

**dvs-Sektion Sportphilosophie (Redaktion: Th. Alkemeyer,
F. Bockrath, V. Caysa, E. Franke, G. Gebauer, V. Schürmann)**

**Bildung ist keine Ware. Stellungnahme zum *Strategiepapier:
Zum Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft***

1. Das *Anliegen* des Strategiepapiers, den aktuellen Stand des Einsatzes der Neuen Medien in der Sportwissenschaft zu reflektieren und den real praktizierten Einsatz qualitativ zu verbessern, ist unstrittig. Das zu sagen, ist eigentlich überflüssig, denn das Anliegen spricht für sich selbst. Es dennoch zu betonen, möge Missverständnisse verhindern, die in jener Tradition nahe liegen, in der Kritik an neuen Techniken als ‚Maschinenstürmerei‘ wahrgenommen wird. Es liegt uns nicht daran, in den Stallgeruch mangelnder „individuelle[r] Technologieaffinität“ (dvs, 2006, S. 133) zu geraten.

2. Die vorgelegten Begründungen dieses Anliegens sind hochgradig problematisch. Das Papier formuliert selber, dass es den „Überlegungen der Analysten“ (ebd. S. 131) folgt – und diese, wohl unbemerkte, Doppeldeutigkeit ist bezeichnend für den Geist, in dem diese Begründungen und die resultierenden Empfehlungen geschrieben sind. Zugespitzt formuliert: Das Strategiepapier traktiert die Hochschulen wie ein Börsenunternehmen. Das ist nicht etwa deshalb problematisch, weil Börsenunternehmen vom Teufel sind oder Heuschreckenplagen bilden, sondern weil es mehr gibt auf dieser Welt als Börsenunternehmen. Universitäten bildeten bis dato definitiv keine solchen, und sie konnten und wollten es nicht sein. In einem relevanten Sinn können nämlich Börsenunternehmen keine *Bildungsinstitutionen* sein und umgekehrt. Diese Grenze zu verwischen, ja einzureißen, ist die zentrale Botschaft des Papiers, wofür es sich selber noch rühmen kann, kennt es doch Fälle, in denen „fehlende Trennschärfe“ bestehende „Konflikte entschärft“ (ebd. S. 130 f.). Dass dies der Geist des Papiers ist, ist offenkundig. Spätestens seit Herder und Humboldt kann man wissen, dass die Sprache nicht unschuldiges Transportmittel, sondern bildendes Organ der Gedanken ist. Und die Sprache des Papiers sagt überdeutlich, wes Geistes Kind die formulierten Gedanken sind: „Bildungswettbewerb“, „Beschleunigungsfaktor der wissenschaftlichen Wertschöpfungskette“, „Wettbewerbsvorteile“, „Chefsache“,

„Education Broker“, „Nutz- und Mehrwerte der Neuen Medien“, „Geschäftsmodelle“ – kurz: Bildung wird als Ware traktiert.

3. Der selbst erklärte Anspruch des Papiers liegt darin, „dem aktuellen Kenntnisstand Rechnung tragen“ zu wollen (ebd. S. 126). Dem aber wird das Papier in eklatanter Weise nicht gerecht. Das Papier setzt voraus, was, mindestens auch, zu problematisieren ist: Dass die Neuen Medien lediglich neue Mittel für Lern-, Erziehungs- und Bildungsprozesse sind. Demgegenüber wird systematisch ausgeblendet – und zwar sowohl in der Sache als auch im Hinblick auf den vielfach formulierten „aktuellen Kenntnisstand“ –, dass die Neuen Medien gerade nicht lediglich bessere Mittel sind, sondern dass sie die Lern-, Erziehungs- und Bildungsprozesse als solche verändern, z. B. im Hinblick auf das Verhältnis von Schrift und Bild. Ein alltäglicher Blick und auch ein nur oberflächlicher Blick in laufende Debatten macht hinreichend deutlich, dass die elektronische Post nicht einfach nur eine ‚radikale‘ Verbesserung der guten alten Postwege darstellt, sondern dass sie die Art und Weise unserer Kommunikation ändert. Analoges gilt für die Neuen Medien in Bezug auf Bildungsprozesse. Nirgends im Papier findet sich eine Auseinandersetzung mit all denjenigen „Experten“, die die Neuen Medien nicht als unschuldige Transportmittel, sondern als bildendes Organ von Lern-, Erziehungs- und Bildungsprozessen einschließlich der damit einhergehenden Veränderungen dieser Prozesse thematisieren. Angesichts dessen ist es ein Verstoß gegen die Prinzipien von Wissenschaftlichkeit und in der Sache problematisch, solche Veränderungen weder zu reflektieren noch essentiell in die Empfehlungen zum Einsatz dieser Neuen Medien einzubinden.

