

**Stefan Aufenanger**

## **Politische Bildung und Medienkompetenz**

### **Gesellschaftlicher Umbruch: Wissensgesellschaft**

Ausgangspunkt für die folgenden Überlegungen, wie das Verhältnis von politischer Bildung und Medienkompetenz aussehen könnte soll die Frage sein, auf welche Gesellschaft bzw. auf welchen Menschen hin wir in einer von Medien geprägten Welt wir von politischer überhaupt reden können. Als Leitlinie bzw. Etikett wird in den letzten Jahren der Begriff der Informations- oder Mediengesellschaft verwendet, um diese stark von Medien beeinflussten Welt zu kennzeichnen. Auch spricht man gerne von einer Wissensgesellschaft, in der wir eigentlich schon leben würden. Verschiedene Kriterien lassen einem 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 Jahren 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 Gesellschaften 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 (1995), 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. Auf diese Entwicklung hatte auch schon der amerikanische Soziologen Daniel Bell (1985) aufmerksam gemacht. Bell analysierte die westlichen Industriegesellschaften, um von deren Entwicklung den Übergang in eine nachindustrielle Gesellschaft zu prognostizieren. Diese ist durch das Aufkommen einer "intellektuellen

Technologie" geprägt. Unter dieser Technologie versteht Daniel Bell die Ersetzung intuitiver Urteile durch die algorithmische Struktur von Computerprogrammen (d.h. der Vorgabe von Regeln zur Lösung von Problemen). Neben dieser technologischen Komponente ist die nachindustrielle Gesellschaft aber auch noch durch andere Merkmale bestimmt: im wirtschaftlichen Sektor durch den Übergang von einer güterproduzierenden zu einer Dienstleistungswirtschaft; es finden sich vorrangig professionalisierte und technisch qualifizierte Berufe; im Zentrum dieser Gesellschaft steht theoretisches Wissen als Quelle von Erneuerungen und als Ausgangspunkt der gesellschaftlich-politischen Programmatik; und es ist eine Orientierung an der Zukunft durch technischen Fortschritt und der Bewertung der Technologie auszumachen. Hierzu zählen Komponenten der Entscheidungsbildung durch die Schaffung der neuen "intellektuellen Technologie" als weiteres Merkmal der nachindustriellen Gesellschaft. Bell hat diese Entwicklung exemplarisch an einige amerikanische Konzerne zu veranschaulichen versucht, die die jeweiligen Epochen des 20. Jahrhundert dominiert haben.

So ist er davon ausgegangen, dass das erste Drittel des 20. Jahrhunderts durch U.S. Steel - im Deutschen zu vergleichen mit Krupp -, das zweite Drittel durch General Motors - wir würden zum Vergleich VW heranziehen - und das letzte Drittel durch IBM - hier gibt es schon nichts Vergleichbares mehr, da es sich um einer der ersten multinationalen Konzerne handelt - gekennzeichnet ist. Die neueren Technologien haben jedoch eine Entwicklung hinzugefügt, die qualitativ einen neuen Aspekt einbringt. In Erweiterung der Bellschen Typisierung von Industrien lässt sich die Medienindustrie mit ihren Namen wie SONY, Bertelsmann oder Microsoft für den Übergang in das 21. Jahrhundert nennen.

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 ‚telelearning‘ 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 jeden 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 Gesellschaft 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.

## **Tendenzen der Medienentwicklung**

Ich will im Folgenden einige allgemeine Tendenzen der Medienentwicklung aufzeigen und mit einigen ausgewählten Beispielen versehen. Die meisten Prognosen über technologische Entwicklungen beruhen auf Spekulationen und treffen nicht immer ein bzw. manche Entwicklungen werden nicht vorhergesagt, wie etwa das Internet. Neben den Medienentwicklungen müssen natürlich auch die anderen technologischen Entwicklungen gesehen werden, wie etwa die Verschmelzung von Mensch und Maschine in Form von sogenannten Cyborgs, den kybernetischen Organismen. Sie dürften einen viel gravierenden Einfluss auf unser Leben und auf das, was wir das Menschsein nennen, haben als wir uns heute denken können.

Nun zu den Medienentwicklungen, die ich an vier Aspekten deutlich machen will: Mobilität, Miniaturisierung und Digitalisierung, Integration und Globalisierung sowie Kommerzialisierung.

