

## 42. Mediennutzung und Medienkompetenz

Durchblicken was ist

Irgendwie war es auf eine seltsame Weise grotesk komisch. Sie saßen in der Volkshochschule, es war im Jahr 1996. Die vier Herren im Businessanzug mit Krawatte und schwarzer Ledertasche passten nicht zu den 11 Frauen in Jeans und bunten Sweatshirts. Die Kursleiterin der Volkshochschule betrat den Werkraum der Gropiusschule. In der Ausschreibung des Kursheftes hieß es doch unmissverständlich: „Email: Grundkenntnisse werden vermittelt. Auf spezielle Wünsche kann eingegangen werden. In vielen praktischen Übungen werden Sie Sicherheit gewinnen. Verbrauchsmaterial wird gestellt.“ Die Damen waren zum *Email-Kurs* gekommen, die Herren dachten an *E-Mails*. Es ging ums Emaillieren: Schmuck, Skulpturen und Dekoration in Wisch-, Folien- und Durchbrenntechnik.

Ich habe einige Jahre später den Kurs „Medienkompetenz“ angeboten. Die Verwunderung war nicht so krass wie bei den Herren mit Notebook, aber auch meine Teilnehmer kamen mit einer falschen Vorstellung, dachten sie doch, man lerne das Internet zu nutzen. Medien sind Träger für Informationen und Botschaften. Sie beeinflussen Bildung, Persönlichkeit und kulturelle Identität. Es gibt keine guten oder schlechten Medien. Jedes Medium hat spezifische Eigenschaften. Wir treffen auf Medien in Form von Büchern, Zeitschriften und Plakaten, die über das Auge wirken oder auch Tonträger wie Radio und MP3-Player. Diese benutzen Symbole, Schrift, Sprache, aber auch Ton, bewegte und unbewegte Bilder. Film und Fernsehen wirken verstärkt, weil Bild und Ton zusammenwirken. Düfte und Gerüche können Medien sein, die uns durchaus beeinflussen. Nicht nur in Parfümerien und Möbelhäusern werden Sie eingesetzt, um uns zum Kauf anzuregen. Moderne Autohäuser verwenden intelligente Lichtsteuerungen, um den Kunden wie von Geisterhand in die letzten Ecken zu führen. Hinter Medien stehen Menschen – Journalisten, Grafiker oder Medieninformatiker und noch viel wichtiger deren Auftraggeber. Selten werden Medien gemacht, um uns zu informieren, häufiger um uns zu manipulieren.

Verhalten wird immer durch neue Kulturmittel verändert. So auch durch die Einführung der Schrift im alten Griechenland. Sokrates referiert noch

stundenlang, völlig ohne Gedächtnisstütze, nur aus dem Kopf: schimpfte gegen die Sitte aufzuschreiben, man würde die freie Rede verlernen. Aber durch die Schrift konnten Daten gesammelt und Wissen überliefert werden: Gesellschaften organisieren sich besser; Buchführung und Rechnungswesen macht Handel möglich und effektiver.

Die Benutzung des Taschenrechners im Unterricht wurde anfangs sehr kontrovers diskutiert und ist nun völlig normal. Spätestens seit der Verbreitung des Internets sind manche Menschen der Meinung, man müsste Wissen nicht mehr selbst behalten. Es würde genügen, wenn wir wüssten, wo es steht. Google und Co. liefern Wissen in Sekundenbruchteilen, eine große Zahl an Querverweisen und Links wird gleich mitgeliefert. Ein fataler Irrtum! Es war vor dreißig Jahren unvorstellbar, dass eine Kassiererin nicht Kopfrechnen konnte. Sie gab das passende Wechselgeld präzise heraus, egal ob Sie den Rechnungsbetrag von 16,10 DM mit einem Zwanzig-Mark-Schein oder mit 52 Mark oder mit 50 Mark und 10 Pfennigen bezahlten. Ich musste kürzlich 80 Euro und zwei Cent an der Supermarktkasse löhnen und habe zuerst einen Hunderter hingelegt – Zack: hat die Kassiererin den Betrag eingetippt – ich lege noch zwei Cent dazu. Leider musste ich mit einem Sack Kleingeld heimgehen, weil sie unfähig war einzusehen, dass ich exakt 20 Euro zurückbekomme (100,02 Minus 20 = 80,02, oder!?). Glauben Sie mir, wenn Sie sich darauf verlassen, dass Google Sie stets mit Informationen versorgt, wird es Ihnen auf diesem Gebiet nicht besser ergehen als unserer schwachen Kassiererin. Ich halte die Benutzung des Taschenrechners im Unterricht für gut und richtig, aber doch bitte erst wenn das kleine Einmaleins beherrscht wird.

