

Stephan Münte-Goussar

Ästhetik und multimediale Lernumgebungen

Vortrag auf der Frühjahrspenartagung des Bundeselternrates
15. - 17. Juni 2007 in Soest

Nach der ursprünglichen Planung dieser Tagung sollte an dieser Stelle eigentlich Stefan Aufenanger stehen. Deshalb steht im Programm z.T. wohl noch, ich käme von der Universität Mainz. Ich komme aber aus Hamburg. Herr Aufenanger ist ein ehemaliger Hamburger Kollege, der inzwischen in Mainz lehrt und wohl einer der bundesweit bekanntesten Medienpädagogen ist. Da Sie nun mit mir vorlieb nehmen müssen, möchte ich Ihnen dennoch Herrn Aufenanger nicht vorenthalten. Ich möchte beginnen mit einem kleinen Ausschnitt aus einem Interview, das 3sat mit ihm geführt hat und welches ich aus dem Internet geklaut habe – entschuldigen Sie deshalb die etwas mäßige Qualität. Der kleine Filmausschnitt setzt allerdings ein mit Theodor W. Adorno und Werbung für Eis.



Filmausschnitt einsehbar unter: <http://mms.uni-hamburg.de/blogs/muente/?p=122>
die ursprüngliche Quelle unter <http://www.3sat.de> wurde inzwischen entfernt.

Zunächst kann man gar nicht anders, als Stefan Aufenanger von Herzen zuzustimmen – zumindest im Grundtenor. Die so genannten Neuen Medien bieten hervorragende Möglichkeiten der Demokratisierung, der Partizipation, auch der Selbstbestimmung – nicht zuletzt – was Herr Aufenanger gar nicht erwähnt –, da sie ungeahnte Möglichkeiten des Zugangs zu Wissen eröffnen. Sie sind u.a. deshalb und weil sie die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen darstellen aus dem pädagogischen Raum nicht wegzudenken. Sie bilden vielmehr zunehmend selber einen pädagogischen Raum. Es ist ein kritischer Umgang mit ihnen anzustreben, der die Mündigkeit der Nutzer ins Zentrum seiner Bemühungen stellt.

Doch leider liegen die Dinge meines Erachtens ein wenig komplizierter. Es lohnt sich genauer hinzuschauen. Denn was heißt „kritischer Umgang“? Was ist „Selbstbestimmung“?

Was sagt Stefan Aufenanger genau: Die erwähnten „positiven“ Möglichkeiten der neuen Medien seien tendenziell bedroht durch eine wie auch immer geartete Kommerzialisierung. Die Möglichkeiten laufen Gefahr durch „Bedingungen der Kommerzialisierung eingeschränkt zu werden“. Gegen diese Gefahr helfe ein kritischer Umgang mit den Medien. Dieser könne erreicht werden durch „Medienkompetenz“. Diese wiederum sei wesentlich gekennzeichnet durch ein „Wegkommen vom reinen Konsumentenverhalten, hin zu einem aktiven Gebrauch der Medien“, wo man „Produzent und Konsument“ zugleich sei. In einer anderen gebräuchlichen Formulierung könnte man sagen: durch einen kreativen Mediengebrauch. Medienkompetenz ziele also auf einen selbstbestimmten, kritischen und kreativen Umgang mit den neuen Medien.

Die Spannung zwischen Kommerzialisierung einerseits und selbstbestimmten Umgang andererseits entspreche schließlich dem, was Adorno mit der „Dialektik einer Sache“ gemeint habe, dass beides möglich ist: „Aufklärung und Gegenaufklärung“ zugleich.

Bei Herrn Aufenanger wirkt es ein wenig so, als sei ein aufgeklärter Mediengebrauch gewissermaßen von Außen von einer gegenaufklärerischen Kommerzialisierung bedroht und müsse sich diesem kompetent entgegensetzen. Adorno sprach nun aber nicht von der Dialektik irgendeiner Sache, sondern der Dialektik der Aufklärung selbst. Die These in Horkheimer/Adornos Dialektik der Aufklärung ist eben die, dass nicht – oder zumindest nicht nur – ein antagonistisches Verhältnis zwischen Aufklärung und Mythos – oder Gegenaufklärung, wenn Sie so wollen – herrscht, sondern das dieser Widerstreit in der Aufklärung selbst inbegriffen ist. Es liegt in der Rationalität der aufgeklärten Vernunft selbst begründet, dass sie jederzeit in Mythos und totalitären Terror umschlagen kann – und so im 20. Jahrhundert die größte Katastrophe der Menschheitsgeschichte ermöglicht hat.

Die entscheidende Passage in der Einleitung der Dialektik der Aufklärung lautet denn auch:



„Wir hegen keinen Zweifel [...] daß die Freiheit in der Gesellschaft vom aufklärenden Denken unabtrennbar ist. Jedoch glauben wir, genauso deutlich erkannt zu haben, daß der Begriff eben diesen Denkens, nicht weniger als die konkreten historischen Formen, die Institutionen der Gesellschaft, in die es verflochten ist, schon den Keim zu jenen Rückschritt enthalten, der heute überall sich ereignet“¹

Es ist meines Erachtens von großer Wichtigkeit, auf ein Denken in klaren Oppositionen zu verzichten. Man muss gerade die subtilen Übergänge, die schleichenden Verschiebungen und Umschreibungen von Bedeutungen, die Ununterscheidbarkeiten genauer in den Blick nehmen. Vielleicht liegt in der Idee der Selbstbestimmung – zumindest dort, wo sie eher im Sinne einer Selbstwirksamkeit oder noch deutlicher: im Sinne einer Selbstregulierung und -steuerung verstanden wird – schon der Keim zu jenen Rückschritt, den Herr Aufenanger als Gefahr beschreibt.

Diesem Gedanken möchte ich im folgen nachspüren. Ich möchte dies entlang dreier Schritte, anhand drei ausgewählter Aspekte tun. Zum einen möchte ich fragen, ob sich ein kritischer, gegen den Kommerz gewappneter Gebrauch der Medien allein dadurch einstellt, dass man die Konsumenten zu Produzenten macht – z.B. indem man die User selber Videofilme drehen lässt, die User also in dem Sinne selbstbestimmt sind, insofern sie etwas selber machen, insofern sie kreativ sind. Zum anderen möchte ich ein paar Anmerkungen zu dem machen, was eine solche Eigenaktivität, diese Produktion erst möglich macht, eben zur Kreativität. Auch hier ist zu fragen, ob Kreativität und kommerzielle, ökonomische Interessen überhaupt noch in ein gegensätzliches Verhältnis gestellt werden können. Letztlich möchte ich ein paar Worte zur Kunst sagen.

Ich hoffe, mit meinen Ausführungen auch das zu berühren, was ich als leitende Fragestellung auf dieser Tagung wahrgenommen habe. Namentlich ein Unwohlsein mit der momentanen Entwicklung und Reform unserer Bildungssysteme, speziell der Schule. Hier sei nämlich – so heißt es in ihrem Programm – zunehmend ein „schwerwiegendes Defizit“ zu bemerken: Unter der Maßgabe der „Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Standortes Deutschland“ würden nämlich Kunst, Literatur, Musik usw. als „wünschenswerter“ aber verzichtbarer Luxus an den Rand gedrängt – zugunsten eines objektiv überprüfbaren, messbaren und unmittelbar

¹ Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: Dialektik der Aufklärung, Frankfurt a.M. 1988, S.3

verwertbaren Wissens, zugunsten der entsprechenden, primär kognitiven Kompetenzen und der von der Wirtschaft nachgefragten Qualifikationen.

