

Thorsten Lorenz

***Das Chaos der Medienpädagogik.  
Vom Mythos einer universellen Medienkompetenz***

**Vortrag Dezentrales Medienkolleg  
Edutain 2000 / Karlsruhe**

Das Verhältnis zu den Informations- und Kommunikationstechnologien war bislang binär: Entweder man stand auf der apokalyptischen Seite, sah eine Bedrohung durch Massenmedien und Informationsfluten, fühlte sich als Stellvertreter des Abendlandes, war Mahner und Wacher eines scheinbar untergehenden Gutenberg-Zeitalters und versuchte die Antiquiertheit des Menschen abzufedern.

Oder man vertrat schlicht die Opposition und operierte mit einer Art Kampfbegriff, einem Begriff, der erstaunlicherweise mühelos Politik, Wirtschaft, Bildungsinstitutionen, Medienpädagogik, ja Pädagogik generell durchdringen konnte. Er heißt *Medienkompetenz* und er erfreut sich einer semantischen Wahllosigkeit:

- Wer nicht von früh auf Medien- und Informationstechnologien erlernt, sei im 21. Jahrhundert verloren und nicht mehr anschlussfähig, sprich medieninkompetent. Damit ist Wissensmanagement, Informationsproduktion, Präsentation, Medienkritik und alles mögliche gemeint.
- Natürlich: Wer Medien unkritisch verwende, bleibe unmündig – soviel Kritische Theorie scheint man übernehmen zu müssen. Diese Haltung betrifft in erster Linie Massenmedien.
- Medienkompetenz müsse man lernen, weil der Mensch dazu verdammt sei, lebenslang zu lernen - was, steht aber in den Sternen der offenen Zukunft.
- Medienkompetenz heiße auch, dass offenere Formen des Unterrichts, die Selbsttätigkeit und soziale Kompetenzen zu fördern sind, die wiederum den neuen Instrumentarien entsprechen, weil Teamfähigkeit die Arbeitsform der Zukunft sei.
- Und: Gleichzeitig sollen wir noch das Funktionieren der Massenmedien durchschauen, uns vor ihrem Betrug feien, weil wir die Technik inzwischen selbst simulieren können

Kurzum: Medienkompetenz ist mit Abstand einer der grauzonigsten Begriffe, die in die Diskussionen der letzten Jahre injiziert wurden. Seine Konjunktur hängt eng mit den neuen Medientechnologien zusammen. Das Erfolgsmanagement der neuen Technologien selbst funktioniert, weil ihm ein Begriff beigegeben

wurde, der uns in Atem hält, der uns und unsere Kundschaft unter Druck setzt: Wer auf den fahrenden Zug nicht aufspringt, hört, um mit dem Slogan der Volkshochschulen zu sprechen „auf zu leben.“

Man darf fragen: Warum wird nur eine derart unsystematische Semantik ins Feld geführt, angesichts einer überraschend intelligenten Praxis im Detail? Allgemein Medienkompetenz abzufordern gleicht einer Beschwörungsformel. Medienkompetenz ist eine Art Voodoo, mit der man die Zukunft steuern will – freilich eine Zukunft, die man nicht genau kennt. Ich spreche von einem ungewöhnlich schnell gewachsenen und populären mainstream. Die Generalthese dieses mainstreams, dieser political und educational correctness lautet: Ohne Medienkompetenz hat die neue Generation keine Zukunft. Und wer dem widerspricht gehört zur alten Mahnwache und wird freundlich aus dem Diskurs ausgeschieden.

Schauen wir einmal hinein in den Strudel der Mythen, der großen pädagogischen Begründungen. Dabei blicken wir zurück auf Erfahrungen der letzten Jahre, die in den Institutionen der Massenmedien selbst stattgefunden haben.

### **Erster Mythos: Medienkompetenz ist eine Forderung, keine Überforderung.**

Klaus Haefner, einer der engagiertesten Informations- und Lerntechnologen in Deutschland, hat diesen Mythos mit einer saloppen Selbstreferenz getopt: Die Pädagogen verstehen die Pädagogik nicht mehr<sup>1</sup>. Schuld daran seien die neuen Informationstechnologien. Warum?

Medienpädagogen sind eine Art eierlegende Wollmilchsau. Sie sind für alles zuständig. Was waren das für goldene Zeiten, als Medienpraxis noch mit AV-Praxis übersetzt wurde. Medium hieß: Massenmedium. Und Medienpädagogik hieß: Seine Imitation durch den Amateur. Heute ist AV ein Segment unter anderem. Denn im Digitalen sind sich alle Medien gleich, eben Multimedia. Und das führt zum ersten Chok: Die ganze Forderung nach Medienkompetenz ist eine Überforderung – wenn man dem Wahn der Universalität verfällt.

