

Frank Schubert

Erst, wenn es konkret wird, ist es wirklich schwierig

Den Begriff und die verkündigte Zielstellung der **Medienkompetenz** beim mündigen Staatsbürger führen in den europäischen Ländern tatsächlich viele im Munde, allen voran die wortreichen Kultus- und Unterrichtsminister, die einschlägigen Staatssekretäre, geblähte Stiftungsvorstände, propere Medienprälaten, wohlbestallte Sendeanstalten, clevere PR-Chefs, allerlei Schulämter und jede Menge engagierte Lehrer.

Gemessen an den sparsamen wirklich darauf folgenden Programmen, den wenigen klugen Materialien und konkret anreichernden Taten für dieses Ziel, ist bei manchen von ihnen der Schlachtruf das einzige; die eigentliche Schlacht ist nicht ihr Ding. (Beruhigenderweise gibt es auch die anderen.)

Wer es aber wirklich ernst meint mit der Medienkompetenz, der sollte eine unerlässliche Frage schon einmal gestellt, besser noch: schon durchdacht haben und gemäß den Erkenntnissen zur Tat schreiten: Wie zeigt sich Medienkompetenz? Wie erlernt man Medienkompetenz und an welchen Gegenständen? Wie kann Medienerziehung „am lebenden Rezipienten“ erfolgreich gestaltet werden, der ja eher empört seine Unterhaltung verteidigt, als dass er Unzulänglichkeiten an der irren Medienwelt auch nur annähernd „akzeptierend“ denken möchte?

Was sollte denn überhaupt im täglichen Medienkonsum so unbefriedigend sein, dass man eine exzellent ausgeformte Medienkompetenz dagegen setzen können sollte?

Sind headlines meiner Tageszeitung schon unbefriedigend? Ist der ganze darauf folgende Artikel ungenau und tendentiös? Hat die TV-news-Sequenz einen durch

nichts gerechtfertigten Redaktionstext? Ist die Grundidee eines Spieles (als Unterhaltung und Belehrung) zwar versteckt in den Spielregeln, aber im Prinzip sehr fragwürdig? Ist die neue Werbekampagne der Firma XYZ außer amüsant doch eher zynisch und menschenverachtend?

Obwohl das alles natürlich nicht genereller Trend ist (und es also befriedigende headlines wie gelungene Artikel oder Werbungen gibt), ist auf die fünf Fragen fünf mal mit „ja“ zu antworten.

Das sollte man denn doch (wenigstens exemplarisch) belegen! Das folgt hier, hübsch der Reihe nach.

Über Inhalte und Gegenstände

1. Die headline

(gefunden in: Die Weltwoche, Nr. 2 vom 12. Januar 2001). Da schreibt Thomas Schmid unter der Überschrift „Deutschlands oberster Sponti“ etwas Nettes, Verteidigendes über den arg in die Kritik geratenen deutschen Außenminister Dr. Joseph Fischer.

Die Verwendung des Szenebegriffs „Sponti“ ist das – unter unserer Sicht – Bemerkenswerte daran. Klingt das nicht neckisch, wie eine freundliche Frotzelei unter Kumpels? Das suggeriert doch von reichlich Toleranz garnierte, mild-verzeihende Behandlung der „Causa Fischer“. Schon die Titelgebung ist also tendentiös. Mir schiene zur Einschätzung des gnadenlosen Anpasslers (oder besser: Umfallers) Fischer ein nüchternerer, dennoch offener Titel viel angemessener wie z.B. „Stürzt der grüne Überflieger über frühe Rüpeleien?“. (Übrigens ist auch schon die Verwendung von „Joschka“ permanente Anbiederei; Deutschland täte angesichts seiner Geschichte gut daran, nichts annähernd Militantes zu hätscheln; soll's schon wieder leise ins Volk diffundieren dürfen? Keiner nennt den österreichischen Chef „Schüsselchen“ oder den schweizerischen den „helvetischen Leu“ – abgeleitet von Moritz Leuenberger!)

2. Der Artikel

(gefunden im Kurier/Wien vom 23. Januar 2001 – Abb. 1). Da wird

Abb. 1: Ideologie-Spiel mit den Toten. Livia Klingl. 2/3 des Beitrages.

KURIER
Dienstag, 23. Jänner 2001

Dass sich serbische Politiker dankbar an die als Faktum verbrämte Fabel der BZ anhängen, versteht sich von selbst. „Die finnischen Gerichtsmediziner konnten nichts gegen uns finden“, jubilierte Serbiens Präsident Milutinovic – der unter anderem wegen abgefangener Telefonate in der Causa Racak vom UN-Tribunal in Den Haag angeklagt ist (ebenso wie Slobodan Milosevic und sein Funktionär Sainovic).

Wolfgang Petritsch, Hoher Repräsentant in Bosnien, 1999 Österreichs Botschafter in Belgrad und EU-Beauftragter für den Kosovo, der Milosevic einst die Visa für die finnischen Forensiker abrang, hält diese Form der

Auseinandersetzung mit Gewalt und Krieg schlicht für falsch. „Es gibt vieles, was tatsächlich kritisierenswert ist und einer Analyse zu unterziehen wäre. Racak eignet sich am wenigsten, um die Problematik einer Militärintervention zu demonstrieren.“

Petritsch stellt im KURIER-Interview die Behauptungen im Ideologie-Spiel richtig: „Die Untersucher kamen zu dem Schluss, es handelte sich um eine Massentötung aus nächster Nähe, unter anderem von Alten und Kindern. Der Bericht wurde der EU präsentiert. Er liegt jetzt in Den Haag und ist Teil der Anklage gegen die jugoslawische und serbische Führung.“ Deshalb werde er auch geheim gehalten. Veröffentlicht wird (im Februar) nur jener Teil, der die Autopsie betrifft.

Nach der neuesten Polemik um die Vorgänge in Racak habe er, Petritsch, mit Forensiker-Chefin Helena Ranta telefoniert. „Sie bestätigte, dass die Ereignisse in diametralem Gegensatz zu dem stehen, was Medien veröffentlichten.“ Das Wort Massaker fehlt tatsächlich in dieser executive summary. Petritsch: „Weil es kein wissenschaftlicher Begriff ist.“ Das heiße aber nicht, „dass die Experten, nach ihrer persönlichen Meinung befragt, nicht feststellten, es habe sich sehr wohl um ein Massaker im landläufigen Sinn gehandelt“.

Abgesehen von diesem Teil des Propaganda-Krieges führte Racak nicht in den Krieg, sondern an den Verhandlungstisch in Rambouillet. Erst nach dem Scheitern der einmonatigen Konferenz machte die NATO mobil.

es schon beträchtlich diffiziler, die Haken und Ösen zu ermitteln, die Medienkompetenz auf den Plan rufe.

In ihm ist das Zusammenspiel von Titelgebung, Foto, Faksimile und Textkörper das komplizierte. Dennoch kann eine Analyse offen legen, dass man dem Publikum offenkundig eine ganz bestimmte Sichtweise der Geschehnisse aufdrängen will, sich dennoch aber nicht sicher ist in der Deutung der (ausgewählten) Fakten und einen Rückzugsweg offen halten will, „falls es morgen anders kommt“.

Was tut man in einer solchen misslichen Lage als Redakteur? Man arbeitet möglichst schwammig, lenkt ab und verliert sich in allerlei Dinge, die alle nicht zu Ende gedacht werden.

Die Textanalyse jedenfalls zeigt **nur ein** verdachtsstützendes **Element** auf (aus nächster Nähe), aber viele Indizien für „es kann auch ganz anders gewesen sein“: serbisches Verschulden ist unbewiesen, Wolfgang Petrisch lehnt einfach ab (*warum wohl?*), Racak eignet sich nicht zur Diskussion der Problematik einer Militärintervention (*wieso nicht?*), der forensische Bericht, der die Tötung aus nächster Nähe beinhalten soll, ist unter Verschluss, geheim, weil er Anklagematerial in Den Haag ist (*also kann keiner das kontrollieren!*), Massaker steht allerdings nicht drin, kann man erfahren, es ist kein wissenschaftlicher Bericht (*als käme es bei solchen Ungeheuerlichkeiten auf linguistische Raffinesse an!*).

Merke:

Unzulänglichkeiten in Medien lauern überall. Medien sind immer nur Rohware. Aus ihnen sich ein Weltbild zu erarbeiten, erfordert den aktiven Rezipienten, statt des vertrauensseligen, mitgerissenen Medienkonsumenten.

