

Wir in der grossen weiten Medienwelt

Von Peter Haber*

«Aber darüber hinaus lasse dich warnen, mein Sohn, des Büchermachens ist viel, kein Ende damit und der Befliesslichkeit viel, eine Ermüdung dem Fleisch.»

Kobelet 12,12

«Wenig kunst und buecher vil / Das ist der narren freuden spil.»

Francesco Petrarca, *Humanist*, 1304–1374

«Wir haben zwar fast alle Zugang zu einer grösseren Menge von Informationen, doch die Trennung zwischen Unwichtigem und Wichtigem und der eigenverantwortliche Umgang mit der Datenflut fehlt.»

Moritz Leuenberger, *Bundesrat*, 2002

Das ausgehende 18. Jahrhundert war die Zeit der Lesegesellschaften. Alleine zwischen 1760 und 1800 wurden in Deutschland und in der Schweiz rund 500 solcher Vereinigungen gegründet. In den Lesegesellschaften stand den Mitgliedern eine grosse Auswahl an «nützlicher Literatur» zur Verfügung, ausserdem waren die Vereinsräume ein beliebter Treffpunkt für Debatten und Diskussionen. Mitglied konnte werden, wer lese- und schreibkundig war und wer sich die relativ hohen Mitgliedsgebühren leisten konnte. Das machte Lesegesellschaften ziemlich exklusiv, denn um 1800 waren drei Viertel der Bevölkerung Analphabeten. Zudem waren Frauen und Studenten von den meisten Lesegesellschaften ausgeschlossen.

Lesegesellschaften waren eine Reaktion auf die veränderten kommunikativen Verhältnisse jener Zeit. Die Buchproduktion zum Beispiel hatte sich im Laufe des 18. Jahrhunderts grundlegend verändert: Der Anteil lateinischer Bücher, juristischer und theologischer Fachliteratur ging kontinuierlich zurück, und die Produktion im Bereich der schönen Künste, der Hausbücher und der staatswissenschaftlichen Literatur nahm zu. So änderte sich auch das aktive Lesepublikum und – was für die Lesegesellschaften noch viel entscheidender war – der Lesestil. Die intensive und repetitive Lektüre immer gleicher Texte wurde abgelöst durch die extensive, einmalige Lektüre grosser Textmengen. So trugen Lesegesellschaften dazu bei, den Lesehunger eines neu entstehenden, aufgeklärten Bürgertums zu befriedigen. Lesegesellschaften waren demnach ein wichtiges Element im damaligen «Strukturwandel der Öffentlichkeit» (HABERMAS).

Wer in jener Zeit an diesem gesellschaftlichen Wandel teilhaben wollte, musste über verschiedene Fähigkeiten verfügen: Neben ökonomischem Kapital war auch Lesekompetenz gefragt. Lesekompetenz bedeutete aber im Zusammenhang des ausgehenden 18. Jahrhunderts mehr als nur fähig zu sein, Buchstaben zu entziffern. Lesen war damals eine noch wenig verbreitete Kulturtechnik; Lesekompetenz war die Befähigung, diese Kulturtechnik im gesellschaftlichen Kontext richtig anzuwenden. Dazu gehörte die Fähigkeit, aus der Menge der Schriften die «richtigen» auszuwählen, das Gelesene zu erfassen und den Inhalt einzuordnen. Viele der Hilfsmittel, die das Medium Buch heute prägen, waren damals noch wenig etabliert, Klappentext, Einleitung oder Vorwort zum Beispiel. Mittlerweile haben wir uns an diese Paratexte gewöhnt – an das «Beiwerk

des Buches», wie GÉRARD GENETTE es genannt hat – und wir nutzen sie als wertvolle Orientierungshilfe.

IST LESEN UNGESUND?

