

Medienpädagogik

Keine Bildung ohne Medien

Medien sind in der Gesellschaft **omnipräsent** und **bieten** sich für eine **Verbindung verschiedener päd. Handlungsfelder an**. Überall stößt man in Zusammenhang mit Medien heute auf den Begriff der **digitalen Gesellschaft**. Auch wenn **Medienkompetenz** oft **als vierte Kulturtechnik** gehandelt wird, so hat die **Auseinandersetzung mit medial vermittelten Botschaften** in die **Kompetenzen in Bildungsinstitutionen**, die in PISA- oder vergleichbaren Studien erhoben werden, **noch nicht Einzug gehalten**. Gleichzeitig ist **unsere Gesellschaft aber ganz maßgeblich und in fast allen Bereichen von Medien geprägt**. Wenn wir **Kinder und Jugendliche** dazu befähigen wollen, an der **Gesellschaft teilzuhaben**, dann müssen sie damit auch **kompetent** und **selbstbestimmt umgehen können**. Diese Kompetenz **bezieht sich aber nicht** auf die **Nutzerkompetenzen** – also den **technischen Umgang mit den Medien** – **sondern auf strukturelles Wissen über die Zusammenhänge der Medienlandschaft**. Das **gesellschaftlich-handlungsfähige Subjekt muss** mediale **Symbolssysteme entschlüsseln** und sich in einer Welt mit ihren **mediatisierten Kommunikations- und Interaktionsstrukturen orientieren können**. ***Es muss wissen: Was kann ich damit anfangen, wo geht es hin, wie bediene ich es richtig, wie setze ich es für meine Zwecke ein?*** Zudem muss es sich mit **Medien artikulieren können** um damit **kreativ und reflektiert umgehen zu können**. Diese Bildungsprozesse müssen sich an den eigenen Belangen – bezogen auf die **gesellschaftlichen Zusammenhänge** und **gesellschaftspolitischen Prozesse** – orientieren.

Medienarbeit ganzheitlich Denken

Wichtig ist es, einen **ganzheitlichen Ansatz zu verfolgen**, wie **Kinder und Jugendliche sich mit Medien selbst-bestimmt äußern können, sollen und wollen**. Für die Medienfachberatung steht die **Zielgruppe** – in diesem Fall die der **Kinder und Jugendlichen** – mit ihren **individuellen Interessen, ihren Lebensvoraussetzungen und ihrem engen sozialen Umfeld im Zentrum**. Dieser Kern ist aber **eingebettet in einen Kontext, der sich zunächst auf das soziale Umfeld bezieht**: Wie sieht der **Freundeskreis** aus, wie sieht die **Familie** aus? *Sie entscheiden darüber, wie das Mediumfeld der Kinder und Jugendlichen gestaltet ist, auch Jugendarbeit, Freundeskreis sowie Sport und Freizeit sind dabei relevant*. Natürlich sind **auch die Medien selbst ein entscheidender Faktor**. Denn **Kinder und Jugendliche können, solange wir nicht über selbstständiges freies Gestalten sprechen, nur aus dem Angebot auswählen, das ihnen zur Verfügung steht**. Dieses **Medienspektrum** wird zwar immer breiter, doch **bedeutet dies nicht, dass große weltweite Netzwerke unendlich sind**. Auch hier werden ganz klar **Nutzungsmöglichkeiten vorgegeben**. Der **Rahmen**, innerhalb dessen **Kinder und Jugendliche mit Medien umgehen, ist gesteckt von Konzernen wie Google oder Microsoft**. Neben dem **sozialen Umfeld** und den **Medien beeinflusst** auch die **Gesellschaft selbst den Umgang mit Medien**.

Vermittlung von Werten im Umgang mit Medien

Die **digitale Gesellschaft** ist **geprägt von Werten und Normen**, von **Traditionen**, von **Bräuchen**, aber auch von **wirtschaftlichen Interessen**. Und diese werden als **Herausforderungen für die Medienpädagogik immer bedeutender**. Wir haben es einerseits mit **globalisierenden Mediensystemen** und zugleich mit **sehr stark individualisierten Systemen** zu tun. Das **Smartphone** wird zu **Recht als multimediales Taschenmesser parodiert**. Von diesem **kleinen mobilen Gerät aus** kann heute der/die Nutzer*in **auf alle Informationen weltweit zugreifen**. Dazu dienen **kleine Applikationen**, die wiederum **meist von Weltkonzernen angeboten werden** und damit auch **weltweite Interessen verfolgen**. **WhatsApp** ist so ein Beispiel. Die auf dem Smartphone genutzten Inhalte stehen somit sinnbildlich für **das globalisierte Mediensystem**. Gleichzeitig ist heute **kein Medium so personalisiert wie das Smartphone**. Jede und jeder trägt sein Smartphone bei sich, es ist **kein Familienmedium** mehr, sondern **stark individualisiert**. Damit stellen sich für die Medienerziehung ganz neue Herausforderungen. **Ziel muss es sein, eine grundsätzliche Medienkompetenz zu fördern und Kinder und Jugendliche dementsprechend zu einem selbstbestimmten, souveränen Umgang mit Medien zu befähigen.**

Zentrale Aufgabe: Die Vermittlung von Medienkompetenz

Die Medienfachberatung versteht **Medienkompetenz** als eine **grundsätzliche Fähigkeit, an der Gesellschaft teilhaben zu können**: Nur in der **Kommunikation**, nur in der **Interaktion** mit Anderen, können wir **die Welt, die Gesellschaft weiterentwickeln**. Es geht darum, **Kenntnisse über Medien, mediale Strukturen u. Zusammenhänge** sowie **Mediengestaltung** zu vermitteln. Ziel ist es, eine **Reflektionsfähigkeit** zu befördern, die auch die **eigene Mediennutzung kritisch hinterfragt**. Dabei geht es um **grundsätzliche Fragen der Werthaltung**. *Wie schnell muss ich auf Anfragen Anderer reagieren, wo muss das persönliche Gespräch*

Michaela Hirsch – Auszug aus „Mfr. Kinder- u. Jugendprogramm Fortschreibung 2023“ s. Link – 22.11.24
Vorrang haben? Solche Überlegungen müssen angeregt werden und dies funktioniert nur im Handeln. So können sich Kinder und Jugendliche **selbsttätig mit Medien die Welt erschließen** und **aneignen** und **selbstgestalterisch tätig werden**.

Über diese drei Faktoren – **Wissen, Handeln** und **Reflexion** – können wir die **Fähigkeiten, sich zu orientieren** und letztendlich auch **sich zu positionieren**, in einer von Medien geprägten Welt **fördern**.

Herausforderungen für die Medienfachberatung

In diesem skizzierten Rahmen sind in den letzten Jahren **immer mehr Aufgabenstellungen auf die Medienfachberatung** zugekommen, die sich auch auf der Webseite der Medienfachberatung widerspiegeln. In folgenden Feldern besteht ein dringender Mehrbedarf für die Medienfachberatung:

- Die **Jugendarbeit ist durch Corona digitaler geworden**. Vor allem für hybride Angebote besteht ein erhöhter Beratungsbedarf durch die Medienfachberatung.
- Insbesondere **unsere Demokratie kommt durch die Verbreitung von ‚Fake News‘** immer wieder in eine **Schiefelage**. Hier besteht ein **erhöhter Bedarf an Beratung** und der **Entwicklung von Modellprojekten**, um dieser Entwicklung entgegenzuwirken.
- **Computerspiele** spielen eine **zentrale Rolle in der Freizeitbeschäftigung junger Menschen**. Aus medienpäd. Sicht bedarf es **dringenden Angeboten**, um **dieser Jugendkultur Raum zu geben** sowie eine **Reflexionsfläche** für das eigene **Medienhandeln** zu bieten.
- Die Anfragen zu Informationen über das Medienhandeln von jungen Menschen, **geeigneter Softwares** und **Apps** für die **praktische Arbeit** sind nicht mehr zu bewältigen. Deshalb hat die Medienfachberatung die Webseite <http://www.medienfachberatung.de/mittelfranken/> zu einem **Fachportal** ausgebaut. Um die **Informationen auf dem neusten Stand zu halten** und zu **erweitern**, reichen die vorhandenen Kapazitäten der Medienfachberatung nicht mehr aus.
- Die **Nachfragen junger Medienmacher*innen** nach **Mikroförderungen** zur **Unterstützung von eigenen Medienproduktionen** – Videofilme, Podcasts, Entwicklung von Computerspielen – ist in den letzten Jahren stark **angestiegen**. Aus der Sicht der Medienfachberatung ist die Einrichtung eines entsprechenden Fördertopfes dringend geboten, um im Sinne der **aktiven Medienarbeit** die **Auseinandersetzung mit Medien** und **jugendspezifischen Themen stärker zu fördern**.