

Die Medienberichterstattung zeichnet von Pädagogischen Hochschulen das Bild produktiver Nachwuchsschmieden, sieht diese aber auch als willfährige Erfüllungsgehilfen einer bildungspolitischen «Reformitis». Zudem ist sie stark personalisiert und orientiert sich an regionalen Strukturen. Dadurch entstehen Differenzen zwischen dem medialen Fremdbild und dem Selbstbild der Institutionen der Lehrerbildung. Für eine entsprechende Profilierung der PH werden zusätzliche Kommunikationsengagements in bildungspolitischen Netzwerken nötig sein.

«Es wird reformiert, und keiner weiss es»

Pädagogische Hochschulen im Spiegel der Medien

Peter Stücheli-Herlach, Katharina Urbahn und Angelica Hüsler

Pädagogische Hochschulen (PH) sind verantwortlich für die Bildung der Zukunft. In der Öffentlichkeit sind sie damit besonders exponiert und angreifbar (1). Eine empirische Analyse zeigt, dass die von Personalisierung und Regionalisierung geprägte Medienberichterstattung die PH vor allem bezüglich institutioneller Fragen berücksichtigt. Typischerweise werden sie dabei in der Rolle von Nachwuchsschmieden und Bühnen für Bildungsprozesse, aber auch von Vollzugsgehilfen und Entwicklungs-Labors für die Bildungsreformen beschrieben (2). Bei der Entwicklung der Kommunikation der Pädagogischen Hochschulen dürfte die Zusammenarbeit in bildungspolitischen Netzwerken bedeutsam sein (3).

1. Die Relevanz der Öffentlichkeit

Öffentlichkeit, das sei die «Einsamkeit aussen», sagte Max Frisch einmal (Frisch 1967: 56). Zwar träumen wir immer wieder davon, dass unsere Informationen und Positionen dank der Massenmedien weit verbreitet werden. In Tat und Wahrheit erleben wir immer auch das Gegenteil: Eine «Veröffentlichung» kann zur Verkürzung und Umdeutung von Anliegen, zu Missverständnissen und zu Widerstand führen.

Das gilt für die Ära digitaler, medienkonvergenter Öffentlichkeit mehr denn je. Die Vervielfältigung von Botschaften in der Presse, die inzwischen täglich mehrmals erfolgt, und die sekundenschnelle Vervielfältigung im weltweiten Netz schaffen für die Kommunikation neben Chancen auch enorme Risiken. Im Zeitalter der Mediendemokratie (Schulz 2008, S. 31) bedeutet Bekanntheit immer auch Angreifbarkeit. Für Pädagogische Hochschulen ist dieser Zusammenhang existenziell. Nach dem Willen der Öffentlichkeit wurden sie geschaffen, und von dieser Öffentlichkeit erhielten sie ihren Auftrag. Das Gut, das sie mehren sollen – die Bildung – ist ein öffentliches Gut: Es soll allen zugänglich sein, und es unterliegt der laufenden Beurteilung in der öffentlichen Debatte.

Von zentraler Bedeutung ist deshalb die Frage, wie es sich mit der Bekanntheit und mit der Angreifbarkeit Pädagogischer Hochschulen in der Öffentlichkeit verhält – sprich: Wie ihre Leistung dort beurteilt und wie ihre Rolle definiert wird. «Leh-

rerbildung: Es wird reformiert, und keiner weiss es.» (MLZ, 4.11.2010) – eine solche Schlagzeile ist gleich doppelt problematisch: Setzt sich diese «Geschichte» in den Spalten, Blogs und Köpfen fest, haben Pädagogische Hochschulen nicht nur ein Bekanntheits-, sondern auch ein Legitimitätsproblem.

Auf Anregung des Forums Lehrerinnen- und Lehrerbildung Lenzburg und mit finanzieller Unterstützung der Stiftung Pestalozzianum Zürich haben wir im Jahr 2010 das Bild untersucht, das Printmedien von deutschschweizerischen Pädagogischen Hochschulen (PH) während eines Jahres gezeichnet haben. Dabei interessierte nicht nur Form und Ausmass der Präsenz der PH in den Medien, sondern auch die Rolle, die den PH in diesen Medien zugeschrieben wird. Denn es ist ein Unterschied, ob eine PH als Kompetenzzentrum für den Bildungsfortschritt oder als Nährboden für die bildungspolitische Reformitis dargestellt wird. Je nachdem erscheint ihre Leistung in einem anderen Licht – und die Bereitschaft, sie zu unterstützen, dürfte davon nicht unberührt bleiben.

