

Perspektiven und Chancen für die Medienpädagogik

Vortrag von Prof. Dr. Ralf Vollbrecht



„Schöne neue Medienwelten“: Das ist ein Titel, der auf einer Tagung der Akademie Remscheid – zumal im 50. Jahr ihres Bestehens – sicherlich mit Bedacht gewählt wird. Was verrät er uns – einmal abgesehen davon, dass die heutigen Medienwelten als schön und als neu wahrgenommen werden (oder wahrgenommen werden könnten)?

Offenkundig enthält der Titel wenigstens zwei Subtexte, zum einen den ironischen Verweis darauf, dass hinter den schönen Oberflächen, dem medialen Schein, auch Abgründe verborgen sein mögen, und neben „schön und neu“ auch andere Lesarten – zumal in pädagogischer und kultureller Perspektive angebracht sein mögen. Die öffentlichen Diskurse über Medien thematisieren dies ja sehr deutlich. Zum anderen enthält der Titel „Schöne neue Medienwelten“ den nicht zu übersehenden medienkritischen Verweis auf die „Schöne neue Welt“ (Brave New World), den 1932 erschienenen dystopischen Roman von Aldous Huxley, in dem er eine Welt beschreibt, in der es gelungen ist, mit Hilfe von Konditionierung und Gedankenkontrolle (vulgo: Medien) eine perfekt funktionierende Gesellschaft zu erschaffen.

Dieser Verweis ist in pädagogischer Hinsicht schon deshalb interessant, weil Huxleys schöne neue Welt unter anderem durch Bildungsferne gekennzeichnet ist. Er entwirft ja eine Gesellschaft, deren Bildungsidee rein funktional gedacht ist, völlig beschränkt auf eine für die Gemeinschaft nützliche Bildung, die keinesfalls zum Nachdenken und zur Kritik anregen soll. Und für diese Art Kulturkritik – denn Kulturkritik ist es ja, was Huxley beabsichtigte – finden wir in den Diskursen über heutige Medien viele Hinweise, und auch Entwicklungen im Bildungsbereich geben dazu ja durchaus Anlass...

Zum anderen klingt damit ein zweiter dystopischer Roman an, „1984“ von George Orwell, der ebenfalls auf Problemlagen hinweist, die auch heute ganz aktuell sind. Das Grundrecht auf „informationelle Selbstbestimmung“, die Freiheit von Zensur und staatlicher Überwachung sind zivilisatorische Errungenschaften, die offensichtlich immer wieder bedroht sind – wie sehr (und vom Datenmissbrauch der Wirtschaft hier einmal ganz abgesehen), hätte man sich noch vor zehn Jahren – vor „Schily reloaded“ und „Schäuble 2.0“ nicht träumen lassen. Schöne neue Medienwelten?

Wie sehen sie denn aus? In der „Zeit“ vom 20. November 2008 habe ich in der Rubrik „Wochenschau“ folgendes gelesen (aus einem Bericht über die Messe „Eurotier 2008“, von Burkhardt Strassmann: „Leise blubbert die Kuh“): „Man stelle sich eine Sau vor, rosig und reif, die ein Funkgerät trägt. Sie rennt in einem Stall herum, wie er heute nach dem Verbot der Anbindehaltung üblich ist. Zuchtsauen leben in Wohngruppen. Um Anarchie zu verhindern, muss der Bauer aber streng managen. Die Funksau steht mit Empfangseinheiten in ständigem Kontakt. Ein Zentralrechner erfasst ihre Positionsdaten und überwacht ihr Verhalten. Beispiel Brunst: Früher musste sich der Landmann noch auf jede einzelne Sau setzen, um herauszufinden, ob sie rauschig

war, wie man sagt. Trug sie ihn, war sie zur Befruchtung bereit, knickte sie ein, eben nicht. Heute zählt der Rechner, wie oft sich die Sau am Eberstall herumdrückt. Bei über zwei Stunden pro Tag schickt er dem Tiermanager eine SMS aufs Handy. Das Argus Welfare System bietet die Firma Schauer aus dem österreichischen Prämbachkirchen als Weltneuheit an. Dank ausgeklügelter Algorithmen kann dieses System sogar noch mehr, zum Beispiel Hinweise auf Gesundheitsprobleme geben oder soziale Spannungen aufdecken. Die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft verlieh der Firma eine Goldmedaille für Innovation.“