3. Die TV-Sequenz

Am 9. Juli 1999 brachte die „heute“ Sendung (ARD, ntv und andere mit ein- und demselben Bild-

material so ähnlich, nur anders geschnitten) einen Bericht, der unter einem Standbild den Titel hatte „Massengräber entdeckt“.

Gezeigt wurden im Wesentlichen vier Eindrücke, die hier in movieprints wiedergegeben sind (Abb. 2 bis 6). Den Text des Nachrichtensprechers „auf“ diese Bilder habe ich direkt den Bildern zugeordnet. (Vielleicht sollte der Leser erst den Text verdecken und nur die Bilder studieren. Wie viele Leichen sind zu sehen? Wie viele Grabhügel kann man annehmen? Wie viele Opfer könnten hier begraben sein? Welcher Nationalität? Wer ist wessen Opfer?)

Es wird jedem schnell klar, dass hier ein klassischer Fall der Text-Bild-Schere vorliegt. Der Text ist nur mit vorauseilender Fantasie durch die Filmsequenzen wirklich gedeckt. Aber man war wegen der Massengräber in den Krieg gezogen und wollte sie wenigstens nachreichen. Es herrschte Bringnot. Doch die macht die Wahrheit tot. Das Bild wird vollkommen ungehemmt überinterpretiert, verbal aufgeladen.

Abb. 2 bis 6



Neue Massengräber entdeckt. Möglicherweise ist es das größte, das bislang in der Provinz entdeckt wurde.



... sind hier bis zu 350 tote Albaner verscharrt. Sie waren nach Aussagen von Überlebenden ...



... des Haager Kriegsverbrechertribunals sollen jetzt die Ermittlungen aufnehmen.



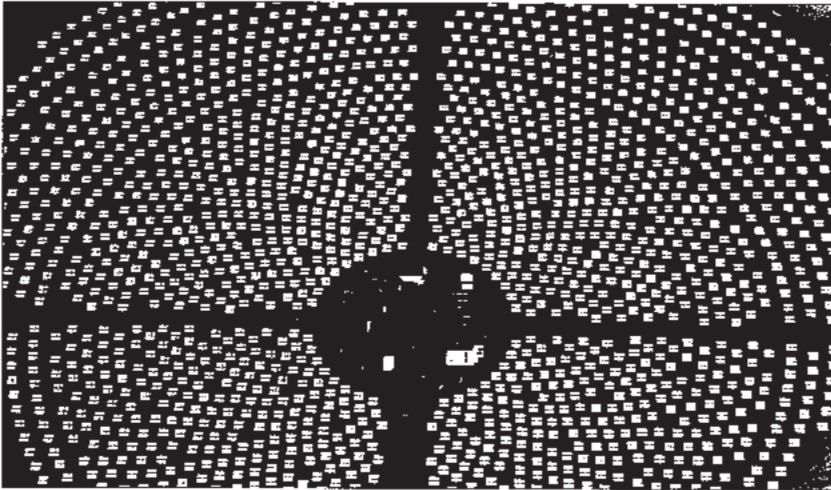
Die Fundstelle befindet sich im italienischen Sektor, nahe dem Ort Ljubenic. Nach Vermutungen der Kfor ...



... von serbischer Spezialpolizei und Paramilitärs getötet worden. Spezialisten ...

4. Das Pressefoto

kann ebenfalls ein Objekt sein, das dank vorhandener Medienkompetenz in seiner Aussageabsicht (des Redakteurs) (vom kritischen Rezipienten) beschnitten werden muss. Da veröffentlichte am 19./20. September 1998 die renommierte Neue Zürcher Zeitung – eingebunden in einen Artikel, der den Sinn der Solarenergie reflektierte und vor allem auf den horrenden Flächenverbrauch der Kollektoren bzw. aktiven Solarflächen aufmerksam machen wollte – das Foto wie in Abb. 7. Solarfläche an Solarfläche. Alles ist bedeckt. Kein Platz mehr (soll heißen: willst du Getreide und



Die intensive Nutzung der Sonnenenergie beansprucht grosse Bodenflächen und beeinflusst das Landschaftsbild tiefgreifend. (Bild Georg Gersner)

**Was kann und soll die Energiewende bedeuten?
Energiesparen statt einer zweifelhaften Förderung erneuerbarer Energien**

Von Hans Christoph Blumenthal

Mit dem Ziel einer nachhaltigen Entwicklung wird in der Energiepolitik häufig die Förderung erneuerbarer Energien – der Sonnen- und Windenergie sowie nachwachsender Ressourcen – das Wort geredet. Der vorliegende Beitrag stellt sich gegen dieses Besorren, da damit zuerst der knappen Ressource Boden verbraucht wurde. Viel wichtiger sei eine Strategie, welche sich ganz auf das Energiesparen stützt. Schon durch eine geringe jährliche Verminderung des Energieverbrauchs würden die nicht erneuerbaren Ressourcen über Jahrhunderte ausreichen (Rd.).

Sonnig will die ganze Erdoberfläche in beständigen tageszeitlichen und jahreszeitlichen Rhythmen ebeudieren. So kann sich überall Leben entfalten. Die Intensität der Sonneneinstrahlung wird durch den Wetterwechsel immer wieder verändert. Dadurch kommt der Wasser- und Windkreislauf zustande. Die Sonneneinstrahlung ist deshalb durch

Abb. 7

Wein oder wirklich nur Energieanbau?).

Aber der Leser wird getäuscht – ob kühl kalkuliert oder wie nebenbei bis vollkommen unbeachtet, ist gleichgültig – auf die zu vermutende Wirkung im Kontext kommt es an! Dabei sind die erforderlichen Flächen alle kostenlos zu haben, sie sind längst da: die Dächer der Häuser in aller Welt, wo auch immer man Sonnenenergie anbauen will!

5. Selbst ein einziger Satz

(bzw. der besonders markante Teil eines Satzes) kann ein ausgiebiges Betätigungsfeld für praktizierende Medienkompetenz sein. Wir verwenden – zurzeit kommt man um die BSE-Krise gar nicht drumherum – folgende (sinngemäße) Aussage: Es gibt keinen sicheren BSE-Test. Im Kontext kann man sich dann selbst aussuchen, welche der beiden logisch folgenden, offenen Aussagen gemeint sein könnte: a) Der BSE-Test fiel positiv aus, die Kuh muss deshalb nicht zwingend BSE-krank sein. Oder b) Die Kuh ist definitiv BSE-erkrankt, der Test schlägt aber nicht an.

Das regt natürlich zu Fragen an: Warum schlachtet man die Kuh, wenn es nicht sicher ist? Wird denn der Test auch auf Wurst, Milch, Käse, Konserven, Medikamente und Kosmetik angewandt? (Die Produkte können ja schließlich weit vor dem europaweiten Aufschrecken Ende 2000 hergestellt worden sein und von nicht geprüften Tieren, also auch von infizierten stammen.)

Wenn der Test so schwankend beweiskräftig ist, wird dann die Herdentötung nur zur Beruhigung der Bevölkerung betrieben, da ja die innerherdliche Infektion auch nicht bewiesen ist?

Aber vor allem: Wie fand man denn heraus, dass der Test nicht fasste, obwohl die Kuh – na, Sie wissen schon! Da hat wohl jemand einen Test für den Test (oder zumindest endlich den waserdichten, pardon prionenfesten Mega-Test)?

Oder noch so ein Fall, der von den europäischen Medien mit dickem Schwall in die Lande geblasene Slogan der neuen deutschen Verbraucherschutzministerin Renate Künast (Grüne): Klasse statt Masse.

Als stimmiges, angstsenkendes Argument wurde es allgemein wohlwollend vereinnahmt vom Publikum. Aber im Namen des Publikums ist die Masse nie angestrebt worden, sondern im Namen des Profits. Ich will auch kein schnellgemästetes Tier, ich kann warten, bis es 8 Wochen später schlachtreif ist. Zwischendrin ist garantiert die Fleischtheke nicht leer!

Die sloganprägende Fleisch-Front-Frau vergaß auch zu sagen, dass die Masse subventioniert, also planmäßig, staatlich gefördert herbeigeführt wird.

Und vor allem verschweigt sie uns, dass deutsche Bauern erhebliche Rindermengen für den Export produzieren. (Bayern baut auch jetzt seinen BSE-Verdachtsberg, der durch die EU-Abbauquote und deutsche Abkaufsverweigerung im Einzelhandel entstand, durch Exporte z.B. nach Russland ab.)

Frau Künast sollte also eigentlich sagen: Bauern produziert weniger Tiere mit Naturkost langsamer schlachtreif!

