

# Förderung von Medienkompetenz in Kultur und Gesellschaft

Von *Ulrike Bischof und Horst Heidtmann*

Aus:

***Medienkompetenz in der Informationsgesellschaft.***

***Perspektiven in Baden Württemberg,***

*herausgegeben von der MFG Medien und Filmgesellschaft Baden-Württemberg,*

*und dem SWR Südwestrundfunk,*

*Stuttgart 2000.*

## 1. Gesellschaftliche Aspekte von Medienkompetenz

Unsere Gesellschaft wird von einem revolutionären Wandel geprägt, der alle Bereiche umfasst. Die Triebkräfte dieses Wandel resultieren nicht aus dem politischen Diskurs, sondern aus der rasanten Geschwindigkeit, mit der sich die technologischen Grundlagen und die Trägermedien für die Speicherung wie für die Übermittlung von Informationen ändern. Wir nutzen heute für die gesellschaftliche Kommunikation vorrangig die audiovisuellen und elektronischen Medien. Daten und Informationen, Geschichten und Unterhaltungsprogramme lassen sich damit problemlos an jedem Ort, zu jeder beliebigen Zeit verfügbar machen. Immer neue Medien sind zur Aufrechterhaltung komplexer Kommunikationsstrukturen, sind für das Funktionieren von Politik, Wirtschaft und Kultur notwendig. Die wachsenden Informations- und Datenmengen lassen sich mittels gedruckter Medien allein nicht ansatzweise bewältigen oder erschließen. Auch für die Bewußtseins- und Meinungsbildung sind die Printmedien längst nicht mehr die Leitmedien.

Vor allem die neuen IuK-Technologien verändern die gesellschaftliche wie die individuelle Kommunikation, haben nachhaltige Auswirkungen auf die Arbeitswelt und das Alltagsleben. Die neuen Medien sichern einerseits den freien Fluss von Informationen, dienen damit der freien Meinungsbildung, fördern das Grundrecht auf Informations- und Meinungsfreiheit. Andererseits sind die Medien durchaus mächtige, oft tendenziös oder ausschließlich kommerziell orientierte Beeinflussungsinstanzen. Sie beeinflussen auch die politische Willensbildung. Gleichzeitig hat die

Gesellschaft zunehmend geringere Einwirkungs- und Regulationsmöglichkeiten, um ihrerseits auf die von Medien vermittelten Inhalte Einfluß zu nehmen. Durch die Globalisierung der Medienwirtschaft und die globale Vernetzung von Datenströmen machen sich Content-Provider immer weitgehender unabhängig von nationalen oder regionalen normativen Regelungen, von Gesetzgebungen wie von Konventionen der Moral oder des Geschmacks.

So wie einerseits Gefährdungen demokratischer Strukturen absehbar sind, bestehen andererseits auch Chancen für eine weitergehende Bürgerbeteiligung. Mit einem haushaltsüblichen PC mit Modem kann heute jeder als Empfänger und Sender an regionalen wie überregionalen Kommunikationsprozessen partizipieren. Das Internet ermöglicht die problemlose Teilhabe an öffentlicher Kommunikation und damit werden auch neue Formen demokratischer Partizipation denkbar. So können sich in Local Area Networks Bürger durch multimediale Kooperationsverfahren in bestimmten Regionen oder Städten miteinander oder mit der Kommunalverwaltung vernetzen.

Um die in den neuen Medien angelegten Potenziale ausschöpfen zu können, bedarf es der dafür notwendigen Kompetenz. Kulturpessimisten klagen seit Jahren darüber, dass die elektronischen Medien das Entstehen einer „Zwei-Klassen-Gesellschaft“ fördern. Und in der Tat werden die medialen Kompetenzen bereits im Elternhaus ungleich verteilt, wo sich heute nicht nur die sozialen, sondern auch die Medienwelten Jugendlicher immer stärker unterscheiden. Eine große Gruppe von Kindern und Jugendlichen nutzt - wie auch viele Erwachsene - Medien jeglicher Art nur zu Unterhaltungszwecken, zum Zeitvertreib. Auf der anderen Seite stehen diejenigen, die sich über digitale Medien neue Horizonte und erweiterte Erfahrungsräume erschließen.

