

enthält es keine Darstellungen der verschiedenen medienethischen Ansätze, sondern springt stets sogleich in die Auseinandersetzung mit diesen. Nichtfachleute werden von dem Buch überfordert sein; Fachleute sollten sich jedoch daran abarbeiten.

Thomas Hausmanninger

### **Anschluss verpasst? Aufwendige Studie untersucht die Medienkompetenz Erwachsener**

Beim Stichwort „Medienkompetenz“ denkt man in der Regel an Kinder. Dabei zeigt sich gerade bei den so genannten neuen Medien, dass Kinder ihren Eltern oft genug überlegen sind; sie nutzen die Medien souverän, meistern die technischen Herausforderungen und wachsen mit dem Internet so selbstverständlich auf wie ihre Großeltern mit dem Radio. Und selbst wenn beispielsweise die Frauen mittlerweile stark aufgeholt haben, was die Internetnutzung angeht, so gibt es doch nach wie vor ein starkes alters- und bildungsbedingtes Gefälle. Wie groß aber ist es wirklich? Vergrößern Computer, Internet und die Digitalisierung des Fernsehens die Kluft zwischen Bildungsarmut und Bildungsreichtum? Haben Menschen jenseits der 30 überhaupt noch Lust, sich mit neuen Kommunikationsformen und -diensten auseinander zu setzen? Und was können Weiterbildungseinrichtungen tun, um diese Wissenskluft zu verkleinern?

Das Buch *Medienkompetenz im digitalen Zeitalter* dokumentiert eine aufwendige Untersuchung, die diesen Fragen nachgegangen ist. Tausende von umfangreichen Fragebögen wurden verschickt, um die Mediengewohnheiten der Menschen von Mitte 30 bis Mitte 70 zu untersuchen. Das Echo war imposant, und die Ergebnisse der Studie sind nicht minder eindrucksvoll. Sie haben bloß einen gravierenden Nachteil: Die Daten stammen aus dem Jahre 1998. Nur zum Vergleich, um zu verdeutlichen, was dieser Zeitraum im Informationszeitalter bedeutet:

Das Angebot im Internet hat sich seither um den Faktor 5.000 vergrößert.

Trotzdem sind die Schlussfolgerungen, die die Forscher der Universitäten Bielefeld und Dresden aus ihrem Material ziehen, aufschlussreich. Das gilt auch für die ausführliche Einführung ins Buch, in der betont wird, wie wichtig das „kulturelle Kapital“ (Pierre Bourdieu) für das soziale Überleben in der Medienwelt ist. Die Autoren beziehen sich dabei natürlich auf die viel zitierte Medienkompetenzdefinition des verstorbenen Dieter Baacke, dem das Buch gewidmet ist. Baacke hatte immer wieder gefordert, Medienkompetenz müsse als Teil der Allgemeinbildung verstanden werden – und zwar ein Leben lang, weil sich die technologische Kommunikation permanent verändere.

Nach Baacke setzt sich Medienkompetenz zu gleichen Teilen aus den Bereichen Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung zusammen. Diesen vier Dimensionen entsprechend haben die Forscher den Fragebogen gestaltet. Ein deutlicher Schwerpunkt lag dabei auf der Internetnutzung. Es zeigte sich, dass klassische Medien wie Tageszeitung (80%), Fernsehen (64%) und Radio (60%) die Freizeit in der zweiten Lebenshälfte eindeutig dominieren; keine andere Beschäftigung erhielt derart hohe Werte (Bücher lesen lag auf Rang sechs). Neue Medien hingegen rangieren unter „ferner liefen“: Der Computer wird in der Freizeit offenbar nur wenig genutzt, das Internet fast nie. Deutlich wurde auch, welche Faktoren den Zugang zum Informationszeitalter eindeutig erschweren: Wer im Berufsleben steht, nutzt den Computer drei-



**Klaus Peter Treumann/  
Dieter Baacke/Kirsten  
Haacke/Kai Uwe Hugger/  
Ralf Vollbrecht:**

*Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Wie die neuen Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern.* Opladen 2002: Leske + Budrich. 44,00 Euro, 483 Seiten.

mal so oft wie ein Arbeitsloser. Die stärksten Computernutzer sind (wenig überraschend) erwerbstätige Männer zwischen 30 und 49 Jahren, die über eine höhere Schulbildung verfügen. Kein Wunder: Sie haben ihre Medienkompetenz nicht nur für, sondern auch durch den Beruf erworben.

Interessanterweise hat die Wahl des Mediums kaum Einfluss auf die Vorlieben der Menschen ab 35. Ihr Interesse gilt quer durch alle Medien vor allem tagesaktuellen Informationen („Welt-nachrichten“ wurden von 89 % der Befragten genannt).