Der Fall liegt übrigens ähnlich wie bei der leidigen deutschen AKW-Diskussion, wo ein absolut explosives Argument in der öffentlichen Debatte gänzlich fehlt oder zumindest „verarmt“ auftritt. Fast ein jeder ist ja gewillt, anzuerkennen „ich will Licht, ich will Wärme, ich brauche Strom. Also lasst um Gottes willen die AKW's am Netz!“ Aber das ist verlogen. Die Bundesrepublik Deutschland hat etwa 20 bis 30% Stromüberproduktion. Diese wird exportiert. Der Anteil der AKW's am Stromaufkommen ist ironischerweise 20 bis 30%. Wir könnten sie abschalten, alle wie sie sind, ohne dass uns etwas fehlen würde. Doch das artikuliert keiner.

Was lehrt uns das?
Lerne, nach Argumenten zu fragen!
Mach dich auf die Suche nach Argumenten!

6. Der lexikalische Eintrag

Bleiben wir bei unseren kritischen Betrachtungen noch auf dem europäischen BSE (und Medien) Schlachthof. Im Magazin FORMAT (Wien) Nr. 4 vom 20. Januar 2001 findet sich auf S. 126 ein dem Publikum an die Hand gegebenes BSE-Lexikon (Ausschnitt in Abb. 8). Die letzten Stichworte sind hier zitiert. Sie enthalten eine Fülle von Fragwürdigkeiten, obwohl die Machart „Lexikon“ natürlich verlässliches Wissen, streng geordnet und in logischer Struktur suggeriert. Aber entdeckt es der Leser? Der geübte schon.



Abb. 8

Tests: Wie nur bei toten Rindern? (Vollkommen unglaubwürdig. Wie wurden denn die ersten Fälle der 3. Welle im Jahr 2000 entdeckt?) Warum nur not- und krankgeschlachtete? Was ist mit üblichen Schlachtungen? Warum nur älter als 30 Monate? 30% Trefferquote ist mies! Ist das der klassische Test? Wenn „nein“, was ist es für einer?

Andere Nutztiere: Wieso gelten Schafe als gefährdet (und Schweine nicht?) Des Futters wegen? Der biologischen Veranlagung wegen? Ist Scrapie doch die BSE-Parallele? Haben sie es also schon (seit Jahrhunderten) und sind nicht nur mit „gefährdet“ zu kennzeichnen? Was soll das einschränkende „allerdings“ bezüglich der

Versicherung, das Scrapie-Fleisch kommt nicht in den Handel? Wird es Tiermehl? Könnte schon die Berührung mit solchen Tieren uns infizieren? Handelt es sich dabei auch um Prionen?

Und zum Schluss (in diesem Lexikonteil) noch ein Knaller, unsere lieben Heimtiger betreffend, was vielleicht den einen oder anderen beeindruckt, was aber keiner nachkontrollieren kann! Oder?

Wir merken schon: Die uns sicher noch geraume Weile erhalten bleibende BSE-Problematik ist ein geradezu klassisches und obendrein üppiges Betätigungsfeld für aktive Medienkompetenz. Denken wir nur an die hinterlistige Formulierung „unvermeidliche Verunreinigung mit Tiermehl im Kraftfutter“. Oder an immer dieselbe Kuh, die auf den Hinterbeinen vor der Verladerrampe zusammenbricht, wenn man uns denn schon eine Videosequenz für eigenen Augenschein gönnen will.

Frage die Fragen zu Ende!
Bleib nicht zaghaft im
Ansatz stecken!

7. Der Katalog

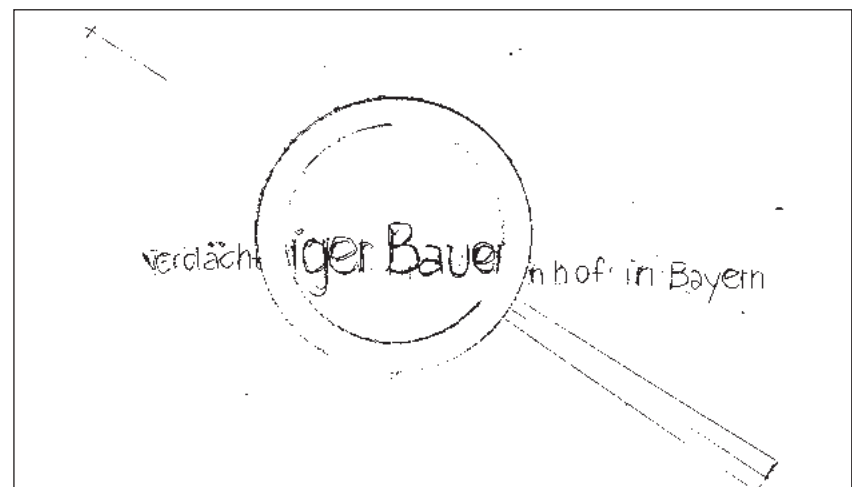
Manchmal ist im Sinne medienkritischen Beäugens das wachsame Misstrauen an Geschehnissen und Objekten angebracht, die man im Traum nicht dazu gezählt hätte.

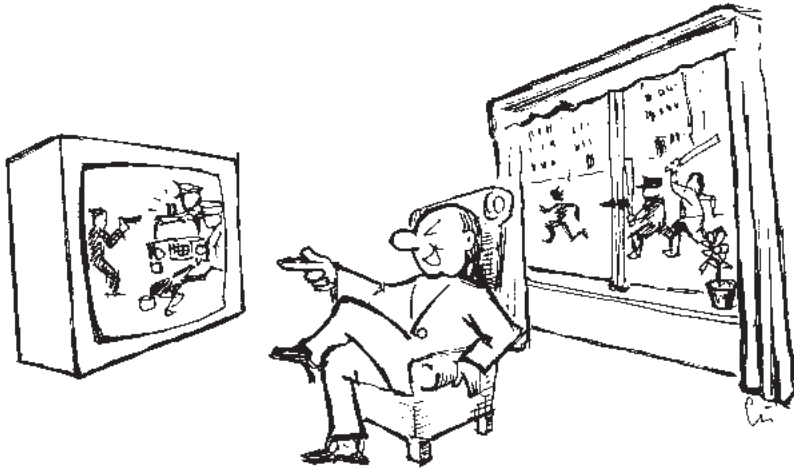
So ist z. B. in Katalogen von europäischen Filmfestivals oft eine erzählende Inhaltsskizze, wo man sich nach eigener Ansicht des betreffenden Titels einfach fragen muss: Hat der Beschreibende vielleicht einen anderen Film gesehen? Oder den immerhin nicht zu Ende? Hat er ihn überhaupt nicht der Ehre für wert gehalten und nur von irgendwelchen papers (der Produzenten, Verleiher, Kreativen) abgeschrieben?

8. Teletext

Arte brachte am 7. Februar 2001 abends unter dem Titel „Franz Schubert: Der Tod und das Mädchen“ eine Dokumentation zu einer Zeit, da die meisten leider nur reinzappen; da blieb man tatsächlich hängen, denn sie boten mir ein spannendes Wechselnden-Dirigenten-Spiel. Vier junge, offenbar instrumentenkundige, enthusiastische Streicher spielen Schuberts ergreifend cantables Quartett. Aber jeder, der das wechselnde Dirigit innehat, erläutert ihnen andere Betonungen und Tempi, jeder erzeugt andere Sichtweisen auf die Noten. Und man bekommt sie tatsächlich auch zu hören. Unwillkürlich fragt man sich: Wo führt das hin? Welche Sichtweise werden die vier jungen Leute favorisieren und endlich aufführen? Warum setzen sich drei von vier Auffassungen nicht durch? Vertragen die Stabmeister die Konkurrenzsituation? Und anderes mehr.

Kritisch unter die Lupe nehmen





Man sollte immer die Ambivalenz der Medien im Auge haben: pure Unterhaltung? strikte Anstiftung?

Also sagt man sich, neugierig geworden – das Beste, was Medienmacher erzeugen können: Medienverbund kann mich erlösen; sollten wir nicht den Teletext aufrufen?

Aber die Enttäuschung ist groß. Da wird nur mitgeteilt, dass das Alban-Berg-Quartett sein 30-jähriges Bühnenjubiläum feiert und aus diesem Anlass das Quartett, von ihnen dargeboten, zu sehen und zu hören sein wird. (Was dann auch wirklich noch passiert.) Jedoch das von einer noch nicht gesehenen Experimentierlaune der Doku-Macher ausgehende Interesse des Publikums wird einfach nicht bedient, wird negiert. War das dem Teletextverfasser nicht wichtig? (*Fehleinschätzung!*) Hat er nur eine Pressemitteilung gehabt und sich die besondere Zugangsweise partout nicht denken können (*Fehlleistung!*)?