Der richtige Umgang mit der Kulturtechnik des Lesens war schon damals nicht unumstritten. So stand nicht nur zur Debatte, was zu lesen sei, sondern auch die Lektüremenge gab zu Diskussionen Anlass. Eine der Befürchtungen war, dass zu viel Lesen ungesund sei: «Die

gleichzeitig mehrere Informationen aufzufinden und zwischen den verschiedenen Abschnitten eines Textes Verbindungen herzustellen. Sie konnten das Gelesene auch nicht zu ihrem Alltagswissen in Beziehung setzen. Finnland erreichte doppelt so gute Werte: Nur zwanzig Prozent der befragten Schülerinnen und Schüler im Alter von 15 Jahren wiesen derart schwache Lesekompetenzen auf. Obwohl Lesen heute zu den anerkannten Kulturtechniken gehört, ist demnach nur ein Teil der Schweizer Bevölkerung in der Lage, das Potenzial dieser

Was heisst Medienkompetenz? Eine klare Definition des heute so zentralen Begriffs gibt es nicht. In der Bildungspolitik gilt als Konsens, dass die Vertrautheit im Umgang mit den neuen Medien ebenso wichtig ist wie das Beherrschen der alten Kulturtechniken des Lesens, Schreibens und Rechnens. Eine Bestandesaufnahme.

Lesesucht ist eine unmässige Begierde, seinen eigenen, unthätigen Geist mit den Einbildungen und Vorstellungen Anderer aus deren Schriften vorübergehend zu vergnügen», wettete 1816 HEINRICH ZSCHOKKE in seinem Büchlein *Stunden der Andacht zur Beförderung wahren Christentums und häuslicher Gottesverehrung*. Und er fuhr fort: «Man liest, nicht um sich mit Kenntnissen zu bereichern, sondern um zu lesen; man liest das Wahre und das Falsche prüfungslos durcheinander, ohne Wissbegier, sondern mit Neugier. Man liest und vergisst. Man gefällt sich in diesem behaglichen, geschäftigen Geistesmühsiggang, wie in einem träumenden Zustand.» Tatsächlich war zu jener Zeit eine heftige Debatte um die so genannte «Lesesucht» entbrannt. Vor allem Frauen und junge Menschen, so der Tenor der meisten Mahnrufe, seien durch die Lesesucht gefährdet.

Heute spricht kein Mensch mehr von der Lesesucht. Im Gegenteil. Als im Dezember 2001 die Pisa-Studie veröffentlicht wurde, zeigte sich die bildungspolitische Elite des Landes schockiert. 15-jährige Schülerinnen und Schüler in Schweizer Schulen verstehen häufig nicht, was sie lesen, lautete das düstere Fazit der internationalen Studie. Lesekompetenz umfasste bei der Untersuchung folgende Elemente: das Verstehen bestimmter Informationen in einem Text, das Identifizieren zentraler Aussagen und die Interpretation und kritische Bewertung des Inhalts oder der Form eines Textes. Die Studie definierte fünf Kompetenzniveaus. Mehr als vierzig Prozent der untersuchten Schülerinnen und Schüler erreichten lediglich das zweite Kompetenzniveau, das heisst, sie waren nicht in der Lage, in einem Text

Technik auch nur annähernd auszuschöpfen. Praktisch alle Jugendlichen sind zwar alphabetisiert, aber viele verfügen nur über eine geringe Lesekompetenz.

Heute sind Bücher omnipräsent, die Buchproduktion hat sich in den letzten Jahren auf einem hohen Niveau eingependelt: Die deutsche Statistik weist für das Jahr 2000 insgesamt rund 83 000 neue Titel aus. In der Schweiz werden jährlich 10 000 Titel neu aufgelegt, mehr als die Hälfte davon in deutscher Sprache.

In Italien lagen Bücher im vergangenen Jahr sogar den Tageszeitungen als Zugabe bei. Für rund sieben Franken gab es respektable Weltliteratur in gebundenen Ausgaben: ECO, HESSE, HEMINGWAY. Rund 40 Millionen Stück wurden auf diese Weise abgesetzt. Verglichen mit insgesamt 100 Millionen verkauften Büchern in Italien im Jahre 2001 war das ein beachtlicher Marktzuwachs.