Gute Bildung – schreiben Sie mit den Worten des Bundespräsidenten – gehe aber nicht in erster Linie von „gesellschaftlichen Bedürfnissen oder den Anforderungen der Wirtschaft und des Arbeitsmarktes“ aus. Gute Bildung stelle den ganzen Menschen – und das ist eben auch der ästhetische gebildete Mensch – in den Mittelpunkt. Diese Erkenntnis fänden sich bei Humboldt und Kant, bei Goethe und Pestalozzi. In dem Bezug auf das Ästhetische in der Bildung des Menschen lägen nämlich die „Ursprünge von Kreativität und Einfallsreichtum, und damit von freiem und zukunftsweisendem Denken“.

In einem weiten Sinne sage ich mit meinen Ausführungen hoffentlich auch etwas zu Ästhetik und multimedialen Lernumgebungen, was ja immerhin der Titel meines Beitrages ist.

von Konsumenten zu Produzenten

Zum ersten Punkt, also zu der Frage, welchen aufklärerischen – oder auch bildenden – Effekt es hat, wenn man bezogen auf die Neuen Informations- und Kommunikationstechnologien aus passiven Konsumenten aktive Produzenten macht. Widersteht die Idee einer so verstandenen Eigeninitiative einer entlang kommerzieller und ökonomischer Interessen betriebenen Engführung und Verkürzung des Bildungsbegriffs?

Von Neuen Medien, von Multi- und Hypermedien zu sprechen, macht heute nur noch Sinn, wenn man dabei das Internet mitdenkt. DSL, Flatrate, inzwischen auch für das Handy, haben aus unserem Leben ein Leben des always on gemacht. Heute in medienkritischer Hinsicht mit Jugendlichen ein Video zu drehen, macht keinen Sinn, wenn man dabei nicht im Kopf hat, dass man das Video – zumindest potenziell – z.B. auf Youtube weltweit veröffentlichen kann. Das Internet ist heute die multimediale Lernumgebung schlechthin. Multimediale Lernumgebungen, die man nicht ans Kabel anschließt, gibt es heute nur noch für Vorschulkinder, die sich für Pustebäume interessieren und die man nicht ungeschützt in die unkontrollierbaren Weiten des Netzes entlassen will.

Um das Verhältnis von Produzenten zu Konsumenten im Rahmen der neuen Telekommunikationstechnologien genauer zu verstehen, lohnt ein sehr kurzer Ritt durch die jüngste Mediengeschichte eben dieses Internets.

Nachdem sich das, was heute das WWW ist, ab spätestens der 60er Jahre von seinen militärischen Ursprüngen gelöst hatte, war seine Entwicklung zunächst von der Idee beseelt, aus Konsumenten Produzenten zu machen – oder besser: ein Netz für Produzenten zu kreieren, namentlich für Produzenten von Informationen, das heißt für Wissenschaftler, Ingenieure und Künstler, die das Netz für den Austausch, die kollektive Nutzung, insbesondere aber auch das Auffinden und die Auswahl wissenschaftlichen Wissens nutzen wollten. Es ging darum, dass man die Ideen der anderen – auch die unausgedachten – schneller zur Verfügung hat, diese in die eigenen Gedankengänge integrieren, diese weiterentwickeln, gemeinsam Texte verfassen, einzelne Textfragmente miteinander assoziieren und verknüpfen konnte. Deshalb ist das Netz seit je her mit der Idee des Hypertextes verbunden, also der Idee, dass man von jeder Stelle eines Textes auf ein anderes Textfragment verweisen kann.

Das Prinzip der Links, eines vernetzenden Denkens, ist mindestens so alt, wie es Bücher mit Fußnoten gibt – und Peter Sloterdijk sagte neulich gerade, die Fußnote werde durch das Net zur Fernreise. Das Prinzip eines weltweit vernetzten Hypertextes und der Entwurf einer technischen Apparatur, die das Verfolgen dieser Links vereinfachen und insbesondere

vervielfältigen sollte, geht auf Vannevar Bush zurück. Der hatte schon 1945 in seinem klassischen Artikel „As we may think“ genau diese Prinzipien formuliert. Er dachte allerdings noch an eine mechanische Apparatur, die Texte auf Mikrofisch bereitstellt. Der Memex.



Der Memex. vgl. Bush, Vannevar: As we may think, in: Atlantic Monthly, Nr. 176, July/1945, S. 101-108

Der Visionär des Internet, Ted Nelson, hat mit dem Xanadu-System etwas entwickelt, was auch dieser Idee verpflichtet war. Xanadu zielte auf die technische Implementierung eines globalen Hypertext-Systems ab, das auf partizipativer Interaktion, Annotation, Zitation, Kollaboration und Semantisierung bzw. Kommentierung beruhte. Xanadu hatte ein zentralen Begriffs-Katalog, tools zur Dokumentenverwaltung, Möglichkeiten, Ursprünge von Texten und die Wege deren Veränderung nachzuvollziehen ...

Selbst noch Tim Berners-Lee, der als Vater des Internet gilt, dachte an ein System, welches es ermöglicht, alle Seiten, die im Netz kursieren, fortzuschreiben, d.h. diese nicht nur anzugucken, sondern zu editieren.

Es sollte anders kommen: Marc Andreessen entwickelte Anfang des letzten Jahrzehnts mit Mosaic und später mit Netscape den ersten Browser, der eine graphische Benutzeroberfläche hatte und löste damit eine Revolution aus.



Mosaic

Denn nun konnte auch das Netz, wie zuvor schon die PCs, zum Massenmedium werden. Es begann der Run und jeder musste drin sein. Netscape konnte an der Börse Wertsteigerungen verzeichnen, die bis dahin ungekannt waren. Sie erinnern sich vielleicht noch: Microsoft hatte die Entwicklung der Netze verschlafen und versuchte dann den Marktvorsprung von Netscape wett zu machen, indem man den hauseigenen Browser einfach als Bestandteil des eigenen Betriebssystem erklärte – dort war und ist man ja noch immer unbestrittener Marktführer – und damit eine massive Wettbewerbsverzerrung herbeiführte. Sie kennen die juristischen Streitereien, die sich hieran entbrannt haben.

Noch bis vor einigen Jahren gab es Leute, die den guten Netscape-Browser, dem bösen Internet-Explorer vorzogen. Heute hat diesen Platz wohl firefox eingenommen. Dabei sollte man aber nicht vergessen, dass Netscape uns ein Netz beschert hat, welches die meisten von uns vorübergehend zu Zuschauern gemacht hat. Das Netz wurde so entgegen seinen Anfängen als partizipatorischer Interaktionsraum, der sich speziell um die gemeinsame Arbeit an gemeinsamen Projekten gruppierte, zum großen Guckkasten. Das web wurde so zwar zum Massenmedium, aber zu einem, das nur (noch) Konsumenten kannte.



web 2.0

YouTube, flickr, del.icio.us, MySpace, wikipedia, wordpress & Co.