Die Überforderung besteht in mehrfacher Hinsicht. Es ist ein klassisches Mißverständnis, Medienkompetenz heiße, man müsse Systemtechniker, Screen-Designer und Filmemacher in einem sein. Diese Haltung ist antiprofessionell, das ist Amateur-Status. Schon jetzt ergreift das Kultusministerium die überaus deutliche Initiative, klarzustellen: Definierte Kompetenzen und Tätigkeiten müssen ausgelagert werden. Neudeutsch ausgedrückt: Man muß Kompetenzen insourcen oder outsourcen, d.h. anderen überlassen. Lernen wir aus dem Management. Faustregel: Mache nichts, was

---

<sup>1</sup> Klaus Haefner. Inwieweit wird das Lernen zu schwierig für die Lehrer? Herausforderungen von Informationstechnik und Kognitionswissenschaften an Bildung und Ausbildung. In: Pädagogische Rundschau 52, 1998, S. 643

ein anderer tun könnte. Dieser Satz könnte Sie selbst und viele ihrer Lehrer-KollegInnen bei dem ersten Medienkontakt entlasten.

Diese Überforderung hat zu hübschen Blüten geführt. So kann man vor Komplexität nicht mehr unterscheiden, welche Technologie zukunftssträftig ist und welche nicht. Wir rennen blind neuen Techniken hinterher, statt auf ihren funktionierenden Einsatz zu warten. Wer redet noch über Videokonferenzen, die deutsche Schülerklassen mit englischen oder französischen verbinden? Oder Hochschulseminare, auf jeder Seite 30 –50 Teilnehmer? Selbst die Telekom, die das Ganze features wollte, hat hier einen Ladenhüter gelandet. Warum? Der Mehrwert ist nicht klar. Warum finden die einschlägigen Schaltkonferenzen der ARD als Audio-Schalte statt? Weil die Kollegen nicht wissen, wie man eine 99 Mark-Cam anschließt?

Aber dem wird ja noch eins drauf gesetzt, wenn man zusätzlich komplexe Sachverhalte mediendidaktisch noch einmal komplex verdoppelt, sozusagen eine Art methodischer Mimesis. Jeder Halbwissende über Videokonferenzen weiß, wie man mit Application-Sharing hantiert (d.h. parallel auf denselben Rechnern weitere Daten schickt, kommentiert und gegenseitig bearbeitet/steuert). Das Ganze wird wiederum als Präsentation aufbereitet. Vorbereitend und nachbereitend schickt man das Ganze auf die Homepage, und für ein Offline-Angebot muß ich noch ein paar Autoren-Tools kennenlernen. Können können Sie vieles. Aber fragen Sie nicht nach der Ökonomie solcher Systeme.

Ich will nicht für eine Übertragung eines Seminars auf jeder Seite fünf System- und AV-Techniker einsetzen. Und am Ende fehlt die eigentliche Kompetenz: Die der Moderation, der Performance. Dabei weiß doch jeder: Keine Techniken gegen sie einsetzen, nicht kleine Bürokommunikation mit Klassenraum-Kommunikationen verwechseln - es sei denn, Sie wollen ein Event herstellen. Also: Beschränkung tut Not. Weg mit dem chaotischen „Von allem etwas verstehen müssen“. Amerikaner sprechen klug im Bildungsbereich von media-selection. Auswahl der Technologien, begründet am content und der Kommunikations-Situation. Das ist Medienkompetenz: Die Reduktion.

**Und damit stoßen wir auf einen zweiten großen Mythos: Den der Simplicity, der Bediener-Freundlichkeit. Statt mit kommunikativer Einfachheit kämpfen wir mit der Komplexität des Lerndesigns.**

Solange nicht wie in der Bürokommunikation die Geräte nur schlicht an- und abgeschaltet werden, sind wir von einer simplicity-Lösung weit entfernt. Noch sind die neuen Kommunikationsverhältnisse elegante Kapitalvernichtungsmaschinen. Sie vernichten human time-resources. Allein die Pausenzeit vor der digitalen Sanduhr kostet Lebenszeiten. Anders gesagt: Front-Technologien sind nicht automatisch erfolgreich. Sie stoßen sehr häufig auf gesellschaftliche Nicht-Akzeptanz. Warum? Selbst der Guru der neuen Technologien, Nicholas Negroponte mit seinem grenzenlosen Optimismus gesteht ein: „Es gibt keine perfekte Benutzeroberfläche.“<sup>2</sup> Die moderne Devise heißt deshalb: Geduld.

---

<sup>2</sup> Nicholas Negroponte. Total Digital. Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation. München 1995, S. 121

Warten auf den invisible computer, den unsichtbaren Computer, die unsichtbare Technik. Eine Art Bayreuther Technik-Graben.

