Von der Mediennutzung zur Medienkompetenz.

Grundlagen für ein Internet-Training mit Kindern und Jugendlichen

Kinder und Jugendliche nutzen das Internet inzwischen mit einer technischen Kenntnis, die der ihrer Eltern und Erzieher häufig überlegen ist. Zu Recht wird – je nach Alter des Internetnutzers – die unbegleitete oder unkritische Nutzung dieses Mediums mit Sorge betrachtet.

Es dürfte den meisten jungen Internetnutzern theoretisch vergleichsweise leicht fallen, im Internet nicht nur nützliche, sondern auch extrem schädliche Inhalte aufzufinden, angefangen von indizierter Literatur und Gewaltpornographie über Anleitungen zum Selbstmord und entsprechenden Foren bis hin zu potenziellen Sexualstraftätern, die Kontakt in Kennenlernbörsen suchen. Aber schon das Abrufen oder Bestellen zum Teil extrem kostenpflichtiger Dienstleistungen und Waren, das illegale Kopieren von Filmen und Musik oder das Erstellen von Plagiaten bei Hausarbeiten mittels fremder Inhalte sind für die Nutzer nachteilig bis hin zur strafrechtlichen Relevanz.

Um diese Herausforderungen des jungen Nutzers soll es im Folgenden jedoch nicht gehen. Denn sowohl restriktive technische Maßnahmen wie z.B. Filter, die schädliche Inhalte versuchen zu sperren, als auch erzieherische Maßnahmen wie die Behandlung des Themas „Was kann mir im Internet schaden" im Elternhaus oder in der Schule können helfen, diese Herausforderungen in den Griff zu bekommen. Im Folgenden soll es stattdessen um eine andere, oft übersehene Herausforderung gehen: **den kritischen Umgang mit Informationen aus dem Internet im Hinblick auf ihren Informationswert und ihre Aussagekraft.** Dabei geht es primär um ***professionelle Medien im Internet*** – egal ob es sich um reine Internetmedien oder die Online-Redaktion/Variante offline existierender Medien handelt. Erst mit diesem notwendigen Abstand zu Inhalten des Mediums Internet kann man nicht mehr nur von einer intensiven Mediennutzung, sondern auch von einer echten Medienkompetenz sprechen. Diese Medienkompetenz ist nötig, um Kinder und Jugendliche von heute zu verantwortungsbewussten Bürgern der Internetdemokratie von morgen auszubilden.

Rahmenplan im Informationsaustausch

Bei der Informationsverarbeitung kann man vereinfacht gesagt generell unterscheiden in

- einen Sender (z.B. eine Einzelperson, ein Unternehmen, eine politische Partei oder eine Partei in einem Konflikt)
- einen Mittler (z.B. den Autoren eines Weblogs oder einen professionellen Journalisten eines Fernsehsenders, einer Zeitung oder eines Internetmediums)
- und einen Empfänger (z.B. die Gesamtöffentlichkeit oder Teilöffentlichkeiten wie eine bestimmte kulturelle Szene, ethnische Gruppe oder politische Entscheidungsträger).

Zwischen Sender und Mittler können sich ein oder mehrere weitere Mittler befinden (z.B. Agenturjournalisten, die den Medien zuliefern, oder Experten, die von Medien befragt werden). Die Interaktion von Sender und Mittler kann z.B. aus Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bestehen, aus Maßnahmen des Lobbying, aus einer Vorteilsgewährung (z.B. Gewährung von Nähe zu Entscheidungsträgern oder schlicht Bestechung), aus einer Auftragsvergabe (z.B. in Form von Werbeschaltung oder verdeckter Bestechung) oder aus Zwang (z.B. Abschneiden von Informationen, Erpressung oder im Extremfall Androhung von Gewalt).

Die Interaktion zwischen Mittler und Empfänger kann z.B. aus einem Medienprodukt bestehen (z.B. einer Hörfunk- oder Fernsehsendung, einem Artikel in einem Druck- oder Internetmedium), aber auch aus anderen Formen der Publizierung (z.B. Internetdatenbanken, Foren, Weblogs). Die Interaktion zwischen Sender und Empfänger kann auch ohne den Mittler stattfinden, z.B. in Form von Newslettern, Internetseiten und anderen Medien des Senders selbst.

