

MEDIENBILDUNG — MEDIEN UND ICT

Prof. Dr. Thomas Merz-Abt

Schülerinnen und Schüler müssen den Umgang mit dem Computer erlernen. Zweifellos. Auch die Auseinandersetzung mit Fernsehen oder Comics, Internet oder Handy, mit Werbung oder einer Schülerzeitung gehören zur zeitgemässen Medienbildung. Die Grundfrage liegt aber tiefer: Wie gelingt es, Kinder auf das Leben in der Mediengesellschaft vorzubereiten? Welche Fähigkeiten brauchen sie, um sich in dieser rasant verändernden Welt zurecht zu finden? – Diesen Fragen muss sich die Schule heute stellen. Und auch wenn niemand mit Sicherheit sagen kann, welche Fähigkeiten in zehn Jahren tatsächlich gebraucht werden – dispensiert ist die Schule von diesen Überlegungen nicht.

Was hat ein Waldspaziergang mit Informatik zu tun? Und warum ist Identitätsbildung in einer Mediengesellschaft besonders wichtig? Für den Medienpädagogen Thomas Merz-Abt muss zeitgemässe Medienpädagogik weit über die üblicherweise gestellten Fragen hinausgehen. Medien sind nicht nur ein Schulthema, sondern die Schule insgesamt muss sich den Herausforderungen der Mediengesellschaft stellen. In zwei Beiträgen für SCHULE legt Merz nicht nur Grundlagen zeitgemässer Medienbildung dar, sondern zeigt konkrete Konsequenzen für alle Stufen auf.

Der erste Teil umfasst Grundlagen sowie Konsequenzen für den gesamten Unterricht. Der zweite Teil befasst sich dann mit konkreter Medienkompetenz und deren Förderung in allen Fächern.

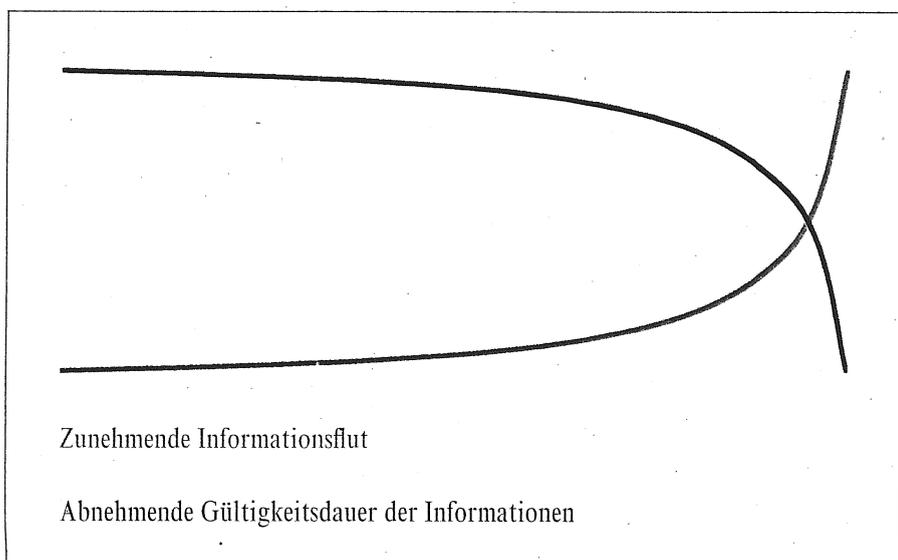
Medien spielen heute in unserer Gesellschaft eine zentrale Rolle. Sie begleiten uns vom Morgen bis zum Abend, in Beruf und Freizeit, spielen eine Rolle in Wirtschaft und Kultur usw. In keiner Gesellschaft zuvor waren Medien so wichtig wie für uns. Stehr (1994) spricht von Wissensgesellschaft, Jarren (2001) von Mediengesellschaft, um diese zentrale Rolle der Medien bzw. der Information deutlich zu machen. Dies führt zu einer Reihe von Herausforderungen, die wir als Schule, ja als Gesellschaft überhaupt, bewältigen müssen. Diese Herausforderungen sollen in einem ersten Teil skizziert werden:

1. Zunehmend mehr Medien

Jahrhunderttausende kommunizierten unsere Vorfahren mündlich. Dies beschränkte automatisch die Menge an Informationen, mit denen man sich auseinandersetzen musste. Wichtigste Bildungsaufgabe war, das vorhandene Wissen an die nächste Generation weiterzugeben. Eine bedeutende Weiterentwicklung war damit stark eingeschränkt.

Mit der Erfindung der Schrift vor gut 5000 Jahren begann eine Entwicklung, deren Ende noch nicht abzusehen ist. Mit der Speicherung von Wissen durch die Schrift

BILDUNG FÜR EINE WELT MIT



wurde es nämlich möglich, Wissen zu akkumulieren und an die nächste Generation weiterzugeben. Erstmals war die Kommunikation nicht mehr an die direkte Begegnung gebunden. Um die Zeitenwende erfolgte die Erfindung der Schriftrolle, nach weiteren 1500 Jahren der Buchdruck. In den letzten Jahrzehnten kamen immer schneller neue Erfindungen dazu: Zeitungen, Fotografie, Telefon, Film, Radio, Fernsehen usw. Mit der Erfindung des Computers, der nun sogar noch Informationen verarbeiten konnte, war ein weiterer einschneidender Schritt erfolgt.

Dies führt aus verschiedenen Gründen zu zentralen Herausforderungen:

- Die Gesellschaft muss laufend lernen, neue Medien sinnvoll zu integrieren. Dies betrifft Eltern in der Erziehung, politische Rahmenbedingungen müssen

geschaffen oder angepasst werden, die Wirtschaft ist durch die Entwicklung herausgefordert usw. Bisher können wir noch nicht einmal behaupten, dass wir als Gesellschaft einen konstruktiven Umgang mit dem Fernsehen realisiert haben, bereits sind wir mit Internet, Computerspielen, Handy usw. konfrontiert.