Es gibt eine Reihe von Abhilfen gegen diese Komplexitäts-Phänomene. Banal nimmt sich da ein Beispiel aus Fortbildungs-Kursen aus, nämlich die hübsche Frage: Welche Programme man denn empfehle? Der Witz daran ist, dass es eine einzige professionelle Antwort darauf gibt: Das Programm ist das beste, das andere kennen, die Sie kennen. Will sagen: Innerhalb eines überschaubaren sozialen oder institutionellen Rahmens sollten wir kompatibel sein. Sonst kostet dieses Dilletieren und Erstprobieren Zeit. Zuviel Zeit. Professor Hörbst von der TU München und der Siemens AG erklärte einmal sehr empört: Er habe die Schulen und Hochschulen satt, die die Handhabung einer Technik, die ausreichend bekannt sei, langatmig und langwierig noch einmal selbst entdecken wollen<sup>3</sup>. Lehrer sollten hier nicht entdeckendes Lernen üben, sondern schlicht Kompetenzen kopieren.

Man kann dies im Klartext und vor allem mit Lust noch deutlicher formulieren: Der Alleskönner ist ein Amateur. Vor Jahren hat sich im Bereich der klassischen Medien die Frage gestellt: Wollen wir Leute beschäftigen, die bereits vor Berufseintritt die Kernkompetenz „Produzieren mit AV-Medien“ mitbringen? Dieser Tage sagte der Leiter der Fernsehspielchef einer großen ARD-Anstalt, er hätte überhaupt keine Probleme, redaktionell einen profunden Sinologen als Fernsehspiel-Redakteur anzustellen. Das Geschäft würde man ihm schon beibringen. Studenten fragen mich: Was muss man können, um für Rundfunk, Fernsehen und Zeitung zu arbeiten? Und ich frage zurück: Als was? Verschafft Euch Fachkompetenzen, denn die sind uneinholbar. Und das Zeitbudget dafür wird Euch nie mehr zur Verfügung gestellt. Die technischen und dramaturgischen Updates bekommt ihr vor Ort. Der jetzige Leiter des SWR 3-Online-Bereichs begann erst Anfang der 90er Jahre, sich mit einem Gerät namens Computer zu beschäftigen. Da hatten wir alle schon unsere DOS-Zeit hinter uns. Er war schneller als wir alle zusammen. Innerhalb kurzer Zeit wurde er Leiter einer der erfolgreichsten Websites in Deutschland. Er kam nicht zu spät. Er wäre zu früh gekommen. Er hat sich vorher um etwas viel Wichtigeres gekümmert: Das Programm, wofür er später die Homepage produziert hat. Er verstand etwas vom Content. Und das Gleiche gilt für den Bildungsbereich.

Nicht jeder Content-Anbieter muss auch das Endprodukt erstellen. Er muss wissen, was geht, aber nicht wie es geht – eine Binse jedes Projektmeetings. Warum sollten Sie also nebenher das leisten, was die Profis auch nicht tun? Man muss sich auf eine Seite schlagen. Entweder man wird Spezialist. Oder eine Art Controller, ein Globalist, ein Generalist, ein Allrounder (wie inzwischen übrigens ein Berufsbild heißt). Dann ist man Projektleiter oder eine Projektleiterin, der/die die Medienselektion beherrscht, aber nicht die einzelnen Technologien. Medienkompetenz hier heißt: Mut zur Nicht-Kompetenz, delegieren von Kompetenz. Aber auch: Abhängig sein von der Kompetenz anderer. Wer professionell einen Film produziert, verlässt sich auf die Qualitäten des Kameramanns und des Cutters. Der Macher aber weiß, was geht und was nicht. Man verständigt sich darüber wie über ein Lehrziel –

---

<sup>3</sup> E. Hörbst. Herausforderungen an die Bildung im 21. Jahrhundert. Ergebnisse der Arbeitsgruppe Bildung und Medienkompetenz im Forum Info 2000. Vortrag auf der LearnTec am 05. Februar 1998 in Karlsruhe

manche nennen das Kommunikative Kompetenz. Dieses Wort benötigt niemand im Business, aber man hat sie.

Hierin liegt eine Chance für Medienkompetenz in der Schule: Entweder Breite, nicht Tiefe. Oder umgekehrt: Tiefe, Spezialisierung, nicht Überblick. Wer beides bieten will, läuft auf Grund. Denn um auf dem Stand der Dinge zu bleiben, muß man sich intensivst mit updates beschäftigen. Auf Kosten des Contents. Anders gesagt - und wir sehen das doch im Bereich der Massenmedien: Die Contentlieferer bleiben die alten. Aber diejenigen, die das Ganze aufbereiten, gehören zu einer anderen Berufsgruppe. Da gibt es klare Kompetenztrennung.

Die öffentlich-rechtlichen Sender, die ja bekanntlich Hörfunk- wie TV-Anbieter sind, haben vor einigen Jahren einmal die bimediale Ausbildung proklamiert (nebenbei: Heute müssten sie Trimedialität fordern). Die Idee wurde nicht realisiert. Freilich kann man Synergien schaffen, indem News-Redaktionen oder Kulturredaktionen kooperieren. Aber die Formate, die Erzählweise, die Programmkultur sind unterschieden. Kaum einer produziert für beide Medien, gar für drei. Also auch hier Kompetenztrennung. Umso aufregender ist zu beobachten, wenn jetzt das öffentlich-rechtliche Jugendradio *DasDing* (SWR), das ohnehin schon im Internet und auf Welle vertreten ist, jetzt ein TV-Studio zugesellt bekommt.

