Wolfgang Horn · Hans Paukens (Hrsg.)

Alphabetisierung Schriftsprache Medien

hueber

Alphabetisierung Schriftsprache Medien

Herausgegeben von
Wolfgang Horn und Hans Paukens

Max Hueber Verlag

I n h a l t

Wolfgang Horn / Hans Paukens 5

Schriftsprache, Medien, Alphabetisierung
Einleitende Überlegungen zu Analphabetentum
und (Massen-)Medien

Hans Brügelmann 20

Denkprobleme beim Lesen- und Schreibenlernen
Eine Selbsterfahrung zum Nach-Denken

Heinz W. Giese 29

Schulischer Schriftspracherwerb und Analphabetismus
Kann die Alphabetisierungspraxis von den Schwierigkeiten des schulischen Anfangsunterrichts lernen?

Iris Füssenich / Bernhard Gläß 48

Zur Theorie und Praxis der Alphabetisierungsarbeit -
Erwachsene sollen Lesen und Schreiben lernen

Elisabeth Fuchs-Brüninghoff / Wolfgang Kreft / Ulrike Kropp 57

Wo steht die Alphabetisierung in der
Bundesrepublik Deutschland?

Erhard Schlutz 66

Erwachsenenbildung und Medienverbund
Zu den Interessen an Alphabetisierung

Karl H. Karst 78

Schriftsprache versus Bildsprache -
Neun Thesen zu einer falschen Alternative

Wolfgang Horn / Hans Paukens 89

Medienausstattung und Mediennutzung von Analphabeten

Ulla Harting / Anne Meevissen / Achim Schulz 112

Medien in der Alphabetisierung -
Mittler zwischen Lerngegenstand und Lerner

Karl H. Karst

Schriftsprache versus Bildsprache
- Neun Thesen zu einer falschen Alternative

1. Der Schwarze Buhmann

Johann Gensfleisch zur Laden, unter dem Namen Gutenberg als "Erfinder des Buchdrucks" bekannt, war zeitlebens in Geldnot und von Gläubigern geplagt. Die "Erfinder" des Rundfunks, des Fernsehens, des Computers etc. - kaum namentlich benennbar - sind allesamt reich geworden und leben (oder starben) mehrheitlich hochdekoriert. Was sie mit Gutenberg verbindet, ist der an sie gerichtete Vorwurf, sie hätten durch ihre "neu-modische" Technik die angestammten Kulturtraditionen mehr und mehr aus dem Leben verdrängt. Manches Argument, das sich heute gegen die vermeintliche Dominanz der Bildermedien erhebt, ähnelt somit ungewollt, aber auffallend den vormaligen Verunglimpfungen des Buchdrucks.

Auch die apokalyptische Prophetie vom Untergang der (Schrift-)Kultur, die sich derzeit mit der Diagnose eines verbreiteten Analphabetentums in hochtechnisierten Gesellschaften verbindet, gerät zuweilen in die Nähe jener inquisitorischen Aufwiegelei, die zu Gutenbergs Zeiten den Buchdruck als Machwerk des Teufels deklarierte. Nun ist es der Buchdruck selbst, dem das Verschwinden droht. Und Schuld daran - so heißt es - Schuld seien auch jene audio-visuellen Medien, die ohne Schrift ihre Wirkung tun, über das Gehör nämlich, das Sprechen also und mit Hilfe der Bilder.

Vergleicht man die Medienschelte des fünfzehnten mit derjenigen des zwanzigsten Jahrhunderts und stellt die Argumente contra Buchdruck den Argumenten contra elektronische Medien gegenüber, so ergeben sich auffällige Gemeinsamkeiten: Damals wie heute war es die relative Massenhaftigkeit ihrer Gegenstände, die Widerspruch und Geringschätzung, letztlich auch ihre Verdammung hervorriefen. Was vielen gut und billig war, konnte den wenigen Auserwählten nicht recht sein: "Popularisierung" war (und ist) ein Wort mit pejorativer Bedeutung.