Solche Zuschreibungen erfolgen mittels Schlagzeilen und Stereotypen, die nach bestimmten Erzählmustern gestrickt sind. Medienproduzenten und Medienrezipienten ziehen sie bei, um in einer unübersichtlich gewordenen Welt ein Minimum an Übersicht zu wahren beziehungsweise zu schaffen. Dieser öffentliche «Sinn», den das mediale «Public Storytelling» bestimmten Themen in der Öffentlichkeit verleiht (Perrin et al. 2010), hat wenig mit dem Sinn für wissenschaftliche Wahrheit zu tun. Es geht um eine Sinnproduktion unter den Bedingungen hoher Komplexität, eines Überschusses an Information und enormer zeitlicher, inhaltlicher und ökonomischer Restriktionen.

2. Präsenz und Rolle der PH in der Presse

Wie sieht also die quantitative Präsenz ausgewählter PH in der gedruckten Presse aus? Welche Titel sind es, die über die PH berichten? In welchen thematischen Kontexten werden die Hochschulen genannt? Und welches sind typische Rollenbilder, die in den Erzählmustern über die PH verwendet werden? In unserer Studie haben wir uns mit diesen Fragen ausein-

ander gesetzt. Wir haben dazu die Berichterstattung über verschiedene PH im Zeitraum zwischen dem 1. April 2009 und dem 31. März 2010 analysiert; berücksichtigt wurden die PH von Zürich (PHZH), St. Gallen (PHSG), der Zentralschweiz (PHZ) sowie der Nordwestschweiz (PH FHNW). Herangezogen wurden Schweizer Printmedien (Zeitungen, Wochen- und Monatszeitschriften).

2.1 Mediale Präsenz der PH

Zunächst interessierte die Häufigkeit der Berichterstattung über die PH. Für den Untersuchungszeitraum konnten insgesamt 554 Artikel eruiert werden (vgl. Abb.1), in denen eine der vier PH genannt wurde. Die mediale Präsenz zeigte sich dabei relativ ausgewogen. Die PHSG kam in 96 Artikeln vor, die PHZH in 92 Artikeln und die PH FHNW in 82 Beiträgen. Zwar konnte die PHZ mit 284 Artikeln etwa dreimal so viele Artikel verzeichnen. Wird jedoch berücksichtigt, dass sich hinter diesem Kürzel die drei Teilschulen Schwyz, Luzern und Zug verbergen, relativiert sich diese im Vergleich höhere Zahl.

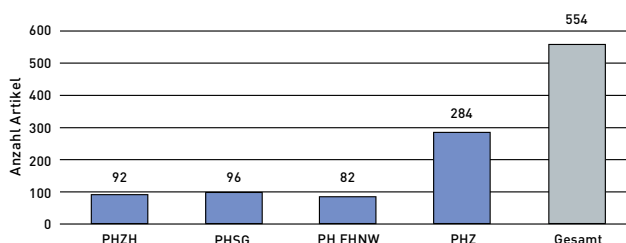


Abb. 1: Mediale Präsenz PH vom 1.4.2009 bis 31.3.2010

2.2 Der personalisierte Diskurs

Personalisierung ist ein wichtiges Merkmal der Kommunikationslogik der Mediengesellschaft (Schulz 2008: 65ff.) Mit einem quantitativen Vergleich der Berichterstattung über bildungspolitische Expertinnen und Experten einerseits und über die PH andererseits suchten wir daher nach Hinweisen zur Frage, ob das auch im bildungspolitischen Diskurs gilt. Gemäss den Befunden trifft es insofern zu, als dass Personen wie der Präsident des Lehrer-Dachverbands Beat W. Zemp (152 Artikel), der Jugendpsychologe Allan Guggenbühl (124) und der Entwicklungspädiater Remo Largo (115) häufiger in den Medien vorkamen als die einzelnen PH für sich (die PHZ ausgenommen). Dass einige der untersuchten Exponenten institutionell in PH eingebunden sind, wird nur aus wenigen Medienbeiträgen ersichtlich. So wird der an der PHZH arbeitende Allan Guggenbühl in nur 5 von 124 Artikeln mit «seiner» PH in Verbindung gebracht. Zusammenfassend kann vermutet werden, dass die Personalisierung auch für den Bildungsdiskurs eine der prägenden Tendenzen ist. Ein Grund dafür ist die Tatsache, dass Einzelpersonen die Medien prägnanter und rascher mit jeweils passenden Stellungnahmen und Quotes beliefern können, als dies für grössere Institutionen möglich ist.