In allen Fällen ist auch eine Rückkoppelung möglich (d.h. eine Interaktion in beide Richtungen bei: Mittler – Sender, Empfänger – Mittler und Empfänger – Sender), in der z.B. Informationsbedürfnisse mitgeteilt sowie Informationsdefizite und gewünschte Inhalte genannt werden können.

Tipp für den Unterricht:

Es empfiehlt sich, den Teilnehmern ein einfaches Schema aufzuzeichnen und jeden Bestandteil und ihr Verhältnis untereinander mit Beispielen zu veranschaulichen. In vielen Fällen wird das Alltagserleben der Teilnehmer nicht ausreichen, um Beispiele zu finden. Erfahrungsgemäß erstaunt insbesondere Kinder die Tatsache, dass sich ganze Berufszweige damit beschäftigen, Inhalte mit einer bestimmten Intention speziell für sie aufzubereiten. Ein Blick ins Fernsehprogramm und ein Gang zum Zeitschriften- und Spielwarenhändler verbunden mit der Erläuterung, welche Industriezweige und welche Wertschöpfungskette vom Hersteller bis zum Verkauf dahinter stehen, können das allerdings rasch ändern.

Beeinflussung und Fehler

Grundsätzlich sind alle Elemente dieses Beziehungsgeflechts, d.h. jede Interaktion und jeder Teilnehmer, beeinflussbar (mit unterschiedlichen Mitteln und unter-

Von der Mediennutzung zur Medienkompetenz
Grundlagen für ein Internet-Training mit Kindern und Jugendlichen

schiedlichem Aufwand). Weiterhin kann bei jedem Teilnehmer Interesse bestehen an

- unbewusster Interpretation/Auswahl,
- zielgerichteter Interpretation/Auswahl,
- Teilfälschung,
- Totalfälschung,
- Inszenierung (das Ereignis hätte ohne das Ziel Berichterstattung gar nicht stattgefunden).

Der Begriff ***Auswahl*** umfasst die komplette bis zur partiellen Nichtbeachtung (ein Thema findet gar nicht oder nur in bestimmten Ausschnitten statt – z.B. nur Wirkung und nicht Ursache oder nur Anlass und nicht Ursache) und/oder Reihenfolge (welche Aspekte des Themas werden an welcher Stelle genannt). Der Begriff ***Interpretation*** umfasst die unbewertete Gewichtung (welcher Aspekt erhält wie viel Raum?) bis offene oder versteckte Wertung (wie werden Sachverhalte oder Akteure bezeichnet?). Diese Verzerrungen verbreiten sich selbstständig u.a. durch:

- Selbstreferenz (Medien beobachten einander, Meinungsbildner beobachten einander und Medien),
- Themenkarrieren (einmal erfolgreich eingeführte Themen behalten Aktualität),
- Vorhandensein von Nachrichtenfaktoren (z.B. räumliche Nähe und Relevanz für die Empfänger, Negativität),
- Verhaltensanpassungen (Sender, Mittler und Empfänger verhalten sich aufgrund ihrer Interaktion anders als ohneeinander).

Tipp für den Unterricht:

Es empfiehlt sich ein echtes Beispiel aus dem Erleben der Kinder bzw. Jugendlichen zu verwenden, z.B. einen Streit zwischen zwei Personen oder Gruppen oder einen anderen Konflikt, den sie aus eigenem Erleben kennen. Man kann dann – unabhängig voneinander z.B. schriftlich auf einem Stück Papier – jede der Parteien sowie einen unabhängigen Beobachter bitten, die Dinge aus ihrer Sicht kurz darzustellen. Dann erstellt man selbst „die Berichterstattung", d.h. eine vierte und fünfte Fassung, die mit Auswahl und Interpretation arbeitet (die eine für Partei A, die andere für Partei B). Schließlich lässt man die Gruppe beide Fassungen und die Quellentexte miteinander vergleichen und die gespielte Absicht des Verfassers erraten.

Ursachen für Beeinflussung und Fehler

In den meisten westlichen Ländern arbeiten heute in etwa gleich viele Public Relations-Leute und Lobbyisten wie hauptberufliche Journalisten. Das bedeutet die Zahl derer, die von Berufs wegen versuchen, das Bild der Medien partiell (was ihren Markt oder politisches Thema angeht) zu beeinflussen, entspricht in etwa der, die in aller Regel von sich behauptet, umfassende und wahre Berichterstattung zum Ziel zu haben. Wenn man die Werbeleute in Unternehmen und anderen Organisationen sowie in Agenturen oder Medien hinzurechnet, wird die Zahl der Journalisten weit übertroffen.