Die Zukunft wird durch eine immer mehr um sich greifende Mobilität gekennzeichnet werden. Wenn wir die Menschheitsgeschichte durchgehen, dann war dies immer eine Ausweitung der Dimensionen: zuerst wurde durch das Erkennen des Fremden und des Abstrakten eine geistige Mobilität erreicht, die die engen Grenzen des Bezugs auf sich selbst bzw. der eigenen Lebenswelt sowie das nur an das Konkrete gerichtete Denken gesprengt hat. Mit der Erkundung der Welt wurde eine räumliche Mobilität erreicht, die die Beschränkung auf den lokalen Lebensraum aufhob. Mit den aufkommenden technischen Kommunikationsmitteln wie etwa Buchdruck, Zeitung, Telefon, Radio und Fernsehen entstand eine kommunikative Mobilität, die sich in aktueller Form im drahtlosen Telefon, dem Handy, ausdrückt. Damit haben wir die Auflösung von Raum und Zeit erreicht, indem wir nämlich unabhängig von örtlichen und zeitlichen Gegebenheiten der Kommunikation geworden sind. Die Zukunft wird uns – so meine These – durch die sogenannte virtuelle Realität oder dem Cyberspace die Mobilität der Lebenswelt ermöglichen. Das heißt, wir sind dann nicht mehr von konkreten Orten unserer Lebenswelt abhängig, sondern wir können sie überall hin mitnehmen, sie überall dort einrichten, wo wir gerade sind, da sie eine konstruierte Lebenswelt ist. Das virtuelle Büro ist der erste Schritt in diese Richtung. Konkret lässt sich dazu denken, dass überall wo wir sind die Möglichkeit besteht, uns in ein Netz einzuklinken, welches uns den Zugang zu all unseren eigenen Daten als auch zu allen anderen Daten, die wir zum Arbeiten und zum Leben benötigen, zur Verfügung stellen. Wenn ich etwa irgendwo auf der Welt Freunde besuche oder in ein Hotelzimmer eintrete, werden für mich jene Bedingungen geschaffen, wie ich sie auch zu Hause vorfinde: die Kaffeemaschine bereitet meinen Lieblingskaffee vor, die audiovisuellen Informationsdienste – wer spricht dann noch vom Fernsehen! – liefern mir meine Lieblingssendungen und alle Nachrichten – ob mails oder Anrufe – werden automatisch an diesen Ort weitergeleitet und nach meinen Bedingungen natürlich auch gefiltert.

Im Zusammenhang mit der zunehmenden Mobilität werden wir es im Medienbereich auch mit einer fortschreitenden Miniaturisierung von Medien zu tun haben, die auf der Umstellung von analogen zu digitalen Kommunikationsformen beruht, wie sie der Computer mit seiner binären Logik schon pflegt. Walkmans, MD-Spieler und MP3-Player ermöglichen uns überall unsere Musik mit hinzunehmen. Kleine Computer und Organizer machen uns unabhängig von den großen Schreibtischgeräten. Die Digitalisierung verhindert Qualitätsverluste und gibt die Möglichkeit der problemlosen und verlustfreien Bearbeitung. Die Zukunft wird in einem ersten Schritt zu sogenannten ‚wearables‘, den am Körper tragbaren Computer gehen. Diese werden uns in allen Bereichen des Alltags begleiten und jederzeit zur Verfügung stehen. Sie ermöglichen eine Kommunikation von jedem Ort zu jeder Zeit mit jeder Person. Damit zusammenhängend wird auch alles ‚wireless‘, also drahtlos übertragen. Auch diese Entwicklung der mobilen Übertragung von Informationen ebnet den Weg für eine Unabhängigkeit von räumlichen Gegebenheiten. Netzwerke werden demnach nur noch virtuelle Netzwerke in dem Sinne sein, dass sie nicht an konkrete Netze gebunden sind, sondern sich überall mit allen Geräten bilden können. Ein vielleicht

auf den ersten Blicks absurdes, aber doch ganz witziges Beispiel dafür hat Neil Gershenfield vom schon erwähnten MediaLab des M.I.T. mit seinen ‚Dinge, die denken‘ entwickelt. So geht Gershenfield (1999) davon aus, dass wir in unseren Schuhsohlen beim Laufen ja andauernd Energie produzieren und diese sich doch gut für den Betrieb von Kleinstcomputern nutzen ließe. Ein solcher Computer könnte dann über unsere Haut als elektrischer Leiter entweder mit anderen Menschen, denen wir bei der Begrüßung die Hand geben, wie Visitenkarten Daten austauschen, oder wir könnten etwa, wenn wir einen Lernraum verlassen einfach eine Fläche an der Tür kurz berühren und alle Informationen, die wir benötigen, werden auf unseren Computer im Schuh für den Heimweg übertragen.