Um die Vertiefung von Wissensklüften ebenso wie gesellschaftliche Ausgrenzungen oder Benachteiligungen zu vermeiden, muß die Vermittlung von Medienkompetenz an alle Gruppen der Gesellschaft intensiviert werden. Die Teilhabe an öffentlicher Kommunikation, Partizipation an den über Medien vermittelten Diskursen, die Wahrnehmung demokratischer wie staatsbürgerlicher Rechte setzen zunehmend Medienkompetenz voraus. Der mündige Staatsbürger, das bürgerliche Ideal des selbstbestimmt, eigenverantwortlich und bewusst handelnden Individuums, erfordert heute

als zentrale Prämisse die Fähigkeit zur kompetenten Nutzung der neuen Medien.

Medienkompetenz hat deshalb alle Lebens- und Alltagsbereiche zu umfassen, an deren Konstitution Medien beteiligt sind oder in denen mit Medien umgegangen wird. Medienkompetenz setzt als gesellschaftliche Kompetenz die Erfahrung von Teilhabe und von Machbarkeit voraus. Ziel neuer, handlungsorientierter medienpädagogischer Konzepte ist daher u.a.

- die Förderung sozialer Kompetenzen,
- die Erhöhung von Handlungs- und Kommunikationsfähigkeit,
- die Beförderung kommunikativen Handelns mit Medien,
- die Entwicklung von Reflexionsfähigkeiten,
- die Vermittlung von Fähigkeiten zur Analyse von Inhalten und Strukturen der Medien.

## **2. Kulturelle Aspekte von Medienkompetenz**

Innerhalb von wenigen Jahren haben sich die in den Industriegesellschaften anfallenden Informations- und Datenmengen in unvorstellbarer Weise vermehrt. Nach Schätzungen von Informationswissenschaftlern verdoppelt sich das Wissen der Menschheit derzeit innerhalb eines Zeitraumes von etwa fünf Jahren. Allein in der Bundesrepublik erscheinen regelmäßig 10.000 verschiedene Zeitschriften und Zeitungen, sind insgesamt etwa 300 verschiedene Hörfunk- und 100 Fernsehprogramme zu empfangen. Mehr als 500 künstliche Erdsatelliten senden ununterbrochen Töne, Bilder, Daten in alle Winkel der Welt. Die Zahl der Internetnutzer steigt gegenwärtig weltweit monatlich um etwa 10 Prozent.

Mit der Vielfalt der über Datennetze verfügbaren Materialien mehrt sich auch der Anteil unwichtiger und unrichtiger, absonderlicher und abstruser Informationen. Informationsfluten erleichtern nur dann den Zugriff auf benötigte Information, wenn die User auch aus der Masse des Angebotes auswählen, die Qualität von Informationen beurteilen können. Andernfalls könnten in der Informationsgesellschaft Desinformation, Unsicherheit und Unwissen sogar noch zunehmen.

Die neuen Angebote der Telekommunikation und multimediales Edutainment

haben Auswirkungen für alle Bürger unseres Landes, nicht nur für Kinder und Jugendliche. Aber junge Menschen stehen neuen Medien grundsätzlich offener gegenüber als Erwachsene. Vor allem wollen gerade sie Zugang zu den Technologien haben, die gegenwärtig als die am fortgeschrittensten gelten. Medien sind konstituierende Elemente der Alltagswirklichkeit – von Jugendlichen wie von Erwachsenen. Alle Medien werden von der großen Mehrheit der Rezipienten heute vorrangig zu Unterhaltungszwecken genutzt. Der Umfang privatwirtschaftlich organisierter unterhaltungsorientierter Medienangebote wächst weiter an. Mit der Globalisierung der Medienwirtschaft verlieren zudem regionale und nationale kulturelle Identitäten an Bedeutung.

Die Mediatisierung des Alltags und der Popularkultur erfordert immer mehr Kompetenz im Umgang mit Medien auch für das Alltagshandeln und die Freizeitgestaltung. Allerdings reichen technologische Kompetenzen, Fähigkeiten zum Umgang mit dem PC, oder Recherchekompetenz, Kenntnis von Suchstrategien und Suchmaschinen für das WorldWideWeb, nicht aus, um die kulturellen und künstlerischen Dimensionen der Medien rezeptiv wie produktiv nutzen zu können.