2.3 Der regionalisierte Diskurs

Die Analyse der 554 Artikel zeigt weiter, dass regionale Tageszeitungen als «Leitmedien» der PH-Berichterstattung gelten können. Über die PHZH (92 Artikel) berichten am ehesten der

TagesAnzeiger (16), die Neue Zürcher Zeitung (15) und der Landbote (15). Im Falle der PHZ (284 Beiträge) greifen am ehesten die Neue Luzerner Zeitung (175), der Willisauer Bote (25) sowie die Zürichsee-Zeitung (18) Themen der Hochschule auf. Die Aargauer Zeitung/Mittelland-Zeitung (MLZ) (17), die Basler Zeitung (14) und das Oltner Tagblatt/MLZ (10) veröffentlichten am meisten Artikel über die PH FHNW (82). Eine besondere Fokussierung auf ein einzelnes regional führendes Printmedium findet bei der PHSG statt. 82 von 96 Artikeln über diese PH erschienen im St. Galler Tagblatt. Diese Befunde lassen sich nicht nur dadurch erklären, dass der Diskurs über die PH, bedingt durch das föderalistische Schweizer Bildungssystem, stark regional geprägt ist. Ins Gewicht fällt auch die Tatsache, dass die hier untersuchte Schweizer Printmedienlandschaft eine stark regional geprägte Landschaft ist.

2.4 Der institutionelle Diskurs

Wird der zeitliche Verlauf der Berichterstattung über die PH betrachtet, so liegt die Vermutung nahe, dass es im Zusammenhang mit den kantonalen Abstimmungen über das HarmoS-Projekt Spitzen in der Berichterstattung gibt. Denn dieses Projekt war aus bildungs-, reform- und föderalismuspolitischen Gründen umstritten. Diese Annahme hat sich in der Analyse nicht bestätigt. Über das ganze Berichterstattungsjahr hinweg konnte nur eine einzige quantitative Spitze erhoben werden. Diese bezog sich auf die PHZ und die dortige Diskussion um das Konkordat der Trägerkantone. Allein im März 2010 wurden hierzu in verschiedensten Medien 55 Artikel publiziert.

Das lässt die Vermutung zu, dass der Mediendiskurs über die PH stärker von institutionellen als von bildungs- und reformpolitischen Fragen im grösseren Zusammenhang geprägt ist. Diese Vermutung hat sich in der Analyse der Berichterstattung nach thematischen Kriterien (vgl. Abb. 2) bestätigt. Dominierende Themen sind – neben dem genannten Innerschweizer Konkordat – allgemeine Fragen der Berufsausbildung, die Nennung von PH als Ausbildungs- und Arbeitsort von Personen, eigene Projekte und eigene Bildungsengagements sowie die Zahl von Studienanfängern und -abgängern. Unterscheidet man verschiedene Ebenen des Bildungsdiskurses nach den «grossen Fragen» der gesellschaftlichen Problemstellungen und systemischen Strukturen einerseits und den detaillierten institutionellen sowie umsetzungstechnischen Fragen andererseits (Fischer 2003: 191ff.), so ist die PH-bezogene Berichterstattung damit vor allem den detaillierteren institutionellen und umsetzungstechnischen Aspekten gewidmet. Grössere Zusammenhänge politischer Problemstellungen oder systemischer Strukturen, die durch Themen wie «Bildungsreformen» und «konkrete pädagogische Fragen und Probleme» erfasst werden können, sind im medialen PH-Diskurs seltener vertreten.

Abb. 2: Siehe nächste Seite

2.5 Ausbildungs-, Experten- und Reformrollen

Nach der quantitativen Analyse der Berichterstattung ging es in einem weiteren Schritt darum, einen Blick auf typische Erzählmuster (narrative Strukturen) der medialen Berichterstattung zu werfen (Perrin et al. 2010). Bei welchen Hand-

