

Stefan Aufenanger

Medienpädagogische Projekte – Zielstellungen und Aufgaben

Medienpädagogische Projekte sollten sich nicht mit der bloßen Initiierung von Handeln und Erleben begnügen, sondern eine ganzheitliche Ausbildung von Medienkompetenz anstreben. Der Aufsatz nennt hierfür sechs Merkmale. Pädagogische Prozesse bedürfen wesentlich einer Reflexion, die das Erleben in reflektierte Erfahrung überführt. Voraussetzung hierfür ist die vorherige Formulierung und die anschließende Überprüfung pädagogischer Zielstellungen. Der pädagogische Transformationsprozeß umfaßt vier Aspekte, die in dem Beitrag thematisiert werden. Zur Verfolgung dieser Ziele ist eine medienpädagogische Kompetenz unerläßlich, d. h. fachliches Wissen, technisches Können und didaktische Fähigkeiten.

Wenn von medienpädagogischen Projekten geredet wird, dann wird oft etwas ganz Unterschiedliches darunter verstanden. Die einen machen dann ein Projekt, wenn sie etwas Praktisches leisten, das über einen begrenzten Zeitraum durchgeführt wird. Andere wollen nur dann etwas als Projekt bezeichnet wissen, wenn es etwas Modellhaftes an sich hat, also als Beispiel für andere Initiativen gelten kann. Und nicht zuletzt sprechen wir auch dann von einem Projekt, wenn Zielstellungen formuliert und diese auch auf ihre Verwirklichung hin überprüft werden.

Meine These ist, daß wir in der Medienpädagogik eine Menge Projekte der ersten Art haben, einige der zweiten und kaum solche der dritten Art. Um nicht in blinden Aktionismus zu verfallen, ist es äußerst notwendig, die beiden letzteren Formen zu stärken und zu verstärken. Der Medienpädagogik hängt – meines Erachtens zu recht – das Image an, kaum über empirische Forschungsbestände zu verfügen. Zwar gibt es in den letzten Jahren eine bedeutende Förderung medienpädagogischer Forschungsprojekte durch die Landesmedienanstalten, aber ein großer Teil dieser Projekte ist doch mehr an Themen der Medienwissenschaften oder der Rezeptionsforschung orientiert als an medienpädagogischen Fragen. Aus den dort anfallenden Forschungsergebnissen werden zwar häufig medienpädagogische Folgerungen gezogen, diese sind aber nicht immer schlüssig daraus ableitbar. Was in der Medienpädagogik fehlt, sind jedoch Evaluationsstudien, die die Frage des angemessenen medienpädagogischen Handelns überprüfen. Aus diesem Grund erscheint es notwendig, sich der Zielstellungen und Aufgaben medienpädagogischer Projekte zu vergewissern.

Ganz allgemein möchte ich im folgenden einige Aspekte von medienpädagogischen Projekten hervorheben, die auf alle drei der genannten Formen anwendbar sind. Da es sich in dem vorliegenden Band überwiegend um Praxisprojekte handelt, sollen entsprechende Anforderungen auf diese spezifisch zugeschnitten werden. Natürlich sind die Praxisfelder in der Medienpädagogik so unterschiedlich, daß eigentlich kaum Verallgemeinerungen möglich sind. Trotzdem will ich versuchen, einige Eckpunkte aufzuzeigen. Damit ist jedoch keine Kritik an den bisher durchgeführten medienpädagogischen Projekten gemeint, da die Bedingungen der Praxis es nicht immer ermöglichen, alle Kriterien zu erfüllen. Sie sollten aber als Richt- oder Leitlinien dienen, denen zu folgen sich lohnen würde, um den Projekten ein besonderes Gewicht zu geben.

Ein erster wichtiger Punkt ist natürlich die Zielstellung. Warum wird das Projekt durchgeführt, welche Ziele werden damit verfolgt? Was möchte man erreichen? Dabei halte ich es für wichtig, das medienpädagogisch Besondere herauszustellen. Es sollte also möglich sein, zu begründen, warum das angestrebte Ziel mit Medien verbunden ist. Vielfach lassen sich die Ziele, oder das, was nachträglich als Ziel bezeichnet wird, auch durch andere methodische Ansätze erreichen. Wenn es etwa darum geht, kooperatives Denken zu fördern, sind Medienprojekte sehr gut geeignet, aber auch andere pädagogische Methoden können dieses Ziel erfolgreich verfolgen. Also erscheint es wichtig, den spezifischen Beitrag der Medien bzw. die Rolle von Medien in dem geplanten Projekt besonders herauszustellen.