Konvergenz der Medien, etwa in Form von medialen Verbänden im Bereich der Kinder- und Jugendmedien, geht heute oftmals einher mit einem Verlust an Qualität, an Glaubwürdigkeit und Seriosität. Medienproduzenten orientieren sich an einem marktgängigen Mainstream vornehmlich amerikanischer Provenienz, bieten vielfach austauschbare, profillose Programme. Bei der Adaption und Digitalisierung von Stoffen orientieren sich Content-Provider an linearen Strukturen und konventionellen Formen. Die neuen Medientechnologien erschaffen per se noch keine neuen kulturellen Ausdrucksformen. Gleichwohl eröffnen sich mit multimedialen Edutainment- oder Erzählprogrammen neue Möglichkeiten der Dramaturgie, nonlineare Erzählstrukturen und hypermediale Vernetzungen.

Da sich Medien zunehmend miteinander vernetzen und verschneiden, da in Sonderheit populäre Unterhaltungsstoffe medienübergreifend produziert und rezipiert werden, ist es heute entscheidend, das Zusammenwirken der Medien zu begreifen, übergreifende wie spezifische Strukturen erkennen zu können, Kompetenz für Konvergenz zu entwickeln.

Nicht minder bedeutsam ist allerdings die Fähigkeit, Medieninhalte analysieren, bewerten und evaluieren zu können. Wenn Metasuchmaschinen bei der Recherche in den Datennetzen helfen, dann muß der Nutzer die gewonnenen Daten vor allem selbst auswählen und bewerten können. In allen Medien bilden Form und Inhalt eine Einheit, schöpfen Medien ohne geeignete Inhalte weder den antizipierten Mehrwert, noch befriedigen sie hinreichend Rezipientenbedürfnisse. Um die Qualität von Medieninhalten, ihre Abgewogenheit oder Ideologiekaltigkeit, ihre Richtigkeit und Redlichkeit beurteilen zu können bedarf es der Kompetenz für Contents.

Um selbst Medieninhalte bewerten oder - mindestens genau so wichtig - generieren zu können, müssen die Grundlagen für die Vermittlung von Medienkompetenz bereits außerhalb oder vor der Orientierung auf Medien gelegt werden.

### **3. Maßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz**

Zur Vermittlung von Medienkompetenz gehören neben technologischen Kenntnissen, neben kognitiven und sozial-reflexiven Fähigkeiten insbesondere inhaltliche Kompetenzen. Nicht zuletzt, um die bereits vorhandenen Potentiale in den traditionellen Zweigen der Verlags- und Medienwirtschaft in Baden-Württemberg ausschöpfen und fördern zu können, sollten durch geeignete medienpädagogische Maßnahmen die kulturellen wie sozialen, die inhaltlichen wie kreativen Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen vermehrt gefördert werden.

Neben der schulischen bietet hier die außerschulische Medienpädagogik besondere Chancen, da sie nicht durch Lehrpläne strukturiert oder in ihren Spielräumen eingeschränkt wird. Außerschulische Medienarbeit kann direkt und spontan auf mediale oder populärkulturelle Entwicklungen reagieren. Medienpädagogen haben daher größere Spielräume bei der Entwicklung ihrer Konzepte, sie können Kinder und Jugendliche anders einbeziehen, sie müssen diese auch anders motivieren, da ihre Zielgruppen freiwillig an Projekten mitarbeiten.

Die außerschulische Medienpädagogik sollte vor allem Adressatenkreise ansprechen, die über schulische Aktivitäten gar nicht oder nur partiell

erreicht werden, sowie Gruppen, die vertiefende oder weitergehende Kompetenzen erwerben wollen als ihnen die Schulen bieten können. Mehr als bisher müssen medienpädagogische Aktivitäten die Altersgruppen einbeziehen, die noch nicht im schulpflichtigen Alter sind, sowie jene, die nicht mehr staatliche Bildungseinrichtungen besuchen.

