

Die neuen digitalen Medien begreifen und gestalten – neue Wege zur medialen Kompetenz.

Michael Herczeg

Die Entstehung der Informationsgesellschaft wurde in den letzten Jahren immer wieder in fatalistischer Weise als eine unaufhaltsame Entwicklung angesehen. Entsprechend gering war und ist die aktive Einflußnahme selbst der höher gebildeten Bevölkerung. Die Folgen sind wirtschafts- und technologiezentrierte Entwicklungen, die nicht selten im gesellschaftlichen Kontext versagen. Das Versagen ganzer Industriezweige im Bereich der digitalen Medien war die zwangsläufige Folge einer solchen Entwicklung und spricht nicht gegen die heutige und künftige Bedeutung der digitalen Medien sondern gegen die Art und Weise sie auszuprägen und zu nutzen. Der Schlüssel zur Verbesserung dieses Zustandes kann nur Medienbildung heißen. Welche höheren Bildungsangebote stehen uns zur Verfügung, um die Transition von der Industrie- in die Informationsgesellschaft möglichst informiert und erfolgreich zu bewältigen?

Viele Hochschulen bieten derzeit im Rahmen der vorhandenen Lehrpläne Ergänzungsfächer und Vertiefungslinien. So wird beispielsweise inzwischen in einigen Hochschulen, auch der Universität zu Lübeck, aufbauend auf der Informatik das neue Fach Medieninformatik angeboten. Ähnliches gilt für den Bereich Gestaltung und Design, wo neue Akzente in Richtung Medien- und Interaktionsdesign aufgebaut werden. In anderen ingenieur-, natur- oder geisteswissenschaftlichen Fakultäten werden gelegentlich informatische und kommunikationswissenschaftliche Zusatzangebote geschaffen. Die Medienwissenschaft wird unter großem Zulauf als Neben- oder Ergänzungsfach in geisteswissenschaftlichen Fakultäten angeboten, meist jedoch, um Defizite und ausbleibende Innovationen in den Fächern zu kompensieren.

Keines der genannten Ausbildungsangebote wird jedoch der Komplexität und Vielschichtigkeit der neuen digitalen Medien, ihrer historischen Genese und ihren gesellschaftlichen Auswirkungen im Hinblick auf eine analytische und strategische Entscheidungskompetenz gerecht. Es fehlt vor allem die integrierte, d.h. die interdisziplinäre Auseinandersetzung mit technologischen, wirtschaftlichen, soziologischen und kulturhistorischen Aspekten der digitalen Medien. Diesen Disziplinen ließen sich zur weiteren Abrundung schnell weitere, wie Psychologie, Pädagogik, Recht und Arbeitswissenschaft hinzufügen. Anstatt die analytische Fähigkeit der Lernenden als Voraussetzung für ein lebenslanges Beobachten und Begreifen der neuen Medien zu schulen, wird vielfach partielles, fragmentiertes und schnell überholtes Fachwissen vermittelt, das den Absolventen nur sehr begrenzte Kompetenzen und Fähigkeiten verleiht und damit auch nur eingeschränkte Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt bietet. Die veränderten Problemstellungen und Arbeitsprofile der Wirtschaft finden nur wenig Berücksichtigung. Anstatt Menschen qualifiziert und analytisch zu schulen, um selbst aktiv und gestalterisch Einfluß auf den Arbeitsmarkt und das jeweilige Arbeitsprofil ausüben zu können, redet man sich und ihnen ein, sie hätten flexibel auf die sich wandelnden Ansprüche zu reagieren. Dies wird zur pauschalen Entschuldigung und zur bildungspolitischen Notlüge für die teils überholten, teils fehlgeleiteten Bildungsangebote ohne Masterplan.

Die technisch bedingte Medientransformation in weltweiten digitalen Netzen muß mit einer ganz anderen Art der Wissensmodellierung, Wissensverarbeitung und Wissensvermittlung operieren. Spätestens seit Marshall McLuhan's 1964 veröffentlichtes Buch „*Understanding Media*“ wissen wir, dass Medientransformationen auch den Inhalt berühren und von der Neutralität eines Mediums nie ausgegangen werden darf. Die Erarbeitung, Kommunikation und Kapitalisierung von Wissen und Kompetenz benötigt klar umrissene Informations-, Kommunikations- und Handlungsbegriffe, die historisch beobachtet im sozialen und gesellschaftlichen Kontext erklärt werden müssen.

Der Mangel und die Schwächen in den verfügbaren Kompetenzen schlagen sich schneller denn je auf eine entsprechend schwache oder fehlgeleitete Entwicklung der Informationsgesellschaft nieder. Die vielzitierte Misere der sogenannte New Economy war ein zwangsläufiger Effekt und spricht nicht gegen die digitalen Medien und ihre zunehmende Bedeutung sondern gegen die Art und Weise ihrer Konstruktion und Nutzung. Deshalb ist es dringend geboten, diese offenbaren Lücken durch geeignet geprägte Studienangebote zu füllen.

