

Hans-Jürgen Palme

Fünf Fragen zur Medienpädagogik

**Hans-Jürgen Palme,
Medienpädagoge,
SIN – Studio im Netz eV,
Mitglied im Bundesvorstand der GMK.**

1. Wohin steuert die Praxis der Medienpädagogik? Was sind typische zeitgemäße medienpädagogische Aktivitäten?

Gibt es einen bestimmten Trend, wie medienpädagogische Projekte heute gestaltet werden müssen (vielleicht auch in Abgrenzung zu früher), um ihre Zielgruppen zu erreichen?

In der Praxis der Medienpädagogik hat sich in den letzten Jahren sehr viel getan. Die mediendynamisierte Veränderung unserer Gesellschaft hat zur Folge, dass der Computer und das Internet auch Einzug in den Privatbereich gehalten haben. In den deutschen Haushalten stehen immer mehr modernste Rechner, die via Internet Online geschaltet sind. Die entscheidende Veränderung für uns Medienpädagogen ist, dass die Kinder und Jugendliche damit immer mehr Zugang zur Universalmaschine Computer haben und die Cyberwelten des Internet zu etwas Alltäglichem werden – auch als sozialisierende Faktoren.

Durch die tägliche Konfrontation mit den virtuellen Welten wächst bei den Familien der Bedarf an medienpädagogischen Orientierungshilfen. Fragen bezüglich Internet und Jugendschutz, aber auch bezüglich empfehlenswerter Software bekommen eine neue Relevanz. Die Medienpädagogik ist hier weitaus mehr als früher als Serviceeinrichtung gefordert.

Eine weitere wichtige Folge des medialen Wandels ist, dass die virtuellen Welten nicht allein für die Medienpädagogik, sondern für den gesamten Bereich der Kinder- und Jugendkulturarbeit eine Menge bieten. Mittlerweile ist die Medienpädagogik zu einem Stück Normalität geworden. In immer mehr Einrichtungen der Kinder- und Jugendkulturarbeit tauchen Multimediastationen mit Internet-Anschluss auf.

Die Medienpädagogik steuert also einerseits in Richtung Alltäglichkeit, d.h. sie entwickelt sich zu einem normalen Teilbereich der pädagogischen Arbeit quer durch das gesamte Spektrum der Kinder- und Jugendkulturarbeit. Zu bewältigen bleiben andererseits die besonderen Aufgaben der Spezialdisziplin Medienpädagogik. Hierzu gehört u.a. die aktive Medienarbeit mit ihrem produktorientierten Ansatz. Immer dann, wenn die Erstellung eines Medienproduktes mit einer Gruppe von jungen Menschen ein spezielles Fachwissen erfordert (z.B. Videofilm oder Internetpräsentation), sind Medienpädagogen und -pädagoginnen in klassischer Weise gefragt.

2. Wie hat sich die Infrastruktur für medienpädagogische Arbeit in den letzten Jahren entwickelt? Wie wird sie sich nach Ihrer Einschätzung entwickeln?

Meine Einschätzung zum Trend: Eine medienpädagogisch orientierte Breitenförderung ist zumindest in Deutschland nicht zu erwarten, medienpädagogische Förderung hat bei Landes- und Bundesministerien in der Regel Modellcharakter. Neue Konzepte werden erprobt oder die Vernetzung vorhandener Initiativen gefördert.

Was heißt das für die medienpädagogische Praxis? Die Rahmenbedingungen für medienpädagogische Arbeit sind viele Jahre lang unverändert geblieben. Erst mit dem Aufkommen der vernetzten multimedialen Welten hat bei den Entscheidungsträgern ein Umdenken eingesetzt. Vor allem Fragen nach der Chancengleichheit sowie der frühzeitigen Förderung der Medienkompetenz zur Ausformung eines inneren Jugendschutzes haben Wunder bewirkt. Es stimmt zwar, dass viele Projekte nur begrenzt gefördert werden und in der Regel der Modellcharakter eingefordert wird, doch ist ihre Anzahl bedeutend gestiegen und ihr Stellenwert ist enorm gewachsen. In Nordrhein-Westfalen gibt es die Web-Mobile und in München die Veranstaltungsreihe Inter@ktiv. Zwei Beispiele, die hier pars pro toto stehen für eine Entwicklung, in der sich neue Infrastrukturen entwickeln.

