

Vermittlung von Medienkompetenz als Aufgabe der Medienpädagogik (1)

(Veröffentlichung mit freundlicher Genehmigung von Prof. Dr. Schorb)

Zum Begriff

Inhaltebereiche

- [Orientierungs- und Strukturwissen:](#)
- [Kritische Reflexivität](#)
- [Fähigkeit und Fertigkeit des Handelns](#)
- [Soziale, kreative Interaktion](#)

Aufgaben, die sich der Medienpädagogik als empirische **und** praktische Disziplin stellen

- [Medienpädagogische Forschung](#)
- [Medienpädagogische Praxis](#)

Medienkompetenz ist in kurzer Zeit zu einem zentralen Begriff der Debatte über Gegenwart und Zukunft der Medienentwicklung geworden. Noch nicht in Theoriedebatten präzisiert, changiert er in allen möglichen Bedeutungsformen. Nur seine Funktion ist klar, er soll die Fähigkeiten begrifflich bündeln, die das Individuum innerhalb einer Medien- oder Informationsgesellschaft benötigt. Solche geforderten Fähigkeiten reichen von der bloßen Anpassung an die medienökonomischen und- technischen Vorgaben, also der Fertigkeit, Medien zu bedienen bis hin zur kritischen Reflexion und aktiven Gestaltung nicht nur der Medienlandschaft sondern aller sozialen Umgebungen, die mit dieser vernetzt sind. Tatsächlich ist die Verwendung des Begriffes willkürlich und seine jeweilige Bedeutung ist meist nur aus dem kontextuellen Inhalt zu klären. ([zum Anfang des Textes](#))

Beläßt man es nicht bei der rein zweckorientierten Verwendung des Begriffs Medienkompetenz, sondern ordnet ihn in die medienpädagogische Theorie ein, so ist Medienkompetenz eine Aktualisierung und zugleich aktuelle Reduktion des Begriffs der kommunikativen Kompetenz. Medienkompetenz umschreibt die Verbindung des Subjekts zur medialen Kommunikation. Unter kommunikativer Kompetenz hingegen ist die umfassende Fähigkeit der personalen Kommunikation zu verstehen, unabhängig von **und** in ihrer Vermittlung durch Medien. Darüber hinaus impliziert der Begriff der kommunikativen Kompetenz, nicht allein die Fähigkeit, Kommunikate zu übertragen, sondern weitergehend die Kompetenz, an gesellschaftlicher Kommunikation als politisch konstitutivem Element aktiv teilzuhaben. Dabei wird davon ausgegangen, daß die herkömmlichen veröffentlichten Medien einerseits ein vielfaches an Information bieten andererseits jedoch das Bewußtsein von der Realität im Sinne eines selbst beurteilten und kritischen Wissens eher blockieren, indem einerseits die Bereiche über die informiert wird inhaltlich und thematisch ausgewählt und vorbestimmt werden und andererseits die Relevanz- und Bewertungskriterien nicht von

den Subjekten aufgestellt, sondern ebenfalls medial prädestiniert sind. Darüber hinaus verschwimmen Information und Unterhaltung in der Weise, daß über Unterhaltendes gewertete und bewertende Informationen transportiert und Information durch die Verpackung in Unterhaltung relativiert wird. Unter dieser Prämisse läßt sich kommunikative Kompetenz als Fähigkeit fassen, die vorherrschenden Blockierungen des Bewußtseins zu überwinden in der Herstellung von symmetrischen Kommunikationsprozessen, in denen alle Teilnehmer dieses Prozesses potentiell gleichberechtigt sind. Kommunikative Kompetenz als umfassende Fähigkeit zur gleichberechtigten und aktiven sozialen wie gesellschaftlichen Partizipation enthält somit drei Komponenten: "einmal eine analytische Komponente, die sich ausdrückt in der Fähigkeit, in einem kollektiven Erkenntnisprozeß den durch Massenmedien konstituierten Blockierungszusammenhang zu durchbrechen und so ihr Wesen zu begreifen und in der Fähigkeit, in einem gemeinsamen Reflexionsprozeß Möglichkeiten zur Überwindung der festgestellten Ursachen für den Blockierungszusammenhang individuellen Bewußtseins zu benennen; zum zweiten eine kreative Komponente, die sich ausdrückt in der Fähigkeit, den herrschenden Kommunikationsstrukturen andere entgegenzusetzen, verbunden mit Strategien zur Vermittlung und zur Durchsetzung der eigenen kollektiven Interessen; und schließlich die kommunikative Komponente, die sich ausdrückt in der Fähigkeit der adäquaten, und d.h. reflektierten Erfahrungsbewältigung und -darstellung." (Schorb, Mohn, Theunert 1980, S. 622).