Das hat nichts mit Medienpädagogik zu tun? Dann ersetzen wir die Zuchtsau durch den Führerscheinneuling, die Brunstbereitschaft durch sein Fahrverhalten, und eine SMS bekommen die Eltern automatisch aufs Handy, wenn ihr Sprössling (samstagabends mit dem Familienauto unterwegs) die vereinbarte Geschwindigkeit überschreitet – auch diese Geschichte konnte man schon lesen. Wenn Sie das immer noch nicht überzeugt, dann vielleicht deshalb, weil wir heute in der Medienpädagogik 50 Jahre weiter sind als vor 50 Jahren.

Damals vorherrschend war eine Bewahrpädagogik, verbunden mit einer Kontrollorientierung, die darauf abzielte, Kinder und Jugendliche vor tatsächlichen oder vermeintlichen Gefährdungen durch Medien abzuschirmen, indem man Medieninhalte möglichst vollständig zu kontrollieren versuchte und alles Bedenkliche verbot. Dieser (etwas naive und auch praxisblinde) Ansatz wurde in den späten 1960ern, vor allem dann in den 1970er Jahren abgelöst durch gesellschaftskritische Ansätze, vor allem aus dem Umfeld der Kritischen Theorie. Mit ihnen verband sich die pädagogische Forderung, dass Kinder und Jugendliche – im Grunde aber alle bürgerlichen Subjekte – aufzuklären seien über die Wirkungsmechanismen der Medien, den Verblendungszusammenhang, den ideologischen Schleier, den diese im Interesse der Herrschenden über die realen Verhältnisse legen.

Das ist eine Perspektive, die auch heute noch eine gewisse Berechtigung hat. Erinnern wir uns an Adornos „Résumé über Kulturindustrie“ von 1963: „Der Satz, die Welt wolle betrogen sein, ist wahrer geworden, als wohl je damit gemeint war. Nicht nur fallen die Menschen, wie man so sagt, auf jeden Schwindel herein, wenn er ihnen sei's noch so flüchtige Gratifikation gewährt; sie wollen bereits einen Betrug, den sie selbst durchschauen“ (Theodor W. Adorno, Résumé über Kulturindustrie“, 1963, in: ders., Gesammelte Schriften, hrsg. v. Rolf Tiedemann, Darmstadt 1997, Bd. 10.1.). Wer wollte leugnen, dass dieses Diktum in Zeiten von „Bauer sucht Frau“-Quotenerfolgen zutreffend ist? Was wir uns heute anders vorstellen, sind allerdings die Wirkungszusammenhänge. Statt ständig dem bloßen Manipulationsverdacht nachzuspüren, unterstellen wir den Zuschauern auch postmoderne Ironie.

Während die Medienpädagogik in den 1970ern also gesellschaftskritisch wurde, ein entsprechendes Methodenarsenal für den pädagogischen Umgang mit Medien entwickelte, handlungsorientierte, rezipientenorientierte und Konzepte aktivierender Medienarbeit entwickelte, begann gleichzeitig ein anderer Begriff Karriere zu machen: Kommunikative Kompetenz. Gegen die bloße Opferperspektive auf die Mediennutzer, die sowohl die Bewahrpädagogik und die Wirkungsforschung als auch die Kritische Theorie einnehmen, macht Dieter Baacke 1973 die Eigensinnigkeit und die Kompetenz der Mediennutzer geltend. Angeregt durch linguistische Theorien (Chomskys Universalgrammatik), durch soziologische Überlegungen von Habermas zur Handlungskompetenz, durch den kommunikationswissenschaftlichen Uses-and-Gratifications-Approach, der die Medien-Wirkungsrichtung vom Kopf auf die Füße stellt und danach fragt, warum Menschen sich bestimmten Medien und Medieninhalten überhaupt zuwenden, stellt Baacke das Subjekt wieder in den Mittelpunkt medienpädagogischer Theoriebildung.

