Zeitschrift: Schweizer Schule
Herausgeber: Christlicher Lehrer- und Erzieherverein der Schweiz
Band: 58 (1971)
Heft: 18: Medienerziehung

Artikel: Medienerziehung
Autor: Hasler, Paul
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-533935

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 26.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Schweizer Schule

Halbmonatsschrift für Erziehung und Unterricht

15. September 58. Jahrgang Nr. 18

Medienerziehung

Paul Hasler

Vorwort

Vor gut zehn Jahren machten sich Pädagogen verschiedener Schulstufen daran, eine fundierte Filmerziehung zu erarbeiten. Sie wendeten die Erkenntnisse aus dem Studium der filmischen Bildsprache in der Folge exemplarisch auf das Fernsehen an und versuchten, die Ergebnisse in einer Pädagogik der visuellen Medien zusammenzufassen.

Der Autor der vorliegenden Schrift überblickt vorerst die noch gültigen Argumente der letzten Jahre zur Begründung einer umfassenden **Medienerziehung.** Allgemeine und spezielle Ziele aus den Schriften verschiedener Medienpädagogen werden angeschlossen. Dem Lehrer bietet der Verfasser eine Fülle von Vorschlägen aus der Praxis für die Praxis auf allen Schulstufen. Das Kernstück bildet ein **Stoffplan** zu einer Medienkunde vom Vorschulalter bis zum Abschluß der Berufsschule oder Mittelschule. Er umfaßt – und hier begibt sich Paul Hasler auf Neuland – **Film, Fernsehen, Presse und Radio** und die dazugehörenden **Ton- und Bildspeicher.** Damit wird ein schon längst fälliges Modell vorgestellt. Es soll als Vorschlag verstanden werden, der bei den Medienerziehern neue Impulse auslöst, sie zum Weiterdenken anregt, und der neue Gespräche und Diskussionen in den kantonalen und nationalen Gremien für Medienerziehung fordert.

Es ist zu hoffen, daß die Schrift so weitere Kräfte mobilisiert, wenn es darum geht, in einem nächsten Schritt auch die Binnengliederung zum vorliegenden Rahmenplan auszuarbeiten. – Wir danken dem Autor für seine anregende Arbeit. Dr. Robert Keiser

Notwendigkeit – Ziele – Vorschläge für die Praxis

A. Notwendigkeit der Medienerziehung

1. Zeichen der Zeit

1.1. Es wäre eine fatale Blindheit, wenn man heute die überragende Bedeutung der Massenmedien und ihren Einfluß auf unsere Gesellschaft verkennen würde. Neben der zwischenmenschlichen (personalen) Kommunikation, dem Austausch von Bedeutungszeichen (nach Lanius) direkt von Person zu Person (z. B. durch Gespräch, Brief, Telephon, Vortrag usw.) gibt es den großen Mitteilungsstrom, der indirekt über die technischen Mittel an ein weites, nicht abgegrenztes Publikum ergeht, welches in diesem Sinne unklar Masse genannt wird. Zu den **Massenkommunikationsmitteln** oder **Massenmedien** zählen wir

1. die Presse im weiten Sinne (alle Druckerzeugnisse: Zeitungen, Illustrierte, Comics, Bücher, gedruckte Bilder, Plakate, Werbematerial usw.)
2. Radio (Hörfunk)
3. Film

4. Fernsehen und
5. die verschiedenen Ton- oder Bild-Ton-Speicher (Schallplatte, Tonband, Bildplatte, Bild-Ton-Kassette usw.)

Ohne Massenkommunikation, also ohne Informationsaustausch im weitesten Sinne, ist heute keine Politik, keine Wirtschaft, auch keine Bildung mehr möglich.
«Massenkommunikation erweist sich als notwendige Kommunikationsform in einer hochdifferenzierten pluralen Gesellschaft, deren Gruppen in einer ‚vermittelten' und ‚übermittelten' Welt leben. Die Massenmedien prägen und beeinflussen als direkt erlebte Wirklichkeit das Bewußtsein des Einzelnen sowie der Gesellschaft und stehen zunehmend im Brennpunkt gesellschaftlicher, politischer und pädagogischer Diskussionen.» (Vogg)
Mit diesen wichtigen Tatsachen sieht sich heute die Pädagogik konfrontiert.

1.2. Wir müssen uns klar sein, daß die Massenmedien die eigentlichen **Kulturvermittler** sind. Mit der Erfindung des Buchdrucks hat das erste Massenerzeugnis im großen begonnen. Einen ungeheuren Aufschwung nahm diese Multiplikationsmöglichkeit mit der Erfindung der elektrischen Medien Film, Radio und Fernsehen, die nach Mc Luhan (27)* eine Erweiterung der menschlichen Organe bedeuten und den Menschen wesentlich zu ändern vermögen. Unser Erleben, das Fühlen und Denken weitet sich aus um die ganze Erde, die zum «globalen Dorf» geworden ist. Alle die Kommunikationsmittel, die der gegenseitigen Verständigung dienen, überziehen unsere Erde mit einem Netz des Geistigen, von Teilhard de Chardin Noosphäre genannt. In diesem Sinne können die Massenmedien zu einer geistigen Evolution beitragen.

1.3. Mit Sicherheit ist vorauszusagen, daß die gesamte Kommunikation in **Zukunft** einen größern Umfang annehmen und in der Bedeutung wachsen wird, denkt man an die jetzt schon reifen Erfindungen wie Satelliten-Fernsehen, Kabel-Fernsehen, Regional-Fernsehen, an die Bild-Ton-Kassetten, die Bildplatten und die Informationszentralen. In wenigen Jahren wird der Direktempfang im Heim von Fernseh-Satelliten möglich sein. Nach Wunsch wird man amerikanische, japanische oder russische Programme, wahlweise in verschiedenen Sprachen, empfangen können. Hier läge eine Chance für die Völkerverständigung.

1.4. Als **Sozialwesen** sind wir auf irgendeine Art gezwungen, an der Massenkommunikation teilzunehmen. So versteht Fleiner die Informationsfreiheit als existenzielles Grundrecht des Menschen. Wir werden von der Gemeinschaft isoliert, wenn wir die Sprache der Zeit, nämlich die Bild-Ton-Sprache, nicht verstehen. Es gilt, deren Zeichen zu entschlüsseln, Inhalt und Absicht zu erkennen, um die Botschaft richtig zu empfangen. Je länger je mehr soll sich der Mensch selber in dieser Sprache ausdrükken können.
Der Einfluß dieser neuen Sprache wird das Wahrnehmungsvermögen und das Denken verändern. Bereits ist ein Wandel vom mehr linearen, statischen Auffassen zum komplexen, assoziativen, intuitiven, dynamischen festzustellen. Unsere Zeit ist gekennzeichnet durch eine sich beschleunigende Veränderung, denken wir nur an die Wissenschaft, die Technik und die geistigen Strömungen. Diese **Dynamik,** die sich in den Bildmedien spiegelt, wird zum wesentlichen Merkmal unserer Zeit.

1.5. In diesem Evolutionsprozeß sind die Massenmedien einerseits die treibenden **Kräfte,** die die Welt und die Menschen prägen, anderseits sind sie auch **Ausdruck** und Spiegel dieser Veränderungen (Zöchbauer) (c, 1967/4, S. 197). Hier mit wachen Sinnen den Pulsschlag der Zeit zu spüren, bedeutet, die verschiedenen Trends der Zeit zu erkennen, ja kommende Entwicklungen vorauszuahnen. In unserer pluralistischen Gesellschaft kommen alle möglichen Kräfte und Bewegungen zum Ausdruck. Der Kommunikationsforscher muß wie ein Arzt die Symptome suchen, denn nach Wolffenstein kann man in den Angeboten der Massenmedien die verschiedenen massenseelischen Bedürfnisse erkennen. So müßte z. B. die Ausrichtung der Massenmedien auf die drei S «Sexy, Simple, Sad» (Sexualität, Vereinfachung, Brutalität) durchleuchtet werden.

1.6. Mit den Massenmedien taucht auch das

* Die Zitathinweise beziehen sich auf die numerierten Bücher und Zeitschriften im Anhang.

Gespenst der **Manipulation** auf, Manipulation nach Zöchbauer verstanden als «die indirekte Steuerung von Meinungen und/oder Verhaltensweisen von Personen mit Hilfe eines Mediums, wodurch der Gesteuerte zu einem ihm verborgenen Ziel gebracht werden kann.» Es ist immer noch eine Streitfrage, welche Ausmaße die Beeinflussung durch die Massenmedien annehmen kann. Weil exakte wissenschaftliche Untersuchungen darüber fehlen, reicht die Skala der Ansichten von der Verführung bis zur unbedeutenden Berieselung. Die Verharmlosung wird begründet mit der Tatsache, daß der Rezipient (Empfänger) vor allem seine bestehende Meinung bestätigt haben will, so daß er durch Auswahl und Umformung die Botschaften seinen Erwartungen anpaßt. Hier muß sicher zwischen kurzfristiger und langfristiger Beeinflussung unterschieden werden. Untersuchungen haben gezeigt, daß kurzfristig Meinungen kaum, Haltungen (Attitüden) nicht geändert werden können (z. B. durch Wahlpropaganda). Größere Bedeutung erhält die lang einwirkende, vor allem einseitig gesteuerte «geistige Nahrung». Letzten Endes sind aber Persönlichkeitsstruktur und Gruppenzugehörigkeit entscheidend für die Beeinflußbarkeit.

Die Soziologie stellt fest, daß in einer Zeit, in der Sitten und Traditionen zerbrechen, nur wenige aus sich heraus neue Entscheidungen treffen. Die Mehrzahl der Menschen richtet sich nach Mode und Konvention. Da gewinnen vor allem **Meinungsführer** (opinion leaders) durch die Massenmedien großen Einfluß. Enzensberger weist auf die Gefahren dieser «Bewußtseinsindustrie» hin.

1.7. Von großer Wichtigkeit ist das Problem der **Information,** hier im weiten Sinne der Benachrichtigung verstanden, wobei nach Dovifat «Nachrichten Meldungen sind zum Darnachrichten», Inhalte, die letztlich das Handeln bestimmen (9, S. 60). Clausse stellt fest: «Für den modernen Menschen wird die Kenntnis des Geschehens in der weiten Welt zur Lebensnotwendigkeit» (8, S. 11). Und Wasem meint: «Wir müssen uns täglich informieren, um sträfliche Blindheiten zu umgehen.»

Gordan stellt fest: «So wenig wie man Information ohne Demokratie haben kann, so wenig kann man Demokratie ohne Information haben.»

Mitscherlich schreibt: «Dummheit wird Gewohnheit, wo Information unterschlagen wird.»

Steinbuch prophezeit: «Die zukünftige Gesellschaft wird nicht nur eine Gesellschaft ohne Mangel an materiellen Gütern und Energie sein, die zukünftige Gesellschaft wird im besondern eine informierte Gesellschaft sein.»

Fabian ergänzt aber etwas pessimistisch: «Die kritische Öffentlichkeit ist in Gefahr, von der manipulierten Öffentlichkeit abgelöst zu werden» (11).

1.8. In der Zukunft wird die **politische Dimension** (im weitesten Sinne) der Massenkommunikation an Bedeutung gewinnen. Der urteilsfähige Staatsbürger braucht gerade beim zunehmenden Zerfall der Autoritäten Entscheidungshilfen zum richtigen Handeln. Wie groß Wert und Wirkung der Informationsmedien sind, zeigt die Monopolisierung der Information in östlichen und westlichen Diktaturstaaten. Lenin stellte schon anfangs des Jahrhunderts fest, daß es wichtiger sei, die Mittel der Information zu besitzen als die Mittel der Gewalt.

Durch die Massenmedien erfahren wir je länger je mehr, was rund um die kleine Erde passiert. Mit diesem Zusammenrücken der Menschheit – wenigstens nachrichtentechnisch – wächst aber auch die Verantwortung für die andern. Notwendig für ein richtiges Engagement sind aber eine möglichst umfassende, klare Information und eine gesunde Kritikfähigkeit. Habermas weist in diesem Zusammenhang auf eine Gefahr hin, wenn er sagt, daß «die Massenmedien den Bürger durch die Kommerzialisierung aller Lebensbereiche entpolitisieren und ihn am kritischen Denken hindern». Es ist die Angst vor einer passiven Mehrheit.