- Die rasante technologische Entwicklung erfordert viel Geld für die Infrastruktur und Zeit, um diese zu installieren und zu bedienen. Das betrifft alle gesellschaftlichen Institutionen, Wirtschaft und Verbände, Verwaltung und Non-Profit-Organisationen, es betrifft Eltern und die Schule. Jahrzehnte genügten für das Schulzimmer Kreide und Wandtafel. Heute braucht es Video und CD, Computer und Beamer, Fotoapparat und Drucker, Lern- und Übungsprogramme

usw. Sind wir bereit, den Schulen die Infrastruktur mit entsprechendem Support zur Verfügung zu stellen, um auch neue Medien zu integrieren? Bei dieser Frage entscheidet sich auch, ob wir konkurrenzfähig bleiben wollen.

- Medien und ICT veränderten in den letzten Jahren in rasantem Tempo Wirtschaft und Gesellschaft. Dies führt zur laufenden Herausforderung, im weltweiten Wettbewerb zu bestehen, und setzt alle gesellschaftlichen Systeme unter Druck. Nur mit einer laufenden Anpassung können die Konkurrenzfähigkeit und damit auch entsprechende Arbeitsstellen gewährleistet werden. Was für die Vergangenheit genügte, genügt nicht automatisch auch für die Zukunft.
- Die rasche Entwicklung brachte dabei auch eine historisch vollkommen neue Erfahrung: Immer mehr sind Lehrkräfte herausgefordert, laufend neu dazu zu lernen. Oft genug wissen und können Schülerinnen und Schüler im Bereich von Medien und ICT mehr als ihre Lehrkräfte. Gerade dies erfordert von Schulen neue Ideen und Konzepte.

2. Zunehmende Informationsmenge, abnehmende «Haltbarkeit»

Die technische Entwicklung führte nicht nur zu einer Medienvielfalt, sondern auch zu immer leistungsfähigeren Medien. Daher wächst auch die verfügbare Informationsmenge immer schneller. Früher war das Beschaffen von Informationen die

grosse Herausforderung, heute leiden wir an einem Zuviel von Informationen.

Biologisch sind wir noch immer auf eine Welt ausgerichtet, in der ein Mehr an Information immer auch ein Gewinn war. Während sich das Gehirn in den letzten Jahrtausenden kaum veränderte, hat die Informationsmenge, die heute verarbeitet werden muss, exponentiell zugenommen.

Dem gegenüber steht eine abnehmende Gültigkeitsdauer des Wissens, die wesentlich durch die rasante technische Entwicklung und die damit verbundenen Veränderungen bewirkt wird. Als mein Vater vor 50 Jahren seine Berufslehre abschloss, war er überzeugt, das für sein Berufsleben lange gültige Wissen erworben zu haben. Heute ist nicht einmal mehr sicher, ob das in einer Berufsausbildung vermittelte Wissen am Ende der Ausbildung noch aktuell ist. Das heisst also: Wir haben nicht nur immer mehr Informationen, sondern viele von ihnen sind auch immer rascher nicht mehr gültig.

Die Informationsverarbeitung, insbesondere auch das rasche Aussortieren von unnötigen Informationen, wird damit zu einer zentralen Fähigkeit in der Wissensgesellschaft.

3. Bilderflut und audiovisuelle Medien

Jahrzehntelang bereitete die Schule zuverlässig auf eine Welt vor, in der neben dem Rechnen das Lesen und Schreiben die zentralen Kulturtechniken waren. Längst leben wir heute aber in einer Welt, in der auch Bilder und Töne, insbesondere auch kombinierte Medienbeiträge als audiovisuelle Medien zentrale Bedeutung haben. Plakate am Arbeitsweg, Fernsbilder, Illustrierte, Flugblätter und Prospekte, Internetseiten, Tabellen und Grafiken, Kino- und Fernsehen oder das Fotografieren gehören heute genauso zum Alltag wie früher das geschriebene Wort. Will die Schule also auf eine multimediale Welt vorbereiten, so darf sie sich nicht auf das Lesen und Schreiben von sprachlichen Texten beschränken.

Konsequent forderte daher Doelker (vgl. dazu z.B. 2001) schon früh: Wer A für

**«Lehrkräfte mit einer Ausbildung von gestern
unterrichten nach Lehrplänen von gestern
und mit Lehrmitteln von gestern
Kinder, die in der Welt von morgen bestehen müssen.**

Das ist die grosse Herausforderung der Schule heute.»

Alphabetisierung sagt, muss auch B für Bildalphabetisierung und C für Computer-Alphabetisierung sagen. Das heisst also: Wenn die Schule im heutigen Kontext auf das Leben vorbereiten soll, muss sie Bilder und Töne in ihren vielfältigen Kombinationen genauso ernst nehmen wie früher die sprachlichen Texte. Zudem müssen die Grundfähigkeiten im Umgang mit dem Computer als dem wichtigsten und vielfältigsten Medium unserer Zeit systematisch gefördert werden.

So steht beispielsweise bereits dem Zürcher Lehrplan von 1991 ein erweiterter Textbegriff zugrunde. Ein Text kann Sprache, Bilder und Töne umfassen. Einen Text lesen, das kann heissen: eine Fernsehsendung, eine Tonbildschau oder eine Grafik lesen. Einen Text schreiben kann heissen: Eine Power-Point-Präsentation, eine kurze Videosequenz oder eine Internetseite gestalten.

Diese Neudefinition von Texten ist zwar revolutionär, die Umsetzung in den Schulen erfolgt bislang allerdings nur langsam.

4. Permanente Verfügbarkeit

Die permanente Verfügbarkeit von Medien und Medienbotschaften zur Individual- und Massenkommunikation bietet ebenfalls neue Herausforderungen. Grundsätzlich wird sie positiv empfunden. Immer und überall mit dem Handy erreichbar. Immer und überall auf alle Medien Zugriff.

Noch vor 40 Jahren gab es am Schweizer Fernsehen den Dienstag als sendefreien Tag. Und dass der Sendebetrieb von Radio und Fernsehen nachts eingestellt wurde, war selbstverständlich. Neben einer Programm-Vervielfachung sind wir längst

konfrontiert mit einer Fülle von 24-Stunden-Programmen in vielen Sprachen. Und über Internet-Dienste stehen Medienbeiträge ohnehin jederzeit überall zur Verfügung.

