

Zur Komplementarität von Globalisierung / Netzwerkgesellschaft und Medienkompetenz / Medienbildung

Die mit dem Begriff „Globalisierung“ gekennzeichnete aktuelle Konzentrations- und Kommerzialisierungsdynamik führt einerseits zur Erweiterung von Optionen und Handlungsspielräumen, andererseits treten Blockierungen von Lebensplänen und neue Formen der Ungleichheit auf. Diese Entwicklung geht einher mit einer Veränderung der Arbeits- und Beschäftigungsverhältnisse und einem Wandel der Informations- und Kommunikationstechnologien. Komplexität, Dynamik und steigende Flexibilitätsanforderungen sowie dynamische Prozessorganisation werden gefordert. Beziehungsmanagement in Form von Kooperationen, Beziehungen und Kontakten werden immer wichtiger. Traditionale Bindungen und starke soziale Bindungen wie Loyalität und Dienstbereitschaft verlieren ihre Bedeutung. Flüchtige Formen von Gemeinsamkeiten sind nützlicher als langfristige Verbindungen. Es kommt zum Abbau von Strukturen, die auf Langfristigkeit und Dauer angelegt sind. Mark Granovetter spricht von der „Stärke schwacher Beziehungen“ und Richard Sennet diagnostiziert, dass Distanz und oberflächliche Kooperationsbereitschaft bessere Panzer sind im Kampf mit den gegenwärtigen Bedingungen.

Anstelle der traditionellen Strukturen treten netzwerkartige Gliederungen. Die herrschenden Funktionen und Prozesse im Informationszeitalter sind zunehmend in Netzwerken organisiert. Dies lässt sich als Antwort auf Krisensymptome etablierter, aber nicht mehr funktionsfähiger Systeme verstehen. Die Vernetzung soll die Integrations- und Kooperationsleistung vollbringen, die die gegenwärtigen hierarchischen Organisationsformen nicht leisten. Die formell erstarrten bürokratischen Instanzenwege und Regelungen sollen durch flexible Kontaktnetze ersetzt werden. Diese Vernetzung vollzieht sich im Kontext globalisierter Netzwerke von Kapital und Wissen. Diese weltweiten Steuerungs- und Regelungssysteme sind die neuen Machtzentren der globalisierten Welt. Robert Putnam nennt dies „Network Capitalism“. Im Zuge dieser Entwicklung verlieren Nationalstaatliche Gestaltungs- und Sanktionsformen an Steuerkraft. Die Infragestellung bislang vertrauter Identitätsformationen, Wissensbestände, Berufsbilder und Kulturtechniken erschließen aus Sicht der Wirtschaft ungeheure Gestaltungsmöglichkeiten, führen zur Überschreitung traditioneller Grenzziehungen und eröffnen vor allem ungeahnte ökonomische Potentiale (Bill Gates).

Für den Einzelnen wird die Gesellschaft immer unübersichtlicher und unberechenbarer. Das Subjekt steht unter dem Zwang, diesen Gestaltungsraum aktiv zu strukturieren. Das moderne Subjekt ist Baumeister seines Netzwerkes, es muss selbst am sozialen Kitt der Beziehungsmuster arbeiten. Somit sind auch Beziehungen und Kommunikationsformen einem tiefgreifenden Prozess der Individualisierung von Lebenswegen und Lebenslagen unterworfen. Diese Entwicklung steht in engem Zusammenhang mit der Verdrängung unmittelbarer durch medienverstärkte mittelbare Kommunikationsbeziehungen. Die Globalisierungs-Vertreter haben längst ihre „Netze ausgeworfen“. Die Konsumenten scheinen „ins Netz gegangen“ zu sein, sie wirken als willfährige Empfänger, die scheinbar zwischen verschiedenen Informationen auswählen, letztlich aber nur scheinbare Entscheidungen treffen, da die Informationsangebote nur von wenigen Medienmogulen beherrscht werden. Die zunehmenden Kapitalverflechtungen der Kommunikationsindustrie, vermitteln darüber hinaus zunehmend den Eindruck einer von Oligopolen gesteuerten und hergestellten Öffentlichkeit, die dem Einzelnen immer weniger Chancen gibt, sich eine eigene Meinung zu bilden.

Zugleich eröffnen die digitalen Medien neue Formen des dezentralisierenden Dialogs. Neue individuelle und kollektive Kommunikationsformen bilden sich heraus. Kommunikationsformen wie Soziale Netzwerke, Blogs, Twitter, Podcasts und Wikis verkörpern eine neue Partizipationskultur, die nicht an reale Orte gebunden ist. Dies führt zu einer Auflösung des

Raums als Bedingung für Kommunikation. Mit Handys, Smartphones, Tablets und Pods ist mobile Kommunikation möglich. Dies birgt das Potential für Echtzeit-Kommunikation und -Publishing. Die Integration vorhandener Netzstrukturen und die Nutzung von virtuellen Kommunikations- und Beziehungskulturen werden zu universellen Schnittstellen für die Erzielung von Aufmerksamkeit. Jeder kann heute Nachrichten sammeln und verschicken. Aber nicht jeder wird gelesen, gesehen und/oder gehört. Entscheidend ist, ob und wie man in der Blogosphäre vernetzt ist. Somit stehen den Gefährdungen auch Potentiale der Selbstentfaltung und der ePartizipation gegenüber. Damit die Ressourcen, die mit digitalen Medien einhergehen, genutzt werden können, bedarf es eines Paradigmenwechsels in der Ausbildung von Fachkräften.

Kinder und Jugendliche sind die Zielgruppen, deren Lebenswelt am stärksten von den (digitalen) Medien durchdrungen ist. Die daraus folgende Vermutung, dass dann bei den Fachkräften, die mit der Ausbildung von Kindern und Jugendlichen befasst sind, verstärkt auch medienpädagogische Kompetenzen vermittelt werden, entspricht jedoch nicht der Realität in den Ausbildungsstätten. Entgegen der Proklamation, das Fachgebiet zu stärken und der Hervorhebung der Bedeutung von Medienkompetenz (mehr als zwanzig mal wurde in der Regierungserklärung der Bundesregierung der Begriff Medienkompetenz erwähnt), fristet die Medienpädagogik in den Ausbildungsgängen der Elementarpädagogik, der außerschulischen Pädagogik, der Sozialpädagogik und in der LehrerInnenausbildung mit wenigen Ausnahmen ein Nischendasein. Es gibt viele Gründe für diese Entwicklung: der Generationenkonflikt, ein auf technische Lehrprogramme reduziertes Verständnis von Medienbildung, auf Kognition hin zentrierte Lehr- und Lernmethoden, der Verzicht auf situiertes Lernen (Einbezug des Lebensweltbezugs), die Reduzierung von Lernen auf In- und Output als Lernziel, ein an Fächern orientierte Bildungskonzepte sowie der Verzicht auf Binnendifferenzierung (Beachtung von Lernpräferenzen)

Die digitalen Medien bergen Risiken und Chancen. Die Chancen können wir nur realisieren, wenn wir bereit sind, strukturelle Veränderungen in der Fachkräfteausbildung voranzutreiben. Medien haben heute und zukünftig einen zentralen Stellenwert in Ausbildung und Beruf. Deshalb muss Medienbildung in der Aus- und Weiterbildung höchste Priorität zugewiesen werden.

Die Vermittlung einer umfassenden medienpädagogischen Kompetenz muss in der Ausbildung der pädagogischen Fachkräfte von Kindertageseinrichtungen fest verankert und im Rahmenlehrplan explizit als Pflichtbereich enthalten sein. Medienpädagogische Ausbildungsanteile dürfen nicht den Entscheidungen von Ausbildungsinstitutionen oder einzelnen Lehrkräften überlassen werden. Die Teilnahme an einer umfassenden medienpädagogischen Qualifizierung von in der ErzieherInnenausbildung tätigen Lehrkräften muss zur Pflicht gemacht werden.

Wenn in unserer Gesellschaft die nicht strittige These der zunehmenden Bedeutung von Medienkompetenz und/oder Medienbildung erst genommen wird, bedarf es der Notwendigkeit grundständige Studiengänge und Weiterbildungsstudiengänge im Fach Medienpädagogik einzurichten und darauf zu dringen, dass in den Studiengängen, bei denen die Zielgruppen Kinder und/oder Jugendliche im Zentrum der Ausbildung stehen, Medienpädagogik als Pflichtmodul in den Modulhandbüchern verankert wird.

Die Lehr- und Rahmenpläne der Bundesländer zeigen ein heterogenes Bild bezüglich einer verbindlichen Medienkompetenzförderung. In den Bundesländern werden sowohl fächerverbindende als auch fachintegrative Ansätze verfolgt. Die jeweils verwendeten Begriffe (und die Inhalte) sind unterschiedlich. Im schulischen Diskurs wird meist zwischen Mediendidaktik und Medienerziehung unterschieden, während in der außerschulischen Bildung die Begriffe „Medienbildung“ und „Medienpädagogik“ gebräuchlicher sind. Der Mediendidaktik geht es um eine Optimierung von Lehr-Lernprozessen mit Hilfe von Medien (Medien als "Mittel"). Die Befähigung zur kritischen Reflexion von Medien, deren Inhalten und Nutzungsformen ist das vorrangige Ziel der Medienerziehung. Teilweise werden Kompetenzniveaus für „Medienkompetenz“ formuliert und konkrete Unterrichtsinhalte ausgeführt, aber es fehlt meist an konkreten Inhalten der Medienbildung und ausreichenden Vorgaben.

Obwohl Medienkompetenz in der öffentlichen Diskussion eine zunehmende Rolle spielt, spiegelt sich dessen Bedeutung in keinem Schulfach. Auch bei den Schlüsselkompetenzen für lebensbegleitendes Lernen der Europäischen Union wird Medienkompetenz nicht aufgeführt. Das Positionspapier versteht sich als Reflexions- und Orientierungshilfe zur Umsetzung fachspezifischer und fächerübergreifender Kompetenzerwartungen bezogen auf Medienbildung in der Schule. Zielperspektive sind anwendungsbereite Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten am Ende des 10. Schuljahres. In dem Positionspapier werden sechs Kompetenzbereiche benannt: Information, Kommunikation, Präsentation, Produktion, Analyse, Mediengesellschaft. Die Länderkonferenz Medienbildung dagegen sieht im Erwerb von Medienkompetenz einen Teil von Allgemeinbildung bzw. der allgemeinen Persönlichkeitsentwicklung, über die ein handelndes Subjekt verfügen sollte. Die Vermittlung von Medienkompetenz wird als bedeutsame Erziehungsaufgabe angesehen, die aus Wissen, Können, Anwenden, Gestalten, Reflektieren und Handeln besteht. Konstatiert wird, dass das Lernen mit Medien zum Erwerb fachlicher Kompetenzen in der Schule anerkannt sei, dass jedoch das Lernen über Medien eindeutig unterrepräsentiert ist.

Die Lehr- und Rahmenpläne der Bundesländer sollten verbindlicher umgesetzt werden. Die Vermittlung von Medienkompetenz/Medienbildung sollte selbstverständlicher Bestandteil aller Unterrichtsfächer sein und daher in den Curricula der Unterrichtsfächer besser verankert sein. Noch besser wäre, wenn es fächerübergreifend zugleich zu einer Einführung eines eigenen Unterrichtsfaches „Medienbildung“ kommen würde. Die positiven Erfahrungen in Thüringen mit dem Fach „Medienkunde“ bzw. dem Fach „Moderne Medienwelten“ in Sachsen-Anhalt bestätigen die Sinnhaftigkeit dieser Forderung.

Vorteilhaft wäre die Formulierung von Bildungsstandards bzw. von Kompetenzbereichen für Medienkompetenz. Medienentwicklungspläne und Medienkonzepte sind verbindlich für alle Schulen zu erstellen, dabei sollten individuelle Besonderheiten von Schulen Berücksichtigung finden. Das Thema „Medien“ sollte in die jeweilige Schulentwicklung eingebunden und im Rahmen von Medienentwicklungsplänen umgesetzt werden.

Medienpädagogische Grundbildung sollte in der Lehrerbildung zu einem prioritären Thema werden. Eine feste Verankerung von Medienpädagogik bzw. medienpädagogischer Grundbildung in allen Ausbildungsbereichen ist dringend erforderlich. Das Hochschulfreiheitsgesetz ermöglicht Medienbildung stärker in die Lehramtsausbildung zu verankern. Medienpädagogische Lehrerfortbildung für bereits im Beruf stehende Lehrkräfte sollte verpflichtend etabliert werden.