Aber wer liest alle diese Bücher? Welche Rolle spielen Bücher in unserer Mediengesellschaft überhaupt noch? In Deutschland hat die Bertelsmann-Stiftung letztmals 1999 ausführliche Untersuchungen zum Leseverhalten angestellt. Gemäss diesem «Lesebarometer» gelten 30 Prozent der Bevölkerung als hartnäckige Nicht-Leser. Sie hatten in den vergangenen zwölf Monaten gar kein Buch gelesen. Im selben Zeitraum hatte auch nur eine knappe Mehrheit der Deutschen, nämlich 57 Prozent, ein Buch erworben. Für die Schweiz hat Prognos im Auftrag des Bundesamtes für Kultur den hiesigen Buchmarkt untersucht: Nur ein knappes Fünftel der erwachsenen Bevölkerung nutzt das Medium Buch jeden Tag oder fast jeden Tag. Rund 20 bis 30 Prozent der Bevölkerung nehmen auch hier nie ein Buch in die Hand. Im statistischen Schnitt verwenden die Schweizerinnen und Schweizer nur gerade eine knappe Stunde pro Woche für das Bücherlesen.

III. Noch vor zehn Jahren zählte das Thema Medienkompetenz sowohl in der Pädagogik als auch in der Kommunikationswissenschaft zu den Randthemen. Heute ist Medienkompetenz ein Schlüsselbegriff moderner Bildungspolitik, und auch die Wissenschaft hat sich in den letzten Jahren verstärkt des Themas angenommen. Medienkompetenz ist dabei die konzeptionelle Ausweitung von Lesekompetenz im Hinblick auf die mediale Vielfalt unserer Zeit. Die drei klassischen Kulturtechniken Lesen, Schreiben und Rechnen haben sich im Kontext von Multimedia und Neuen Medien bereits grundlegend verändert, und vieles spricht dafür, dass noch weitere Umwälzungen folgen werden. Der terminologische Übergang von der Lesekompetenz zur Medienkompetenz versucht, diesen Umbruch auch sprachlich zu fassen.

Hinter diesem ganzen Wandel stehen zwei grosse sozio-technologische Trends: Zum einen war das ausgehende 20. Jahrhundert geprägt von der alltäglichen Präsenz der Medien. Unsere Lebenswelt wurde in den letzten Jahrzehnten mehr und mehr eine medial vermittelte Welt. Zum anderen beschleunigte sich die Entwicklung in den Bereichen Mikroelektronik und Telekommunikation seit den 1970er Jahren immer mehr. Heute scheint es einen gesellschaftlichen Konsens darüber zu geben, dass die historische Industriegesellschaft, welche die westliche Welt während rund 200 Jahren geprägt hatte, abgelöst wird (oder schon wurde) durch eine so genannte Informationsgesellschaft.

Es gibt allerdings keine klare Definition dieses Begriffes, weshalb er in der Wissenschaft auch eher vermieden wird. Der Ausdruck «Informationsgesellschaft» – in letzter Zeit immer häufiger auch ersetzt durch «Wissensgesellschaft» – dient im gesellschaftlichen Diskurs deshalb vor allem als Projektionsfläche für allerlei Erwartungen und Befürchtungen: globalisierte Wirtschaft, Vernetzung oder Aufhebung von Raum und Zeit gehören zu diesen utopistischen Versatzstücken. So amalgamieren sich in der Rede über die Informationsgesellschaft Ideen einer nachindustriellen Wirtschaft, die Wahrnehmung einer mikroelektronischen Revolution, das Zusammenwachsen von Medien-, Hard- und Software-Märkten sowie das Gefühl einer anhaltenden technischen und gesellschaftlichen Beschleunigung.

Die Menschen in dieser neuen Gesellschaft – so eine gängige These – müssen über andere Kompetenzen verfügen als noch in der Industriegesellschaft. Eine medial vernetzte und medial gesteuerte Welt braucht demzufolge medienkompetente Menschen. Medienkompetenz avanciert also zur Schlüsselkompetenz unserer Zeit und löst die Lesekompetenz der Gutenberg-Ära ab.

WAS IST MEDIENKOMPETENZ?

