

## Neue Medien in der Erwachsenenbildung

Statement zum DIE-Forum Weiterbildung 2000 „Zukunftsfelder der Weiterbildung“

Lange war das Thema „Neue Medien“ nur ein Thema für die Berufliche Weiterbildung und dort auch nur im Kontext von EDV-Schulung. Im Bereich der allgemeinen Weiterbildung gab es sogar so etwas wie eine Aversion, sich mit der Relevanz der Neuen Medien für die Weiterbildung auseinander zu setzen. Dies hat sich teilweise zwar nicht grundlegend geändert, aber eines ist heute nicht mehr von der Hand zu weisen:

*Die Neuen Medien sind heute eines der zentralen Zukunftsfelder von Weiterbildung.*

Dies wird vor allem deutlich, wenn wir uns die gesellschaftliche Bedeutung der neuen Medien anschauen. Aber auch der Blick auf die Verwendungskontexte von Neuen Medien, die für die Weiterbildung von Relevanz sind, zeigen, welche Herausforderungen auf die Weiterbildung zukommen:

- **Lehr-/Lernebene,**
  - Integration der Neuen Medien in traditionelle Angebote,
  - didaktisch-methodisches Design von Medienangeboten,
  - Neudefinition des Verhältnisses Lehrende/Lernende.
- **Angebotsebene**  
Entwicklung neuer Angebotsformen wie Internet-Cafés, multimediale Lerninseln oder Telelearning-Angebote sowie mediengestützte Beratungsangebote.
- **Organisationsebene**  
Einbezug der Neuen Medien in die Organisationsentwicklung, die Nutzung als interne und externe Kommunikationsinstrumente sowie als Marketinginstrumente.

Diese sicher nicht vollständige Auflistung zeigt schon, dass sich die Bedeutung der Neuen Medien nicht nur auf eine Ebene der Organisation von Weiterbildung bezieht, sondern alle durchzieht. Darin liegt auch eine der großen Herausforderungen, der sich die Weiterbildung bislang nur unzureichend gestellt hat.

Die zentrale Frage im Kontext der Neuen Medien für die Weiterbildung lautet:

*Wie lässt sich Medienkompetenz bei den Erwachsenen entfalten?*

Wir brauchen hier in Zukunft veränderte Ansätze, da die Aneignung der Neuen Medien vernetzte Zugangsstrukturen braucht. Damit meine ich, dass Ansätze, wie sie im DIE-Projekt „Vom Grafik-Design zum künstlerischen Arbeiten in Net-

zen“ entwickelt wurden, nämlich über künstlerisch, kreative Prozesse den Zugang zu den Neuen Medien zu erleichtern, viel stärker gefördert werden müssen (vgl. Thiedeke 2000a, Thiedeke 2000b).

Auch bei der Entwicklung von Lernsoftware und Telelearning-Oberflächen kann es nicht darum gehen, vorhandene Materialien mit einigen zusätzlichen Navigationsfunktionen zur Verfügung zu stellen. Es geht darum, dem Potenzial der Neuen Medien entsprechende Materialien und Lehr-/Lernkontexte zu gestalten. Multi-medialität, Interaktivität, Kommunikation, Information sind hier die Aspekte, die es zu integrieren gilt (vgl. Stang 2001).

*Die Potenziale der Neuen Medien gilt es für die Weiterbildung erst zu entdecken.*

Wenn wir uns heute mit Zukunftsfeldern auseinandersetzen, sollten wir uns die aktuelle Situation in der Weiterbildung vor Augen führen. Dabei interessiert vor allem die Frage: Welche Rollen spielen die unterschiedlichen Akteure im Feld der Weiterbildung?

Die *Praxis* fängt langsam an, die Neuen Medien als Basis für die Entwicklung neuer Angebote anzunehmen. Der Boom des Einsatzes von CBTs und Lernplattformen in Unternehmen ist ungebrochen, doch schaut man sich die Angebote genauer an, zeigt sich, dass die didaktisch-methodischen Konzeptionen, die dahinter stecken, nicht immer die Potenziale der Neuen Medien ausschöpfen.

In der *Wissenschaft* fehlt es bislang noch an einer grundlegenden Bearbeitung der verschiedenen Dimensionen von Neuen Medien in der Weiterbildung. So wissen wir z.B. viel zu wenig darüber, wie Erwachsene mit Neuen Medien lernen und wie Medienkompetenz am besten entwickelt werden kann.

Von der *Politik* werden zwar einzelne Entwicklungen gefördert. Doch wenn wir uns die großen Förderprogramme anschauen, wird deutlich, dass der Fokus meistens auf Schule, Hochschule und beruflicher Bildung liegt und die allgemeine Weiterbildung oft außen vor bleibt. Beispiel ist der Förderschwerpunkt „Neue Medien in der Bildung“ des BMBF, bei dem Initiativen der Hochschulen, Schulen und beruflichen Bildung gefördert werden. Die allgemeine Weiterbildung bleibt außen vor.

*Die Akteure in der Weiterbildung müssen auf allen Ebenen aktiver werden.*

Im Internet erwachsen durch kommerzielle Anbieter von Wissensplattformen wie z.B. wissen.de neue Konkurrenzen für die Weiterbildung. Wenn Wissen zu den verschiedensten Inhaltsbereichen zielgerichtet abgefragt, mit Experten diskutiert und nicht zuletzt mit anderen Interessierten kommuniziert werden kann, dann werden sich auch die Institutionen der Weiterbildung diesen Herausforderungen stellen müssen.

Eine Marktstudie, die in diesem Jahr von der Bankakademie in Auftrag gegeben wurde, hat ergeben, dass 52% der Erwachsenen Weiterbildungskurse im Inter-

net in Betracht ziehen. Rechnen wir dieses Ergebnis hoch, dann wird meiner Ansicht nach deutlich, welche Veränderungen wir in den nächsten Jahren in der Weiterbildung zu erwarten haben.

*Die Neuen Medien werden die Zukunft von Weiterbildung verändern.*

Die Dynamik der Entwicklung der neuen Medien schafft Probleme, nicht nur für die Weiterbildung, sondern vor allem für viele Erwachsene. Unter dem Schlagwort „Digital Divide“ wird die soziale Komponente angesprochen, genauso wichtig ist die kulturelle Komponente. Wenn wir Umgang mit den Neuen Medien als Kulturtechnik begreifen, dann wird die Frage nach der Medienkompetenz zur Frage nach Medien-Alphabetisierung. Hier werden in den nächsten Jahren immense Anforderungen auf uns zukommen und Weiterbildung wird hier einen wichtigen Faktor darstellen.

### **Literatur**

Stang, Richard (Hrsg.) (2001): Lernsoftware in der Erwachsenenbildung. Bielefeld

Thiedeke, Udo (Hrsg.) (2000a): Bildung im Cyberspace. Vom Grafik-Design zum künstlerischen Arbeiten in Netzen. Wiesbaden

Thiedeke, Udo (Hrsg.) (2000b): Kreativität im Cyberspace. Erfahrungen und Ergebnisse im Projekt: Vom Grafik-Design zum künstlerischen Arbeiten in Netzen. Wiesbaden