4. Wenn die Veränderungen der Lern-, Erziehungs- und Bildungsprozesse durch die Neuen Medien ausgeblendet werden, dann scheint es tatsächlich so zu sein, als ginge es lediglich darum, bestehende Möglichkeiten der Effektivierung endlich zu nutzen oder sich diesen Chancen, dummerweise, zu widersetzen. Es wird dann erst gar kein Gedanke darauf verschwendet, woher die Widerstände gegen einen „breiten“ Einsatz dieser Medien wohl rühren. Es handelt sich dann eo ipso um eine „oft lustlose Zurückhaltung und Geringschätzung dieser Aufgabe bei vielen Hochschulleitungen“ (ebd. S. 129). Konsequenterweise muss man dann die weitere Verbreitung zur „Chefsache“ machen und den breiten Einsatz ordentlich, durchstellen. Die Parallelen sind offenkundig zu allen Überlegungen und Praktiken, die gewachsenen demokratischen Selbstverwaltungsstrukturen der Hochschulen – immerhin Institutionen des öffentlichen Rechts und keine Privatunternehmen – abzuschaffen, um Hochschulleitungen analog zu Aufsichtsratsstrukturen zu etablieren. Bildungsprozesse aber sind außerhalb demokratischer Selbstbestimmungsstrukturen nicht zu haben. Der Geist des Papiers richtet sich letztlich gegen den Bildungsauftrag der Hochschulen. Das ist nicht nur deshalb nicht akzeptabel, weil damit die Idee des *mündigen* Bürgers steht und fällt, sondern auch deshalb nicht, weil damit das eigentliche Anliegen verfehlt wird. Hochschulabsolventen nützen nichts als Wissensspeicher und Rechenmaschinen – denn das können andere Maschinen besser und billiger –, sondern sie sind gefragt in der Kompetenz, darum zu wissen, was

sie tun. Um genau deshalb flexibel mit ihrem gespeicherten Wissen umzugehen. Alles andere ist Over-Head.

Im Hinblick auf eine Überarbeitung und Weiterentwicklung des *Strategiepapiers* ergeben sich daher folgende Konsequenzen:

- grundsätzliche Umstellung des Grundtons des Papiers sowohl in der Sache als auch in der Sprache: Bildung ist keine Ware und Universitäten sind keine Wirtschaftsunternehmen,
- ggf. Zusammenfassung der zahlreichen Einzelpunkte des Papiers zu größeren Gruppen und Prinzipien,
- ein klares Votum zur Etablierung einer Begleitforschung, die die Veränderungen der Lern-, Erziehungs- und Bildungsprozesse im Kontext der Neuen Medien einschließlich der Reflexion der Möglichkeiten und Grenzen ihres Einsatzes zum Gegenstand hat,
- nachdrücklicher Verweis auf die Notwendigkeit, reflexive Lernleistungen zu erbringen und deren Ermöglichung oder Verhinderung durch Neue Medien zu evaluieren,
- nachdrücklicher Verweis, die öffentlich-demokratischen Selbstverwaltungsstrukturen der Universitäten zu stärken.

Literatur

dvs (Red.: Chr. Igel) (2006). Strategiepapier: Zum Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft. Hochschulpolitische Empfehlungen und fachwissenschaftliche Programmatik. *Leipziger Sportwissenschaftliche Beiträge*, 47, (2), 126-146. [Autorangaben korrigiert nach *Erratum* in diesem Heft]