Alle diese Hinweise mögen aufzeigen, welche Bedeutung die Massenkommunikation hat und welche Einflußmöglichkeiten wirksam werden können.

2. Die junge Generation

2.1. Vergessen wir nicht, daß die modernen Massenmedien in die Welt der Erwachsenen eingebrochen sind und ein unvorbereitetes

Publikum vorfanden. Die Jungen aber wachsen mit dem Fernsehen auf, es gehört bereits zur engern und vertrauten Umwelt. Schon wendet sich das Fernsehen mit besondern Programmen an 3- bis 6jährige. Über das Fernsehen kommt die ganze Welt des Films mit all ihrer Problematik in die Wohnstube und bietet sich den Heranwachsenden als sog. Pantoffelkino an.

Mit der positiven Einstellung zu den Erfindungen der Technik bringt das Kind auch eine Bereitschaft, sich mit den Massenmedien auseinanderzusetzen. Bei den Jugendlichen ist ein brennendes **Interesse** vorhanden an dieser «vermittelten» Welt, die angeblich den Erwachsenen gehört; denn hier finden sie wie in einem Brennspiegel alle Probleme des Lebens und Zusammenlebens gesammelt. In einer Zeit, in der traditionelle Werte in Frage gestellt werden, suchen die Jungen die Lösung der Probleme in den Massenmedien, bei den Meinungsführern. Hier suchen sie «die Welt» und «das Leben», hier finden sie ihre Ziele und Hoffnungen angesprochen, hier werden ihnen Rollen angeboten.

«Auf der Suche nach neuen gesicherten Verhaltensnormen stürzt der Jugendliche sich auf das, was Film, Fernsehen, Illustrierte, Werbung und Radio anbieten, um hier Hinweise für ein individuelles Selbstdasein zu finden» (Ramseier). Die Massenmedien spielen eine wichtige Rolle in der **Selbstverwirklichung** der Jungen. Aus diesem Grunde sind die Medien Katalysatoren zur Aussprache mit Jugendlichen über ihren eigenen Seelenzustand. Nach Stückrath ist «der Film in hervorragender Weise geeignet, als psychischer Aktivator der jugendlichen Umwelt zu fungieren».

Im Gespräch über Medieninhalte offenbaren sich immer wieder die innersten Anliegen der Menschen.

Die Jungen wollen mit der Zeit leben, deshalb drängt es sie auch, die Zeichen der Zeit, die sich in den Massenmedien manifestieren, zu verstehen.

2.2. Anschauung ist immer noch das Fundament aller Erkenntnis. So ist **Bildung** notwendig auf Massenmedien angewiesen, vom Buch angefangen über das Bildungsfernsehen bis zu den Kassetten. Auch die Hochschulen müssen in Zukunft aus der Bilderfeindlichkeit der geisteswissenschaftlichen Tradition herauskommen.

Schelsky sagt: «Die Massenmedien haben die ehemals elitären Kulturgüter demokratisiert und sozialisiert.»

Nach Tröger «gehört das Bildungsmonopol der Schule der Vergangenheit an». Heute heißt das Motto: Bildung für alle! Ein Anstieg des allgemeinen Bildungsniveaus deutet sich an. Von größter Bedeutung werden die Massenmedien, wenn wir an die **«lebenslange Weiterbildung»** (long life learning oder éducation permanente) denken. In der schnellebigen, dauernd sich verändernden Welt befindet man sich auf der abwärts laufenden Rolltreppe, falls man sich nicht dauernd geistig aufwärts bewegt, also fortbildet und weiterbildet, und dies vor allem in der Berufswelt, die in Zukunft immer mehr Beweglichkeit fordern wird. Es ist notwendig, daß der Schüler für diese persönliche Weiterbildung durch die Massenmedien das «selbständige Lernen» lernt.

2.3. Je mehr in Zukunft die **Freizeit** wachsen wird – sie wird für das Jahr 2000 als eines der wichtigsten Probleme genannt – desto größer wird auch die Rolle der Massenmedien werden. Das Selbstlernen wird dann zur Selbstverständlichkeit. Die neuen Bild-Ton-Kassetten werden vermutlich nicht nur den Bildungssektor, sondern auch den Unterhaltungssektor beherrschen. Der Soziologe Scheuch spricht von einem Trend zur Privatisierung des Konsums. Nach der Eingliederung von Radio, Fernsehen, Plattenspieler werden auch die neuen technischen Mittel, Video-Recorder und Bild-Ton-Speicher, in die Stube eindringen: man wird privat nach Belieben alle denkbaren Filme und Fernsehproduktionen konsumieren können. Bereits wird auf dem Markt die «einheimische Kommunikationszentrale» angepriesen, ein Gehäuse mit verschiedenen Fernsehgeräten, einem Kassettengerät, einer Dia-Projektion, einer Stereo-Anlage, einem Fernseh-Telephon und einer Leitung zum Groß-Computer der Fernbibliothek oder -mediothek: Information, Bildung und Unterhaltung in Supermarkt-Auswahl!

Hier stellt sich die Frage, inwieweit der Einzelne alle diese Angebote zu seinem Vorteil aufnehmen und je nach seelisch-geistigen Bedingungen (Intelligenz, Stimmung, Milieu-

prägung, Sensibilität usw.) verkraften kann: ein Problem der Psycho-Hygiene.

2.4. Beachten wir auch, daß gerade die Jugend Ziel einer großangelegten **Konsumwerbung** ist. Die Generation von morgen soll beizeiten zum angepaßten Verbraucher erzogen werden. Es ist für junge Leute, die oft unter dem Druck einer Gruppe stehen, nicht leicht, der Außensteuerung zu wehren und die Selbständigkeit zu wahren.
Die junge Generation will und muß sich mit den Massenmedien auseinandersetzen. So ist es eine dringende Aufgabe, die Jugend auf «das Leben mit den Medien» vorzubereiten.

3. Zeitgemäße Schule

3.1. Was macht nun die Schule? Sie hat den **Erziehungsauftrag,** den jungen Menschen in der Ausbildung seiner Kräfte zu fördern, damit er sich als verantwortlicher Mensch in der Gesellschaft bewähre.
Vogg stellt fest: «Das oft ziertierte ‚Lernen fürs Leben' bleibt ohne Erziehung und Bildung zur sachgemäßen Massenkommunikation einfach Stückwerk. – Die Auseinandersetzung mit den Massenmedien dem freien Spiel der Kräfte überlassen, ist nicht nur unverantwortlich, sondern überdies unrationell und unökonomisch. – Es ist in der Tat ein grotesker Zustand, wenn von den Massenmedien für die Pädagogik und vor allem für das Bildungswesen so viel erwartet wird, zugleich aber dieselben Leute immer noch glauben, das Hinführen zum richtigen und kritischen Verstehen der Wortbildsprache sei nebensächlich oder gar überflüssig» (a 1968/2, S. 5 ff.).
Wisser drückt sich deutlich aus, wenn er sagt: «Wir müssen klarstellen und bewußt machen, daß eine Erziehung ohne Kenntnis und Berücksichtigung der Massenmedien überhaupt nicht möglicht ist» (a, 1966/3, S. 6).
Für die Schule ergibt sich ganz klar die unabweisbare **Forderung,** sich mit den Massenmedien pädagogisch zu befassen. Diese Medien-Erziehung, wie wir sie nennen, welche die Schüler zum sinnvollen Leben mit den Massenmedien führen will, darf nicht als Anhängsel der Gesamterziehung betrachtet werden, im Gegenteil: sie muß voll in die pädagogischen Bemühungen integriert werden. Zöchbauer stellt fest, daß Medienerziehung Gelegenheit biete, wesentliche Aufgaben einer zeitgemäßen Erziehung zu erfüllen und so exemplarische Funktion erhalte (a, 1966/3, S. 4). Das Arbeitszentrum Jugend-Film-Fernsehen München formuliert 1969: «Fernseh- und Filmerziehung ist notwendiger Bestandteil einer modernen Gesamterziehung. Medienerziehung kann in sinnvoller Weise nicht für sich allein betrieben werden, sondern ist nur vor dem Hintergrund einer gesamtpädagogischen Konzeption, eines umfassenden erzieherischen Bemühens möglich.» Tröger geht noch weiter: «Insofern bedeutet es keine Überschätzung, wenn die Medienerziehung als Modell der gegenwärtigen Erziehung überhaupt betrachtet wird.»
3.2. Wohl müßte als primäre Erziehungsinstanz das **Elternhaus** die ersten Ansätze der Medienerziehung leisten, und zwar angefangen in den frühen Kindheitsjahren bis hinauf in das Schulalter. Diesem Erziehungsauftrag gegenüber den Kindern sind die wenigsten gewachsen, wurden die Eltern doch selber von den Neuerungen überrumpelt und stehen unsicher und ratlos vor den pädagogischen Problemen.
So meint Kerstiens: «Auftrag der Schule ist es, als gesellschaftliche Institution der Erziehung dort helfend einzuspringen, wo die Eltern und die außerschulischen Erziehungsmächte nicht allein fertig werden; im Bereich der Medienerziehung ist es gewiß so.» (22, S. 33).
Diese Medienerziehung ist in erster Linie Hilfe im Sinne von Schorb: «Der Lehrer macht heute nicht mehr staunen, indem er das Unerhörte aufschließt, das Noch-nicht-Gekannte mitteilt, er macht hingegen aufatmen, indem er ordnen, entlasten, erledigen, bewältigen hilft» (c, 1967/4, S. 197).

3.3. Jetzt schon muß sich die Schule **Unterlassungsfehler** vorwerfen lassen, weil sie es bis heute versäumt hat, z. B. den mündigen Verbraucher von Konsumgütern oder den kritischen Zeitschriftenleser zu erziehen.
Ramseier meint: «Pädagogische Abstinenz gegenüber zeitaufgezwängten Themen wirkt sich katastrophal aus und unterstützt die unheilvollen Tendenzen.»
Peters gibt zu bedenken: «In einem Zeitalter, in dem die Technik des nichtverbalen Denkens und der entsprechenden Kommunika-

tion eine so große Bedeutung hat, könnte der Sprachunterricht vielleicht sogar der Einseitigkeit angeklagt werden, wenn er nicht die visuelle Sprache mit in seinen Bereich einbezieht. Junge Menschen, die gelernt haben, diese visuelle Sprache zu meistern, werden es leichter haben, sich in dieser Welt zurechtzufinden, und sie werden die Früchte des technischen Fortschrittes vielleicht ernten können, ohne dabei ihre geistige Freiheit zu verlieren.»
Kerstiens fordert: «Die Bildung des heutigen Menschen setzt voraus, daß er in gleicher Weise die Wort- und Bildsprache zu lesen lernt.»
Auch Nowak fordert neben der literarischen die visuelle Bildung, die sich unter pädagogischem Gesichtspunkt mit Film, Fernsehen und veröffentlichtem Photo befaßt (28).

3.4. Die Tatsache muß zur Kenntnis genommen werden, daß an die Stelle der reinen «Buchkultur» die **audiovisuelle Kultur** getreten ist, in der das Buch natürlich immer noch seinen Platz hat. Das Fernsehen hat das Buch keineswegs verdrängt, wie der Büchermarkt zeigt; es regt zum Lesen an. Im Bildungsfernsehen werden Fernsehen und Buch Hand in Hand arbeiten, um eine optimale Wirkung zu erreichen. Es wurde auch festgestellt, daß man nicht allen Lehrstoff visibilisieren, d. h. bildhaft gestalten kann; man spricht heute bescheiden von 50 Prozent.
Von großer Bedeutung ist, daß die **Bild-Ton-Sprache** eine Universalsprache ist, die international verstanden wird und so zum gegenseitigen Verstehen der Menschen beitragen kann. Bedenken wir auch, daß Filme oder Fernsehproduktionen **«Gesamtkunstwerke»** sein können, indem sie die Gestaltungselemente der verschiedenen Künste umfassen. Über die Beziehung zwischen Wort und Bild schreibt Portmann: «Ein Text geht immer vom Abstrakten zum Konkreten: er erweckt in uns ein Bild. Das bewegte Bild geht immer vom Konkreten zum Abstrakten: es gibt uns die Objekte direkt, und durch deren Gestaltung führt es uns zu Überlegungen, Urteilen und Schlüssen . . . Das Wort expliziert den Geist – das Bild impliziert ihn . . . Das Wort geht vom Geist zum Bild – der Film geht vom Bild zum Geist.»