Das heisst aber auch: Die Selektion und Beschränkung erfolgt nicht mehr automatisch auf Grund der Verfügbarkeit, sondern sie muss beim Konsumenten erfolgen. Damit sind die Medien auch dauernde «Verführer». Wann immer ich Enttäuschungen erlebe oder Langeweile verspüre, wenn ich eine unangenehme Aufgabe erledigen muss oder gerade etwas müde bin, wenn das Wetter meine Pläne durchkreuzt oder ich mich in der Fülle von Freizeit-Möglichkeiten nicht zurecht finde: Medien stehen zur Verfügung, liefern Abwechslung und Aufheiterung, Action und Spannung, bringen Lebensgeschichten und Gespräche, Spiele und Erotik. Was im realen Leben mit eigener Anstrengung verbunden ist, steht mir im Fernseher oder Computer zur freien Verfügung. Was im realen Leben auch zu Enttäuschungen führen kann, kann ich in der eigenen Stube gefahrlos erleben.

Eine besondere Herausforderung ist dabei das stetige Abwägen von kurz- und langfristigen Nutzen. Emotionen, Spass und Unterhaltung sind zwar kurzfristig angenehm, doch in der Regel nicht von langfristigem Nutzen. Das Verfolgen von fremden Lebensgeschichten ist zwar gefahrlos, aber eigene Erfahrungen kann ich damit nicht machen. Hier ist eine hohe Selbstkompetenz im Umgang mit Medien bzw. im Umgang mit der eigenen Freizeit gefordert. Es ist einfach, im Film mit hungrigen Menschen mitzufühlen – aber die Welt verändert sich deswegen nicht.

Auch in der Individualkommunikation bedeutet ein Mehr an Möglichkeiten noch

nicht zwingend auch einen Gewinn an Kommunikation. Nur weil ich per Handy jemanden jederzeit erreiche, ist noch nicht gewährleistet, dass wir auch über wichtige Fragen sprechen. Und schliesslich kann die dauernde Verfügbarkeit auch dazu führen, dass wir uns nicht mehr auf die Personen einlassen, mit denen wir gerade zusammen sind, sondern unsere eigene kleine Welt mit uns mitnehmen. Ich lasse mich im Zug oder auf einer Reise nicht auf neue Begegnungen ein, denn meine Gesprächspartnerinnen und -partner kommen ja überall hin mit.

5. Omnipräsente Werbung

Parallel zur Ausweitung der Medien und der Entwicklung hin zur permanenten Verfügbarkeit der Medien erfolgte auch die Vervielfachung der Werbebotschaften, die auf uns einströmen. Bereits vor dem ersten Kindergartenstag werden Kinder mit Tausenden von Werbebotschaften konfrontiert. Während offene Formen wie Inserate oder Fernsehwerbung gut als Werbung erkannt werden können (und trotzdem wirken), sind viele Werbebotschaften kaum als solche erkennbar, sondern versteckt in Product Placement, Sponsoring oder fertigen Medienberichten aus Public Relations-Abteilungen: Da sind beispielsweise Musicstars und Buchautorinnen zu Gast in Talk-Sendungen. – Was die Zuschauerin nicht weiss: Der entsprechende Fernsehsender, der Buchverlag und CD-Produzent gehören demselben Medienkonzern...

Wer ein «Bravo» oder «Mädchen» durchblättert, stellt fest, dass die Unterscheidung zwischen Text und Werbung oft kaum möglich ist. Hier wie dort geht es um Schönheitstipps und aktuelle Musikstars, hier wie dort wird vermittelt, welche Kleider, welche Freizeitbeschäftigungen oder Feriendestinationen «in» oder «out» sind.

Zudem: Eine einzelne Werbung kann von uns auch analysiert und hinterfragt werden. So vielfältig aber die Produkte, für die geworben wird – im Hintergrund steht stets die Botschaft: «Willst du glücklich sein, dann konsumiere!» Stimmt das tatsächlich?

Gerade die Auseinandersetzung mit beeinflussender Kommunikation setzt also Menschen voraus, die sich fundiert eine eigene Meinung bilden können. Wer nicht weiss, wer er ist, was er will und was er kann, ist in einer Umwelt verloren, wo uns dauernd gesagt wird, wie wir sein und was wir wollen sollen.

6. Wirklichkeit aus zweiter Hand

Medien haben vielfältige Wirkungen (z. B. Bonfadelli 2001). Deren Erforschung erweist sich als hochkomplex, vor allem weil zahlreiche Medienwirkungen nicht direkt erfolgen. Medien verstärken oft bereits vorhandene gesellschaftliche Phänomene und Tendenzen.

Eine der wichtigsten Wirkungen ist jedoch die: Medien erschaffen für uns die Wirklichkeit. Über weitaus die meisten Dinge auf dieser Welt sind wir nicht direkt und aus eigener Erfahrung informiert, sondern aus den Medien. Wo immer wir keinen direkten Einblick haben (und das ist für die meisten Länder auf dieser Welt, die meisten Lebensbereiche, die meisten anderen Haushalte oder Biografien der Fall!), sind wir von der medialen Darstellung abhängig.

Wir machen uns ein Bild über die Situation im Irak, wir bilden unsere Meinung zu einer Volksabstimmung, wir entscheiden uns für eine Berufsausbildung usw. Und stets bauen wir unser Bild der Realität auf der Basis von Medienbotschaften auf. Das heisst also: Wie die Welt ist, wissen wir zu einem ganz kleinen Teil aus eigenen Erfahrungen und zum grössten Teil setzen wir unser Weltbild aus Mosaiksteinchen von vermittelter Wirklichkeit zusammen.

