

Baden-Württemberg in der Informationsgesellschaft

Stellungnahme des Instituts für angewandte Kindermedienforschung
zum Entwurf des Staatsministeriums Baden-Württemberg zu einem Leitbild
für den Medienstandort

Unsere Gesellschaft wird von einem revolutionären Wandel geprägt, der alle Bereiche umfasst. Die Triebkräfte dieses Wandel resultieren nicht vorrangig 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.

Vor allem die neuen IuK-Technologien prägen den Wandel der gesellschaftlichen wie der individuellen Kommunikation und haben nachhaltige Auswirkungen auf Arbeitswelt wie 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.

In dieser Situation des Umbruchs begrüßen wir als MedienwissenschaftlerInnen und MedienpädagogInnen sehr nachhaltig, dass die Landesregierung Baden-Württembergs mit ihrem Leitbildentwurf die Bürgerinnen und Bürger unseres Landes auf dem Weg in die Informationsgesellschaft unterstützen und die Vermittlung von medialen Kompetenzen fördern will.

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.

Mit einer Vielzahl von Initiativen engagiert sich das Land Baden-Württemberg bereits gegenwärtig in der Vermittlung von Medienbildung und Medienkompetenz, vorrangig im Bereich der Schulen, Hochschulen und der beruflichen Bildung, akzentuiert technisches Wissen und berufsbezogene Fähigkeiten, profiliert den Standort in Richtung Medientechnologie, Mediendesign und Informatik. Aus unserer Sicht wären noch zusätzliche Aufgabenfelder in der Medienwissenschaft wie in der medienpädagogischen Arbeit zu erschließen, um vorhandene medienwirtschaftliche Potentiale weiter ausschöpfen und den Medienstandort dauerhaft sichern zu können.

Förderung der Kompetenz für Contents

Innerhalb von wenigen Jahren haben sich die in den Industriegesellschaften anfallenden Informations- und Datenmengen in unvorstellbarer Weise vermehrt. Mit der Vielfalt der über Datennetze verfügbaren Materialien mehrt sich aber 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.

Kompetenz für Konvergenz geht nicht zwangsläufig einher mit der Fähigkeit selbst Medieninhalte generieren zu können. Die neuen Medientechnologien erschaffen per se noch keine neuen kulturellen Ausdrucksformen. Gleichwohl eröffnen sich mit multimedialen Edutainment- oder Erzählprogrammen neue Möglichkeiten der Dramaturgie, wie z.B. nonlineare Erzählstrukturen und hypermediale Vernetzungen.

Technologische Kompetenzen, Kenntnisse von Suchstrategien und Suchmaschinen für das WorldWideWeb oder Fähigkeiten zum Umgang mit Designtools, reichen allein nicht aus, um die kulturellen und künstlerischen Dimensionen der Medien rezeptiv oder produktiv nutzen zu können. Ebenso bedeutsam wie die Kompetenz für Konvergenz sind inhaltliche Kompetenzen.

Auch wenn heute Metasuchmaschinen bei der Recherche in den Datennetzen helfen, so muß der Nutzer dennoch mehr denn je die gewonnenen Daten selbst auswählen und in ihrer Wertigkeit bestimmen können. Er muß Medieninhalte analysieren, bewerten und evaluieren. 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 Ideologiehaltigkeit, ihre Richtigkeit und Redlichkeit beurteilen zu können, bedarf es der Kompetenz für Contents.

Zur Vermittlung von Medienkompetenz gehören also 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. Durch medienpädagogische Maßnahmen lassen sich die kulturellen wie sozialen, die inhaltlichen wie kreativen Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen vermehrt fördern.

Kompetenz für Contents erfordert aber auch, dass die wissenschaftlichen Einrichtungen des Landes verstärkt gefördert werden, die sich mit Medieninhalten praxisbezogen auseinander setzen, und dass durch entsprechende Fort- und Weiterbildungsangebote die inhaltlichen Kompetenzen von Vermittlern, von LehrerInnen, SozialpädagogInnen und Bibliothekarinnen gestärkt werden.