3.5. Immer wieder wird der Schule vorgeworfen, daß Sie das Rationale überbetone. In der Bildsprache liegt eine Möglichkeit unter andern, das **Emotionale** vermehrt zu seinem Recht kommen zu lassen.
So schreibt Stückrath: «In der Bildlichkeit erscheinen die Grundqualitäten, die den Menschen betreffen: das Heitere und das Düstere, das Anziehende und das Abstoßende, das Erregende und das Beruhigende.»
Gerade im Medienangebot eröffnen sich für alle Schulstufen Möglichkeiten für die emotionale Bildung, die heute sehr wichtig ist.

3.6. Durch das **Gespräch** über Filme, Fernsehsendungen, Presseerzeugnisse bieten sich zwanglos Möglichkeiten an, mit den Jugendlichen in personalen Kontakt zu kommen, mit ihnen über alle Lebensprobleme sprechen zu können: eine große Chance der menschlichen Begegnung und zudem eine Chance der Demokratisierung der Schule. Diese durch den Dialog geschaffene personale Begegnung schafft ein Gegengewicht zur intellektuellen Bildung, eine Notwendigkeit in unserer Zeit, in der die menschlichen Qualitäten hinter den technischen Errungenschaften nachhinken.
Die Aktualität des Unterrichts gewinnt durch den Kontakt mit den Massenmedien: welch ein Plus bei den Jungen. Diese Aufgeschlossenheit gegenüber den Zeitproblemen verschafft der Schule ein besseres Image, was ihr nicht schaden kann. Auf dieser Ebene wächst das Verständnis zwischen den Generationen. Auch die Schulmüden können in diesen Themenkreisen aktiviert werden. So können Medien als «fruchtbare Störung des Unterrichtes» verstanden werden.

3.7. Zwingenderweise ergibt sich, daß die Schule alle **audiovisuellen Bildungsmittel AVM** in den Unterricht einbauen soll, je nach ihren spezifischen Möglichkeiten. Mit diesen technischen Neuerungen einerseits und mit der Einbeziehung der Massenmedien anderseits ergibt sich die Chance, vom Außenseiterposten einer einseitigen Wortkultur auszubrechen und so den Menschen des audiovisuellen Zeitalters in einer zeitgemäßen Erziehung zu formen. «Es ist unverständlich, warum die Kinder die überwiegende Mehrheit medialer Impulse außerhalb der Schule empfangen sollen.» (Wasem)

Das anfängliche Konkurrenzdenken zwischen den einzelnen Medien ist heute der realeren Auffassung von Kooperation gewichen. Die einzelnen Medien sollen zusammenarbeiten und dabei jene Aufgaben übernehmen, in denen ihre spezifischen Vorteile zur Geltung kommen. Heute schon werden Sendungen im Multi-Media-System oder Medienverbund (Kontextmodell, Medienpaket) angeboten. Hier können Fernsehen, Radio, Telephon, Tonband, Film, Schallplatte, Dia und natürlich auch schriftliche Unterlagen zu Hilfe genommen werden. Ein nächster Schritt in der Entwicklung wären jene Lerngeräte, die alle diese Medieninhalte nach Computer-Programm von der Kommunikationszentrale vermitteln. Die Perfektion in der Unterrichtstechnologie führt zum computer-unterstützten Unterricht. Im **technisierten Unterricht** der Zukunft wird der Lehrer in der Lernphase des Aufnehmens die Rolle des «Medien-Regisseurs» spielen; in der Phase des Verarbeitens und Wiedergebens wird er zum «Bildungsarzt» mit «Sprechstunden», wo im notwendigen, vertraulichen Dialog «eingerenkt» und «kuriert» wird.

Es ist erwiesen, daß sich Lernmotivation und Unterrichtserfolg durch diese technischen Mittel beträchtlich steigern lassen.

Nicht vergessen darf man, daß die Schule gegenüber dem interessanten Angebot der Massenmedien, vor allem dem aktuellen Fernsehen, gezwungen ist, selber das Bildungsangebot attraktiver zu gestalten, um mit der «Parallelschule» Fernsehen konkurrieren zu können: ein Druck, der sich fruchtbar auswirken kann.

Tröger meint dazu: «Die didaktische Potenz der technischen Medien zwingt zu neuen Lehrformen, und im übrigen kann der Lehrer auch in Stunden, wo sie nicht eingesetzt werden, mit Kindern, die an die Aktualität und Intensität der optischen Kommunikationsmittel gewöhnt sind, nicht mehr so weitermachen wie früher.»

3.8. Die **öffentliche Meinung** steht immer mehr unter dem Druck der Massenmedien, oder besser jener, die dahinterstehen, der sog. **Meinungsmacher** (11). Die Beeinflussung der öffentlichen Meinung, ob etwas gröber durch Propaganda oder etwas feiner durch Public Relations, muß erkannt werden, um als Bürger mit eigener Meinung in der Gesellschaft zu stehen.

Die Medienerziehung kann beitragen, Bürger zu formen, die in der Vielfalt der Meinungen (Pluralismus) kritisch und selbständig denken, sich für das Wohl der Gesellschaft engagieren und der Manipulation der Öffentlichkeit entgegenwirken.

3.9. Solange Medienerziehung nicht offiziell verlangt wird und dafür Zeit und Geld und auch moralische Unterstützung gegeben wird, sind es nur wenige «Pioniere», die sich mit persönlicher Begeisterung in diesen Stoff vertiefen und es wagen, diese Themen mit den Schülern zu bearbeiten.

Die Grundlage dazu muß in den **Lehrerbildungsanstalten** gelegt werden. Erst wenn Medien-Erziehung (Erziehung **zu** den Medien) und Medien-Didaktik (Unterricht **mit** den Medien) ihren anerkannten Platz im Studium haben (dazu braucht es Fachlehrer), ist Gewähr geboten, daß eine neue Generation von Lehrern sich ihrer mit Selbstverständlichkeit bedient.

3.10. Die **Kommunikatoren** selber könnten mithelfen bei der Medienerziehung. Vor allem die Fernsehanstalten müßten der Schule vermehrt Hilfe reichen, nicht nur mit dem Schulfernsehen, das den einzelnen Fächern dient, sondern mit Sendungen über das Medium selbst, über Arbeit und Ziele der Fernsehschaffenden. Es müßte doch in ihrem Interesse liegen, ein Publikum zu schulen, das Programme richtig zu würdigen weiß. Sonst könnte ihnen der Vorwurf gemacht werden, ein naives und unkritisches Publikum sei erwünscht, um billige Programme mit dem schlechten Publikumsgeschmack und den Wünschen zu entschuldigen. So forderte man 1967 an der internationalen filmwissenschaftlichen Woche in Wien: «Film und Fernsehen sollen im eignen Interesse aktive Hilfe bei der Medienerziehung leisten; denn sie tragen Verantwortung für ihr Publikum von morgen.» Man möchte den Wunsch gerne ausdehnen auf die Verantwortlichen von Radio, Presse, Schallplatte usw. Umgekehrt kann auch das Publikum auf die Entwicklung der Medien Einfluß ausüben. Der Film z. B., der im Fernsehen einen Konkurrenten spürt, wird ausweichen müssen entweder nach unten auf den minderwerti-

gen Film hin, der im Fernsehen nicht mehr gezeigt werden kann, oder nach oben auf den künstlerischen Film hin. Daß ein **geschultes Publikum** hier zum Guten mitsteuert, ist ein Fernziel der Medienerziehung.

Angesichts der umfassenden Bedeutung der Massenkommunikation ist ihre pädagogische Bewältigung eine notwendige Forderung unserer Zeit.

B. Ziele der Medienerziehung

1. Begriffsbestimmung

Medienerziehung wird hier im engern Sinn verstanden als Erziehung **zu** den Massenmedien, als das Hinführen zum richtigen Verständnis und Gebrauch. Sie ist deutlich zu unterscheiden vom Unterricht **mit** den Massenmedien und den übrigen technischen Hilfsmitteln. Diese sog. Unterrichtstechnologie oder Medien-Didaktik will die Hilfsmittel in Bildung und Unterricht untersuchen und einsetzen. (Oft werden beide Bereiche zusammengefaßt unter Medienpädagogik im weitern Sinn.)

Medienerziehung Medienpädagogik im engern Sinn **Erziehung ZU** **den Massenmedien**	**Unterrichts-** **technologie** Didaktik der audiovisuellen Bildungsmittel **Unterricht MIT den** **techn. Hilfsmitteln**

Auch wenn das Fach «**Medienkunde**» genannt wird, darf es niemals im engen Sinn eine Kunde von Wissen sein, sondern muß gesamterzieherisch ausgerichtet werden. In der Medienkunde lassen sich sachkundiges Wissen und erzieherische Anliegen nicht trennen, denn die Bewältigung der Probleme baut auf den sachlichen Gegebenheiten auf.

2. Richtlinien

Vor allem gilt es, die Aufgaben der Medienerziehung im weiten Bezugsrahmen zu sehen.
«Medienerziehung will generell **Hilfestellung** zum sinnvollen Leben mit den Massenmedien geben. Sie will die Freiheit des Einzelnen im Prozeß der Massenkommunikation sichern und so einen Beitrag zur Bewältigung und Gestaltung des Lebens leisten. – Wir wollen daher Medienerziehung als einen integralen Bestandteil zeitgemäßer Gesamterziehung verstehen, als die Förderung der persönlichen Entwicklung.» (Vogg) (a, 1968/2, S. 6).
Kerstiens sagt dazu: «Ziel der Erziehung ist, daß sich der Mensch in seiner Situation wirklichkeitsgerecht verhalten kann» (22, S. 28).
Somit treffen sich die Ziele der Medienerziehung mit denen der **Gesamterziehung,** die immer eine Hilfe zur Lebensbewältigung sein will.
«In der Medienerziehung geht es darum, dem Menschen zu helfen, daß er sich angesichts des Medienangebotes in der vermittelten Welt bewährt. Der Erzieher muß daher sowohl den Bezug des jungen Menschen zu den Medien selbst als auch den Bezug zur Wirklichkeit, die durch Medien vermittelt wird, im Auge haben.» (Kerstiens (22, S. 28)
Kurz: Es geht nicht um Bewahrung, sondern um Bewährung. «Medienerziehung ist nichts andres als Hilfe zur Bildung einer **mündigen Persönlichkeit** im Hinblick auf das Medienangebot, d. h. also Aktivierung des kritischen Bewußtseins.» (Pleyer) Somit könnte die Außensteuerung des Menschen abgebaut und sein Freiheitsraum erweitert werden.
Ein Hauptziel der Erziehung muß sein, den Heranwachsenden zu befähigen, seine Erlebnisse geistig zu verarbeiten; denn der Mensch reift nur durch die Erlebnisse, die er verarbeitet. Deshalb steht auf allen Stufen das Gespräch an erster Stelle. Im Dialog können Erkenntnisse gewonnen werden. Der Hauptakzent darf keineswegs auf dem technischen Sachwissen liegen. Die Beschäftigung mit der Technik ist nur wichtig, soweit sie unmittelbar am Gestaltungsvorgang beteiligt ist. Es geht nicht darum, die Fernsehkamera kennen zu lernen, wohl aber Kameraführung und Beleuchtung. Im Vordergrund der Betrachtung stehen die dramaturgische Gestaltung eines Inhalts, die Absichten des Absenders und die Wirkungen beim Empfänger. Selbstverständlich kann die Schule auch hier wie auf andern Gebieten nur Hilfe anbieten. Der wirkliche Erfolg der Bemühungen hängt von vielen Faktoren ab. So ist vor allem wichtig, daß

sich die erzieherischen Absichten von Schule und Elternhaus nicht entgegenstehen, sondern einander verstärken.
Der Kontakt mit den Eltern drängt sich auf. Es müßten **Elternabende** organisiert werden,

1. um das Verständnis der Eltern für die Massenmedien (auch für die modernen Formen) zu fördern;
2. um die vielschichtigen Erziehungsprobleme rund um die Medien zur Sprache zu bringen;
3. um Einsicht zu geben in die Arbeit der Schule, damit die erzieherischen Bestrebungen koordiniert werden.

