das »Lernen beim Fernsehen« geht. In: *Television* 17/2004.
- 2 Aus einem Interview mit Ranga Yogeshwar, aus: Winfried Göpfert: »Wissenschaftsjournalismus«, 2006.

INTERNETRECHERCHE

Functional Food

Allergiker, Gestresste und Energiereduzierte, Frauen mit Falten, Sportler, Senioren und Alzheimer-Kranke: Aufgepasst! Jetzt gibt's Functional Food, d.h. High-Tech-Aufbau-Nahrung. Statt Äpfel und Karotten zu kauen, gibt's die Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente in Form von Powerfood auf Niedrigkalorienbasis: www.zeit.de/2006/46/E-Nestl?page=2. Nicht Kapseln, Tabletten, Dragees oder teure Nahrungsmittelergänzungen sind gemeint, sondern mit Zusätzen angereicherte Nahrungsmittel aus dem Supermarkt, der Apotheke, vom Bäcker oder Metzger. Vitamine in Bonbons, probiotischen Joghurts, Mettwurst, Suppen, im Brot, in Multivitaminensäften, angereicherten Müslis und Fitnessriegeln. In Frankreich gibt's angeblich bereits eine Hautstraffungs-Marmelade und in Japan, der Heimat von Functional Food, gibt es Kaugummis, die die Haut nach Rosen und Vanille duften lassen: www.sueddeutsche.de/gesund/artikel/282/161836/2/.

Leider hinkt die Forschung wieder mal hinterher, denn was so gesund vermarktet wird, hat den Beweis noch nicht wirklich angetreten. Es fehlen Wirkungsstudien und Langzeituntersuchungen. www.stud.uni-hannover.de/~hstueck/funfood/inhalt/medi02.htm sowie www.ta-swiss.ch/d/arch_erna_func.html. Nestlé, Großanbieter von Functional Food, hat's aber gecheckt. Bevor der Kunde wegen mangelnder Wirkungsstudien im Dunkeln sitzen bleibt, kann er jetzt dank der »Walk Dich fit«-Aktion des Konzerns selbst prüfen, ob und wie sich sein Wohlbefinden steigern lässt. Nestlés Wohlfühl-Offensive verfolgt eine Doppelstrategie: Der Kunde soll sich mit Nordic-Walking und gleichzeitigem täglichen Verzehr eines probiotischen Produkts fit, gesund und rundum wohl fühlen. Kauft man den LC1 8er-Pack, bekommt man sogar ein Gratis-Reflektorband, so dass man auch noch nachts walken und abendlich den Power-Joghurt schlürfen kann. Und die Großpackung hält dabei noch Walking-Tipps bereit. Also nichts wie ran! Für die Stöcke muss man leider selbst aufkom-

men: www.gesund-vital-online.de/walk-dich-fit-mit-nestle-lc1,1142.

Was dann tatsächlich gewirkt hat, das Walken, der Functional-Joghurt oder die geschickte Kombination, das steht in den Sternen geschrieben. Modern ausgedrückt: Man muss von multifaktoriellen Wirkungen ausgehen.

Die Wirtschaft soll durch die in Europa neuartige Designerlinie kräftig angekurbelt werden. Bei Nestlé werden beispielsweise Gewinne bis zu 25 Prozent erwartet: www.zeit.de/2006/46/E-Nestl?page=2. Dies ist sicherlich ein Grund, Functional Food als zukunftsträchtiges Marktsegment zu forcieren. In Niedersachsen gibt es deshalb bereits ein Kompetenzzentrum für Functional Food, das vom niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur zur Unterstützung mittelständischer Unternehmen gefördert wird: www.functional-food.org/kpz-ff02.htm

Beim Weitergooglen finde ich schließlich eine Seite über ein Radrennen quer durch die USA: Von 5000 km, Temperaturen von 0-50 Grad Celsius und ca. 980.000 Kurbelumdrehungen pro Radler ist die Rede. Um die Verdauung zu entlasten und um die Toilettengänge zu vereinfachen, sollten die Rennradler nur Flüssignahrung zu sich nehmen, sprich: Functional Food. Ergebnis: Spätestens nach 24 Stunden zeigten sich bei den Athleten Magen- und Darmprobleme. Das Produkt ist im wahrsten Sinne des Wortes durchgefallen. Ein Problem war auch, dass die Radler zu wenig tranken, wenn das Getränk nicht dem individuellen Geschmack behagte, und so kam es zu einem Flüssigkeits- und Nährstoffmangel! Aufgrund der Probleme musste auf normale Ernährung umgestellt werden: Risotto, Cordon-bleu, Fisch-Mac... Die Radler werden sich gefreut haben, aber den Functional-Food-Bastlern wird schon noch einiges einfallen, um die Geschmäcker zufriedenzustellen, und um die Extremradler wieder an das Powerfläschchen zu hängen. Schließlich geht es um mehr Treten und weniger Stuhlgang: www.lebensmittel.ch/doc/doc_download.cfm?uuid=EB3F9F8914220A6314A768EB0A6F1D5A&&IRA-CER_AUTOLINK&&

Tja: Der Mensch ist, was er isst.

Tilly Miller