Das Subjekt ist als Gattungswesen Mensch angelegt auf Kommunikation – d.h. kompetent. Die Ebene der Performanz, auf der Kommunikation praktisch sich ereignet, ist davon zu unterscheiden. Denn die Performanz von Kommunikation kann misslingen, besser oder schlechter ausfallen. Der theoretische und pädagogische Charme des Begriffs „Kommunikative Kompetenz“ liegt in dieser Dialektik von Kompetenz und Performanz. Mediennutzer sind nicht bloße Opfer der Medienreize, sondern grundsätzlich fähig, mit Kommunikation und eben auch mit Medienkommunikation umzugehen, aber es bleibt für die Pädagogik – anders als bei den kontrollorientierten Ansätzen – noch viel Raum für die Verbesserung der Performanz. Dies ist in der Regel gemeint, wenn wir von der Förderung von Medienkompetenz sprechen.

Auffällig, geradezu verdächtig ist nun, dass dieses in der Medienpädagogik seit Mitte der 1970er Jahre sehr erfolgreiche Bildungskonzept „Kommunikative Kompetenz“ in den 1990er Jahren, also mit zwanzigjähriger Verspätung, als „Medienkompetenz“ zu einem der auch politisch wichtigsten Schlagwörter der Bildungsdebatten wird. Was ist da geschehen?

Die schönen neuen Medienwelten der 90er Jahre sind gekennzeichnet durch die Etablierung des PCs, der „Home-Computer“, (nach langem, harten Abwehrkampf der Pädagogik in den 80er Jahren) sowie durch die beginnende Verbreitung des Internet – und beides wird nun als Herausforderung für das Bildungssystem wahrgenommen. Auf gesellschaftlicher Seite konstatieren wir zeitgleich eine tendenzielle und deutlich propagierte Abkehr vom Modell des Wohlfahrts- und Sozialstaats mit entsprechenden Appellen an die Selbstverantwortung des Subjekts für sein Schicksal.

Das ist für die Medienpädagogik eine ganz andere Ausgangslage als in den 70er Jahren. Die medienpädagogische Herausforderung des damals neuen Mediums Video lag darin, mittels Videofilmarbeit die vereinzelt Subjekte kollektiv und politisch zur Geltung zu bringen, Öffentlichkeiten und Gegenöffentlichkeiten zu schaffen, wo die Massenmedien versagen bzw. Herrschafts- oder Verwertungsinteressen unterstellt sind; authentische Erfahrungen zu ermöglichen, lebensweltliche Perspektiven gegen Hollywoodklischees zu setzen, unterprivilegierten Jugendlichen oder anderen unterprivilegierten Gruppierungen eine Stimme zu geben usw.

In den 90er Jahren haben wir dagegen eine soziale Situation, in der sich die gesellschaftlichen Interessengegensätze verschärfen, die Konkurrenz – nicht zuletzt um Arbeitsplätze, nicht zuletzt international – erreicht ein neues Niveau, und dies wird auch deutlich so wahrgenommen. Die Konkurrenz schläft nicht, und den Tischnachbarn in der Schule abschreiben zu lassen, könnte vielleicht Jahre später noch fatale Folgen haben. Das übergeordnete Bildungsziel im gesellschaftlichen Diskurs ist nun nicht mehr die gesellschaftliche Emanzipation auf Basis der Mündigkeit der Subjekte, sondern die Qualifizierung der Subjekte für Arbeitsmarkt und Lebensbewältigung. Dafür stehen auch die Bildungsreformen mit ihrer Straffung der Schulfächer auf das vermeintlich Wesentliche, einem Zentralabitur, dass die „Artes“ noch mehr an den Rand drückt, und einer speziell in Deutschland über den Kerngedanken des Bologna-Prozess weit hinausgreifenden, und in den praktischen Auswirkungen geradezu kontraproduktiven Hochschulreform, die den Universitäten zudem jeglichen akademischen Geist austreibt.