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

Diese umfassende Begriffsbestimmung hat seit ihrer Entstehung und Debatte im wissenschaftlichen Diskurs zunehmend auch an realer Bedeutung gewonnen. War in den siebziger Jahren noch eine deutliche Trennung zwischen veröffentlichter Massenkommunikation und privater Individualkommunikation zu konstatieren, so schwimmt heute mit der Digitalisierung nahezu aller Medien und ihrer weltweiten Vernetzung diese Differenz. Private und öffentliche Kommunikation nutzen nicht nur die gleichen Medien, sondern - betrachtet man beispielsweise das Internet - der Zugriff auf veröffentlichte Kommunikate ist individuell und die individuelle Kommunikation öffentlich zugänglich. Zugleich wird nicht nur die veröffentlichte Kommunikation kommerziell betrieben, nachdem auch der früher nur öffentlich-rechtliche Rundfunk teilprivatisiert wurde, sondern auch die mediale Individualkommunikation ist bereits weitestgehend kommerzialisiert, durch sog. Kommunikationskonzerne. Verbunden mit der Öffnung der privaten Kommunikation für den öffentlichen Bereich ist also zugleich die Privatisierung im Sinne der Kommerzialisierung. Medial beeinflußt und reguliert werden nicht mehr nur das Bewußtsein der Menschen, sondern sämtliche Lebensbereiche. Wenn postuliert wird, daß die Industriegesellschaften sich in eine globale Informationsgesellschaft verwandeln, so ist damit zum einen gemeint, daß die von Menschen gesteuerte Produktion durch eine mediale, nämlich computerisierte abgelöst wird. Zum zweiten umschreibt der Begriff das Faktum, daß Informationen, also Kommunikationsinhalte jeder Art, die Grundlage von Handel und Wandel dieser Gesellschaft bilden. Zum dritten beinhaltet er, daß Information, die bislang fast ausschließlich öffentlich zugänglich war - über Massenmedien oder öffentliche Einrichtungen wie Bibliotheken - zur Ware wird, deren Zugang bzw. Nutzung nur gegen Entgelt möglich ist.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

Diese Entwicklung, die global alle jetzigen Industriegesellschaften betrifft und individuell jedes Mitglied derselben, erfordert die Ausbildung von Fähigkeiten und Fertigkeiten, um sich zumindest diesem Prozeß anpassen und ihn im Idealfall mitbestimmen zu können. Auf der Basis der kommunikativen Kompetenz als umfassender Fähigkeit zur gleichberechtigten Partizipation an individueller und gesellschaftlicher Kommunikation ist unter Medienkompetenz die Ausformung kommunikativer Kompetenz zur Beherrschung der Medienentwicklung zu fassen. Sie beinhaltet eine Reihe von Fähigkeiten und Fertigkeiten,

die potentiell die gestaltende Teilhabe an dieser Entwicklung ermöglichen. Auf einen knappen Nenner gebracht hat Pöttinger (1997) Medienkompetenz in drei Kompetenzen aufgefächert. Sie unterscheidet zum einen die Kompetenz, Medien - ihre Strukturen ihre Gestaltungsformen und ihre Wirkungsmöglichkeiten - zu durchschauen, die sie Wahrnehmungskompetenz nennt,

