

Datum: im Juni 2003

Titel: Europa im Gespräch

Veranstaltung: Projekttagung Grundtvig Comenius, Wien

Von Univ. Prof. Dr. Thomas A. Bauer

1. Europa ist im Gespräch – in der Wortwendung mehrerer Bedeutungen

- a) Das soziale, politische, wirtschaftliche und kulturelle Europa – ein Gegenstand des medialen bzw. gesellschaftlichen Alltagsdiskurses.
- b) Europa denkt über sich nach. Und bringt sich in einen Dialog ein, in dem es widersprüchlichste Positionen gibt. Die Selbstreflexion des Gebildes Europa ist eine notwendige Grundlage zur Entwicklung einer (multiplen und komplexen) Identität eines Europas der Fragmente.
- c) Europa steht vor der Herausforderung neuer interner Beziehungen. Der Auflösung nationaler und hoheitlicher Grenzen muß nun der Prozeß der internen Begegnung zwischen Ländern, Kulturen, Traditionen, Sprachen, Religionen etc folgen. Dies verlangt eine neue Qualität der Beziehung. Beziehungskulturen leben von der kreativ-bewussten Zuwendung. Solche Einstellungen und Haltungen müssen in Europa – vor allem auch aufgrund noch aufzuarbeitender gemeinsamer Geschichten der Trennung - erste gebildet und gelernt werden. Erst eine gemeinsame Lerngeschichte eröffnet Perspektiven einer gemeinsamen Zukunft.

2. Was können Medien für die Entwicklung und Realisierung der Europa-Idee leisten?

- a) Medien sind Agenturen der Beobachtung von Beobachtungen. Sie lenken die individuelle und die öffentliche Aufmerksamkeit auf schon (mitunter aus partikularem Interesse) beachtete Themen. Ihre Bildungsleistung wäre es, den Dialog (Spruch-Widerspruch-Positionen) zu mediatisieren, um so den öffentlichen Diskurs mit Wissen und mit Argumenten auszustatten. Daraus kann ein differenzierter Meinungs austausch entstehen. Erst der Unterschied der möglichen Positionen mobilisiert individuelle und öffentliche Aufmerksamkeit. In diesem Zusammenhang muß ein kritischer Blick auf die Europa-Berichterstattung in Österreich fallen: die relative Konsonanz der Themen und Positionen (zwischen Politik und Medien und innerhalb der Medien) ist unter anderen Faktoren als ein Grund für das wachsende Desinteresse an Europa auszumachen.
- b) Die anthropologische Hoffnung und Erfahrung ist: Der Mensch lernt mit der Verwendung seiner Werkzeuge. Er lernt auch mit der Verwendung seiner Aufmerksamkeit sich für seine Aufmerksamkeitsinvestition durch Realität zu belohnen. Aufmerksamkeit ist die eigentliche Währung für die Erwartung von immateriellem Nutzen. Innereuropäische Aufmerksamkeit in innereuropäische Zuwendung umzuarbeiten, ist die Erwartung, die man an einen politisch, moralisch und sozial gut motivierten Diskurs richten könnte. Dann wäre europäische Aufmerksamkeit nicht nur Investition, sondern auch Einkommen.

c) Medien kreieren und konstruieren Wirklichkeiten. In modernen und funktional organisierten Gesellschaften sind sie die Autorität, die Stichworte für Diskurse, Debatten, Gerüchte und Dialoge liefern. In diesem Sinne sind sie kollektive Systeme der Generierung von Aufmerksamkeit. Nicht immer aber sind diese vernünftig, weil das Interesse an der Wahrnehmung der Umwelt eben nicht nur vernünftig, sondern auch strategisch, zweckrational oder auch irrational motiviert ist. Das Potential der (Massen-)Medien ist in Bezug auf die Wirklichkeitsnähe potentiell irreführend. Die Themenselektion geschieht nicht beliebig, sondern im Sinne und entsprechend der selbstrelationalen Interessen der Medien. Will man also mit der Realität der Massenmedien kritisch abrechnen, darf man nicht auf die durch sie dargestellte Wirklichkeit abstellen, sondern muß beobachten, wie die Medien Realität beobachten und sie dadurch zugleich auch kreieren.