Der unverhoffte Rückenwind für die Medienpädagogik durch die „Lernen mit neuen Medien-Debatte“ in den 1990er Jahren hatte für die Medienpädagogik als Disziplin einen hohen Preis. Zunächst einmal handelte es sich ja um einen rein mediendidaktischen Boom, der – auch in der finanziellen und personellen Ausstattung – auf Kosten von Medienerziehung und Mediensozialisation verlief (zumindest haben diese nicht nennenswert davon profitieren können), und der beispielsweise an Universitäten zur Besetzung von Medienpädagogik-Professuren mit

„Kognitiven Psychologen“ führte. Hier findet dann 20 Jahre lang, also eine Wissenschaftlergeneration (zuzüglich Nachwuchseffekte), keine medienpädagogische Ausbildung statt.

Diese Entwicklung lässt sich beschreiben als eine Verschiebung in der öffentlichen Wahrnehmung und Wertschätzung von Medienpädagogik mit der Tendenz eines Bedeutungsverlustes von Medienerziehung zugunsten von Mediendidaktik. Da sich die erhofften – allerdings auch schon vorab allzu euphorisch gefeierten – Erfolge in den Schulen und Universitäten nicht eingestellt haben, hat sich allerdings auch hier Ernüchterung eingestellt. Eine zweite Entwicklung, die sich aus einem anderen Kulturverständnis speist und ebenfalls das medienpädagogische Selbstverständnis trifft, ist ein zumindest in Ansätzen sichtbarer politischer Rückfall zu Konzepten musischer Bildung, wie es sie in Zeiten gegeben hat, in denen man noch glaubte, Medien aus den Lebenswelten von Kindern fernhalten zu können.

So stellt auch Prof. Fuchs in „Politik und Kultur“, der Zeitung des Deutschen Kulturrates die Frage: „Kommen die musischen Zeiten zurück?“ (Fuchs, Max (2008): Kommen die musischen Zeiten zurück? In: Politik und Kultur, Zeitung des Deutschen Kulturrates 1/08, S. 31-33) Das sind alte und offenbar wieder aktuelle Debatten. Im Remscheider General-Anzeiger vom 26.3.1988 (zum 30jährigen Bestehen der Akademie) konnte man unter der Überschrift „Zielvorstellungen sind jetzt andere – Dr. Max Fuchs löst Prof. Bruno Tetzner als Akademie-Direktor ab“ folgendes lesen:

„Im Laufe der Jahre hat sich auch hier ein Wandel vollzogen. Es geht heute nicht mehr um Kreativität schlechthin. Die Zielvorstellungen sind anders als früher. Unsere Zielsetzung heißt: Arbeit in kulturellen und medienbezogenen Bereichen mit jüngeren Leuten und Jugendarbeitern, gekoppelt mit sozialem Engagement und dem Blick nach draußen. Gerade in der heutigen Zeit ist es wichtig, den Blickkontakt mit seiner Umwelt nie zu verlieren.“, so der Anspruch Dr. Max Fuchs an seine Mitarbeiter, die Gäste des Instituts und nicht zuletzt an sich selbst. (S. Warner)

Diese Debatte um musische Bildung und einem soziokulturellen Verständnis von Medienpädagogik führt hier zu weit, aber insgesamt wird deutlich: der gesellschaftliche Handlungsspielraum der Medienpädagogik ist durch neue Medien nicht größer geworden.

Gravierender sind auch die Folgen der „Lernen mit neuen Medien-Debatte“ für die Theoriebildung. Dem Konzept der kommunikativen Kompetenz wird handstreichartig die Dialektik entzogen – was übrig bleibt ist Medienkompetenz in einem Verständnis als Schlüsselqualifikation. Diese wird nicht mehr gefördert oder – durch Schaffung von Bildungsgelegenheiten – ermöglicht, sondern schlicht „vermittelt“, didaktisch zerstückelt und häppchenweise dargereicht. Was bei Baacke noch analytische Dimensionen waren, degeneriert zu „Teilkompetenzen“. Und in den Modulbeschreibungen der Bachelor- und Masterstudiengänge ist dann nachzulesen, wieviel Prozent der jeweiligen Teilkompetenz im jeweiligen Modul abgefrühstückt werden kann. Das ist zwar Unfug, aber Sie erinnern sich ja noch an das Adorno-Zitat.