Doch der Vorschlag eines solchen Vergleichs zwischen Buchdruck

und audio-visuellen Medien wirkt anrüchig und mißverständlich. Wer ihn erhebt, gerät in Verruf, ein Feind der Schriftkultur zu sein, ein unverbesserlicher Technik-Freak, ein Banause kurzum. Selbst seine Beteuerung, daß ihm gerade der Erhalt dieser Kultur angelegen sei, wenn er Gemeinsamkeit fordere statt Polarisierung, ruft skeptisches Stirnrunzeln hervor: Während die Erfindung des Buchdrucks als Fördernis der Schreib- und Lesekultur erscheint, gerät das audio-visuelle Medium in den Ruf, ihr hinderlich zu sein. Fernsehen, Video und Computer sind die "Buhmänner" der Bildungsnation.

2. Der feine Unterschied

Weniger als erfreuliche "Sozialisierungs-Maßnahme", sondern vorrangig als unsittliches Zugeständnis an die "Masse", letztlich sogar als Ent-Privilegisierung jener, die das Schreiben und Lesen beherrschten - so kam der Buchdruck daher, als er noch "Teufelskunst" war. Er verringerte die Bedeutung des gesprochenen Wortes und vergrößerte den Gebrauch einer Kulturtechnik, die den "einfachen Leuten" anfänglich wohl ebenso - wenn auch aus anderen Gründen - ungeheuer war wie den Lesekundigen und Schreibmächtigen. Dabei galt er nicht nur als neue Produktionsform einer "alten" Kulturtechnik, sondern forderte und förderte zugleich die Verbreitung einer erst wenig gebräuchlichen Rezeptionsweise, die auf den lernbaren Fähigkeiten des Lesens und Schreibens beruhte.
Das Bildersehen indessen zählt nicht zu den Gegenständen, die es eigens zu lernen gilt. Es scheint mit dem Augensinn vermittelt - so jedenfalls lautet die gängige Meinung. Bilder-Sehen und Bildschirm-Sehen allerdings sind zwei verschiedene Dinge: Der Bild-Schirm ist mehr als ein "Schirm für Bilder" und - zukünftig - weit anderes als ein Medium nur der Wirklichkeitsabbildung. Als multifunktionales Instrument gerät er zur "Schaltzentrale" des beruflichen und privaten Alltags - "Fern-Sehen" im heutigen Sinne wird zum Anachronismus dabei.
Auch das Bildschirm-Sehen will gelernt sein: Nicht erst die Berichte jener Väter und Mütter, die sich "entmachtet" glauben durch ihre Unfähigkeit, mit dem Computer ihrer Kinder angemessen umgehen zu

können, verweisen auf die Angst der Lesenden und Schreibenden, Analphabeten einer neuen Technik zu werden. Dieser **Medien-Analphabetismus** erfordert einen umfassenderen Begriff des Alphabetentums und eine übergreifende Handhabe der Alphabetisierung.

3. Das böse Bild

Das Bild verdränge die Sprache, heißt es (der bildlose Hörfunk bleibt in der Regel schuldfrei), und die zunehmende Visualisierung des Alltags sei ein Grund für das verbreitete Unvermögen, schriftsprachliche Vorgänge wahrzunehmen - obwohl auch die Sprache ein (Schrift-)Bild sein kann und selbst das Lesen ein visueller Vorgang ist.

Das Bild alleine macht es nicht. Allenfalls die Verschiedenartigkeit der optischen Zeichensysteme - ein semiologisches Phänomen - ist hier von Bedeutung: Während die Schrift mehrheitlich aus "symbolischen" Zeichen besteht, die ihre Gegenstände in willkürlicher Übereinkunft benennen, ohne sie abzubilden oder mit ihnen identisch zu sein, ist das Bild ein "ikonisches" Zeichen, das in einigen seiner Merkmale mit dem abgebildeten Objekt übereinstimmt.