Die Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit wird damit zu einer Grundfrage der

Mediengesellschaft überhaupt: Was ist für uns Wirklichkeit? So einfach die Frage, so schwierig die Antwort. Meine eigene Erfahrung ist zwar unmittelbar, sie ist aber immer ein Einzelfall und an einen subjektiven Standpunkt gebunden. Sie muss in vielen Fällen durch mediale Erfahrungen ergänzt werden. Aber stimmt die mediale Berichterstattung? Welches persönliche Interesse hat die Redaktorin, die den Beitrag produzierte? Welche Facetten der Realität werden in diesem Bericht verschwiegen? Woher nehme ich die Grundlagen, um den Wahrheitsgehalt und die Qualität dieses Berichts zu prüfen?

Letztlich ist es eine zentrale Aufgabe der Schule überhaupt, Schülerinnen und Schüler auf dem Weg zu begleiten, ein «realitätstaugliches» Weltbild aufzubauen, ein Weltbild also, das verantwortliche Entscheidungen auf der Basis fundierter Informationen ermöglicht. Die Medienbildung liefert hier eine Fülle von Möglichkeiten, dieses zentrale Ziel der Schule zu erarbeiten.

7. Gefährdete Chancengleichheit

Die Chancengleichheit war schon immer ein gefährdetes Ziel der öffentlichen Schule. Die rasche Entwicklung im Bereich der Medien macht es noch schwieriger, die Chancengleichheit zu gewährleisten. Insbesondere die Forschungen zur Wissenskluft (z. B. Bonfadelli und Saxer 1986) zeigen auf, dass zunehmende Information nicht automatisch dazu führt, dass alle Mitglieder der Gesellschaft im gleichen Masse davon profitieren. Im Gegenteil: Mitglieder der Mittel- und Oberschicht profitieren typischerweise in höherem Masse davon als Mitglieder aus der Grundschicht. Diese Entwicklung wur-

«Das Lesen hat in unserer Kultur immer noch hohes Prestige.

Wer mit der Klasse ein Buch liest, muss das nicht rechtfertigen.

Wer eine Unterhaltungssendung schaut, schon.

Dabei bietet beispielsweise eine Sendung wie «Lüthi & Blanc» eine Fülle von spannenden und zeitgemässen Gesprächen.»

«Als mein Vater vor 50 Jahren seine Berufslehre abschloss, war er überzeugt, das für sein Berufsleben lange gültige Wissen erworben zu haben. Heute ist nicht einmal mehr sicher, ob das in einer Berufsausbildung vermittelte Wissen am Ende der Ausbildung noch aktuell ist.»

de durch die zunehmende Bedeutung des Computers noch verstärkt. Gerade teurere Medien sind in sozial besser gestellten Haushalten häufiger vorhanden, was auch zu höherer Kompetenz der Kinder im Umgang damit führt. Und wer von zu Hause – schon mehr Kenntnisse mitbringt, profitiert dann in der Schule erneut wieder mehr.

Knaben und Mädchen konsumieren Medien unterschiedlich. Und insbesondere beim Computer wird Knaben noch immer eher eine höhere Kompetenz zugeschrieben. Wichtig ist auch hier, dass Lehrkräfte darauf achten, dass auch Mädchen im Umgang mit dem Computer konsequent gefördert werden.

8. Bewältigung der gesellschaftlichen Herausforderungen

Neben den Herausforderungen durch die Medien steht unsere Gesellschaft natürlich noch vor einer ganzen Reihe anderer sozialer, wirtschaftlicher, politischer, kultureller oder ökologischer Fragen und Probleme. Nur wenn diese überhaupt erkannt und mögliche Lösungsansätze diskutiert werden, können die Lebensgrundlagen auf unserem Planeten nachhaltig sichergestellt werden. Dazu gehören:

- Ökologische Herausforderung (Luft- oder Gewässerverschmutzung, Ozonloch, Klimaerwärmung, Artensterben usw.)
- Demografische Entwicklung
- Globalisierung mit ihren sozialen und wirtschaftlichen Konsequenzen
- Arbeitslosigkeit
- Bewältigung der immer schnelleren Innovationsraten der technischen Entwicklung
- Schaffung von ethischen und rechtlichen

Richtlinien im Zusammenhang mit Gentechnologie, Biotechnologie, Atomtechnologie usw.

- Armut und deren Folgen in grossen Teilen der Welt
- Friedliches Zusammenleben in einer zusammenwachsenden Welt verschiedener Kulturen und Religionen
- Kostenexplosion im Gesundheitswesen
- Für die Schweiz insbesondere auch die Situierung im zusammenwachsenden Europa
- usw.

All diese Probleme sind nur dann zu lösen, wenn sie überhaupt wahrgenommen werden, wenn Lösungsansätze diskutiert, gesellschaftliche Meinungsbildungsprozesse zu allfälligen Handlungsalternativen stattfinden, Lösungen auf politischer und gesellschaftlicher Ebene umgesetzt und die Erfolge regelmässig diskutiert werden. All dies setzt informierte Bürgerinnen und Bürger voraus.

In der Konsequenz bedeutet dies: Will die Gesellschaft die gegenwärtigen Herausforderungen bewältigen, so ist sie auf die Medien- und Informationskompetenz ihrer Mitglieder angewiesen. Diese allein genügt zwar nicht, aber sie ist notwendig.

9. Ethische Auseinandersetzung oder Moral der Bekömmlichkeit

Jede kultivierte Gesellschaft braucht auch ethische Grundlagen. In letzten Jahrzehnten sind die traditionellen Wertvorstellungen auf christlich-jüdischen Grundlagen in unserem Kulturraum fundamental in Frage gestellt worden. Auch bei der Diskussion um gesellschaftliche Normen sind die Medien wichtige Plattformen. Allerdings wird

in Medien häufig eher eine «Bekömmlichkeitsmoral» vertreten. Als «Wert» wird präsentiert, was die Zuschauer oder Leserinnen gerne sehen oder lesen. Actionfilme und Talkshows, Computerspiele und Werbung blenden ethische Fragestellungen weitgehend aus. Gefragt ist nicht, was für die Gesellschaft sinnvoll oder notwendig ist. Gefragt ist, was sich verkaufen lässt und was die Konsumentinnen und Konsumenten gerne hören. Gerade Werbung schildert häufig die Emanzipation von traditionellen Wertvorstellungen als besonders erstrebenswert.