Die Miniaturisierung und Digitalisierung der Medien ermöglicht auch eine Integration verschiedener Geräte bzw. Medien. Das, was wir auf einer inhaltlichen Ebene mit Multimedia meinen wird sich auf der Ebene von Hardware fortsetzen. Die besten Beispiele dazu finden wird schon bei den Ansätzen zur Verschmelzung von Computer und Fernsehen. Dies wird noch weiter Voranschreiten mit der faktischen Integration fast aller Medien, die auf jeder Plattform laufen, d.h. dass etwa im Internet, welches dann nur noch drahtlos übertragen wird, alle medialen Formen der Information, Unterhaltung und Bildung erreichbar sind. Damit werden die Netze und die Multimedialität die Zukunft der Medien abbilden und das Fernsehen als reines Ein-Weg-Kommunikationsmedium, welches zur Passivität verführt, ablösen. Einher geht diese Integration mit einer Globalisierung von Medieninhalten in dem Sinne, dass fast alle Medieninhalte, die irgendwo auf der Welt produziert und verteilt werden, überall erhältlich sind. Globalisierung bezieht sich aber auch auf die Mediensysteme selbst, die multinationaler und weniger spezifisch werden. Die schon vorhandenen Verflechtungen großer Medienkonzerne, die sich nicht mehr nur auf einen Bereich beschränken, sondern alle Medien – egal ob das traditionelle Fernsehen, das Telefon oder das Internet – umfassen, werden immer mehr erweitert. Gleichzeitig bietet aber diese Globalisierung von Mediensystemen auch die Möglichkeit für viele andere Unternehmen, die bisher nur lokal oder in bestimmten Gesellschaften vertreten waren, nun auch überall auftreten zu können.

Nicht zu letzt dürfte die Kommerzialisierung der Medien und Mediensysteme eine wichtiger Trend der Zukunft sein, der zwar das nur fortsetzt, was heute schon vorhanden ist, aber dann auch alle Bereiche erfassen wird. Die Diskussionen um die Kommerzialisierung des Internets macht die Problemlage schon deutlich: wo muss man in Zukunft für was alles bezahlen? Aber dies dürfte eher der harmlose Bereich sein. Kommerzialisierung wird sich vor allem auf die Verbindung der Medieninhalte mit Werbung beziehen. So dürfte es kein Problem sein, bei einem Kinofilm, der etwa im Fernsehen gezeigt wird, mit einem Cursor auf ein Kleidungsstück der Hauptfigur zu zeigen und dann den Preis und die Firma genannt zu bekommen. Außerdem kann man sich gleich am Bildschirm zeigen lassen, wie einem das Kleidungsstück stehen wird. Mit diesem Kontakt werden natürlich gleichzeitig auch Daten über mich als Nutzer gesammelt, die gespeichert und bei meiner nächsten Mediennutzung entspre-

chend verwertet werden. So ließe sich etwa meine Vorliebe für bestimmte Jacketts mit ausgewählten Farben so nutzen, dass ein Darsteller in dem nächsten Film, der ich mir anschau, genau ein solches Modell trägt und mein Interesse wecken könnte. Es wird – so die Vermutung – kaum noch Bereiche des Lebens geben, die nicht von kommerziellen Interessen erfasst werden.

Diese hier von mir nur exemplarisch aufgezählten Trends sollen deutlich machen, dass das, was ich zuvor bei der Bestimmung der Wissensgesellschaft als deren Kriterien aufgezählt habe, durch diese Trends mitbestimmt werden wird. Die Veränderungen im pädagogischen Bereich lassen sich ähnlich beschreiben wie die Technikentwicklung zuvor. Der Aspekt der Mobilität macht deutlich, dass Lernorte nicht mehr konkrete Orte sein müssen, sondern auch virtuell zu verstehen sind. Dabei wird die Miniaturisierung der Medien helfen, die diese Orte uns von überall erreichen lassen, da wir überall auch unsere Computer mitnehmen können oder haben werden. Vernetzung und drahtlose Übertragungen werden überhaupt im pädagogischen Bereich kaum noch Grenzen setzen, wann wir was wie lernen bzw. uns Informationen oder Wissen beschaffen wollen. Die Digitalisierung wird auch den Gebrauch von einigen ‚alten‘ Medien verändern: die E-Books, also elektronische Bücher, die man über das Internet aufladen kann, ermöglichen nicht nur den schnellen Zugang zum Wissen, sondern im Zusammenhang mit der Integration verschiedener Medien auch die Nutzung von Texten mit Bildern, Animationen, Tönen und Video. Aber auch die Kommerzialisierung kann und wird wahrscheinlich den pädagogischen Bereich erfassen: Bildung wird zur Ware werden.