Das Bild bedarf, weil es "konkret" ist, keiner eigenen Dekodierungstechnik. Es kann unmittelbar verstanden werden und wirkt ebenso unmittelbar kommunikativ. Da es nicht "übersetzt" werden muß, gilt seine Wahrnehmung gemeinhin als nicht lernenswert. Lesen und Schreiben dagegen setzen die Kenntnis einer Bedeutungs- und Bezeichnungs-Lehre voraus. Semantik und Syntax der Schriftsprache sind zu lernen.

Auch das Bildschirm-Bild ist - so scheint es jedenfalls - "vollständig" und "konkret". Es kann konsumiert werden, ohne dekodiert zu sein, weil es den Anschein erweckt, der wahrnehmbaren Wirklichkeit und seiner gewöhnlichen Abbildung zu entsprechen. Seine Un-Wirklichkeit bleibt dabei ebenso unberücksichtigt wie seine Zeichenhaftigkeit, die einer eigenen Grammatik gehorcht: Auch ein Bildschirm-Bild muß "gelesen" werden **können.** Die Unfähigkeit, sein oberflächliches "Als ob" zu durchstoßen und seine Eigengesetzlichkeit (seine "Medialität") zu erkennen, verweist erneut auf den Umfang und die Folgenschwere eines (Medien-)Analphabetismus, der

auf der grundlegenden Unkenntnis der Zeichensysteme moderner Kommunikationsgesellschaften beruht.
Wer die Bilder der Medien "lesen" kann, beherrscht ein Alphabet der optischen Zeichen. Er ist befähigt, sie in ihrer Bedeutung wahrzunehmen und gerät in die Lage, sie bei entsprechender Möglichkeit selbsttätig zu gebrauchen. Es ist ein durchaus (marktträchtiger) Irrtum zu glauben, das Bildschirm-Medium sei ohne Schreib- und Lesefähigkeit sinnträchtig zu nutzen. Schon den Alphabeten fällt dies schwer genug. Jene vermeintliche Selbständigkeit, die in der Annahme gründet, durch Knöpfchendruck und Votenabgabe "Meinung" bekunden und Auswahl treffen zu können, ist eine gern geschürte Illusion. Mit einer sinnträchtigen und aktiven Nutzung des Mediums, mit "Teilnahme" hat sie nichts zu tun.
Eine Alphabetisierung, die das Zeichensystem des meistgenutzten Massen-Mediums unberücksichtigt läßt, befördert unter Umständen einen neuerlichen Analphabetismus. Wenn Schrift und Sprache, wie Ingeborg Drewitz es nannte, "das immerwährende Gedächtnis der Menschheit"[1)] sind und wenn die elektronischen Medien mehr und mehr zu "Speichern" des gesellschaftlichen Lebens geraten, dann bildet die Kenntnis ihrer Funktionen und Möglichkeiten ihrer "Sprach"-Regeln eine unabdingbare Voraussetzung für den Erhalt dieses Gedächtnisses - und für die aktive Teilnahme an seiner Gestaltung.

4. Der schöne Schein

Das Bildschirm-Bild vermittelt Erlebnisse - schnell und plastisch. Eigene Erfahrungen läßt es nicht zu. Sein Nutzen besteht u. a. in der Vermittlung von örtlich und zeitlich Entferntem: Länder, Sprachen, Theateraufführungen, Musikdarbietungen etc. können wahrgenommen und kennengelernt werden, ohne je erfahren zu sein. Weil es in der Lage ist, Grenzen zu überschreiten, die Orts-, Sprach- oder Bildungsverhältnisse zogen, ist es ein potentiell demokratisches Medium. Gleichzeitig jedoch beinhaltet es die Gefahr einer vollständigen Relativierung (etwa des kindlichen Weltbegriffs), einer Diffusion und Orientierungslosigkeit, einer Unfähigkeit, zwischen Hier und Dort, zwischen Heute und Gestern, zwischen