Eine breite Diskussion über neue ethische Grundlagen der Gesellschaft findet bislang noch gar nicht statt. Gewaltakte, zunehmende Unterschiede zwischen Arm und Reich, das Zusammentreffen verschiedener Kulturen, ökologische Fragen usw. zeigen allerdings die Dringlichkeit der ethischen Fragen.

10. Einschätzung der Medienleistungen und Mitwirkung bei der Gestaltung des Mediensystems

Insgesamt leisten die Medien für die Gesellschaft zentrale Aufgaben. Sowohl Politik als auch Wirtschaft und Kultur sind für ihr Funktionieren auf ein leistungsfähiges Mediensystem angewiesen, das fundierte Informationen, Bildung und Meinungsbildung zur Verfügung stellt. Wie aber sichern wir als Gesellschaft ein Mediensystem, das diese Leistungen tatsächlich gewährleistet? Die entsprechenden Rahmenbedingungen werden durch die Politik definiert. Das setzt aber voraus, dass die Bürgerinnen und Bürger die Aufgaben und Funktionen der Medien in der Gesellschaft reflektieren und über grundlegende medienpolitische Fragestellungen und gesellschaftliche Zusammenhänge informiert sind.

Aktuelle Fragestellungen dazu sind beispielsweise:

- Im eidgenössischen Parlament wird das neue Radio- und Fernsehgesetz diskutiert. Hier geht es um die Bedeutung der

Medienfreiheit, die Sicherstellung aller Landesgegenden mit grundlegenden Informationsleistungen im Sinne des Service public, Finanzierungsgrundlagen für private Radio- und Fernsehstationen, Werbebeschränkungen usw.

- Mit zunehmendem Konzentrationsdruck wird auch die Frage einer allfälligen Presseförderung aktuell. Bislang bilden die Tageszeitungen in der Schweiz das Rückgrat der aktuellen Informationen. Wie kann und soll diese Grundinformation gewährleistet werden, wenn die Finanzierung der Tageszeitungen wegen sinkender Werbeeinnahmen nicht mehr in Frage gestellt ist?
- Der Zwang zur Finanzierung über Werbung führt bei Medien zu einer zunehmenden Boulevardisierung. Die Redaktionen stehen zunehmend unter dem Druck, nicht *die* Medienbeiträge zu publizieren, die sie selber wichtig finden, sondern die, die von möglichst vielen Zuschauerinnen und Zuschauern bzw. Leserinnen und Lesern oder Hörerinnen und Hörern konsumiert werden. Mehr Action, mehr Spannung, mehr Emotionen, mehr Dramatik, mehr Kontroverse, mehr Bilder, viel Gewalt, dafür weniger Tiefgang und nüchterne Information sind die Folgen. Es stellt sich die Frage nach Rahmenbedingungen, die Medienleistungen gewährleisten, die für eine hoch entwickelte und differenzierte Gesellschaft zwingend erforderlich sind.
- Ein Blick nach Italien zeigt, wie wichtig solche Diskussionen tatsächlich sind. Wenn ein Premierminister gleichzeitig die staatlichen Medien beaufsichtigt und private Radio- und Fernsehstationen besitzen darf, so ist dies aus demokratietheoretischer Sicht durchaus fragwürdig. Anstelle einer Korrektur wird in

Italien nun aber gar noch die Möglichkeit geschaffen, dass Berlusconi auch noch Printmedien besitzen darf.

Aufgabe der Schule

Was ist dabei nun Aufgabe der Schule? – Obwohl in den letzten Jahrzehnten auch Freizeit oder Massenmedien zunehmend als Lernfelder wichtiger geworden sind, ist die Schule in der Schweiz nach wie vor die zentrale Bildungsinstitution und sie wird dies in den nächsten Jahren wohl auch bleiben. Sie ist die einzige Institution, die systematische Bildung mit grösstmöglicher Chancengleichheit gewährleisten kann. Und ihr wird dabei seit der Aufklärung zentral die Aufgabe zugewiesen, zu Mündigkeit, Partizipation und Emanzipation hinzuführen. Das bedeutet auch: Wenn es darum geht, die oben genannten Herausforderungen zu bewältigen, nimmt die Schule einen bedeutenden Platz ein.

Konsequenzen auf verschiedenen Ebenen

Will die Schule die Herausforderungen annehmen, so sind Konsequenzen auf verschiedenen Ebenen notwendig, nämlich:

- Konsequenzen für das System Schule (z. B. Gewährleistung der notwendigen Infrastruktur, Lehrpläne, Lehrer- und Lehrerinnenausbildung und -weiterbildung usw.)
- Konsequenzen für die einzelne Lehrkraft:
 - Einlösen der Bildungsaufgaben für das Leben in der Medienwelt
 - Gezielte Ausbildung von Medienkompetenz.

Bildungsaufgaben für das Leben in der Medienwelt

In diesem Heft möchte ich darlegen, welche konkreten Bildungsaufgaben für das Leben in der Medienwelt notwendig sind. Dies geschieht in Form von Thesen, die ich zur Diskussion stellen will. Dabei handelt es sich nicht um Zielsetzungen, die neu wären oder die spezifisch nur im Zusammenhang von Medien wichtig sind. Aber es sind Ziele, die unter den oben skizzierten Voraussetzungen zusätzlich an Bedeutung gewinnen und die den ganzen Unterricht auf allen Stufen prägen müssen. Der nächste Teil wird sich dann mit der Frage befassen, was Medienkompetenz ist und wie wir sie in allen Fächern konkret erreichen können.

Förderung von sozialen und personalen Zielen

Wer keine Mühe hat, auf andere Menschen zuzugehen, wer seine eigenen Bedürfnisse formulieren kann, wer selbstbewusst und zuversichtlich ist, wer eigene Ideen und Wünsche umsetzen kann, wer Beziehungen zu andern Kindern aufbauen und pflegen kann, wer mit Enttäuschungen konstruktiv umgehen und Konflikte konstruktiv lösen kann usw., der hat weniger Notwendigkeit, sich aus eskapistischen Motiven oder im Übermass den Medien zuzuwenden. Wer in der realen Welt befriedigende Situationen erleben kann, ist weniger auf Ersatzbefriedigungen durch die Medien angewiesen.