Die International School of New Media (ISNM) soll eine Antwort auf diese Fragen sein. Sie wird in Form einer angegliederten Einrichtung der Universität zu Lübeck (An-Institut) ein postgradualen, kostenpflichtigen und wirtschaftsnahen Weiterbildungsstudiengang „Digital Media“ mit dem öffentlich anerkannten „*Master of Science in Digital Media*“ anbieten. Das Aufbaustudium wird sich über 18 Monate im Vollzeitstudium oder entsprechend länger im Teilzeitstudium (z.B. Abendstudium oder Zertifikatstudium) erstrecken. Das Studienangebot der ISNM wird weitgehend englischsprachig sein. Dies bereitet die spätere Fähigkeit der Studierenden in einem globalen Markt vor, in dem sie heutzutage schneller als sie im allgemeinen erwarten, eine internationale Position in Entwicklung, Beratung, Vertrieb, Projektleitung oder anderer anspruchsvoller Funktionen einnehmen und vor allem ausfüllen müssen.

Die Fächer des Studiengangs wurden in mehrere Kompetenzbereiche strukturiert und modular angeboten. Sie werden in konzentrierter und vernetzter Weise auf die Fragestellungen der Informationsgesellschaft und der neuen digitalen Medien abgestimmt und spezialisiert. Das Curriculum bindet die einzelnen Module kohärent ein, um die traditionelle Trennung oder Hierarchisierung der Wissensbereiche zu vermeiden und den globalen Forderungen nach einer translateralen Übersetzbarkeit und jeweiligen Perspektivierungen der Wissensbereiche zu entsprechen. Nicht eine isolierte Fachkompetenz ist gefragt, sondern eine analytische Kompetenz der Integration interdisziplinären Wissens als Voraussetzung für die Lösung heutiger und künftiger offener Problemstellungen sowie der weiteren Integration neuen Wissens. Dem Angebot fügt sich die bereits vorhandene Fachkompetenz der Studierenden hinzu. Der Lernfaktor wird nicht nur curricular durch das Lehrangebot, sondern zudem auch durch die kommunikative Kompetenz der Studierenden untereinander gesetzt. Die Lehre setzt also auf die Anwesenheit (Präsenzstudium) und die intensive Beteiligung der Studierenden.

Ziel des Studienangebotes ist die Vermittlung eines der Thematik der sogenannten neuen und digitalen Medien in möglichst, aus heutiger Sicht, vielen relevanten Frage- und Problemstellungen gerecht werdenden Wissens. Aus diesem Grund orientiert sich das Curriculum nicht an einer Kerndisziplin, sondern bemüht sich um die ausgewogene interdisziplinäre Integration von Themen vor allem aus folgenden Bereichen Informatik, Informationswissenschaften, Medientechnologie, Wirtschaftswissenschaften, Kulturwissenschaften, Soziologie, Rechtswissenschaften, Kunst und Design.

Der Studiengang konzentriert sich auf die Verknüpfung und die Integration wissenschaftlich fundierten Wissens hinsichtlich der Analyse, Konzeption, Realisierung, Verbreitung und Nutzung interaktiver digitaler Medien. Dabei knüpft das Studium an die historische Genese der neuen Medien an, erarbeitet und klärt die gemeinsamen Wurzeln vieler Teilgebiete und schreibt diese in gesellschaftlich verantwortungsbewußter Weise im Hinblick auf eine menschengerechte Fortentwicklung der Informationsgesellschaft fort. Dies erfordert eine vorhandene, im Normalfall in Form eines anerkannten wissenschaftlichen Abschlusses nachgewiesene Vorbildung in einer oder mehreren wissenschaftlichen Disziplinen. Die Ausbildung in ihrer eigenen Disziplin gibt den Studierenden einen wichtigen Ausgangs- und den Referenzpunkt für die durch ihre fachliche Breite geprägte Weiterbildung. Dabei wird das Ziel verfolgt, das eigene Fachgebiet mit anderen für die neuen Medien relevanten Gebiete zu verknüpfen und die eigenen Kenntnisse und Arbeiten auf diese Weise aus einer höheren Perspektive einordnen, bewerten und weiterentwickeln zu können.

Ein modernes und anspruchsvolles Studium erfordert eine anspruchsvolle Lokation. Mit der Konzeption der ISNM wurde deshalb in Zusammenarbeit mit der Hansestadt Lübeck, dem Land Schleswig-Holstein sowie der vor allem regionalen Wirtschaft in Form der Media Docks Lübeck auf der Nördlichen Wallhalbinsel vor den Toren der Altstadt Lübecks auch ein angemessener räumlicher Rahmen geschaffen. Auf 10.000 Quadratmetern werden die ISNM, das Institut für Multimediale und Interaktive Systeme (IMIS) der Universität zu Lübeck, das Gründerzentrum und Unternehmen im Wirtschaftspark über ein großes gemeinsames Medieninfrastrukturzentrum künftig eng zusammenarbeiten können. Die Zusammenarbeit beschränkt sich allerdings nicht auf die genannten Institutionen. Auch anderen Interessenten außerhalb des Komplexes sind zur Zusammenarbeit eingeladen und können beispielsweise das Medienzentrum nutzen.

Die ISNM und die anderen Institutionen in den Media Docks sind Katalysatoren und Denkräume für eine Informationsgesellschaft, die weniger durch kleinteiliges „Vorsichhinarbeiten“ als durch ein interdisziplinäres Verständnis der digitalen Medien sowie durch vielfältige Kooperationen zwischen Wirtschaft, Hochschulen und Kultureinrichtungen gekennzeichnet sein muß.