Das neue Internet unserer Tage – das so genannte web 2.0 – revitalisiert die ursprünglichen Ideen und Visionen des Netzes – Austausch von Informationen, kein one-to-many mehr, sondern ein many-to-many-Informationsfluss, ein *peer-to-peer*. Dies erscheint zumindest zunächst so.

Sicherlich ist das ganze web 2.0 eine groß angelegter Versuch, nach dem Platzen der Dot-com-Blase das Internet doch noch zu einem großen kommerziellen Erfolg zu machen – so ist z.B. schon der von dem Verleger Tim O'Reilly erdachte Name „web 2.0“ selbst ein eingetragenes und mit allen Mitteln der juristischen Kunst geschütztes Markenzeichen.

Sie haben sicherlich auch in der Zeitung gelesen, dass jüngst der FoxNews-Betreiber Rupert Murdoch MySpace für fast 600 Millionen US-\$ gekauft hat. Es ging ebenso durch die Presse dass Google nun stolzer Besitzer von YouTube ist; für einen ebenso stolzen Betrag. Auch der 27 jährige Studi-VZ-Betreiber Ehssan Dariani hat sein Klon des US-amerikanischen facebook just für 100 Millionen Euro an die Holtzbrinck-Gruppe verkauft. Daran änderten auch die anrühigen Videos und die angeblich scherzhaft gemeinte Nazi-Propaganda, die Dariani ins Netz gestellt hatte, nichts. Ich möchte aber auf diese Formen des zum Teil skurrilen Unternehmensgeistes hier aber nicht weiter eingehen.



Studi-VZ-Betreiber Ehssan Dariani & Team

Aus pädagogischer Sicht interessiert ja vielmehr, wie die User die neuen Möglichkeiten tatsächlich gebrauchen. Aus dieser Perspektive ist das neue Netz tatsächlich ein Netz der User als Produzenten. Das Netz selber wird zu einer Anwendung, die von jedermann – ohne spezielle Programmierkenntnissen – benutzt werden kann. Es werden Videos hochgeladen, persönliche Tagebücher geführt, Musik, Computertipps und private Fotos ausgetauscht – geshared, wie man sagt. web 2.0 ist social software, social networking. Die User vernetzen sich. Sie vermischen ihre jeweiligen Datenbestände in so genannten Mashups. Es entstehen kollektive Intelligenzen. Das web 2.0 ist ein Mit-Mach-Web. Und es lebt vom user created content.

Nicht zuletzt Weblogs und Wikis haben die neuen Partizipationsmöglichkeiten massenhaft verfügbar gemacht. Weblogs zeichnen sich dadurch aus, dass jeder hier etwas von sich ins web schreiben kann – also beliebige Inhalte mit ein paar Klicks weltweit veröffentlichen kann. Wichtiger aber ist, dass jeder eines haben kann. Weblog Hosting Services – z.B. blogger.com oder wordpress.com – bieten kostenlos die Möglichkeit, sich seinen eigenen Blog anzulegen. Es steht also jedem frei, seine persönlichen Gedanken und Anliegen, Videos oder Fotos, Gedichte oder Musikstücke weltweit zu veröffentlichen. Weblogs sind gewissermaßen eine virtuelle, globale Speakers Corner, eine Showbühne und ein eigener Fernsehkanal.

Wikis sind einem ähnlichen Grundgedanken verpflichtet. Sie bieten aber zudem Möglichkeiten, Einträge anderer zu ergänzen oder zu verändern. Diese Veränderungen können über ein Archivsystem nachvollzogen und ggf. rückgängig gemacht werden. Während Weblogs eher Kommunikation und Kooperation unterstützen, stellen Aktivitäten in Wikis kollaborative Prozesse dar. Sie alle kennen wikipedia.

Wie werden diese Angebote wie MySpace, YouTube, aber eben auch die Blogs und Wikis aber nun tatsächlich – zumindest massenweise – benutzt. Auch dazu möchte ich ihnen einen kleinen Ausschnitt aus einem Beitrag zeigen, der neulich auf arte gelaufen ist.



Beitrag von arte

Filmausschnitt einsehbar unter: <http://mms.uni-hamburg.de/blogs/muente/?p=133>

Es geht also in den Blogs und Communities darum, sich als Person mit ausgewählten Eigenschaften zu präsentieren – manchmal bezogen auf die gemeinsame Sache, meist völlig unabhängig davon. In diesem Sinne fungieren Communities nicht selten weit mehr als Kontaktbörse, um persönliche Beziehungen zu knüpfen – d.h. friends zu finden – denn als ein Ort, an dem um gemeinsame Themen gestritten wird.

Es geht darum, sich natürlich und authentisch, dabei aber möglichst attraktiv zu präsentieren. Es geht darum, sein wahres Ich professionell zu vermarkten: es geht um Selfmarketing. Das echte Selbst wird zur Ware, welches auf den Markt der Eitelkeiten getragen wird. Eben so wie einen leckeren Jogurt oder ein Mittelklassewagen.



»Echtheitszertifikat

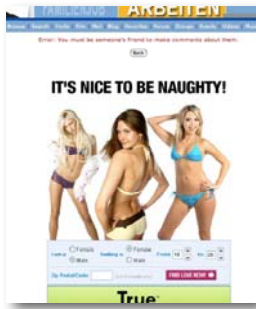
Bei Mitgliedern mit einem Echtheitszertifikat kannst du davon ausgehen, dass die abgebildete Person tatsächlich mit dem Mitglied übereinstimmt.

Wie erhalte ich das Echtheitszertifikat? Hierzu gibt es drei Möglichkeiten:

- Du kennst einen Admin von kontaktfieber.de.
- Du schickst uns eine Email mit deinem Nicknamen und einem Bild, welches dich mit einem Zettel zeigt, auf dem lesbar steht: Hallo kontaktfieber!
- Du schickst uns eine Email mit deinem Nicknamen und einem Bild, welches dich mit einem Fieberthermometer im Mund zeigt.«

(<http://www.kontaktfieber.de>)

Entsprechend greifen gerade Jugendliche bei der Selbstdarstellung auf gängige und erfolgreiche Vermarktungsstrategien zurück, die sie aus den traditionellen Medien kennen: sie versuchen ihre eigenen mediale Inszenierung derer von Popstars anzupassen. Es werden Posen angenommen, die von Britney Spears bis zum Gangster reichen – und dabei nicht selten die Nähe, die der Pop in zunehmendem Maße zur Pornographie unterhält, widerspiegeln. Seit neustem gibt es auch YouPorn – ein YouTube-Imitat zum Bereitstellen von privaten Sexfilmchen.



»It's nice to be naughty!« – sei unartig!

Trotzdem darf man in seiner Selbstdarstellung nicht standardmäßig und normgerecht sein. Wichtig ist vielmehr, sein individuelles, exotisches, unverschämtes und einzigartiges So-Sein zur Schau zu stellen. Von MySpace erhielt ich den Tipp – wenn ich ernsthaft nach Freunden suchen sollte – es doch so zu versuchen: »It's nice to be naughty!« – sei unartig! Wer für andere attraktiv sein will, darf nicht angepasst sein: man muss sich eher der *Norm der Abweichung* unterwerfen.