### **Der dritte große Mythos. Medienkompetenz heiße kritisch sein, die Manipulation von Medien aufdecken.**

Wer wollte dem widersprechen. Aber was bedeutet dieser Satz eigentlich noch? Es gibt inzwischen so elegante Möglichkeiten, gerade im Zeitalter billiger und billigster Digitaltechnik praktisch Medienkompetenz zu erproben. Aber warum muss immer ein Erkenntniszwang mitschwingen, etwa: Man würde dadurch sehen, wie Medien arbeiten und manipulieren. (Übrigens bezieht sich dieser Aufklärungswahn immer auf die Massenmedien, nicht etwa auf das Internet).

Was man sieht ist, dass bearbeitet wird. Was man nicht sieht: Dass manipuliert wird. Einfachstes und schlagendes Beispiel: Die inzwischen einfach gewordene Arbeit mit digitalen Audio-Techniken, Techniken, die auch professionell in den Sendern verwendet werden. Früher mußte man für die Softwares Protocols oder Sadie eine fünfstellige Summe investieren, heute kommen Sie mit CoolEdit 2000 für 69 Dollar ins professionelle Geschäft. Mit diesen Bearbeitungstechniken bekommt man ein Ohr und ein Auge für die Feinheiten und Tücken der Bearbeitung, aber nicht im emphatischen Sinne für Manipulation. Hegel hat das in der *Phänomenologie des Geistes* so bündig auf die Formel gebracht: Das Medium – und er verwendet diesen Begriff tatsächlich – das Medium zu begreifen und durch es hindurch die Wahrheit zu erkennen, nun, was man zu sehen bekäme, wäre, wie er es so schön nennt, der „leere Ort“<sup>4</sup>. Mein Plädoyer: Entlasten wir uns selbst und unsere Schüler von diesem permanenten Aufklärungszwang. Uns fehlt da eine gewisse Leichtigkeit.

Und uns fehlt eine Spur Selbstbeobachtungs-Kompetenz. Wechseln wir für einen Augenblick auf ein anderes Feld der Medienpädagogik: Der Programm-

---

<sup>4</sup> Georg Wilhelm Friedrich Hegel. *Phänomenologie des Geistes*. Frankfurt am Main 1977, S. 69

Analyse von Massenmedien. Viele beklagen liturgisch die Verblödung von Talkshows ebenso wie die These von der Manipulation bei der *BILD-Zeitung*. Aber dieser Protest gehört inzwischen zur Kalkulation der Medien selbst, eben weil er ritualhafte Formeln angenommen hat. Die Protestler schauen die Sendung nicht an, sondern protestieren. So etwas nennt man Stellvertreter-Protest<sup>5</sup>. Aktuelles Beispiel: RTL2 ist über den mäßigen Protest gegen „Big Brother“ eher enttäuscht. Man konnte die Werbekosten nur um 10 Millionen DM absenken. Besser noch: Der Protest wird organisiert – von den Medien selbst. Eine der größten Protestler und Mahner: Die *BILD*. Darf man die *BILD* als Organ medienpädagogischen Protestes beschreiben? Darf man natürlich nicht. Ist ja auch völlig absurd. Wirklich?

Also hinein in das Spiel der Medien, dem wir nicht entrinnen können. Und nicht mit der Attitüde des Immer-schon-Besser-Gewußt-Habens. Man kann von der Bildzeitung das intelligente Servicegeschäft, die Aufbereitung von komplizierten Themen lernen – Lehrtexte, exemplarisches Erklären par excellence. Nur tritt dieser Gedanke nicht als Irritation in die Pädagogik ein. Und von Pastor *Fliege* am Nachmittag kann jeder professionellste Fragetechniken, Gesprächsführung und Zeitdramaturgien lernen und und und ... Mit einem Wort: Die Stellvertreter, die Kopisten der Kritik haben gründlich ausgedient. So billig ist Medienkritik nicht zu haben, weder in Schule noch in Hochschule. Lernen aus den Medien für den Unterricht (nicht nur gattungstheologisch mit der Sparte Schulfernsehen) und das Fernsehen selbst genereller als Lernumgebung begreifen: Darauf käme es an.

**Der vierte und am schwierigsten aufzulösende Mythos: Neue Medien beglücken uns mit erfolgreicherer Lernumgebungen. Die Reformpädagogik hat durch die neuen Technologien endlich ihre technische Wunscherfüllung gefunden.**

Hier haben wir es mit einem ganzen Bündel, mit einem neuen Mantra der bewußtlosen Moderne zu tun.

