

Prof. Dr. Horst Niesyto

Wozu Medienbildung?

Medienpädagogischer Kongress am 25. März 2011 an der TU Berlin
Manuskript des Plenumsvortrags

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

im Mittelpunkt dieses Kongresses stehen folgende **Leitfragen**:

- Was sind aktuell die dringendsten Handlungsbedarfe im Bereich der Medienkompetenzförderung?
- Was steht bislang einer umfassenden Medienkompetenzförderung entgegen?
- Wie können Medienpädagogik und Medienbildung in Wissenschaft und Forschung sowie auf allen Ebenen der Erziehungs- und Bildungspraxis realisiert und nachhaltig verankert werden?

Gestern haben hierzu Beratungen in 13 Arbeitsgruppen zu verschiedenen Themenfeldern stattgefunden. In dem Handout, welches Ihnen vorliegt, sind die wichtigsten Ergebnisse dokumentiert. Bevor wir in die Dialogrunden einsteigen, möchte ich einige Aufgaben und Ziele verdeutlichen, die sich mit Medienkompetenzförderung und Medienbildung verbinden.

Es gibt in der Medienpädagogik – sowohl in der Wissenschaft als auch in den praktischen Handlungsfeldern – durchaus unterschiedliche konzeptionelle Akzentsetzungen, die nicht zuletzt auch damit zusammenhängen, dass sich Kolleginnen und Kollegen auf verschiedene Teilbereiche konzentrieren, in denen unterschiedliche Rahmenbedingungen, Traditionslinien und Begriffsverständnisse vorhanden sind. So akzentuiert z. B. Medienbildung stärker die Bedeutung von Orientierungswissen im Rahmen von Persönlichkeitsbildung sowie prozessbezogene pädagogische Aufgaben. Der Medienkompetenzbegriff betont – sofern er nicht auf technisch-instrumentelle Dimensionen reduziert wird – medienbezogenes Wissen, Können und Einstellungen, die sich auf verschiedene Dimensionen von Medienhandeln beziehen. Konzepte zur Medienkompetenz umfassen dabei sowohl Aussagen zu vorhandenen als auch zu wünschenswerten Kompetenzen.

Ungeachtet unterschiedlicher Akzentsetzungen und Begründungszusammenhänge, die im Übrigen auch aufeinander verweisen, lassen sich übergreifende Intentionen und Ziele formulieren. In meinem gestrigen Plenumsbeitrag habe ich versucht, einige dieser Punkte darzustellen. Heute möchte ich diese Punkte zu Beginn der Dialogrunden noch einmal zusammenfassen – auch für jene Kongressteilnehmer, die gestern noch nicht am Kongress teilnehmen konnten.

Zur Ausgangslage

Der enorme Wandel der technologischen Kommunikation verändert umfassend soziale Verhältnisse, Bildung und Kultur und hat Auswirkungen auf politische und wirtschaftliche Strukturen. Die Verschmelzung der alten und der neuen Medien, ihre zeit- und ortsunabhängige Verfügbarkeit sowie der Zugriff zum Internet eröffnen den Menschen neue Informations-, Lern- und Erfahrungsmöglichkeiten. Medien bieten Chancen zur Selbstverwirklichung, zur kulturellen, gesellschaftlichen und politischen

Teilhabe und haben auch in der Arbeitswelt eine große Bedeutung. Darüber hinaus liefern Medien wichtige Deutungsangebote, Orientierungs- und Handlungsräume.

Gleichzeitig gibt es **Problemfelder**, die von einer starken Kommerzialisierung sozialer Kommunikation, risikobehafteten Mediennutzungen bis hin zu sog. digitalen Klüften im Mediengebrauch reichen. Aktuell gehören hierzu u. a. Punkte wie Datenmissbrauch und Kostenfallen im Internet, fehlende Sensibilität für persönlichen Datenschutz und urheberrechtliche Fragen, Formen medialer Aufmerksamkeitserregung um jeden Preis, fehlende mediale Grundbildung – nicht nur in bildungsbenachteiligten Milieus, große Verunsicherung und Überforderung bei vielen Eltern in der Medienerziehung ihrer Kinder, unzureichende medienpädagogische Qualifizierung von pädagogischen Fachkräften.