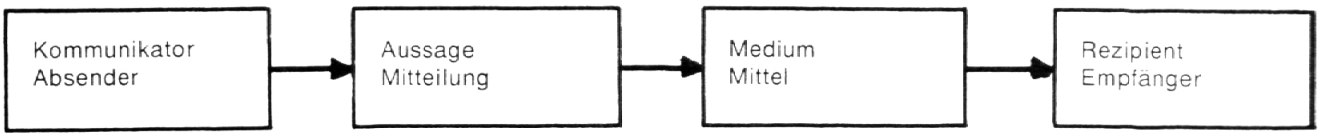
Bemerkenswert sind in diesem Zusammenhang Empfehlungen der **kath. Lehrerschaft Deutschlands** 1967:

1. «Die Medienerziehung muß einen bedeutsamen Platz in der Bildungsarbeit aller Schulen finden.
2. Besonders gilt dies für die Hauptschulen, weil dort die größte Zahl der Jugendlichen auf das Leben nach der Schulzeit vorbereitet wird.
3. Der Lehrer muß auf die Aufgabe in der Lehrerbildung und der Lehrerfortbildung sachkundig vorbereitet werden.
4. In den Schulen müssen die notwendigen sachlichen Voraussetzungen (Verdunkelungsvorrichtungen, Geräte) geschaffen werden.

Ziel dieser Bildungsaufgabe ist es, den Jugendlichen zu befähigen, Wahrheitsgehalte kritisch zu werten, die Formen zu erkennen und die Möglichkeit der Massenmedien für die eigene Lebensgestaltung selbständig und sinnvoll zu nutzen.»
In **Österreich** ist im Lehrplan (1968) für die Pädagogische Akademie während drei Semestern eine Pflichtvorlesung für «Pädagogische Medienkunde» vorgeschrieben. Themen dazu lauten: Analyse der Massenmedien nach pädagogischen, psychologischen, soziologischen und ethischen Aspekten, Erlernen der ethischen und staatsbürgerlichen Aufgaben der Medienerziehung. Im Lehrplan der österreichischen Volksschule wird die Medienerziehung in Lebenskunde, Sozialkunde, Wirtschaftskunde sowie in Deutsch und Geschichte eingebaut.
Die Arbeitsergebnisse der **7. internationalen filmwissenschaftlichen Woche in Wien 1967** lauten:
«Die Film- und Fernseherziehung kann allein nach dem Umfang der Aufgabe in Zukunft nicht mehr nur von freiwilligen Pionieren unter den Lehrern geleistet werden; sie muß vielmehr organisch in die Arbeit der Schule eingegliedert werden und in der Lehrerausbildung als Pflichtfach berücksichtigt werden.»
Steffen Wolf (Leiter der Medienpädagogik im Institut für Film und Bild, München) fordert 1970:
«Die Auseinandersetzung mit Struktur, Funktion und Wirkung der Massenmedien muß zu einem fächerübergreifenden, von den Lehrplänen für alle Schulen und Schularten verbindlich vorgeschriebenen Aspekt der schulischen Erziehungs- und Bildungsarbeit erhoben werden.»

3. Aspekte der Kommunikationslehre

Zurückblickend muß man feststellen, daß anfänglich in der Filmerziehung Teilaspekte überbetont wurden: so die moralische Seite im Sinne des Bewahrens, die ästhetische oder dann die technische Seite. Heute wird je länger je mehr bei der Medienerziehung der **kommunikative Aspekt** unterstrichen; d. h. die Massenmedien dürfen nicht als Werk für sich betrachtet werden, sondern müssen in den soziokulturellen Raum gestellt werden. Es geht bei der Massenkommunikation nicht nur um die Fragen nach Gestaltung und Inhalt, sondern ebensosehr nach Absicht und Wirkung einer medialen Aussage.
Die Formel mit den fünf W drückt dies bezeichnend aus:
Wer sagt **W**as **W**ie **W**em **W**ozu (= mit welcher Absicht)?
Dies entspricht auch dem vereinfachten Kommunikations-Schema:



Nach Maletzke wirkt zwischen diesen vier Größen ein Kraftfeld von gegenseitigen Abhängigkeiten (Interdependenzen) (26, S. 41). Für die Besprechung der Medien schlägt Nowak folgende drei Aspekte vor (28, S. 48 bis 50):

1. formaler Aspekt: die Fragen nach der Gestaltung, der Verschlüsselung und ästhetischen Wertung;
2. inhaltlicher Aspekt: die Fragen nach der Mitteilung (Botschaft), nach Verständnis der Aussage;
3. intentionaler Aspekt: die Fragen nach der Absicht, nach den Motiven: des Absenders und der Funktion der Aussage.

Albrecht unterscheidet in ähnlicher Weise drei Gesichtspunkte:

1. Syntaktik: Elemente der Gestaltung;
2. Semantik: Ergebnis der Gestaltung einer gegenüber der Realität verschiedenen «darstellungsspezifischen» Welt;
3. Pragmatik: Funktion der realisierten Gestaltung innerhalb der jeweiligen Zeit, Ge-Gesellschaft, Kultur.

«**Kommunikationsorientierte Medienpädagogik** ermöglicht insofern umfassendere Einsichten in die Gestaltungsmöglichkeiten und -formen der Darstellungen (syntaktischer Aspekt), in die soziokulturellen Formen und Bestandteile des eigenen Lebens (semantischer Aspekt), in die unterschiedlichen Verstehensweisen und Beeinflussungsabsichten menschlicher Kommunikation (pragmatischer Aspekt).» (Albrecht) (d, 1970/6, S. 14) Er verspricht sich durch die stärkere Ausrichtung auf den Kommunikationscharakter eine Förderung der Selbsterkenntnis und Selbstverwirklichung des Menschen.

Diese neue Akzentuierung ist auch in der Grundsatzerklärung einer **Akademie für Medienerziehung** in der BRD zu spüren: «Medienerziehung wird primär auszugehen haben von den verschiedenen mit Hilfe technischer Apparaturen übermittelten Aussagen, denn diese Aussagen sind verfügbar und zugänglich. Sie wird von diesen Aussagen zu schließen haben einmal auf die Kommunikatoren und die sie beeinflussenden Faktoren, zum andern, mit allen Vorbehalten, auf die Rezipienten und die sie beeinflussenden Faktoren. Diese Rückschlüsse gestatten einerseits Aufschlüsse darüber, inwieweit publizistische Aussagen gesellschaftliche Gegebenheiten und Normen spiegeln, indem sie sie konkretisieren; sie gestatten andererseits Hypothesen darüber, inwieweit publizistische Aussagen gesellschaftliche Gegebenheiten und Normen prägen, indem sie auf Rezipienten einwirken. Die Erkenntnis dieser doppelten Funktion der Publizistik – einmal im Sinne gesellschaftlicher Abhängigkeit, zum andern im Sinne gesellschaftlicher Leistung – ist die Grundlage zur Erklärung der **kommunikativen Seinsrealität,** in die wir alle einbezogen sind.

4. Richtziele der Medienerziehung

1. Der Schüler soll die **allgemeinen Merkmale der Massenkommunikation** erklären können: die öffentliche, indirekte, einwegige Vermittlung von Aussagen an ein unbegrenztes Publikum.
2. Er soll erkennen, daß die Aussagen der Massenmedien das Werk von Menschen, also eine **gestaltete Wirklichkeit** und nicht die reale Wirklichkeit selbst sind.
3. Der Schüler soll die Schritte der **Entstehung und Gestaltung der Aussagen in den verschiedenen Medien** beschreiben und erklären können. Dazu bedarf es eines **minimalen technischen Wissens.** Er soll auch imstande sein, die dazugehörigen **Berufstätigkeiten** zu nennen und das Zusammenspiel der Mitarbeiter im Team zu erkennen.
4. Er soll die Eigenart folgender **Mediensprachen** vergleichen können: Text- und Bildsprache der Presse. Tonsprache von Radio und Schallplatte, Bild-Ton-Sprache von Film und Fernsehen. Er soll dazugeführt werden, die **Zeichen und Symbole** dieser Sprache zu entschlüsseln.
5. Der Schüler soll die **Strukturgesetze und die spezifischen Vor- und Nachteile** der einzelnen Medien erkennen lernen und die Verformung der Aussagen durch das Medium beschreiben können.
6. Er soll sich der **Verformung der realen Wirklichkeit** bewußt sein, die bedingt ist durch die Kommunikatoren und die Eigengesetzlichkeit der einzelnen Medien.

7. Der Schüler soll einsehen, daß insbesondere **Informationen** wegen dieser Verformung weder objektiv noch wertneutral, nicht repräsentativ und nicht universell sein können.

8. Der Schüler soll den **ideologischen Standpunkt des Aussagenden** bestimmen und seine wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Interessen beschreiben.

9. Er soll einige **Methoden der Manipulation** aufzählen und erklären, mit denen Ziele und Interessen verschleiert und Meinungen resp. Einstellungen beeinflußt werden können.

10. Der Schüler soll die Medienangebote nach Inhalt, Form und Absicht eingehend erfassen können im Sinne einer Vertiefung der **Erlebnisfähigkeit** (Sensibilisierung).

11. Der Schüler soll die **Wirkungsweise** der Medienaussagen auf den Einzelnen und auf die Gesellschaft durchschauen und soll deren **Chancen und Risiken** abschätzen (Multivalenz der Massenmedien).

12. Er soll den **Problemgehalt von Aussagen** erkennen, Lösungsmöglichkeiten gewichten und nach subjektiv bestimmten Maßstäben bewerten können. Er soll lernen, seine **eigene Meinung** zu bilden und Stellung zu beziehen.

13. Der Schüler soll lernen, im **Gespräch** mit andern Problemen der Medienaussagen zu diskutieren, auf diesem Wege Erkenntnisse zu gewinnen und den Standpunkt der Gesprächspartner zu **tolerieren.**

14. Er soll fähig sein, aus dem Angebot der Massenmedien **kritisch auszuwählen;** er soll die Angebote an Information, Bildung und Unterhaltung nach den Kriterien seiner persönlichen Bedürfnisse zu **seiner Weiterbildung und persönlichen Bereicherung** einsetzen können.

15. Der Schüler übt sich im **aktiven Tun,** um mit den Gestaltungsmitteln der Medien seine **kreativen Möglichkeiten** zu erproben und sein Verständnis für die Medien zu vertiefen.