Bei der Formulierung der Zielstellung sollten allgemeine und konkrete Ziele voneinander unterschieden werden. Allgemeine Ziele können in bezug auf den Begriff der Medienkompetenz oder einer medienpädagogischen Kompetenz bestimmt werden. Zwar mögen beide Begriffe momentan besonders modisch erscheinen, aber sie bündeln doch das, was in den letzten Jahrzehnten als Kernpunkte medienpädagogischen Handelns herausgestellt worden ist. Medienkompetenz als dasjenige zu bezeichnen, worauf Medienerziehung zielt, hilft, der angesprochenen Zielstellung von medienpädagogischen Projekten mehr Aufmerksamkeit zu widmen. Dabei können die unterschiedlichen Dimensionen, die meines Erachtens Medienkompetenz bestimmen, zur Zielfindung sowie zur Differenzierung der Ziele hilfreich sein. Ich halte folgende Dimensionen für bedeutsam für das, was **Medienkompetenz** darstellen könnte:

- Eine **kognitive Dimension**, die sich u. a. auf das Wissen über und mit Medien sowie auf das Verstehen von Medien und ihrer Codierungen und Symbolik bezieht.
- Eine **moralische Dimension**, die u. a. die Aspekte des verantwortungsvollen Umgangs mit Medien, Probleme einer Medienethik sowie medienanthropologische Fragen thematisiert.
- Eine **soziale Dimension**, die u. a. Themen der Veränderungen sozialer Interaktion und Kommunikation durch und mit Medien sowie die politischen Aspekte von Mediensystemen aufgreift.
- Eine **affektive Dimension**, die u. a. den Erlebnisaspekt von und mit Medien als eine bisher vernachlässigte Komponente der Medienerziehung herausstellt.
- Eine **ästhetische Dimension**, die u. a. den Wahrnehmungs- sowie kommunikationskulturellen Aspekt in der Medienpädagogik betont.
- Eine **Handlungsdimension**, die zum kompetenten und qualifizierten Umgang mit allen Arten von Medien befähigt.

In medienpädagogischen Projekten ist es nicht notwendig, alle Dimensionen einer Medienkompetenz gleichzeitig zu thematisieren – im Gegenteil: Oft erscheint es sinnvoll, den Schwerpunkt auf nur eine Dimension zu legen. Die Übersicht soll aber auch deutlich machen, daß Variationen in der Zielstellung notwendig sind. Zu häufig wird sich über mehrere Projekte hinweg auf nur eine Dimension – etwa die Handlungsdimension – beschränkt und damit eine ganzheitliche Ausbildung von Medienkompetenz vernachlässigt.

Neben der Medienkompetenz sollte auch von einer **medienpädagogischen Kompetenz** gesprochen werden, die sich auf die Fähigkeit bezieht, Medienkompetenz unter pädagogischen Aspekten angemessen vermitteln zu können. Fast alle im medienpädagogischen Bereich Tätigen müssen nämlich nicht nur selbst in einem gewissen Umfang medienkompetent sein, sondern auch die Qualifikation haben, ihr Klientel – dies können Kinder, Jugendliche oder Erwachsene wie auch spezifische Zielgruppen wie Erzieherinnen oder Lehrpersonen sein – medienkompetent zu machen. Hierbei sind Kenntnisse von Mediendidaktik, von Didaktik im allgemeinen und im besonderen sowie auch hochschuldidaktische Kenntnisse vonnöten. Und natürlich bilden Kenntnisse von medienpädagogischen Konzepten eine unabdingbare Voraussetzung für medienpädagogische Kompetenz.

Medienpädagogische Kompetenz ist im übrigen ein Aspekt, der bisher auch von der Medienpädagogik stark vernachlässigt worden ist. Wir reden sehr häufig darüber, was unsere Klientel alles können müßte – also über Medienkompetenz –, aber sehr wenig darüber, wie unsere eigenen Fähigkeiten dazu aussehen sollten, um diese angemessen vermitteln zu können. In diesem Sinne stellt die medienpädagogische Kompetenz eine unabdingbare Ergänzung zur Medienkompetenz dar, denn ohne sie lassen sich die

meisten Ziele nicht erreichen. Auch unter dem Aspekt der Professionalisierung medienpädagogischen Handelns wird es in der Zukunft darauf ankommen, unsere pädagogischen und didaktischen Kompetenzen in bezug auf Medienkompetenz stärker herauszustellen.

Für eine medienpädagogische Kompetenz halte ich folgende Aspekte für besonders notwendig, wobei ich mich auf die Grundlagen von Professionalisierungstheorien beziehen möchte, nach denen das Wissen und das Können zentrale Bedingungen professionalisierten Handelns darstellen.

● **Medienkompetenz:**

Medienpädagog/innen sollten selbst ein gewisses Maß an Medienkompetenz besitzen, wie ich es oben schon erläutert habe.

