

Frank Tischer

Kommunikation im digitalen Zeitalter¹

Vorab: Eine Kurzgeschichte

Schrilles Schreien von PDA, Mobiltelefon und Funkwecker gleichzeitig zerreißt zur vorab festgelegten Stunde X die Stille. Ich wache auf vor dem aktiven Flachbildschirm. Es ist wohl spät geworden. Die Multimedia-Einheit hat gerade die vierte von fünfzehn gespeicherten DVDs abgespielt. Kommunikationszentraleinheit greifen. Knopfdruck. Standby-Modus. Algorithmus abarbeiten. Aufstehen. Die morgendliche Toilette steht an. Frühstück? Keine Zeit! Die Arbeitskraft wird unermüdlich und pünktlich erwartet! Zeit ist Geld. Die Treppen runter, Tür ffnen, eiskalte Luft schlägt mir entgegen. Der Weg zum Auto. Die Straße rauf. Chipkarte entriegelt Tür und Wegfahrsperre. Einsteigen. Warnsignal zum Anschnallen ignorieren. Freundliche Begrüßung einer Damenstimme: „Warnung: Eisglätte zu erwarten. Außentemperatur: -7 °C“. Ziel: eine Großstadt in NRW. GPS und die freundliche Stimme aus dem Navigationsgerät leiten mich innerhalb von 40 Minuten an mein Ziel.

Eingangsbereich, ehemals wohl Empfangsbereich mit Pförtner. Kälte. Kein Mensch. Nur ein Schaltpult. Edelstahl, gebürstet, denke ich. Ein fingerschmeichelnder Knopf lädt zum Verweilen ein: „Press“. Eine mir bekannt erscheinende Stimme meldet sich aus digitalem Surround. Das ist doch dieselbe Stimme, die mich eben noch an diesen Ort dirigierte! Ich scheine mich zu täuschen, denn die Dame bittet mich, mein Begehren vorzutragen. Ich trage vor. Millisekunden später bekomme ich Instruktionen, welchen Weg ich hinter dem sich öffnenden Glasportal zu meinem Gesprächspartner zu nehmen habe. „Sie werden erwartet“, so die freundliche, aber leicht vorwurfsvoll klingende Stimme. Ist es doch dieselbe Stimme, die mir schon zuvor den Weg wies? Ein Signalton und ein schneller Blick auf mein PDA erinnern mich an die Randdaten dieses Treffens. Auf dem Weg durch den palastartigen Bau aus Edelstahl und Marmor quält mich der Gedanke, ob ich Herr der mir bevorstehenden Unterhaltung sein werde. Es geht um Geld, um viel Geld. Ich trotte weiter, mir bewusst werdend, daß die Leuchtdioden an der Wand nicht zum Vergnügen Photonen in die mich umgebende Atmosphäre werfen,

sondern mich bis gerade meines Weges leiteten. Mir fällt auf, daß ich mich ohne Hintergedanken auf diesen Wegweiser verlasse und die mir gegebene Wegbeschreibung schon völlig aus meinem Kurzzeitgedächtnis gestrichen habe. Ich bin wohl ein Augenmensch. Reduktion der Informationen? Jetzt erst fällt mir auf, daß ich in dem Aufzug, der sich von Geisterhand öffnete, gar kein Ziel angegeben hatte. Als der Fahrkorb sich vor mir öffnete, bin ich einfach eingestiegen und fuhr los. In welcher Etage ich mich wohl befinde? Die Dioden taten alles, mir meines Weges sicher zu sein.