Medienkompetenz lässt sich aus verschiedenen Perspektiven definieren: Aus der Sicht der Medienproduzenten beinhaltet Medienkompetenz die Fähigkeit von Konsumentinnen und Konsumenten, die verschiedenen Angebote des Marktes zu nutzen. Kompetenz hat in diesem Verständnis einen grundsätzlich adaptiven Charakter, und Medienkompetenz ist letztlich die Anpassung der Konsumenten an die Vorgaben der Medien.

* PETER HABER ist Lehrbeauftragter am Historischen Seminar der Universität Basel und Mitinitiator des geplanten Kulturwissenschaftlichen Kompetenzzentrums Neue Medien an der Universität Basel (<http://www.unibas.ch/kknm>). Im Netz ist er unter <http://hist.net/haber> zu finden.

Von einer anderen Perspektive aus betrachtet, ist Medienkompetenz eine spezielle Ausprägung der kommunikativen Kompetenz, die allen Menschen von Geburt an gegeben ist und somit gleichsam zur menschlichen Grundausstattung gehört. Aber auch diese Fähigkeit, schrieb der 1999 verstorbene Bielefelder Medienpädagoge DIETER BAACKE, muss «gelernt, geübt und weiterentwickelt werden». Baacke, der als Pionier auf diesem Feld gilt, versuchte den Begriff Medienkompetenz dadurch zu präzisieren, dass er vier Dimensionen des Begriffes definierte: Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung.

Ähnlich auch das Konzept von BERND SCHORB, Professor für Medienpädagogik in Leipzig: Er unterscheidet ebenfalls vier Ebenen. Das Orientierungs- und Strukturwissen hilft, sich in der komplexen und kaum mehr durchschaubaren Medienwelt zu orientieren. Dank der kritischen Reflexivität – dies die zweite Ebene bei Schorb – sind wir in der Lage, die Vielfalt von medialen Informationen und Angeboten zu bewerten. Im Mittelpunkt der dritten Ebene steht das Handeln. Dieser Teil von Medienkompetenz meint die Fähigkeit, Ziel und Zweck von Medienentwicklungen mitgestalten zu können. Voraussetzung dazu sind gewisse instrumentelle Fähigkeiten im technischen Umgang mit Medien. Als vierte Ebene benennt Schorb die soziale und kreative Interaktion. Gemeint ist die Verknüpfung von Medienwelt und Alltagswelt. Schorb bezeichnet Kommunikation als «symbolisches Austauschhandeln zwischen Menschen zum Zwecke der Gestaltung menschlicher Gemeinschaft». Medienkompetenz bedeutet, diese Prämisse zu erkennen und mediales Handeln daran zu orientieren.

IV Der diskursive Höhenflug des Ausdruckes Medienkompetenz ist direkt gekoppelt an die Internet-Euphorie der letzten Jahre. Tatsächlich hat das Medium Internet das Potenzial, das kommunikative Verhalten unserer Gesellschaft tief greifend zu verändern. Schon heute, keine zehn Jahre nach dem massenwirksamen Aufkommen des World Wide Web, zeichnen sich ganz neue Verhaltensmuster in der Mediennutzung ab. Aus der historischen Perspektive gesehen befinden wir uns aber noch immer in der Einführungsphase.

Im Jahre 2000 verfügten in der Schweiz 61 Prozent aller Haushalte über mindestens einen

Computer, und 65 Prozent aller Personen besaßen ein Mobiltelefon. Ein Fernseher steht in fast allen Haushalten, ebenso ein Radiogerät (das in der Statistik bezeichnerweise gar nicht mehr aufgeführt wird). Etwas komplizierter ist die Erfassung der Internetnutzung. Die Medienforscher haben deshalb verschiedene Nutzerkreise definiert. Zum weitesten Nutzerkreis zählt, wer bei der Befragung angibt, das Internet in den letzten sechs Monaten mindestens einmal genutzt zu haben. Das war im Jahre 2001 rund jede zweite Person. Entscheidender ist hingegen der engere Nutzerkreis; dazu zählt, wer mehrmals in der Woche im Internet surft. 2001 waren dies rund 37 Prozent der Bevölkerung. Das bedeutet, dass sich die Zahl der regelmässigen Surferinnen und Surfer innerhalb von fünf Jahren fast versechsfacht hat. Interessant ist natürlich auch die sozio-demografische Zusammensetzung dieser Gruppe. Noch immer ist das typische Profil: männlich, jung und mit höherer Schulbildung. Der Frauenanteil ist aber seit einigen Jahren stark im Steigen begriffen. Bedeutender als das Geschlecht ist bei der Internet-Nutzung der Bildungsstand: Wer eine Hochschule besucht hat, nutzt das Internet wesentlich häufiger als jemand, der lediglich die obligatorische Schulzeit absolviert hat. Bei der Motivation steht – zumindest in der Selbstdeklaration – die Informationssuche im Vordergrund. Die Suche nach Zeitungsartikeln und Zeitschriftenaufsätzen, nach Stellen- und Wohnungsinseraten sowie der elektronische Zahlungsverkehr stehen heute (noch) im Mittelpunkt.