● **Wissen um pädagogische/didaktische Konzepte:**

Unter dem Professionalisierungsaspekt der Medienpädagogik erscheint es wichtig, Medienkompetenz nicht nur ‚aus dem Bauch heraus‘ oder intuitiv gut zu vermitteln, sondern entsprechende anerkannte Konzepte kennen und anwenden zu können.

● **Wissen um die Medienwelten von Kindern und Jugendlichen:**

Medienpädagog/innen sollten einen Zugang zur Medienwelt ihrer Klientel haben, um angemessen auf ihre Sichtweisen, ihre handlungsleitenden Themen sowie auf ihre Umgangsformen mit Medien eingehen zu können. Nur mit Hilfe dieses Wissens kann ich mich auf sie einlassen und ihre Perspektive einnehmen.

● **Sensibilität für Medienthemen und Medienerlebnisse:**

Das Eingehen darauf, welche Bedeutung Medien für die Beziehung von Menschen untereinander sowie zu ihrer sozialen Umwelt haben, ist eine unabdingbare Voraussetzung dafür, Medienerziehung nicht nach einem Gießkannenprinzip, sondern fallbezogen zu betreiben. Sensibel sein heißt für mich, offen für die Intentionen sein, die mit Medien, Mediengeschichten und -figuren zum Ausdruck gebracht werden sollen.

● **Medienpädagogisches Handeln (Können):**

All das bisher Genannte nützt recht wenig, wenn es nur aus einer abstrakten bzw. theoretischen Perspektive behandelt wird. In der Ausbildung von Medienpädagog/innen muß das Können neben dem Wissen stärker betont werden. Eine medienpädagogische Kompetenz sollte deshalb in einem bestimmten Praxisbezug vermittelt werden, z. B. in Form von betreuten Praktika bzw. Hospitationen. Als besonders sinnvoll muß hier ergänzend die medienpädagogische Kasuistik gesehen werden, eine Ausbildungsform, in der praktische Fälle analysiert und besprochen werden, um Handlungsoptionen für eine angemessene Lösung des jeweiligen Falls zu finden.

Neben der eben angeführten Zielsetzung geht es bei medienpädagogischen Projekten natürlich auch um methodische Fragen, also um Fragen der Vermittlung bzw. – wie

ich es etwas präziser nennen möchte – der Transformation von Einstellungen, Meinungen oder Verhaltensweisen. Diese Transformationen sind auf einer anderen Ebene als die Zielstellung der Medienkompetenz bzw. einer medienpädagogischen Kompetenz angesiedelt.

Medienpädagogische Projekte sollten folgende Aspekte miteinander verbinden:

- Passivität und Aktivität
- Handeln und Denken
- Erleben und Erfahren
- Information und Wissen

Mit Verbinden meine ich, daß eine jeweilige Transformation von einem zum anderen erfolgen sollte, also zum Beispiel, daß Passivität in Aktivität, Handeln in Denken, Erleben in Erfahren und Information in Wissen transformiert wird. Erst wenn diese Transformationsleistungen vollbracht werden, ist ein Projekt medienpädagogisch relevant. Warum? Wenn wir wollen, daß (medien-)pädagogisches Handeln mehr ist als Animation, wenn es mehr sein soll als bloßes Tun und Unterrichten, dann müssen wir das Besondere daran festlegen.

Mit den vier genannten Polaritäten sind auch jene Aspekte angesprochen, die die beschriebenen Dimensionen einer Medienkompetenz bilden. In der Transformation vom Handeln in das Denken wird die Handlungsdimension von Kompetenzen angesprochen, in der Transformation von der Passivität in die Aktivität die soziale Dimension, in der Transformation vom Erleben in das Erfahren die affektive Dimension und in der Transformation der Information in das Wissen die kognitive Dimension.

Entscheidend für alle vier Transformationen ist, daß sie auch einen reflexiven Charakter in sich tragen, der meines Erachtens genau das pädagogische Moment von Projekten ausmacht. Im folgenden sollen die vier Transformationen näher erläutert werden.

Ein erster Aspekt ist jener der Transformation von Passivität zu Aktivität. Die häufig vorfindbare passive Einstellung zu Medien, die den Alltag prägt, soll in eine aktive verändert werden. Oder auch anders ausgedrückt: Von der Konsumtion zur Produktion führt der Weg. Mit Medien handeln, sie selbst gestalten, kreativ werden und sich mit ihrer Hilfe ausdrücken – das sind allesamt Ansätze, die die Praxis der Medienerziehung schon lange bestimmen und die auch ausreichend praktiziert werden; diese Aspekte sind zur Selbstverständlichkeit medienpädagogischer Projekte geworden. Genau aber diese Selbstverständlichkeit verengt manchmal den Blick dafür, in welchen anderen Bereichen eine Aktivierung auch sinnvoll sein kann. Aktivierung sollte deshalb nicht nur gleichgesetzt werden mit ‚etwas tun‘, sondern auch auf alle oben genannten Dimensionen von Medienkompetenz sowie medienpädagogischer Kompetenz hin bedacht werden.

