

AG Gemeinwesen als Orte der Medienbildung – Lokale und regionale Vernetzungen

Moderation:

Heidi Schelhowe, Universität Bremen, Fachbereich Informatik, Arbeitsgruppe Digitale Medien in der Bildung, Professorin, <http://www.dimeb.de>, Runder Tisch Digitale Kultur und Schule Bremen: http://dimeb.informatik.uni-bremen.de/rundertisch-digitale_kultur_und_schule/

Iris Bockermann, Universität Bremen, Fachbereich Informatik, Arbeitsgruppe Digitale Medien in der Bildung, Lektorin, <http://www.dimeb.de>, Runder Tisch Digitale Kultur und Schule Bremen: http://dimeb.informatik.uni-bremen.de/rundertisch-digitale_kultur_und_schule/

Hintergrund

Der Bedarf und das Interesse an Medienbildung sind groß. Eine kommunale Profilierung auf Medienbildung ist nicht nur eine Antwort auf einen gesellschaftlichen Bedarf, sondern kann auch als Standortvorteil wirken.¹ Medienbildung kann zum Motor der Gemeinwesenentwicklung werden, so unsere These. Die Wahrnehmung von Aufgaben in der Medienbildung nach Ressorts wie Soziales, Bildung, Kultur verhindert häufig die optimale Nutzung von knapper werdenden Ressourcen. Für alle dies braucht es eine Bestandsaufnahme und Überprüfung funktionierender Konzepte und Handlungsansätze.

Kleine, überschaubare Einheiten, Stadtteile oder kleine Gemeinden, sind die Orte, wo sich Gemeinschaftlichkeit entwickeln kann. Von hier aus lassen sich demokratische Partizipation, soziales Engagement, Artikulation und Austausch von Interessen, Berufsfähigkeit und Entwicklungsmöglichkeiten der Menschen und der Gesellschaft denken und organisieren. Eine demokratische Gemeinwesenentwicklung bedarf realer Partizipations- und Gestaltungsmöglichkeiten aller Beteiligten. Medien sind eine dominante Form, über die Bewusstseinsbildung stattfindet. Sie sind Vermittlungsträger für die Entwicklung von Gemeinwesen, die Herausbildung von Öffentlichkeit, die Praktizierung von Demokratie, von kultureller Entwicklung, der Gestaltung von Zukunft, Digitale Technologien sind selbstverständliche und notwendige Werkzeuge für die Teilnahme am Arbeitsleben. Der globale Charakter des Netzes steht nicht im Widerspruch zur Orientierung auf kleine Einheiten, sondern ist eine Voraussetzung dafür, dass Menschen sich lokal und global vernetzen, um vor Ort handeln zu können. Denn es braucht sowohl für Medienarbeit wie Medienbildung starke Partner und übergreifende Kooperationen, die die Umsetzung unterstützen.

¹ Zum Beispiel werden Schulen mit Medienprofil stark angewählt.

Ziele

Die Arbeitsgruppe verfolgt das Ziel, einen Bildungs- und Entwicklungsauftrag für Medienbildung aus der Perspektive einer Gemeinde, eines Ortes, eines Stadtteils zu formulieren. Fragen der Digitalen Spaltung, die sich heute insbesondere in unterschiedlichen Nutzungsweisen zeigen, spielen eine besondere Rolle.

Medienbildung kann nicht als Aufforderung an einzelne Institutionen wie Schule und andere Bildungseinrichtungen verstanden werden. Es braucht eine Institutionen und Ressorts übergreifende Perspektive. Die Kooperation unterschiedlicher Partner wie Kommunen, Schulen, Freizeiteinrichtungen, Bibliotheken, Museen, Theater, politische und soziale Bewegungen, Einrichtungen der Sozialarbeit, Kirchen, Vereine, Freiwilligenarbeit, kulturelle Einrichtungen, Unternehmen, politische Gremien müssen zusammen wirken, um Verständnis, Nutzung und Gestaltungskompetenz im Hinblick auf Medien zu fördern. Formale, non-formale und informelle Bildung müssen Hand in Hand gehen. Das Gemeinwesen soll sich zum Lern- und Gestaltungsraum entwickeln. Aneignung und Teilhabe der Menschen greifen eng ineinander. Die direkte und unmittelbare Beteiligung der Menschen in den Gemeinwesen und die Förderung einer partizipativen Kultur für alle Bereiche des politischen und kulturellen Lebens und beim Lernen sind fundamental. Handeln vor Ort, Bildungsprozesse, aber auch Arbeits- und Lebenswelt können mittels der Medien stärker ineinander greifen. Vom Gemeinwesen ausgehend braucht es dann auch die Anforderung von und den Zugriff auf zentrale Ressourcen einer Stadt oder Region, eines Bundeslandes, der Bundesrepublik und der globalen Netze. Medien kommt die Rolle gesellschaftlicher Vermittlung zu, Medienbildungsarbeit muss auf Vernetzung und übergreifende Kommunikation zielen.