Sowie ich mir über die Unbewusstheit meines Aufenthaltsortes bewusst werde, blinken die lichtemittierenden Dioden mehrfach. Dann ist es dunkel. Das leise Hintergrundurren, dessen ich mir auch erst jetzt bewußt werde, ist verstummt. Die Klimaanlage. Alles ist irgendwie verstummt. Ein Blick durch die eben noch mittels polarisierter Flüssigkristalle abgedunkelten Fenster zeigt mir den Mondaufgang am Horizont. Eine sehr romantisch wirkende Szene, diese Simulation, denke ich. Das ist gar keine holografische 3d-Projektion, sondern der reelle Mondaufgang am Morgenhimmel. Was ist passiert? Draußen ist – abgesehen vom Mond – kein Licht zu sehen. Doch. Dort, etwas links vom Mond, erkenne ich ein größeres Gebäude, das von innen gelblich illuminiert ist. Ich erinnere mich daran, das Gebäude in der Vorbeifahrt als Universitätsklinik identifiziert zu haben. Stromausfall. Das ist die Lösung. Daher die Stille. Mein PDA durchbricht die Stille durch dumpfes Bellen in meiner Jacke. Meldung: Akku nahezu entladen. Und ich wollte ihn gestern Abend noch ans Netz stecken! Bin wohl darüber eingeschlafen, habe die automatische Warnung überhört. Was nun? Letzter Anruf bei dem mich erwartenden Gesprächspartner. SOS? Panik? Rufaufbau! Freizeichen! Mailbox! Ich sage nichts. Trennen. Oder ... Besser doch eine Nachricht hinterlassen! Erneuter Rufaufbau. Meldung: Akku leer. Gerät schaltet sich aus. Und nun? Zurück zum Aufzug. Meldung: Notbetrieb, bitte warten. Wo ist eigentlich das Treppenhaus? Verlasse dich nie auf einen anderen, sonst bist du verlassen, brüllt es in meinem Kopf, um die mich umge-

bende Stille zu brechen. Ich fühle mich, als häufe irgendjemand Scherben vor mir auf. Ich warte. Und warte und warte ... Schnitt.

Das digitale Zeitalter

Die Medien haben weite Teile des Berufs- und Privatlebens erobert. Es beginnt morgens bei dem Blick in die Zeitung, mit gespitztem Radio-Ohr und/oder laufendem TV – vorausgesetzt, man bedient sich nicht bereits eines anderen, moderneren Informationskanals, um die thematischen Highlights des Tages per Online-Dienst o. Ä., abzurufen.² Es endet indessen abends vor dem heimischen TV- oder Videogerät, sei es nun zur Unterhaltung oder zur Information. Die Stunden zwischen Erwachen und Einschlafen sind in vielerlei Hinsicht von elektronischen Bildinformationen gefüllt und geprägt. Die elektronischen und mittlerweile zum Großteil digitalen Medien durchdringen sich in ihrer Funktionalität und beeinflussen permanent unser Alltagsleben.

Zur Entfaltung kreativer Kräfte durch digitale Techniken sind uns heute kaum noch Grenzen gesetzt. Heute ist die apparative Ausstattung für beinahe jeden erschwinglich und Programmierkenntnisse, die den kreativen Fluß hemmen könnten und dem Endwerk einen iterativen Charakter aufzwingen³, benötigt der Endverbraucher in der Regel gar nicht mehr.

Was in Science-Fiction-Filmen noch vor wenigen Jahren als utopisch angesehen wurde, ist längst Realität: „Fernseher, digitaler Videorekorder, HiFi-Anlage mit Tonarchiv und [...] ganz normaler PC“⁴ sind seit der IFA 2003 in der Lage, eine komplexe Einheit zu bilden, denn der heimische PC bietet in der Regel ausreichend Leistung, „um gleichzeitig einen gespeicherten Videofilm auf dem TV-Gerät abzuspielen, das aktuelle Fernsehprogramm aufzuzeichnen und [gleichzeitig] Musik aus dem Internet herunterzuladen.“⁵ Der thematische Schwerpunkt der IFA 2003 – die „Verschmelzung verschiedener Technologien und Branchen durch digitale Technik“⁶ – zeigt den allgemeinen Trend an, begleitet durch technische Innovationen wie etwa eine Kombination aus Mobiltelefon-Headset und mp3-Player, der die Musikwiedergabe unterbricht, wenn ein Anruf eingeht. Das Gerät zeigt dann „auf einem Display statt des aktuellen Liedtitels die Nummer des Anrufers an. Per Knopfdruck lässt sich entscheiden, ob der Anruf angenommen werden oder Madonna doch lieber weiterträllern soll.“⁷