3. Die spezifische Aufgabe der Bildungskommunikation:

Bildung und Kommunikation sind zwei Seiten ein und derselben Medaille. Kommunikation (Auseinandersetzung, Reflexion, Information, Diskussion etc) ist die soziale und methodische Grundlage für die Generierung von Bildung. Bildung (die Haltung, sich über Wissen und Argumentation ein begründetes Bild von der Welt, in der und von der wir leben, zu machen, um sie im Sinne ihrer Werte weiter zugestellten) ist der Horizont der gesellschaftlichen und zwischenmenschlichen Verständigung. Der Entgrenzung der Kommunikation steht die Entgrenzung der Bildungsinhalte gegenüber. Durch Kommunikation hat sich der Bildungs- und Erkenntnisrahmen uns Unermeßliche erweitert. Durch Bildung erweitern sich die Möglichkeiten der Kommunikation: Thematische, soziale, zeitliche Entzerrungen entsprechen die räumlichen Entzerrungen. Daher braucht der Bildungsraum ein eigenes und auf ihn zugeschnittenes Medienhandeln

a) Es bedarf für spezifische Themen- und Problemstellungen spezifischer Medien mit speziellem Auftrag. Weil Massenmedien, selbst wenn und wo sie öffentlich rechtlich strukturiert wären und dementsprechend einen Bildungsauftrag wahrzunehmen hätten, der Logik des Marktes und nicht der Pädagogik folgen, muß für Bildungsthemen ein Weg zur öffentlichen Aufmerksamkeit gefunden werden, der Medien im Bildungszusammenhang zu nutzen versteht. Dabei ergeben sich grundsätzlich zwei Möglichkeiten:

- eine reproduzierende Methode der Mediennutzung (der Einsatz von Medienproduktionen zur Mobilisierung und Unterstützung der Reflexion über ein Bildungsthema, z.B. Dokumentationen u.ä.)
und
- eine produktive Methode der Mediennutzung (die Entwicklung der Reflexion anhand einer aus und in der Lerngruppe generierten Medienproduktion - handlungsorientierte Mediendidaktik)

b) Es gibt unterschiedliche Medienpraktiken und unterschiedliche didaktische Technologien zur Erreichung eines nachhaltigen Bewußtseins. So wie das Bewußtsein die Technologien des alltäglichen Erfahrungsgewinns ändert, so ändern aber auch die Technologien der Aneignung von Erfahrung das Bewusstsein. In diesem Sinne braucht das Europa-Bewusstsein auch eine

pädagogisch-didaktische Strategie, in der und durch die es sich entfalten kann: es braucht Bildungsmedien. Ihnen ist jene Dauerthematisierung zuzumuten, die es braucht, damit Erfahrungen sich bündeln zu symbolischen Ordnungen, in denen sich kollektives Wissen darstellt. Medien inszenieren Identität und schaffen damit Erschließungsperspektiven für die unmittelbare Lebensumwelt.

Mit den Medien lernen Menschen, sich selbst und was ihnen wichtig, zu betrachten und zu bewerten. Damit tragen Menschen der Erfahrung Rechnung, daß die Medien immer mehr – und besonders in Bildungszusammenhängen - die Funktionsebene des bloßen Transports von Themen verlassen und sich selbst zu Generatoren erweiterter Wirklichkeitszusammenhänge stilisieren.

Dies ist im Grunde vor allem für die Bildungsarbeit als medialer turn, aber mehr noch als didaktischer turn zu verstehen. Dieser Prozess müsste von der europäischen Medienpolitik sorgsamer wahrgenommen werden. Denn die Frage der europäischen Identität hat zu tun mit dem europäischen Bewußtsein und den Möglichkeiten und Fähigkeiten (Medienkompetenz!) des Erkennens des eigenen Gesichts.