Vor allem die Vernetzung unterschiedlichster Einrichtungen auf einer gemeinsamen Plattform, wie sie bei Inter@ktiv entstanden ist, scheint richtungsweisend zu sein. Die übergreifenden Veranstaltungen von unterschiedlichsten Einrichtungen, gebündelt in einem festgelegten Zeitraum und offeriert in einem Programmheft, überwinden tradierte Grenzziehungen und ermöglichen die Schaffung neuer Infrastrukturen. Allerdings ist damit nicht automatisch eine Finanzierung gewährleistet. Im Gegenteil, es werden Vorleistungen in erheblichem Umfang erwartet. Doch immerhin: Das gemeinsame medienpädagogische Wirken bleibt nicht im Verborgenen und eröffnet letztendlich auch Chancen auf eine kommunale Förderung, die eine Einrichtung allein so nicht erhalten würde.

Dennoch gibt es noch viel zu tun, um für eine angemessene Infrastruktur zu sorgen. Die Medienpädagogik benötigt dringend Innovations-Kapital und Mittel zur Förderung einer Medienpädagogik, die breitenwirksam tätig werden kann. Nur so lässt sich eine effektive medienpädagogische Infrastruktur entwickeln, wie es im Kinder- und Jugendkulturbereich gelungen zu sein scheint. Die Leistungsfähigkeit der Medienpädagogik hängt letzten Endes davon ab, ob, in welchem Maße und mit welcher Nachhaltigkeit sie eine adäquate kommunikative und technische Infrastruktur gemäß dynamischer Erfordernisse und humanistischer Zielsetzungen zu entwickeln und zu gestalten vermag. Das Projekt »mediageneration« der gmk stellt hierbei einen wichtigen Schritt dar.

3. Schulischer und außerschulischer Bereich

Eine Integration der beiden Bereiche ist auch in den letzten Jahren nicht gelungen, was auch in sehr starkem Maße mit dem Ressortzuschnitt der zuständigen Ministerien zusammenhängt.

Da multimediaorientierte Aktivitäten sehr kostenaufwendig sind (Ausstattung mit Rechnern, Internetzugänge etc.), werden hier sehr häufig Public Private Partnerships gesucht. Aus meiner Praxis erkenne ich einen deutlichen Trend, dass Privatunternehmen vorrangig im schulischen Bereich sponsern und weniger Bereitschaft zeigen, den außerschulischen Bereich zu unterstützen. Die mannigfaltigen Initiativen im Bereich ›Schulen ans Netz‹ (stellvertretend für viele Initiativen auf Länder- und Bundesebene, die zum Teil ganz andere Namen tragen) haben gezeigt, dass der Ausstattungs- und Technikaspekt häufig im Vordergrund steht, während die Förderung von Medienkompetenz und Medienerziehung nur eine untergeordnete Rolle spielt, wenn überhaupt.

- Wie sehen Sie diese Spannung vor dem Hintergrund Ihrer Praxis, und welche Perspektiven leiten sich hieraus ab?

Zunächst braucht es die richtigen Rahmenbedingungen, damit sich eine schulische Medienpädagogik auch entfalten kann. Deshalb ist es gar nicht so verkehrt, wenn erst einmal die Technik im Mittelpunkt steht, denn was könnte man ohne sie machen? Damit ist zumindest der erste Schritt getan. Nachdem die Einsicht in die Notwendigkeit einer zeitgemäßen Ausstattung bis zu den höchsten Ebenen durchgedrungen ist, ist es tatsächlich nun an der Zeit, die pädagogischen Rahmenbedingungen abzustecken. Dass Technik allein nicht genügt, liegt eigentlich auf der Hand. Das Problem ist eher, dass die Fragen zwar gestellt, die Antworten jedoch noch nicht gefunden sind. Wie kann die Medienpädagogik mit ihrem Leitziel »Medienkompetenz« im Unterricht nachhaltig realisiert werden? Ein Problem, das uns wohl noch lange beschäftigen wird.

Tatsächlich spielt in diesem Zusammenhang die Verbindung von schulischer und außerschulischer Arbeit eine wichtige Rolle. Dieser Zusammenhang ist vor allem den Entscheidungsträgern in der Wirtschaft nicht hinreichend klar, d.h. wir müssen die medienpädagogischen Erfolge im nichtschulischen Bereich transparenter machen. Solange die Medienpädagogik in der außerschulischen Jugendarbeit noch zu wenig überzeugende Praxismodelle realisiert hat, wird der Ruf nach Unterstützung ungehört verhallen.

