



Zugänge gestalten
Rosemarie Klein (Hrsg.)

Verlag:
Institut für angewandte
Kulturforschung e.V. Göttingen
www.ifak-goettingen.de

Erst Lernprogramm – dann surfen Können vorhandene Angebote im Internet Lernzugänge bieten?

Thorben Wist

Um Zugänge zur Zielgruppe der Alphabetisierungs- und Grundbildungsarbeit zu finden, ist von besonderer Bedeutung, Schreibanlässe zu identifizieren, die nicht als belastend empfunden werden. Zunächst muss demnach geklärt werden, wann Schreibanlässe als nicht belastend empfunden werden. Dabei spielt die Orientierung an der Lebenswelt eine wichtige Rolle. Um Schreibanlässe zu identifizieren und damit besseren Zugang zur Zielgruppe zu bekommen, muss der Frage nachgegangen werden, wer mit wem im sozialen Umfeld der Zielgruppe mit welchem Medium schriftlich kommuniziert. Hervorzuheben ist vor allem, dass nicht nur Schreibanlässe identifiziert werden, welche für die Zielgruppe belastend oder exkludierend wirken. Häufig genanntes Beispiel für exkludierend wirkende Schreibanlässe ist die Kommunikation mit Behörden. Solche Schreib- und Leseanlässe wirken auf die Zielgruppe ausgrenzend und haben ein hohes Beängstigungspotential. (vgl. Döbert, Hubertus, & Nickel, 2000)

Zu hinterfragen ist, ob es auch schriftliche Kommunikation innerhalb der Lebenswelt gibt, die inkludierend und motivierend wirkt. Eine solche Kommunikation sollte darüber hinaus frei von sozialer Asymmetrie sein. Mit dieser Anforderung rückt der Gebrauch von neuen Kommunikationsmedien in den Fokus der Aufmerksamkeit. Zumindest bei jüngeren Personen der Zielgruppe kann davon ausgegangen werden, dass elektronische Kommunikationsmedien eine weite Verbreitung gefunden haben. Einen Hinweis darauf geben die Studien „Medienhandeln in Hauptschulniveaus“ (vgl. Wagner, 2008) und „JIM Studie“ (vgl. Kutteroff & Behrens, 2008). Die Nutzung von elektronischen Kommunikationsmedien ist bei Jugendlichen weit verbreitet. Auch bei bildungsbenachteiligten Jugendlichen werden diese Medien häufig genutzt. Da ein Teil der Zielgruppe aus Hauptschulen stammt (Döbert u. a., 2000, S. 64), ist davon auszugehen, dass diese Medien ebenfalls innerhalb von Alphabetisierungs- und Grundbildungskursen von Teilnehmenden genutzt werden. Auch die Kompetenzeinschätzung von Teilnehmenden in Grundbildungs- und Alphabetisierungskursen aus dem Projekt Alphabit (vgl. www.projekt-alphabit.de) gibt Hinweise auf die Nutzung von neuen Medien durch die Zielgruppe. (vgl. Abbildung 1)