Bereits heute fordern Lehrpläne die Arbeit an sozialen und personalen Zielsetzungen. Umgang mit eigenen Gefühlen, Konzentration und Ausdauer, eigene Ideen in die Tat umsetzen, sich in andere Menschen einfühlen, Kommunikations- und Konfliktfähigkeiten usw. sind nicht nur für jeden Beruf wichtige Grundfähigkeiten, sondern auch für die eigene Lebensgestaltung. Es ist insbesondere die permanente Möglichkeit, durch Medienkonsum in eine andere, gewissermassen eine Traumwelt zu flüch-

«Ein Mehr an technischen Kommunikationsmöglichkeiten bedeutet noch kein Mehr an Gesprächsqualität, die stetige Erreichbarkeit noch keine zusätzliche Beziehungsqualität.»

ten, die es noch wichtiger macht, diese Grundfähigkeiten zu fördern. Medienkonsum bewirkt nicht dasselbe, wenn sich ein Kind in seinem eigenen Leben grundsätzlich zurecht findet.

Alpha-Erfahrungen

Michael Millner (1996) schildert in seinem Buch «Das Beta-Kind» eindrücklich die Bedeutung von Erfahrungen mit der unmittelbaren Wirklichkeit für die Entwicklung der Kinder. Er spricht von so genannten Alpha-Erfahrungen und meint damit das direkte Erfahren von Gegenständen, Pflanzen und Tieren, von Zeit und Raum mit allen Sinnen. Es gehören dazu auch das Wahrnehmen eigener Emotionen oder soziale Kontakte, gemeinsame Unternehmungen, Streit und Konflikte, Versöhnung und Freundschaft usw.

Solche Alpha-Erfahrungen sind unverzichtbar für eine gesunde Entwicklung, sie sind auch wesentliche Voraussetzung, um Medienerfahrungen mit eigenen Wirklichkeitserfahrungen zu konfrontieren und sie kritisch zu hinterfragen. Nur wer eigene Erfahrungen mit Raum und Zeit hat, kann mediale Darbietungen daran messen. Nur wer selber vielfältige soziale Erfahrungen hat, kann die medial dargestellten Beziehungen oder Verhaltensweisen hinterfragen. Das heisst: Vom Kindergarten an ist es von Bedeutung, wo immer möglich die direkte Erfahrung und unmittelbare Begegnung mit Tieren, Pflanzen, Städten, Betrieben, Menschen usw. zu fördern.

Förderung von Metakognitionen

Je mehr Informationen in immer kürzerer Zeit verfügbar sind und damit auch verarbeitet werden müssen, umso wichtiger ist es, nicht nur Faktenwissen, sondern vor allem Lernstrategien zu erwerben. Damit gewinnt auch die Metakognition an Bedeutung: Schülerinnen und Schüler müssen also lernen, welche Bedeutung das Lernen für sie hat. Sie müssen erfahren, dass

der Zugang zu Wissen und das Verfügen über vorhandenes Wissen (in Lexika oder z. B. in elektronisch aufbereiteter Form) noch nicht Wissen bedeutet und vor allem keinerlei Verhaltensrelevanz hat. Zunehmend müssen sie auch eigene Lerndefizite erkennen und selbstständig aufarbeiten. Auch dass Schülerinnen und Schüler oft mehr wissen als ihre Lehrkräfte, benötigt vermehrt Unterrichtskonzepte, bei denen Schülerinnen und Schüler sich selbstständig Wissen aneignen.

Zur Metakognition gehören im Wesentlichen:

- Lernen lernen
- eigenes Wissen und Lernen beurteilen können, Lernfortschritte reflektieren
- Wichtiges von Unwichtigem unterscheiden lernen – und dafür Kriterien entwickeln
- Wissen suchen und aufbereiten lernen: Vorhandene Strukturierungsprinzipien in Lexika, Sachbüchern, CD-ROMs oder Internet erkennen und sich darin zurecht finden, vorhandenes Wissen suchen, sammeln, bewerten und verarbeiten, sinnvoll strukturieren und entsprechend den ganz konkreten Zielsetzungen für sich oder andere aufbereiten lernen (z. B. Lern-Projekte in allen Fächern mit regelmässiger Reflexion des Arbeitsprozesses unter diesen Gesichtspunkten)
- den eigenen Lernprozess bzw. die eigene Arbeit auch planen lernen
- Entwicklung und Förderung von Hyperlearning-Strategien, also individuell gewählten Problemlösungswegen.

Im Zusammenhang mit Metakognition stehen auch die folgenden drei Thesen:

Vertiefung statt Oberflächlichkeit

Die heutige Medienumwelt birgt aus verschiedenen Gründen die Gefahr der Oberflächlichkeit in sich. Auf *Angebotsseite* besteht zunächst eine Überfülle an Medienprodukten. Diese sind oft auf Publikumsmaximierung und nicht auf inhaltliche Qualität ausgerichtet, durch Unterhaltungsselemente angereichert usw. Die

eigentliche inhaltliche Qualität ist für die Konsumentin oft schlecht nachprüfbar. Mediennutzungs-Gewohnheiten wie Zapping, Hopping, Switching usw. bergen auf *Konsumentenseite* die Gefahr der Oberflächlichkeit. Schorb formuliert beispielsweise als besondere Aufgabe der Schule den Umgang mit Halbwissen, mit unnötigem, fetzenhaftem oder ungeordnetem Wissen. Schülerinnen und Schüler müssen nicht von allem ein Bisschen wissen. Sie müssen vielmehr lernen, dass man sich tatsächlich in einen Sachverhalt vertiefen muss, wenn man ihn verstehen will. Nur fundiertes Wissen genügt als Entscheidungsgrundlage. Die Schule muss also anhand von einzelnen konkreten Beispielen aufzeigen, was es bedeutet, von Halbwissen zu vertieftem Wissen zu gelangen, und entsprechende Haltungen vermitteln.

