

# **Keine Bildung ohne Medien!**

## **Medienpädagogisches Manifest**

Prof. Dr. Dorothee Meister, Prof. Dr. Heinz Moser, Prof. Dr. Horst Niesyto  
Vorstand der Kommission Medienpädagogik in der Deutschen Gesellschaft für Erziehungs-  
wissenschaft

Ulrike Wagner, Dr. Angela Tillmann  
Fachgruppe Medienpädagogik in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommuni-  
kationswissenschaft

Prof. Dr. Norbert Neuß, Dr. Dagmar Hoffmann, Prof. Dr. Bernward Hoffmann  
Vorstand der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur

Prof. Dr. Bernd Schorb, Prof. Dr. Rüdiger Funiok  
Vorstand des JFF – Jugend, Film, Fernsehen e.V

Prof. Dr. Uwe Hasebrink, Dr. Claudia Lampert  
Hans-Bredow-Institut für Medienforschung

### **1 Der Kontext**

Die Verschmelzung der alten und der neuen Medien, ihre zeit- und ortsunabhängige Verfügbarkeit (Laptop und Handy) sowie der Zugriff zum Internet eröffnen den Menschen neue Lern- und Erfahrungsbereiche. Medien bieten Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung und zur kulturellen und gesellschaftlichen Teilhabe. Darüber hinaus liefern Medien wichtige Deutungsangebote, Identifikations-, Orientierungs- und Handlungsräume. Sie sind eine kontinuierlich verfügbare Ressource für Identitätskonstruktionen von Heranwachsenden. Gleichzeitig bringen sie auch neue Entwicklungs- und Sozialisationsprobleme sowie gesellschaftliche Risiken mit sich. Diese reichen von ethisch fragwürdigen Medienangeboten über soziale Benachteiligung bis hin zu fahrlässigen Formen des Umgangs mit (digitalen) Medien. Gerade der Umgang mit persönlichen Daten in der Internetkommunikation offenbart in letzter Zeit gravierende Fehlentwicklungen.

Medienkompetentes Handeln setzt fundierte Kenntnisse über die verschiedenen Medien voraus: Kenntnisse über technische Grundlagen und ästhetische Formen, über die Bedingungen und Formen medialer Produktion und Verbreitung in der Gesellschaft, ein Bewusstsein für die kulturell-kommunikative, ökonomische und politische Bedeutung, die Medien in globalisierten Gesellschaften haben. Medienkompetenz zielt auf die Fähigkeit zur sinnvollen, reflektierten und verantwortungsbewussten Nutzung der Medien. Hierzu gehören u.a. die Fähigkeit zu überlegter Auswahl, zum Verstehen und Interpretieren medialer Kodes, zu einer reflektierten Verwendung von Medien in Freizeit, Schule und Beruf. Das aktive und kreative Gestalten mit Medien für Selbstausdruck, für die Artikulation eigener Themen, für Kontakt und Kommunikation ist ein weiterer, zentraler Bereich von Medienkompetenz. Schließlich fördert Medienpädagogik die Medienkritik, die sich sowohl auf die gesellschaftliche Medienentwick-

lung als auch die (selbstreflexive) Mediennutzung und die eigene Gestaltung mit Medien bezieht.

Die Medienpädagogik hat in den beiden vergangenen Jahrzehnten beachtliche Fortschritte in Theorie, Forschung und Praxis erzielt. So konnte eine Reihe notwendiger, aber längst nicht hinreichender medienpädagogischer Fundamente geschaffen werden: Theoretische und empirische Arbeiten beleuchten die vielfältigen Dimensionen des Medienhandelns und die Bedeutung der Medien für Sozialisation und kulturelle Alltagspraktiken. Es gibt eine Fülle an hervorragenden medienpädagogischen Materialien für die Praxis, eine Vielzahl an überzeugenden Modellversuchen und eindrucksvollen Leuchtturmprojekten – aber es fehlt an der erforderlichen Nachhaltigkeit. Es mangelt nach wie vor an der Infrastruktur und an den organisatorischen Rahmenbedingungen in den Bildungseinrichtungen sowie an der medienpädagogischen Qualifikation der pädagogischen Fachkräfte.