Aber nicht nur Einwirken von außen auf das Mediensystem, sondern auch Journalisten selbst sind für Fehler und Beeinflussung verantwortlich. So sind Gründe für Fehler bzw. unbewusste Übernahme von Falschinformationen u.a. der schwindende Handlungsspielraum des einzelnen Journalisten. Der Zwang zur Aktualität („Echtzeit") und die größer werdende Flut von digitalen Bildern und Texten, die die Zeit zur Bearbeitung einzelner Themen verkürzt.

Gründe für ***bewusste*** Übernahme von Falschinformationen können dagegen sein:

- kriminelle Energie von Journalisten (z.B. die zufällig 996 aufgedeckten spektakulären Fälschungen eines TV-Journalisten und deren Publizierung u.a. bei Stern TV),
- verschiedene Formen der Korruption, Zwang (2004 offiziell wurden weltweit 53 getötete und rund 1.000 inhaftierte Journalisten gemeldet, von einer hohen Dunkelziffer ist auszugehen),
- Einschleusung oder Vorhandensein von Nicht-Journalisten in den Medien,
- sowie eigene politische/religiöse Präferenzen von Journalisten.

Weiterhin gilt (im Hinblick auf Nutzung offener Quellen), dass jede Information und jeder Informationsträger

- seinen wirklichen Sender ausweisen kann (z.B. Impressum einer existenten Tageszeitung),
- einen falschen, aber existenten Sender ausweisen kann (z.B. eine wissenschaftliche oder staatliche Institution, die es gibt, die aber nicht der Sender dieser Information ist),
- einen falschen, nicht-existenten Sender ausweisen kann (z.B. eine angebliche staatliche oder wissenschaftliche Institution),
- oder über keine Zuordnung zu einem Sender verfügen kann.

Das Ausweisen des Senders kann absichtlich oder unabsichtlich u.a. erfolgen durch

- Angabe von Autor/Verantwortlichem (z.B. Journalist, Chefredakteur und Herausgeber),
- Angabe von Finanzierungsquelle(n) (z.B. Eigner eines Mediums),
- Angabe von Informationsquelle(n) (z.B. Nachrichtenagenturen, eigene Korrespondenten, Augenzeugen),
- Erscheinungsbild (z.B. Druckbild oder Gestaltung einer Internetseite, Logos, Farben, politische Symbole),
- Selbstdarstellung/mission statement/Leitlinien (z.B. grundlegende redaktionelle Richtung),
- Begrifflichkeiten (z.B. Sprachregelungen bei Medien oder Konfliktteilnehmern).

Tipp für den Unterricht:

Man kann beim eben genannten Beispiel bleiben, um Motive und Methoden von krimineller Energie, Korruption, Zwang etc. zu erklären. Als Ausgangspunkt dient die selbst erstellte „Berichterstattung". Man bestimmt einen Schüler für die Rolle eines Redakteurs, der den Bericht verfasst hat, und teilt andere Schüler für ein Rollenspiel ein als Chefredakteur, Herausgeber, Vertreter der Werbeabteilungen, Werbekunden, politisches Umfeld, soziales Umfeld, Behörden und weitere mögliche Kräfte, die auf die Berichterstattung mit Partikularinteressen einwirken.