Der erste Teilmythos: Perspektivische, lineare Denkstrukturen sollen abgelöst werden durch mehrperspektivische, beurteilungsoffenerere Umgebungen. Weil dies, um es einmal paradox zu formulieren, mehr der Blackbox unseres Lernvorgangs entspricht. Und dabei sollen selbststeuernde, interaktive, dem Lerner anpassungsfähige, multimediale Programme helfen. Hier wird subkutan eine Analogie verkauft: Die Analogie von Netzstruktur und Denkstruktur, von elektronischen Netzstrukturen und kognitiver Verarbeitung. Das ist ja das Interessante am Computer, dass er komplexer ist als eine mechanische Maschine, aber weniger komplex als der Mensch<sup>6</sup>. Er ist ideale Metapher, um den Menschen zu verstehen, der doch eigentlich nicht zu verstehen ist. Der Wunsch nach Metaphernbildung, so zeigt ein Blick in die Geistesgeschichte, ist nicht neu. Und nicht unsympathisch. Man hat sich – darauf hat Douwe

---

<sup>5</sup> Vgl. hierzu Norbert Bolz. *Die Konformisten des Andersseins. Ende der Kritik*, München 1999

<sup>6</sup> Vgl. Norbert Bolz. *Das kontrollierte Chaos. Vom Humanismus zur Medienwirklichkeit*, Düsseldorf 1994, S. 199 ff.

Draaisma<sup>7</sup> so präzise aufmerksam gemacht – seit vielen Jahrhunderten mit der Frage von Metaphern des Gehirns, des Denkens und des Gedächtnisses beschäftigt. Im Gutenberg-Zeitalter war der Mensch ein wandelndes Buch (Gottes, des Wissens, des Lebens), im 18. Jahrhundert eine Maschine, im 19. Jahrhundert elektrischer Telegraph, Anfang des 20. Jahrhunderts eine Art Lebens-Kinematograph, und nun eben ein elektro-neuronales Algorithmen-Netzwerk. Einmal in die Metapherngeschichte des Menschen hinabgestiegen, und der Pathos, die neuen Informationstechnologien seien jetzt endlich dem Menschen homolog, schwinden.

Und dazu gehört ein zweiter Teilmythos, der in jedermanns Munde ist. Er gehört unter allen Erzählungen unangefochten zum Gründungsmythos moderner Medienpädagogik: Das Argument des lebenslangen Lernens. Dieses Wort hat nun wirklich eine sehr interessante Karriere. Und Autoren wie Adolf Stock fragen sich, wie fahrlässig ungebrochen ein solcher Begriff verstreut wird. Lebenslanges Lernen, so Stock, ist im Grunde antihuman. Der Mensch ist nicht mehr frei, er gerinnt nicht zum Subjekt, sondern zum permanenten Lerninterface. Und es ist auch eine politische Entlastung: Der Lerner ist für sich selbst und seine Zukunft verantwortlich<sup>8</sup>. „Die Frage von Arbeit ist ein Lernproblem“<sup>9</sup>. Ein Werbefachmann sagte neulich: Ein Leben in den Fängen der Pädagogen – eine größere Marketing-Kampagne kann man sich ja gar nicht vorstellen.

Darüber kann man lachen. Weniger lachen kann man über die Tatsache, dass der Bildungsbegriff – und ersetzen wir ihn durchaus einmal in diesem Moment durch ein Bündel von kanonisierbaren Inhalten – dass dieser Bildungsbegriff durch einen Kompetenzbegriff, durch (lebenslanges) Lernen abgelöst wird. Wenn wir schon keine Contents stabil halten können, dann wenigstens Kompetenzen? Mein Plädoyer: Mut zu Contents, Riskieren inhaltlicher Verbindlichkeiten. Selektion heißt: Viele Inhalte nicht wahrnehmen, ausschließen oder vergessen. Wer glaubt, Alternativen offen halten zu können, irrt. Eine Stunde Klavier spielen schließt anderes aus. Die Kultusministerin Annette Schavan sagte so schön: Medienkompetenz ja, aber mindestens gleichwertig auch musische Bildung<sup>10</sup>. Nicht alle müssen an das nervöse elektronische Netz angeschlossen, nicht alle Kollegen von der Medienkultur überzeugt werden.

