

# Partikularität und Perspektivität von Geschichte

## Zur historisch-politischen Arbeit der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)

Hanna Huhtasaari und Ruth Grune<sup>1</sup>

**Geschichtsvermittlung in und mit Medien zwischen Bildung und Unterhaltung als Herausforderung für die politisch-historische Bildung. Wie kann diese, medial vermittelt durch einen kritischen Umgang mit Quellen und Informationen, gelingen und wie lassen sich zudem Zielgruppen erreichen, die mit herkömmlichen Mitteln der historisch-politischen Bildung in der Regel nicht erreicht werden können? Der Artikel zeigt Beispiele aus der Arbeit der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb).**

„Wo sind die Gaskammern?“ Diese Frage wird Gedenkstättenpädagogen während der Führungen über das Gelände von ehemaligen Konzentrationslagern oder NS-Gefängnissen regelmäßig gestellt. Die Mitarbeiter berichten von unerfüllten Besuchererwartungen wie etwa einem gewissen „Gruselfaktor“, den sie jedoch weder bedienen können noch wollen. Zudem bringen die Gäste bereits zahlreiche Geschichtsbilder und Narrative vom Nationalsozialismus mit. Sie sind bewusst oder unbewusst durch Bilder und Filme geprägt, die sie zuvor gesehen haben. Wie aber kann man darauf reagieren und die von den Medien geprägten Bilder in den Köpfen aufweichen, ohne Schüler mit einem Gefühl: „So schlimm war es ja gar nicht“ wieder zu entlassen?

Ein Gespräch mit den Besuchern über Vorstellungen, Vorwissen und Eindrücke nach der Begegnung mit einem Zeitzeugen, nach einem Gedenkstättenbesuch, nach einem Spielfilm oder einer Geschichtsdokumentation ist bei der Bildungsarbeit essenziell. So können bestehende Geschichtsbilder an einem Beispiel hinterfragt werden. Aufgabe der historisch-politischen Bildung ist es, die Fähigkeit zu vermitteln, Vergangenheit erkennen, Nar-

rative deuten und Geschichtskonstruktionen kritisch hinterfragen, vielleicht sogar dekonstruieren zu können. Dies ist umso wichtiger, da bereits eine gefühlte Übersättigung mit dem Thema „Nationalsozialismus“ zu verzeichnen ist. Die Tatsache, dass Hitler in den Medien präsenter denn je ist, verleitet zu der Einschätzung, man wisse genug über das Thema. Bei näherer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass die Geschichtskennntnisse lückenhaft und abstrakt sind.

### Tendenz zu einer Emotionalisierung von Geschichte

Geschichte begegnet Jugendlichen nicht nur im Schulbuch, in Gedenkstätten oder Museen, sondern auch im Film, in Computerspielen, auf YouTube oder Twitter. Daher sollten diese „Alltags-“ oder „Populärquellen“ von Nichthistorikern in der Geschichtsvermittlung berücksichtigt werden.

Formate können und dürfen unterhaltsam sein. Niedrigschwellige Angebote können Zielgruppen erreichen, die sonst nicht erreicht werden. Auch ein Sichhineinversetzen schafft persönliche Anknüpfungspunkte. Dennoch

#### Anmerkungen:

1

In Zusammenarbeit mit Clemens Stolzenberg und Matthias Uzunoff

sollte Geschichtsvermittlung nicht beim „Nachfühlen“ im Sinne von: „So muss es gewesen sein“ stehen bleiben. Diese Anmutung geben jedoch zahlreiche O-Töne der Fernsehproduktionen von privaten wie öffentlich-rechtlichen Sendern. Hier haben Zeitzeugen inzwischen eine Autorität erlangt, als handle es sich um die eine, die „richtige“ Geschichtsdeutung. Die aktuelle Tendenz geht zur Emotionalisierung und dem Nachfühlen und Nachempfinden von Geschichte, so verkommt sie jedoch zu Kitsch und Klischees.

Daher sollte Geschichtsvermittlung möglichst aus verschiedenen Narrativen gestaltet sein. Die Perspektiverweiterung verdeutlicht, dass Rollen nicht eindeutig festgelegt sind, sie eröffnet Fragen nach alternativen Handlungsoptionen. Dabei lassen sich in allen Medien und Formaten Geschichtsnarrative, authentische wie fiktionale, finden – seien es Museen, Gedenkstätten, Comics oder Graphic Novels, Computerspiele, Spielfilme, Tweets oder YouTube-Clips: Die Narrative in diesen Formaten und Medien erkennen, einordnen und dekonstruieren zu können, ist die Aufgabe der historisch-politischen Bildung.