Zum zweiten die Kompetenz, Medien und ihre Angebote zielgerichtet und angemessen zu nutzen, als Nutzungskompetenz und zum dritten die Kompetenz, Medien als Ausdruck seiner Persönlichkeit, Interessen und Anliegen aktiv zu gestalten, als Handlungskompetenz (S.78). Ausdifferenziert möchte ich auf dieser Grundlage vier Inhaltsbereiche von Medienkompetenz bestimmen.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

1. Orientierungs- und Strukturwissen:

Die in jeder Hinsicht allumfassende Durchdringung der Welt mit Medien ist so umfangreich und komplex, daß es dem einzelnen nicht möglich ist, sich detailliertes Wissen insbesondere der Medientechnologie zu erwerben. Diese Unmöglichkeit ist schon prinzipiell gegeben, weil das Zentrum der Medientechnologie, die Computertechnologie so weit entwickelt ist, daß sie dem Menschen in einigen Bereichen des Denkens bereits überlegen ist, beispielsweise in der Geschwindigkeit der Informationsverarbeitung und in der Menge der Informationsspeicherung. Entscheidend ist daher zum ersten der Erwerb von Grundlagenwissen in allen Disziplinen, die von Medientechnologie tangiert werden, verbunden mit, zum zweiten, Strukturwissen, um verschiedene Informationen aufeinander beziehen und benötigte Informationen aktuell ermitteln zu können. Das Wissen um die wissenschaftliche Basis, nicht nur die naturwissenschaftliche, sondern auch die humanwissenschaftliche, auf denen Mediennetze aufgebaut und ihre inhaltlichen Angebote entwickelt sind, ist zu verknüpfen mit dem Wissen um die Strukturen dieser Netze und deren Zweckbestimmung.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

Strukturwissen ist dem Detailwissen überzuordnen. Detailwissen, etwa um Programmieren oder Programmanwendungen, ist erstens nur als solches zu erwerben und kann nicht das gesamte komplexe Netz in seinen Konfigurationen umfassen und sollte zweitens dann angeeignet werden, wenn das Subjekt fähig ist, das Gesamte in seinen Strukturen zu erkennen um dann das Detail in seiner Bedeutung einschätzen und den tatsächlich notwendigen Wissenserwerb abschätzen zu können. Einfluß auf die im Detail höchst komplizierten Geräte, Programme, Verbindungen u.ä. kann nur derjenige nehmen, der die Strukturen erkennt. Neue Entwicklungen können dann nachvollzogen und beurteilt werden, wenn sie in ihrer Einbindung in die Struktur und den möglichen Veränderungen, die sie auf die Struktur nehmen, erkannt werden. Zu diesem Strukturwissen muß drittens der Erwerb von Orientierungswissen treten, um auf der Basis historischer, ethischer und politischer Einsichten und Kenntnisse das erworbene Wissen ebenso wie Phänomene der Informations- und Kommunikationstechnologie bewerten zu können. Inhalt der notwendigen Wissensbestände ist, so Strukturen erkannt sind und Orientierungen erworben wurden, die Fähigkeit, sich in Mediennetzen bewegen und diese bewerten zu können sowie die Fähigkeit, mediale Technik, Produktion und Produktionsinteresse sowie inhaltliche Angebote miteinander in Beziehung setzen zu können.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