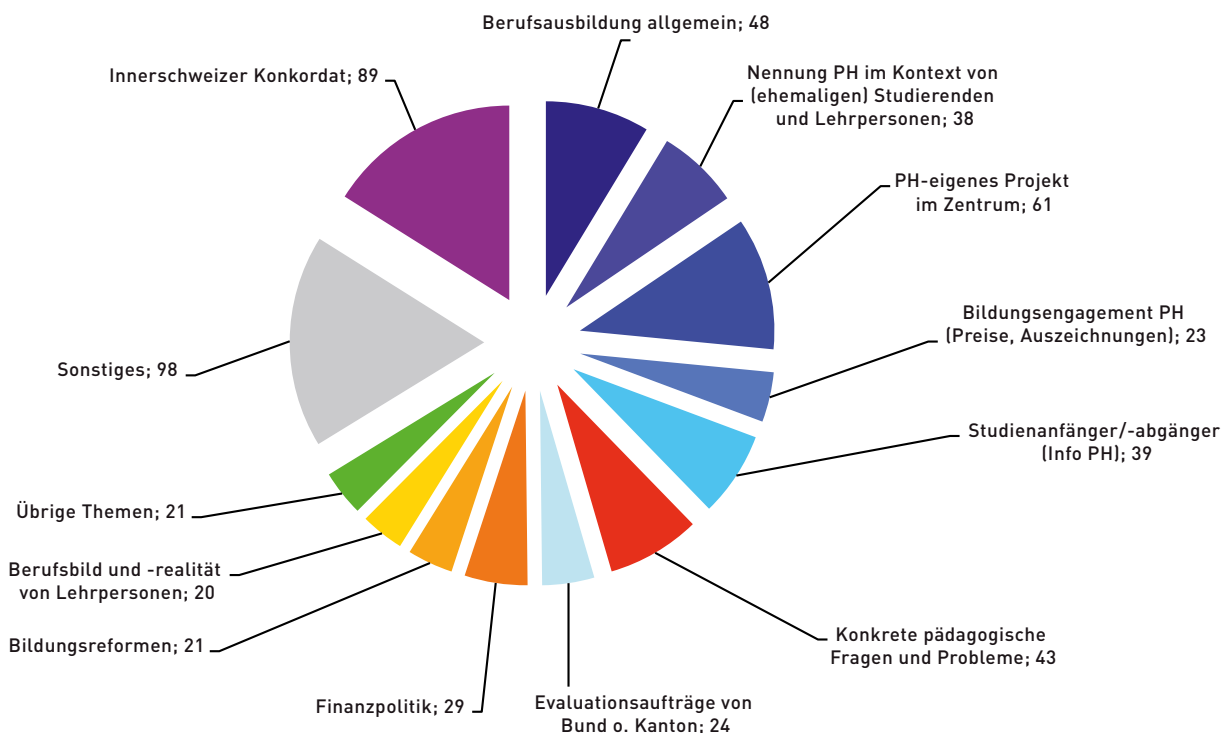


Abb. 2: Berichterstattungsthemen und PH (n=554)

lungen und im Kontext welcher Schauplätze und Ereignisse werden PH beobachtet? Lassen sich typische Rollenbilder für die Darstellung der PH identifizieren? Durch die qualitative Analyse dieser Fragen lässt sich das «Medienbild» [Schulz 2008: 66] der PH weiter schärfen, und es ergeben sich Hinweise auf mögliche Formen der Anschlusskommunikation im Publikum.

Für einzelne Themen der Berichterstattung können typische Rollenbilder für die PH identifiziert werden. Geht es um Themen der Ausbildung von Lehrpersonen, so erscheinen die PH wiederholt in der Rolle von **«intelligenten Maschinerien des Ausbildungssystems»**: Sie handeln nicht aus eigenem Antrieb, sondern führen erfolgreich jene Programme aus, die im politischen System beschlossen wurden. Ein Beispiel für die Verwendung dieses Rollenbildes: *«Die Lehrerbildung ist landesweit im Umbau. Und die vier Nordwestschweizer Kantone spielen dabei eine Pionierrolle. Hier wurden ... Lehrerausbildungen vereinheitlicht. Ab Herbst 2009 gibt es unter dem Dach der PH nur noch ...»* [BaZ: «Ab Herbst gibt es vier einheitliche Studiengänge für die Volksschule», Infokasten, 5.9.2009]. In der Berichterstattung über die Ausbildung findet sich auch das Rollenmuster der **«produktiven Nachwuchsschmieden»**. Es wird verwendet um zu zeigen, dass PH ein Ort sind, an dem künftige Lehrpersonen stark gefordert werden, um sich im künftigen Beruf bewähren zu können. Ein Beispiel: *«Kaum angefangen, schon müssen die künftigen Seklehrerinnen ... selbst handeln ... Die Lektionen müssen die angehenden Lehrkräfte selbst vorbereiten – nicht unpraktisch, wenn sie aus eigener Erfahrung wissen, welche Experimente sich für Demonstrationen eignen.»* [SGT: «Wein unter die Lupe nehmen», 15.10.09]