Facebook, Twitter, SMS und E-Mail wirken unmittelbar, jederzeit, gebeten oder nicht. Neue Eindrücke und Fakten treffen uns in atemberaubender Geschwindigkeit und unüberschaubarer Zahl. Eine Internetseite liefert neben den wertvollen Inhalten leider auch Unmengen an Werbung. Bilder, Filmchen und Verlinkungen. Diese locken uns vom Kerninhalt weg. Wir lesen Texte im Internet nicht mehr wirklich, wir überfliegen sie, um sofort einem weiteren Link zu folgen. Ein Text wird oft ähnlich der Form des Buchstaben „F“ gelesen. Das heißt, wir lesen die ersten paar Zeilen, unser Blick wandert ungeduldig nach unten, wir lesen kurz noch

einmal nach rechts, um dann einen neuen Link aufzurufen. Ein tiefer, klarer Gedanke kommt so nicht mehr zustande. Der Inhalt des Textes wird nicht annähernd erfasst. Unser Arbeitsgedächtnis wird hoffnungslos überlastet. Anstatt wertvolles, neues Wissen mit unserem bestehenden abzugleichen und als Langzeiterinnerungen zu gewinnen, rauscht die Datenmenge spurlos an uns vorbei.

Nach Nicholas Carr liest der so geübte Nutzer auch normale Texte, Befunde, Anweisungen in dieser „F-Form“. Steht das Wesentliche außerhalb des „F-Bereichs“, wird es übersehen: Fehler und falsche Bewertungen sind die Folge. Forschungen zeigen, dass selbst viele Akademiker nicht mehr in der Lage sind, konzentriert längere Texte zu lesen. Die Tiefe der Bedeutungen kann nicht mehr erfasst werden, die der Autor uns zwischen den Zeilen mitteilen wollte. Stattdessen hetzen wir von einer oberflächlichen Schlagzeile zur nächsten. Google bewertet das Ranking einer Internetseite längst nicht mehr nur nach der Zahl und Qualität der Verweise, sondern nach Aktualität, verdient sein Geld mit Klicks. Die Seiten sind absichtlich so gestaltet, dass Sie häufig weiterklicken werden – je länger Sie aufmerksam lesen, desto weniger verdient Google. Der große Vorteil des Internets besteht darin, dass Sie fast jede Information bekommen können. Aber, bleiben Sie bitte bei den Inhalten, lassen Sie sich nicht ablenken! Während Sie in der Bücherei in Büchern blättern, würden Sie doch auch nicht alle sieben Sekunden ein Werbeprospekt ansehen und nach der zweiten Seite in einem anderen Buch weiterlesen. Der unglaubliche Vorteil, alles Wissen der Menschheit abgreifen zu können, verkehrt sich durch die Art der Nutzung in einen billigen Zeitvertreib. Die Angst, man könnte etwas verpassen, sitzt im Nacken. Die wesentliche Frage lautet: *Konsumieren Sie Medien selbst- oder fremdbestimmt?*

Das wertvollste Medium ist das Gespräch – die zweiseitige Kommunikation! Es besteht aus drei Komponenten:

Der Aussage – wir geben etwas weiter. Das hat Niveau. Die Aussage besitzt Inhalt und Botschaft.

Die Frage – wir zeigen Interesse am Gesprächspartner; Fragen lenken das Gespräch.

Die Pause – Gedanken brauchen Zeit. Pausen wirken. Erst denken, dann sprechen.

Nichts gibt eine direktere Rückmeldung als ein Gespräch. Wir merken sofort, wie der Partner auf das Gehörte reagiert, sehen seine Mimik und Gestik und erfahren seine Antwort direkt und fühlen sie ganz deutlich indirekt – an der Körpersprache.

**„Achten Sie mehr auf Inhalt, Botschaft und Zweck. Wer steht dahinter?“**

**Mein Rat**

## Literatur

Nicolas Carr, Wer bin ich, wenn ich online bin, München, (Blessing), 2010  
 Umberto Eco, Jean-Claude Carrière, Die große Zukunft des Buches, München, (Hanser), 2010  
 Eric Kandel, Auf der Suche nach dem Gedächtnis, München, (Pantheon), 2007  
 Stefan Verra, Die Macht der Körpersprache, München, (Signum), 2011

## Nachbetrachtung Medien

Sind Sie zukunftsfähig?