### **Medienpädagogik und Medienkompetenz als Bildungsaufgabe**

Nur wenn Erziehung und Bildung auf diese Herausforderungen ausgerichtet sind, können wir einiger Maßen beruhigt in die Zukunft sehen. Damit gewinnt auch der Bildungsbegriff wieder an Bedeutung, der nun auf die durch Medien geprägte Wissensgesellschaft hin ausgerichtet sein sollte. Zuerst sollte Bildung und Erziehung jedem Gesellschaftsmitglied Autonomie und Kompetenz in einer durch Medien geprägten Gesellschaft ermöglichen. Selbstbestimmtes und kompetentes Handeln werden die wesentlichen Bedingungen für eine konstruktive Auseinandersetzung mit den medientechnologischen Herausforderungen der Zukunft sein. Damit diese aber auch kritisch begleitet werden können, muss die Möglichkeit zur reflexiven Stellungnahme zu den gesellschaftlichen Entwicklungen als auch zu sich selbst hervorgebracht werden. Nur wenn wir immer wieder die Gesellschaft als Ganzes betrachtet und fragen, ob auch alle die Potenziale der Medienentwicklungen nutzen können und ob sich nicht soziale Benachteiligungen und Veränderungen ergeben, können wir mit einem ruhigem Gewissen uns auf das Abenteuer der Zukunft einlassen. Gleiches gilt auch in der Beziehung zu uns selbst: dass wir die Fragen nach unserem Selbst und unserer Identität auch im Medienzeitalter unabhängig von Medien stellen können, dass wir selbst bestimmen können, wer wir sein und wohin wir gehen wollen. Die

Bedingungen dafür bereit zustellen muss die Aufgabe von Erziehung und Bildung sein.

Was lässt sich aber unter Medienkompetenz verstehen?

Zuerst möchte ich feststellen, dass Medienkompetenz eine allgemeine Fähigkeit beschreiben soll, die prinzipiell auf alle Medien bezogen ist; sie dürfte damit über grundlegende Fähigkeiten bestimmbar sein, in einer durch Medien geprägten Welt sich zurechtzufinden und zu handeln. Damit ist gemeint, dass Medienkompetenz nicht einseitig nur auf die Neuen Medien bezogen sein sollte, sondern auch die alten Medien einbezieht. Auch im Zeitalter der symbolischen Visualisierung, wie wir es in Multimedia-Anwendungen etwa finden, ist die Fähigkeit zum Lesen und zum Schreiben immer noch grundlegend für das Verständnis und die Produktion von neuen Medien. Dazu gehört u.a. auch eine Fähigkeit, Symbole und Codes entschlüsseln zu können. Sie könnte als eine Art 'hermeneutische' bzw. sinnverstehende Kompetenz verstanden werden.

Darüber hinaus müssen aber auch medienspezifische Faktoren bestimmt werden, die für die Beherrschung konkreter Medien notwendig sind. Die Navigation etwa in einem Hypertext, der durch einen nicht-linearen Aufbau gekennzeichnet ist, verlangt ein Denken in vernetzten Zusammenhängen. Für das Verständnis von Musikvideos sind Kenntnisse über die Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen notwendig. Auch die Handhabung von Medien gestaltet sich unterschiedlich und will je auf das konkrete Medium bezogen gelernt sein.

Außerdem muss Medienkompetenz altersspezifisch differenziert werden, was heißt, dass die Medienkompetenz eines Vorschulkindes anderes auszusehen hat als die eines Erwachsenen. Hier dürften Erkenntnisse aus dem Bereich der Entwicklungspsychologie hilfreich sein, die angeben, in welchem Alter man was verstehen kann und wie die Voraussetzungen zur Gestaltung von Medien sich altersmäßig ausdifferenzieren. Dabei sollte auch der bisher arg vernachlässigte Bereich der Erwachsenenbildung Berücksichtigung finden, denn gerade die im gesellschaftlichen und politischen Raum stehenden Verantwortlichen haben in ihrer Biographie gravierende Veränderungen in der Medienlandschaft erfahren müssen, die neue Medienkompetenzen verlangten.