9. Bedrohliche Prozente

Unter diesem Stichwort möchte ich aufmerksam machen auf eine Neigung der Medien zur Übertreibung eines Fakts. Nun, wir wissen: Das Publikum mag es derb, dramatisch, höchstbedrohlich. Aber erkennen wir, wo das der Fall ist oder wo nicht? Und vor allem können wir das Hochgerechnete wieder normalisieren?

Da wird aus einem Rapport zitiert, dass in europäischen Arztpraxen eine Krankheitslage nur zu 30% erkannt (und der Patient dann auch behandelt) wird (Abb. 9). Ja, gut und schön. Aber woher wissen die Mahner von den 70%, die unerkannt herumlaufen? Unerkannt ist unerkannt! Oder haben sie Tausende nachuntersucht? Wann (im Krankheitsverlauf und welcher weitaus besseren Diagnostik) entdeckten sie die leidende, krankheitsgezeichnete Mehrheit?



Neues aus der Depressionsforschung

Depression wird als Krankheit immer noch unterschätzt. Dabei kann sie jeden treffen, vor allem Frauen, aber auch Kinder und Jugendliche. Aber nur 30 Prozent aller Erkrankten werden derzeit richtig diagnostiziert. - Neue Forschungsergebnisse zeigen, warum Menschen depressiv werden und welche Therapiemöglichkeiten es gibt.

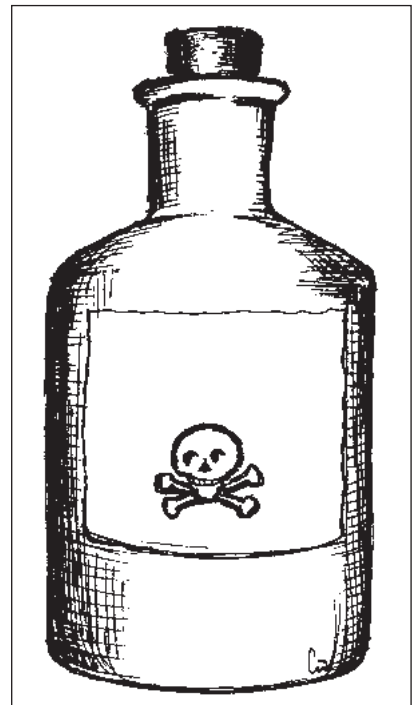
Abb. 9: Die Weltwoche (Zürich) 15.02.01

Merke:

Medien in ihrem Auftritt und Wirkungsspuren zu hinterfragen, ist keine böse Hämie und keine Gefährdung der Demokratie; im Gegenteil: Eine gut funktionierende Demokratie braucht den medienkompetenten Bürger mit seinem souverän-kritischen Verhalten – je mehr von ihnen, umso besser.

10. Werbung

Auch dieses vielfach durchaus vergnügliche Feld verdient eine gute Portion medienkritischer Begleitung. Beispielsweise die dreiste Masche mancher Agenturen(mitarbeiter), Lachen und Grinsen grundsätzlich als Schadenfreude, also auf Kosten anderer, meist Schwacher herzustellen: Ein Wiener Beispiel und eines aus Zürich mögen das veranschaulichen (Abb. 10, 11).



„Vor Gebrauch schütteln!“

11. Unterhaltungsangebote

Auch dazu ein Wort. Sie ist ohne Zweifel essentiell für jeden von uns und eine der wichtigsten Leistungen der Medien. Der medien-



Abb. 10: Der Standard 16.06.00



Abb. 11

kritische Bürger wird aber dennoch die derzeitige weltweite Endemolisierung (mit Big Brother, Robinson, Taxi Orange, love house, naked news in Toronto u.ä.) mit gewissen Bedenken oder Vermeidungsstrategien begegnen. Es gilt vielleicht auch abzuwarten, ob die Tendenz zur Darstellung des „O.N. = Otto Normalverbraucher und seines Alltags“ anhält oder die Tendenz zur „leisen Rückkehr der Pornografie in die öffentlichen Kanäle“ obsiegt.

12. Medientrommeln

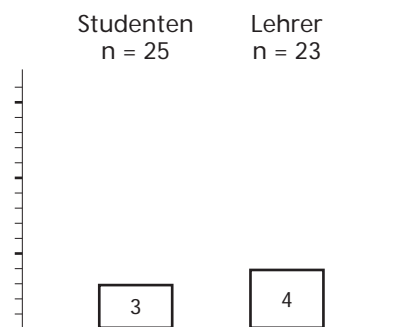
In unsere hellwache Aufmerksamkeit sollten wir auch bewusst einbeziehen, was Medien über Medien so alles verbreiten. Trommeln sie nicht, um uns mitzunehmen im Sog von Multimedia, Internet, Hyperlink, chatroom und CD-ROM? Ja, sie tun es. Medienkompetente Menschen aber bleiben dabei ganz gelassen, setzen ihre paar Groschen nicht unbedingt in den new market, beäugen

sehr genau, ob sich denn die viel gepriesenen Segnungen für die Menschheit an und für sich und für den Einzelnen insbesondere auch wirklich einstellen wollen.

Meine Beobachtung hatte ich kürzlich auf CD-ROM's konzentriert, die mit dem Anspruch auf den Markt kommen, den Wissbegierigen endlich schlüssig und spitzenmäßig über Darwin, die alten Ägypter, Mozart, Einstein oder die USA zu instruieren; die deutschsprachigen Titel dieser Art Silberscheiben werden ja inzwischen auf 10.000 bis 30.000 geschätzt.

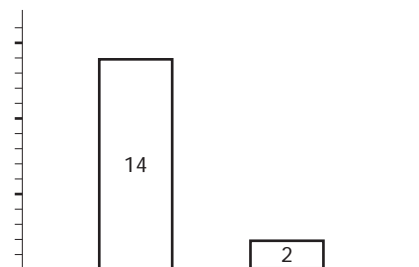
Ich habe Lehrer (in der Fortbildung) und Studenten (im 1. Semester, Studiengang Europäische Medienwissenschaften) nach der gewöhnlichen Akzeptanz und der Ingebrauchnahme der CD-ROM's gefragt. Die banalen drei Fragen rufen lediglich unterschiedliche Zeiträume auf. Das Ergebnis zeigt die Abb. 12. Der geringe Wert für Frage 1 wie auch Frage 2 spricht

Fragen zu CD-ROMs, die dem Lernen dienen



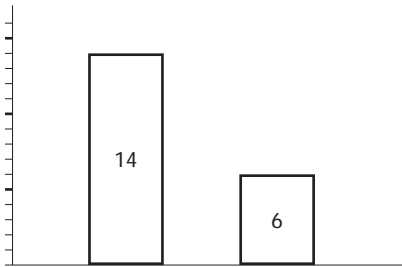
Haben Sie vorgestern/gestern/heute eine solche benutzt?

Abb. 12.1



Werden Sie demnächst eine CD-ROM heranziehen?

Abb. 12.2



Haben die CD-ROMs in Ihren Augen eine Zukunft?

Abb. 12.3

eigentlich für sich. Interessant, vielleicht sogar verwirrend ist auch die Diskrepanz von diesen zum Wert für die Frage 3. Wir lassen das hier einfach einmal unkommentiert stehen, obwohl man den Widerspruch als einen scheinbaren natürlich aufklären könnte, wenn man an die pluralistic-ignorance-Effekte denkt, die z.B. immer Umfragen des Allensbacher-Institutes von Elisabeth Nolle-Neumann erbrachten.

Was tun medienkompetente Bürger?

- begegnen
- bemerkn, entdecken
- denken fragen
- Aussagen annehmen/zurückweisen
- zurückmelden

Über Methoden zur Erlangung der Medienkompetenz

Sollte nach der Darstellung von immerhin 12 Beispielen für den Leser der Nachweis kritischer Aspekte in den täglichen Medienangeboten nachvollziehbar und einsichtig erscheinen, macht sich natürlich, vielleicht sogar drängend die Frage breit: Wie soll man das lernen (was ja immerhin impliziert, dass die wenigsten unserer Mitbürger das schon beherrschen)?