### Kritischer Umgang mit Quellen und Informationen

Im Netz wird es zunehmend schwieriger, Fakten und Fiktion zu erkennen. Dabei ist die Erinnerung an die Vergangenheit längst Teil der digitalen Welt. Ob ein virtueller Rundgang durch das Anne-Frank-Haus in Amsterdam, ein fiktionales Profil eines Holocaust-Opfers in einem sozialen Netzwerk oder bei Twitter, der Zeitzeuge-on-Demand oder als Hologramm in ein Klassenzimmer projiziert – die Formen und Möglichkeiten des digitalen Erinnerens sind bereits heute vielfältig.

Digitale Medien prägen zunehmend unser Verständnis der Vergangenheit und schaffen neue Formen des Erinnerens, neue Zugänge für das Geschichtslernen. Im Netz kann sich potenziell jeder an der Geschichtsschreibung beteiligen, das Internet ermöglicht größere Partizipation und kann so zur Pluralisierung der Geschichtsbilder und ihrer Deutungen beitragen. Dadurch wird Erinnerung demokratischer und vor allem noch kommunikativer. Hier liegt möglicherweise eine Chance, Geschichtsnarrativen, die in den öffentlichen Debatten kaum eine Rolle spielen, mehr Platz einzuräumen und Multiperspektivität durch aktive gesell-

schaftliche Teilhabe in der öffentlichen Erinnerungskultur zu verwirklichen. Mobiles Internet bietet darüber hinaus enormes Potenzial für neue Wege des Geschichtslernens vor Ort, beispielsweise durch historische Rundgänge mit Apps, die Informationen, Bildmaterial, Audiospuren und Videos liefern.

Neue Formen der Geschichtsvermittlung bergen auch neue Herausforderungen: Die Grenzen zwischen Realität und Fiktion können verschwimmen, die Gefahr der Banalisierung ist nicht von der Hand zu weisen. Nicht nur im Netz, auch durch neue Technik wie Augmented Reality, 3-D-Projektionen, Computersimulationen oder Geräuschkulissen könnte sich Geschichtsvermittlung ändern, Geschichte erlebbar(er) gemacht werden. Aber wo liegen die Grenzen? Was ist erlaubt? Wie gehen wir mit den Quellen in Zukunft um? Erwarten uns ein „Disneyland des Grauens“ und digitale Gruselkabinette?

Die neue Herausforderung, vor der wir heute stehen, ist der kritische Umgang mit den zur Verfügung stehenden Quellen und Informationen, die uns on- und offline begegnen. Hier muss politische Bildung Angebote machen. Sie muss Schülern und Studierenden Antworten geben können auf die Fragen, wie Geschichtsrecherche im Zeitalter von Wikipedia aussieht und welche Geschichtskompetenzen wir zukünftig brauchen. Denn nur, wer Information einschätzen, quellenkritisch hinterfragen und vermitteln kann, wird sich in einer digitalen Gesellschaft konstruktiv beteiligen und einbringen können. Wichtig ist es, neue Medien und die damit verbundenen Möglichkeiten nicht kategorisch abzulehnen, sondern sich mit ihnen aktiv auseinanderzusetzen.

Beispielsweise durch den Einsatz von Videointerviews von Zeitzeugen oder von Spielfilmen und Computerspielen zum Thema „Zweiter Weltkrieg“ lassen sich Geschichtskompetenzen stärken. Auch Projekte zum Umgang mit Quellen, ihrer Darstellung und digitalen Aufbereitung können Geschichts- und Medienkompetenzen fördern. Eine Aufgabe wird es sein, Angebote zur historisch-politischen Bildung zu schaffen, die vor allem Jugendliche ansprechen.

Will man dies wirkungsvoll tun, muss klar sein, dass sich nicht auf Faktenwissen konzentriert werden darf. Zentrale Bestandteile der Lerninhalte und Methodik müssen Partikularität und Perspektivität von Geschichte sein – insbesondere dann, wenn Jugendliche in die

Lage versetzt werden sollen, Erfahrungen aus der Geschichte auf ihre Gegenwart und Zukunft zu beziehen. „Interesse entsteht aus Betroffenheit heraus und diese stellt sich ein, wenn historische Ereignisse in die eigene Lebensgeschichte eingeordnet werden“ (Schmidt-Sinns 1991). Der Grat zwischen Unterhaltung und seriöser politisch-historischer Bildung ist – wie oben beschrieben – ein schmaler. Die bpb erprobt hier neue Formate. Exemplarisch werden im Folgenden Formate aus den Bereichen „Internet“, „TV“ und „Computerspiele“ erläutert.