2. Kritische Reflexivität

Das Spezifikum menschlichen Denkens ist, daß es Wissensbestände nicht nur anhäufen und nach Formalkriterien ordnen, sondern es nach Wertungskriterien gliedern, revidieren und in neue Zusammenhänge bringen kann. Die Möglichkeit kritischer Reflexion von medientechnischen ebenso wie inhaltlichen Angeboten bildet die Grundlage, um prinzipiell aus der Rolle des Konsumenten bzw. Objekts in die des Produzenten bzw. gestaltenden Subjekts zu wechseln. Sowohl Techniken wie auch Inhalte sind nicht deterministisch festgelegt, sondern variabel und verschieden gestaltbar. Die entscheidende Frage bei der Gestaltung ist die Ratio, die dieser zugrundegelegt ist. Je nachdem ob ökonomische, ökologische, private oder soziale Interessen dominieren wird auch die Gestaltung unterschiedlich sein. Die kritische Reflexivität als geistige Fähigkeit, die Medienentwicklung zumindest verstehend zu begleiten wird von Baacke in drei Dimensionen aufgefächert. " 1) *Analytisch* sollen problematische gesellschaftliche Prozesse (z.B. Konzentrationsbewegungen) angemessen erfaßt werden können. 2) *Reflexiv* sollte jeder Mensch in der Lage sein, das analytische Wissen auf sich selbst und sein Handeln anzuwenden. 3) *Ethisch* schließlich ist die Dimension, die analytisches Denken und reflexiven Rückbezug als sozial verantwortet abstimmt und definiert" (1996, S.120).

Mit der dritten von ihm benannten Dimension weist Baacke auf einen zentralen Begriff hin, der früher selbstverständlich unter Reflexivität subsumiert wurde, die Medienethik. Dieser Begriff, der vor zehn Jahren noch marginal war, spielt heute als Desiderat an Medienmacher und -gestalter eine zentrale Rolle in allen die Mediendebatte begleitenden Zirkeln. Solange unter Reflexivität die soziale Bindung von Denken und Handeln impliziert war, solange also mit Denken dessen gesellschaftliche wie auch gesellschaftskritische Bindung verknüpft war, waren ethisch-moralische Kategorien als apriorische Verantwortung gegenüber dem sozialen Ganzen und seiner Entwicklung integrierter Bestandteil von Reflexivität. Daß heute kritische Reflexivität und Ethik als zwei Dimensionen von Medienkritik aufgefaßt werden, wie bei Baacke, hat seine Ursache im allgemeinen in einem gesamtgesellschaftlichen Individualisierungsprozeß, dessen begriffliche und empirische Beschreibung heute das Gros der Soziologen beschäftigt, und verweist im speziellen darauf, daß dieser Individualisierungsprozeß im Medienbereich nicht primär von sozialer Verantwortung geleitet ist, sondern ethisch-moralische Kriterien unter mehreren Aspekten diesen Prozeß von außen begleiten und steuern müssen. Da ist zum einen die Ablösung der unter - wenn auch beschränkter - gesellschaftlicher Kontrolle stehenden Massenmedien durch die mit der Digitalisierung möglichen sogenannten interaktiven Medien, realiter eine Interaktion zwischen Individuen und Mediendistributoren, die als reiner Tauschprozeß keinen ethischen Normen unterworfen ist. Da ist zum anderen als Pendant eine politische Entwicklung, die als Handlungsnorm Deregulierung propagiert und damit auf die Verpflichtung zur Ausführung wie zur Erhebung demokratischer Willensbildung verzichtet. Da ist weiter die zunehmende Unüberschaubarkeit und Beliebigkeit der medial transportierten Inhalte und damit verbunden das Fehlen von normativen Regularien zur Beeinflussung und Kontrolle der über diese Inhalte an die Menschen transportierten Orientierungen. Und da ist schließlich das Problem einer handlungsleitenden Ethik für Medienmacher, die bei einem Fehlen gesellschaftlicher Normen diese individuell entwickeln und vor allem exekutieren müß(t)en. Unter diesen aktuellen Gegenbenheiten scheint es notwendig explizit darauf zu verweisen, daß kritische Reflexivität als Bestandteil von Medienkompetenz einen ausgewiesenen ethischen Standpunkt integriert haben muß.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