Die PCs treiben als „zentrale Plattform der Digitaltechnik die Ablösung analoger Geräte“⁸ mit mächtigen Schüben voran und machen die (digitalen) Medien omnipräsent. Es drängt sich die Frage auf, ob und welche kurz- und langfristigen Auswirkungen durch eine derartige Medienpräsenz zu erwarten sind. Es könnte nun eine Debatte entfacht werden, ob diese Präsenz positiv oder negativ einzustufen ist oder ob sie sich jeglicher Bewertung entzieht. So wird diese Frage jedoch nur an sich exponiert. Der interessierte Leser dieses Artikels soll sich stattdessen dazu animiert fühlen, sich ein selbstständiges Urteil zu bilden.

Im Folgenden möchte ich aus diesem Zweck verschiedene Facetten des Medien- bzw. Online-Zeitalters kaleidoskopisch aufblitzen lassen.

Medienverfügbarkeit – Internationaler Vergleich

Entgegen vieler anders lautenden Pressemitteilungen und entgegen der Erwartungen, die durch verschiedene Bildungsstudien suggeriert werden, rangiert Deutschland im internationalen Vergleich der Medienverfügbarkeiten auf hervorragenden Positionen. Eine Sachanalyse kann dies schnell verdeutlichen. Ich beziehe mich bei dem internationalen Vergleich auf Daten, die dem World Fact Book 2003⁹ (veröffentlicht von der US-amerikanischen CIA) entnommen sind. Ergänzend zu den absoluten Zahlen, die hier aufgelistet werden, sind die relativen Verfügbarkeiten genannt. Diese ergeben sich aus dem Quotienten von Gesamtpopulation des jeweiligen Staates und der Gesamtverfügbarkeit (vgl. Tabelle 1).

Es ist ersichtlich, daß Deutschland sowohl in den absoluten als auch in den relativen Zahlen¹¹ hoch positioniert ist.

Allerdings besitzen alle drei Länder eine relative Online-Nutzungsquote (68 %, 63 % bzw. 59 %), die über derjenigen der Top 5 des CIA World Fact Books 2003 liegen.

Es drängt sich der Gedanke auf, die USA-Regierung veröffentliche lediglich solche Zahlen, die dem eigenen Staat eine gute Platzierung sichern. Eine solche Diskussion soll jedoch nicht Inhalt dieses Aufsatzes sein, sondern lediglich zeigen, daß für unkommentierte Zahlen eine nähere Analyse notwendig und hilfreich ist.

Im Weiteren möchte ich mich auf die Analyse des Kommunikationskanals Internet auf nationaler Ebene beschränken.

Weltweites Ranking	Festnetztelefone	Mobiltelefone	Internetbenutzer
1	USA: 194 Millionen (= 67 % der Gesamtbevölkerung)	USA: 69,2 Millionen (= 24 % der Gesamtbevölkerung)	USA: 165,8 Millionen (= 57 % der Gesamtbevölkerung)
2	China: 135 Millionen (= 10 % der Gesamtbevölkerung)	China: 65 Millionen (= 5 % der Gesamtbevölkerung)	Japan: 56 Millionen (= 44 % der Gesamtbevölkerung)
3	Japan: 60,4 Millionen (= 47 % der Gesamtbevölkerung)	Japan: 63,9 Millionen (= 50 % der Gesamtbevölkerung)	China: 45,8 Millionen (= 4 % der Gesamtbevölkerung)
4	Deutschland: 50,9 Millionen (= 62 % der Gesamtbevölkerung)	Deutschland: 55,3 Millionen (= 67 % der Gesamtbevölkerung)	UK: 34,3 Millionen (= 57 % der Gesamtbevölkerung)
5	UK: 34,9 Millionen (= 58 % der Gesamtbevölkerung)	UK: 43,5 Millionen (= 72 % der Gesamtbevölkerung)	Deutschland: 32,1 Millionen (= 39 % der Gesamtbevölkerung)