**Fünfter Mythos: Das Wissen habe eine Halbwerts-, d.h. schnelle Verfallszeit. Die Alternative: Just-in-Time-Learning. Wissensaneignung zum aktuell benötigten Zeitpunkt.**

---

<sup>7</sup> Vgl. Douwe Draaisma. Die Metaphernmaschine. Eine Geschichte des Gedächtnisses, Darmstadt 1999

<sup>8</sup> Vgl. auch Norbert Bolz. Die Wirtschaft des Unsichtbaren. Spiritualität – Kommunikation – Design – Wissen: Die Produktivkräfte des 21. Jahrhunderts, München 1999, S. 69

<sup>9</sup> Adolf Stock. Nichtorte, Geschichten ohne Inhalt. Ein Spaziergang durch die Bildungslandschaft. Sendung 29.01.2000 in SWR2 Wissen, Südwestrundfunk Stuttgart (Sendemanuskript)

<sup>10</sup> Vgl. Annette Schavan. Schule der Zukunft. Bildungsperspektiven für das 21. Jahrhundert, Freiburg im Breisgau

Jeder kennt das Argument des dromologischen, des Beschleunigungs-Zeitalters: Der Verfall des Wissens. Nicht Wissen ist Macht, sondern Lerntechnik. Früher hieß es einmal so klar in der Terminologie der Speichertechnik: „Wer nichts weiß ist dumm.“ Die *Sesamstrasse* ging da schlaue einen Schritt weiter in Richtung Suchmaschine: „Wer nicht fragt, bleibt dumm.“ Die neue Maxime aber behauptet, lebenslang lernen zu müssen. Die Halbwertszeit des Wissens erzwingt dies.

Aber welches Wissen verfällt denn? In erster Linie die Technologien und Programme, die uns aus diesem Dilemma befreien sollen. Karl Kraus sagte einmal über die Psychoanalyse, sie zeichne für die Krankheit verantwortlich, von der sie uns zu kurieren behauptet. Übertragen wir diesen Satz: Informationstechnologie produziert schnelle Verfallsdaten, und die Lösung aus diesem Dilemma will sie gleich mitliefern.

Wie oft haben Sie diesen Satz schon gehört: „Wir leben in einer sich schnell verändernden Informationsgesellschaft“. Es ist die Selbstverständlichkeit dieser übrigens kontraintuitiven, kontraempirischen Äußerung, die einem Sorge macht. Matthias Horx, Trendguru Europas und zuständig für Zukunftsforschung, sagt: „Bei der Frage, wie wir Information zu Wissen verdichten, hilft uns paradoxerweise der Computer nicht. Im Gegenteil – er behindert uns. Humanwissen ist nicht digital, sondern analog.“<sup>11</sup> Anders gesagt: Ein Medium kann nicht seine eigene Organisation und Selektion begründen. Und mit der operiert nun mal der Mensch.

Es klingt hype, von der Halbwertszeit des Wissens zu sprechen. Doch wo ist sie relevant? In der Schule? Kaum, das sagt selbst Kultusministerin Annette Schavan. In der Hochschule? Bildung und Aktualität ist nicht das Gleiche. Es gibt Basics und es gibt Updates. Und erst auf diesem Hintergrund gibt es den sog. „Dauerlerner“, den lebenslangen Lerner, der später an Wissensupgrade-Programmen teilnimmt.

Lebenslanges Lernen ist ein Zeit-Programm, ein theoretisches Verspielen von Zeit. Und das kann nicht der Sinn der wunderbaren Ökonomien sein. Aktualitäten fressen Zeit. Lernen von Programmen auch. Und Zeit ist das Hauptkapital heute. Wir stehlen Menschen Aufmerksamkeit. Wir behaupten, mit den neuen Technologien zeitökonomisch zu verfahren. Dann sollten wir es auch tun. Oder warten, bis sie es tun. In der Ökonomie spricht man von TCO: Total Costs of Ownership. Also etwa nicht, was ein Computer und sein Anschluß kostet, sondern seine Kostentotale, incl. Wartung, Service und Manpower. Die Hauptkosten sind nicht Materialkosten, sondern Zeitkosten. Zeit von Menschen. Human time-resources.

Zur Limitierung dieses knappen Guts namens Zeitressource tragen wir einerseits mit den neuen Technologien bei, und gleichzeitig verspielen wir sie. Unsere Lernkultur ist, wie Wolf Lepenies es einmal so unmissverständlich in einer Körper-Metapher ausgedrückt hat, bulimisch: Wir verarbeiten Informationen und spucken sie gleich wieder aus. Alle vier Sekunden „spuckt“ jemand auf der Welt eine neue Homepage aus. So viel gibt es nun auch wieder

---

<sup>11</sup> Matthias Horx. Die acht Sphären der Zukunft. Ein Wegweiser in die Kultur des 21. Jahrhunderts, Wien 2000, S. 178

nicht zu sagen. Manche sprechen vom Infomüll, moderner gesagt von Hintergrundrauschen. Aber wir benötigen nicht Datenmengen, sondern Filter. Wer fragt sich heute, ob es besonderes oder singulär ist, was er zu veröffentlichen hat. Im PR-Business gibt es die hübsche Kurzformel: USP, Unique Selling Proposition. Das heißt: Was ist der Unterschied, die Differenz, die ein Produkt von anderen unterscheidet? Was ist der entscheidende Mehrwert? Oder fragen Sie umgekehrt, ob es eher Eitelkeiten bedient, etwas im Internet zu veröffentlichen (ins Netz „stellen“, wie es so metaphernlos heißt). Mit dieser Frage machen Sie sich nicht gerade beliebt. Die Verfallszeit von Web-Sites liegt im Schnitt bei 4 Monaten. Woher dieser seltsame Publikationszwang? Erstens: Weil es billig ist. Und zweitens: Weil es keine lektorierende Zwischeninstanz gibt. Also: Medienkompetenz heißt Content-Kompetenz. Content is king, Inhalt schlägt Form.