Erstens: Wie Sie bei der Einleitung des letzten Kapitels sicher bemerkt haben, führt mangelnde Sprachpräzision zum Misserfolg. Pflegen Sie bitte aktiv die Sprachpräzision in Ihrem Unternehmen, denn wenn Sie nicht von Ihnen ausgeht, werden Sie diese nicht umsetzen können. Leben Sie sie vor und weisen Sie Ihre Mitarbeiter freundlich motivierend auf ihre Bedeutung hin. Weiter konnten Sie bei der Geschichte des Email-Kurses den Unterschied zwischen Information und Exformation (Kapitel 38) beobachten.

Zweitens: Mein im vorigen Kapitel erwähnter Kurs Medienkompetenz ist universell gültig für alle Medien der Vergangenheit, der Gegenwart und

der Zukunft. Diesen Anspruch sollte Ihre Geschäftsidee auch besitzen. Wenn Sie Medien im Angebot haben, werden Sie überleben, wenn Sie sich auf Zeitungen spezialisiert haben, wird es Ihre Firma in der Zukunft vielleicht nicht mehr geben, weil die Menschheit weggekommen sein wird vom Lesen auf bedrucktem Papier. Diejenigen, die Schrift in Steintafeln gehauen haben, gibt es heute auch nicht mehr. Ein kleiner Unterschied in der Denkweise entscheidet über Sieg und Untergang. Das gilt auch für Arbeitnehmer. Nur die gelernten Technischen Zeichner haben überlebt, die sich weg vom Zeichenbrett und hin zum Computer bewegt haben. Fast hätte ich „entwickelt“ statt „bewegt“ geschrieben. Das wäre unpräzise gewesen, weil es am Anfang kein Computerwissen im Menschen gab, welches er nun hätte *entwickeln* können.

## Zwischenstand

Weiter dranbleiben

Wie kommen Sie voran? Ist das Buch hilfreich für Sie? Wenn nein, warum nicht? Liegt es am Inhalt, oder haben Sie ein Umsetzungsproblem? Wissen und Verständnis ohne wirksame Umsetzung ist wie ein Auto mit 500 PS und einem Fahrwerk vom VW Käfer oder dem Citroen 2CV (der Ente). Wie kriegt man die PS auf die Straße? Die wichtigste Frage für den Erfolg Ihrer Persönlichkeitsentwicklung ist: „Was bringt mich weiter?“

Egal was Sie auch tun, Sie brauchen dafür Zeit. Planen Sie Zeit für diese Dinge ein, sonst wird sich nichts ändern. Gehören Sie zu denen, die dann immer sagen: Ja, das hatte ich, aber dann kam wieder etwas dazwischen. Das kann eine Frage der Prioritäten sein. Wenn es Ihnen wichtiger ist, das Auto zu putzen, oder mit Ihrer Nachbarin Kaffee zu trinken, werden Sie nicht voran kommen. Haben Sie schon bemerkt, dass Menschen sehr oft Entschuldigungen anführen, die begründen, warum etwas nicht geklappt hat oder sie etwas nicht umsetzen konnten, die aber in Wirklichkeit nur Ausreden sind, weil diese Menschen etwas nicht wirklich wollten. Ihr emotionales System war nicht bereit für die Veränderung, der Verstand liefert die Erklärung im Nachhinein. Das kann in Ordnung sein oder auch nur bequem. Stehen Sie bitte auf, gehen Sie zum Spiegel und sehen Sie

sich an. Gehören Sie auch dazu? Sprechen Sie laut zu Ihrem Spiegelbild: „Wer bin ich?“, „Was will ich?“, „Was bringt mich weiter?“.

Es geht nicht, weil Sie zu wenig Mittel haben, in der Regel Geld. Dieses Problem und seine Lösung sehen wir uns im nächsten Kapitel an. Ohne Geld geht es nicht, aber Sie brauchen viel weniger als Sie vermuten. Der Volksmund sagt: Not macht erfinderisch. Die besten Erfindungen sind stets in Krisen gemacht worden.

Gehen Sie nochmal zum Spiegel und sehen Sie sich an. „Ja, ich werde einen Weg finden!“