Diese Haltung scheint auch die Mehrzahl Blogs zu tragen – wie wir es gesehen haben. Ihre Struktur legt es nahe, sie als Papyrusrollen zur fortlaufenden Mitschrift des persönlichen Lebenswandels zu benutzen, die sich der öffentlichen oder freundlichen Kommentierung und Beurteilung anbieten. Die Autoren sprechen stets in der ersten Person Singular. Gegenstand sind die Autoren selbst, sie selbst als Sujet.

Und die Jugendlichen präsentieren sich selbst mit einer gewissen Wollust. Sie setzen sich selbst in nie gekanntem Maße einer öffentlichen Fremdbeurteilung aus. Es herrscht eine millionenfache *Geständnislust*. Man will die verborgenen Seiten seines Ichs ans Licht zerren, der Welt die tiefsten Abgründe seiner Selbst *beichten* und einer globalen, Tag und Nacht tagenden Inquisition, einem immerwährenden Voting anheim stellen.

Die freiwillige Selbstvermarktung und -evaluation entspricht den gesellschaftlichen Erfahrungen der Jugendlichen: Die Welt, in der sie aufwachsen, braucht flexible, schlüsselqualifizierte *Arbeitskraftunternehmer*, deren wichtigste Fähigkeit darin besteht, sich selbst und ihre jeweilige *unique ability*, ihre individuelle Einzigartigkeit, ihr Alleinstellungsmerkmal präsentieren und verkaufen zu können – nicht zuletzt, weil es nur noch wenige braucht und zwar alle könnten, aber nicht alle können. Auch die Freizeit, das Konsumverhalten, das Führen von Beziehungen, die Teilhabe am gesellschaftlichen und öffentlichen Leben und die individuelle Bildungsbiographie wird zunehmend in *unternehmerischen* Kategorien und unter dem Begriff des *Humankapitals* gedacht.

Die Communities im Netz können als Widerspiegelung dieser alltäglich erfahrenen Lebenssituation verstanden werden. Sie sind ein ständiges Trainingslager, ein stets offenes *Assessment-Center* der alltäglichen *Lebensführung*.

Im Gegensatz zu den an die neuen Technologien herangetragen Hoffnungen einer quasi selbstlaufenden – gegen den Kommerz und eine ökonomische Verkürzung von Bildung gerichteten – Selbstbestimmung, allein dadurch, dass man etwas selbst machen kann, dadurch, dass man Inhalte selber produziert, dadurch dass man kreativ ist, scheint trügerisch. Selbstbestimmung tritt hier allein in der Form von Selbstmanagement, Selbststeuerung und Selbstvermarktung auf. Der Kommerz – wie Herr Aufenanger sagt – wird nicht von Außen an die aktiven User herangetragen und macht diese zu passiven Konsumenten. Die Logik des Marktes wird vielmehr von diesen selbst aktiv getragen. Sie sind diejenigen, die den Content produzieren, auf den sich dann die Marktstrategen und -forscher stürzen und der den eigentlichen Wert des web 2.0 ausmacht: sie selbst sind dieser Content. Ihre Aktivität ist es,

die Rupert Murdoch veranlassen, zu glauben – wahrscheinlich zu recht – er würde aus seinen investierten 500 Millionen US-\$ durch zielgruppengenaue Werbung ca. 15 Milliarden machen.

Auch die pädagogischen Ambitionen bzgl. der erläuterten Möglichkeiten der Neuen Medien ist nicht gänzlich frei von den angedeuteten marktförmigen Ideen. Auch hier wird erstaunlich wenig darüber nachgedacht wie man vorhandene Wissensbestände in anderer Form aufbereiten und bereitstellen könnte. Die Überlegungen hier kommen oft nicht über die Idee des Computer based Learning hinaus. Es werden online-Module bereit gestellt, d.h. multimedial aufbereitete Schulbücher, die dann mit Multiple-Choice-Test und pseudo-interaktiven Anwendungen abgeprüft werden. Aus didaktischer Sicht kann dies nur als Rückschritt bewertet werden.

Viel wird dagegen darüber nachgedacht, wie man Wissen über die Eigenschaften, Fähigkeiten, Vorlieben und Kompetenzen der Lernenden mittels der neuen Informationstechnologien und unter Mithilfe eben dieser Lernenden selbst hervorbringen, genauer erfassen und bilanzieren kann. Zur Zeit ist das elektronische Portfolio in heißes Thema. Ich komme gleich darauf zurück.

Zunächst aber die versprochenen Bemerkungen zum Begriff der Kreativität – jene Kreativität, die dazu von Nöten ist, sich in der erläuterten Art und Weise in den Netzen selbst einzubringen. Sie erkennen darin sicherlich Elemente dessen wieder, was ich bereits gesagt habe.

Kreativität – Norm der Abweichung

Mit Kreativität assoziiert man die Idee der autonomen – vielleicht auch der schönen – Kunst, die Provokation und den Tabubruch; sie ist getragen von der Figur des verschrobene Genies, des schöpferischen Ausnahmesubjekts, des dem Normalzustand entsagenden Bohémien. Der Künstler stellt ein ideales Modell für einen Menschen dar, der nicht normgerecht ist und sich selbst und die Welt immer wieder neu erfinden kann, um sich darin selbst zu verwirklichen.

Jeder Mensch ein Künstler! fordert Beuys bereits 1972 auf der documenta 5. Beuys' Forderung wurde gehört. Unsere Gegenwart ist die Stunde der Kreativen. Kreativität wurde demokratisiert. Wir alle werden in allen Lebensbereichen als Künstler, als *Lebenskünstler* angerufen. Dabei wird die Besonderheit, die Einzigartigkeit, die *Singularität zum Standard*. Die *Abweichung von der Norm* – ich sagte es bereits – wird selbst zur Norm.

Dies zum einen bezogen auf das *ökonomische Leben*: In einer postindustriellen, wissensbasierten und global vernetzten Ökonomie, in der nur noch am Rande des Weltmarktes produziert, in den Metropolen hingegen allein Informationen, Dienstleistungen und das Marketing selber vermarktet werden; in einer Ökonomie in der Lifestyle und Geschmacksurteile selbst zur Ware geworden sind, wird die bessere, d.h. die originellere Idee zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Auf einem durch den ständigen schnellen Wandel gekennzeichneten Arbeitsmarkt, in prekären Arbeitsverhältnissen, als outgesourcte Ich-AG; aber auch in Unternehmen mit flachen Hierarchien und projektorientierten Arbeitsabläufen braucht es Menschen, die auf unvorhersehbare, heterogene Anforderungen flexibel, problem-lösekompetent und nicht zuletzt innovativ reagieren können. Aber auch von jedermann – vom mittleren Angestellten bis zum Arbeitslosen – wird verlangt, dass er seine individuellen

Anlagen, sein *human capital* im Geiste eines *Unternehmers seiner selbst* effizient managen und kreativ vermarkten kann.