Tabelle 1: Verfügbarkeit von Kommunikationskanälen im weltweiten Vergleich¹⁰

Nationale Verfügbarkeit von Online-Medien

Die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten bieten eine umfangreiche aktuelle Studie zur Verfügbarkeit von Online-Medien. Seit 1997 führen ARD und ZDF jährlich eine Studie zur Online-Nutzung durch. Die Studie des Jahres 2003 beschäftigt sich insbesondere mit dem Aspekt der Steigerung der Internetnutzung. Nach einer Stagnation in den letzten Jahren weist sie nämlich nun eine erhebliche Zuwachsrate auf.¹² Diese Entwicklung wird als erstaunlich eingeordnet, da „Experten den Internetmarkt als weitgehend gesättigt ansahen“ und sich weder die „wirtschaftlichen Rahmendaten [...] noch die Technologien wesentlich geändert haben.“¹³ Aber auch Experten können irren.

Derzeit besteht Einigkeit darüber, daß es einen „kaum überbrückbaren [...] Graben zwischen Onlinern und Offlinern“¹⁴ gibt. Diese Kluft zwischen sogenannten „Onlinern“ und „Offlinern“ bzw. „Nonlinern“ wird in den letzten Monaten hinreichend durch die große (und seriöse) Tagespresse sowie durch etliche Untersuchungen und Studien thematisiert und analysiert. Mittlerweile sprechen laut FAZ sogar Soziologen von einer „digitalen Spaltung der Gesellschaft“¹⁵: Die „Onliner“ sind im Vorteil, weil sie ihren „Informationsvorsprung vor den Internet-Abstinenzlern“¹⁶ permanent ausbauen. Die „Nonliner“ hingegen sind meist durch weniger gute Bildung gehandicapt und sind signifikant älter als die „Onliner“. Der Preis für den Verzicht auf Online-Verfügbarkeit sei hoch, so die Meinung, denn „Nonliner“ laufen nicht nur Gefahr, überhöhte Preise für Waren und Dienstleistungen zu zahlen, sondern sie versperren sich auch den einfachen Zugang zu wichtigen Dienstleistungen“.¹⁷

Zu diesen Dienstleistungen zählen unter anderem auch Internetangebote der Arbeitsämter und privater Arbeitsvermittler, die allerdings überdurchschnittlich häufig abgerufen werden: Jeder zweite Bundesbürger ohne Job nutzt das Internet bereits zur Jobsuche.¹⁸ Ein Rückschluss von der Internetnutzung auf die wirtschaftliche Situation ist also nicht in allen Fällen möglich. Dementsprechend läßt sich der „Einfluß, den das Internet auf Wirtschaft und Gesellschaft ausübt, [...] (noch) nicht vollständig und exakt messen. Aber die Vermutung ist nicht gewagt, daß er immens ist.“¹⁹ Bestätigt wird diese These in vielerlei Hinsicht. Nach jüngsten Prognosen kaufen die über 30 Millionen privaten Internet-Nutzer ab 14 Jahre im Jahr 2003 in Deutschland „Produkte im Wert von rund 15 Milliarden Euro per Mausclick“²⁰, das sind im Schnitt 500 Euro pro Nutzer. „Massive ökonomische Folgen“²¹ werden aber auch dahingehend erwartet, daß sich ein erneuter Internet-Hype wie 1999/2000 abzeichnet. Auf internationaler Ebene ist dies deutlich beobachtbar. Die Aktienkurse von Yahoo, Amazon und Ebay stiegen seit September 2002 rasant in die Höhe: „Yahoo legte im zurückliegenden Jahr 283 Prozent zu, Amazon verzeichnete ein Plus von 226 Prozent [und] ebay [von] 102,5 Prozent“.²²