3. Fähigkeit und Fertigkeit des Handelns

Fertigkeiten des Handelns, speziell des nachvollziehenden technischen Handelns werden in der Regel eng verknüpft mit dem Begriff der Medienkompetenz. Unter der Fragestellung, wie

sich Medienkompetenz ausdifferenziert wird häufig an erster Stelle die Fertigkeit zur Nutzung von Geräten als instrumentelle Kompetenz benannt."Die Kompetenz, Medien zu handhaben, ihre Bedienungsweisen zu kennen und sie effektiv zu nutzen, zählt zum Kernbereich vieler Qualifizierungsmaßnahmen. Diese Kompetenzen sind in bezug auf das jeweilige Medium zu erwerben und sollten Basis für jede weiterführende Auseinandersetzung sein" (Gapski, Gehrke & Lange, 1997, S.7). Selbstverständlich ist Anwendungswissen, also eine Fertigkeit im Umgang mit Medien als technischen Geräten, eine Bedingung zur Nutzung derselben. Allerdings zeigt die Entwicklung insbesondere im Bereich der digitalen Medien, daß die entsprechenden Fertigkeiten immer geringere geistige Anforderungen stellen. Der Begriff der 'nutzerfreundlichen Oberfläche' verdeutlicht zum einen, daß die Industrie, die ja die entsprechenden Geräte auf dem Konsummarkt absetzen will, die Nutzung immer mehr vereinfacht und das Lehren der Nutzung des Gerätes in dessen Oberfläche integriert und zum anderen versinnbildlicht der Begriff der Oberfläche, daß die instrumentelle Nutzung keinen Einblick in die tatsächlichen Nutzungsmöglichkeiten bietet, sondern das Handeln der Subjekte auf das beschränkt, was als Nutzungszweck in das Gerät bereits vorgesehen ist und auf der Oberfläche präsentiert wird.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

Fähigkeit des Handelns bedeutet weit über die Beherrschung von Fertigkeiten hinaus, die Er- und Bearbeitung von Gegenstandsbereichen sozialer Realität mit Hilfe von Medien und somit den selbsttätigen Umgang mit Medien und deren Nutzung als Instrumente der Kommunikation (vgl. dazu ausführlich die Darstellung der Prämissen reflexiv-praktischer Medienaneignung in Schorb 1995). Entscheidende Voraussetzung einer Medienkompetenz als Spezifikum kommunikativer Kompetenz ist die Fähigkeit der Subjekte Medien selbst zu dem Zweck zu nutzen, dem sie dienen sollen, der menschlichen Kommunikation und sie in diesem Nutzungsprozeß dem Ziel zuzuordnen, selbsttätig im Austausch mit anderen soziale Realität zu gestalten. Handlungsfähigkeit in diesem Sinne kann allerdings nur unter der Bedingung erworben werden, daß Medien als Einzelgeräte wie als Systeme und Netze allen zur Verfügung stehen. Die Gestaltung medialer Netze und Systeme muß ein Prozeß sein in den zumindest potentiell jeder Nutzer auch als Produzent eingreifen kann. Unter einer solchen Voraussetzung kann eine zukünftige Informationsgesellschaft zu einer demokratischen werden, weil jeder die Möglichkeit hat und die Fähigkeit erwerben kann, Information zu generieren, zu distribuieren und zu rezipieren. Medienhandeln schließt dann auch instrumentelle Fertigkeiten ein, bedeutet aber in erster Linie die Fähigkeit, Ziele und Zwecke von Medienentwicklung und Medieneinsatz mitzugestalten. In der Konkretion bedeutet dies z.B. sowohl die bewußte Auswahl zwischen audiovisuellen medialen Angeboten als auch die Möglichkeit, selbst solche zu produzieren und zu distribuieren; oder bezogen auf die Vernetzung von Medien sowohl die Nutzung aller Informationen, die solche Netze verteilen, als auch die gleichberechtigte Präsentation eigener Informationen an alle Empfänger dieser Netze. Die Tatsache, daß die Entwicklung eher in die Richtung verläuft, selbst in dem als demokratisch gepriesenen Internet die Nutzer zu 'Consumern' mit eingeschränktem Zugang unter dem Kuratel von Providern zu machen, verdeutlicht, daß Handlungsfähigkeit auch die Fähigkeiten zur Analyse von Handlungsbedingungen und zur Herstellung derselben beinhalten muß.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