Orientierungswissen erwerben, bzw. vermitteln

Je mehr Wissen wir von verschiedensten Quellen aufnehmen, auswählen und verarbeiten müssen, umso wichtiger wird auch, dass wir wertvolle von wertlosen Grundlagen unterscheiden können. Dies ist ohne Orientierungswissen nicht möglich. Trotz oder gerade wegen des zunehmend besser verfügbaren Wissens: Eine fundierte Basis an Orientierungswissen ist von zentraler Bedeutung. Denn Schlüsselqualifikationen und Lernstrategien sind erst wirksam, wo jemand auch die entsprechenden Kenntnisse geistig verfügbar hält; dabei geht es auch darum, im Zusammenhang mit dem Erwerb von Orientierungswissen an ausgewählten Beispielen dessen Bedeutung zu reflektieren:

- Orientierungswissen als fundamentale Grundlage, um vorhandene Wissensflut zu beurteilen, um die relevanten Inhalte auszuwählen und in einen grösseren Zusammenhang zu stellen
- Kriterien für die Bewertung von einzelnen Inhalten erkennen bzw. erarbeiten lernen
- Systematisierungen und Strukturierungsprinzipien von Wissen erkennen, erarbeiten und darstellen lernen

- Minimalkanon an Wissen in verschiedenen Unterrichtsbereichen zielgerichtet erarbeiten und einfordern.

Sinn für Belohnungsverzicht und für längerfristige Prozesse fördern

Ein wichtiges handlungsleitendes Motiv ist die kurzfristig erreichbare Belohnung. Medien bieten bei wenig Aufwand und viel Erfolgswahrscheinlichkeit Spass, Spannung, Emotionen und soziale Ersatzkontakte. Dies trifft auch auf andere Freizeitbeschäftigungen vom Bungee-Jumping bis River-Rafting zu. Eine wesentliche Voraussetzung im Hinblick auf die mündige

Freizeitgestaltung besteht in der Einsicht, dass nicht alles, was kurzfristig positive Emotionen auslöst, auch langfristig für unsere Entwicklung wertvoll ist – und dass umgekehrt manche Dinge, die im Moment Mühe oder Schwierigkeiten bereiten, langfristig für uns sehr wichtig sind.

Gerade Bildung ist stets auf Langfristigkeit angelegt (vgl. Oelkers 2000). Wer also zur Bildung befähigen bzw. motivieren will, muss auch die Einsicht für den Nutzen langfristiger Prozesse fördern. Oelkers fordert konsequent die Ausrichtung der Lehrkraft auf relevante Ziele und Inhalte sowie den Lernprozess und keine Orientierung an der Bekömmlichkeit (Oelkers 2000, S. 181ff.).

Förderung von Wahrnehmung und Ausdrucksfähigkeiten

Auch Medienkommunikation ist Kommunikation. Auch Medienkommunikation erfordert eine differenzierte Wahrnehmungs- und Ausdrucksfähigkeit. Verbale und nonverbale, sachliche und emotionale Botschaften verstehen und sich selber entsprechend ausdrücken können, sind Grundfähigkeiten, die die Schule ohnehin fördern will und gemäss Lehrplänen auch fördern muss. Dazu gehört auch die mündliche und schriftliche Sprachkompetenz: Lesen und schreiben, zuhören und sprechen. Auch für die Medienwelt ist die Ausbildung dieser anerkannt wichtigen Fähigkeiten von unverminderter Bedeutung.

Zentrale Begriffe:

Medien

Konsequent wird hier ein Medienbegriff verwendet, der alle Mittel zur Information und Kommunikation einschliesst. Das heisst, es gehören traditionelle Massenmedien genauso wie Computer, Spielkonsolen oder Handies dazu.

Medienpädagogik

Medienpädagogik ist die Wissenschaft, die sich mit Fragen im Spannungsfeld von Medien und Erziehung befasst. Sie stellt beispielsweise die Frage, welche Konsequenzen Schule und Erziehung unter den Bedingungen einer Mediengesellschaft ziehen müssen.

Medienerziehung und Medienbildung

Mit Medienerziehung wird der Unterricht bezeichnet, der die Medienkompetenz der Schülerinnen und Schüler fördern soll. Sie beschränkt sich traditionellerweise auf den Umgang mit Massenmedien und schliesst damit den Computer aus.

Eine Beschränkung auf traditionelle Massenmedien ist heute jedoch weder sinnvoll, noch praktikabel. Zeitgemässer Unterricht im Bereich der Medien muss zwingend auch neue Informations- und Kommunikationstechnologien einschliessen. Dies wird mit dem neuen Begriff «Medienbildung» deutlich gemacht. Medienbildung ist also Medienerziehung unter Einschluss des Computers.

Mediendidaktik

Mit Mediendidaktik wird der Einsatz von Medien im Unterrichtsprozess bezeichnet (also beispielsweise der Einsatz des Hellraumprojektors, des Videos, Computers usw.). Der Unterschied zur Medienbildung liegt darin: Medienbildung will zu Medienkompetenz führen, während die Medien bei der Mediendidaktik nur Mittel sind. Die Ziele stammen aus den jeweiligen Fächern, also z. B. Computer-Einsatz, um Rechtschreibung zu üben, Video-Einsatz, um in der Geografie ein anderes Land näher zu bringen usw.

Förderung von Identität und Selbstbewusstsein und Klärung von Wertvorstellungen

Sollen Kinder und Jugendliche sich zurecht finden in unserer Gesellschaft, die in der Soziologie beispielsweise als Risiko-, als Erlebnis- oder Multioptionsgesellschaft bezeichnet wird, so können sie sich immer weniger auf gesellschaftliche Strukturen verlassen, die ihnen Halt geben. Immer mehr müssen sie selber entscheiden, selber Ziele und Prioritäten setzen usw. Das ist zwar sehr angenehm, aber auch sehr anspruchsvoll. Gerade der Bereich der Medien ist ein typischer Bereich für die laufend zunehmenden Wahlmöglichkeiten, die wir nutzen können – und die Massenmedien konfrontieren uns auch mit den verschiedensten Wertvorstellungen, Weltbildern, Lebensmodellen. Um mich mündig entscheiden zu können, muss ich die verschiedensten Lebensentwürfe und Wertvorstellungen beurteilen können.