Realität und Fiktion zu unterscheiden.
Die Erlebnisvermittlung per Bildschirm ist - sehr allgemein gesagt - vereinnahmend und illusionistisch. Sie suggeriert Vollständigkeit, führt fertige Bilder vor und kaschiert Leerstellen, anstatt sie der Imagination zur Verfügung zu stellen. Sie schafft Spiel-Räume ohne Mit-Spiel, ohne große Anstrengung der Phantasie.
Bei der lesetechnischen Erlebnisvermittlung ist es - wiederum sehr allgemein gesagt - eher der Rezipient, der vereinnahmt, und weniger das Medium. Sie ist imaginativ, nicht illusionistisch. (Die Imagination und der zu vereinnahmende Gegenstand müssen erst erzeugt werden durch den Leser.) In ihrer Unvollständigkeit fordert sie dazu auf, vorhandene Leerstellen zu füllen. Sie zwingt Phantasie heraus und erlaubt das (Mit-)Spiel.
Eine solche, in ihrer Extremform hypothetische Gegenüberstellung schafft Ausschließlichkeiten: Das Fernsehen verdränge den Hörfunk, der Rundfunk die Presse, der Bildschirm das Buch, heißt es in modischer Variation. Dieser Wettstreit der Vorwürfe, diese Konkurrenz der Prioritäten erzeugt Gegensätze, wo Gemeinsamkeiten gefunden werden könnten. Er führt kaum zu wirkungsvoller Kooperation, fördert vielmehr das Auseinanderdriften und schadet am Ende nur denjenigen, um die man sich vorgeblich bemühte.
Wesentlicher als die Verdrängung der Medien untereinander, die oftmals nur in der gegenseitigen Aufrechnung von Erfolgen und Mißerfolgen, von Absatz- und Einschaltquoten besteht, wesentlicher ist die Verdrängung des "Lebens", der Denk- und Handlungsfähigkeit, durch eine vollständige Mediatisierung des Alltags, durch ein permanentes, undurchschautes "Anstelle von": Der schöne Fern-Seh-Schein verfügbarer Nähe rückt selbst das Nahgelegene in unerreichbare Ferne. Das gauklerische Dabeisein vermindert die Bereitschaft zu tatsächlicher Teilnahme. Wer sich die Welt stets "vorlesen" läßt, verliert die Fähigkeit, sie selber "lesend" zu entdecken.
Analphabetismus ist kein Einzelphänomen. Er bezeichnet einen Zustand der Unfähigkeit, die Medien der gesellschaftlichen Kommunikation aktiv und kritisch zu nutzen. Alphabetentum umfaßt deshalb mehr als die Kenntnis der Buchstaben. Und Alphabetisierung ist folgerichtig mehr als das Lernen des ABC. Auch die Fähigkeit, Bilder, Farben, Bewegungen, Graphiken "lesen" zu können, und das

Vermögen, Bezeichnendes und Bezeichnetes in ein stimmiges Verhältnis zu setzen, gehören dazu.