Es geht in diesem Verständnis von Medienkompetenz – man redet dann auch gerne von Medienkompetenzen im Plural – vorrangig, wenn nicht ausschließlich um die Qualifizierung, einzelner Subjekte. Der gesellschaftliche Bezug ist vollends abhanden gekommen. Freilich, auch in Baackes Medienkompetenzmodell war er theoretisch nicht gehaltvoll implementiert, sondern in den vier Dimensionen immer nur mitgedacht und vorausgesetzt, sowie als etwas Hinzukommendes beigefügt – als Forderung nach einem gesellschaftlichen Diskurs über die Informationsgesellschaft,

also darüber, wie unsere Medienwelten denn „schön“ werden könnten (wenn wir das Gute, Wahre und Schöne einmal in eins denken).

Statt die soziale Dimension im Medienkompetenzmodell theoretisch zu stärken, die Eigensinnigkeit und Widerständigkeit der Subjekte und ihre kommunikative Kompetenz zu betonen, kommt es in den 1990er Jahren bedauerlicherweise zu Anbieterungen an ein Modell der bloßen Vermittlung von Fähigkeiten im Umgang mit Medien auf dem theoretischen Niveau eines Medienführerscheins. Damit wir uns nicht missverstehen: auch diese Fähigkeiten sind wichtig – unter Bildungsgesichtspunkten jedoch in einem größeren Kontext zu betrachten.

Damit komme ich – nach diesen längeren, aber notwendigen Vorüberlegungen – zur Gegenwart. Wie sehen sie aus, die schönen neuen Medienwelten? Oder im Jugendjargon gefragt: „Was geht?“ Und die Antwort lautet wie immer „viel“. Denn nach dem Hype ist vor dem Hype und nach dem Lernmedien-Hype heißt der neue „Web 2.0“. Damit soll bekanntlich ein qualitativer Sprung signalisiert werden. Es wird gemeinhin behauptet, dass das Internet sich nicht einfach behäbig weiterentwickelt habe, sondern in der Erscheinungsform des Web 2.0 völlig neue Qualitäten aufweise.

Stimmt das so? Grundsätzlich bin ich misstrauisch gegenüber solchen Behauptungen der Medien über neue Medientrends. Wenn ich mir die Entwicklung des Internet noch einmal vergegenwärtige, scheint es mir plausibler, den Schnitt anders anzusetzen, nämlich beim Übergang vom Internet als Expertenmedium zum massenkompatiblen Medium. Erst das World Wide Web (WWW), das vor genau 15 Jahren zur allgemeinen Benutzung bereitgestellt wurde (1993), ermöglichte diese Öffnung für breite Nutzerschichten. Das WWW oder kurz „Web“ wird ja fälschlich oft mit dem Internet gleichgesetzt, stellt jedoch nur ein über Internet abrufbares Hypertext-System dar. Das ursprüngliche Ziel dieses World Wide Web war der weltweite Zugriff auf Informationen, und dies entspricht ganz und gar dem Modell eines einseitigen Informationsflusses wie bei herkömmlichen Massenmedien.

Dagegen war gerade das frühe Internet von seiner Zielsetzung her und von Anfang an ein Verständigungsmedium, ein auf Kommunikation und Interaktivität angelegtes Medium, ein kollaboratives Medium, auch ein Gemeinschaften stiftendes Medium – anfangs vorrangig, aber nicht nur, für Nutzer im universitären Milieu –, die im Usenet, in Internet Relay Chats (IRC), in Foren, gemeinsam Inhalte produzierten. Der Prosumer, der selbst mit herstellt, mit produziert, was er nutzt, was er konsumiert – Produzent und Konsument in einem – ist eine Begriffsschöpfung der frühen 1980er Jahre: der „prosumer“ (Alvin Toffler 1980: *The Third Wave*. New York, Bantam Books, abgeleitet von englisch: „producer“ und „consumer“). Auch viele andere Netz-Begriffe, die wir heute mit dem Web 2.0 verbinden, wie Wiki, Weblog oder Kollaboration im Netz sind bereits in den 1990er Jahren geprägt worden.