C. Vorschläge für die Praxis

1. Grundsätzliche Überlegungen

1.1. Medienkunde als Fach

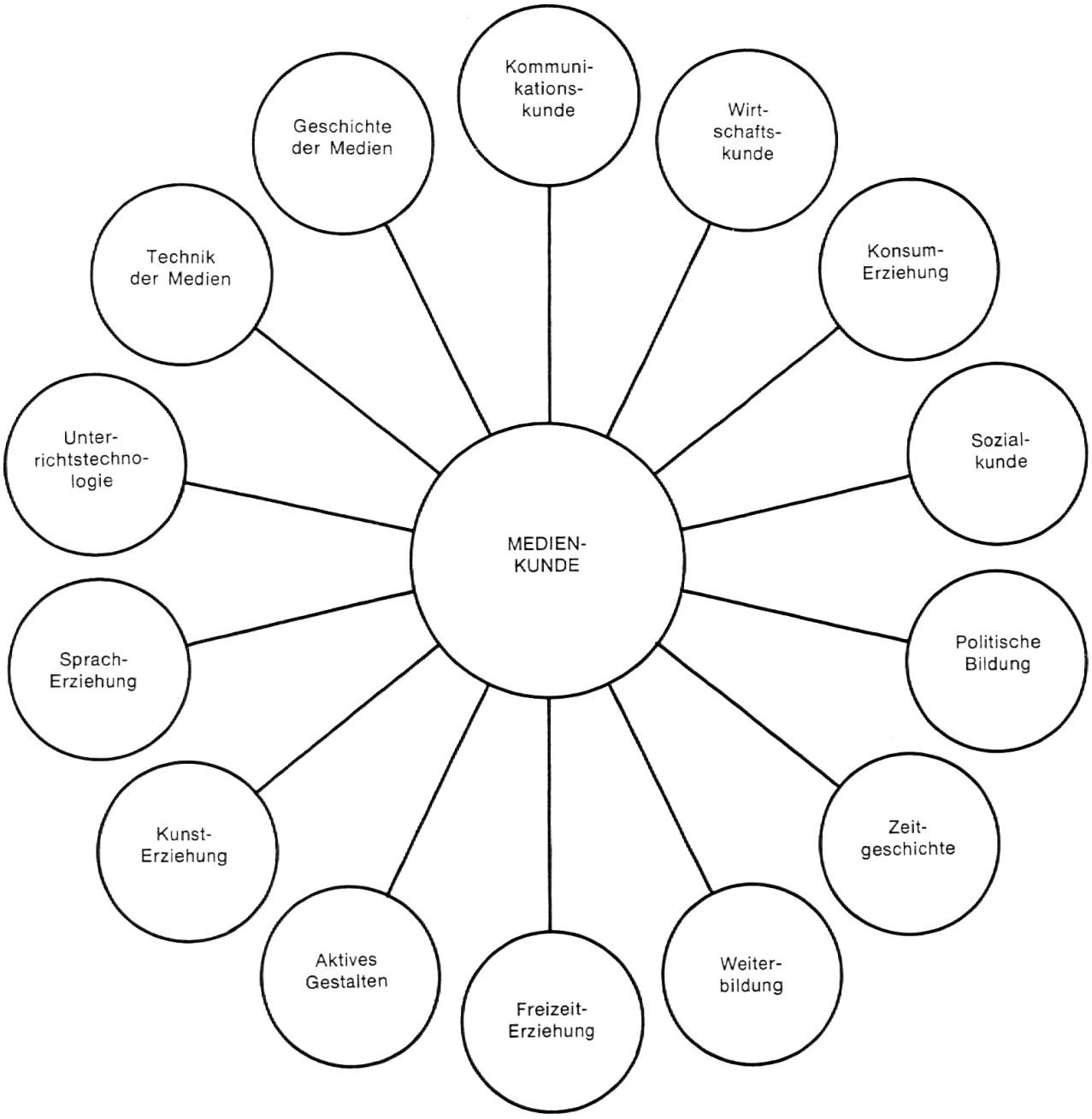
Weil sich die Medienerziehung (Erziehung **zu** den Massenmedien) nicht nur mit den Medien selbst, sondern auch mit den Inhalten (Botschaften) und deren Wirkungen auseinandersetzen muß, berührt sie eine Reihe von Fachgebieten, von denen sie kaum zu trennen ist. Aus diesem Grunde läßt sich Medienkunde in kein bestehendes **Fach** einordnen. Soll also Medienkunde als eigenes Fach geführt werden?

Hier stehen sich verschiedene Ansichten gegenüber. Gegner betonen, daß Medienkunde als eigenes Fach isoliert dastehe. Medienerziehung müsse ein dauerndes Anliegen der Schule sein und sich als thematisches Prinzip wie ein roter Faden durch den ganzen Unterricht ziehen.

Nach andern Vorschlägen könnte die Medienkunde in verschiedene Fächer zugleich eingebaut werden. So wird sie in einigen Ländern Europas dem Sprachunterricht, der Kunsterziehung, der Gemeinschaftskunde oder der Politischen Bildung zugeordnet. Diese Aufteilung könnte aber zu einer Zersplitterung der einzelnen medialen Aspekte führen.

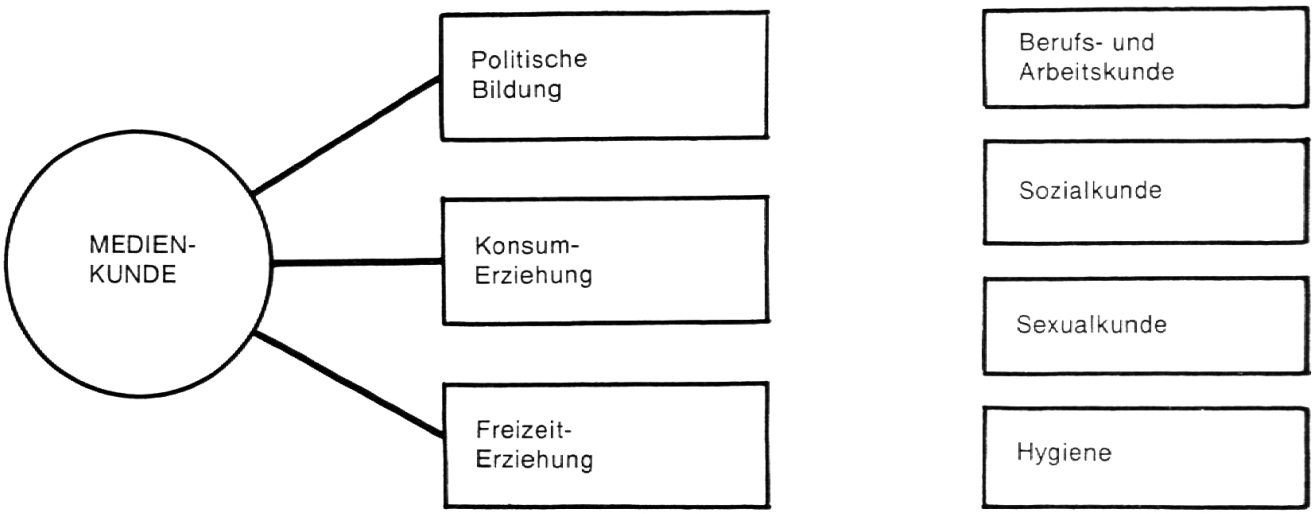
Umgekehrt wäre es aber denkbar, daß in einem Fach Medienkunde gesamtheitlich, sozusagen im Schnittpunkt der verschiedenen Fächer, die Probleme der Massenkommunikation besprochen werden. Medienkunde müßte also **fächerübergreifend** konzipiert werden.

Eine einleuchtende Kompromißlösung ist meines Erachtens die Idee des **Kern-Unterrichts.** Das weitläufige Gebiet der Massenkommunikation wird eingeteilt in einen innern Themenkreis und in weiter führende, auf andere Gebiete ausstrahlende Themen. Eine **Medienkunde im engern Sinn** behandelt die Kernthemen, welche Grundinformationen über die verschiedenen Medien umfassen und als Fundament dienen zur sachgemäßen Auseinandersetzung mit den Medienaussagen. Viele Probleme greifen jedoch über auf andere Gebiete und können so verschiedene Disziplinen bereichern. Folgende Darstellung möge dies veranschaulichen:



1.2. Einordnung in Lebenskunde

Die **Lebenskunde,** als Hinführung zur persönlichen Lebensführung und Lebensbewältigung verstanden, gewinnt immer mehr an Bedeutung. Es drängt sich geradezu auf, die Medienkunde in die Lebenskunde einzubauen. Einmal wurzeln viele Probleme der Gesellschaft in den Massenmedien selbst, dann aber kommen sehr viele menschliche Probleme in den Medien zum Ausdruck. So kann Medienkunde innerhalb der Lebenskunde eine Schlüsselstellung einnehmen.



1.3. Organisation der Medienkunde

Die Medienerziehung beginnt mit den frühen Kinderjahren im Elternhaus und führt über alle Stufen der Schulzeit hinauf und findet ihre Fortsetzung in der Freizeit- und Erwachsenenbildung. Die Organisation der Medienkunde muß auf die verschiedenen Schulstufen abgestimmt werden.

Es lassen sich folgende drei Möglichkeiten denken:

1. Als **sporadisches Eingehen** auf einzelne Medienprobleme bei jeder sich bietenden Gelegenheit. Die Vorteile dieser Form sind Spontaneität und Aktualität.
2. Als **regelmäßige Wochenstunde** (Doppelstunde). Die zeitliche Fixierung gestattet einen systematischen Aufbau und eine Planung auf weite Sicht (z. B. Materialbestellung).
3. Als **geballte Kurse** mit bestimmten Themen. Die zeitliche Konzentration, z. B. auf eine Reihe von Halbtagen oder auf eine ganze Woche, begünstigt intensives Arbeiten und wäre gerade für die Mittelschul- und Berufsschulstufe von Vorteil.

1.4. Zeit

Angesichts der vielfältigen Themen der Massenkommunikation stellt sich die Frage nach dem zeitlichen Aufwand. In den Lehrplänen einiger Kantone und der Nachbarländer Deutschland und Österreich schwanken die Vorschläge zwischen 10 und 40 Stunden pro Schuljahr. So ließe sich die Forderung vertreten, pro Schuljahr **mindestens 20 Stunden** für die Medienkunde im engern Sinn einzusetzen. Auf den obern Schulstufen drängt sich allerdings eine größere Stundenzahl auf.

In der Praxis stellt man fest, daß eine Einzellektion oft zu knapp ist, vor allem für die Besprechung eines Films. Die Unterrichtseinheit sollte mindestens eine **Doppelstunde** umfassen, evtl. einen Halbtag.

2. Methodische Hinweise

2.1. Schulstufen

Bei allen Überlegungen ist die entsprechende Schulstufe zu berücksichtigen. Wir machen folgende Einteilung:

1. Vorschule, 3–6 Jahre
2. Unterstufe Primarschule, 1.–3. Schuljahr
3. Mittelstufe Primarschule, 4.–6. Schuljahr
4. Oberstufe Primarschule, Sekundarschule und Untergymnasium, 7.–9. Schuljahr
5. Mittelschule, 10.–13. Schuljahr
6. Berufsschule

2.2. Apparaturen

Weil Medienkunde ohne Einsatz der Medien ein Unsinn ist, muß die Schule über die notwendigen Apparaturen (und selbstverständlich über Verdunkelungs- und Verdämmerungseinrichtungen) verfügen.

Notwendige Apparaturen sind:

1. Filmprojektor 16 mm
2. Diaskop
3. Episkop

4. Hellraumprojektor (Overhead)
5. Tonbandgerät
6. Radiogerät
7. Fernsehgerät

In Zukunft werden an Bedeutung gewinnen:

1. Bild-Ton-Aufzeichner (Video-Recorder)
2. Video-Kamera zum Aufnehmen von Bild und Ton
3. Filmprojektor Super 8 mm
4. Filmkamera Super 8 mm
5. für Mittelschulen: Fimprojektor 35 mm

Mit dem Bild-Ton-Aufzeichner können die Fernsehsendungen (auch Spielfilme!) gespeichert und beliebig oft zur gewünschten Zeit abgespielt, auch gestoppt und teilweise wiederholt werden: eine notwendige Voraussetzung für die exakte Besprechung. Durch diese jederzeitige Verfügbarkeit erhalten auch die Schulfernseh-Sendungen erst ihren vollen Wert. Bald werden auch fertig bespielte Bild-Ton-Kassetten auf dem Markt erscheinen.

Aufsehenerregende Vorteile bietet die **Video-Kamera** zum tragbaren Video-Recorder. Nicht nur, daß der Lehrer der naturwissenschaftlichen Fächer Versuche und Gegenstände in Bild und Ton auffangen und am Bildschirm einer größern Gruppe vorführen kann. Auch für die aktive Filmkunde ergäben sich ideale Anwendungsmöglichkeiten: Damit könnten Bild-Ton-Aufnahmen nach Drehbuch «gedreht», d. h. magnetisch gespeichert werden. Im Gegensatz zu einer Super-8-Kamera lassen sich Bild und Ton sofort abspielen und überprüfen (allerdings vorerst nur in Schwarzweiß). Zudem läßt sich das gleiche Band beliebig oft löschen und wieder bespielen, was ungeahnte Möglichkeiten für Schülerübungen bietet.

Für die Zukunft verspricht man sich immer mehr vom Super-8-Filmstreifen, weil mit diesen preisgünstigen, höchstens 5 Minuten dauernden **Arbeitsstreifen** die Schüler motiviert werden sollen. Die Super-8-Norm wird sich auch beim Amateurfilm (bei Lehrer und Schüler) durchsetzen.

2.3. Medienlehrer

Wer soll Medienkunde erteilen: der Klassenlehrer oder ein Fachspezialist?

Der Klassenlehrer wird dank seinem engern Kontakt mit den Schülern ein offeneres Gespräch über Lebensfragen führen können. Andererseits kann sich ein Spezialist besser in die Materie vertiefen.