### Ein Serious Game zum „Großen Krieg“

Im Themenkomplex „Computerspiele“ vorherrschende Narrative zum Ersten Weltkrieg zu hinterfragen und gleichzeitig die Teilnehmenden zu einem eigenen künstlerischen Ausdruck mit Games zu befähigen, das war das ehrgeizige Ziel eines dreitägigen Workshops im Rahmen des Europe14|14 HistoryCampus in Berlin. Normalerweise benötigen Spiele eine monatelange Entwicklungszeit, hier jedoch sollten sie in drei Tagen von Anfängern erdacht und entwickelt werden. Zum Ersten Weltkrieg gibt es bereits einige Spiele – meist sind es einfache Shooter, die den Krieg zum Freizeitvergnügen stilisieren. Die Studenten sollten im Workshop eigene Spielideen entwerfen und sie am Ende anderen Teilnehmenden des HistoryCampus präsentieren. Neben einem Angry Birds im Stellungskrieg – ein bisiger Kommentar auf die populäre Spielkultur – kam dabei u. a. ein Horror-Simulator im Schützengraben heraus: Der Spieler irrt durch enge Schützengräben und wird mit Gasgranaten, Explosionen und Gewehrfeuer malträtiert. Indem sie den Spieler von der vermeintlichen Täter- in die Opferrolle versetzen und ihn den Schrecken des Krieges spüren lassen, stellen die Studenten gängige Kriegsspiel-Klischees auf den Kopf. Es gelang allen Gruppen, ihre Interpretation von Geschichte mit einem eigenen spielbaren Prototyp zu realisieren. Dabei waren Games nicht etwa Türöffner der politischen Bildung, sondern Reflexionsgegenstand und Ausdrucksmedium zugleich.

### Das Thema „Mauerfall“ auf YouTube und im Fernsehen

Jugendliche lassen sich am einfachsten an Orten ansprechen und „abholen“, an denen



Bundeskanzlerin Angela Merkel mit Teilnehmern von Europe 14|14:  
Noelia Blas Guillén aus Spanien, Roman Roobroeck aus Belgien, Laura Rio aus Portugal  
und Helge Jonas Pösche aus Deutschland.



Gaming the War – Teilnehmende des HistoryCampus.

sie sich „bewegen“ und die sie akzeptieren. YouTube ist ein solcher Ort. Mittlerweile verfügen alle Jugendlichen in Deutschland über Zugang zum Internet und nutzen dieses über vier Stunden täglich. Neben der Kommunikation über soziale Netzwerke, insbesondere Facebook, verbringen Jugendliche einen Großteil ihrer Zeit im Netz, um zu spielen oder sich unterhalten zu lassen.<sup>2</sup> Die Plattform ihrer Wahl ist YouTube: Fast alle Jugendlichen nutzen Webvideos zumindest gelegentlich.<sup>3</sup> Webvideos werden jedoch nicht nur angesehen, sondern auch kommentiert und geteilt. Das aktuell realisierte YouTube-Projekt der bpb „25 Jahre Mauerfall“ setzt diese Möglichkeiten der Aktivierung für die Auseinandersetzung mit deutsch-deutscher Geschichte ein. YouTube-Künstlerinnen und -Künstler unterschiedlichsten Alters, Geschlechts und Sozialisierung produzieren kurze Webvideos zum Thema „Mauerfall“. Aus ihren unterschiedlichen Perspektiven auf die Vergangenheit entstehen Animationen, Erklär-Videos, Comedy-Clips und andere Videoformate. Die YouTuber weisen auf ihren Facebook-Profilen auf die Videos hin und diskutieren sie mit ihren Fans. Über eine Webseite werden ergänzende Materialien, weiterführende Links und eine Dokumentation des Projekts bereitgestellt. So lässt sich auf eine niedrigschwellige Art (audiovisuelle Formate erfordern beispielsweise keine große Lesekompetenz) eine Zielgruppe erreichen, die mit den herkömmlichen Methoden der politisch-historischen Bildung nicht oder nur schwer erreichbar ist.

Gleiches gilt für das Fernsehen, welches immer noch das unangefochtene Leitmedium, insbesondere unter bildungsbenachteiligten Jugendlichen, ist. Fernsehen ist fester Bestandteil des täglichen Lebens. Ihm wird eine hohe Glaubwürdigkeit zugewiesen.<sup>4</sup> TV-Formate können so als „Einflugschneise“ dienen, um Jugendliche aus bildungsbenachteiligten Milieus anzusprechen und für historische Themen zu sensibilisieren.