Eigentlich könnte man es sich einfach machen und antworten: So wie man andere Dinge auch lernt. Das meint, es braucht eine Person, die es schon kann. Die darüber hinaus die Gabe besitzt, es anderen weitergeben zu können. (Wir wissen nur allzu gut, dass es ein Glücksfall ist, wenn beide Bedingungen gleichermaßen einer Person eigen sind.)

Der dermaßen Ausgestattete (Lehrer, Eltern, Freizeitpädagoge, Medienmitarbeiter selbst) wird dann das entsprechende Beispiel zur lebhaften Unterweisung, Analyse und nachfolgenden Kritik auszuwählen wissen. So weit jedenfalls trägt die blanke Parallelisierung zu üblichen Lernvorgängen.

Aber Erlernen von Medienkompetenz hat schon auch Besonderheiten:

1. Man **sollte** so weit als möglich **aktuell** arbeiten; was außerhalb meiner Lebensspanne liegt und nicht wirklich weltgeschichtlich relevant war, lockt nicht so richtig die medienkritischen Spürnasen hinter dem Ofen hervor.
2. Am besten ist **lokale, regionale und nationale Bezogenheit**; was ein Busfahrer in Canberra gestern tat, interessiert nur bei wirklich spektakulären Umständen.

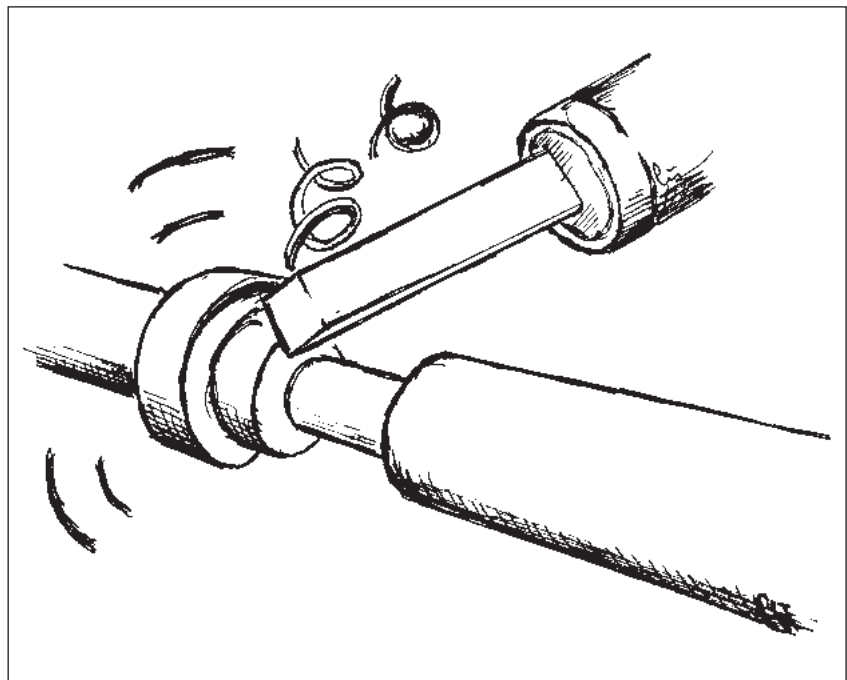
3. Schon die **erste kritische Sentenz** möchte ohne große Verrenkungen **überzeugend** sein, dann widmen sich die „Lernenden“ gern all den weiteren, zu entdeckenden Unstimmigkeiten – andernfalls verweigern sie sich „auf offener Strecke“.

4. Wirklich verinnerlicht werden medienkritische Positionen immer erst, wenn es zur selben Kategorie/Erscheinungsgruppe **viele** und vor allem (thematisch, gestalterisch, Medienart und Medienformate betreffend) hinreichend **variable Beispiele** waren.

5. Wegen der fundamentalen Tatsache, dass Medienwirkungen immer intersubjektive Differenzen aufweisen, sollte man bei der Erörterung von Medieneffekten auf Grund von spezieller Mediengestaltung mit einer Zustimmungstendenz zufrieden sein und nicht die Totalität als gültig erstreben wollen.

6. Wegen der nie im einzelnen einschätzbaren Faktoren, die zur Entstehung des untersuchten und zu Lehrzwecken herangezogenen Medienproduktes führten, sollte der verdienten kritischen Würdigung auch eine gewisse **Offenheit im Urteil** immer noch mit innewohnen; denn man weiß nicht: War der Verfasser inhaltlich über-

Wie schön Worte gedrechselt werden



fordert? War die Produktionszeit zu kurz? Hat der Redaktionsleiter hineingewirkt, hat die Endproduktion verfälschend beeinflusst? Ist die Quelle (Interviewpartner, Agentur, Pressesprecher, ...) des Übels Ursache? Haben sich Kundige verweigert? War das Thema einfach nur „dran“, aber nichts Rechtes vorhanden?

7. Letztlich muss auch übrig bleiben, dass **Mediengebrauch** eigentlich **Lust** bedeutet, weil menschliche Grundbedürfnisse befriedigt werden und wir ja nur (spielerisch – das soll das allerbeste Lernen überhaupt sein) prüfen, ob uns einer beim Bedürfnis packt, aber uns seine (bösen) Absichten in die Botschaft mit hinein gepackt hat!

Das alles berücksichtigend, braucht es immer noch konkrete Situationen, handgreifliche Objekte und handhabbare Unterweisungsmaterialien. Das können quasi-experimentelle Aufgaben sein (siehe Medienimpulse Nr. 28 vom Juni 1999: Medienwirkungen, Beispiel 2 – portrait d'homme), rein protokollarische Verfahren mit einem Arbeitsblatt (Jeder sieht anders ...) oder Analyseverfahren, zu denen mündlich oder schriftlich Hilfestellung gewährt wird (Der Computer, dein Freund und Helfer). Es kann die pure Anregung zu einer Fantasie-Geschichte sein (Stell dir vor, es hätte die Medien ...) oder die Fallstudie wie im Arbeitsblatt 4 (Schmerzhaftes Erinnerung ...).

Die Inhalte, die Arbeitsformen, ihre Gestaltung und Ergebnisfassung können unendlich variieren.

Die hier aufgeführten vier Beispiele sollten für sich genommen glaubwürdig und akzeptabel jeweils das Folgende unterstreichen:

Arbeitsblatt 1:

Medienrezeption führt immer zu (mehr oder weniger auffälligen) intersubjektiven Differenzen.

Arbeitsblatt 2:

Der Computer kann mehr und mehr zur Zentralmaschine in Haus und Büro werden.



Aus dem Transparent „1938 Gründe gegen Haider“, das Demonstranten in die Höhe halten, wird in der FPÖ-Propaganda „1998 Gründe für Haider“.

Fälschung als Mittel der Politik

Wien - Die Fälschung von Fakten, historischen Tatsachen und Bildern ist seit jeher ein beliebtes politisches Mittel von Parteien mit anrüchiger Vergangenheit. Die FPÖ scheint die Fälschung mittlerweile in ihr ständiges Repertoire aufgenommen zu haben. So wurde beim Neujahrstreffen in eine Jubelbroschüre für das „einfache Parteimitglied“ Jörg Haider,

die im Stil der legendären Ceausescu-Broschüren gehalten ist, auch die Bildfälschung aus dem Jahr 1999 aufgenommen.

Damals gab es bei der Abschlusswahlveranstaltung der FPÖ in Wien viele Demonstranten, die gegen Haider auftraten. Unter anderem hielten sie ein Transparent in die Höhe, auf dem in Anspielung auf die Ge-

sellschaft zu lesen stand „1938 Gründen gegen Haider“. Die FPÖ-Propagandemaschinerie fälschte das Transparent und machte daraus „1998 Gründe für Haider“, um zu suggerieren, dass eine Unmenge von Anhängern Haider beim Wahlkampfabschluss zugejubelt hätten. Die FPÖ muss die Menschen nicht nur in Wien für sehr dumm halten. (ina)

Abb. 13: Der Standard, 22. Januar 2001

Arbeitsblatt 3:

Medien bieten immer nur (manchmal: gefährlicher Weise) Wirklichkeitsausschnitte – denk dir deinen Teil dazu (wenn es erforderlich wird)!