Wichtig ist daher, dass wir auf gelungene Kooperationen mit nachweislichen Ergebnissen verweisen können. Nichts hilft dabei mehr als begeisterte Lehrer und Lehrerinnen und Eltern, die davon überzeugt sind, dass die außerschulische Kinder- und Jugendarbeit der Schule etwas zu bieten hat. Sobald dies gelungen ist, dürfte auch die Unterstützung durch Firmen kein so großes Problem darstellen.

4. Was sind Ihre Visionen für medienpädagogische Arbeit im kommenden Jahrzehnt?

Die Frage nach Visionen ist immer schwierig zu beantworten. Allzu schnell ist man dabei beim Geld, beim Personal und bei den technischen Rahmenbedingungen.

Eine Vision für mich wäre eine Medienpädagogik, die auf breiter Front wirksam und anerkannt ist. Nehmen wir beispielsweise die Kindersoftware. Da gibt es etwa einen Journalisten, der Jahr für Jahr ein Buch herausgibt und darin seine Spielebeurteilung abgibt. Diese Buch wird bundesweit sehr erfolgreich vermarktet. Der Autor hat damit enorm viel Einfluss auf das Kaufverhalten von pädagogisch Verantwortlichen. Meine Vision ist es, dass Medienpädagogen solche Felder nicht einfach anderen überlassen, sondern im Gegenteil diese auch kommerziell interessanten Chancen erkennen und zum Wohle der jungen Menschen nutzen.

5. Zum Begriff ›Medienkompetenz‹: Hat sich der Begriff für Ihre Praxis als nützlich und wichtig herausgestellt?

Der Begriff Medienkompetenz ist überaus nützlich für die Praxis. Zum einen schafft er eine gemeinsame Kommunikationsplattform für Medienpädagogen und zum anderen ist er griffig genug, um auch allgemein Beachtung zu finden. Klar ist dabei, dass er in den Medien oft genutzt und dabei oft verkehrt benutzt wird. Das Schlagwort »Medienkompetenz« ist vielleicht gerade durch seine Ungenauigkeit so genial. Die meisten wissen damit wenig Konkretes anzufangen, erkennen aber dennoch die enorme Bedeutung, die sich mit diesem Begriff verbindet. Daran kann man in Vorträgen und Elternabenden anknüpfen.

Für Modellmaßnahmen und Anträge ist das Stichwort »Medienkompetenz« inzwischen ein Muss. Für die Praxis selbst schafft die Unschärfe des Begriffs die Notwendigkeit, ihn zu präzisieren und mit Leben zu füllen. Damit ist automatisch eine Reflexion und ein Nachdenken über die Medienpädagogik verbunden.¹

6. Welche Beiträge leistet eigentlich die medienpädagogische Forschung für Ihre Praxis? Was würden Sie sich wünschen?

Die medienpädagogische Forschung hat vor allem die Wirkung von medialen Inhalten im Visier. Dies ist nach wie vor ein wichtiger Bereich, der nicht vernachlässigt werden darf. Für die medienpädagogische Praxis allerdings sind weitere Fragestellungen von Bedeutung. Wie verändern beispielsweise die Hyperlinkmedien die Denkstrukturen der jungen Menschen in der Zeit des Aufwachsens? Wie kann eine nachhaltige Förderung und Ausformung der Medienkompetenz realisiert werden – auch in der Schule?

Das große Problem der Forschung ist es derzeit, dass sich die Medienlandschaft so rasant verändert, dass die Theorie kaum noch nachkommt. Forschungsergebnisse benötigen von der Erhebung bis zur Publikation zu lange und sind nicht selten schon veraltet, wenn sie gedruckt werden.

Mein größter Wunsch an die Forschung ist aber nach wie vor der nach einer gegenseitigen Beachtung von Theorie und Praxis. In der Regel, etwa auf Foren und Veranstaltungen, teilen die Forscher den Praktikern etwas mit, das diese für ihren Arbeitsalltag fruchtbar machen können. Dass aber die Praktiker auch bei den Forschern Gehör finden, ist eher die Ausnahme. Hier würde ich mir mehr Neugier und eine größere Bereitschaft zur Kenntnisnahme und Auseinandersetzung wünschen, kurz: eine verfeinerte Kommunikationskultur.

Anmerkung

¹ Palme, Hans-Jürgen: Vertieft wird das Thema.

In: Palme, Hans-Jürgen, Basic, Natasa (Hrsg): Medienkompetenz Version 2002.
Navigationshilfen für Kinder, Jugendliche und Erziehende Bielefeld 2001