Gesellschaftlich weitreichende Folgen bleiben bei einer Spaltung von „Onlinern“ und „Offlinern“ nicht aus, denn: Wer nicht online gehen kann, kann auch nicht die Vorteile des Internets für sich nutzen. Die „digitale Spaltung“ erstreckt sich letztlich über sämtliche Lebensbereiche. Die daraus schlußgefolgte Behauptung, ein Kind werde „in der Schule zum Außenseiter, wenn es zugeben muß, zu Hause keinen Zugang zum Internet zu haben“²³, liegt nahe, wie sich im Weiteren noch zeigen wird.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Zuwachs gegenüber dem Vorjahr in %-	-	+ 61	+ 68	+ 64	+ 38	+ 14	+ 22
In Mio	4,1	6,6	11,2	18,3	24,8	28,3	34,4
In %	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5
Online-Nutzung der 14 bis 19-jährigen in %	6,3	15,6	30,0	48,5	67,4	76,9	92,1

Tabelle 2: Online-Nutzung in Deutschland⁶⁵ von 1997 bis 2003 (Personen ab 14 Jahre)⁶⁶

Doch zurück zur ARD/ZDF-Online-Studie, laut welcher sich im Jahr 2003 „53,5 Prozent der Befragten [...] als zumindest gelegentliche Onlinenutzer“²⁴ erweisen. Das ist eine Zahl, die mit dem CIA-World Fact Book nicht in Einklang zu stehen scheint. Bedacht werden muß jedoch, daß die deutsche Online-Studie lediglich die Population ab 14 Jahre berücksichtigt.

Entwicklung der Online-Nutzung von 1997 bis 2003

Wie bereits beschrieben, wird die Online-Studie von ARD/ZDF bereits seit 1997 durchgeführt. Somit besteht die Möglichkeit, die Daten der letzten Jahre miteinander zu vergleichen (Tabelle 2).

Ein besonders starkes Wachstum der Internet-Nutzung ist bei den Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren festzustellen; hier ist der Anteil der Onliner in den letzten sechs Jahren von 6,3 % (1997) auf 92,1 % (2003) gestiegen, eine Steigerung von über 1.400 %! Bei mehr als 92 % Nutzer-Anteil scheint eine Welt ohne Internet „für Jugendliche kaum noch vorstellbar.“²⁷ Und dementsprechend ist bestätigt: „Nonliner“ dieser Altersgruppe sind absolute Außenseiter! Die Nutzerzahlen sind unter dem Aspekt, daß lediglich in „drei von vier Haushalten in Deutschland [...] ein Personalcomputer“²⁸ steht, zunächst verwirrend. Das läßt sich so erklären: 14- bis 19-Jährige bedienen sich nicht alleine des heimischen PC, sondern vollziehen ihre Online-Spaziergänge auch in der Schule und in Internet-Cafés. Die (erweiterte) Gruppe der 14- bis 29-jährigen greift „überdurchschnittlich häufig (63 %) außer Haus auf das Internet zu. Rund die Hälfte dieser Nutzung erfolgt in der Schule (24 %) und der Universität (9 %).“²⁹ Es ist hiermit ablesbar, daß Programme wie „Schulen ans Netz“³⁰ in den letzten Jahren offensichtlich stark gefruchtet haben.

Nutzwert des Internets und Internetgewohnheiten

Welchen Nutzen ziehen die Onliner aus dem Internet und welche Informationen fragen sie ab? Diese beiden Leitfragen werden durch mehrere aktuelle Studien evaluiert. Die „Bewegungsmuster“ der Onliner sind demnach mehrheitlich durch „starke Habitualisierung, [...] durch den Zugriff auf wenige, häufig die gleichen Seiten gekennzeichnet.“³¹ In der Praxis bedeutet dies auch, daß durchschnittlich nur fünf Seiten pro Sitzung aufgerufen werden.³² Auf inhaltlicher Ebene sind nach aktuellen Erkenntnissen die klassischen Kommunikations- und Informationsmedien stärker mit dem Internet verzahnt, als man sich landläufig vorstellt. Es soll sogar eine signifikante Mehrheit von Onlinern geben, die in den „klassischen Medien Print, Radio und Fernsehen [gegebene] Hinweise auf Internetlinks [...] gern als Anregung“³³ für ihre eigene Internetnutzung nimmt.