Das alte World Wide Web, rückblickend sozusagen das „Web 1.0“, war gegenüber dem frühen Internet also höchst defizitär, ein Medium für den einfachen Zugriff auf Informationen für die Massen. Dies ändert sich erst mit der weiteren Entwicklung des WWW, mit der Entwicklung dynamisch erzeugter statt bloß statisch geladener HTML-Seiten, mit der Einbeziehung ursprünglich getrennter Dienste, so dass nun Webchats den IRC oder Webforen das Usenet ersetzen. Im Hinblick auf das, was heute als Web 2.0 diskutiert wird, ist also ein qualitativer Unterschied gegenüber dem „Web 1.0“ zu konstatieren – jedoch nicht gegenüber dem Internet. Hier ist die Differenz des Web 2.0 zum frühen Internet eher auf technologischer als auf kultureller, sozialer, anwendungsbezogener Ebene zu sehen. Selbstverständlich sind heute anspruchsvollere technische Lösungen möglich, die

auch neue und nun eben auch massenkompatible Anwendungsmöglichkeiten mit sich bringen. Pointiert könnte man beim Verhältnis von Web 2.0 zum Internet vom „überholen ohne einzuholen“ sprechen.

Soviel zum Neuen in den schönen neuen Medienwelten. Es bleibt die Frage, wie schön sind sie? Nun liegt Schönheit bekanntlich im Auge des Betrachters. Beim Web 2.0 ließe sie sich möglicherweise exakter bestimmen, wenn der Begriff sich auf spezifische Technologien, Innovationen oder ähnliches bezöge. Der – theoretisch unscharfe – Begriff Web 2.0 steht jedoch für etwas anderes: für eine neue Perspektive, eine neue Wahrnehmung und damit verbunden eine veränderte Nutzung des Internet.

Das meint vor allem die Abkehr vom Modell der Massenkommunikation, bei dem Inhalte von wenigen und professionellen Anbietern für die Masse der Nutzer produziert und im Internet distribuiert werden. Diese Kommunikation wird nun nicht ersetzt, sondern ergänzt von einer Vielzahl von Nutzern, die ebenfalls Inhalte erstellen und zur Verfügung stellen, sich zudem mittels sogenannter „sozialer Software“ untereinander vernetzen. Typische Beispiele für Web 2.0-Angebote sind soziale Online-Netzwerke wie studiVZ, schülerVZ oder Facebook, Foto- und Videoportale wie Youtube, Tauschbörsen, virtuelle Spielwelten, Communities, Wikis, Blogs oder Social-Bookmarking-Portale wie Delicious.

Konkret setzt das Web 2.0 zunächst einmal technische Vereinfachungen voraus, die auch Nutzern ohne Vorkenntnisse und Erfahrungen eine Teilnahme ohne Überwindung großer Hemmschwellen ermöglichen. Erst so kann die Rollenverteilung von Anbietern und Nutzern ebenso aufgeweicht werden wie die bisherige Trennung lokaler und netzbasierter Programme oder von zentraler und lokal verteilter Datenspeicherung. Durch Neuerungen beim Programmieren browsergestützter Applikationen und durch offene Programmierschnittstellen können zudem Webinhalte verschiedener Dienste zu neuen Diensten verbunden (Mashups) und viel leichter genutzt werden.

Die ARD/ZDF-Online-Studie 2008 (Eimeren, van B./Frees, B. 2008: ARD/ZDF-Online-Studie 2008, Internetverbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern In: Media Perspektiven, H. 7, 2008, 330-344) hat Aussagen und Meinungen zur Nutzung des Internet erhoben. Hier zeigt sich, dass die Älteren (ab 60 Jahren) im Vergleich zu Jüngeren (14-29jährigen) das Internet noch eher als ein Informationsmedium nutzen, das man „ab und zu für die eine oder andere Information bzw. Auskunft“ gebrauchen kann (75% vs. 47%), während es für fast 80% der Jüngeren ein „tägliches Begleiter für alle möglichen Fragen und Themen“ ist (46% vs. 79%). Noch größere Unterschiede im Altersvergleich zeigen sich erwartungsgemäß bei den kommunikativen Diensten; hier speziell darin, dass den Jüngeren „der Austausch mit anderen (Chats, Foren, E-Mail) ... wichtig geworden“ ist (30% vs. 65%).

