

# Medienkompetenz im digitalen Zeitalter

Stefan Aufenanger

Universität Hamburg

## Wissengesellschaft

Als Leitlinie bzw. Etikett für gesellschaftliche Entwicklungen wird in den letzten Jahren der Begriff des digitalen Zeitalters, der Informations- oder Mediengesellschaft verwendet, um diese stark von Medien beeinflusste Welt zu kennzeichnen. Auch spricht man gerne von einer Wissensgesellschaft, in der wir eigentlich schon leben würden. Verschiedene Kriterien lassen einen dazu führen, diese Begriffe zu verwenden. Am deutlichsten wird es, wenn man die Veränderungen in der Erwerbstätigkeit der Menschen in den westlichen Gesellschaften der letzten hundert Jahre verfolgt. Danach waren Ende vorletzten Jahrhunderts (19. Jahrhundert) etwa 50 % der Erwerbstätigen in der Landwirtschaft tätig und nur ca. 10 % im Informationssektor (z.B. Lehrer, Schriftsteller). Ende des 20. Jahrhunderts haben sich diese Werte dramatisch verändert: nur noch ca. 7 % der arbeitenden Bevölkerung verdienen ihr Geld in der Landwirtschaft, aber schon ca. 50 % im Informationsbereich. Auch auf der politischen Ebene wird die Informations- bzw. Wissensgesellschaft als Leitbild für das 21. Jahrhundert immer wieder in Anspruch genommen, um deutlich zu machen, dass die Herausforderungen in der globalen Gesellschaft nur durch die neuen Informations- und Kommunikationstechniken bewältigt werden können. Im Alltag lassen sich ebenfalls entsprechende Veränderungen immer wieder erfahren, wenn wir etwa den Bankautomaten bedienen, im Internet surfen oder ein Handy benutzen. Lebenslanges Lernen erscheint als Schlagwort, um in der Wissensgesellschaft überleben zu können. Die Anforderungen des Beschäftigungssystems scheinen immer höher zu werden, so dass die Notwendigkeit, sich in jeder Lebensphase qualifizieren zu müssen, schon fast als sozialer Druck auf alle Menschen wirkt.

Was sind nun Kennzeichen einer Wissensgesellschaft? Sicher lassen sich außer den genannten viele andere noch aufzählen. Ich will im Folgenden auf einige eingehen, die pädagogisch relevant sein könnten. Nicholas Negroponte, Direktor des MediaLab am MIT in den USA, hat die Einführung von Wissen als Produktionsfaktor als ein zentrales Merkmal der Wissensgesellschaft herausgestellt. Während im Industriezeitalter Dinge, also Atome produziert wurden, geht es heute um Bits bzw. Bytes. Diese Veränderungen werden das gesamte 21. Jahrhundert prägen und zu einer vollkommenen Umstrukturierung von Gesellschaften führen.

Ein weiteres Merkmal ist die Wissensvermittlung durch mediale Kommunikation, die in der Mediengesellschaft eine zunehmende Bedeutung gewinnt. „Schulen ans

Netz“ ist nur ein wichtiger Ansatzpunkt dazu; die Veränderungen pädagogischer Institutionen durch Medien wird viel stärker um sich greifen als wir uns dies heute vorstellen können. Dazu finden wir auch an Hochschulen, an denen mit „distance education“ ein neues Feld geschaffen wird, schon die ersten Ansatzpunkte. Die Wissensvermittlung bzw. -aneignung im Sinne von „teleteaching“ und „tele-learning“ ermöglicht allen bildungsinteressierten Menschen, sich dann weiterbilden zu können, wann sie es wollen und benötigen. Damit einher geht die Auflösung von Raum und Zeit als Determinanten von Lernen und Erfahrung: ich bin nicht mehr an bestimmte Orte des Lernens gebunden als auch nicht mehr an festgelegte Zeiten. Das Privileg pädagogischer Institutionen auf Wissensvermittlung weicht zugunsten einer Demokratisierung des Lernens auf. Prinzipiell kann jede Person auf jedem Punkt der Welt zu jederzeit alles lernen, was an Wissen zur Verfügung steht. Es ist das Komplementär zu Comenius' Anspruch „Alle alles zu lehren“ in dem die Lernenden im Vordergrund stehen und nicht mehr die Didaktik. Die neuen Medien ermöglichen auch die Schaffung von neuen Erfahrungsräumen, die vorher nicht möglich gewesen waren. Alle Medien haben dies immer schon getan: das Buch hat die Menschen erlöst von dem Interpretationsmonopol der Kleriker, die Zeitung hat ihnen politische Informationen unabhängig von der Mund-zu-Mund-Propaganda zur Verfügung gestellt; das Telefon, das Radio und das Fernsehen haben ihnen Einblick und Erfahrungen in andere Welten, Kulturen und Gesellschaften gegeben, die sie durch direkte Erfahrungen nie hätten erwerben können; das Internet und die virtuellen Realitäten – besser: erweiterte Realität – werden diesen Horizont noch weiter hinausschieben und bisher nie gekannte Erfahrungsräume eröffnen.