Im Medienvergleich zeigen sich darüber hinaus verschiedene Affinitäten: Das Internet erfüllt in Deutschland – wie übrigens auch die Tageszeitungen – besonders „rational-kognitive Funktionen“ (mitreden können, Denkanstöße bekommen, sich informieren, sich im Alltag zurechtfinden), Fernsehen hingegen bedient stärker emotionale Bereiche (Spaß haben, Alltag vergessen, Gewohnheit, sich nicht allein fühlen); das Radio wird vorwiegend zum emotionalen Ausgleich und wesentlich weniger als die anderen Kanäle genutzt (sich entspannen, den Alltag vergessen).³⁴ Ein Vergleich von Internet und Zeitung liegt insofern nahe, als mittlerweile „das Newsangebot im Netz [...] für manchen Nutzer den Kauf von Tageszeitungen“³⁵ ersetzt. Dabei besitzt das Internet entscheidende Vorzüge gegenüber den Printmedien: „Schnelle Verfügbarkeit und eine Aktualität, die nach Meinung vieler Nutzer durch kein anderes Medium erreicht wird“ und durch die der Eindruck entsteht, „direkt am Weltge-

	gesamt	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50+ J.
aktuelle Nachrichten	28 %	19 %	34 %	36 %	25 %	22 %
Regionalinformationen	16 %	13 %	19 %	15 %	17 %	17 %
Informationen zu Wirtschaft und Börse	13 %	9 %	17 %	9 %	16 %	16 %
Serviceinformationen	13 %	12 %	17 %	14 %	14 %	14 %
Verbraucher-/Ratgeberinformationen	15 %	8 %	11 %	6 %	12 %	12 %
Sportinformationen	10 %	4 %	21 %	20 %	10 %	10 %
Freizeitinformationen	13 %	12 %	18 %	26 %	11 %	9 %
Kulturinformationen	13 %	13 %	13 %	22 %	10 %	8 %
Informationen zu Wissenschaft/Bildung	17 %	14 %	20 %	19 %	19 %	12 %
Unterhaltungsangebote	11 %	11 %	11 %	26 %	4 %	1 %

Tabelle 3: Häufige Nutzung ausgewählter Onlineangebote nach Alter und Geschlecht²⁷

	gesamt 2002	gesamt 2003
E-Mail	92 %	90 %
zielgerichtete Suche nach Angeboten	86 %	84 %
surfen	79 %	78 %
downloaden von Dateien	67 %	58 %
Onlineshopping	47 %	56 %
Buch-/CD-Bestellungen	44 %	47 %
Onlineauktionen	34 %	42 %
Homebanking	41 %	40 %
an Gesprächsforen/Chats teilnehmen	42 %	38 %
Audiodateien anhören	-	37 %
Computerspiele im Internet	33 %	30 %
Videos im Internet	-	29 %
Internetradio hören	-	7 %

Tabelle 4: Grundsätzliche Nutzung ausgewählter Onlineanwendungen³⁸

schehen teilzuhaben.³⁶ In Tabelle 3 ist die Nutzung verschiedener Onlineangebote in der BRD aufgeschlüsselt. Wie Tabelle 4 zeigt, wird das Internet gleichermaßen zur Unterhaltung als auch zur gezielten Sachinformation genutzt. Neben der klassischen E-Mail-Kommunikation ist die zielgerichtete Recherche nach Inhalten beinahe genauso häufig. Die Unterhaltung durch ungezieltes Surfen ist den Onlinern offensichtlich auch sehr wichtig. Weitaus bedeutender sind aber Anwendungen im Bereich Konsum: Onlineshopping, Buch-/CD-

Bestellungen und Onlineauktionen. Leider ist dieser Nutzungsbereich in keiner dem Autor bekannten Studie zusammenhängend analysiert worden. Die übrigen Ergebnisse und Interpretationen zusammengekommen, liegt die Vermutung aber nahe, daß die diesbezügliche Nutzung mindestens so hoch ist wie die der zielgerichteten Suche nach Angeboten (2002: 86 %, 2003: 84 %).