5. Der müde Kopf

Schreiben und Sprechen, Buchstabe und Laut sind nicht dasselbe (die Kenntnis ihrer Korrespondenz bildet eine Voraussetzung von Lesen und Schreiben). Während ein Briefstück sehr wortreich beschreiben müßte, daß ich schweigen, also gerade nichts zu sagen wünsche, darf ich's am Telefon ("Telefonieren kann jedes Kind", heißt es) einfach tun: Schweigend beredt sein, sehnsüchtig seufzen, traurig atmen, drohend fauchen - alles "ohne Worte". (An die Nachfahren denkt kaum jemand dabei. Während in den bisherigen Jahrhunderten ganze Kompendien mit Liebesbriefen gefüllt werden konnten, bleiben der Zukunft nur noch schmale Bändchen.)
Die **Notwendigkeit**, lesen und schreiben zu **können**, hat sich verringert - vor allem durch das verselbständigte Produktivitätsprinzip der hochgeschwinden Industriegesellschaft, in der ein Piktogramm, weil's Zeit und somit Geld spart, den Sätzen gegenüber Vorrang hat. Gleichzeitig aber - und darin gründet die Forderung eines umfassenden Alphabetismus-Begriffs - hat sich die **Möglichkeit** vergrößert, Lesen und Schreiben **lernen** zu können.
Während die audio-visuellen Medien als Instrumente des Produktivitäts-Prinzips vielfach zu den Verursachern des derzeitigen Analphabetentums gezählt werden, gehören sie andererseits auch zu den wirkungsträchtigsten Mitteln seiner Behebung, der Alphabetisierung. (Die Gewöhnung an den Bildschirm legt seine pädagogische Nutzung gerade nahe.) Nicht Bildschirm-Verbot ist das Gebot, sondern veränderter und verändernder Gebrauch.
Einen Fernseher, einen Kassettenrecorder oder ein Tonbandgerät als abwechslungsreiche didaktische Variante herkömmlicher Stoffvermittlung zu gebrauchen (wie es im schulischen Unterricht häufig genug geschieht), ohne seine gestalterischen Möglichkeiten vorzuführen und seine Eigentümlichkeiten zu berücksichtigen, verstärkt lediglich seinen Fetisch-Charakter, seinen Nimbus des geheimnisvollen, allein dem passiven Konsum verpflichteten Mediums. Diese Trennung von Eigenschaft und Eigenschaftsträger, diese fiktive Spaltung von

Inhalt und Form reproduziert die alltäglich-passive Haltung des Medienkonsumenten und trägt kaum zu jener Medienerziehung bei, als deren Teil sie sich irrtümlich begreift.
Die Erläuterung und Nutzung eines technischen Gerätes in all seinen medialen Möglichkeiten wirkt dagegen entschleiernd. Sie ergänzt die herkömmliche massen-hafte "Nützlichkeit" des Mediums (seine konsumistische Funktion) durch eine individuelle "Nutzbarkeit", durch die Kenntnis seiner Handhabe (seiner produktiven Qualität).
Voraussetzung des veränderten Medien-Gebrauchs ist eine grundlegende Bereitschaft sowohl der Produzenten als auch der Rezipienten, sowohl der Lehrer als auch der Lernenden. Sie wird getragen durch eine umfassende Medienpädagogik, die der Erziehung **mit** den Medien eine Erziehung **zu** ihrer kritischen Nutzung beigesellt. Ihr Ziel ist ein Medien-Alphabetismus, der die Kenntnis der verschiedenen Zeichenwelten einschließt, ohne sie gegeneinander auszuspielen.

6. Das flüchtige Etwas

Die geforderte Medien-Alphabetisierung findet Hindernisse zu Hauf: Immer noch gilt das audio-visuelle Medium als sekundäre "Verwertungs"-Instanz andernorts befindlicher, "eigentlicher", "erster", "primärer" Gegenstände, Vorgänge, Wirklichkeiten. Daß es selbst Wirklichkeit ist (und erzeugt), daß es eine eigene, wenn auch ungeschriebene Ästhetik (und Grammatik) besitzt, bleibt der Mehrheit unbekannt. Für sie ist das Sekundäre längst "primär" geworden, das Zweite an die Stelle des Ersten getreten und beides nicht mehr voneinander zu unterscheiden. Dokument und Fiktion, Original und Bearbeitung geraten zu gleichwertigen Erscheinungsformen, Ursprung und Folge sind miteinander vertauscht: Kaum jemand mehr erinnert Charpentiers "Te Deum", wenn die Eurovisionsmelodie des Deutschen Fernsehens zu Gehör kommt. Wer sollte es auch, wenn Kriterien eines wertenden Vergleichs nicht vorliegen?
Die verbreitete Geringschätzung der elektronischen Medien, gefördert nicht nur von Kritikern, Wissenschaftlern, Puristen und Pädagogen, sondern - durch Verinnerlichung - auch von den Medien selbst, ist wie ein Bumerang zurückgeschlagen. Statt Auslöser einer veränderten Praxis zu sein, verstärkt sie nur, was sie zu vermindern sucht:

das "schlechte Programm". Nicht Neuordnung der Maßstäbe scheint ihr Anliegen zu sein, sondern sorgsame Pflege des Angestammten: Die Hierarchie des Hohen und Niederen, des Gedruckten (Lesbaren) und Gesendeten (Hör-/Sichtbaren), des Anspruchsvollen und des "Trivialen" bietet auch heute noch ein allzu sicheres Gehege. Was nicht erfaßbar war mit herkömmlichen Begriffen, blieb der Behandlung unzugänglich. Massenwirksamkeit, Schnelligkeit und Aktualität gerieten nicht - wie es ihrer gesellschaftlichen Bedeutung entsprochen hätte - zu Auslösern, sondern zu Hindernissen einer angemessenen Auseinandersetzung mit den elektronischen Medien, deren "Flüchtigkeit" sodann weniger als Motiv einer intensiven Behandlung, sondern vielmehr als Argument eines ebenso flüchtigen Umgangs mit ihnen erschien.
Kritikern, Wissenschaftlern, Redakteuren und Pädagogen (also uns selbst) bleibt somit der Vorwurf nicht erspart, daß sie durch demonstrative, aber untätige Geringschätzung der audio-visuellen Medien, durch Mißachtung und Ausgrenzung der vermeintlichen "Populärkultur" die Entwicklung einer mediengemäßen Begrifflichkeit und Wertigkeit erfolgreich verhinderten.

7. Der geliebte Kunde

Die vielbemühte Formel vom "mündigen Bürger", der die notwendigen Wertmaßstäbe vorgeblich schon besitze, hat sich längst als nützliches Instrument einer Erziehung zur Unmündigkeit entblößt. Ein Schaufenster mit prächtigen Schatullen zu füllen und unter gleichbleibend glitzernder Hülle hier Glasperlen und dort Diamanten zu verbergen, um dem "mündigen Kunden" dann großzügig die "freie Entscheidung" zu überlassen, verrät das Prinzip der Verpackungsgesellschaft. Zugleich ist es der Versuch, das weithin gültige Gesetz des geringsten Widerstandes (der größten Bequemlichkeit) in seiner Wirksamkeit zu leugnen und dem Medienkunden einzureden, er sei gerade nicht, was uns alle vornehmlich kennzeichnet: bequem.
Längst nicht mehr bestimmt die Nachfrage das Angebot. Und längst nicht mehr kann es Aufgabe allein des Kunden sein, durch Zuspruch und Ablehnung für Qualität zu sorgen. Wenn dieses alte Gesetz des Handelns (der ethymologisch etwas mit der "Hand" zu tun hat),

wenn dieses Gesetz des unmittelbaren Bezugs, des Feilschens und Handelns (des "Händels") auch im Medienverkehr dieses Jahrhunderts noch Geltung hätte, fänden Seichtigkeiten sicherlich keinen großen Absatz mehr. Daß sie aber weiterhin, sogar in zunehmender Menge vorhanden sind, bestätigt nicht etwa ihre Nähe zu den Bedürfnissen der Kunden, sondern verweist unter anderem auf die mangelnde Fähigkeit oder den mangelnden Willen der Produzenten, das Anspruchsvolle ebenso zugänglich zu gestalten und zu plazieren wie das Leichtgängige.
Die verbreitete Behauptung, dieses Leichtgängige entspräche, weil es leichtgängig sei, dem Geschmack der Kunden und wäre mithin eine pure Dienstleistung, entblößt sich selbst als "Geschmacklosigkeit". Wiederum fällt der Vorwurf auf seine Urheber zurück: Geschmack entwickelt sich an den Gegenständen, auf die er sich bezieht. Auch die Bequemlichkeit ist ein Produkt der Gewohnheit.