Wichtig ist dazu auch die Kritikfähigkeit. Da sich Selektionsfunktion und Qualitätssicherung im Zeitalter des Internet laufend vom Anbieter auf den Nutzer verschieben, müssen wir mehr und mehr selber die Informationsquellen im Hinblick auf Glaubwürdigkeit und Informationsgehalt kritisch hinterfragen können. Zunehmend

wird es auch notwendig sein, das Dargebotene nicht nur allein, sondern im Diskurs zu hinterfragen. Zu fördern ist daher, dass Schülerinnen und Schüler lernen, Dargebotenes (sowohl Präsentationen der Lehrkraft, der Kolleginnen und Kollegen wie auch mediale Präsentationen) im Dialog anhand von wesentlichen Kriterien auf ihre Qualität hin zu hinterfragen und auf dieser Basis Strategien für den eigenen weiteren Lernweg zu entwickeln.

Lesen und Schreiben

Die Lese- und Schreibkompetenz darf sich zwar nicht auf sprachliche Texte beschränken. Trotzdem muss auch deutlich festgehalten werden, dass gerade diese traditionelle Kulturtechnik von zentraler Bedeutung auch in der Medienwelt ist. Lesen und Schreiben (von linearen, sprachlichen Texten) muss daher weiterhin in der Schule einen zentralen Stellenwert einnehmen. Die Fähigkeit, sprachliche Texte zu lesen und zu schreiben, ist auch für die Nutzung verschiedener audiovisueller Medien, insbesondere des Internet, von zentraler Bedeutung. Und selbst aus dem Fernsehen holen gute Leserinnen mehr Informationen, wie Bonfadelli und Saxer (1986, S. 173) zeigten.

Zur Lesefähigkeit gehört beispielsweise auch, verschiedene Lesetechniken kennen und einüben zu lernen: z.B. gründliches Lesen (reading), flüchtiges Blättern (skimming) oder forschendes Stöbern in einem Text (browsing).

Förderung des typisch Menschlichen, des Humanum

Die veränderte Mediensituation muss zwangsläufig zu einer grundsätzlichen Reflexion der Aufgabe der Schule führen. Muss ich etwas lernen, obwohl es die Maschine viel rascher und besser kann als der Mensch? – Oder muss ich etwas lernen, gerade weil es später nur noch die Maschine macht? Von Bedeutung ist jedenfalls, dass die Schule das «typisch Menschliche», das Humanum, fördert: Kreativität, Kooperationsfähigkeit, vernetztes Denken, Affektives, Mu-

sisches und Soziales müssen entfaltet werden, denn dies liegt deutlich jenseits dessen, was Informationstechnik heute und in nächster Zeit leisten kann. Auch Auseinandersetzungen mit Lebenszielen und Hoffnungen. Angst oder Lebensfreude sollen ihren Platz haben (vgl. auch Merz 2003).

Hinweis:

In dieser Ausgabe von SCHULE und in der Nummer 11/04 geht es um die konkrete Förderung von Medienkompetenz und insbesondere um Ideen zur konkreten Umsetzung.

Literaturhinweise:

- Bonfadelli, H., Saxer, U. (1986): Lesen, Fernsehen und Lernen. Wie Jugendliche die Medien nutzen und die Folgen für die Medienpädagogik. Zug.
- Bonfadelli, H. (2001): Medienwirkungsforschung. In: Jarren, O., Bonfadelli, H.: Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern, Stuttgart, Wien, S. 339–379.
- Doelker, Ch. (2001): Bildung kommt von Bild. Anmerkungen zur Bildpädagogik und Bildkompetenz. In: SchulVerwaltung spezial. Nr. 1/2001.
- Jarren, O. (2001): «Mediengesellschaft» – Risiken für die politische Kommunikation. In: <http://www.bpb.de/files/VBBUV0.pdf> (15.9.2003), S. 10–19.
- Merz-Abt, Th. (2003): Emotionale Kompetenzen gezielt fördern. Impulse für die Unterrichtspraxis. In: Die Neue Schulpraxis, Nr. 8/2003, S. 5–10.
- Merz-Abt, Th. (im Druck): Medienbildung in der Volksschule. Grundlagen und konkrete Umsetzung, Pestalozzianum Verlag, Zürich.
- Millner, M. (1996): Das Beta-Kind. Fernsehen und kindliche Entwicklung aus kinderpsychiatrischer Sicht. Bern.
- Oelkers, J. (2000, 2., vollständig überarbeitete Auflage): Schulreform und Schulkritik. Würzburg.
- Stehr, N. (1994): Arbeit, Eigentum und Wissen. Zur Theorie von Wissensgesellschaften. Frankfurt am Main.



Teamwork

Sie und die Natur



bodmer ton

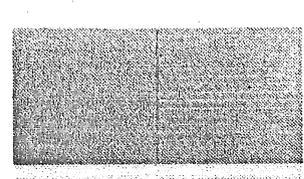
Bodmer Ton –
100% Naturprodukt
aus der Schweiz

Ton, Glasuren,
Engoben, Werkzeuge,
Brennöfen und alles,
was es noch zum
Töpfern braucht

Töpferbedarf
8840 Einsiedeln
Telefon 055 418 28 58
info@bodmer-ton.ch

BON für den GRATIS
Farbkatalog!
Mit Name/Adresse-einsenden.

Besuchen Sie uns vom 14.–17. Okt. 2004 an der «Creativ» in Zürich



Heer

Heer Söhne AG
Wandtafeln + Schulmöbel
8560 Märstetten / TG

Tel. 071 / 657 12 28
Fax 071 / 657 21 10

Wandtafeln in jeder Grösse + Ausführung

Internet: <http://www.wandtafel.ch>