In der Berichterstattung um eigene Projekte erscheinen PH häufig als **«Zentren angewandter Expertise»**. Hier arbeiten kompetente Fachleute daran, Wissen über die Bildung zu

erarbeiten und zu dokumentieren. Auffallend ist dabei, dass die Expertise zu aktuellen Problemstellungen sich häufig in Form von schriftlichen Publikationen äussert. Dies ist unter anderem erklärbar aus der Tatsache, dass die Herausgabe von Büchern, Leitfäden und Dokumentationen einen konkreten Anlass für Medienarbeit und -berichterstattung liefert. Beispielsweise heisst es in Bezug auf das Pilotprojekt «Früherkennung und Frühintervention» an der PHZH in diversen Medien: *«... Leitfaden erarbeitet ...»* (Landbote); *«Materialien ... verfasst»* (ZSZ); *«... zu einer 35-seitigen Handreichung verarbeitet ...»* (NZZ). Daneben werden PH auch als «Bühnen für kreative Bildungsprozesse» beschrieben. In dieser Rolle handeln sie nicht selber, sondern fungieren als Plattformen, auf denen angehende Lehrpersonen, aber auch Schülerinnen und Schüler wichtige Erfahrungen machen können: *«Während drei Wochen steht die Forscherkiste der PHSG vor der Schule Untereggen ...»* [SGT; 10.9.2009: «Forschen mit allen fünf Sinnen»]; *«Im Park des Klostergebäudes ... der PHSG ... stellen sich Primarschüler im Kreis im Schatten der Bäume auf.»* [SGT; 22.6.09]

Geht es um die Berichterstattung über Bildungsreformen, lassen sich zwei typische Rollenbilder identifizieren. Einerseits werden die PH in diesem Kontext als Akteure beschrieben, die im Auftrag eines als übertrieben wahrgenommenen politischen Reformeifers handeln (Rollenbild der **«Vollzugsgehilfen der Reformitis»**). Ein Beispiel: *«Weniger Praxis in der Ausbildung bedeute mehr überforderte Junglehrer und mehr Chaos im Schulzimmer, sagen Kritiker schon seit Langem. Nun kürzt die FHNW die Praktikumszeit aber trotzdem – entgegen früheren Ankündigungen.»* [BaZ: «Bei Lehrern wird die Praxis zur Theorie», 5.9.09]. Andererseits treten PH als **«Labors für den Bildungsfortschritt»** auf den Plan: Nach diesem Muster werden sie typischerweise beschrieben, wenn sie mit ihren Aktivitäten zur Erhellung wichtiger Zusammen-

hänge der Bildung beitragen beziehungsweise wenn sie der Schauplatz sind, an dem Bildungsfachleute dies tun. Ein Beispiel: «... ist der strategische Entscheid in der Schulpflege gefallen ... <proben wir in Zusammenarbeit mit der PHZH neue Unterrichtsformen>, sagt Schulleiterin XY.» (Landbote: «Bald gibt es keine <Drittklässler> mehr», 6.5.2009)

3. Perspektiven der Kommunikationsentwicklung

An solche Befunde über das «Medienbild» der PH können Überlegungen über die öffentliche Positionierung und deren langfristige Weiterentwicklung anschliessen. Das Bild der PH und ihres institutionellen Kerngeschäfts, der Lehrerbildung, ist durchaus präsent; PH profilieren sich als Schauplätze kreativer und fordernder Bildungsprozesse. Fragen stellen sich in Bezug auf deren Rolle im Reformdiskurs. Hier erscheint die stärkere Kombination einzelner Muster der Darstellung als wünschenswert. Näher am Selbstbild der PH wäre wohl eine Darstellung als Nachwuchsschmieden, die nicht nur jeweils situativ, sondern auch nachhaltig wirken, als Bühnen für Bildung, die mit der nötigen Expertise vielfältig bespielt werden, sowie als Labors für einen Bildungsfortschritt, der auch aus systemischer Perspektive als notwendig und sinnvoll erachtet wird. Zur Positionierung im medienkonvergenten Bildungsdiskurs werden die Weiterentwicklung der integrierten Kommunikation und die diskursive politische Planung und Evaluation in Zusammenarbeit mit bildungspolitischen Netzwerken wichtige Etappen für die PH sein.

Das Projektteam dankt dem Forum für Lehrerinnen- und Lehrerbildung Lenzburg für die Anregung zur Studie und der Stiftung Pestalozzianum Zürich für die finanzielle Unterstützung.

Quellenhinweise

- Fischer, Frank (2003): Reframing Public Policy. Oxford University Press
Frisch, Max (1967): Öffentlichkeit als Partner. Suhrkamp
Perrin, Daniel; Stücheli-Herlach, Peter; Weber, Wibke (2010): Public Storytelling in konvergenten Medien. In: Jakobs, Eva-Maria et al. (Hrsg.): Schreiben und Medien. Lang: S. 187–201
Schulz, Winfried (2008): Politische Kommunikation. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. VS-Verlag