4. Soziale, kreative Interaktion

Das immer engere Ineinandergreifen von Alltag und Medien, das sich darin manifestiert, daß nahezu alles menschliche Handeln in den reichen kapitalistischen Staaten von Medien begleitet oder auch gesteuert wird, macht es notwendig mit Medienkompetenz zugleich die Kompetenz zu erwerben, die Zweckbestimmung von Kommunikation als symbolisches Austauschhandeln zwischen Menschen zum Zwecke der Gestaltung menschlicher

Gemeinschaft als Prämisse zu erkennen und mediales Handeln danach auszurichten. Der Austausch mittels Symbolen zwischen Menschen ist immer auch ein Lernprozeß in dem die an dem Prozeß Beteiligten über ihre Aussagen und Antworten sich verändern. Menschliche Kommunikation ist zugleich Interaktion, die ein verändertes Verhalten der Partner zur Folge hat. Diese Qualität der Interaktion ist den sog. interaktiven Medien nicht eigen. Zum einen wird hier der Aktionsradius des menschlichen Partners vorgegeben durch die endliche Anzahl von Aktionen und Reaktionen, die dem Medium einprogrammiert sind und zum anderen ist diese Form der Interaktion ein Prozeß, in dem Lernen und geistige Entwicklung nur dem menschlichen Partner möglich sind. Das interagierende Medium 'lernt' nur das, was es schon weiß bzw. innerhalb seiner begrenzten Speicher- und Rechenstrukturen verarbeiten kann. Interaktion ist hier prinzipiell einseitig. Neben der Bewahrung und Entwicklung der Fähigkeit zu zwischenmenschlicher Interaktion ist auch die soziale Dimension von Kommunikation prinzipiell menschlicher Interaktion vorbehalten. Unter Einbezug dessen, was weiter oben über die ethische Dimension der Medienkompetenz ausgeführt wurde, sind Wertbestimmungen, die die Sozialbindung von Kommunikation implizieren, als übergeordneter Maßstab auch medialer Kommunikation zu sehen.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

Neben die menschliche Kommunikation und ihre Sozialbindung ist schließlich eine Fähigkeit zu setzen, die sich der Rationalität medialer Generierung von Information entzieht, zugleich jedoch konstitutiv ist für Kommunikation, Interaktion und menschlichen Fortschritt, so dieser nicht als technischer definiert wird: die Kreativität. Die Unmöglichkeit der genauen Bestimmung dieses Begriffes macht zugleich seine Valenz deutlich. Kreativität, gepaart mit dem ebenso bunten Begriff Phantasie, kennzeichnet jenen Anteil menschlichen Denkens und Handelns, der Leistungen hervorbringt, die sich im Moment ihrer Konstitution nicht als kognitive erkennen lassen und dennoch bzw. gerade deshalb unerlässlich für das Schaffen von Neuem sind, weil sie die kodifizierten Gesetzmäßigkeiten der Rationalität überwinden. Werkzeuge wie Medien bieten sich für die Entfaltung von Kreativität dann an, wenn letztere in allen Lebensbereichen erlernt und praktiziert werden kann, und wenn die medialen Strukturen so offen sind, daß sie auch hier aktiviert werden kann.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