Forderungen und Maßnahmen

- Auf der Ebene des Gemeinwesens muss jeweils ein nachhaltiges, den lokalen Gegebenheiten angemessenes und (ressort-) übergreifendes **Medienbildungskonzept** entwickelt werden. Medienentwicklung muss Bildung, Produktion, Nutzung, Partizipations- und Handlungsmöglichkeiten, Vermarktung und Qualitätssicherung umfassen.
- Es braucht **Medienbeauftragte** auf der Ebene des Gemeinwesens. Er/sie wäre Koordinator, Ansprechpartner und Schnittstelle für die Menschen und die beteiligten Ressorts. Darüber können infrastrukturelle und inhaltliche Interessen und Bedarfe identifiziert werden, es können Empfehlungen ausgesprochen und die Qualität der Medienbildungsangebote soll sichergestellt werden.
- Medienkompetenzentwicklung ist einerseits als Aufgabe für die **Zielgruppe** junger Menschen notwendig. Ebenso bedarf es aber auch Maßnahmen für Menschen mittleren Alters² und Senior/innen. Auch weitere Zielgruppen wie Migrant/innen, Arbeitslose und Menschen mit Behinderung sind anzusprechen, um ihnen Mög-

2 Eltern können häufig gut über ihre Kinder erreicht werden, z. B. in der Jugendhilfe, in den Schulen und über Generationen übergreifende Angebote.

lichkeiten der Partizipation und Integration zu bieten. Durch ein Zusammenbringen unterschiedlicher Zielgruppen können Synergien entstehen.

- Es braucht ressortübergreifendes Denken und Handeln: Es erweist sich als kontraproduktiv, dass **Ressourcen** zum Beispiel von Computer-Hardware, insbesondere aber auch Multiplikator/innen und Ausbildungskapazitäten nur für eine Zielgruppe (z. B. Schüler/innen) zugänglich sind und wegen der mangelnden Zusammenarbeit von Ressorts nicht gebündelt oder geöffnet werden können. Anzustreben ist, diese vom Gemeinwesen (und nicht von den Ressorts) her zu denken und zu verteilen. Hier sollten auch die Förderprogramme durchlässiger werden.
- Die **praktische Medienarbeit** sollte nachhaltig gefördert werden. Netzwerke dienen dem Herstellen von Öffentlichkeit, dem Angebot der Partizipation und Gestaltung, dem Einstellen von Good-Practice-Projekten, die zur Nachahmung anregen. Durch stetige Evaluation der Medienbildungsangebote können diese modifiziert und neuen Erfordernissen angepasst werden. Dadurch kann die Qualität der Angebote gesichert werden.
- **Quartierbildungszentren oder „Medienakademien“** sollten aufgebaut werden. Sie müssen mehr sein als eine Ansammlung von Hardware, sondern Orte der Medienkompetenzentwicklung, d.h. einerseits niedrigschwellige Angebote, die offensichtlich nach wie vor sehr nachgefragt sind, aber auch des Vorhaltens von Kompetenz für anspruchsvolle Medienangebote wie Design, Filmgestaltung, Inhalteentwicklung usw.
- Es braucht die **Öffnung der Institutionen**, um einen Transfer zwischen Lebens- und Arbeitswelt, einen Austausch von Kompetenzen, eine Vermittlung zwischen Theorie und Praxis bzw. zwischen Denken und Handeln, die Integration unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen zu erreichen. Auch die Institutionen selbst können sich dadurch modernisieren. Medien sollten insbesondere auch dafür genutzt werden, dass Bildungsinstitutionen, Schulen, Hochschulen, Bibliotheken, Museen aus ihrer in der Industriegesellschaft häufig erwachsenen Isoliertheit heraustreten und sich in ihren Fragestellungen und Antworten auf die Lebenswelt beziehen.
- **Unternehmen**, große, aber insbesondere auch kleine und mittlere aus Handwerk und Einzelhandel, sind in Aktivitäten auf der Ebene von Gemeinwesen einzubinden. Sie brauchen für ihre Organisation und Verwaltung, aber auch für Innovation im Betrieb Medienkompetenz ihrer Mitarbeiter/innen, die heute in der Regel über die einfachen Nutzungsfertigkeiten hinausgehen müssen. Sie könnten sich an „Medienakademien“ beteiligen, wo auch gezielt auf Aus- und Weiterbildungsbedürfnisse der Unternehmen eingegangen wird. Darüber hinaus könnten Unternehmen wie Design-Agenturen, IT-Firmen, Medien-Initiativen sich mit „Produktions-Kompetenz“ einbringen.
- **Online-Zeitungen** sind ein gutes Medium, um das Gemeinwesen nach außen darzustellen. Sie sind aber gleichzeitig und insbesondere auch Medium nach innen, das Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit bietet, ihre Informationen zu verbreiten und ihren Anliegen Gehör zu verschaffen. Sie können als Medien