Diese Suche wird in der Mehrzahl durch eine der bekannten Suchmaschinen abgewickelt. Schon seit geraumer Zeit spricht man bei der Internetsuche auch vom „googeln“, was mit der Position dieser Suchmaschine als Marktführer im Zusammenhang steht. Man kann im Grunde davon ausgehen, daß die Nutzung der Suchmaschinen primär der Recherche von anderen Internetangeboten gilt, beispielsweise, um Preisvergleiche einzuholen. Dementsprechend wird der „spezifische Mehrwert“ der Internetnutzung vorwiegend in „Verbraucherinformation, Markttransparenz und [...] Onlineshopping“³⁹ gesehen. Tatsächlich geben viele Nutzer die Preistransparenz des Internets als wichtiges Benefit an.⁴⁰

Schlußbemerkung

Gemessen an den präsentierten Zahlen sollte man davon ausgehen, dass Schülern ausreichend Hilfen zur Verfügung stehen, sich im digitalen Zeitalter zu behaupten. Besorgniserregend erscheint jedoch die starke Kluft zwischen den „Onlinern“ und den „Nonlinern“. Dieser Graben zieht sich nicht nur durch die Schüler-

schaft, sondern ebenso, wenn nicht gar noch stärker, durch das Lehrpersonal. Insbesondere ältere Lehrer haben Berührungängste mit den Neuen Medien, vor allem mit der Internettechnologie. Aber auch jüngere Lehramtsanwärter und -studenten weisen hier Defizite auf. Hier gilt es entgegenzuwirken. Aus staatlicher und ökonomischer Sicht kann es nicht angehen, daß unzureichend aus- oder fortgebildete Lehrer aus Angst oder Ignoranz den Umgang mit den Informationstechnologien nicht nur privat, sondern auch in der Schule meiden.

Was nutzt es, wenn alle Schulen am Netz sind, die Lehrer jedoch in ihrer Ausbildung nur marginal auf einen Umgang mit Neuen Technologien und Internet vorbereitet werden?

Viele Lehrer „verbauen“ ihren Schülern den freien Blick auf diejenigen Technologien, die ihr späteres Be-

rufsleben zumindest mitprägen werden. Der Vorwurf gilt hier jedoch weniger den Lehrern, da es oft an entsprechender Aus- oder Fortbildung mangelt. Vielmehr stelle ich zur Debatte, daß an vielen Universitäten die Vorbereitung der Lehrer auf eine Onlinegesellschaft mehr als mangelhaft ist.

Schätzungsweise würde in Deutschland eine Studie zur Medienkompetenz der Lehrer zu ähnlichen Ergebnissen führen wie die PISA-Studie zur Lesekompetenz der Schüler. Meiner Ansicht nach müssen dringende Lösungen gefunden werden, wie Lehrer – und nicht nur diejenigen, die gerade neu ausgebildet werden – eine hinreichende Kompetenz im Umgang mit den Neuen Medien und Technologien erlangen: Lösungen, die nicht nur in der Aus- sondern auch in der Fortbildung Beachtung finden müssen.