Die Vermittlung von Medienkompetenz liegt als Aufgabe - neben dem Elternhaus, dem Kindergarten oder der Schule - auch im gesellschaftlichen und gesetzlichen Verantwortungsbereich von Bildstellen, von kirchlichen Medienzentralen, von kommunalen Einrichtungen der Jugendbildung und der Jugendpflege, von Öffentlichen Bibliotheken und Mediotheken. Um Kindern und Jugendlichen Orientierung in der komplexen Medienwelt zu geben, damit sie die Angebotsvielfalt kennen, aktiv nutzen und bewerten lernen, damit sie mehr über die gesellschaftlichen Funktionen von Medien sowie die spezifischen Produktionsbedingungen erfahren, engagieren sich in Baden-Württemberg seit Jahren bereits medienpädagogische Einrichtungen gemeinsam in der Vermittlung medialer Kompetenzen. So richten die kirchlichen Medienzentralen, die Landesbildstelle Württemberg sowie die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) Baden-Württemberg, der SWR und andere alljährlich gemeinsam die traditionsreichste Fortbildungsveranstaltung für Medienpädagogen und -wissenschaftler aus, die „Stuttgarter Tage der Medienpädagogik“, die seit 23 Jahren in jedem Frühjahr in der Akademie Hohenheim durchgeführt werden. Auf Initiative des Instituts für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) und der katholischen Fachstelle für Medienarbeit führt ein ähnlich breiter Trägerkreis den „Stuttgarter Kinderhörspieltag“ durch, die einzige zentrale, regelmäßige Fortbildung für Vermittler und Pädagogen auf diesem Gebiet, die alle zwei Jahre im Wechsel mit dem „Stuttgarter Kinderfilmtag“ stattfindet.

Die Öffentlichen Bibliotheken in Baden-Württemberg reagieren bereits seit mehreren Jahren auf die dynamischen Veränderungen gesellschaftlicher Kommunikation und öffnen sich zunehmend für die digitalen Medien. Multimedia online wie offline, das Surfen in den Datennetzen, alle neuen Telekommunikationsdienstleistungen kosten Geld. In der beginnenden Informationsgesellschaft können Öffentliche Bibliotheken das Recht auf eine Grundversorgung mit Informationen sichern, sie können Diskriminierungen beim Zugang zu den neuen Kommunikationsnetzen, zur Datenautobahn und

ihren Informationsdiensten verhindern. Für Bibliotheken ist es also wichtiger als je zuvor, dass sie gerade für junge Menschen frei zugängliche und für den einzelnen kostenfreie (oder wenigstens stark ermäßigte) Zugangsschneisen zum gesamten Informations- und Medienangebot eröffnen. Sie bieten in Baden-Württemberg bereits vielerorts kostenlose oder -günstige Zugangsmöglichkeiten zum Internet.

Digitalisierte Informationen und interaktive Medien lassen sich aber nicht einfach nur bereit stellen wie ein gedruckter Roman. In Anbetracht der wachsenden Medienvielfalt wird es für Bibliotheken zukünftig immer wichtiger, Kindern, Jugendlichen und wohl den meisten Erwachsenen kompetente Anleitung bei der Nutzung der Medientechnik sowie Unterstützung bei der Aneignung von Medienkompetenz zu geben. Mit einem handlungs- und produktionsorientierten medienpädagogischen Ansatz lernen bereits heute Kinder und Jugendliche in beispielhaften Projekten (wie z.B. in der Stadtbücherei Stuttgart), die Funktions- und Gestaltungsmöglichkeiten der neuen Medien zu begreifen.

In der Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung (LKJ), in verschiedenen sozialpädagogischen Einrichtungen des Landes, im Jugendhilfswerk Freiburg wie in regionalen Initiativen soll die handlungsorientierte medienpädagogische Arbeit mit Jugendlichen nicht nur Medienkompetenz im technologischen wie inhaltlichen Sinne fördern, sie soll darüber hinaus auch dazu beitragen, dass sich Jugendliche über die neuen Medien artikulieren, am Arbeitsmarkt wie an der Gesellschaft teilhaben können, um damit ihre demokratischen Rechte in dieser Gesellschaft überhaupt erst wahrnehmen zu können.