Die Zielsetzungen von **Medienpädagogik** sind mit dieser Bestimmung der Inhalte von Medienkompetenz als Befähigung Medien nicht nur zu nutzen, sondern sich aktiv an einer humanen Gestaltung einer Informationsgesellschaft zu beteiligen, schon angesprochen. Aus der Analyse des Medienalltags entwickelt Medienpädagogik Modelle und Orientierungen für das Medienhandeln der Subjekte. Innerhalb des Alltags werden Medien dabei begriffen als Phänomene, in die das Subjekt zwar integriert ist, die ihm jedoch als beeinflussende und zu bewältigende zugleich gegenüberstehen, seinen Alltag also bestimmen, so wie er sie in ihrer Alltäglichkeit mitgestaltet. Medienhandeln meint allgemein jede Form der Auseinandersetzung mit Medien, von der Medienrezeption über die aktive Mediennutzung bis hin zur Gestaltung medial-gesellschaftlicher Strukturen. Medienpädagogik ist somit Vermittlungsebene zwischen Medienalltag und Medienhandeln. Ihr Interesse ist nicht primär auf die Medien als technisch-ökonomische Phänomene ausgerichtet, sondern - als Humanwissenschaft - auf das Verhältnis der Subjekte zu diesen Medien. Aufgabe der Medienpädagogik in diesem Spannungsfeld zwischen Medien und den Subjekten ist es einerseits Modelle eines kompetenten Medienhandelns zu entwickeln und zu vermitteln und andererseits die Prozesse, die sich innerhalb dieses Feldes abspielen, zu klären und zu erklären. mit anderen Worten Medienpädagogik ist praktisch auf die Vermittlung von Wissensbeständen und Handlungsmodellen ausgelegt, aber sie ist keine Praxeologie. In ihrer Praxis bezieht sie sich sowohl auf Theorie - Medientheorien ebenso wie Theorien der Erziehung - als auch auf Empirie, also die von ihr erforschten Prozesse der Medienaneignung und -verarbeitung durch die Subjekte. Pädagogische Erklärungen und

Modelle beziehen ihre inhaltlichen Schwerpunkte und methodischen Vermittlungsprinzipien einerseits aus dem vorgegebenen Medienalltag und andererseits aus der subjektiven Aufnahme und Ausprägung dieses Alltags, dem Medienhandeln der Subjekte - einerseits als Forschungsergebnisse und andererseits, darauf aufbauend, als Praxismodelle.

Die Aufgaben, die sich der Medienpädagogik als empirische **und** praktische Disziplin stellen, verbunden mit dem Ziel der Bestimmung und Vermittlung der Inhaltselemente von Medienkompetenz, möchte ich an zwei Punkten exemplifizieren.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

1. Medienpädagogische Forschung

Medienpädagogik als empirische Wissenschaft hat die sich ändernden Nutzungsmuster, insbesondere der jugendlichen Rezipienten ebenso zu erforschen, wie die Aneignungs- und Orientierungsmuster in Relation zu den dargebotenen Inhalten. Diese Aufgabe ist schwierig und umfangreich, da schon heute zu beobachten ist, daß die Vervielfachung der Fernsehangebote zu höchst unterschiedlichem und individualisiertem Nutzungsverhalten führt und sich z.B. Jugendliche ungebunden und zugleich verstrickt in den verschiedensten Medienkulturen bewegen. Trotz dieser Segmentierungsprozesse wird es ohne den Einblick in das Medienverhalten der Subjekte nicht möglich dasjenige Wissen zu erhalten, das nötig ist, um mit Rezipientengruppen unterschiedlichen Alters, Geschlechts und sozialem Lebenszusammenhang Medienerlebnisse gemeinsam zu bearbeiten. Verbunden mit der Erforschung der Individualisierungsprozesse ist der sog. Interaktivität Aufmerksamkeit zu widmen. Die in 'interaktiven' Angeboten verborgene Möglichkeit, sich zwischen realen und virtuellen Welten zu bewegen und in letzteren auch zu verschwinden, ist bereits und wird soweit individualisiert, daß sich die Frage stellt, wie solche Prozesse beobachtet und in ihren Folgen analysiert werden können. Und noch weitergehend stellt sich dabei das Problem, an welchen Orten und mit welchen Inhalten Heranwachssende sozialisiert und erzogen werden und welche Rolle der medialen Welt bei der Herausbildung der Persönlichkeit zufällt. Medienpädagogische Forschung widmet sich also der Bestimmung der Position des Subjekts im Vielerlei der Medien - d.i. Multimedia -, einer Position zwischen der Beherrschung der Medien und dem Verschwinden in diesen.