Im Hintergrund der meisten Projekte steht eine Handlungsorientierung, die häufig mit der entsprechenden

‚handlungsorientierten Medienpädagogik‘ begründet wird. Die Zielgruppe soll lernen, mit Medien umzugehen, sich mit Medien auszudrücken oder mit Medien etwas darzustellen. Der gesamte Aspekt der kreativen bzw. aktiven Medienarbeit wird hier repräsentiert. Dies ist meines Erachtens jedoch nicht ausreichend, um ein Projekt als „medienpädagogisch“ zu klassifizieren. Zwar wird häufig der berühmte Satz des amerikanischen Philosophen John Dewey hierzu zitiert, der vom ‚learning by doing‘ gesprochen hat, jedoch ist dies nur die eine Seite der Medaille. Zu jedem Handlungsaspekt sollte der Reflexionsaspekt hinzutreten, wenn das Projekt einen (medien-)pädagogischen Anspruch erheben möchte. Im Reflektieren über das Handeln werden Prinzipien der Handlung deutlich, und zwar das Methodische und das Systematische. Es muß das zugänglich gemacht werden, was das Projekt als Zielstellung angestrebt hat, und erkennbar werden, wie dies durch das Handeln und das Nachdenken darüber erreicht worden ist.

Viele Projekte zielen auch auf eine erlebnisorientierte Medienerziehung ab, in der es u. a. darum geht, den affektiven Aspekt des Medienumgangs zu betonen. Dazu gehören etwa das Sicheinlassen auf Mediengeschichten, das Genießen beim Medienkonsum oder die Auseinandersetzung mit der emotionalen Bedeutung von Medien für die eigene Befindlichkeit.

Nur das Bereitstellen solcher Möglichkeiten ist jedoch zu wenig, ist nur Erleben und keine Pädagogik. Was das Ganze pädagogisch relevant macht, ist meines Erachtens die Transformation dieses Erlebens in Erfahrungen. Letztere stellen Erlebnisse dar, auf die man reflektierend zurückblickt und dadurch einen neuen Erkenntnisstand erreicht hat. Erst Erfahrungen ermöglichen es, angemessen und kompetent in der Praxis zu handeln.

Ein letzter Aspekt, der nicht bei allen, aber doch bei vielen Projekten zum Tragen kommt, ist die Transformation von Information in Wissen. Gerade die Neuen Medien, denen in der Informationsgesellschaft eine zentrale pädagogische Rolle zugeschrieben wird, handeln mit Informationen, die an sich nicht besonders wertvoll sind. Erst wenn Informationen einen Sinn bekommen, wenn also ihre Relevanz, ihre Situiertheit bzw. ihr Kontextbezug deutlich gemacht wird, werden sie zu Wissen transformiert. Dieser Aspekt kann zum Beispiel dann bedeutsam werden, wenn in Projekten über den technischen Aspekt von Medien gesprochen wird, über Mediensysteme, also etwa über den Zusammenhang von privaten Fernsehsendern und Zeitungsverlagen, oder, in bezug auf das Internet, darüber, wie die entsprechend gesuchten Informationen zu selektieren und zu bewerten sind.

Natürlich ist es nicht notwendig, daß immer alle Aspekte in einem Projekt auftauchen und vollständig berücksichtigt werden. Aber schon in der Planung sollte darauf eingegangen werden, was man mit einem Projekt erreichen will, ob die Zielstellung einem pädagogischen bzw. medienpädagogischen Anspruch genügt und ob die notwendigen Distanzierungsleistungen, die in den angesprochenen Trans-

formationen enthalten sind, auch irgendwo zum Ausdruck kommen.

Mit den von mir angesprochenen Aspekten für medienpädagogische Projekte ist sicher ein sehr anspruchsvolles und für manche Praktiker auch ein zu abstraktes oder theoretisches Programm entworfen worden. Ich hatte eingangs ja die Probleme von medienpädagogischen Projekten aufgeführt und deutlich gemacht, daß es für das Ansehen der Medienpädagogik notwendig erscheint, ihre Grundlagen und Vorgehensweisen sowie Zielstellung stärker zu bestimmen und auch herauszustellen. Ich verstehe meine Überlegungen nicht als Kriterienkatalog, der nun zur Bewertung von Projekten in der Praxis der Medienerziehung herangezogen werden sollte. Vielmehr sollen die Aspekte einen Reflexionsprozeß in der Medienpädagogik in Gang setzen, der darauf abzielt, bewußter, als dies meines Erachtens bisher geschehen ist, eine Praxis zu betreiben, die sich theoretisch begründet.