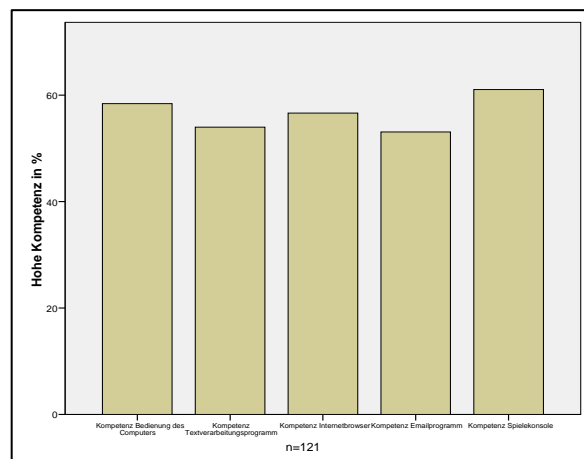


Abbildung 1: Kompetenz neue Medien

Bei diesen elektronischen Medien kommt es zu einer vielfältigen schriftsprachlichen Kommunikation mit anderen sozialen Akteuren. Sei es durch Nutzung des mittlerweile allgegenwärtigen Handys oder Posting in MmorpGs (Massively Multiplayer Online Role Playing Game, z.B. World of Warcraft, vgl. <http://www.wow-europe.com/de/info/basics/guide.html>), Blogs, Chats, Foren und Social Communities. (Kutteroff & Behrens, 2008, S. 12) Diese Art, über Schriftsprache zu kommunizieren, hat im Gegensatz zur formalen schriftlichen Kommunikation (wie etwa Behördenkommunikation) Eigenschaften, in denen die Zielgruppe weniger Ängste zeigt. Diese Kommunikationsform ist sanktionsfrei und lebensweltnah. Aus diesem Umstand ergeben sich für die Alphabetisierungs- und Grundbildungsarbeit wichtige Zugänge. Zum einen können vorhandene Angebote im Bereich der elektronischen Kommunikationsmedien genutzt, zum anderen können auch Eigenproduktionen im Bereich der elektronischen Kommunikationsmedien wie zum Beispiel Lernspiele erstellt werden, um mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten. Hinsichtlich der Nutzung von Eigenproduktionen lassen sich die Potenziale vom Einsatz von elektronischen Medien gezielter nutzen. Diese Potenziale können jedoch nur ausgenutzt werden, falls die erforderlichen Rahmenbedingungen vorhanden sind. (vgl. Kerres, 2003)

Zu diesen Rahmenbedingungen zählen etwa ausreichende technische Ausstattung und offene Unterrichtsstrukturen. Weiterhin muss erwähnt werden, dass Eigenproduktionen bislang häufig Projektcharakter haben und eine längerfristige Finanzierung und Weiterentwicklung somit selten möglich ist. Bei vorhandenen Angeboten, die von der Zielgruppe genutzt werden, ist kritisch einzuwenden, dass diese nicht für die Wissensvermittlung konzipiert worden sind. Dennoch bieten diese Angebote einige Potenziale:

- Die Angebote sind von keiner Finanzierung abhängig und werden beständig weiterentwickelt.
- Die Angebote sind bei der Zielgruppe akzeptiert und werden in ihrem sozialen Umfeld genutzt
- Eine soziale Vernetzung der Zielgruppen ist möglich.



Abbildung 2: Social Network www.meinvz.de



Abbildung 3: MMORPG www.runesofmagic.com

Besonders interessant waren meine Beobachtungen in Computerräumen in Grundbildungs- und Alphabetisierungskursen. Die Teilnehmenden haben sich nicht nur mit den vorhandenen Lernprogrammen und Portalen beschäftigt, sondern auch andere Programme und Websites aufgerufen. Dies geschah einerseits als Belohnung am Ende einer Unterrichtseinheit, andererseits auch als Ablenkung. Bisher ungeklärt sind die Potenziale, die sich hier für die Grundbildungs- und Alphabetisierungsarbeit bieten. Die Seiten, die von den Teilnehmenden stammen, sind möglicherweise keine Lern- und Wissensportale sondern Blogs, Chats, Singlebörsen, Social Networks oder MmorpGs (wie oben angesprochen).

Eine Gemeinsamkeit haben alle diese Angebote: den Reiz, sich selbst darzustellen und mit anderen Menschen zu kommunizieren. Dies erfolgt auch bei den meisten elektronischen Kommunikationsmedien schriftsprachlich und kann zumindest für einen Teil der Zielgruppe von Alphabetisierungs- und Grundbildungsarbeit einen Zugang bieten.

Literatur:

- Döbert, M., Hubertus, P., & Nickel, S. (2000). Ihr Kreuz ist die Schrift: Analphabetismus und Alphabetisierung in Deutschland. (Bundesverband Alphabetisierung e.V., Hrsg.). Stuttgart: Klett.
- Kerres, M. (2003). Zu Wirkungen und Risiken neuer Medien in der Bildung: Warum Medien keine Arznei für die Bildung sind. In A. Schlüter (Hrsg.), Aktuelles und Querliegendes zur Didaktik und Curriculumentwicklung (S. 261-278). Bielefeld: Janus Presse.
- Kutteroff, A., & Behrens, P. (2008). JIM-Studie2008 – Jugend, Information, (Multi-)media. (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, Hrsg.). Abgerufen Januar 19, 2009, von http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf08/JIM-Studie_2008.pdf.
- Wagner, U. (2008). Medienhandeln in Hauptschulumilieus: Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München: Kopäd

Autor:



Thorben Wist ist Diplom-Pädagoge mit dem Schwerpunkt Sonderpädagogik und hat eine Ausbildung Fachinformatiker. Er ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Deutschen Institut für Erwachsenenbildung und zuständig für die wissenschaftlicher Begleitung im Projekt AlphaBIT; www.die-bonn.de

Das diesem Beitrag zugrunde liegende Vorhaben wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter den Förderkennzeichen 01AB073605 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei dem Autoren. (S. BNBest-BMBF 98, 6.4)