

## Medienpädagogik

### **Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele (Hg.): Handbuch Medien: Medienkompetenz. Modelle und Projekte**

Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 1999, 308 S., ohne ISBN, ohne Preis

Die Pädagogik, immer auf der Suche nach Feldern, die bisher von ihr unbeachtet und daher unbearbeitet geblieben sind, hat die Medien entdeckt. Nicht erst seit heute, nein, schon seit einer ganzen Weile. Aber die Zuwendung wird zusehends vehementer. Das vorliegende Buch zeigt dies in extremer Deutlichkeit. In vierzehn Beiträgen „zur Geschichte, Theorie und Praxis“ und achtzig Projektdarstellungen wird versucht, das technische, gesellschaftliche und mentalitätstheoretische Schlüsselproblem „Medienentwicklung“ zu reflektieren und greifbar, erkennbar und bearbeitbar zu machen.

Das Schlüsselwort „Medienkompetenz“ wird dabei von allen nur denkbaren Blickwinkeln aus ins Visier pädagogischer Theorie und mit allen nur denkbaren Zielen in die Hände pädagogischer Praxis genommen. „Ziel ist die reflektierte Erfahrung von Medien und ihren Angeboten im Kontext zielgruppenspezifischer Projekte. Dabei soll Medienkompetenz im größeren Rahmen einer kulturellen, das ist in diesem Zusammenhang: kommunikativen Kompetenz gesehen werden. Denn Medienkompetenz ist nach Josef Weizenbaum eine ganz einfache Sache: Es reicht, kritisch denken zu können.“ (S.9)

Kompetenter kann man die medienpädagogische Vorab-Bankrotterklärung nicht ausdrücken. Hier wird ein sehr komplexer Zusammenhang in unverantwortlicher Weise so vereinfacht, dass sich derjenige, der es darauf anlegt, von allen kulturellen und kommunikativen Einbindungen medialer Entwicklungen von vornherein verabschieden kann. Der Medienerziehung und der Medienpädagogik kann das nicht gut tun. Zumindest hätte in einem Einleitungskapitel der Versuch gewagt werden müssen, die theoretischen Konzepte, die vorgelegt und in sich schlüssig sind, auf Gemeinsamkeiten zu befragen. Und bei aller Vielfältigkeit der praktischen Ansätze hätte man versuchen können, diese Ansätze auf gemeinsame Grundlinien hin zu befragen und für den Leser in dieser Weise aufzuschließen. Da dies nicht geschieht, ist der Leser auf sich gestellt. Und wenn die Botschaft des Buches sein soll, Medienpädagogik habe viel mit Eklektizismus zu tun, so ist die Intention recht gut realisiert worden. Aber wem hilft das schon?

Über weite Strecken sieht man kein Konzept in diesem Buch. Man könnte der Meinung sein, Medienkompetenz sei eine Art Wühltisch. Alles scheint möglich. Der Rahmen, den das Buch spannt, ist, wie gesagt, weit: „Die neue Qualität [von

Medienkompetenz, H. D. E.] heißt also, Balancen und Korrespondenzen, Wechselbeziehungen und Bedeutungsorientierungen aktiv, kritisch wie gestaltend, bildend wie unterhaltend, zwischen den existenten materiell-sinnlichen Wirklichkeiten, den Lebenswelten und den medial vermittelten symbolischen Formen und den virtuellen Welten herzustellen. Man könnte das auch als eine 'Ökologie der Erfahrungs- und Erlebnisformen' bezeichnen. Perspektive ist dann eine neue Medienökologie, die reale Umwelten auch in ihrer biologisch-ästhetischen, authentischen und in ihrer informationsästhetischen-medialen Dimension als Einheit sieht und bewertet." (S.50)

Wer je versucht hat, in einer vierten Schulklasse Medienerziehung zu machen, wird dies als Handreichung kaum schätzen. Kein Wunder, dass die, die's ernsthaft praktisch versuchen, Medienerfahrungen von Kindern hinter deren Rücken hervor zu holen und erkennbar und Medienhandeln beeinflussbar zu machen, bei so viel Begriffsgewitter entweder verzagen oder die Sache auf eigene Faust in Angriff nehmen.

Es gibt Projekte, die großartige Arbeiten dokumentieren („In eigener Regie“ [S.180f.], „Jugend und Rundfunk“ [S.190-192], „Mäuse, Menschen, Monster – Trickfilmfest für Kinder“ [S.212f.] und viele andere). Über weite Strecken jedoch vermittelt das Buch den Eindruck, auf der Straße der Medienkompetenz sei schon der, der mit irgendeinem technischen Medium umgeht und irgendetwas damit produziert oder irgendeine Tätigkeit mit einem technischen Medium in Verbindung bringt. Es genügt aber nicht, Medienpädagogik lediglich als Handeln im Kontext irgendeines Mediums zu begreifen. „Wir machen Radio“ kann eben nicht dabei stehen bleiben, dass Schüler „anderen Menschen mal erzählen [wollen, H. D. E.], was wir so den ganzen Tag machen, was wir in unserer Schule lernen, wie unser ganz normales Leben aussieht.“ (S.284) Und wenn es bei einem Projekt „Fernsehen und Werbung“ bei der Hinterfragung von Werbung darum geht, „dass bei Werbung oft das Prinzip von 'mehr Schein als Sein' gilt“, fällt das hinter alles zurück, was neuere Studien über den Zusammenhang von Kindern und Werbung herausgefunden haben. Die Pädagogen zeigten den Kindern „beispielhaft, dass eine schönere Verpackung oder ein höherer Preis nicht automatisch ein Zeichen von höherer Qualität ist.“ (S.163) Dies kann einfach nach dem heutigen Stand der medienpädagogischen Forschung nicht das letzte Wort sein.