Förderung von Qualität in den Medien

Innerhalb der letzten beiden Jahrzehnte haben sich Mediensozialisation und Mediennutzung drastisch verändert. Wir nutzen heute für die gesellschaftliche Kommunikation vorrangig die audiovisuellen und elektronischen Medien. Allein in der Bundesrepublik sind insgesamt etwa 300 verschiedene Hörfunk- und 100 Fernsehprogramme (z.T. regional begrenzt) zu empfangen. Die Zahl der Internetnutzer steigt monatlich um etwa 10 Prozent. Zudem erscheinen hierzulande regelmäßig noch 10.000 verschiedene Zeitschriften und Zeitungen.

Medien werden von der Mehrheit der Rezipienten vorrangig zu Unterhaltungszwecken genutzt. So dient das Internet Jugendlichen vor allem zur Zerstreuung, zum Surfen, Chatten und Spielen. Der Umfang privatwirtschaftlich organisierter unterhaltungsorientierter Medienangebote wächst weiter an. Mit der Globalisierung der Medienwirtschaft verlieren zudem regionale und nationale kulturelle Identitäten an Bedeutung.

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 übernehmen Content-Provider mehrheitlich lineare Strukturen und konventionelle Formen. Kreativität und künstlerische Innovation, aus der auch erfolgreiches Entertainment Impulse beziehen muß, sowie pädagogische Ambitionen werden zugunsten kurzfristiger Wertschöpfungsstrategien nur unzureichend unterstützt.

Für die Organisation öffentlicher Kommunikation wirken vorrangig die „Gesetze des Marktes“ als Regulierungsmechanismus. Gerade Kinder und Jugendliche bedürfen aber in ihrer Entwicklung (und vielleicht auch zur Prävention vor ethisch desorientierenden Medieninhalten) besonderer Unterstützung. Zur Förderung von Medienkompetenz im Sinne von sozialen Kompetenzen, von Handlungs- und Kommunikationsfähigkeit, von künstlerischen und kreativen Fähigkeiten müssen stärker als bislang die künstlerischen und pädagogischen Qualitäten von Medien, vorrangig von Kinder- und Jugendmedien gefördert werden.

Um aus unübersehbarer Medienvielfalt Angebote mit spezifischer Eignung wählen zu können, benötigen Kinder und Jugendliche, Eltern, PädagogInnen, BibliothekarInnen und andere Multiplikatoren der kompetenten Unterstützung. Das Land sollte daher diejenigen wissenschaftlichen und pädagogischen Einrichtungen adäquat fördern, die das Medienangebot kontinuierlich sichten, analysieren sowie nach Qualität und pädagogischer Eignung bewerten. Materialien und Medienempfehlungen für Vermittler wie (jugendliche) Rezipienten sollten dann umfassender verbreitet und über praxisorientierte Online-Angebote zugänglich gemacht werden.

Förderung außerschulischer medienpädagogischer Arbeit

Kinder werden heute in ein Medien- und Kommunikationsnetz hineingeboren, dessen Dichte vor wenigen Jahrzehnten unvorstellbar gewesen wäre. Kinder nutzen bereits im Kleinkindalter die gebotene mediale Vielfalt, doch Kompetenz im Umgang mit Medien stellt sich im Regelfall nicht von selbst ein. Medienpädagogische Aktivitäten setzen bisher im Kindesalter relativ spät an. Da schon Klein- und Vorschulkinder vielfältigen medialen Einflüssen ausgesetzt sind, sollte bereits bei ihnen mit spielerischen und persönlichkeitsbildenden Ansätzen mediale Kompetenz gefördert werden. Kindergärten, Vorschuleinrichtungen oder Öffentliche Bibliotheken müssen sich vermehrt für medienpädagogische Projekte öffnen.

Die außerschulische Medienpädagogik sollte in der Bildungspolitik des Landes einen deutlich höheren Stellenwert als bisher einnehmen, denn im Gegensatz zur schulischen Medienpädagogik wird die außerschulische nicht durch Lehrpläne strukturiert oder in ihren Spielräumen eingeschränkt. Außerschulische Medienarbeit kann direkt und spontan auf mediale oder popularkulturelle Entwicklungen reagieren und findet dadurch eine höhere Akzeptanz bei der Zielgruppe. Medienpädagogen haben also 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 diejenigen einbeziehen, die nicht mehr staatliche Bildungseinrichtungen besuchen.