Der Kreis der bislang für die Vermittlung von Medienkompetenz zuständigen Einrichtungen sollte zukünftig aber noch deutlich erweitert werden. Ebenso wie die Schulen müssen die im außerschulischen Bereich tätigen Institutionen ihre Arbeit neu akzentuieren: So sollten sich Kindergärten und -tageseinrichtungen möglichst rasch für medienpädagogische Projekte öffnen, sollten die hier Beschäftigten dringend medienpädagogisch aus- und fortgebildet werden. Darüber hinaus sollten noch weitere Kultur-, Freizeit- und Sozialeinrichtungen in die medienpädagogische Arbeit eingebunden werden. Insbesondere sei auf die kommunalen wie kirchlichen Alteneinrichtungen verwiesen.



## **4. Beispiele für Medienkompetenzförderung in Baden-Württemberg**

### **4.1. Institut für angewandte Kindermedienforschung (<http://ifak.hbi-stuttgart.de>)**

Das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen beschäftigt sich mit allen von Kindern genutzten und für Kinder produzierten Medien. Der Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkt liegt auf den auditiven, auf audio-visuellen, auf digitalen und interaktiven Medien. Das IfaK bietet Beratung und Consulting für Produzenten, Institutionen, Vermittler, PädagogInnen und Eltern.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt seit mehreren Jahren auf der Förderung von Qualität in alten wie neuen Kindermedien. Das IfaK sichtet in Projektarbeit die aktuellen Marktangebote, bietet auf seiner Homepage Marktanalysen sowie annotierte Auswahl- und Empfehlungslisten zu CD-ROMs, Tonträgern oder Videos für Multiplikatoren, Eltern und Kinder. (Stichwort: *Kompetenz für Contents*) Eine nach pädagogischen und inhaltlichen Gesichtspunkten zusammengestellte Linksammlung erschließt Kindern spielerisch den Zugang zum Internet (<http://www.multikids.de>). In den Fortbildungsangeboten des IfaK für Multiplikatoren, BibliothekarInnen, LehrerInnen u.a. werden aktuelle Entwicklungen auf den Kindermedienmärkten reflektiert und neue Konzepte zur Vermittlung von Medienkompetenz (z.B. „Leseförderung mit Multimedia“, „Kinderbibliotheksarbeit mit interaktiven Medien“) entwickelt (Stichworte: *analytische und reflexive Kompetenz, Kompetenz für Konvergenz*).

### **4.2. CHILIAS (<http://www.stuttgart.de/chilias>)**

Im Rahmen des von ihr federführend betreuten EU-Projektes CHILIAS hat die Stadtbücherei Stuttgart ein Web-Forum für Kinder realisiert, den „Infoplaneten“, über den sich auf unterschiedlichen Ebenen verschiedenartige Aspekte von Medienkompetenz an Kinder vermitteln lassen. Dieser Info-Planet vernetzt die traditionellen Medienformen mit den neuen digitalen (Stichwort: *Kompetenz für Konvergenz*). Das Projekt bietet Kindern die Möglichkeit unter pädagogischer Begleitung selbst Multimedia-Anwendungen zu gestalten und zu programmieren (Stichwort:

*handlungsorientierte Medienkompetenz*). Dabei können Kinder z.B. als „Internet-Reporter“ selbst Stoffe und Themen erarbeiten, die für sie interessant und wichtig sind, und für andere Kinder ins Netz stellen. (Stichworte: *Förderung sozialer und kommunikativer Kompetenzen, Kompetenz für Contents*).

### **4.3. Jugendhilfswerk Freiburg**

**(<http://www.jhw.regio.de/>)**

Das Medienzentrum des Jugendhilfswerks Freiburg nutzt aktivierende und lebensweltlich orientierte Methoden in seiner Arbeit mit benachteiligten Jugendlichen. In medienpädagogischen Rundfunk- oder Internetprojekten soll durch handlungsorientiertes Lernen die Integration von Fachwissen, Methodenwissen, Selbstkompetenz und sozialer Kompetenz gefördert werden (Stichworte: *soziale und kommunikative Kompetenz, Kompetenz für Konvergenz*). In Internetprojekten von und mit Jugendlichen werden Websites für die „Jobsuche mit dem Internet“, mit Informationen zum Freizeitangebot in der Region oder Tipps für Mädchen gestaltet (Stichworte: *kommunikatives Handeln mit Medien, Kompetenz für Contents*).