Der zunehmende Absatz des Leichtgängigen behindert die Bereitschaft zum Schwergängigen und gerät im Zirkelschluß zu einer falschen Bestätigung des "Programms". Meinungsstatistiken dient er als Grundlage zur Messung des Kunden-**Bedürfnisses**, obwohl er letztlich nur die "Akzeptanz" (und die Dominanz) des **Angebots** beschreibt. Was Folge war, wird zur Ursache: Die pure Reaktion auf das Angebot gerät zum Zeichen der Nachfrage und geht als "Bedürfnis" der Kunden an jene Institutionen zurück, die es ursprünglich hervorriefen. Solcherart umgewertet, verstärkt es den Teufelskreis der "Geschmacks-Losigkeit", d. h. des Mangels an Auswahl- und Angebotskriterien, des Mangels auch an Handlungs- und Teilnahmemöglichkeit.

8. Das süße Leben

Der Markt macht die Gesetze hier - und seit der öffentlich-rechtliche Rundfunk (der mit seinen Werten vorgeblich außerhalb des Marktes lebt, weil sie - so sagt es das Gesetz - "keine Waren" sind), seit sich dieser Rundfunk zur innerbetrieblichen, außerbetrieblichen, allumfassenden, also prinzipiellen "Konkurrenz" entschlossen hat, herrscht auch in ihm das Markt-Gesetz der Quoten und Mehrheiten,

der "Akzeptanz" und des Kundenzulaufs.
Was aber nützt es, wenn diese Konkurrenzhaltung durch die Verfechter des kulturellen Wortes, der Schrift und der Bildung, durch rühmliche Rezensenten und honorige Rezipienten lediglich verdoppelt wird? Was nützt es, vor den Medien angewidert auszuspucken, sich von ihnen abzuwenden und sie - schmollend - mit Mißachtung zu strafen?
Die vermeintlichen "neuen" Medien wird es nicht stören, eher noch freuen. (Darin besteht das Dilemma derzeitiger Medienkritik.) Da sie kaum - wozu die "alten" vertraglich verpflichtet sind und es eigentlich bis heute tun (müßten) - mit hehren Bildungs-Idealen kokettieren, trifft sie die Kulturkritik nicht oder nur von der falschen Seite.
Nicht Verdrängung, sondern Ergänzung ist gefragt. Nicht Verweigerung, sondern Umwertung ist angesagt bei dem Versuch, jene kommunikative Kompetenz zu entwickeln, die es ermöglicht, sachgerecht, kritisch, aktiv und auch produktiv an der Massenkommunikation teilzunehmen. Der Forderung nach verändertem Gebrauch entspricht dabei notwendig die Forderung nach einem veränderten Angebot.

9. Das kurze Fazit

Alphabetisierungsmaßnahmen, die "neue" Kommunikationsformen blindlings verneinen, um "alte" zu erretten, ohne sie gleichermaßen nutzbar zu machen für den Umgang mit Wirklichkeit, werden vermutlich erfolglos bleiben - oder nur mehr 'erfolgreich' sein als Fördernis jener Sprachlosigkeit, die sie zu beheben versuchten. Eine Medien-Alphabetisierung indessen, die als umfassende Kommunikationspädagogik zugleich eine Erziehung **durch** und **zu** den Medien betreibt und Kriterien für deren Handhabe zu entwickeln versucht, kann späterhin vermeiden, was sie derzeit beklagt: die unkritische Konsumption, das hilflose Ausgeliefertsein, die mangelnde Fähigkeit zur Teilnahme.
Als mögliche Lehre der modernen Zeichenwelt befähigt sie dazu, die Verpackungskünste der Sprache, der Bilder und der Gesten zu durchschauen, Vor-Urteile durch eigene Urteile zu ersetzen, Vermit-

teltes selbständig zu überprüfen und teilzunehmen an diesem pausenlosen "Gespräch", das ober- und unterirdisch, per Kabel und per Satellit, per Buchstabe und per Bildschirm tagtäglich vonstatten geht.
Ihr (optimistischer) Grundsatz lautet: Nicht das Medium macht "dumm", sondern die Art seiner Nutzung.