Lösungsansätze und Recherche

Zunächst verlangt die Recherche in Internetmedien – wie die Recherche generell – die Formulierung des Recherchezieles (inhaltlich und zeitlich) und der ausgesuchten Quellen (es können naturgemäß nicht die Quellen genannt werden, die sich erst im Verlauf der Recherche aus anderen Quellen ergeben). Gerade im Internet verhindert dieser Ausgangspunkt das Verzetteln durch Springen von Quelle zu Quelle und unnötige Zeitverluste. Es muss auch festgelegt werden, ob es sich um eine einfache Recherche, eine Parallelrecherche (mindestens zwei Rechercheure arbeiten mit dem gleichen Ziel unabhängig voneinander) oder eine Nachrecherche (es wird eine zweite Recherche mit dem gleichen Ziel durchgeführt) handeln soll. Nach dem Sammeln der Informationen sollten erstens die Verlässlichkeit der Quelle (ggf. durch weitere Recherche) und zweitens die Verlässlichkeit der Aussage bewertet werden. Nach einer reinen Beschreibung des Rechercheergebnisses folgt die Analyse und Bewertung mit Hilfe der Fachkenntnis und Erfahrung des Rechercheurs oder eines Analysten. Naturgemäß kann man nicht davon ausgehen, alle Internetmedien in jeder Form kostenlos nutzen zu können. Die meisten kommerziellen Datenbanken (z.B. Mediendatenbanken, Datenbanken mit Marktstudien, wissenschaftlichen Abschlussarbeiten oder statistischem Material) bieten aber Zusammenfassungen, die helfen, die Notwendigkeit des Kaufes eines bestimmten Inhaltes einzuschätzen. In der Regel sind zumindest wesentliche Teile der aktuellen Berichterstattung kostenlos, während Archivfunktionen, Überblicksartikel und Dossiers kostenpflichtig sind.

Die Berücksichtigung der genannten Rahmenbedingungen bei der Recherche kann zu folgenden Maßnahmen führen:

- grundsätzliche und permanente Berücksichtigung der genannten Einflussgrößen auf Internetmedien bei der Recherche,
- Bestätigung durch andere Quellen im Rahmen von Nachrecherche und/oder Parallelrecherche (z.B. durch oft aussagekräftige Lokal- und/oder Fachmedien oder von Medien unabhängige Veröffentlichung wie Kongresse, Messen, Aussagen im politischen Diskurs, Gerichtsurteile etc.),
- Nutzung von Quellen, deren Urheber (persönlich) bekannt sind, und die über eine lange Zeitstrecke zuverlässig zu sein scheinen,
- Suche von Hinweisen auf gezielte Interpretation, Fälschung, Inszenierung, Auswahl,
- Misstrauen gegenüber Internetmedien und -quellen, bei denen keine unabhängige Qualitätssicherung stattfindet, bzw. die nicht von ausgewiesenen Experten bearbeitet werden (z.B. Internet-Enzyklopädien mit „freien Inhalten", Foren, Chatrooms, Weblogs)
- Akzeptanz der Kostenpflichtigkeit von Quellen im Gegenzug zu bestimmten Qualitätsstandards
- Nutzung von Informationsquellen im Netz, die private Dienstleister anbieten, die ein wirtschaftliches Eigeninteresse an Neutralität haben (z.B. Nachrichtenagenturen, Beratungsunternehmen u.a. professionelle Rechercheure, die ihre Leistungen möglich vielen Kunden anbieten wollen).

Zu den Hinweisen auf Interpretation, Fälschung, Inszenierung und Auswahl können zum Beispiel zählen: die durchgehende Verwendung von Begrifflichkeiten/Sprachregelungen (ggf. Vergleich offizieller Unternehmens- oder Behördenstatements mit der Medienberichterstattung zur Identifikation solcher Begrifflichkeiten), die fehlende oder mangelhafte Angabe und Erreichbarkeit von Autoren u.a. Verantwortlichen oder die fehlende Berücksichtigung mehrerer Positionen/Parteien in vergleichbarer Weise.

Tipp für den Unterricht:

Man kann als Hausaufgabe die Recherche eines bestimmten Sachverhaltes aufgeben, zu dem gleichzeitig „eine Lehrmeinung" bzw. die Meinung einer vergleichsweise neutralen und dazu berufenen Institution besteht (z.B. staatliche Behörde in Österreich oder der EU, wissenschaftliche Kapazitäten und Hochschulen) und zu dem es deutlich artikulierende Minderheitenmeinungen gibt. Die Ergebnisse können dann zusammengetragen und gegeneinander abgewogen werden.

Quellen:

J. Hussey/R. Hussey: Business Research. 1997.

M. Leotiades/A. Tezel: Planning Perceptions and Planning Results. In: Strategic Management Journal. 1980.

M.B. Miles/A.M. Huberman: Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook. 1994.

Anna-Katharina Weilenmann: Fachspezifische Internetrecherche. 2006.

Dr. Stefan Hartwig, M.A. M.B.A. MSc ist Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaftler.
Kontakt: stefan-hartwig[at]web.de