Eine ganz andere Frage ist jedoch, inwieweit die Web 2.0-Anwendungen tatsächlich genutzt werden oder ob das alles doch eher ein Medien-Hype ist. Hier stellen Fisch & Gscheidle (Fisch, M./Gscheidle, C. 2008, Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communities, Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-Studie 2008 In: Media Perspektiven, H. 7, 2008, 356-364) in der ARD/ZDF-Online-Studie 2008 fest, dass eine rege aktive Beteiligung nur in Communities anzutreffen ist. Nur – oder je nach Sichtweise: immerhin – 13% der Bevölkerung ab 14 Jahren ist an aktiver Mitarbeit interessiert (bei leicht steigender Tendenz), bei den 14- bis 19jährigen sind es sogar 27%.

Das ist deutlich mehr als ein Hype, aber auch noch keine Revolution im Nutzerverhalten. Die Nachfrage (der „passive Konsum“) nach Web 2.0-Angeboten ist groß und hat noch stark

zugenommen, abgesehen von Weblogs und beruflichen Netzwerken. Wikipedia, Videoportale, private Netzwerke und Communities werden am häufigsten genutzt (ebd., 358), andere Angebote allenfalls gelegentlich. Communities sind besonders bei den Jugendlichen angesagt, die zudem oft zwei oder auch mehrere Mitgliedschaften haben. Sie nutzen Communities häufig eingebunden in tägliche Routinen und vor allem zum Stöbern in Profilen von Bekannten, Gleichgesinnten oder potentiellen Partnern.

All dies zeigt, dass eine Veralltäglicung des Internet und der Web 2.0-Angebote stattgefunden hat. Von einem qualitativen Sprung im Hinblick auf Partizipation und aktive Nutzung kann man jedoch kaum sprechen, wenn z. B. 51% der Onliner zwar Inhalte auf Videoportalen abrufen, diese aber von gerade einmal 3% der Onliner bereitgestellt werden (ebd., 363) – bei Fotos sind es immerhin 7% der Onliner. Auch das Web 2.0 bedient also eher Unterhaltungs- und Informationsbedürfnisse, während der Aspekt der Teilhabe und Partizipation außerhalb von Communities noch sehr randständig ist. Dennoch: „Für jene Onliner mit Mitteilungs- und Partizipationsbedürfnis (...) bietet das Web 2.0 vielfältige Möglichkeiten. Sie schaffen Inhalte, die durch Verlinkung gut vernetzt, durch Verschlagwortung (Tagging) ausgezeichnet auffindbar, in der Nutzung kostenfrei und von der Angebotsseite vielfältig sind. (ebd., 363).

Dafür finden wir auch auf dieser Tagung „Schöne neue Medienwelten“, in den Workshops und offenen Bereichen zahlreiche Beispiele. Auf die pädagogischen Herausforderungen durch die neuen Medien sind gestern bereits die Kollegen Professor Röll und Professor Schorb eingegangen. Ich werde mich daher auf einige spezielle Perspektiven für die Medienpädagogik beschränken.