Veröffentlichungen u.a. zu Medienentwicklung, Medienpädagogik, Medienverbund und Alphabetisierung

Karl H. Karst, Herausgeber der Zeitschrift "das kölner heft", Mitbegründer der Kölner "Autorenwerkstatt", Kritiker bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und dem Evangelischen Pressedienst (epd), seit Februar 1985 Hörspieldramaturg beim Bayerischen Rundfunk, Veröffentlichungen, Vorträge und Rundfunksendungen zur Literatur- und Medientheorie, Forschungsbeiträge zur Rundfunkgeschichte

Wolfgang Kreft, Dr. phil., wissenschaftlicher Mitarbeiter im Projekt "Alphabetisierung" der Pädagogischen Arbeitsstelle/DVV, Veröffentlichungen zu Alphabetisierung und Massenmedien

Ulrike Kropp, wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt "Alphabetisierung" der Pädagogischen Arbeitsstelle/DVV, Arbeitsschwerpunkte: Erstellung von Kursmaterialien, statistische Erhebungen

Anne Meevissen, 1. und 2. Staatsexamen Deutsch, Geschichte, Politik, seit 1978 Alphabetisierung deutschsprachiger Erwachsener, Veröffentlichungen zu Mitarbeiterfortbildung, Arbeitshilfen und Arbeitsmaterialien zur Alphabetisierung

Hans Paukens, Dr. phil., Dipl.-Päd., wissenschaftlicher Mitarbeiter im Projekt "Alphabetisierung im Medienverbund" im Adolf-Grimme-Institut/DVV, Veröffentlichungen zu Bildungsfernsehen, Medienpädagogik, Neuen Medientechnologien, Medienverbund und Alphabetisierung

Erhard Schlutz, Dr. phil., nach mehrjähriger hauptberuflicher Tätigkeit in der Erwachsenenbildung Professor für Weiterbildung an der Universität Bremen; Arbeitsschwerpunkte: Aufgaben der Erwachsenenbildung; Kommunikation und Sozialisation Erwachsener; Sprachdidaktik und kulturelle Bildung

Horst Schneider, Dipl. Soz.-Päd., seit 1978 Mitarbeiter im AOB, seit 1981 Alphabetisierung deutschsprachiger Erwachsener an der VHS Charlottenburg, Veröffentlichungen zu methodischen Fragen der Alphabetisierung

Achim Schulz, seit 1981 Alphabetisierung deutschsprachiger Erwachsener, Veröffentlichungen von Arbeitsmaterialien zur Alphabetisierung

Henning Siemens, Dipl.-Psych., wissenschaftlicher Mitarbeiter am Psychologischen Institut der FU Berlin, Mitbegründer des Legasthenie-Zentrums Berlin, Mitarbeit an der Entwicklung der Pädagogisch-Psychologischen Therapie und Weiterentwicklung der Morphemmethode, tätig als Psychotherapeut und Supervisor, Mitarbeit im Forschungsprojekt "Computer-Unterstützter Unterricht" an der FU Berlin, Veröffentlichungen zu den Themen: Kindertherapie, Schulversagen und Analphabetismus

Annette Stock, Dipl.-Päd., seit 1978 in der Alphabetisierung Erwachsener tätig, Veröffentlichungen zur Alphabetisierung Erwachsener auch in Großbritannien sowie von Arbeitsmaterialien