Erwachsene nutzen die Medien und dabei vor allem das Fernsehen in erster Linie als Informationsvermittler (wobei betont werden muss, dass dies eine Selbsteinschätzung ist). Tageszeitungen und Zeitschriften hingegen sollen vorrangig Informationen zu den Bereichen Wirtschaft und Finanzen bieten; hier werden außerdem Stellmärkte und Veranstaltungshinweise geschätzt. Gerade diese beiden Punkte werden auch bei der Internetnutzung genannt. Gemessen am Bielefelder Kompetenzmodell, Baackes vier Kompetenzkriterien, schneiden die Erwachsenen zumindest hinsichtlich der Medienkritik recht gut ab. Über 80 % informieren sich bei wichtigen Ereignissen aus mindestens zwei Quellen. Viele kritisieren die Berichterstattung gerade des Fernsehens, weil sie sie für unausgewogen und schlecht recherchiert halten. Jeder Vierte fühlt sich wegen unverständlicher Fachbegriffe des Öfteren überfordert und findet, die Bilder seien zu hektisch geschnitten. Das vermehrte Programmangebot aber stellt nur für eine kleine Minderheit ein Problem dar. Drei Viertel der Befragten hat-

ten keinerlei Interneterfahrung. Viele von ihnen gaben aber an, die Möglichkeit, gezielt nach Informationen zu suchen, durchaus reizvoll zu finden. An Selbstverwirklichung im Netz (indem man z. B. eigene Texte veröffentlicht) war zum Bedauern der Forscher praktisch keiner interessiert. Sie regen daher an, dass die Möglichkeit, in einem Medium gestalterisch tätig zu werden, bei der politischen Bildungsarbeit stärker berücksichtigt werden sollte. Das Desinteresse der Befragten wird als Beleg für mangelnde Kenntnisse des Internetpotentials gewertet; interessant finden gerade Ältere an neuen Medien offenbar nur das, was sie bereits aus den klassischen Medien kennen. Das gilt vor allem für Menschen mit höherer Bildung. Andere können sich durchaus vorstellen, Spiele oder Musik herunterzuladen und auch mal im Chatroom zu plaudern; eine „Subkultur des Vergnügens“, kommentieren die Forscher fast schon ironisch. Im Großen und Ganzen aber stellten sie eine pessimistische Grundhaltung gegenüber dem Internet fest; drei Viertel der Befragten sind z. B. überzeugt, dass sich Telearbeit negativ auf soziale Kontakte auswirken werde.

Nicht sonderlich aussagekräftig sind naheliegenderweise die Ergebnisse zum digitalen Fernsehen, denn das war vor vier Jahren kaum verbreitet. Immerhin waren über 20 % bereit, bis zu 30 Mark pro Monat zusätzlich für Topqualität bei Bild und Ton sowie Programme für spezielle Vorlieben auszugeben (je jünger, desto eher).

Die Auswertung der Ergebnisse führte schließlich zu verschiedenen Typologien, etwa dem Tüftler, der sich von Bedienungsproblemen nicht entmutigen lässt

und auf dem Sprung ins digitale Zeitalter ist; oder den Avantgardisten, den eine hohe Medien-nutzungskompetenz auszeichnet. Andere Typen wie der Desinteressierte oder die Zögerliche (hier wurden in der Tat vor allem die Frauen subsumiert) dürften den Anschluss bereits verpasst haben, was sich durch qualitative Interviews, die ein Jahr später geführt wurden, bestätigte. Einige der Befragten weigerten sich ganz offen, entsprechende Kompetenzen zu erwerben, weil sie keine Möglichkeit sahen, diese auch beruflich zu nutzen.

Die Autoren appellieren daher an die Bildungspolitik, die offensichtlichen Bildungsbarrieren („bin schon zu alt“) abzubauen und Szenarien zur Motivation zu entwickeln. Gerade die Typologisierung soll sich dafür als nützlich erweisen. So könnten beispielsweise Frauen nach der Erziehungsphase gezielt darauf aufmerksam gemacht werden, dass sich ihre Chancen auf einen Wiedereintritt in den Beruf durch Kompetenz auch im Internet erhöhen könnten. Zumindest dies wird ja auch längst getan, wenn wohl auch nicht in dem Maß, wie es wünschenswert wäre. Gerade die weniger Gebildeten wie auch die Älteren aber bleiben bei der Eroberung des Internets auf sich selbst gestellt; hier gibt es für die Bildungspolitik noch viel zu tun.

*Tilmann P. Gangloff*