Es gibt eine uralte Regel der klassischen Ökonomie, eine Art goldene Regel: Was nichts kostet, ist nichts wert. Sie können ohne Wahrheitsverlust diesen Satz auch umdrehen: Wenn etwas Wert hat, kostet es auch. Wer etwas nicht veröffentlichen kann, veröffentlicht es im Internet. Wer dies unlektoriert tut, greift die engagierten Web-Publikationen an. Und es entsteht genau das, was wir schon im Markt der Massenmedien beobachten konnten. Medienkompetenz heißt nicht Produktion von Junk-Web, heißt nicht eine Aldisierung des Marktes.

### **Sechster Mythos: Interaktivität und Selbststeuerung haben einen didaktischen Eigenwert. Sie führen zu einer freien Zeitverwaltung des Lernens.**

Wir leben in unserer Medien-Welt mit einer Art Kommunikationszwang<sup>12</sup>. Man kann diesen Umstand auch systemtheoretisch witziger und bössartiger zugleich formulieren. Niklas Luhmann hat dies getan und gesagt: Es werde in unserer Gesellschaft Kommunikation kommuniziert. Anders gesagt: Die eigentliche Qualität von Kommunikation liege darin, an andere Kommunikationen anzuschließen<sup>13</sup>. Die Systemtheoretiker formulieren diesen Satz gerne härter: Nicht Menschen kommunizieren, sondern Kommunikation.

Damit ist nicht eine moderne Geschwätzigkeit gemeint. Vielmehr führt uns dieser Gedanke zu der Tatsache, dass und wie sehr wir uns mit der Organisation von Kommunikation beschäftigen. Das aber ist selbst noch kein Mehrwert. Wenn sich Lerner erst in Kommunikation und ihre (technische wie dramaturgische) Organisation einüben müssen, so stört dies den Lerntransfer<sup>14</sup>. Ex-RTL-Chef Helmut Thoma hat dies für die elektronischen Massenmedien noch deutlicher formuliert: „Das einzige, mit dem der Zuschauer abends interaktiv sein will, ist sein Kühlschrank.“ Nur bei RTL geht es nicht in erster Linie um das Lernen. Was also sind die Grenzen dieses vermeintlich interaktiven Lernens und Informiertseins?

---

<sup>12</sup> Vgl. hierzu Norbert Bolz. Die Konformisten des Andersseins. Ende der Kritik, München 1999, S. 191

<sup>13</sup> Niklas Luhmann. Die Gesellschaft der Gesellschaft, Frankfurt am Main 1997, S. 83 ff.

<sup>14</sup> Vgl. Heinz Mandl/Gabi Reinmann-Rothmeier. Lernen im Internet – Eine Frage des Wissensmanagements? In: gdi impuls I/98, S.36

Man spricht ja vom sogenannten Dataprocessing, also die Art und Weise, wie man Daten und Informationen elegant, d.h. kognitions- und lernpsychologisch adäquat präsentiert. Dagegen aber steht das people-processing, die Veränderung und Angleichung des Lernerverhaltens. Und dieses Verhalten ist durchaus konservativ. Wir alle wollen lernen, aber nicht jeder will fortwährend lernen zu lernen<sup>15</sup>. Der Lerner besteht auf einem Filter, auf der Güte, der Validität von Informationen. Aber er will sich nicht mühsam und selbstquälerisch im Vergleich die Güte erst selbst herleiten. Der Philosoph Werner Mittelstraß spricht diese Unmöglichkeit selbstrekursiver Wahrheitsbeglaubigung zynisch aus: Vor dem Bildschirm könne man nicht Skeptiker spielen<sup>16</sup>. Ein simples Beispiel: Große Nachrichten-Agenturen liefern ihre News und ihre Berichte an Sender, an Zeitungen. Jetzt kann jeder diese Daten auch im Internet abrufen. Aber was soll das? Wir sind News-Amateure und sollten die Auswahl und Bewertung lieber Redaktionen überlassen, die etwas davon verstehen. Modern gesagt: Der Info-Broker hat Zukunft. Er wird dafür bezahlt, dass er etwas besser validieren kann als ich.

Mit diesem Gedanken hängt ein weiterer grauzoniger Begriff zusammen, der nicht von allen als grauzonig erklärt, aber inflationär benutzt wird: Dem der Interaktivität. Wir sind aus den Zeiten des größten Missbrauchs des Begriffs Interaktivität hinaus. Es gibt durchaus eine strenge Auffassung von Interaktivität. Nämlich die, dass sich das angesteuerte System zusammen mit dem user ändert. Und in diesem Sinne ist Interaktivität genau der Begriff, der eine Individualisierung des Lernens, die Suche und das Finden des eigenen Lernweges fundieren kann.