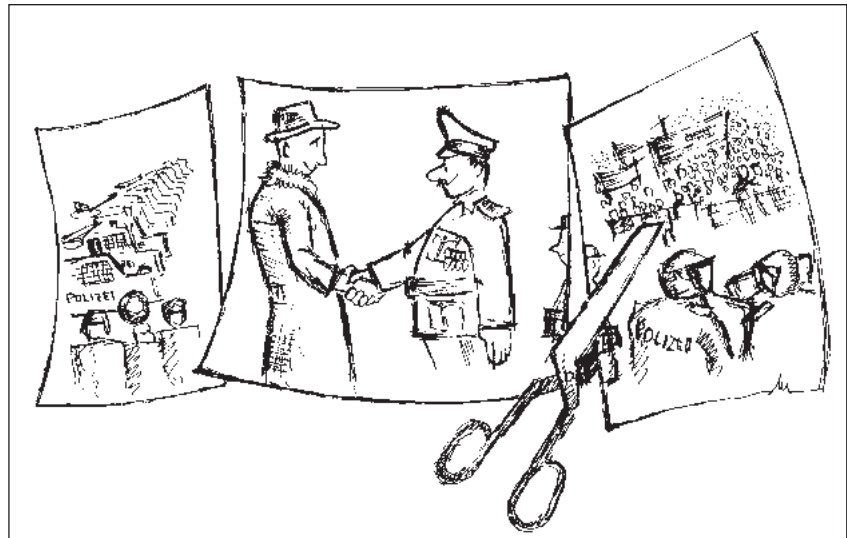
Arbeitsblatt 4:

Die Transformation heutiger Medienzustände auf historische Epochen könnte auf amüsante

Weise bewusst werden lassen, welche dominante Rolle sie heute in unserer Zeit (doch tatsächlich) spielen.

Zur Ehre der Medien soll aber auch erwähnt werden, dass gelegentlich sie selbst sehr wirkungsvolle und überzeugende Beiträge zur Herausbildung von wachsenden und leistungssicheren Medienspürnasen leisten, wie z.B.

Wie ist beschnitten worden?



der Ausschnitt (aus dem Standard vom 22. Januar 2001) belegt (Abb. 13).

Wenn wir hier nunmehr ausführlich dargelegt haben, dass es unendlich viele Anlässe gibt, den allgegenwärtigen und allmächtigen Medienofferten mit ebenbürtiger Rezipientenimmunität, genannt Medienkompetenz, zu begegnen und wir außerdem die Lernwege und Lernmittel dazu gewürdigt haben, sollte eine letzte Einlassung eine Zusammenfassung sein: **Was kennzeichnet also den medienkompetenten Bürger?**

Da ist erstens sein **distanziertes** (A) Verhältnis zu den Medien; nicht hin und weg, nicht vertrauensselig involviert. Immer das Bewusstsein wach halten, es ist keine unmittelbare Erfahrung, es ist second-hand-Erfahrung. Und die wird für mich angerichtet.

Also wird zweitens der Mediengebrauch **selbstbestimmt** (B) vorzunehmen sein. Welcher Zeitung vertraue ich, welchem Sender nicht oder gar nur welcher Rubrik, welchem Genre? Das impliziert Auswahl. Demnach brauchen wir Quellenpluralismus und Beurteilung von Quellenqualität.

Medienkompetente Bürger haben folgerichtig das Merkmal, **nicht autoritätsgläubig** (C) zu sein. Nur weil's ein Professor, Experte, Ministerialdirigent festgestellt hat, muss es noch lange nicht so sein wie behauptet. Warum sollten wir ihnen so ohne weiteres trauen? Kennen wir denn ganz aktuell nicht genügend Personen, deren Aussagen wie Seifenblasen platzten, als man ihre Konten in Vaduz, Spezis im Amt oder Verstrickungen in Panzerdeals zu Tage förderte?

So recht Urteilsfähigkeit beim Beurteilen der Medienaussagen hat man natürlich nur, wenn man ein Minimum an **Medienkunde** (D) (= Wie wird das gemacht?)

Medienkompetenz hat man, wenn ...

... der Vorstandssprecher der Fluggesellschaft I.A. sagt, seinem Unternehmen gehe es gut – und man denkt: vielleicht stürzen schon morgen seine Aktien ins Bodenlose (nicht autoritätsgläubig)

... alle Werbung trommelt, du sollst die Ü.E. abonnieren, die ist unabhängig und überparteiisch – und man entscheidet sich doch für R.U., denn die ist tatsächlich dichter dran an den Problemen der Zeit (selbstbestimmt)

... alle sehen Lichterketten und Kerzchenhalten als die trefflichste Antwort auf zunehmende rechtsradikale Exzesse – und man weiß, das ist es nicht, das kann sogar ins Lächerliche abgleiten (distanziert)

– von der Gen-Front die Nachricht kommt, dass es bisher bei dem Versuch, leuchtende Algen zu erzeugen, man leider nur bis zum inaktiven eingebauten Gen gekommen ist – und man fragt verdutzt: Ja, wer hat denn so etwas verlangt, sollen denn die Algen neuerdings nachts den Touristen und Tierliebhabern heimleuchten; was soll das? (mitdenken – fragen)

... der Pressesprecher des Ministeriums vor die lauernde Medienmeute tritt und seine gedrechselten, kargen drei Sätze ablässt – und man traut ihm wenig, weil man weiß, diese Sätze sind im zähen Ringen und unter Nutzung aller verbalen Vakanzen als Seelenfutter für das Volk dem Altherrenngremium auf der obersten Etage abgerungen worden (medienkundig)

hat. Das rät zur Toleranz im einen Fall und lässt die Tricks erkennen im anderen.

Das läuft geradewegs darauf zu, dem Medienkompetenten zu bescheinigen, dass er **mitdenkt** (E), statt nur brav hinzunehmen. Dass er **Fragen stellt** (F) an die Objekte und Prozesse in ihrer medialen Aufbereitung, statt es unreflektiert so hinzunehmen, wie es aussieht und wie es sich anhört. Eigentlich ist damit das gesunde Misstrauen gemeint, dass sie alle verdienen, die Medien. Sie sind noch immer (und schon immer) eine recht teuer herzustellende Ware, deren Produktionskosten oft ein Privater vorschießt. Dem ist nicht an der Verbreitung aller möglichen Nachrichten gelegen, sondern an bestimmten, zumindest in einer bestimmten Struktur bzw. Schwerpunktsetzung.

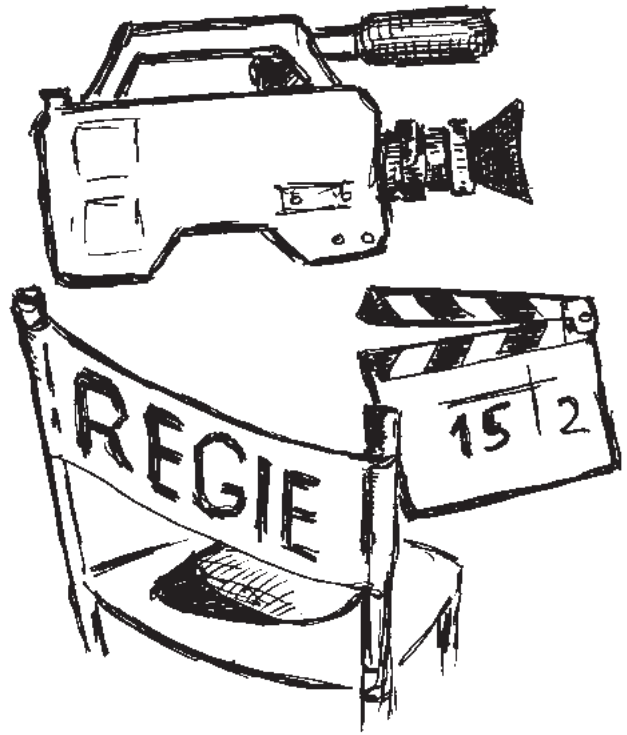
Also muss derjenige, der **mündiger Bürger** einer Demokratie sein will, seine Gegenwehr aktivieren: Das ist seine scharfgeschliffene unbestechliche Medienkompetenz.

Ich habe versucht, die Merkmale des medienkompetenten Bürgers auch visuell zu fassen (siehe Abb. 14); zur vertiefenden Betrachtung sei sie empfohlen.

Dr. Paed. Frank Schubert arbeitet seit 1989 als Medienpädagoge an der Universität Potsdam/Brandenburg. Er studierte von 1956 bis 1961 Biologie, Chemie und Pädagogik an der Universität Jena, wo er auch 1969 zur mediendidaktischen Fragestellung „Bildnerisches Gestalten von biologischen Begriffen“ promovierte.