Medienpädagogik ist mit gutem Willen allein offensichtlich nicht zu machen. Und Medienkompetenz „kann sich nicht darin erschöpfen, die Subjekte, seien es nun Kinder, Jugendliche oder Erwachsene, auf den Umgang mit politisch oder ökonomisch implementierten Technologien vorzubereiten bzw. sie in diesen Umgang einzuweisen.“ (S.60) Die praktische Medienarbeit braucht auch nicht mehr zum hundertsten Mal den methodischen Hinweis, Medienpädagogik müsse zugleich und immer von konkreten Lebenssituationen ausgehen und individuelle und gesellschaftliche Erfahrungen in konkreten Medienprojekten zum Ausdruck bringen. Darüber, dass „Medien selbst umfassende gesellschaftliche Projekte sind, denen man sich nur mit offenen, individuell und situativ bestimmten Reflexionsformen zuwenden

kann, besteht im medienpädagogischen Diskurs Konsens. Und wenn sich heraus zu kristallisieren scheint, dass Medienkompetenz [...] nur als Teil sozialer und kultureller Handlungskompetenz gesehen werden [kann]" (S.60), gilt es, auch die soziale und kulturelle Kompetenz der medienpädagogisch Tätigen zusammen mit ihrer methodischen und technischen Kompetenz als Basis für medienpädagogisches Handeln zugrunde zu legen.

Das Buch entwickelt dazu den interessanten und, wie ich finde, außerordentlich fruchtbaren Aspekt, „Prozesse des Mitbedenkens“ (S.59) bewusst zu machen. Dies bedeutet, „Kinder und Jugendliche bei der Suche nach symbolischen und ästhetischen Ausdrucksformen und Kommunikationsstilen zu unterstützen, und zwar in dem Sinn, der über traditionelle Vorstellungen ästhetischer Bildung hinaus weist. Denn ästhetische Erfahrungen müssen als Bestandteile sozialer Kompetenz gesehen werden.“ (S.59) Das, was gemeint ist, wird nach Dieter Baacke auch als „Erhaltung des metaphorischen Spielraums“ beschrieben. Denn wenn man mediale Erfahrungen in ihrer ganzen Dimension wahrnimmt, muss man sie in ihren situativen Kontexten verstehen und mit kommunikativen Entscheidungen, die ebenfalls möglich wären, in Beziehung setzen. „Soziale Interaktionen erschöpfen sich weder im visuellen Augenschein noch im selbstverständlichen Wörtlichnehmen von Sprache und Schrift, sondern sie bedürfen jener ‚Prozesse des Mitbedenkens‘, die Funktionen, Zwecke und Strukturen von sprachlichen und schriftlichen Äußerungen sowie von Bildern (bewegten und unbewegten) im Blick haben.“ (S.59) Beispiele dazu sind etwa „das sogenannte Fiktionsbewußtsein“, das Bewusstsein dafür, dass auch Fotos die Realität nur subjektiv abbilden, ein Gespür dafür, „welche Formen der Interaktion unseren gegenwärtigen Bedürfnissen angemessen sind“ und ein Abschätzen der „Folgen sozialer Interaktionen“ (S.59f.) Dies scheinen mir gelungene Versuche zu sein, Medienkompetenz im kulturellen, sozialen und kommunikativen Zusammenhang thematisch zu fokussieren. Dies legt auch die Vermutung nahe, dass Ziele, Themen und Verfahren im Bezug auf Medienkompetenz an viele Themen und Verfahren der Kulturwissenschaften insgesamt anschließbar sind.

In einem Anhang enthält das Buch wichtige Adressen. Den Schluss bildet ein süßes kleines Register, durch das man z. B. erfährt, dass man auf 38 Seiten etwas zum Stichwort „Video“ und gar auf 42 Seiten etwas zum Stichwort „Jugendliche“ findet. Dagegen gibt es Informationen zu den Stichworten „Tönisvorst“ und „Sprockhövel“ nur auf den Seiten 207 bzw. 286. Mit anderen Worten: Wer Querverbindungen sucht, muss sie sich selber herstellen.

Es ist bedauerlich, dass die Bundeszentrale für politische Bildung das wichtige Thema „Medienkompetenz“ in einer solchen Weise verschenkt, wie es in diesem Buch der Fall ist. Brauchbar ist es für Leser, die erste Anregungen suchen oder die Mühe vergleichend-systematischer Arbeit an den Texten auf sich nehmen wollen, um sich selbst eine Konzeption zu erarbeiten.

Hans Dieter Erlinger (Siegen)