Zur Aufgabenstellung

Bildungsprozesse mit Medienbezug setzen am vorhandenen Mediengebrauch der Menschen an und intendieren die Förderung eines medienkompetenten Handelns. Dabei ist zu beachten, dass die Menschen und die verschiedenen Sozialgruppen unterschiedliche Bedürfnisse, Muster und Präferenzen des Mediengebrauchs haben. Medienpädagogik ist gefordert, zielgruppenorientierte Angebote zu entwickeln, die einen Bezug zur jeweiligen Lebenssituation und den vorhandenen Ressourcen der Menschen haben.

Die Ressourcen für einen kompetenten Mediengebrauch, insbesondere die sozialen und bildungsbezogenen Ressourcen, sind in dieser Gesellschaft sehr unterschiedlich verteilt. Medienpädagogik hat die Aufgabe, Gegengewichte zu Prozessen gesellschaftlicher Ausgrenzung zu setzen, um Menschen aus bildungsbenachteiligten Milieus Erfahrungen der Selbstwirksamkeit durch handlungsorientierte Formen der Medienbildung zu ermöglichen.

Gleichzeitig wendet sich die Medienpädagogik an alle Sozialgruppen. Und: Es gibt keinen bestimmten Ort oder eine bestimmte Altersspanne, auf die Medienbildung zu konzentrieren wäre. Es sind alle Bildungsorte und alle Lebensphasen zu berücksichtigen. Zu diesen Bildungsorten gehört auch das Internet mit seinen social communities als neuer Ort für Information, Kommunikation und Bildung. Und es sind die Zusammenhänge zwischen den Bildungsorten zu beachten. Medienbildung ist ein integraler Bestandteil unterschiedlicher Anforderungssituationen und lebenslanger Bildungsprozesse – nicht zuletzt auf dem Hintergrund der sich ständig weiter entwickelnden Medienumwelten.

Wesentliche **Aufgaben** und **Ziele** der Förderung von Medienkompetenz sind u. a.:

- Die Sensibilisierung von Eltern und pädagogischen Fachkräften für die Medialität kindlicher Lebenswelten und die Bedeutung von Medien in frühkindlichen Bildungsprozessen;
- Die Stärkung von Informationskompetenz, insbesondere bei der Auswahl und kritischen Hinterfragung von Informationen bezüglich Überprüfbarkeit, Quellen und Qualität sowie die Erziehung zu selbstbewussten Mediennutzern und Medienproduzenten, die auch ein Bewusstsein für urheberrechtliche Fragen entwickeln;
- die Sensibilisierung junger Menschen für Risiken beim Mediengebrauch; hierzu gehört auch das Aufzeigen von Alternativen zur Mediennutzung, gerade bei exzessiven Nutzungspraktiken;
- die Vermittlung von Hintergrundwissen zur Machart von Medienproduktionen und eine Bewusstseinsbildung zu den wirtschaftlichen Verwertungsinteressen bei Medienanbietern;

- die Stärkung der kreativen Potenziale, um Medien für Selbstaussdruck, Kommunikation und die Artikulation sozialer Bedürfnisse und politischer Vorstellungen aktiv zu nutzen; Hörerziehung und Filmbildung gehören auch im Zeitalter von digitale Medien und Internet zu dieser Aufgabe;
- die Nutzung von digitalen Medien für die Gestaltung individueller Lernwege und die Eröffnung neuer Lehr- und Lernräume in allen Schularten, in allen Bereichen der Hochschulbildung und der Erwachsenenbildung.

Unterschiedliche Entwicklungspfade

Unter Entwicklungspfad verstehe ich die strategische Ausrichtung von Konzepten und Modellen zur Medienkompetenz.

Der **technisch-funktionale** Entwicklungspfad betont vor allem anwendungsbezogenes Bedien- und Funktionswissen im Umgang mit Medien. Entsprechende Kompetenzprofile sind meist sehr technikorientiert und zielen vor allem auf den Umgang mit Software, auf ein Verständnis für Aufbau, Funktionsweise von Datenverarbeitungsanlagen, auf verschiedene Anwendungsbereiche der Informationstechnik. Dieses Modell ist eng mit wirtschaftlichen Interessen verknüpft. Es zielt vor allem auf Effektivität und wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit und unterschätzt die Bedeutung von (digitalen) Medien für Persönlichkeitsbildung, Orientierung und Identitätsbildung.