Ähnliches gilt für das *soziale Leben*: In einer pluralen, multikulturellen Zivilgesellschaft, in der die Klammer eines sozialen Zusammenhalts im Sinne eines verbindlichen Wertekanons im Verschwinden begriffen ist, braucht es Menschen, die auf allen Ebenen der Gesellschaft – im Kleinen wie im Großen – in der Lage sind, sich eigenwillig einzubringen, ihre subjektiven Sichtweisen zu vertreten, neue Leitbilder zu erfinden, Verabredungen mit anderen zu treffen und sich entsprechend dieser selbst gesetzten *Ziele* zu verhalten.

Kreativität braucht es nicht zuletzt bezogen auf die *individuelle Lebensführung*: In einer Welt des anything-goes, in der verschiedene Lebensstile nebeneinander existieren und in einer steten Selbstinszenierung innerhalb einer Bastelbiographie ausbalanciert werden müssen; in einer Gesellschaft also in der nicht mehr nach einem verbindlichen Muster *sozialisiert*, sondern vielmehr massiv *individualisiert* wird, müssen die Menschen über *Kompetenzen* verfügen, die sie in den Stand setzen, eine Wahl zu treffen, die sie ein bewegliches Gleichgewicht halten lassen und ein individuellen Glück in Aussicht stellen: mit einem Wort: die sie befähigen, aus ihrem Leben ein unverwechselbares Kunstwerk zu machen.

Die verschiedenen Bedeutungen, die man im Begriff der Kreativität analytisch isolieren kann – nämlich *künstlerisches Handeln*, *Spiel*, *problemlösendes Handeln*, *Produktivität*, immerwährende (individuelle) *Revolution* und das *Leben* selbst als emergenter Prozess – fallen in der von uns allen geforderten *kreativen Lebensführung* tendenziell in eins. Die kreative Lebensführung ist ihrerseits zu einem allgegenwärtigen Leitbild unserer Gegenwart geworden: etwas strenger formuliert: wir leben zunehmend unter einem *kreativen Imperativ*.

Ich möchte ihnen hierfür noch drei Beispiele geben:



<http://www.hamburg-kreativestadt.de>

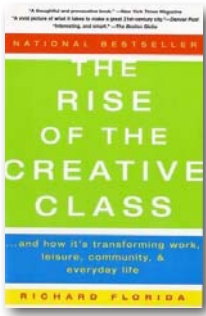
Die GAL-Fraktion wirbt zur Zeit in Anbetracht der kommenden Bürgerschaftswahl in Hamburg aller Ortens mit der kreativen Stadt. Auf der dazugehörigen website heißt es:

„Der wirtschaftliche Erfolg von Metropolen hängt zukünftig vor allem von der Kreativität ihrer Bewohnerinnen und Bewohner ab. Und Kreativität gedeiht besonders gut, wo Technologie, Talent und Toleranz gleichermaßen ausgeprägt sind.“²

Weiterhin wird sich auf ein jüngst erschienenes Buch von Richard Florida bezogen.

„Der amerikanische Ökonom Richard Florida hat beschrieben, dass Städte heute kreativ sein und kreative Menschen anziehen müssen, wenn sie wirtschaftlichen Erfolg haben wollen. [...] Wenn Florida recht hat, dann kommt es für den Erfolg unserer Stadt nicht in erster Linie darauf an, den Unternehmen Vorteile zu verschaffen, sondern Kindergärten, Schulen und Hochschulen zu verbessern. [...] Förderung von Kreativität, das ist die erste Herausforderung in einer Welt mit ständigem Wandel. Weil das so ist, haben die Künste eine ganz neue Bedeutung gewonnen. In den Künsten ist Herausforderung der menschlichen Kreativität Programm. Die Entfaltung der Künste wird deshalb immer erkennbarer zum

² <http://www.hamburg-kreativestadt.de/leitbild.html> (2.7.2007)



Schlüssel auch für den wirtschaftlichen Erfolg großer Städte. Große Architektur, Kunstschätze und Ausstellungen, bewegendes Theater, alte und neue Musik, Tanz und Filme, street culture und auch Sportereignisse brauchen die Menschen in der Stadt. Das alles möglich zu machen, die Menschen zum Miterleben und Mitgestalten zu motivieren und allen Kindern und Jugendlichen in den Schulen dazu auch praktischen Zugang zu eröffnen: Das ist erste Aufgabe für menschliche Bildung und für das Wohlergehen der Stadt gleichermaßen.³

Ein zweites Beispiel: Die Broschüre, die Sie hier sehen, dokumentiert eine Tagung der Jugend-Kunstschule Klex in Oldenburg vom Dezember 2004: „Kunst und Wirtschaft: Schlüsselkompetenz »Kreatives Querdenken« – die Herausforderung für Kunstschulen!“ Ich möchte daraus zitieren. Einer der Redner, Jan-Erik Baars, der bei Philips Design in Eindhoven Design Director ist, sagt folgendes:



„Kreativität kommt von Schöpfungskraft, dem schöpferischem Denken! Wirklich Kreative Menschen zeichnen sich durch eine Vielzahl von Fähigkeiten aus, die sie anders als ‚Normale‘ erscheinen lassen – eine Eigenschaft, die sie oft zu Spinnern, Künstlern, Genies oder Querulanten abstempelt. Ihre schöpferische Kraft treibt sie an, Bestehendes zu hinterfragen, weiter zu entwickeln, aber auch zu redefinieren [...] Dazu braucht es eine Sensitivität ein Problem überhaupt als solches wahrzunehmen. [...] Ist das nicht genau das, was die absatzgeplagte Industrie dringend bräuchte? [...] Sich durch kreatives Querdenken im Wettbewerb einen Vorteil zu verschaffen! Wie aber nutzt man den

Wirtschaftsfaktor Kreativität für sich? [...] Es stellt sich die Frage, wie Kreativität die unternehmerischen Zielsetzungen fördern kann. Was müssen Unternehmen tun, um das Querdenken für sich zu nutzen? Um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, ihre Mitarbeiter aus der Lethargie eingeschlafener Prozesse zu entführen und einen nachhaltigen Effekt mit Tiefenwirkung zu erzielen?“⁴

Die Antwort besteht schließlich darin, dass man sich Künstler und auch die Absolventen von Kunstschulen in die Unternehmen holt. Der Beitrag endet:

„Also, holt sie rein, die Kreativen und lasst sie querdenken und zu einem festen Bestandteil der Unternehmenskultur werden.“⁵

Als letztes Beispiel möchte ich wieder einen kleinen Filmausschnitt zeigen – und zwar aus einem Film von Reinhard Kahl, von dem hier ja schon die Rede war im Zusammenhang seines neusten Films „Treibhäuser der Zukunft“. Den Film, den ich ihnen zeigen möchte, produzierte er vor 15 Jahren als eine Fernsehreihe mit dem Titel „Lob des Fehlers“:



„Die Industrie war traditionell Hauptinteressent an der Disziplinierung. Aus dem zum Schüler zugerichteten Menschen ließ sich leicht ein Arbeiter oder Angestellter machen. Heute wird die Industrie wieder zum Vorreiter, allerdings zum Vorreiter einer erstaunlichen Kehrtwende. Die Auszubildenden der Wackerchemie in München beginnen ihre Lehre mit künstlerischen Übungen. [...] Der unfreundliche Empfang mit autoritärem Exzerzieren wird hier durch Übungen abgelöst, die Empfindsamkeit fördern sollen. Befreiung der Sinne heißt nun das Programm. Die

³ <http://www.hamburg-kreativestadt.de/leitbild.html> (2.7.2007)

⁴ Kunstschule Klex: Kunst und Wirtschaft: Schlüsselkompetenz »Kreatives Querdenken« – die Herausforderung für Kunstschulen!“, Oldenburg 2005, S.12ff.