Aber die Wahrheit ist, dass man zur Zeit nur in wenigen Fällen von ernstzunehmender Interaktivität sprechen kann. Dies trifft in erster Linie für Simulationsprogramme zu. Und im besonderen und erst recht für die Schrittmacher der Simulationsprogramme: Die Spielprogramme. Fragwürdiger sind Programme, die subkutan von multiple choice leben, von Stickern, die sich beim Klicken auftun und Oberflächen, die, wie die IBM-Bildungs-Expertin Gisa Schultze-Wolters einmal sagte, auftun wie Adventskalender und bei denen hinter jedem Türchen ein Bild und eine Info rausscrollt<sup>17</sup>. Das muß man nicht unter dem Label Interaktivität handeln. Es ist noch ein weiter Weg zu der Qualität von Lernsoftware als cognitive tools, die ernsthaft dem Lerner erlauben, Steuerung und Kontrolle selbst zu übernehmen.

Schauen wir uns einmal moderne Lernumgebungen unter einem zugegeben einseitigen Blick an. Multimediales Lernen ist nicht unproblematisch (aber das sind die konventionellen Lernumgebungen auch nicht). Selbstlerner müssen zahlreiche Entscheidungen treffen, die wertvolle Verarbeitungszeit kosten, zu Lasten der Auseinandersetzung mit den eigentlichen Lerninhalten. Wir beobachten das Phänomen der Desorientierung (auch wenn sie manchmal kurzzeitig ist). Kurzum: Der Koordinationsaufwand ist extrem hoch. Es gibt

---

<sup>15</sup> Hierzu und zur Notwendigkeit von linearen Leitmedien: Thorsten Lorenz, Lernen mit Fernsehen – Aspekte der Zukunft, Südwestfunk Baden-Baden 1998

<sup>16</sup> Vgl. hierzu Walter A. Mehle (Hrsg.). Orientierung in der Informationsgesellschaft, Konstanz 2000, S.109

<sup>17</sup> Gisa Schultze-Wolters. Chancen neuer Medien im modernen Bildungswesen, 1998 (unv. Manuskript)

einen hübschen Fundamentalsatz der Kommunikationstheorie: Interaktion reduziere Contentaufnahme.

Man kann es nicht oft genug wiederholen: Der Fort- und Ausbildungsbereich besitzt vielfältige Erfahrungen mit solchen Lernumgebungen, übrigens auch viele gute Erfahrungen. Aber alle professionellen Lernmoderatoren bekräftigen die genannten Gefahren. Die knappste Ressource heute ist ja bekanntlich kein Rohstoff, auch nicht das Geld. Und schon gar nicht die Information, denn die läßt sich gegen alle Energieerhaltungssätze beliebig vergrößern. Nein, die knappste Ressource ist Aufmerksamkeit. Der Kampf um dieses Zeitbudget bei jedem von uns hat schon lange begonnen. Man kann es auch simpler sagen: Kommunikation und Interaktion fressen Zeit. Gehen wir sparsam damit um.

Diese sechs Mythen strapazieren unseren Begriff der Medienkompetenz stark und verunsichern ihn. Generalisierend gesagt: Die engagierten (Medien-)Pädagogen, wenn ich das einmal so generalisierend sagen darf, machen es sich zu schwer. Sie arbeiten hervorragend in der Praxis, aber sind unendlich banal in der Theorie. Pädagogik ist schon lange keine Leitdisziplin mehr, sondern ein Amalgam. Dabei haben wir nun wirklich sehr seriöse, aufwendig erstellte und vorsichtige Ergebnisse aus der Soziologie, der Psychologie, den Kognitionswissenschaften, der Neurologie und auch der Philosophie. Aber die pädagogischen Universal-Theorien, bestehend aus einer Zitat-Melange dieser Disziplinen, hinken der Praxis hinterher, sie sind nicht auf der Theoriehöhe der Zeit. Sie produzieren ein Mantra der Begründungen. Jetzt ist man vielleicht um ein paar Illusionen ärmer, aber hoffentlich weniger ideologisch in der Arbeit mit neuen Medien. Wir können da von anderen Ländern lernen, die ein grundsätzlich entspannteres Verhältnis im besonderen zu Massenmedien haben. Wir schaffen nicht eine Breite im Bildungsbereich, wenn wir mit Argumenten der Überbietung operieren. Wir erschlagen unser eigenes Engagement und die Vielzahl der Medienprojekte durch theoretische Hybris. Damit gewinnen wir keinen Kollegen. Wir produzieren Phobien.

Copyright beim Autor

Prof. Dr. Thorsten Lorenz

Pädagogische Hochschule Heidelberg / Medienpädagogik © 2000