(A) *distanziert - Quellenpluralismus*



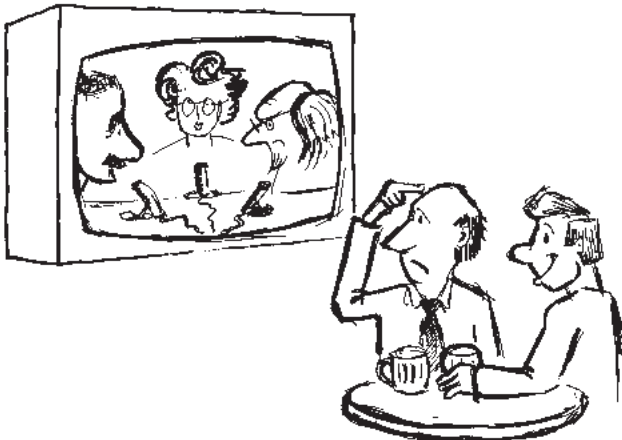
(D) *medienkundlich informiert*



(B) *selbstbestimmt*



(E) *gesundes Misstrauen*



(C) *antiautoritär*



(F) *hinterfragend*

Jeder sieht anders, hört anders, liest anders!

Vereinbare mit deinem Freund, am abend jeweils zu Hause eine ganz bestimmte, miteinander vereinbarte Fernsehsendung anzusehen.

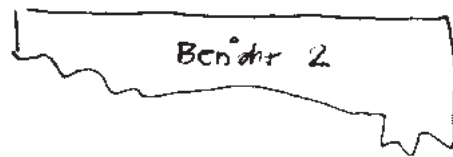
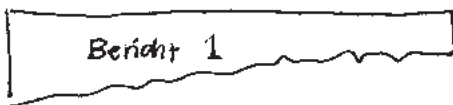
Titel: Genre:

Danach sollte jeder 5 bis 10 Sätze über den Inhalt notieren und jeweils noch drei extra darüber, was ihn besonders beeindruckt hat – positiv wie negativ.

Klebe beide Berichte hier ein!

Es kann schließlich (im Sinne einer Kinoempfehlung) eine Wertung ausgesprochen werden:

- schade um die Zeit
- geht so
- nicht verpassen!



Dann übergibt euch am nächsten Tag gegenseitig diese Notizen – wie beim Austausch diplomatischer Noten – und vergleicht, was in den zwei „Zuschauerprotokollen“ steht.

Ziemlich sicher sind sie nicht identisch. Es sind erhebliche Unterschiede in der Inhaltsangabe wie in der Wertung „besonders beeindruckend“ zu erwarten.

In welchen Punkten weichen die Papiere ab?

In welchen stimmen sie überein?

Warum gibt es überhaupt solche Differenzen, obwohl es sich eindeutig um ein und dasselbe Medienprodukt handelte?

.....

Es muss ja offenbar resümiert werden: Es war nicht dasselbe Medienerlebnis, nicht dieselbe Medienwirkung auf die beiden jugendlichen Rezipienten.

Wenn du eine Erklärung versuchen willst, dann stelle ich hier einige Stichworte zur Verfügung, die Bereiche der Erklärung abstecken könnten: Interessen, Neigungen, Hobbys, Aufmerksamkeit, frühere Medienerfahrungen (Film, Fernsehen, Bücher, elektronische Quellen) ...

Ich habe so geurteilt (wie oben abgeheftet und als Unterschied/Übereinstimmung gekennzeichnet, weil

.....

Mein Freund/Vergleichspartner hat so geurteilt, weil er vermutlich

.....

Fazit: Obwohl es ein- und dasselbe Medienprodukt war, auf das die Verabredung zielte, erlebte es jeder auf seine Weise.

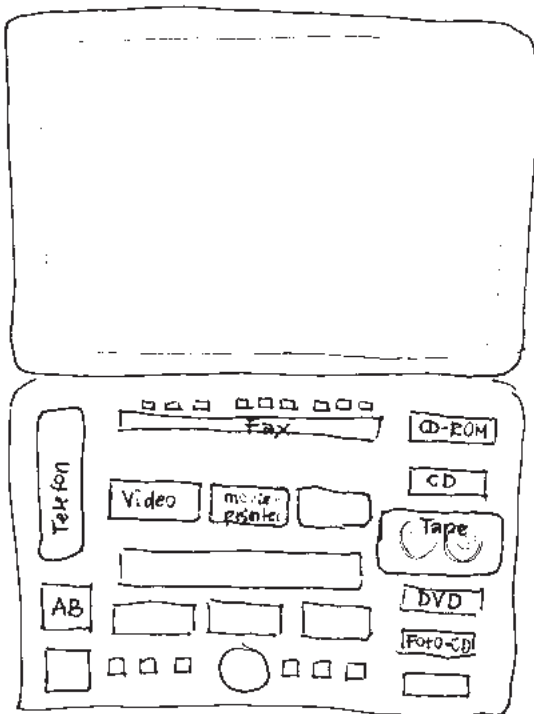
Unsere persönlichen Besonderheiten bestimmen die subjektive Aufnahme und Bewertung.

Kino (Fernsehen) findet im Kopf statt; in jedem einzelnen Kopf auf einzelne Weise.

Der Computer, dein Freund und Helfer - in allen Lebenslagen

Jeder von euch hat schon diverse Erfahrungen beim Nutzen des PC. Die ganze Entwicklung ist ja so vielfältig, dass man sie kaum noch überschauen kann.

Eine Tendenz hat man aber bisher insgesamt zu wenig herausgestellt, obwohl sie sicher rasch von jedem akzeptiert werden kann: Alle sich irgendwo in unserem privaten wie beruflichen Leben und in der Freizeit vollziehenden Handlungen, die etwas mit sich stetig wiederholenden Abläufen zu tun haben, die man in ihren Folgedetails genau erkannt hat, kann man folgerichtig in eine 0-1-Programmfolge wandeln. Somit brauchen sie eigentlich auch kein eigenes, externes Gerät, sondern können alle in den PC integriert werden.



Ich habe hier das Zentralgerät der Zukunft, den PC groß und deutlich ins Bild gesetzt und schon einige der Flächen mit Bezeichnungen für Gerätefunktionen beschriftet, die durchaus auch dem PC übertragen werden könnten. Aber es sind noch viele Flächen frei.

Also sieh dich um bei dir zu Hause, in der Schule, im Club, im Kaufhaus, in der Werkhalle usw. und trage in die leeren Felder ein!

Allein für das Zuhause kann ich noch ein paar Anregungen geben:

Da wäre das ziemlich bedeutsame Gerät namens Kühlschrank. Die meisten Produkte in ihm tragen den Strichcode. Ich denke, da könnte über PC und speziell das Internet für uns noch viel Erleichterung drin sein.

Auch der Geschirrspüler könnte intelligenter werden, wenn er steuerungsmäßig im PC platziert wird. Hat der nicht gelegentlich einen Defekt? Gibt es dazu nicht Reparaturfibeln? Muss man die selber lesen? Muss der Meisterbetrieb erst angeklingelt werden?

Und eine Bildtelefonkonferenz mit dem besten Freund/der besten Freundin um die Ecke wäre doch

auch etwas Tolles. Passt das auch in die „Zentralmaschine“? (Handys können ja schon fotografieren.)

Die Kaffeemaschine schon von fern anwerfen lassen? Den Backofen steuern lassen? Mikrowellenherd? Wasser, Strom, Klimaanlage? Sonnenstores?

Haben wir schon den idealen Anrufbeantworter? Der ist doch stumm, wenn wir zur Tür hereintreten. Wem gebe ich ein: Pizza soll um 19.00 Uhr fertig sein?

Haben wir nicht schon umdrehen müssen, weil wir nicht wussten, ob wir das Bügeleisen ausgeschaltet hatten?

Machen wir nicht immer den selben Griff, wenn wir ausgiebig geduscht haben?

Wenn der PC uns schon ein Kochrezept empfiehlt und wir es annehmen, warum kann er dann nicht gleich ... Kann man von der Waschmaschine (über den PC überwacht) nicht erwarten, dass sie meinen Geldbeutel schont, indem sie ... Auch von meiner Heizung kann ich solche Kosten sparende Zuverlässigkeit erwarten ...

Schmerzhaftes Erinnerung an eine alte „Medienweisheit“

Man hält es doch kaum für glaubhaft: Auch die Medien haben schon Weisheiten angesammelt. Doch es ist so.

Eine der wichtigsten ist die, dass Medien eigentlich immer nur Ausschnitte bringen können (hochtönend genannt: Weltbildausschnitt; na ja, vielleicht erlaubt; wir machen uns ja tatsächlich unentwegt ein Bild von unserer Welt (am Heimatort ja doch vor allem).

Die Medien können ja gar nicht anders. Keine Kamera kreist ständig im Kreise, nur damit ihr rechts und links nichts entgeht.