Die sozialen und kulturellen Auswirkungen globalisierter Medienwelten und die Entwicklung der Gesellschaft zu einer allumfassenden Informations- und Mediengesellschaft fordern den gesamten Bildungsbereich und damit auch die Medienpädagogik auf neue Weise heraus. Notwendig ist eine umfassende Förderung der Medienpädagogik in Wissenschaft und Forschung sowie auf allen Ebenen der Erziehungs- und Bildungspraxis. Dies verlangt nicht nur programmatische Überlegungen sowie eine auf Jahre angelegte strategische Planung, sondern insbesondere auch personelle, infrastrukturelle und finanzielle Investitionen auf Länder- und Bundesebene. Dabei müssen alle Erziehungs- und Bildungsbereiche und deren Institutionen, aber auch die außerschulische Kinder- und Jugendarbeit, die berufliche Aus- und Fortbildung sowie Erwachsenen-, Familien- und Altenbildung berücksichtigt werden.

## **2 Bildungspolitische Forderungen**

Die zentrale Aufgabe besteht heute darin, die Medienpädagogik von einer Phase der Modellprojekte und einzelnen Aktionen auf lokaler und regionaler Ebene zu einer Phase struktureller Veränderungen zu überführen. Punktuelle Maßnahmen und diverse Informations- und Beratungsangebote im Internet und in anderen Medien reichen längst nicht mehr aus. Bislang hat in der Breite gesehen die Medienpädagogik keinen festen Platz an Schulen und Hochschulen. In vielen Familien und pädagogischen Einrichtungen findet eine reflektierte Auseinandersetzung mit Medien kaum statt. Viele Eltern und Erziehende in allen pädagogischen Bereichen sind hinsichtlich ihrer medienerzieherischen Verantwortung unsicher. In dieser Situation ist es geboten, Medienpädagogik dauerhaft in allen Bildungsbereichen zu verankern.

## **3 Forderungen**

- Damit alle Kinder und Jugendlichen die Chance erhalten, ihre Medienkompetenzen zu erweitern, müssen medienpädagogische Programme vor allem in den Einrichtungen der Elementarpädagogik sowie in der Jugend-, Familien- und Elternbildung verstärkt werden.
- Im Schulalltag hat sich Medienpädagogik als Querschnittsaufgabe für alle Fächer bislang nicht durchgesetzt. In der aktuellen Diskussion zur Schulreform (z.B. Ganztagschulen) müssen für alle Schulformen auch Bildungsstandards für Medienkompetenz vereinbart und entsprechende medienpädagogische Inhalte in Curricula verbindlich verankert werden. Dieser Prozess muss durch Evaluationsstudien und Programme zur

Qualitätssicherung sowie durch nachhaltige Fortbildungsmaßnahmen für alle Lehrpersonen und pädagogischen Fachkräfte unterstützt werden.

- Einen besonderen Schwerpunkt stellen pädagogische Angebote für Heranwachsende aus Migrationskontexten und bildungsbenachteiligten Milieus sowie Angebote zur geschlechtersensiblen Arbeit dar. Dafür müssen stärker als bisher die Einrichtungen der außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit genutzt werden. Eine Intensivierung der Medienprojekte in diesem Bereich ist durch die Verbesserung der Infrastruktur und der personellen Ausstattung sowie durch kontinuierliche öffentliche Mittel zu sichern. Medienpädagogik ist im Kontext kultureller Bildung erheblich mehr zu fördern.
- In der Ausbildung von Erzieher/innen, Lehrer/innen, Erwachsenenbildnern/innen und Sozialpädagogen/innen ist generell eine medienpädagogische Grundbildung als verbindlicher Bestandteil der pädagogischen Ausbildung zu verankern. Daneben müssen spezifische medienpädagogische Ausbildungen in Form von Master-Studiengängen und als Wahlpflichtbereiche in anderen Studiengängen angeboten werden. Voraussetzung hierfür ist der erhebliche Ausbau medienpädagogischer Professuren und Lehrstühle mit Infrastruktur an den Hochschulen.
- Während es zur quantitativen Mediennutzung diverse Studien gibt, mangelt es nach wie vor an tieferreichenden Untersuchungen, die die Mediennutzung in sozialen Kontexten differenziert und prozessbezogen analysieren, auch im Sinne von Grundlagenforschung. Notwendig ist vor allem eine deutliche Verstärkung der Mediensozialisationsforschung und der medienpädagogischen Begleit- und Praxisforschung.

## Wozu Medienbildung?

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.

### 1 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 sogenannten 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.

## 2 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 digitalen 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.

### 3 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, konfligiert 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 langfristige *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 Führerscheineangeboten 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 vorhandenen 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 berufsbezogene 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 Weltansichten 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?