⁵ ebd., S.15

Jugendlichen sollen den eigenen Impulsen trauen, damit sie sich trauen, etwas zu tun: Ermutigung, selber etwas zu wollen, nicht nur auszuführen, was man soll.

Zwei Jugendliche malen ein Bild zusammen. [Ute Büchle, Gesellschaft für Ausbildungsforschung:] »Kunst ist insofern eine Übung dafür, als jede künstlerische Betätigung ja heißt, ich muss wahrnehmen, was auf dem Blatt passiert. Ich muss Ideen entwickeln: wie rette ich die Situation? Sie sehen das hier beim Wasserfarben-Malen: die Farbe tut etwas, was ich gar nicht planen kann. Also muss ich aus der Situation heraus jetzt sehen, nehme ich jetzt hier lieber ein Blau oder hier lieber ein Gelb? Ist es angemessen, jetzt mal trocken zu malen oder nass weiter zu malen? Insofern finden Sie in diesen künstlerischen Situationen – auf kurze Zeit, auf engem Raum – eigentlich typische Arbeits-situationen im Bild zusammen gedrängt.«⁶

Filmausschnitt einsehbar unter: <http://mms.uni-hamburg.de/blogs/muente/?p=122>

Sie können nun das Gesagte als Argumentationshilfe für Ihre Forderung hernehmen, Kunst, Musik, Theater usw. als Statthalter der Kreativität verlässlich in der Schule verankert zu sehen. Und zwar gerade weil Kreativität zunehmend eine Anforderungen der Wirtschaft und des Arbeitsmarktes sein wird.

Ob dies mit dem an Humboldt geschulden Ideal der Bildung des ganzen Menschen zusammenfällt, überlasse ich Ihrem Urteil.

Es gibt zumindest ein Problem mit der so verstandenen Kreativität. Denn wie macht man aus einer Gesellschaft eine Gesellschaft der Kreativen? Wie befreit man alle Menschen zu ihrer außer-ordentlichen Kreativität, ohne das die Ordnung an sich in totaler Unordnung versinkt? Es stellt sich tatsächlich die Frage, wie Kreativität so gesteuert werden kann, dass sie die unternehmerischen Zielsetzungen fördert und diesen nicht etwa zuwiderläuft. Was müssen Unternehmen tun, um das Querdenken für sich nützlich zu machen?



Hentig, Hartmut von: Kreativität. Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff

Hartmut von Hentig unterrichtet uns in seinem Buch „Kreativität“⁷ davon, dass der Begriff aus Amerika in die bildungspolitische Debatte eingeführt wurde. Schon am Anfang des letzten Jahrhunderts hätten US-Militärs groß angelegte Vergleichsstudien durchgeführt, um zu testen, wie intelligent ihre Rekruten sind. Sie haben also die IQs getestet. Die Ergebnisse waren allerdings niederschmetternd. Die amerikanischen Soldaten lagen zu 50% unterhalb der Normalbegabung. Es wurde überlegt, wie dem zu begegnen sei. Entschieden wurde sich für ein Redesign des Forschungssettings. Es wurde nicht mehr allein nach Intelligenz gefragt, sondern nach anderen Eigenschaften, die einen Menschen als begabt auszeichnen. Hentig schreibt:

„Schon in den fünfziger Jahren hatte man sich hierbei vom einfachen, ganz am Denkvermögen ausgerichteten Kriterium des IQ zu lösen begonnen. Zunächst, indem man ein anderes Denkvermögen

⁶ Kahl, Reinhard: Lob des Fehlers, Filmdokumentation im Auftrag des NDR, 1992

⁷ Hentig, Hartmut von: Kreativität. Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff, Carl Hanser, München/Wien 1998

daneben stellte: *divergent thinking*, ein abweichendes Denken. J.P. Guilford, der die Unterscheidung 1950 vortrug, legte dabei die Tatsache zugrunde, dass Intelligenztests so gut wie nichts zutage fördern, was man ‚kreativ‘ nennen würde. Wir verstünden zwar allerhand von Intelligenz, aber was den schöpferischen Menschen ausmache, wüssten wir nicht. Man hat bis dahin offensichtlich nicht zwischen erwarteter und unerwarteter, eigenwilliger, ungewöhnlicher Leistung unterschieden.“⁸

Kreativität muss also zunächst erst mal denkbar, d.h. hier: erfasst werden.

Mit dem wachenden gesellschaftlichen Bedarf an und der massenhaften Freisetzung von Kreativität wächst das Bedürfnis, sie zu steuern, das heißt ihre produktiven Seiten nutzbar zu machen. Kreativität soll einerseits mobilisiert und in die Freiheit entlassen werden, andererseits soll sie kontrolliert und gezügelt, d.h. auf die Lösung bestimmter Probleme gerichtet, von anderen aber fern gehalten werden. Dies ist ein hochgradig ambivalentes Unternehmen. Der Appell: sei kreativ! steht dem Paradox: sei spontan! in nichts nach.

Denn Kreativität entzieht sich per definitionem der systematischen Produktion, dem programmatischen Zugriff. Sie ist eben in erster Linie *Kontingenz*. Sie kann nicht vorherbestimmt oder festgestellt werden. Sie ist nicht verfügbar. Sie widersteht jeder fest gefügten Form; oder, wie es Hentig so schön formuliert: sie „sucht immer neue Formen und, wenn diese alle schon eingenommen sind, die Formlosigkeit.“⁹

Möchte man Kreativität regulieren und auf nützliche Zwecke richten, muss man *freie* Individuen kontrollieren – sozusagen machen, dass sie das wollen, was sie sollen. Kreativität bekommt man nur in den Griff, wenn man die Individuen dazu bewegen kann, ein spezifisches *Verhältnis zwischen sich und sich selber* zu etablieren. Nützliche Kreativität ist nur in Form von freiwilliger *Selbst-Beherrschung* zu haben. Oder anders formuliert: in Form von Selbstbestimmung im Sinne einer Selbststeuerung und Selbstregulierung im Rahmen einer Rationalität des Nützlichen. Aber wie macht man das?



Ina Bielenberg (Hrsg.): Bildungsziel Kreativität, kopäd, München 2006

Auch die bkj – die Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung – hat die Kreativität zum Bildungsziel erhoben. Und sie hat mit ihrem Projekt „Schlüsselkompetenzen durch kulturelle Bildung“ und dem daran anschließenden „Kompetenznachweis Kultur“ vielleicht auch einen Weg gefunden, wie man Kreativität erfassen und nützlich steuern kann.

⁸ Hentig, Hartmut von: Kreativität. Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff, Carl Hanser, München/Wien 1998, S.14f.