Verallgemeinert: "Qualitative Rezeptionsstudien, Einzelfallanalysen und Langzeituntersuchungen werden für medienpädagogische Forschung notwendiger denn je. Sie nämlich bieten die größte Gewähr, Erkenntnisse zu gewinnen, die tragfähige Ansatzpunkte für medienpädagogisches Handeln, für Konkretionen schützerischer Maßnahmen und für die wünschenswerte Gestaltung medialer Angebote erbringen" (Theunert, 1996, S. 67f).

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

2. Medienpädagogische Praxis

Der Erwerb von Medienkompetenz insbesondere als Handlungskompetenz gründet auf der Erprobung von Praxismodellen innerhalb derer die Subjekte die vielfältigen Möglichkeiten des Medienhandelns selbst erproben können. Dies impliziert, daß neben den vorhandenen weitgehend formierten und kommerzialisierten Räumen des Medienalltags neue geöffnet werden müssen und zwar solche, die es gestatten, die unterschiedlichen Anwendungen selbsttätig zu praktizieren und dies nicht in abgeschotteten Spielwiesen, sondern in den realen medialen Netzen. Die Informationsgesellschaft in ihrer globalen und lokalen Ausrichtung soll dabei nicht nur nachvollzogen, sondern auch erfahrbar werden. Die Grenzen und Möglichkeiten der Mitgestaltung dieser Gesellschaft sollen praktisch erlebt und erlernt

werden.

Für den medienpädagogischen Handlungsort Schule heißt dies beispielsweise, daß es in solchen Modellen, wie dem zur Zeit propagierten 'Schulen ans Netz' eben nicht darauf ankommt, primär instrumentelle Fertigkeiten zu vermitteln, sondern daß durch das Handeln im Netz selbst - und verbunden mit diesem - Struktur- und Orientierungswissen vermittelt, Formen und Wandlungen des Sozialverhaltens der Nutzer und Kommunikationspartner beobachtet, die Wanderungen persönlicher Daten unter der Oberfläche des Amusements kritisch reflektiert, die inhaltlichen Angebote kritisch betrachtet und unter ihrem Lehr-Lerneffekt bewertet, nach alternativen als den vorgegebenen Interaktionsmöglichkeiten gesucht wird usf. - bis hin zur begründbaren Entscheidung für oder gegen die Anwendung der in den Netzen auffindbaren Handlungsmöglichkeiten und Inhalte. Die Offenheit des handelnden Lernens im unmittelbaren Gebrauch der Medien sollte dabei nicht nur die kritische Reflexion des Mediennetzes sondern auch die des Lernortes selbst beinhalten können. So wäre beispielsweise zu fragen, ob Formen der Wissensvermittlung, die in ihrer Gestaltung und Attraktivität die Möglichkeiten schulischer Vermittlung überschreiten - das gilt bereits für einige auf dem Markt befindliche CD-Roms - nicht schulisches Lehren ersetzen könnten und sollten, was sich natürlich wiederum auf die Schulwirklichkeit in der Weise auswirken müßte, daß hier das Vermitteln von Handlungs- und Strukturwissen sowie von sozialer Kompetenz gegenüber der Lehre eines aufgeblähten Wissenskanons zurückträte. Mit anderen Worten, medienpädagogische Auseinandersetzung unter der Prämisse des Erwerbes von Medienkompetenz bedeutet die tätige Auseinandersetzung mit der gesamten Umwelt innerhalb derer die Medien ein integraler Bestandteil sind. Offenheit von medienpädagogischen Handlungsräumen heißt, daß auch die Umgestaltung dieser Räume - wohlgerne auf der Basis von Reflexion und Begründung - Bestandteil medienpädagogischen Modelllernens sein sollte, seien dies mediale oder - wie die Schule weitgehend - nichtmediale Räume.

[\(zum Anfang des Textes\)](#)

(1) Der vorliegende Artikel erschien 1997 unter dem Titel 'Medienkompetenz durch Medienpädagogik' in erweiterter Form in: Weißler, H. Et al.: Perspektiven der Medienkritik. Opladen