Kein Reporter fragt ständig alle Leute alles, sondern konzentriert sich auf ein Thema und die Personen, die er dafür ausgesucht hat.

Und dann hat natürlich jede Sendung ein Zeitlimit, sodass nicht unendlich und erschöpfend zu irgendetwas geseht, bebildert und geschwätzt werden kann.

Das trifft auch auf jeden Zeitungsartikel zu. Er hat seinen Raum und damit seine Begrenzung. (Dass es auch noch freiwillige Begrenzungen zur Freude des Chefs und unfreiwillige durch intellektuelle oder auch nur zeitliche Enge gibt, wollen wir wenigstens mit angedeutet haben – ein weites Feld, aber nicht unseres hier direkt.)

Hier ist Folgendes angesprochen.

Nehmen wir einen Reisekatalog (wie hier skizzenmäßig dargestellt).



Er zeigt uns unser Quartier für den 2-wöchigen Urlaub mitten im sonnigen Spanien. Familienfreundliches 3-Sterne-Hotel in aufstrebendem Ort mit Bad, Dusche, WC, TV und Meeresnähe. Nichts wie buchen. Sieht gut aus, liest sich gut.

Aber: Es ist nur ein Ausschnitt. Diesmal vielleicht sehr geschickt und geschäftsfördernd ausgewählt, möglicherweise nicht auf Dauer kundenbindend.

Denn links neben dem Hotel wird gerade ein weiteres Hotel neu errichtet. Da ist Baulärm, Dreck und Gerümpel. Eventuell rund um die Uhr, auch die ganze Nacht hindurch. Aufstrebender Ort stimmt also genau.

Rechts von dem schicken 3-Sterne-Quartier ist eine Discothek. Die ist freilich früh ruhig. Aber nachts dreht sie auf. Hätte man uns diesen Musikschuppen mit abgebildet, könnten wir selbst lesen: geöffnet bis 4 Uhr.

Lassen wir dahingestellt, ob der Fernseher nur spanische Programme bringt und die Hygieneeinrichtungen alle zusammen in einem Räumchen liegen usw. Familienfreundlich heißt aber auch, im Haus ist es ordentlich laut.

Fragen wir noch: Was bedeutet Meeresnähe? Das können wir auch nicht richtig ermessen. Es hat schon Urlauber gegeben, die dann 5 bis 10 km brauchten, um das Meer ganz nah um sich herum zu haben, um auch wirklich endlich eintauchen zu können.

Es wäre reizvoll, wenn du diese Weisheit annimmst und nun die Weltbildausschnitte in anderen Szenarien erkennst.

Was waren es für welche?

Halte sie hier fest!

Stell dir vor, es hätte die Medien schon immer gegeben!

Also sagen wir: Auf den Schiffen des Genuesen Christopher Columbus war ein TV-Team und eine Kameracrew mitgefahren.

Was hätten sie gefilmt? Was hätten sie fotografiert?

Was hätten sie dem spanischen König zum Sommerfest auf seiner Residenz stolz und sichtbaren Dank erhoffend vorgezeigt?

Hätten sie bei bestimmten Szenen Skrupel gehabt, diese festzuhalten?

Hätten sie Senior Hernandez Cortez gegenüber etwas Kritisches geäußert? Oder eher antreibenden Beifall?

Kann man sich ausmalen, dass sie die Arrangements der Kolonisationsfeldzüge (zwecks guter Bilder und Töne) mit ausgetüftelt, bestimmte Konstellationen regelrecht erbeten hätten?

Kannst du sie dir als Angsthasen, Verweigerer der Aufnahmarbeiten, Geiseln vorstellen? Hätten ihre Dokumentationen Europa erschüttert?

Würden ihre Bilder und Töne die Grausamkeit der Konquistadoren beendet, vermindert haben? Was hätte die katholische Kirche dazu gesagt?

Würde die UNO (oder auch ganz andere internationale und nationale Institutionen) diese „denkbaren Medien“ als authentische Zeugnisse anerkennen?

Käme die UNESCO auf die Idee, ein Medienpaket für Schulen in aller Welt zu schnüren?

Auf alle die Fragen interessiert: Wenn ja – warum? Wenn nein – warum?

Ist die Idee nur verrückt? Oder: Gibt es vielmehr wohl Medien (freilich keine Filme und Fotos), die von damals Zeugnis ablegen, aber sie erreichen uns kaum? Sie wurden vernichtet? Selektiv gestaltet? Werden nicht zur Kenntnis genommen?

Tauschen wir Südamerika gegen: Herodot hält Geschichte fest, William Harvey entdeckt den Blutkreislauf, den 7-jährigen Krieg, das Sklaven„machen“ im Afrika des 18. Jahrhunderts, den Sezessionskrieg in den USA, das adventure „Robinson Crusoe“ (das Handy klingelt und die Story ist im Eimer!), die Hexenverbrennungen im Mittelalter, den Armenier-Exodus im 20. Jahrhundert, Klaus Störtebecker, Robin Hood, Caramouche ...

Lassen wir alle heute existierenden Medien als Geräte und Materialien zum Aufnehmen von Informationen zu.

Was hätten die Medienleute Brisantes aus diesen Szenen zu berichten?

Wie hätte das Publikum reagiert?

Wären Kräfte zu erwarten gewesen, die uns den Gag „die Medien waren dabei!“ durch Verbot oder Zensur kräftig verdorben hätten?

siehe Beispiel S. 58

Europäische Medienwissenschaft

1. Semester

Seminar: Was ist und wozu studiert man Medienwissenschaft?

Dozent: Dr. Schubert

Autor: Marie Sabine Kachel

Thema: Translation historischer Entdeckungen ins gegenwärtige mediale Zeitalter

Christoph Columbus

Der auf der Grundlage der Green-card seit kurzem in Deutschland arbeitende italienische Geologe und Globetrotter Christoph Kolumbus verblüfft zum zweiten Mal große Teile der Weltbevölkerung. Wie schon vor zwei Jahren verbreiten seit einer Stunde alle namhaften internationalen Presseagenturen die Entdeckung eines bisher unbekanntes Festlandes westlich von Europa. Vor sechs Wochen genau war Kolumbus mit einem eigens konzipierten Forschungsschiff der Firma FTB aufgebrochen, um erneut den Beweis anzutreten, dass unsere Erde aus wesentlich mehr Land besteht als bisher angenommen und erschlossen wurde. Hören Sie zunächst einen Kommentar von Klaus Müller:

In der Chefetage von FTB knallen die Sektkorken. Es mutet an wie ein simples Glücksspiel: Man setzt auf einen unbekanntes, neurotisch veranlagten exzentrischen jungen Wissenschaftler der Stadt Genua, holt ihn für ein jährliches Millionen-Gehalt in seine Firma nach Deutschland, lässt sich von allen Seiten hinsichtlich dieses Coups belächeln und verspotten und landet nun zum zweiten Mal den großen Wurf. Die Firma FTB, die noch vor zwei Jahren vor dem Bankrott stand, hat endgültig ausgesorgt und wird sich nach dem heutigen Tag in kürzester Zeit zu einem der mächtigsten Konzerne der Welt entwickeln. Alle Rechte

dieser sensationellen Entdeckung liegen bei ihr, wie und durch wen das unbekanntes neue Land vermarktet wird, kann allein diese bisher mittelständige Firma entscheiden. Weltkonzerne wie General Motors, Siemens und IBM, aber auch McDonalds und Condor werden sich bereits die Kliniken in die Hand geben und um Aufträge buhlen. In Kollegenkreisen werden aber auch die ersten Wetten abgeschlossen, wie lange Kolumbus seriösen und unseriösen Angeboten der Konkurrenz standhalten wird. Und damit zurück zu den Nachrichten.

Die ersten Bilder von der sensationellen Entdeckung dieses unbekanntes Landes und ihren Ureinwohnern sehen Sie in unserem ARD-spezial um 21.00 Uhr. Wir hoffen auch, Ihnen dann ein erstes Interview mit Christoph Kolumbus zeigen zu können, der die Exklusivrechte vor seiner Abreise leider einem Boulevard-Magazin verkauft hat. Unsere Verhandlungen laufen z.Z. auf Hochtouren.

Zum Schluss noch ein Hinweis: Mehrere Internet-Betreiber befürchten auf Grund des sprunghaften Anstiegs der User in den nächsten Stunden den Zusammenbruch des Netzes. Die Adressen www.columbus.de und www.FTB.de sind hoffnungslos überlastet.