⁹ ebd., S.42



Kompetenznachweis Kultur, Schlüsselkompetenzen durch kulturelle Bildung
Bröschüre, bkj
vgl. <http://www.kompetenznachweiskultur.de>

Max Fuchs erläutert, um was es dabei geht – es geht um die

"»Entwicklung einer gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit« (§1 KJHG), das Ausloten von Stärken und Entwicklungspotentialen, die »Stärken zu stärken und die Schwächen zu schwächen« [...] »Lernen« wird dabei gerade nicht als Anhäufung von Fachwissen verstanden. [...] Ein solches Lernen ist nur dann sinnvoll, wenn es die – vom Subjekt gewollte und wahrgenommene – Selbstwirksamkeit unterstützt. Denn dann ist das Lernen auf das Leben und seine Bewältigung bezogen, ist es Teil der »Lebenskunst« des Einzelnen."¹⁰

Etwas weiter schreibt Max Fuchs unter der Überschrift:

"Das Subjekt

Zur Erfassung der individuellen Persönlichkeitsstruktur und ihrer Entwicklung gibt es eine Reihe von psychologischen Tests. [...] das LIFO-Verfahren (LIFO=Lebens-Orientierung), das entwickelt wurde, um Verhaltensstile – vor allem im Hinblick auf Stärken – zu quantifizieren und zu beschreiben. Es gibt weitere derartige Bewertungsmuster, deren Kern in unserem Zusammenhang relevant ist: nämlich Kategorien bereitzustellen, mit denen man über beobachtbare Verhaltensweisen abstrakte Persönlichkeitsdimensionen erfassen kann. [...] Mit diesem Ansatz ist es kompatibel und bei älteren Jugendlichen auch empfehlenswert, ein »Lerntagebuch« zu führen, also zur Selbstbeobachtung und Selbstbeschreibung zu animieren [...]"¹¹

Erlauben Sie mir eine kurze Fußnote: Die Definition und Methoden der Erfassung von Schlüsselkompetenzen, die die bkj hier anlegt, sind genau dieselben die auch PISA verwendet. Nachdem die ersten PISA-Runden die Definition und Erfassung von Kompetenzen im Sinne einer literacy, numeracy und einem basic und propositional knowledge ins Zentrum gestellt hatte, wurde den Verantwortlichen bald klar, dass die Beobachtung, Interpretation und Beurteilung der so genannten Schlüssel- oder Basiskompetenzen nicht nur eine große Herausforderung für die Forschung darstellen, sondern auch jene Kompetenzen sind, die von großer gesellschaftlicher Relevanz sind. Deshalb stellt PISA 2003 das Problemlösen in das Zentrum der Untersuchung fächerübergreifender Kompetenzen.¹² Damit sind Kompetenzen gemeint, die für den Prozess notwendig sind, Probleme zu identifizieren, zur Problemlösung relevante Informationen zu ermitteln, Wissensbestände zu aktivieren und Sachlogiken zu erkennen, verschiedene Lösungswege und -strategien zu entwickeln und auszuwählen, adäquate Entscheidungen zu treffen, zu überprüfen, ggf. zu revidieren und gefundene Lösungen an andere zu kommunizieren. Damit ist zu weiten Teilen das erfasst, was als Schlüsselkompetenzen beschrieben werden kann.

¹⁰ Fuchs, Max: Bildungswirkungen in der Jugendkulturarbeit. Überlegungen zu ihrer Erfassung, in: BKJ: Schlüsselkompetenzen durch kulturelle Bildung, BKJ, Remscheid 2002, S. 65f.

¹¹ ebd., S. 77ff.

¹² vgl. Programme for International Student Assessment: Problem Solving for Tomorrow's World. First Measures of Cross-Curricular Competencies from PISA 2003, OECD 2004; <http://www.pisa.oecd.org/dataoecd/25/12/34009000.pdf>

Die OECD bemüht sich bereits seit 1997 im Rahmen des DeSeCo-Projektes um die Definition und Selektion von (Schlüssel-)Kompetenzen – genau dafür steht DeSeCo –, die für ein erfolgreiches Leben und eine gut funktionierende Gesellschaft benötigt werden.¹³ Einigkeit besteht darüber, dass Schlüsselkompetenzen weit über rein kognitive Kompetenzen hinausgreifen und personale, motivationale und aktivitätsbezogene, fachlich-methodische und sozial-kommunikative Kompetenzen umfassen.

Genau diese Arbeiten der DeSeCo-Gruppe liegen dem Ansatz der bkj zugrunde. Ebenso wie die Arbeiten von John Erpenbeck, der wohl als einer der Wortführer innerhalb der Schlüsselqualifikationsdebatte angesehen werden kann. Hier eine dieser Arbeiten.¹⁴ Fußnote Ende.



Kompetenzkapital. Verbindungen zwischen Kompetenzbilanzen und Humankapital

Diese von Max Fuchs beschriebene Selbstbeobachtung, die gekoppelt mit Fremdbeurteilung und psychologischen Test die individuellen Persönlichkeitsstruktur zu erfassen und zu quantifizieren sucht; die sich so bemüht, gemeinschaftsfähige – und das meint vielleicht nicht zuletzt nützliche – Persönlichkeiten zu entwickeln, führt uns wieder zurück zu multimedialen Lernumgebungen wie z.B. den Weblogs und Communities.

Die von den Jugendlichen hier erlernten und freiwillig praktizierten Verfahren der Selbstdarstellung, Selbstbeschreibung und Selbstreflexion im Kontext einer kommentierenden und bewertenden Community sind nämlich eine ideale Voraussetzung dafür, jene Techniken der freiwilligen Selbstkontrolle, der Verschränkung von Fremd- und Selbststeuerung, in die pädagogische Praxis einzuführen.

Es verwundert denn auch nicht, das Social Software und speziell Blogs als ePortfolio im Sinne des von Max Fuchs erwähnten Lerntagebuchs momentan im Focus der pädagogischen Anstrengungen um Lernen in multimedialen Umgebungen stehen.¹⁵



Salzburg Research: ePortfolio – Methoden und Werkzeuge für kompetenzbasiertes Lernen.

¹³ <http://www.portal-stat.admin.ch/deseeco> (6.7.2007); vgl. Rychen, Dominique Simone / Salganik, Laura Hersh (Ed.): Key Competencies for a Successful Life and a Well-Functioning Society, Hogrefe & Huber Publishers, Toronto 2003

¹⁴ Hasebrook, Joachim / Zawacki-Richter, Olaf / Erpenbeck, John (Hrsg.): Kompetenzkapital. Verbindungen zwischen Kompetenzbilanzen und Humankapital, Bankakademie-Verlag GmbH, Frankfurt a.M. 2004

¹⁵ vgl. z.B. Salzburg Research (Hrsg.) (2006). ePortfolio – Methoden und Werkzeuge für kompetenzbasiertes Lernen. http://eportfolio.salzburgresearch.at/images/stories/eportfolio_srfg.pdf (6.7.2007).

Salzburg research – ein privates Forschungsinstitut – hat vor kurzem eine entsprechende, in der Fachwelt viel beachtete Tagung durchgeführt. An der unter anderem auch John Erpenbeck als Keynote-Speaker geladen war.¹⁶



2. EduMedia Fachtagung 2006

"Social Skills" durch "Social Software"?