der Integration dienen. Es wäre zu wünschen, dass auch Schulen sich daran beteiligen. Aber auch andere Content-Produzent/innen wie Künstler/innen und Redakteur/innen können dazu beitragen, dass eine gute Qualität der Beiträge sichergestellt wird. Für den einfachen Aufbau von Online-Angeboten müssen (zentrale) Ressourcen zur Verfügung gestellt werden.

- Ein Aufbau von **elektronisch gestützten sozialen Netzwerken** bzw. der Aus- und Umbau von Informationsorganen zu solchen partizipativen Netzwerken für die Gemeinwesen ist anzustreben. Dies umfasst vor allem den Austausch, die Erhebung und das Nutzbar-Machen von Kompetenzen sowie die Koordination von Aktivitäten, das „Erleben“ von und Teilnehmen an Politik vor Ort. Sie müssen als Medien der Mitbestimmung und politischen Partizipation entwickelt werden.
- Für die Entwicklung zur „Bildungslandschaft“ braucht es kompetente und engagierte Expert/innen und Fachkräfte vor Ort. Dafür sind nicht nur ausgebildete Lehrer/innen denkbar und wichtig. Häufig sind andere **Akteure und Expert/innen vor Ort** wertvoll als Multiplikator/innen. Expertise im Gemeinwesen kann über Online-Medien sichtbar und vermittelbar werden.
- Bei **Lernen vor Ort**, der großen Bildungsinitiative der Bundesregierung, mit der gemeinsam mit verschiedenen Stiftungen lokale Bildungsnetzwerke gefördert werden, gibt es Beispiele für gelungene Gemeinwesenarbeit. Ein Schwerpunkt zukünftiger Ausrichtung sollte dort auf der Rolle von Medien nicht nur als Vermittler, sondern auch als Gegenstand von Bildung liegen.

Statements:

- **Jochen Dudeck**, Fachkommission Kinder- und Jugendbibliotheken des Deutschen Bibliotheksverbandes e.V., Leiter der Stadtbücherei Nordenham, Webseite: <http://jugendbibliothek21.wordpress.com>
„It takes a village – Bibliotheken als Akteure in der Medienbildung“.
- **Katja Friedrich**, Geschäftsführerin medien+bildung.com GmbH, Stabsstelle Bildungsberatung Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK), Mitglied des GMK-Bundesvorstands, <http://www.medienundbildung.com>, <http://www.lmk-online.de>, <http://www.gmk-net.de>
„Lokale Unterstützungsstrukturen schaffen: Lernwerkstätten, Netzwerke und mobile MedienpädagogInnen“.
- **Aud Riegel**, Leiterin der Stabsstelle Pädagogische Projekte und Initiativen im Amt für Schule und Weiterbildung der Stadt Münster. <http://www.paedagogischer-stadtplan.de>, <http://www.stadtmuenster.de/bildung>
„In der Schule tobt das Leben“: Der Pädagogische Stadtplan – Ein Internet-service für wirklichkeitsnahe, lebendige Begegnungen von Schule und Stadt.
- **Isabel Zorn**, Universität Koblenz-Landau / Campus Landau, Institut für Erziehungswissenschaft/Philosophie, AB 4: Didaktik und Schulentwicklung, Landau.
„Digitale Medien in der Sozialen Arbeit: Explorierung des Sozialraums“