Als wichtigste Voraussetzung gilt: Der **Medienlehrer** muß den Medien offen, auf keinen Fall pessimistisch gegenüberstehen, sich gründlich in die Probleme vertiefen und sich beständig auf dem laufenden halten. Innere Ablehnung und Sachunkenntnis verbarrikadieren das Gespräch mit den Jugendlichen und bewirken einen Bumerang-Effekt.

2.4. Exemplarische Funktion des Films

Die Filmerziehung übernimmt eine führende Rolle innerhalb der Medienerziehung. Da sie auch geschichtlich der Ausgangspunkt der Medienerziehung war, steht auf diesem Gebiet der Schule eine große Auswahl von Arbeitsmitteln zur Verfügung. Der **Film** ist Modellfall für die Bild-Ton-Sprache und für die meisten Aspekte der Massenkommunikation. Somit erhält Filmerziehung exemplarische Funktion und gestattet einen idealen Transfer zum Fernsehen und zu den übrigen Medien.

2.5. Kurzfilm

Neben den sachbezogenen Unterrichtsfilmen, die sich speziell mit den Problemen der Medien selber befassen, kommt dem Kurzfilm eine ganz besondere Bedeutung zu. Er will nicht Unterrichtsfilm sein, sondern Kurzspielfilm oder Experimentierfilm mit besonderen Problemen.

Der **Kurzfilm** hat nach Zöchbauer folgende Vorzüge (23, S. 9–15):

- Mit minimalem Zeitaufwand (meist 5–30 Min.) läßt er sich mühelos in den Unterricht einfügen. Er kann mehrmals vorgeführt werden (auch sequenzenweise), eine notwendige Voraussetzung für die eingehende Betrachtung.
- Er beschränkt sich thematisch, indem er meist nur ein Einzelproblem aufgreift. Dies erleichtert den Überblick und entspricht dem Auffassungsvermögen der Schüler.
- Er ist in der Regel Autorenfilm, in dem der Filmemacher bewußt seine Probleme in verdichteter Aussage darstellt.
- Er ist meistens mit größerer künstlerischer Sorgfalt hergestellt und erlaubt dem Künstler eher formale Experimente als der Langspielfilm. Damit wird die Vielfalt der filmischen Möglichkeiten aufgezeigt.

- Der Symbolgehalt im Kurzfilm ist groß. Er ist meist im besten Sinn vieldeutig, hintergründig und künstlerisch transparent.
- Durch die Aussagedichte, seine Vieldeutigkeit, seine künstlerische Form und seinen Symbolgehalt, auch durch seine aktuelle Problematik spricht er die Jugend besonders gut an und ruft geradezu nach einer Auseinandersetzung.

Neben dem Kurzfilm werden gelegentlich auch Langfilme vorgeführt und diskutiert, wobei die Aufführung im Kinoraum eine perfektere Wiedergabe gewährleistet.

2.6. Filmgespräch

Unreflektierte Filme sind geistig unverdaute Eindrücke. Es ist nötig, sie geistig zu verarbeiten, die audiovisuellen Eindrücke auch in Worte zu fassen, zu verbalisieren. Nach Stückrath ist es «für die Stabilität der optischen Eindrücke erforderlich, daß sie ins Sprachliche transponiert werden». Besonders Kurzfilme können zum Ausgangspunkt von Gesprächen werden. Sie sind die gemeinsame Erlebnisgrundlage, die ein Gespräch aktiviert. Im Dialog wird versucht, die persönlichen Eindrücke wiederzugeben, Form, Inhalt und Intention zu verstehen und in der pluralistischen Breite der Meinungen zu Erkenntnissen zu gelangen. Das Filmgespräch hilft so mit, das Erlebnis zu vertiefen und in der Auseinandersetzung mit den Grundfragen des menschlichen Lebens und Zusammenlebens die Aussage des Films fruchtbar zu machen.

Für die Besprechung der Kurzfilme kann folgender Weg eingeschlagen werden:

1. Erstmalige Vorführung des Films. Dabei soll der Schüler nicht vorher beeinflußt werden, indem etwa Inhalt und Lösung verraten werden. Eine Einführung hat nur dann einen Sinn, wenn Erklärungen zum Verständnis notwendig werden, z. B. technische Erläuterungen oder Hinweise auf besondere Schwierigkeiten. Dem Schüler soll ein persönliches, spontanes Erfassen ermöglicht werden.
2. Nach dem ersten vorsichtigen Festhalten der Eindrücke wird die zweite Vorführung bewußter aufgenommen, vielleicht mit gezielten Beobachtungsaufgaben in Gruppen.
3. Erst nachher setzt ein gründliches Erarbeiten ein; eine Vertiefung in die Probleme, die ausmündet in eine aktive Formulierung. Vielleicht können mehrmaliges Ansehen und die Auseinandersetzung mit andern Meinungen (auch fachmännischer Kritiken) Hilfe bieten.

Im gleichen Sinn muß es das **Gespräch** geben über Fernsehsendungen, Radiosendungen, Presse-Erzeugnisse, Werbe-Gestaltungen usw.

2.7. Mediotheken

Um ergiebig arbeiten zu können, braucht der Lehrer genügend Arbeitsmittel aus allen Bereichen. Vor allem auf dem Gebiet des Kurzfilms müssen die Filmverleihstellen ausgebaut werden, um die einschlägigen Filme in genügender Anzahl jederzeit greifbar zu haben.

Je länger je mehr wird aber die Forderung gestellt, große Sammelstellen für alle Medien, sog. **Mediotheken,** zu schaffen, wo Filme, Fernsehaufzeichnungen, Tonbänder, Lichtbilder, Platten und Kassetten samt Arbeitsunterlagen abgerufen werden können.

2.8. Aktive Medienkunde

Aktives Tun kann den Schüler im besondern Maße motivieren und seine Kräfte entfalten. Deshalb sollen alle Möglichkeiten für diese kreative Seite ausgenützt werden.

Zwar darf das eigene Photographieren oder Filmen im Hinblick auf das Verständnis von Filmwerken nicht überbewertet werden. Das Arbeiten mit einer Filmkamera macht noch keinen Filmkünstler und bedeutet nicht unbedingt, daß anspruchsvollere Filme besser erfaßt werden.

Hingegen vermag das eigene Gestalten, vor allem mit Photo- und Filmkamera, mit Tonband- und Video-Gerät, die **Kreativität** anzuspornen und kann auch psychohygienisch von Bedeutung sein. Bild- und Ton-Medien gestatten nämlich dem Jugendlichen, seine Erlebnisse und vor allem seine Probleme auszudrücken, was gerade bei sprachlich weniger gewandten Typen befreiend wirken kann.

Organisatorisch sind folgende Formen denkbar:

a) Wahlfach-Kurse in der Schule
b) Freizeit-Kurse
c) Konzentrationswochen oder Klassenlager

d) Team-Arbeit einer auf freiwilliger Basis gegründeten Schülergruppe

Vorschläge zur Schüleraktivität in den einzelnen Mediengebieten:

Presse und Photo
1. Photographieren: Kurse für Anfänger und Fortgeschrittene
2. Montage von Photos, Photo-Reportagen samt Text
3. Analyse von Presse-Erzeugnissen: Text und Bild
4. Texte für die Zeitung schreiben: Berichte, Stellungnahmen usw.
5. Gestalten einer Schülerzeitung

Film
1. Treatments (sprachliche, bildhafte Formulierung) erarbeiten, Teilnahme an Treatment-Wettbewerben
2. Eigene Drehbücher zusammenstellen
3. Filme drehen: Super 8 oder Video (Real oder Trick)
4. Filmklub: Diskussion über vorgeführte Filme

Fernsehen und Bild-Ton-Speicher
1. Bild-Ton-Aufzeichnungen von Fernseh-Sendungen mit Video-Recorder (auch Nachrichten-Sendungen)
2. Eigene Bild-Ton-Aufnahmen mit Video-Kamera
3. Tele-Klub: Diskussionen über TV-Sendungen
4. Gestaltung des Anschlagbrettes für Film und Fernsehen (Programmvorschau und Kritiken)

Radio, Schallplatte, Tonband
1. Tonband-Aufnahmen (Tonjäger)
2. Mischen von Tonbändern

Medienübergreifend
1. Werbung: Werbe-Beispiele sammeln und untersuchen, eigene Werbetexte samt Gestaltung entwerfen
2. Information: Vergleichende Analysen von verschiedenen Medienaussagen und Aufdecken von Manipulationen

3. Medienerziehung auf den verschiedenen Schulstufen

Auf allen Schulstufen muß, entsprechend den neuen psychologischen Erkenntnissen, **entwicklungsgemäß** gearbeitet werden. Bei der Auswahl der Stoffe sind die speziellen Gegebenheiten zu berücksichtigen.

3.1 Vorschule 3–6 Jahre

Nach Mohrhof müssen die ersten Ansätze zur Medienerziehung in der Wohnstube gemacht werden.
Nowak schlägt vor, mit der visuellen Bildung beim 3jährigen zu beginnen (28).
Schon früh wird das Kind mit Bildern, Photos und auch mit dem Fernsehen konfrontiert. Bereits werden spezielle Sendungen für 3- bis 6jährige realisiert. Man sieht heute ein, daß die entscheidenden Erziehungs- und Lernprozesse in der frühen Kindheit, in den ersten drei bis vier Jahren stattfinden. So läßt man die früher verteidigte Altersgrenze für das Fernsehen von 6 Jahren fallen, weil sie nicht zu begründen ist. Selbstverständlich müssen Sendungen für die 3- bis 6jährigen mit größter pädagogischer Verantwortung gemacht werden. So wird von der Gestaltung verlangt, daß die Geschichte (Story) linear und ruhig verlaufe und sich auf ein einziges Thema beschränke. Als Ziele dieser Sendungen werden genannt: Entdeckung der realen Welt, Stimulierung der Sinnestätigkeit, Erhöhung der Erlebnisbereitschaft, Förderung des Spiels, Vorbereitung auf die Schule. Man verspricht sich auch, mit diesen Sendungen milieubedingte Entwicklungsunterschiede auszugleichen. Unbedingt festzuhalten ist die Forderung, daß Erzieher bei der Sendung dabei sind und dem Kind durch Erklärungen und Antworten Hilfe bieten können. Für diese Stufe ist zu bedenken, daß Kleinkinder es oft nicht fertig bringen, das Bild und die Wirklichkeit zu unterscheiden. Margarethe Keilhacker betont, daß auf dieser Stufe die Grenze zwischen Film und realem Leben kaum vorhanden ist.
Die Ziele der erzieherischen Hilfe auf dieser Stufe sind:

1. Hinführen zum richtigen Sehen und Hören;
2. Förderung der verschiedenen gestalterischen Ausdrucksmöglichkeiten;
3. Erklären des Abbildcharakters von Photo und bewegtem Bild (evtl. anhand von Familienbildern);
4. Ansehen von altersgemäßen Fernseh-Sendungen im Beisein eines Erziehers mit

anschließendem Aussprechen und spielerischem Gestalten.

3.2. Unterstufe Primarschule 1.–3. Schuljahr

Wenn das Fernsehen zum «Tagesgespräch» gehört, wird es notwendig, dem Kind zu helfen, die Eindrücke zu klären und zu ordnen. Auf dieser Stufe herrscht eine starke Gefühlsgebundenheit (Parteinahme für Personen und für Tiere). Das Empfinden für Gerechtigkeit, für Gut und Böse erwacht. Realistisches Denken und eine vitale Beziehung zur Welt bahnen sich an.

Es geht auf dieser Stufe um folgende Ziele:

1. Verständnis wecken für die Bildsprache und die richtige Beziehung zum Dargestellten fördern.
2. Hilfe bieten zur Bewältigung der Medieneindrücke.
3. Anleiten zum bewußten Gestalten von Eindrücken.

3.3 Mittelstufe Primarschule 4.–6. Schuljahr

Auf dieser Stufe wächst das Interesse für das Fernsehen gewaltig, aber auch für Illustrierte und Zeitschriften. Abenteuerlust und Entdeckerfreude bestimmen das Tun und die Auswahl der Themen. Zugleich entwickelt sich ein kritischer Sinn, der nach Echt und Wahr fragt, eine Möglichkeit, tiefer auf die Medieninhalte einzugehen.