Erweitert die Verwendung neuer Internet-Technologien in Lehr-, Lern- und Wissensprozessen auch soziale Kompetenzen?

Interdisziplinäre Fachtagung zu Bildungs- und Arbeitstechnologien im Semantic Web für PädagogInnen, eDidaktikerInnen, eTrainerInnen und ForscherInnen am 23. und 24. Mai 2006 in Salzburg.

Kreative Selbstbestimmung und in Begriffen des Humankapitals gefasste Selbstvermarktung scheinen zunehmend an Trennschärfe zu verlieren.

Ästhetik

Ich habe noch kein Wort über Ästhetik verloren. Es ist tatsächlich auch schwer, wenn es um Computer geht, vom Schönen in einem traditionellen Verständnis zu sprechen. Wenn man versucht, mit dem Computer Kunst in einer herkömmlichen Art zu machen, kommt zumeist etwas raus, was eine etwas hilflose Simulation ist.



virtuelle Stifte, Pinsel und Paletten

Filmausschnitt einsehbar unter: <http://mms.uni-hamburg.de/blogs/muente/?p=140>

Wenn in Zusammenhang der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien die Rede von Ästhetik ist, dann macht dies eigentlich nur in dem Sinne Sinn, dass man sich um eine wahrnehmbare Darstellung von Informationen bemüht. Es geht um eine Visualisierung, Strukturierung, Veranschaulichung von Wissen. Es geht um eine Architektur von Wissensbeständen – die Rede ist von einer Datatektur. Es geht darum – wie in der Kunst allgemein – für etwas eine Darstellungsweise zu finden, was sich allen anderen Darstellungsweisen – etwa der Sprache oder der Berechnung – entzieht. Es geht darum, etwas zu formulieren, also in eine Form zu bringen, das bisher weder gesagt, noch in Zahlen ausgedrückt, noch sonst wie symbolisiert werden konnte. Es geht eben darum, neue Formen für das bisher Ausgeschlossene zu erfinden.

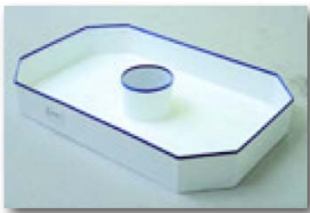
¹⁶ siehe http://edumedia.salzburgresearch.at/index.php?option=com_content&task=view&id=23&Itemid=42



d12 magazines – <http://www.documenta12.de/magazine.html>

Was Sie hier sehen, ist eine Visualisierung jener Relationen, die unterschiedliche Kunstmagazine untereinander unterhalten haben, die im Vorfeld der documenta 12 an einem gemeinsamen Zeitschriftenprojekt gearbeitet haben. Das Ergebnis dieser vernetzten Zusammenarbeit ist nun als drei Bücher, den documenta-magazines, als Einstieg in die documenta erschienen. Diese Form der Vernetzung, das gemeinsame Arbeiten an einer gemeinsame Sache – dies entspricht im Ansatz den ursprünglichen Ideen des Netzes, wie ich Sie ihnen vorhin kurz skizziert habe.

Die documenta wird just in diesen Stunden in Kassel eröffnet. Zu diesem Anlass erlauben Sie mir, ein weiteres Beispiel von dort zu wählen.



Das Ding

Einer der ersten, öffentlich bekannt gegebenen Künstler/-innen der documenta war Ricardo Basbaum. Er fragt, ob wir, jeder von uns an einem künstlerischen – man möchte sagen: an einem ebenso sozialen – Experiment teilhaben wollen – oder genauer, ob wir an diesem Experiment partizipieren möchten.



Would you like to participate in an artistic experience?

Wenn ja, bekommen wir ein solches *Ding* zugeschickt. Eine „leere Kuchenform oder eine Badewanne mit einem Loch drin“ – wie es auf der website der documenta heißt.¹⁷ Die einzige Gegenleistung besteht darin, sich mit dem „Ding“ in irgendeiner Weise auseinander zu setzen und diese Auseinandersetzung in irgendeiner Weise zu dokumentieren und in ein digitales Netzwerk einzuspeisen.

¹⁷ http://www.documenta12.de/aktuelles_9.html



Was Sie hier sehen ist ein blog: <http://www.nbp.pro.br>

In dem entstehenden sozialen Prozess von Verhandlungen und Verbindlichkeiten ist jeder Sender und Empfänger. Das Verhältnis von Künstler und Publikum verkehrt sich. Die Vermittlungsrichtungen kehren sich vollständig um und verlaufen in einem Netzwerk.

Ausgangspunkt ist hier aber ein Ding: eine „Zumutung, die nirgends hinpasst“, sich sperrt, zu nichts nütze ist – wie Roger Buerger, der diesjährige Documenta-Leiter sagt. Ausgangspunkt ist dieser Gegen-Stand, dieses geteilte Dritte. Hieran entsteht Öffentlichkeit.

Diese Öffentlichkeit ist etwas anderes als ein Markt, auf dem sich selbstkompetente Unternehmer ihrer Selbst treffen, um sich gegenseitig anzupreisen.

Auch Humboldt sprach bei der Formulierung seiner Bildungstheorie nie davon, dass das Selbst sich allein aus sich selbst heraus bilden könne. Ihm war eher die Wechselwirkung zwischen dem Ich und der Welt von großer Wichtigkeit. Nur in dieser Auseinandersetzung mit Welt, mit den Dingen, mit *Gegen-Ständen*, mit den Anderen, zu denen sich das Selbst in ein – an der Welt gebrochenes – reflexives Verhältnis zu sich selbst setzt, könne sich Bildung ereignen.

Bildung in diesem Sinne ist etwas anderes, als ein Selbst, das in dem Sinne selbstbestimmt ist, dass es sich zum Zwecke der Selbstregulierung und -steuerung, zum Zwecke der Bewältigung von Leben, in einem freiwilligen selbstreflexiven Akt selbst erfasst, beschreibt, quantifiziert und bewertet.

Literatur

- Fuchs, Max: Bildungswirkungen in der Jugendkulturarbeit. Überlegungen zu ihrer Erfassung, in: BKJ: Schlüsselkompetenzen durch kulturelle Bildung, BKJ, Remscheid 2002
- Hentig, Hartmut von: Kreativität. Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff, Carl Hanser, München/Wien 1998
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: Dialektik der Aufklärung, Suhrkamp, Frankfurt a.M. 1988
- Programme for International Student Assessment: Problem Solving for Tomorrow's World. First Measures of Cross-Curricular Competencies from PISA 2003, OECD 2004
<http://www.pisa.oecd.org/dataoecd/25/12/34009000.pdf> (6.7.2007)
- Rychen, Dominique Simone / Salganik, Laura Hersh (Ed.): Key Competencies for a Successful Life and a Well-Functioning Society, Hogrefe & Huber Publishers, Toronto 2003
- Salzburg Research (Hrsg.): ePortfolio – Methoden und Werkzeuge für kompetenzbasiertes Lernen, 2006
http://eportfolio.salzburgresearch.at/images/stories/eportfolio_srfg.pdf (6.7.2007)