Ähnlich wie Ende des 18. Jahrhunderts, als Lesen anfang, zu einem Massenphänomen zu werden, gab es bereits 1995 erste Diskussionen darüber, ob das Internet süchtig macht. Das Nachrichtenmagazin *Newsweek* behauptete damals, dass zwei bis drei Prozent der Online-Community Symptome von Internetsucht aufweisen; eine Studie aus der Schweiz kam 2001 zu vergleichbaren Zahlen.

Doch es zeigt sich, dass nicht nur die Erhebungsmethoden unsicher sind; auch die Frage, was als Sucht zu bezeichnen ist, ist das Ergebnis eines gesellschaftlichen Aushandelns. Lese-sucht ist heute nicht nur kein Thema mehr, mit Blick auf die Debatte um die Pisa-Studie haben sich die Vorzeichen geradezu umgekehrt. Die Auseinandersetzung darüber, was als Internetsucht zu bezeichnen ist – und damit letztlich: welche Medienkompetenz gesellschaftlich akzeptiert ist und welche nicht –, hat noch gar nicht richtig begonnen.

In vielen Punkten entzieht sich das Internet der klassischen Medienforschung. Das Internet – verstanden als Sammelbegriff für ganz unterschiedliche Dienste wie World Wide Web, E-Mail oder Chat – bietet nämlich nicht nur die Möglichkeit, Informationen zu suchen und Angebote zu konsumieren, es ist auch eine vielfältige Publikationsplattform. Diese Interaktivität war bei der Konzipierung des World Wide Web vor rund zehn Jahren einer der zentralen Aspekte. Heute ist es eine verschwindend kleine Minderheit der Internet-Nutzer, die selbst auch aktiv Inhalte ins Netz stellt. Das dürfte sich vermutlich in den nächsten Jahren radikal ändern. Das Angebot an entsprechender Software und an Dienstleistungen hat sich in den vergangenen Monaten explosionsartig vermehrt: Content-Management-Systeme, Blogger und andere Anwendungen gehören zum boomenden Teil des Netzes. Es fällt auf, dass dieser Aspekt des Internets in der Nutzungsforschung kaum untersucht wird.

V Die Bildungspolitik hat das Thema Medienkompetenz in den letzten Jahren mit viel Enthusiasmus aufgegriffen. Noch ist es zu früh, um abzuschätzen, was sich später einmal als aktionistischer Schnellschuss erweisen und was als langfristig sinnvolle Massnahme Bestand haben wird. Die meisten Initiativen konzentrieren sich – wohl zu Recht – auf die Sekundarstufe. Als Konsens gilt heute, dass die Vertrautheit im Umgang mit Informations- und Kommunikationstechnologien künftig ebenso wichtig sein wird wie die klassischen Kulturtechniken des Lesens, Schreibens und des Rechnens. Mit der Informationsplattform educa.ch wurde für den Schulbereich ein landesweites Portal geschaffen, das als umfassende Anlaufstelle dient. Die nach deutschem Vorbild lancierte Initiative «Schulen ans Netz» versucht, mit neuen Kooperationsformen auf die veränderten Anforderungen im Schulbereich zu reagieren.