Ein weiteres Merkmal der Wissensgesellschaft, nämlich die Aneignung von Wissen als lebenslange Aufgabe ist zwar schon eine alte Forderung der Erwachsenenbildung, aber sie gewinnt gerade im Zeitalter der neuen Informations- und Kommunikationstechniken sowie der Auflösung des Berufs als identitätsbildendes biografisches Ereignis an besondere Bedeutung. Auch wenn die Schule immer schon den Anspruch erhoben hat, dass die Schüler und Schülerinnen für das Leben lernen würden, war dieses Leben doch als sehr vorbestimmt gesehen worden. Die neuen Ansprüche des Wirtschaftssystems in der Wissensgesellschaft verlangen aber aufgrund der sich andauernd verändernden Bedingungen einen regelmäßigen Anpassungsprozess an neue Herausforderungen. Nicht mehr die Inhalte werden entscheidend sein, sondern das Lernen zu lernen steht im Vordergrund. Als letzten Aspekte der Wissensgesellschaft möchte ich die Globalisierung von Wissen herausstellen, die an das anknüpft, was ich bisher schon aufgezeigt habe. Die neuen Medien werden das Privileg der Wissensvermittlung von lokalen Gegebenheiten – ob dies die Eltern, die Lehrer oder andere Personen gewesen sind – aufbrechen und den Lernenden ermöglichen, ihren Horizont auf das auszuweiten, was in der Welt alles an Wissen zur Verfügung steht. Der Trend zur Globalisierung geht aber gleichzeitig einher mit einer Betonung des Lokalen und Kulturellen. Nicht die von vielen geforderte Weltgesellschaft sollte dabei das Ziel sein, sondern der Respekt und die Toleranz des jeweilig Anderen und Fremden.

## Medienkompetenz

Im Zusammenhang mit den genannten Kennzeichen einer Wissensgesellschaft oder des digitalen Zeitalters wird der Begriff Medienkompetenz gebraucht, um jene Fähigkeiten und Fertigkeiten zu kennzeichnen, die Menschen benötigen, um dieser digitalen und mit Medien ausgerichteten Zukunft angemessen handeln zu können. Dieser Begriff, der nur die Perspektive der Menschen einnimmt, die mit Medien handeln, vereinseitigt jedoch – dies sei hier nur kurz angemerkt – die medienpädagogische Aufgabe der Zukunft. In vielfacher Hinsicht muss nämlich auch darauf hingewiesen werden, dass die Medien sich den Menschen anpassen sollen, also dass zu ihrer Nutzung so wenig Medienkompetenz wie möglich notwendig sein müsste. Dies trifft vor allem auf die Frage der Verantwortung, die bei den Medienproduzenten anzusiedeln ist.

Es ist schon vielfach auf die Verwendung des Begriffs Medienkompetenz eingegangen worden und Bestimmungsversuche wurden unternommen. Im Folgenden möchte ich einen Vorschlag unterbreiten, der bisherige umfasst, aber auch einige Erweiterungen bringt. Medienkompetenz kann demnach in den folgenden zentralen Dimensionen gesehen werden:

### 1. **Kognitive Dimension**

Sie bezieht sich auf Wissen, Verstehen und Analysieren im Zusammenhang mit Medien. Diese Dimension soll deutlich machen, dass Medienkompetenz als Grundlage Kenntnisse über Medien und Mediensysteme umfasst, dass die in Medien verwendeten Symbole und Codierungen verstanden und entschlüsselt sowie Medien und ihre Inhalte analytisch betrachtet werden.