Bestimmte Themen lassen sich als Gesamtunterrichts-Blöcke behandeln, z. B. Werbe-Fernsehen, Illustrierte, Schlager usw. Es wäre vielleicht angezeigt, am Montag eine kurze Zeit einzuräumen zur Besprechung und Bewältigung des «Fernseh-Wochenendes», welches nach einer erzieherischen Hilfe ruft. Folgende Ziele drängen sich für diese Stufe auf:

1. Verständnis schulen für Bildsprache und Wortsprache, wechselweises Transponieren;
2. Einsicht fördern für Form und Inhalt der medialen Aussagen;
3. Aufzeigen der «gestalteten Wirklichkeit» (Scheinwirklichkeit) in den verschiedenen Medien;
4. Kritisches Betrachten der Fernsehsendungen, vor allem der Serien;
5. Eingehen auf Comics, Illustrierte, Schallplatte;
6. Fragen über Werbung und Geschäft aufwerfen.

3.4. Sekundarschule, Primarschul-Oberstufe, Untergymnasium 7.–9. Schuljahr

In der Zeit der Pubertät sucht der junge Mensch seine Rolle. Im geistig-seelischen Umbruch hält er sich an neue Vorbilder, welche ihm in den Medien in größter Vielfalt angeboten werden. In diesem Hunger nach Welterfahrung und Horizonterweiterung läßt sich die **starke Faszination** durch die Massenmedien erklären. Statistiken über den Fernseh-Konsum belegen, daß Jugendliche in diesem Entwicklungsabschnitt (13–14 Jahre) den Rekord an «Fernseh-Stunden» erreichen.

Wenn auch dieses Alter eine Zeit großer Labilität und Beeinflußbarkeit von außen ist, so wachsen aber auch Urteilsfähigkeit und geistige Aufgeschlossenheit und geben zu Hoffnungen Anlaß.

Aus diesen Gründen muß auf dieser Stufe eine gründliche, systematische Medienkunde einsetzen; ein tragendes Fundament, auf dem weitergebaut werden kann.

Vielen Schülern wird so vor dem Übertritt ins Berufsleben ein geistiges Werkzeug mitgegeben, das sie befähigt, den Einflüssen der Massenmedien gegenüber nicht «Schwamm», sondern «Filter» zu sein.

Weil gerade in diesem Alter das Verständnis für persönliche, mitmenschliche und gesellschaftliche Probleme wächst, werden die Medien fruchtbare Diskussionen entfachen. Hier gewinnt das Gespräch immer mehr an Bedeutung auf der Suche nach einer eigenen Haltung.

Folgende Ziele ergeben sich für diese Stufe:

1. Gründliche Einführung in Entstehung und Gestaltung der Medienaussagen;
2. Hinführen zum Verständnis dieser Aussagen nach Form, Inhalt und Wirkung (Absicht);
3. Schulung der kritischen Haltung und des Unterscheidungsvermögens;
4. Förderung des Gespräches über Medienaussagen;
5. Einführung in die Methoden der Werbung, Aufzeigen ihrer Hintergründe und Wirkungen;
6. Einführung in die Probleme der Information;
7. Aufzeigen des geschäftlichen Aspektes der Medien und Hinführen zum richtigen Konsumverhalten;

Stoffplan

für die verschiedenen Schulstufen

	PRESSE Zeitung, Illustr., Comics	**FILM**	**FERNSEHEN** u. Bild-Ton-Speicher	**RADIO** (Hörfunk) u. Schallpl. u. Tonband
1. Vorschule 3—6 Jahre	**Sehen** lernen Bild und Photo Beziehung zum Bild: Abbildcharakter erkennen den Dingen Namen geben Bilderbücher Bildergeschichten	Familienfilm Beziehung zum bewegten Bild: Ablauf erfassen	Vorschul-Sendungen (Gespräch darüber)	**Hören** lernen Märchenplatten Musikplatten
	Aktiv: Geschichten aufnehmen und das Erlebte **zum Ausdruck bringen:** erzählen, zeichnen, malen, gestalten, singen, tanzen, spielen, musizieren (Gemüt und Phantasie)			
2. Unterstufe Primarschule 1.—3. Schuljahr	Bewußtes Sehen **Bildergeschichte** Illustrationen, Comics Aussage eines Bildes verstehen lernen, verbalisieren, Bildsprache und Wortsprache, in Wort und Bild sich ausdrücken lernen	Bewegte Bilder (Laufbild) Unterrichtsfilme Unterhaltungsfilme (einf. Filmgeschichten) **Bildfolge** und deren Beziehungen erkennen (Assoziationen)	Schul-Fernsehen Kinder-Sendungen (Gespräch darüber) Werbespots bespr. Programm-Vorschau	Bewußtes Hören **Musik, Rhythmus** Kinderlieder Instrumente
	Werbung (wo gibt es Werbung? verschiedene Werbeträger untersuchen) **Aktiv: Bildnerisches Gestalten** mit allen möglichen Mitteln und Techniken, eigene **Photos** machen			
3. Mittelstufe Primarschule 4.—6. Schuljahr	**Vom Bild zum Wort** **vom Wort zum Bild** Üben im Transponieren Wirklichkeit und Abbild Bildbetrachtung **Illustrierte** (Aufmachung) Presse-Erzeugnisse Vergleich **Comics** krit. betrachtet	Unterrichtsfilme Unterhaltungfilme gestaltete Wirklichkeit Erkennen der **einfachsten Gestaltungsmittel:** (Bild - Bewegung - Ton - Montage)	Schul-Fernsehen Jugend-Sendungen Fernseh-Serien Werbe-Spots, Tagesschau (klärendes Gespräch) Programm-Vorschau empfohlene Sendungen besprechen	**Schlager** und Stars (Hitparade) vergleichen u. kritisch Stellung nehmen
	Werbung (wie wird geworben?) Arten der Werbung (Beispiele sammeln und vergleichen) Sachgemäßer Einsatz der audiovisuellen Bildungsmittel in der Schule (Verständnis dafür wecken)			
	Aktiv: Photographieren Üben in photogr. Techn.	Drehbuch erarbeiten Filmen (Super 8)	Fernseh-Tagebuch führen	Arbeiten mit Tonband

	PRESSE	FILM	RADIO	FERNSEHEN
4. Sekundarschule, Unter-Gymnasium Oberstufe Primarschule 7.—9. Schuljahr	**Entstehung** einer Zeitung Vom Ereignis zur Nachricht Gestaltung der Zeitung u. Illustr. u. Bildpresse u. Comics, Plakat, Karikatur Gestaltung des Bildes (Photo) Bildwirkung (Mißbrauch)	**Entstehung** eines Films Von der Idee zum Film **Gestaltungsmöglichkeiten in der Bild-Ton-Sprache** in Film und Fernsehen (Bild - Bewegung - Ton-Montage) Stilformen, Trickfilm	**Entstehung** einer Live-Sendung Von der Kamera zum Bildschirm Elemente d. TV-Send. versch. Sendetypen	**Entstehung** einer Reportage Von der Aufnahme zur Sendung **Gestaltung** der Send. **Musik der Jugend,** Stars, Text u. musik. Gestaltg. untersuchen
	Untersuchung von **Medienangeboten** nach Form, Inhalt und Wirkung (Absicht) **Werbung** (in allen Medien): Methoden der Werbung, Leitbilder, Jugend-Werbung, Hintergründe der Werbung **Geschäft** mit den Medien: Medien als Ware, Konsum-Verhalten, Auswahl **Information** (Nachrichten) in allen Medien, Vergleiche der Medien, Meinungsbildung, Manipulation			
	Schülerzeitg., Werbetexte Montage Bild u. Text	Photographieren Filmen (Real, Trick)	Arbeit mit Bild-Ton-Aufzeichn. (Vid.-Rec.)	Tonband Aufn. u. Montage
5. Mittelschule, Obergymnasium 10.—13. Schuljahr	**Bild-Wort-Beziehungen** Vergleich der Presse-Erzeugnisse (Boulevard-Presse)	**Beziehungen zwischen Bild und Ton** **Dramaturgie** in Film, Fernsehen u. Radio (Fernsehspiel, Radio-Hörspiel) **Geschichte des Films:** ausgewählte Beispiele (Stiluntersuchungen)		
	Aktuelles Angebot in den versch. Medien deuten, verstehen, beurteilen (Form - Inhalt - Absicht) Beziehungen zu **Kunsterziehung** (Literatur, Musik, Theater, Malerei usw.) Kunstwerke **Sozialerziehung** (psychologische, soziologische, philosophische, ethische Aspekte) **Politische Bildung** (Kommunikation und Demokratie, Medien und Macht) Tieferes Eindringen in die **Probleme der Massenkommunikation** (Interdependenzen Sender-Medium-Empfänger) **Wirkungen** der Massenkommunikation auf den Einzelnen und die Gesellschaft Beziehungen der **Massenmedien untereinander,** verschiedene Formen der «Zeichensprache» (Semantik) **Information** (Nachrichten) und deren Problematik: Menungsbildung, Manipulation, vergleichende Analysen **Werbung** in Wirtschaft und Politik (Ideologie), Werbekampagne, Public Relations, Propaganda Aktives Tun in **Kursen** oder **Konzentrationswochen** mit bestimmten Themen:			
	Texte für die Presse	Treatments, Filme drehen	Interviews aufn. (Vid.)	Reportagen gestalten
6. Berufsschule	Auseinandersetzung mit dem **aktuellen Angebot** aller Medien (Form, Inhalt, Wirkung) Medieninhalte als **Diskussionsgrundlage** für aktuelle Probleme Einstieg für **Politische Bildung, Sozialkunde, Wirtschaftskunde** usw. Bestimmte **Themen** (in allen Medien): z. B. Mitmenschlichkeit, Gesellschaft, Jugend, Arbeit, Brutalität . . . **Publikum und Massenmedien,** Wechselwirkung von Sender und Empfänger (psychologisch, soziologisch, politisch, ethisch) **Information** (in allen Medien) kritisch betrachtet, Vergleich der Medienaussagen **Werbung** (in allen Medien): Methoden, wirtschaftliche Aspekte, Werbung in der Politik (Wahlen, Abstimmung) **Meinungsbildung,** Manipulation, Informationsfreiheit, Massenmedien und Macht **Geschäft** mit den Massenmedien: Sensationspresse, Erfolgsfilme, TV-Serien- und Platten-Hits, Starkult **Kurse** oder **Team-Arbeit**			
	eigene Zeitung, Photos	Filmen, Filmklub	Arbeiten mit Vid.-Rec.	Arbeiten mit Tonband

8. Anregung zum aktiven Tun: photographieren, filmen usw.

3.5. Mittelschule 10.–13. Schuljahr

Die Auslese der Schüler auf dieser Stufe bietet ideale Bedingungen, den Problemen der Massenkommunikation tiefer nachzugehen. Es ist von besonderer Wichtigkeit, diesem geistig beweglichen Kader, aus dem sich wahrscheinlich die Kommunikatoren vor morgen rekrutieren, auch auf diesem Gebiete eine Formung mitzugeben.
In der Mittelschule öffnen sich auch neue Möglichkeiten, indem Beziehungen zu Kunsterziehung, Sozialerziehung und Politischer Bildung usw. hergestellt werden. Es ließe sich auch ein Kapitel Filmgeschichte (parallel zur Literaturgeschichte) mit ausgewählten Beispielen einbauen. In der Mittelschule mit ihrem Fachsystem läßt sich Medienkunde wohl am besten in Kursen oder Konzentrationswochen organisieren. Dem Schüler soll eine Handbibliothek mit einschlägiger Literatur offen stehen. Es ist nicht zu begreifen, wenn in manchen Mittelschulen die Chancen einer Medienerziehung zu wenig genutzt werden.

Die Ziele lauten:

1. Tieferes Eindringen in die Probleme der Massenkommunikation.
2. Beziehungen herstellen zu den verschiedenen wissenschaftlichen Gebieten, herausgreifen von bestimmten Themen.
3. Aufgreifen und diskutieren von aktuellen Problemen im Spiegel der Massenmedien.
4. Diskutieren, Pflege des Dialoges über menschliche Grundprobleme.
5. Studium von Information und Werbung im Netz von Wirtschaft und Politik.
6. Sensibilisierung für die Methoden der Manipulation.
7. Pflege der Schüleraktivität: kreative Mitarbeit in Presse, Film, Fernsehen, Radio. Arbeit im Filmklub.