Ein Beispiel für ein solches TV-Format ist das Projekt „Schule in der DDR“, das derzeit in Zusammenarbeit mit der bpb für eine Ausstrahlung auf RTL produziert wird. Mit einer Schulklasse soll der Schulalltag einer neunten Klasse einer Polytechnischen Oberschule (POS) Ende der 1980er-Jahre nachgestellt („reenacted“) werden. Integriert werden zeitgeschichtliche Filmausschnitte und Zeitzeugen. Um hier nicht im Erleben und Nachfühlen

hängen zu bleiben, sollen die Schülerinnen und Schüler das Erlebte in Diskussionen reflektieren und die historischen Zusammenhänge aufarbeiten. Angereichert durch die im Privatfernsehen obligatorischen Promi-Statements entsteht eine Miniserie, welche an prominenter Stelle ausgestrahlt wird. Die Zielgruppe erweitert sich so über die Schulklasse hinaus. Vordergründig unterhaltend kann so eigenes Erleben in einen historischen Zusammenhang gesetzt werden. Eine Webseite mit ergänzenden Materialien soll eine vertiefende Beschäftigung mit dem Thema, etwa im Unterricht, unterstützen.

Freilich handelt es sich bei beiden Formaten um sehr niedrigschwellige Zugänge mit oben beschriebenen Risiken. Um die Narrative in diesen Formaten und Medien einzuordnen, zu erkennen und zu dekonstruieren, sind mehrere Ebenen vonnöten: Neben den Medienprodukten an sich kommt es immer auf die entsprechende Begleitung und flankierende Maßnahmen an. In den Gesprächen mit den Schülerinnen und Schülern müssen die „richtigen“ Fragen gestellt werden: Wie konnte es überhaupt zu so etwas kommen? Wie wurde man zum Mitläufer? Wie handelt ein Mensch unter bestimmten Bedingungen, in einer Diktatur? Wie funktionieren Mechanismen der Ausgrenzung – damals wie heute? Was kann ein Zeitzeuge berichten, was nicht?

Eine medial vermittelte historisch-politische Bildung kann aus einer entweder als langweilig empfundenen oder klischeevoll aufgearbeiteten Geschichte eine für die sonst schwer erreichbare Zielgruppe interessante Materie gestalten. Wenn Jugendliche und junge Erwachsene ihren eigenen Bezug und ihre eigenen Fragen zu Geschichte entwickeln können und verstehen, dass Geschichte nicht „einfach passiert“ oder wie ein Schicksal über uns hereinbricht, hat die historisch-politische Bildung durch und mit Medien viel erreicht.

**2**  
45 % der 12- bis 19-Jährigen verbringen ihre Zeit im Internet mit Kommunikation über soziale Netzwerke, E-Mail oder Chat; 24 % benutzen es, um sich unterhalten zu lassen und 17 % für das Spielen von Onlinegames (*JIM-Studie 2013*).

**3**  
95 % der 14- bis 29-Jährigen nutzen Webvideos zumindest gelegentlich (*ARD/ZDF Online-Studie 2014*).

**4**  
88 % der 12- bis 19-Jährigen und 90 % der Haupt- und Realschülerinnen und -schüler sehen täglich oder an mehreren Tagen in der Woche fern (*JIM-Studie 2013*). Bezüglich der Glaubwürdigkeit bei der Berichterstattung vgl. u. a. Behrens, P./Calmbach, M. u. a.: Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten. In: *Media Perspektiven*, 4/2014, S. 195 – 218

#### Literatur:

**Schmidt-Sinns, D.:** *Zeitgeschichte im Bild nach vier Jahrzehnten. Überlegungen zum Projekt.* In: W. Becker/S. Quandt (Hrsg.): *Das Fernsehen als Vermittler von Geschichtsbewusstsein.* Bonn 1991

#### Weiterführende Literatur:

Dokumentation der internationalen Konferenz „digitalmemory-onthenet“ zu virtuellen Formen des Erinnerns. Abrufbar unter: [www.bpb.de/62832](http://www.bpb.de/62832)

Angebot zum Themenfeld Geschichte der bpb abrufbar unter: <http://www.bpb.de/geschichte/>

Bericht über den Game-Design-Workshop beim HistoryCampus abrufbar unter: <http://www.spielbar.de/neu/2014/06/historycampusgraben-im-eiltempo/>

Ruth Grune ist Referentin im Fachbereich „Zielgruppenspezifische Angebote“ bei der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) in Bonn.



Hanna Huhtasaari ist Referentin im Fachbereich „Print“ bei der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) in Bonn.