Ein Denken, das vom Primat wirtschaftlicher Interessen ausgeht und hierunter das sog. „Humankapital“ zu- und unterordnet, konfliktiert grundsätzlich mit einem Verständnis von Bildung und Medienbildung, welches die Menschen mit ihren unterschiedlichen Lebensbedürfnissen in den Mittelpunkt stellt. Medienkompetenzförderung hat die Chance, die Orientierungs-, Kommunikations- und Teilhabefähigkeit der Menschen in der Gesellschaft entscheidend zu erweitern. Sie verfehlt jedoch ihre sozialen und kulturellen Dimensionen, wenn sie Medienkompetenz primär in einem ökonomischen Verwertungszusammenhang verortet.

Ein anderer Entwicklungspfad versucht in einer **Mischung aus Kampagnen und zeitlich begrenzten Projekten** einerseits und gesetzlichen Vorschriften, Filterprogrammen und kanonisiertem Regel- und Führerscheinwissen andererseits breitenwirksam Effekte in Richtung Medienkompetenz zu erzielen. Nichts gegen Kampagnen und Projekte. Um auf bestimmte Anliegen aufmerksam zu machen, bedarf es Kampagnen – das, was wir als Initiative in Verbindung mit diesem Kongress machen, geht in Richtung einer Kampagne. Und es ist auch sinnvoll, immer wieder Projekte zu initiieren, z.B. um Neues auszuprobieren oder Menschen Raum für selbstorganisierte Initiativen zu geben. Das Problem ist aber, dass eine Konzentration auf Kampagnen und Projekte – viele sprechen hier von „Projektitis“ – kein geeigneter Weg ist, um nachhaltige Strukturen aufzubauen und langfristige Bildungsprozesse mit Medien auf den Weg zu bringen.

Für große Teile der Politik sind Kampagnen- und Projektorientierung leider zu einem Mittel geworden, mit dem versucht wird, kurzfristig auf Bedarfe zu reagieren, ohne langfristig nachhaltige Strukturen aufzubauen. Auf diese Weise wird versucht, der Öffentlichkeit zu suggerieren, dass man doch etwas tue – in Wirklichkeit werden enorme Kräfte und Potentiale durch „Projektitis“ verschleudert. Dies fängt damit an, dass Projektträger ständig dabei sind, Projekte zu beantragen und abzurechnen – eine Sache, die mit einigem Aufwand verbunden ist. Und es endet oft damit, dass gute Projekte nicht weiter gefördert werden und als digitaler Friedhof zur Erinnerungsstätte an bessere Zeiten

werden. Ganz zu schweigen von den Kindern und Jugendlichen, die mal kurz an einer Medienwerkstatt teilnehmen konnten und dann allein gelassen werden. So kann man keine nachhaltige Medienkompetenzbildung auf den Weg bringen!

Zu den **Filterprogrammen und den Führerscheinangeboten** noch eine Anmerkung:

Medienpädagogik hat auch präventive Aufgaben im Schnittbereich von Medienbildung und dem Kinder- und Jugendmedienschutz. Der Schutz von Kindern und Jugendlichen und der Schutz der Menschenwürde sind Rechtsgüter mit Verfassungsrang. Angemessene Maßnahmen des Kinder- und Jugendmedienschutzes sind notwendig. Wir alle wissen, dass gesetzliche Maßnahmen und Filtersysteme – gerade in Zeiten des Internet – letztlich nur eine begrenzte Wirkung und Reichweite haben. Dies zu wissen, bedeutet aber nicht, auf sie zu verzichten. Es ist aber ein Verhängnis, wenn Eltern suggeriert wird, durch den Kauf und die Installation einer Filtersoftware das Problem lösen zu können. Die Wirklichkeit ist um einiges komplexer.

Bunte Flyer, flotte Spots im Fernsehen und Internetportale mit regelorientierten Hinweisen und einem Führerscheinwissen reichen nicht aus, um im Alltag der Menschen eine lebensweltnahe Beratung zu machen, eine Beratung, die auf die jeweiligen Problemlagen, auf ambivalente Haltungen, auf konkrete Situationen eingeht. Medienpädagogik ist wie jegliche Pädagogik auf Beziehungen angewiesen, um gegenseitige Wahrnehmung, Respekt und Vertrauen zu bilden. Und dafür braucht man Zeit. Zeit ist in der enorm beschleunigten Gesellschaft ein umkämpftes Gut geworden, Zeit für Aufmerksamkeit, Zeit für Erfahrungen, Zeit für Reflexion. Die mediale Beschleunigung ist relevanter Teil der gesamtgesellschaftlichen Beschleunigung. Es gehört meines Erachtens zu den wesentlichen Aufgaben der Medienpädagogik heute, sich kritisch mit Formen der medialen Beschleunigung auseinanderzusetzen, sich von posthumanen Technofantasien abzugrenzen und einen Diskurs über medienethisches Handeln zu führen.