3.6. Berufsschule

Durch den Kontakt mit der Arbeitswelt sind Berufsschüler offen für die **Probleme des täglichen Lebens,** die sich in den Medien darstellen. Ihre kritische Haltung ruft nach einer geistigen Auseinandersetzung. Das Gespräch über die verschiedenen Probleme der Massenkommunikation kann eine Hilfe bedeuten im Suchen nach Lebensstil und Selbstverwirklichung.
Es geht um folgende Ziele:

1. Gespräch über die aktuellen Film- und Fernsehprogramme, über Presse- und Radio-Darbietungen.
2. Förderung im Erfassen und Bewältigen von menschlichen, gesellschaftlichen und politischen Problemen.
3. Hilfestellung zum richtigen Konsumverhalten.
4. Aufdecken der Zusammenhänge zwischen Medien und Gesellschaft.
5. Kontaktpflege mit den Kommunikatoren (Redaktionen, Film- und Fernseh-Schaffenden, Werbefachleuten usw.).
6. Bildung von Film- und Fernseh-Zirkeln.

4. Stoffplan (s. Seiten 694/95!)

5. Lehrer-Ausbildung und -Fortbildung

5.1 Grundsätzliches

In der Ausbildung der Lehrer liegt der Beginn und somit auch der Erfolg jeder Medienerziehung. Wie sollen Lehrer Themenbereiche behandeln, in die sie nicht eingeführt worden sind? Es ist ein altes Geheimnis, daß nur das vermittelt werden kann, was der Erzieher sich selbst zu eigen gemacht hat.
Nimmt die Medienpädagogik in den **Lehrerbildungsanstalten** den Platz ein, der ihr nach ihrer Bedeutung zukommt? Bis jetzt sind es nur wenige Pioniere unter den Lehrern, die sich mit Begeisterung und Engagement in diese Materie eingearbeitet haben und so Medienerziehung in der Schule verwirklichen können.
Für die Zukunft ist für alle Lehrkräfte an der Volksschule eine gründliche Ausbildung in der Medienpädagogik zu fordern. Da der Bildungsgrad eines Volkes entscheidend vom Bildungsniveau der Lehrerschaft abhängt, lohnt sich hier mehr Einsatz.
Auch die **Universitäten** müßten fähig sein, Fachkräfte auf dem Gebiet der Massenkommunikation heranzubilden. Es müßten Lehrstühle für Massenkommunikation und Medienpädagogik geschaffen werden, damit der universalen Bildung entsprochen werden kann. So schreibt Robert Keiser (Gymnasium Helveticum 23 1968/69): «Die Hochschulen dürften sich nicht nur sporadisch und einseitig (meist soziologisch) mit Film

beschäftigen, sondern sie müßten sich dauernd und umfassend zur Medienforschung bekennen.»

Es taucht die Frage auf, ob es nicht sinnvoll wäre, ein **Zentrum für Massenkommunikation** zu schaffen, wo Forschung, Technologie und Pädagogik koordiniert würden.

5.2. Vorschlag von Themenkreisen für die Lehrerausbildung

1. Massenkommunikation allgemein
   Bedeutung und Wirkungen der Massenkommunikation; Gefahren der Massenkommunikation für den Einzelnen und für die Gesellschaft; Eigenarten und Wechselbeziehungen der verschiedenen Medien; Entwicklungsmöglichkeiten, Zukunftsaussichten; Massenmedien und Jugend; Aufgaben der Medienerziehung.
2. Presse
   Übersicht über die Presseerzeugnisse; Aufgaben und Bedeutung der Presse; Das Bild (Photographie) als journalistisches Element; Bild und Wirklichkeit; Gestaltungsmöglichkeiten des Bildes, Bildreportage; Illustrierte: Entstehung, Gestaltung, Wirkweise; Tageszeitung: Entstehung, Gestaltung, Redaktion, Druck; Comics: Untersuchung von Bild und Text, Wirkung.
3. Film
   Entstehung eines Films; Die Bild-Ton-Sprache mit ihren Gestaltungsmöglichkeiten: Bild – Bewegung – Ton – Montage; Kennenlernen von bedeutenden klassischen Filmen; Übersicht über die Filmgeschichte; Moderne Filme, speziell Kurzfilme (auch Trickfilme); Filmgespräch und Filmbeurteilung.
4. Fernsehen
   Entstehung einer Live-Sendung; Elemente einer Fernseh-Sendung; Programmgestaltung im Fernsehen; Wirkweisen des Fernsehens; Kinder und Fernsehen.
5. Musik (Radio, Schallplatte, Tonband)
   Schlager, Musik der Jugend; Stars, Managers, Fans; Das Schallplatten-Geschäft; Radio-Programm (evtl. Hörspiel).
6. Werbung (medienübergreifend)
   Aufgaben und Bedeutung der Werbung; Psychologie der Werbung, Leitbilder; Werbung in Wirtschaft und Politik, Public Relations; Das Geschäft mit den Massenmedien, Konsumverhalten.
7. Information (medienübergreifend)
   Die Bedeutung der Information für den Einzelnen und die Gesellschaft; Der Weg der Nachrichten; Vergleich der Informations-Medien und ihrer Inhalte; Information und Meinungsbildung; Manipulation und ihre Methoden; Untersuchen der Medien auf Manipulationen.
8. Methodik der Medienkunde
   Stoffpläne für die verschiedenen Schulstufen; Arbeitshilfen für die Medienkunde; Methodische Hinweise; Praktische Arbeiten: Photo, Film, Tonband, Videoband usw.
9. Unterrichtstechnologie
   Theoretische Auseinandersetzung mit den verschiedenen technischen Hilfsmitteln; Praktische Übungen mit diesen Hilfsmitteln.

5.3. Fortbildung der Lehrkräfte

Die Fortbildung auf dem Gebiete der Medienerziehung umfaßt folgende Möglichkeiten:

1. Auffrischen des Grundwissens, Verarbeiten neuer Erkenntnisse;
2. Vertiefen in Einzelaspekte, z. B. Brutalität, Manipulation usw.;
3. Behandeln von aktuellen Medienproblemen;
4. Vorführen von neuem Unterrichtsmaterial;
5. Aufzeichnen und Diskutieren verschiedener methodischer Möglichkeiten (Demonstrationslektionen);
6. Bekanntmachen mit der einschlägigen Literatur.

Die Fortbildung geschieht in **Kursen** von ca. 2 Tagen, unter Umständen auch in wöchigen Kursen. Dafür müßten ausgebildete Kursleiter herangezogen werden, welche die Möglichkeit haben, sich im In- und Ausland fortzubilden.

Neben diesem Kurswesen könnten **Arbeitsgruppen,** die sich aus Pädagogen und Medienfachleuten zusammensetzen, neue Impulse geben, indem sie praktische Erfahrungen zusammentragen, Arbeitshilfen erarbeiten, erproben und veröffentlichen.

Die Lehrerschaft müßte eine dauernde **Zusammenarbeit mit den Kommunikatoren** anstreben (Aussprachen, Besuche bei Radio- und Fernsehanstalten, Redaktionen, Werbeagenturen usw.), um mit der Praxis in Kon-

takt zu bleiben und um die Wünsche der Schule zu vertreten.
Von großer Bedeutung sind **regionale Mediotheken,** die dem Lehrer ein großes Angebot von Arbeitsmaterial und methodischen Unterlagen zur Verfügung stellen.

Alle diese Vorschläge und die darin geforderten Anstrengungen mögen mithelfen, eine Generation heranzubilden, die das faszinierende Medienangebot von heute und morgen sinnvoll zu gebrauchen weiß.

ANHANG

Benützte Literatur

1* Baumgärtner Alfred: Die Welt der Comics, Bochum, 1965
2 Beer Ulrich: Konsumerziehung gegen Konsumzwang, Tübingen 1967
3 Beer Ulrich: Umgang mit Massenmedien, Düsseldorf 1968
4 Beer Ulrich: Bildung vom Bildschirm? Tübingen 1969
5* Blumenberg Hans: Film positiv, Düsseldorf 1968
6* Bucher Theodor: Pädagogik der Massenkommunikationsmittel, Einsiedeln/Zürich/Köln 1967, 1971[2]
7 Chresta Hans: Filmerziehung in Schule und Jugendgruppe, Solothurn/Stuttgart 1963
8* Clausse Roger: Publikum und Information, Opladen 1962
9 Dovifat Emil: Zeitungslehre I und II, Göschen Bd. 1039/1040, Berlin 1967
10* Emrich Ernst: Wir schalten um, Tb Bd. 45, Ravensburg 1965
11 Fabian Rainer: Die Meinungsmacher, Hamburg 1970
12* Feusi Josef: Kleine Filmkunde, Zürich 1964
13* Fülgraff Barbara: Fernsehen und Familie, Freiburg 1965
14* Furian M. / Vogg G.: Fernseherziehung, Aufgabe für die Zukunft, Essen 1970
15 Heinrichs Heribert: Lexikon der audio-visuellen Bildungsmittel, München 1971
16 Holzer Horst: Illustrierte und Gesellschaft, Freiburg 1967
17 Holzer Horst: Massenkommunikation und Demokratie in der Bundesrepublik Deutschland, Opladen 1969
18* Ipfling Heinz-Jürgen: Jugend und Illustrierte, Osnabrück 1965
19 Keilhacker M. / Wasem E.: Jugend im Kraftfeld der Massenmedien, München 1965, 1966[2]

* = Bücher, welche für den Lehrer von besonderer Wichtigkeit sind

20 Keilhacker M. / Brudny W. / Lammers P.: Kinder sehen Filme, München 1957/1970
21 Kerstiens Ludwig: Filmerziehung, Münster 1961, 1968[3]
22* Kerstiens Ludwig: Medienkunde in der Schule, Bad Heilbrunn 1968
23 Der Kurzfilm — eine pädagogische Chance, Hrsg. Berresheim / Hoersch, Köln 1970
24 Lepper Ulrich: Die Tageszeitung im Unterricht, Frankfurt/Berlin/München 1969[2]
25 Leitfaden zur Film- und Fernseherziehung, Hrsg. Stümmer / Vogg, München 1966
26* Maletzke Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation, Hamburg 1963
27 Mc Luhan / Fiore: Das Medium ist Massage, Ullstein Tb Nr. 3639 Frankfurt/Berlin 1967/1969
28* Nowak Werner: Visuelle Bildung, Villingen 1967
29 Peters Jan Marie: Grundlagen der Filmerziehung, München 1963
30 Roegele Otto: Die Zukunft der Massenmedien, Osnabrück 1970
31 Schuster H. / Sillner L.: Die Zeitung, wie sie uns informiert, wie sie sich informiert, Olzog 128, München/Wien 1968
32 Steffens Manfred: Das Geschäft mit der Nachricht, Hamburg 1969
33* Steiner A. / Zöchbauer F. / Brandstetter A.: Massenmedien in Unterricht und Erziehung, Frankfurt/Berlin/Bonn/München 1969
32 Sex and Crime in den Massenmedien, Heft 3 Reihe Jugendschutz, Hamm 1968
35 Struppmann Robert: Wir lesen die Tageszeitung, Frankfurt/Berlin/München 1969[2]
36 Wasem Erich: Jugend und Bildschirm, München 1964
37 Wasem Erich: Medien der Öffentlichkeit, Düsseldorf 1969
38 Watzka Lore: Kleinkind und Fernsehen, Wien/München 1968
39 Zieris Franz: Jugend vor dem Fernsehschirm, Gütersloh 1963
40 Zöchbauer Franz: Richtig fernsehen, Innsbruck 1965

Zeitschriften

a) Jugend und Bild, monatlich, hrsg. von Arbeitsgemeinschaft Jugend und Film, 8022 Zürich, Seefeldstr. 8
b) Der Filmberater, monatlich, hrsg. vom Filmbüro SKVV, 8002 Zürich, Bederstr. 78
c) Jugend Film Fernsehen, monatlich, hrsg. vom Arbeitszentrum Jugend Film Fernsehen, 8 München 15, Waltherstr. 23
d) Film Bild Ton, monatlich, hrsg. vom Institut für Film und Bild, 8 München 22, Museumsinsel 1