### 2. **Handlungsdimension**

Mit Medien gestalten, sich ausdrücken, informieren oder auch nur experimentieren – das bestimmt die Handlungsdimension. Sie soll die Fähigkeiten bezeichnen, Medien nicht nur zu konsumieren, sondern sie zu handhaben und selbst aktiv gestalten zu können.

### 3. **Moralische Dimension**

Medien müssen auch unter ethischen Aspekten betrachtet und beurteilt werden. Dies setzt die kognitive Dimension voraus, ergänzt sie aber um eine auf allgemein geteilten Konventionen beruhende Perspektive, beispielsweise die Menschenrechte. Die moralische Dimension sollte sich nicht nur auf Medieninhalte beziehen, sondern auch auf Aspekte der Produktion von Medien (wie Umweltverträglichkeit), auf Aspekte ihrer sozialen Verträglichkeit sowie auf die Auswirkungen auf Kommunikation, Interaktion und Persönlichkeit.

### 4. **Soziale Dimension**

Die Umsetzung der kognitiven und moralischen Dimension erfolgt im Raum des sozialen und politischen Handelns. Menschen sollten befähigt werden, ihre Rechte um Medien politisch zu vertreten und soziale Auswirkungen von Medien angemessen zu thematisieren.

## 5. **Affektive Dimension**

Neben den genannten Dimensionen, die eine kritische Perspektive eröffnen, sollte nicht vergessen werden, dass Medien auch eine Unterhaltungsfunktion haben. Damit angemessen umgehen zu können, ist ein wichtiger Aspekt der Mediennutzung.

## 6. **Ästhetische Dimension**

Diese Dimension ergänzt die anderen darin, dass sie Medien als Vermittler von Ausdrucks- und Informationsmöglichkeiten sieht und dabei den kommunikationsästhetischen Aspekt betont. Medieninhalte wollen gestaltet werden und dazu benötigt man spezifische Fähigkeiten.

Diese sechs Dimensionen müssen in ihrem Zusammenhang gesehen werden und dürfen nicht einzeln dominieren. Erst wenn in allen pädagogischen Institutionen – vom Kindergarten bis zur Hochschule – die Möglichkeit besteht, Medienkompetenz zu vermitteln bzw. zu erwerben, können wir davon ausgehen, dass die heutigen Kinder und Jugendlichen in der digitalen Welt nicht die Verlierer sein werden, sondern sich in ihr selbstbestimmt und kompetent bewegen können.

Mit dieser Umschreibung von dem, was wir unter Medienkompetenz verstehen können, ist ein erster wichtiger Schritt getan. Im Folgenden soll nun aber noch aufgezeigt werden, dass Medienkompetenz nicht nur als Ziel von medienpädagogischen Bemühungen verstanden werden muss, sondern auch als eine Aufgabe anzusehen ist. Diese Aufgabe bezieht sich auf verschiedene Bereiche, die einzeln vorgestellt werden.

## **Medienkompetenz als Bildungsaufgabe**

Eine wichtige Aufgabe ist, unser Bildungssystem so zu gestalten, dass alle Menschen Zugang zu den neuen Medien haben und alle die Möglichkeit bekommen, an dem Teil zu haben, was Medienkompetenz in der Vielfältigkeit der Dimensionen umfasst, wie ich es vorgestellt habe. Das kann dadurch geschehen, dass Medien in den pädagogischen Institutionen so früh wie möglich allen Kindern bereit gestellt werden, um ihnen die Chance zu geben, mit Medien umzugehen und damit auch Medienkompetenz zu erfahren. Dabei sollte der Umgang mit den neuen Medien nicht auf das Erfahren beschränkt bleiben, sondern ist im Sinne einer Bildungsaufgabe auch als Reflexion über und mit den Medien zu verstehen.

Unterstützt wird diese Forderung durch verschiedene bildungspolitische Papiere, die Medienerziehung als Bildungsaufgabe fordern. Die Kultusministerkonferenz der Länder hat etwa 1995 mit dem „Orientierungsrahmen Medienerziehung der Schule“ ein wichtiges Dokument verabschiedet. Die Bund-Länder-Kommission ist dem gefolgt mit dem Papier „Medienpädagogik in der Schule“. Es gibt verschiedene neuere Gutachten und Programme, die deutlich machen, dass Medienerziehung als eine wichtige Aufgabe gesehen wird und das ist schon eine

Herausforderung für die Medienpädagogik, die Pädagogik insgesamt, sich damit auseinander zu setzen.