Medienpädagogik setzt auf **Bildungsprozesse**. Es ist notwendig, Eltern und Pädagogen darin zu unterstützen, medienerzieherisches Handeln altersgerecht und situationsangemessen zu entwickeln. Hiefür benötigen wir den Entwicklungspfad einer lebenswelt- und prozessorientierten Medienbildung. Diesem Entwicklungsmodell liegt ein umfassendes Verständnis von Medienbildung zugrunde. Neben technischen und arbeitsweltbezogenen Kompetenzen rücken soziale, ästhetische, kulturelle und kommunikative Dimensionen mehr ins Blickfeld.

Der Expertenbericht des Bundesbildungsministeriums *Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur*, der im Jahre 2009 erschien, ist in diesem Zusammenhang ein wichtiges Dokument. Der Bericht begründet die Notwendigkeit einer umfassenden Sicht auf Medienbildung für die Persönlichkeitsentwicklung, für die gesellschaftliche Teilhabe und für die Entwicklung von Ausbildungs- und Erwerbsfähigkeit. Er fokussiert nicht allein auf arbeitsweltrelevante Anforderungen, sondern betont vier Aufgaben- und Themenfelder: Information und Wissen, Kommunikation und Kooperation, Identitätssuche und Orientierung, digitale Wirklichkeiten und produktives Handeln.

Bei den Überlegungen zur Umsetzung dieser Aufgabenfelder empfiehlt der Bericht, an den Kompetenzen und Stärken anzusetzen, die junge Menschen in ihrem Alltag entwickeln, und diese als wichtige Ressourcen in Bildungsprozesse zu integrieren. Sich an diesem umfassenden Verständnis von Medienbildung und Medienkompetenzförderung zu orientieren, bedeutet nicht, arbeitswelt- und be-

rufsbezogene Qualifikationen gering zu schätzen – und es bedeutet auch nicht, auf die Formulierung von Mindeststandards der Medienkompetenzförderung in schulischen Kontexten zu verzichten.

Betont werden allerdings nicht ein kanonisiertes Medienwissen und engmaschig von Experten gestrickte Medienkompetenzniveaus, sondern die subjektorientierte und prozesshafte Entwicklung von medienbezogenen Bildungs- und Lernanlässen in sozialen Kontexten. Solche Prozesse brauchen – um es noch einmal zu sagen – **Zeit**:

- Zeit, um sich auf die Menschen einzulassen;
- Zeit, um im Zusammenspiel von Erfahrungslernen und produktiven Impulsen vorhandene Deutungsmuster zu hinterfragen und eigene Weltsichten zu erweitern;
- Zeit, um Räume für eigenes kreatives Gestalten und Kommunizieren mit Medien zu entdecken.

Eine subjektorientierte und prozesshafte Entwicklung von medienbezogenen Bildungs- und Lernanlässen braucht qualifizierte Fachkräfte in Kindergärten, in Schulen, in Bibliotheken, in Jugendeinrichtungen und Jugendverbänden, in der Familien- und Erwachsenenbildung - Fachkräfte, die über eine **medienpädagogische Grundbildung** verfügen und in der Lage sind, Aspekte der Medienbildung sensibel und kompetent mit Themen, die die Menschen bewegen, zu verknüpfen.

Und es bedarf Fachkräfte, die sich vertieft mit medienpädagogischen Fragen befassen, die Pädagogen aus-, fort- und weiterbilden, die sich mit der Entwicklung von medienpädagogischen Konzepten und Modellen befassen, die medienpädagogische Praxis systematisch begleiten und auswerten und die auch medienpädagogische Grundlagenforschung betreiben.

Und damit sind wir an dem Punkt angekommen, womit sich dieser Kongress in erster Linie befasst: den Ressourcen und Strukturen für eine **nachhaltige** Medienkompetenzförderung und Medienbildung. Wo ist der dringendste Bedarf? Was sind die vordringlichen Maßnahmen?

Ich wünsche der Veranstaltung einen guten Verlauf und übergebe an den Moderator der Dialogrunde I, Professor Heinz Moser. Er ist Dozent an der Pädagogischen Hochschule Zürich und Mitglied des Vorstands der Sektion Medienpädagogik in der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft.