

Ingrid Paus-Haase

Der Medienpädagogik gehört die Zukunft

**Dr. Ingrid Paus-Haase,
PD, Gastprofessorin für Audiovisuelle Kommunikation
am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg.
Daneben nimmt sie eine Gastprofessur am Institut für Medien-
und Kommunikationswissenschaft der Universität Klagenfurt wahr.**

Statement auf der Podiumsdiskussion beim gmk-Forum »Mensch und Medien« am 5.11.2000 in München

Die Medienpädagogik hat keine Zukunft. So müsste die Feststellung lauten, wollte man adäquat die Situation der Medienpädagogik beschreiben: keine ausreichende Verankerung infrastruktureller, geschweige denn finanzieller Art; wirft man einen Blick speziell auf die Situation an den Universitäten, muss man feststellen: Es gibt kaum Lehrstühle und so gut wie gar keine Assistentenstellen für den Bereich Medienpädagogik. Eine berufsständige Expansion ist ebenfalls nicht ausreichend vorhanden. Werden medienpädagogische Projekte unterstützt, handelt es sich derzeit vornehmlich um eine bessere Ausstattung von Schulen mit Computern – zweifellos eine wichtige Aufgabe. Sie reicht jedoch keinesfalls aus, da damit im wesentlichen eine Konzentration auf technische Aspekte verbunden ist. Medienpädagogische Arbeit zu gewährleisten, setzt wesentlich mehr voraus als Schulen mit Computern auszustatten. Ein paar wenige ›Orchideen‹ zu pflegen, sie hin und wieder – möglichst medienwirksam und -öffentlich – zu begießen, kann nicht allein der Weg sein.

Der Medienpädagogik gehört die Zukunft. So müsste die Feststellung lauten, wollte man adäquat die Bedarfssituation skizzieren. Betrachtet man die Mediensituation, so wird Medienpädagogik mehr und mehr zur Aufgabe von heute und morgen. Das Zusammenwachsen sogenannter alter und neuer Medien, die Expansion und Kommerzialisierung des Internet, Programmausweitungen, verbunden möglicherweise mit einer fortschreitenden Fragmentierung der Publika, neue Formate wie z.B. Real Life Soaps à la Big Brother und Taxi Orange in Österreich, die neue, vermeintlich authentische Wirklichkeitskonstruktionen darbieten, oder auch das Phänomen Pokémon, allen bekannt als Beispiel für eine exzessive Vermarktung von Medien- und Begleitprodukten bzw. für eine Vernetzung von Medien und Markt: Das medienpädagogische Aufgabenfeld ist breitgefächert. Insbesondere die Frage nach der wachsenden Relevanz von Medien als Sinnagenturen im Alltag legt weitere, neue Aufgabenstellungen nahe, die einen umfassenden Blick auf medienpädagogische Forschung und Praxis erfordern.

Die Zukunftsfähigkeit der Medienpädagogik setzt jedoch mehr voraus als eine in der Tat überaus wünschenswerte und notwendige infrastrukturelle Verankerung: Ebenso nötig und möglicherweise unmittelbar damit verbunden erscheint eine kritisch reflektierende Identitätsbildung der Profession ›Medienpädagogik‹. Zur Profilbildung könnten folgende fünf Aspekte beitragen:

- Professionalisierung
- Evaluation
- Interdisziplinarität
- Vernetzung
- Verantwortung

Zunächst zur Professionalisierung: Medienpädagogen sind aufgerufen, Menschen zu qualifizieren, mit der Fülle unterschiedlicher Medien so umzugehen, dass diese für sie eine Bereicherung in der Alltagsgestaltung sein können. Medien sollten zum Genuss beitragen können, aber auch zur Orientierung, sie sollten als Spiegel dienen können, die eigene Lebensführung kritisch zu überprüfen und alltagstaugliche Informationen zu liefern. Selektionskompetenz ist nötig.

Medienpädagogen müssen dazu selbst qualifiziert sein. Dazu gehört die Bereitschaft, sich auf den Medienumgang von Menschen einzulassen, ob es sich dabei um Kinder oder Jugendliche handelt, um ältere Menschen oder um andere spezifische Publika. Mit der Bereitschaft, sich z.B. der Welt von Kindern und Jugendlichen zu nähern, ist eine besondere Sichtweise verbunden. Will man diese Klientel erreichen, muss man lernen, sie zu verstehen, sich um diese quasi fremde ›Ethnie‹ zu bemühen. In der vorsichtigen Annäherung an das Bekannt-Fremde (jeder war selber mal Kind, gehört jedoch dieser Altersstufe nicht mehr an), also an die spezifischen Umgangsweisen von Kindern und Jugendlichen mit Medienangeboten, liegt die Chance für adäquatere Forschungs- und Praxiskonzeptionen.

Dies impliziert auch Konzeptformationen, die nicht allein auf kognitive Wissensvermittlung ausgerichtet sind, sondern die der Tatsache Rechnung tragen, wie Medienumgang aussieht, dass Mediennutzung Erlebniswelten bereithalten, mithin auch Faszination bedeutet, wie und wozu sich Wissenserwerb vollzieht, wie, was und wozu gelernt wird. Entsprechende Konzepte zur Qualifizierung und Professionalisierung für Forschung und Praxis sind wichtig.

Um dies leisten zu können, sind lebensweltliche Aspekte miteinzubeziehen und soziale und emotional-affektive Komponenten in ihrer Bedeutung zu reflektieren. Als Ausgangspunkt dient ein umfassendes Verständnis von Alltagskultur, in das auch Kategorien wie Erleben eingeschrieben sind. Diese sind für medienpädagogische Forschung und Praxis fruchtbar zu machen.

Hinzu kommen muss jedoch auch im Bereich der Professionalisierung die Fähigkeit zum (Organisations)Management. Auch und gerade Medienpädagogen aller Facetten und Bereiche müssen in der Lage sein, ihre eigene berufliche Welt zu organisieren, sich Gehör zu verschaffen und diese Fähigkeit auch entsprechend weiterzugeben.

Ein weiteres zentrales Stichwort ist Evaluation. Neue Wege erfordern mutige Schritte voran; doch nicht allein im Vorangehen und Experimentieren liegen Chancen, der Medienpädagogik in Forschung und Praxis ein erkennbares Gesicht zu verleihen. Auch der kritische Blick auf das Geleistete in bezug auf Inhalt und Form ist eine wichtige Aufgabe. Die Bereitschaft, sich selbst und andere kritisch zu betrachten, zu evaluieren und sich evaluieren zu lassen, gehört zu den medienpädagogischen

Aufgabenfeldern, die in Zukunft immer wichtiger werden. Sinnvoll ist dabei, den Gegenstand bzw. die Gegenstände in Forschung und Praxis selbst so gut wie möglich zu erkunden. Das erfordert eine Intensivierung von Theorie- und Methodenkompetenz.

Damit verbunden ist die Forderung nach Interdisziplinarität. Denn nicht nur die Frage nach adäquaten Wegen in Forschung und Praxis, verbunden mit der Bereitschaft zu Evaluation, tut not; ihre Güte kann in einer sich mehr und mehr diversifizierenden gesellschaftlichen Situation lediglich dann gewährleistet werden, wenn der Komplexität des Arbeitsfeldes ›Medienpädagogik‹ Rechnung getragen wird.

Eine wissenschaftliche Annäherung, etwa an die Klientel Kinder und Jugendliche, kann nicht ohne den unvoreingenommenen, freien Blick auf Forschungsergebnisse zu entwicklungspsychologischen und sozialisatorischen Prozessen auskommen. Interdisziplinäre Querverbindungen erhalten in diesem Zusammenhang ihren ursprünglichen Stellenwert zurück und werden nicht länger in einer »Quasi-Wasserträger-Funktion« ausgeschlachtet,¹ zumal sie erst den Boden für eine angemessene Annäherung an das Verstehen der Bedeutungskonstruktionen von Kindern und Jugendlichen unterschiedlichen Alters in der Auseinandersetzung mit ihren Medienpräferenzen legen. Zu denken ist dabei an die Entwicklungspsychologie, speziell an die kognitionspsychologische Handlungstheorie und die Kognitionswissenschaft, sowie an die neuere Richtungen der Sozialisationsforschung, die Sozialisation als dialektisches Wechselspiel etablierter gesellschaftlicher Strukturen, Routinen und Normen einerseits und den Entwicklungslogiken und Bedürfnissen der individuellen Identitätsfindung von Menschen andererseits auffasst. Forschungen zur Sozialisation, die erklären helfen, wie Kinder und Jugendliche heute leben und aufwachsen, wie ihre Selbst-, Sozial- und Sachauseinandersetzung im Zusammenhang mit der Mediennutzung aussieht, rücken dazu in den Vordergrund.

Interdisziplinarität erscheint um so mehr unverzichtbar, will man die gesellschaftliche Situation, aktuelle gesellschaftliche Wandlungsprozesse im Hinblick u.a. auf soziologische und (medien)ökonomische Aspekte mitbedenken und verstehen, um Medienhandeln von Menschen einordnen zu können und Entwicklungstendenzen auf dem Medienmarkt zu reflektieren.

Entsprechende medienpädagogische Methodenkompetenz zu entwickeln und auszubauen, setzt ebenfalls eine enge Zusammenarbeit mit anderen verwandten Disziplinen der Sozial- und Kulturwissenschaften voraus. Ein weiteres Stichwort scheint auf: Vernetzung. Schließlich verlangt Interdisziplinarität geradezu nach Vernetzung, und dies auf unterschiedlichen Ebenen.

Vernetzung heißt, sich aufeinander beziehen, heißt Austausch und Kooperation. Dies wiederum setzt zum einen hohe Eigenmotivation und Selbstverantwortung voraus, zum anderen die Fähigkeit zur Kommunikation und Teamarbeit. Um medienpädagogisch (interdisziplinär) arbeiten zu können, bedarf es auch der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien. Sie professionell einsetzen zu können, gehört zu den Basisqualifikationen für Medienpädagogen, damit diese wiederum dazu beitragen können, Menschen entsprechend für den Alltag

zu qualifizieren. Neue Informations- und Kommunikationstechnologien sind jedoch auch in diesem Zusammenhang lediglich als Werkzeug zu betrachten, sind nicht als technikzentriertes «l'art pour l'art» zu begreifen; es gilt vielmehr, ein problemorientiertes Umgehen mit ihnen zu erarbeiten und sie auf ihren jeweiligen sachbezogenen Nutzen hin zu überprüfen.

In diesem Kontext kann Nachdenken über Konzepte der Informations- und Wissensgesellschaft weiterhelfen; diese sind im Hinblick auf medienpädagogische Netzwerke und spezifisches medienpädagogisch relevantes Wissen – auch zum Einsatz neuer Informations- und Kommunikationstechnologien – hin zu reflektieren. Das bedeutet auch: Es geht nicht allein um die immer schnellere Vermittlung von und den schnelleren Zugang zum Gut (medienpädagogische) ›Information(en)‹, sondern vor allem um die Reflexion der Inhalte. Das impliziert auch das Verstehen dessen, womit man umgeht; denn erst die Inhalte und deren Ver- oder Bearbeitung machen Information zu Wissen und ermöglichen die Konstruktion zusammenhängender und bedeutungsvoller (medienpädagogischer) Wissensnetze. Nur über die Reflexion von relevantem medienpädagogischen Wissen, nicht über Information, kann sich diese Profession weiterentwickeln und ihr Profil in der Vernetzung relevanter Wissensagenturen schärfen und für die Praxis fruchtbar werden.

Abschließend ist als sämtliche Schritte umgreifende, zentrale medienpädagogische Aufgabe die Verantwortung zu benennen. Dazu sind beide Ebenen – die Ebene der Produktion sowie die Ebene der Rezeption – im Blick zu behalten und kritisch zu begleiten. Schließlich ist es keinesfalls gleichgültig, was Medien anbieten! Medienpädagogische Verantwortung gilt jedoch insbesondere den Rezipienten, die in der Gefahr stehen, im Strudel gesellschaftlicher Wandlungsprozesse auf der ›Verliererseite‹ zu landen. Um diese (jungen) Menschen zu identifizieren, muss sich der Blick in allen medienpädagogischen Aufgabenfeldern auf die Frage nach den lebensweltlichen Kontexten und Bedingungen richten, unter denen Einzelne oder Gruppen in ihrem jeweiligen sozialen Milieu Medien rezipieren. Schließlich verfügen Menschen über unterschiedliche ›Kapitalien‹, Identität und Handlungskompetenz im Alltag auszubilden; dies gilt auch für den Umgang mit Medien. Diese Klüfte ernst zu nehmen und Mittel und Wege zu finden, sie schließen zu helfen, ist eine auch medienpolitisch zu verstehende und solcherart anzugehende wichtige ethische Verpflichtung.

Anmerkungen

¹ Ein ähnlicher Gedanke findet sich bereits 1973 bei Dieter Baacke in seiner Auseinandersetzung mit der Kommunikationsforschung als interdisziplinärer Wissenschaft; er stellt heraus, dass es bei einer interdisziplinären Kommunikationsforschung weniger darauf ankomme, Sichtweisen und Ergebnisse zu addieren als vielmehr zu integrieren (Baacke, Dieter: Kommunikative Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. München: Juventa Verlag 1973, S. 30). Weiter unten heißt es: »Es ist, als ob in einen Steinbruch immer mehr Steine gekarrt werden, an beliebigen Stellen welche entnommen werden (...) So ist sie (die Kommunikationswissenschaft, d. Verf.) im Augenblick eine Dispersionswissenschaft – der die Pädagogik als Integrationswissenschaft (...) zu Hilfe kommen kann« (ders. S. 363). Notwendig sei im Sinne einer umfassenden, intentional gerichteten Erziehungswissenschaft analog zu Roths ›Pädagogischer Anthropologie‹, alle Dimensionen auf ihren Ertrag für die Erziehung hin zu befragen und durch ihre eigene Forschung zu einer einheitlichen Theorie vom Menschen als homo educandus zum homo communicator sowie – eng verbunden damit – zum homo politicus hin zu erweitern (ebd.).