Anmerkungen

- 1 Stand: September 2003.
- 2 z. B. durch den Aufruf der Seite: <http://news.google.de> [Stand: September 2003].
- 3 Vgl. Rainer K. Wick: Computer im Kunstunterricht. Skeptisches zum Gebrauch in der Schule, in: *Kunst und Unterricht*, Nr. 153/1991, S. 21.
- 4 Ohne Autor: Informationen in Kürze. Multimedia, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 16. September 2003, S. T6.
- 5 ddp: Hifi und PC werden vernetzt, in: *Die Welt*, 29. August 2003, S. 15.
- 6 Ohne Autor: Branche hofft auf Impulse von der IFA. Wirtschaftsminister Clement fordert zügige Ausbreitung des Digital-TV – Erstmals mehr als 1000 Aussteller, in: *Die Welt*, 29. August 2003, S. 15.
- 7 Jens Uehlecke: Anruf annehmen oder Madonna weiterhören, in: *Financial Times Deutschland*, 10. September 2003, S. 33.
- 8 Holger Schmidt: Das digitale Zeitalter, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 26. Juli 2003, S. 1. Im Folgenden bezeichnet durch „Holger Schmidt: Das digitale Zeitalter“.
- 9 CIA. *The World Fact Book 2003*, <http://www.cia.gov> [Stand September 2003].
- 10 Quelle: CIA. *The World Fact Book 2003*.
- 11 Absolute Zahlen – Anzahl der Personen, die einen bestimmten Informationskanal nutzen, relative Zahlen – prozentualer Bevölkerungsanteil der Personen, die einen bestimmten Informationskanal nutzen.
- 12 Vgl. Birgit von Eimeren/Heinz Gerhard/Beate Frees: Internetverbreitung in Deutschland: Unerwartet hoher Zuwachs, in: *ARD/ZDF-Online-Studie 2003*, S. 338.
- 13 Ebenda.
- 14 Ebenda, S. 339.
- 15 Holger Schmidt: Das digitale Zeitalter.
- 16 Ebenda.
- 17 Ebenda.
- 18 Vgl. TNS Emnid/Initiative D21: (N)ONLINER Atlas 2003 (Mit über 30.000 Interviews die größte Studie zur Nutzung und Nicht-Nutzung des Internets), zit. auf: http://www.tns-emnid.com/presse/p-2003_06_23.html [Stand Oktober 2003].
- 19 Holger Schmidt: Das digitale Zeitalter.
- 20 Ebenda.
- 21 Ebenda.
- 22 Arndt Ohler: Internetchefs stürmen Hitliste der US-Milliardäre; in: *Financial Times Deutschland*, 22. September 2003, S. 10.
- 23 Holger Schmidt: Das digitale Zeitalter.
- 24 Birgit von Eimeren/Heinz Gerhard/Beate Frees, S. 338.
- 25 Zur Information: Für die Versuchsreihe wurden insgesamt 2.633 Personen der bundesdeutschen Erwachsenen ab 14 Jahre befragt.
- 26 Quelle: Birgit von Eimeren/Heinz Gerhard/Beate Frees, S. 339f.
- 27 Ebenda, S. 339.
- 28 Holger Schmidt: Das digitale Zeitalter.
- 29 Birgit von Eimeren/Heinz Gerhard/Beate Frees, S. 349.
- 30 Bundesbildungsminister Dr. Jürgen Rüttgers und der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Telekom AG, Dr. Ron Sommer, hatten am 18. April 1996 die Initiative „Schulen ans Netz“ ins Leben gerufen. Unter Mitwirkung der deutschen Wirtschaft sollten die damals insgesamt 800 Zugangsmöglichkeiten zum Internet in bundesdeutschen Schulen aufgestockt werden. Bis Ende 2001 wurden alle rund 34.000 allgemein- und berufsbildenden Schulen in Deutschland „ans Netz“ gebracht. Quelle: <http://www.schulen-ans-netz.de/historie> [Stand Oktober 2003].
- 31 Birgit von Eimeren/Heinz Gerhard/Beate Frees, S. 343.
- 32 Vgl. ebenda, S. 345.
- 33 Ebenda, S. 357.
- 34 Vgl. ebenda, S. 356.
- 35 Ebenda, S. 348.
- 36 Ebenda.
- 37 Ekkehardt Oehmichen/Christian Schröter: Funktionswandel der Massenmedien durch das Internet, in: *ARD/ZDF-Online-Studie 2003*, S. 377.
- 38 Ebenda, S. 383.
- 39 Vgl. Birgit von Eimeren/Heinz Gerhard/Beate Frees, S. 344.
- 40 Vgl. ebenda, S. 342.