Der Kreis der für die Vermittlung von Medienkompetenz zuständigen Institutionen sollte ausgeweitet werden, sollte insbesondere die Öffentlichen Bibliotheken in Baden-Württemberg mit einbeziehen. Diese bieten zunehmend digitale Medien und immer öfter kostenfreie oder -günstige Zugangsmöglichkeiten zu den Datennetzen. 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.

In der Aus- und Weiterbildung für bibliothekarische Berufsfelder müssen daher IuK-Telekommunikationstechnologien immer breiteren Raum einnehmen. Stärker als bisher sollten Studienschwerpunkte oder neue Studiengänge akzentuiert werden, die auf Erschließung und Vermittlung von Nonbook-Medien, auf Medieninhalte und -gestaltung sowie auf Medien- und Kulturpädagogik hin ausgerichtet sind. Wer Medienkompetenz vermitteln will, muß heute selbst Gelegenheit haben, sich lernend an Hypertextualität und Multimedialität, an veränderte Lerntopologien anzupassen.

Förderung von Medienkompetenz vor der Orientierung auf Medien

Um selbst Medieninhalte bewerten oder - wohl noch wichtiger - selbst generieren zu können, müssen die Grundlagen für die Vermittlung von Medienkompetenz bereits außerhalb oder vor der Orientierung auf Medien gelegt werden. Die Vermittlung von Medienkompetenz setzt Basiskompetenzen voraus, die wir bei der gegenwärtigen Fokussierung auf mediale Kompetenzen nicht aus dem Blick verlieren dürfen.

Es gibt in der Bundesrepublik Deutschland, wie wir aus der aktuellen Forschung wissen, bei den nachwachsenden Generationen zunehmende Defizite hinsichtlich der Sprachkompetenzen, im Bereich der kommunikativen wie auch bei den sozialen Kompetenzen, und, was wohl zentrale Voraussetzung für den Erwerb von Medienkompetenz sein dürfte, es gibt wachsende Defizite im Bereich der Lese- und Schreibkompetenz.

Wer mit den interaktiven und digitalen Medien kompetent umgehen will, muß über Lesekompetenz verfügen. Es gibt gegenwärtig kein Medium, das textlastiger wäre als das Internet. Surfen in den Netzen, die Nutzung von Multimedia-Anwendungen Offline wie Online setzt Lese- und Schreibkompetenzen voraus.

Die Fähigkeit, komplexe Texte sinnentnehmend zu lesen, ist in Deutschland bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen zunehmend geringer entwickelt (was unlängst die OECD-Studie "Literacy, Economy and Society" nochmals belegt hat). Im Kontext einer immer stärker von Bildmedien geprägten gesellschaftlichen Kommunikation sollten einerseits die gegenwärtigen Konzepte des Deutschunterrichtes, die bisherigen Definitionen von Lesekultur neu durchdacht werden. Andererseits dürfen die neuen Medien nicht in ein Konkurrenzverhältnis zu den alten gesetzt werden. Die Ausstattung von Schulen mit Telekommunikationstechnologie darf nicht dazu führen, dass gleichzeitig Schulbibliotheksetats gekürzt und Schulbibliotheken geschlossen werden, wodurch deutschen Schülerinnen und Schülern der Zugang zum Medium Buch heute stärker erschwert ist als in früheren Jahrzehnten (worauf die Erziehungswissenschaftlerin Petra Milhoffer in einer aktuellen Studie hinweist).

Schulische wie außerschulische Leseförderung verspricht heute nur dann Erfolg, wenn sie - wie es Kinder und Jugendliche selbst tun - von einem gleichberechtigten Nebeneinander der Medien ausgeht. Neue Konzepte der Leseförderung müssen alte und neue Medien miteinander vernetzen, die digitalen und interaktiven Medien für die Leseförderung nutzbar machen, auch in Baden-Württemberg. Die Fähigkeit, Texte sinnentnehmend lesen zu können - unabhängig von ihren Trägermedien -, dürfte in der Informationsgesellschaft als Basiskompetenz für Medienkompetenz noch wichtiger sein als heute.

Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK)
der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen - Fachhochschule Stuttgart -

Prof. Dr. Horst Heidtmann, Prof. Susanne Krüger, Prof. Dr. Manfred Nagl, Prof. Dr. Frank Thissen
Dr. Ulrike Bischof

Stuttgart im Oktober 1999