

Knut Föckler: Medienkompetenz und Telelearning: Erfolgsfaktoren in der Wissensgesellschaft

Beitrag aus Heft »2000/01: Aufwachsen in Medienwelten II«

Vor rund drei Jahren hat der damalige Bundespräsident Roman Herzog in Leipzig mit einem generationenalten erzieherischen Irrtum aufgeräumt: „Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr“. Diese Volksweisheit sei für Eltern ganz nützlich, um den Nachwuchs zu mehr Aufmerksamkeit in der Schule anzuhalten, gab Herzog zu. Aber es gelte heute einfach nicht mehr, dass mit dem Abschlusszeugnis der Schule das Lernen aufhöre.

In der Tat haben die Begriffe Information, Bildung und Wissen im 21. Jahrhundert eine wachsende Bedeutung für den Erfolg des Einzelnen und einer ganzen Gesellschaft. In den Industrienationen sind bereits mehr als 50 Prozent aller Erwerbstätigen in Berufen tätig, die mit dem Umgang mit Informationen zu tun haben. Der Ruf nach dem „lernfähigen Mitarbeiter“, der die technischen und wirtschaftlichen Veränderungen in der Arbeitswelt erfolgreich bewältigen kann, mündet folgerichtig in das Postulat nach der „learning company“.

(merz 2000-01, S. 10-13)