1. Der Medieneinsatz war nie so einfach und preiswert wie heute – denken sie einmal zurück an die Videoarbeit der 70er Jahre; Kosten für Schnittplätze etc. Das ist vielleicht trivial, aber keineswegs selbstverständlich. Zudem muss einschränkend dazu auf die allzu oft prekäre Finanzierung medienpädagogischer Stellen und Projekte hingewiesen werden.
2. Die ganze Bandbreite medienpädagogischer Arbeit kann auch bei neuen Medien Anwendung finden, muss allerdings neu fokussiert werden. Gerade für aktive Medienarbeit und handlungsorientierte Ansätze gibt es in den neuen Medienwelten auch neue Anwendungsfelder – und generell immer wieder neue Herausforderungen, da die (Medien-) Pädagogik den veränderten Lebenswelten, Lebenslagen und (damit verbunden) auch anderen Interessen und Erwartungen der Kinder und Jugendlichen Rechnung tragen muss. Anders gesagt: die medienpädagogische Praxis hat im Lauf der letzten Jahrzehnte einen großen Erfahrungsschatz angesammelt. Neue Medien entwerten dieses medienpädagogische Wissen nicht. Die Herausforderung besteht darin, dieses Wissen auch auf neue Technologien zu beziehen und ebenso auf neue Kinder- und Jugendgenerationen mit ihrem veränderten lebensweltlichen Hintergrund.
3. Die Entwicklungsgeschwindigkeit der Medien führt zu einer kaum noch überschaubaren Pluralität von Medienpraxen und Medienkulturen. Die Zeiträume bis zur Durchsetzung neuer Medien werden immer kürzer: Vom Buch zum Kino, zum Fernsehen, zum Video, zum Computer, zum Internet... Diese Beschleunigung überfordert viele Menschen und in zunehmendem Maße auch die Pädagogik, die sich auf jede Kinder-, aber auch jede Mediengeneration neu einstellen muss. Medienerziehung bekommt dadurch einen hohen Stellenwert – ob auch die entsprechende gesellschaftliche Wertschätzung abseits von Sonntagsreden ist eine andere Frage.
4. Wenn es im Web 2.0 neben einem langsam ansteigenden Interesse an der Produktion von Inhalten, an aktiver Mitarbeit, an Partizipation, die immer im Fokus auch des pädagogischen Interesses stehen, ein weit größeres Interesse an einer passiven Teilhabe, einer Nutzung der

- Angebote gibt, sind auch rezeptionsorientierte Ansätze der Medienarbeit gefragt. Ich sträube mich dagegen, diese passiv-rezipierenden Aneignungsformen als bloß konsumierend zu beschreiben und damit ja auch zu diffamieren. Von einem Leser erwarten wir ja auch nicht, dass er oder wahrscheinlicher sie ein Buch schreibt – schön, wenn sie es tut oder versucht...
5. An dieser Stelle nur erwähnen möchte ich den Aspekt der kreativen und künstlerischen Potentiale der neuen Medien, die auch für die Medienpädagogik einen wichtigen Stellenwert haben. Wenn ich mir allerdings medienpädagogische Lexika und Handbücher oder andere Überblicksdarstellungen anschau, dürfte oder könnte der Stellenwert auch noch etwas größer werden.
 6. Wichtige Fragen stellen sich im Hinblick auf die mediale Sozialisation. Worin unterscheidet sich die Mediensozialisation heutiger Kinder- und Jugendlicher von der früherer Generationen? Welche Folgen hat sie für Prozesse der Ich-Findung und Selbstdarstellung? Welche Rolle spielen die Medien für Identitätsbildung sowohl in Risiko- als auch in Bewältigungsperspektive? Welche Unterstützung können beispielsweise virtuelle Netzwerke dabei bieten? Wir wissen einiges darüber, aber noch lange nicht genug.
 7. Die Zusammenarbeit von außerschulischer und schulischer Medienbildung kann durch die neueren Medienentwicklungen befördert werden – sofern das gewollt und institutionell gestützt wird. Eine Mädchen-Community wie LizzyNet, ein Kinder-Wiki, eine virtuelle Spielwelt – pädagogisch initiiert oder auch nicht – kann übers Netz in pädagogische Zusammenhänge eingebunden werden, mitgenutzt und eben auch mitgestaltet (!) werden. Das ist ein großer Vorteil gegenüber speziellen Lernmedien oder jeweils neu zu erfindenden pädagogischen Settings. Auch die Abschottung der Schule als pädagogische Sonderwelt könnte so tendenziell überwunden werden. Virtueller lässt sich die Situation „Entre les murs“ vermutlich leichter verändern.

Mit dieser kleinen Werbung und ausdrücklichen Empfehlung für einen neuen schönen Film über Schule (auf deutsch: „Die Klasse“), den ich gerade auf einer Pressevorführung gesehen habe und der im Januar in Deutschland in die Kinos kommt, möchte ich überleiten von den neuen schönen virtuellen Medienwelten zu den alten, die ihre ganz eigenen Räume und eigenen Ästhetiken haben, und dann gleich weiter in die Realwelt mit ihrer face-to-face-Kommunikation, die ja auch sehr reizvoll sein kann.

Autor



Prof. Dr. Ralf Vollbrecht

Professor für Medienpädagogik an der TU Dresden