Weiterhin hat die Sichtweise, Kinder als aktive Nutzer von Medien zu sehen, zu einem wichtigen Paradigmenwechsel in der Medienpädagogik geführt, der nun auch auf die neuen Medien übertragen werden sollte und die entsprechenden Chancenpotentiale auch dort zu sehen. Und natürlich spielt auch die Einführung eines neuen Lernbegriffs, der sich an einer konstruktivistischen Lernphilosophie orientiert, eine wichtige Rolle, Medienkompetenz als Bildungsaufgabe zu verstehen.

## **Medienkompetenz als intergenerationelle Aufgabe**

Medienkompetenz als intergenerationelle Aufgabe heißt, die Medienkompetenz der Kinder und die der Erwachsenen zusammenzubringen. Es wird immer deutlicher, dass Kinder heute durch das Aufwachsen in einer Mediengesellschaft relativ medienkompetent werden. Dies führt dann häufig dazu, dass in bestimmten Bereichen Kinder mehr als wir Erwachsenen können. Man könnte sicher die These gut belegen, dass die Initiative „Schulen ans Netz“ ohne die vielfältigen Fertigkeiten und Fähigkeiten von Schülern und Schülerinnen kaum sich hätte durchführen lassen. Ob es die Installation von Programmen betrifft oder die Vernetzung von Klassenräumen, hier haben Kinder und Jugendliche im eigenen Alltag schon Kompetenzen in der Handhabung von Medien erworben, die denen vieler Erwachsener weit voraus sind. Gleiches mag auch auf bestimmte kognitive Kompetenzen auszuweiten sein, die vor allem bei der Navigation in hypermedialen Räumen notwendig sind oder bei der erfolgreichen Bewältigung von Aufgaben in Computerspielen. Die dortigen Herausforderungen liegen meist im Bereich des Denkens von mehrdimensionalen Räumen, von komplexen und mehrperspektivischen Aufgaben sowie auch im vernetzten Denken.

Wenn wir nun meinen, dass nur Kinder und Jugendliche Medienkompetenz bzw. Medienbildung benötigen, dann lassen wir diese positiven Kompetenzen außer Acht und vernachlässigen unsere eigenen Defizite. Ich will damit nicht die Medienkompetenzen der Kinder und Jugendlichen gegen die Schwächen der Erwachsenen ausspielen, sondern nur darauf aufmerksam machen, dass jede Generation im Umgang mit Medien ihre Stärken, aber auch ihre Schwächen hat. Es geht nun darum, sich dieser Stärken und Schwächen bewusst zu werden und sie gegenseitig zu ergänzen. Dies heißt nun, dass wir Erwachsenen uns von den Stärken der Kinder und Jugendlichen im Umgang mit den neuen Medien leiten lassen sollten, ohne dabei Scheu zu haben, diese Schwächen auch zuzugeben. Unsere Stärken liegen nämlich vielmehr in den schon erwähnten Dimensionen des Moralischen, des Sozialen und des Ästhetischen. Wir können der jüngeren Generation zeigen, wie man komplex Aufgaben strukturiert und methodisch geleitet angehen kann, wie man Beurteilungskriterien entwickelt oder wie man die Kraft des Schönen für Erkenntnisprozesse nutzt. In diesem Sinne sollte Medienkompetenz bzw. Medienbildung als eine intergenerationelle Aufgabe, als

eine Aufgabe über Generationen hinweg, verstanden werden, die sich am Modell des gemeinsamen Lernens orientiert. Dieser Aspekt ist deshalb nötig zu betonen, weil relativ schnell die Medienentwicklungen und die Kompetenzen ihrer Beherrschung solche Fähigkeiten verlangt, die wir als Erwachsene kaum noch entwickeln können. Nur im Zusammenspiel mit der jeweils jüngeren Generation kann es uns gelingen, die neuen Medien beherrschbar zu machen.