Beide Initiativen beschränken sich auf die Schulen und befassen sich nicht mit den Anliegen der Hochschulen und Universitäten. Für diesen Bereich sollte das Projekt *Virtueller Campus Schweiz* eine Katalysatorfunktion übernehmen. Diese in der ersten Tranche (2000 bis 2003) mit 24 Millionen Franken ausgestattete Initiative hat zum Ziel, Online-Kurse für den virtualisierten Unterricht zu entwickeln. Rund 50 Projekte wurden be-

willigt. In den Jahren 2004 bis 2007 will der Bund das Projekt mit weiteren 37 Millionen unterstützen.

Mit dieser Initiative, so könnte man vermuten, soll die Medienkompetenz der Studierenden und Dozierenden an den Hochschulen erhöht werden. Der Bundesrat spricht in seiner Bildungsbotschaft, die er im November 2002 vorgelegt hat, allerdings eine andere Sprache: «Die Relevanz von Unterrichtsmodulen, die für Studierende elektronisch zugänglich sind», wird mit dem «erwarteten starken Wachstum (gemeint ist wohl: Zuwachs, P.H.) von Studierenden in der Schweiz» begründet. Die Förderung der Medienkompetenz scheint für den Bundesrat kein Thema zu sein; mit der Einführung Neuer Medien im Hochschulbetrieb verbindet die Regierung lediglich die Erwartung, die Ausbildungskosten senken zu können.

Damit erweist sich die schweizerische Bildungspolitik im Vergleich mit anderen Ländern als sehr kurzfristig. Das deutsche Bundesministerium für Bildung und Forschung hat in einer wegweisenden wissenschaftlichen Studie nachgewiesen, welche Massnahmen nötig sind, um die Medien- und Informationskompetenz der Studierenden zu fördern. So muss die Vermittlung von Medien- und Informationskompetenz integraler Teil der universitären Lehre werden. Jedes Fach hat dabei andere Bedürfnisse und andere Spezifika, die berücksichtigt werden müssen. Die Vermittlung von Medienkompetenz kann deshalb nicht Aufgabe zentraler Einrichtungen sein, sondern muss dezentral aufgebaut werden.

NEUERSCHEINUNGEN ZUM THEMA

GIESECKE, MICHAEL: *Von den Mythen der Buchkultur zu den Visionen der Informationsgesellschaft*. Trendforschungen zur kulturellen Medienökologie; Frankfurt am Main 2002.

GROEBEN, NORBERT / HURRELMANN, BETTINA (Hrsg.): *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen; Juventa, Weinheim und München 2002*. 320 Seiten, 45 Franken.

GROEBEN, NORBERT / HURRELMANN, BETTINA (Hrsg.): *Lesekompetenz. Bedingungen, Dimensionen, Funktionen; Weinheim und München 2002*.

MESSERLI, ALFRED: *Lesen und Schreiben 1700 bis 1900*. Untersuchung zur Durchsetzung der Literalität in der Schweiz; Tübingen 2002.

TREUMANN, KLAUS PETER / BAACKE, DIETER u. a. (Hrsg.): *Medienkompetenz im digitalen Zeitalter; Opladen 2002*.

KINDER SEHEN DIE WELT

Hasen hat sich CHRISTOPH genau angeschaut. Weich und braun und gefleckt ist das Fell, im Innern des Ohrs schimmert es rosarot. «Und Osterhasen sind ja auch Hasen», stellt der Erstklässler weise fest.

Es ist knapp vor Ostern. Familie Osterhas ist aber nicht im Stress. Man hat sich gut vorbereitet. Der Korb mit bunten Eiern wartet schon gefüllt. Mama Häsin und Papa Hase legen an zwei besonders prächtige Eier noch letzte Hand an. Der Älteste, offenbar ein Mustersohn und gut genährt, macht sich bereits mit dem vollen Tragkorb auf den Weg zu den Kindern. Ein echter Aprilhimmel verspricht halb Sonne, halb Wolken.



Die zwei jüngeren Hasenkinder haben gar keine Lust mitzuhelfen. Sie spielen lieber mit einem Ei, was mir recht gewagt erscheint. Christoph bleibt gelassen: «Die müssen halt aufpassen.»

AM