## **Medienkompetenz als gesellschaftliche Aufgabe**

Es wurde von mir schon erwähnt, dass die Nutzung der Medien bzw. die Vermittlung von Medienkompetenz nicht nur als eine individuelle Aufgabe verstanden werden darf, sondern als Herstellung von gesellschaftlicher Chancengleichheit im Sinne, allen Menschen den Zugang zu und den Umgang mit den neuen Medien zu ermöglichen. Schaut man sich aktuelle Statistiken an, dann wird relativ schnell deutlich, dass die Gefahr einer gesellschaftlichen oder kulturellen Kluft entsteht, die die Menschen in jene, die es verstehen mit den neuen Medien umzugehen, und jene, die dabei Probleme haben, spaltet. So haben Kinder und Jugendliche aus niederen sozialen Schichten bzw. aus ärmeren Familien kaum die notwendige Medienausstattung, um sich die notwendigen Kompetenzen im Umgang mit Medien anzueignen. Aus diesem Grund heraus erscheint als eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe, in allen Bildungseinrichtungen und auch in allen öffentlichen Einrichtungen eine entsprechende mediale Infrastruktur bereit zu stellen, um auch dieser Gruppe den Zugang zu und den Umgang mit Computer und Internet zu ermöglichen. So sollten nicht nur alle Schulen und Kindergärten über alle Schulstufen hinweg mit den entsprechenden Medien ausgestattet sein, sondern auch Bibliotheken, Kinder- und Jugendeinrichtungen und auch Altenheime. Pädagogisch gewendet verlangt dies natürlich auch auf diese Gruppe angepasste Konzepte, die den Jungen wie den Alten es ermöglicht, Erfahrungen mit den neuen Medien zu sammeln, diese zu reflektieren und so Medienkompetenz und Medienbildung zu erlangen.

## **Medienkompetenz als interkulturelle Aufgabe**

Wir dürfen aber die eben geforderte gesellschaftliche Aufgabe der Medienkompetenz nicht nur auf uns Deutsche bzw. die jeweilige Kultur beschränken, sondern wir müssen sie ausweiten auf Menschen aus anderen Kulturkreisen und Gesellschaften in unserer Gesellschaft sowie auf die Beziehung zu anderen Kulturen bzw. Gesellschaften. Innerhalb unserer Kultur meint, dass die vorliegenden Programme und Aktionen auch auf Kinder und Jugendliche – und natürlich auch auf Erwachsene – von Minderheiten in unserem Bildungssystem ausgeweitet werden müssen. Die vielfach vorfindbare Zentrierung auf deutsche Probleme und die ausschließliche Verwendung der deutschen Sprache baut eine Barriere für ausländische Mitbürger. Umgekehrt kann es natürlich auch für uns

sehr erkenntnisreich sein, von den kulturellen Errungenschaft anderer Kulturen im Umgang mit Medien zu profitieren. Diese Aufgabe hat zur Folge, dass im Bildungssystem Kinder und Jugendliche anderer Kulturen beim Erwerb von Medienkompetenz und Medienbildung gleichberechtigt wie ihre deutschen Mitschülerinnen und Mitschüler behandelt werden müssen. Nur so können wir verhindern, dass innerhalb unserer Gesellschaft neben einer sozialen Differenzierung hinsichtlich der Medienkompetenz eine kulturelle Differenzierung eintritt.

Dies ist aber nur eine Seite der Medaille. Zwar hat der Computer und das Internet in dem letzten Jahrzehnt einen grandiosen Siegeszug in der Welt gezeigt, aber bei näherer Betrachtung wird deutlich, dass dies nur auf die zentralen nördlichen Industrieländer um Nordamerika, Europa und Asien beschränkt war und ist. Afrika und Südamerika sind in dieser Hinsicht noch gar nicht erschlossen, und auch in vielen Teilen Asiens spielen die alten Medien, wie etwa Radio, Zeitung und Fernsehen noch eine bedeutsame Rolle. Die schon beschriebene gesellschaftliche Kluft kann sich relativ schnell in eine interkulturelle Kluft ausweiten. Wenn wir die Menschen in anderen Gesellschaften nicht ausbeuten wollen, indem sie von uns nur als billige Arbeitskräfte im Medienbereich gesehen werden, sondern wir ihnen Selbständigkeit und Selbstbestimmung ermöglichen wollen, dann muss es als eine wichtige pädagogische Aufgabe angesehen werden, ihnen Medienkompetenz und Medienbildung zu erwerben. Nur so lassen sich Spannungen zwischen den verschiedenen Welten abbauen, die möglicherweise mit der weltweiten Verbreitung der neuen Medien auftauchen können. Dies ist also eine eminent wichtige Aufgabe für die Medienpädagogik des 21. Jahrhunderts, die dafür nötigen Konzepten zu entwickeln und sie politisch durchzusetzen.