Nicht zu letzt müssen wir davon ausgehen, dass die damit gemeinte Fähigkeit zukunfts offen verstanden werden muss, d.h. Gegenwart und Zukunft einzuschließen hat. Genau letzteres macht eine nähere Bestimmung aber schwierig, da wir nicht wissen, welche Medienkompetenz zum Handeln in einer noch stärker durch Medien geprägt Welt etwa in der Mitte des nächsten Jahrhunderts auszusehen hat. Hierin liegt aber eine wichtige Herausforderung für die Medienpädagogik, nämlich sich mit den grundlegenden Veränderungen der Informationsgesellschaft auseinander zusetzen und zu fragen, welche Basisfähigkeiten notwendig sind, um auch zukünftig handlungsfähig zu bleiben. Unter pädagogischen Aspekten stellt sich außerdem die

Frage, wie wir heute unsere Kinder erziehen, die selber Kinder haben werden, die bis ins 22. Jahrhundert hinein handlungskompetent bleiben müssen.

Es sei unterstrichen, dass der Begriff 'Medienkompetenz' nur die Perspektive der Menschen einnimmt, die mit Medien handeln. In vielfacher Hinsicht muss aber 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.

Eine Bestimmung von Medienkompetenz kann in den folgenden zentralen Dimensionen vorgenommen werden.

- **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.
- **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 zu gestalten zu können.
- **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.
- **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.
- **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.

- **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

### **Von der Medienkompetenz zur Medienbildung**

Das, was der Begriff der Medienkompetenz also verlangt, muss auch auf die Zukunft und auf ein unbekanntes Feld hin orientiert sein, so dass eine rein technische Sichtweise unangemessen erscheint. Aus diesem Grund wurde schon seit längerer Zeit der Begriff der Medienbildung eingeführt, der genau diese erweiterte Sichtweise deutlich machen soll. Nicht nur rein handwerkliche und kognitive Fähigkeiten im Umgang mit den neuen Medien erscheinen danach ausreichend, sondern es müssen ebenso die politischen, sozialen und kommunikativen Aspekte der Mediennutzung beachtet werden. Darüber hinaus sollte Medienbildung einen ganzheitlichen Aspekt der Persönlichkeit der Menschen darstellen. Medienbildung kann demnach eher als ein Habitus, als eine persönlichkeitsbestimmte Haltung gegenüber den neuen Medien verstanden werden, die – dies ist natürlich wichtig – Medienkompetenz beinhaltet, aber nicht mit ihr identisch ist. Medienbildung kann sich nur im Umgang mit den Medien ausbilden, bedeutet die Verschränkung von Wissen und Können. Wer medienkompetent ist, hat noch lange nicht eine Medienbildung, diese muss sich noch ausbilden. Ein weiterer wichtiger Unterschied scheint mir darin zu liegen, dass Medienkompetenz sich auf die reine Anwendung auf Medien bezieht, während Medienbildung gleichzeitig die Fähigkeit beinhaltet, sich reflexiv zu den Medien zu verhalten. Eine gelungene Medienbildung umfasst also beides: den kompetenten Umgang mit den Medien, die Reflexion über sie sowie die Fähigkeit, sich auf unbekannte Mediensituationen angemessen einstellen zu können. All dies sind wichtige Aspekte, die die momentane Diskussion um Medienkompetenz weg von einer Verengung und hin zu einer Herausforderung führen, die sich auf das gesamte Leben in biografischer als auch in sozialer Hinsicht bezieht. Medienbildung umfasst den ganzen Menschen in Bezug auf seine berufliche Karriere, sein Alltagshandeln und auf seine Position als soziales und politisches Mitglied einer Gesellschaft.

## Die Aufgabe der politischen Bildung in Bezug auf Medienkompetenz

Die bisherigen Überlegungen haben auf dem ersten Blick relativ wenig mit politischer Bildung zu tun gehabt. Erst ein genaueres Hinsehen wird deutlich machen, dass die von mir aufgezeigten Veränderungen durch Medien im Gesellschaftssystem als auch im Bildungssystem die politische Bildung tangieren. Zum einen können im Rahmen von politischen Bildungsprozessen die neuen Medien eine besondere Rolle einnehmen, in dem ihre Potentiale für Information, Wissensvermittlung, Kommunikation und Kooperation genutzt werden. Zum anderen muss politische Bildung natürlich auch auf die Fähigkeiten und Fertigkeiten von Menschen zielen, in einer durch Medien geprägten Welt sich weiterhin als politische Subjekte zu verstehen und in diesem Sinne auch aktiv zu handeln. Welche Möglichkeiten zu diesen beiden Aspekten zur Verfügung stehen soll abschließend in einigen Forderungen zusammengefasst werden.

- Politische Bildung sollte auf den demokratischen Umgang mit den neuen Medien vorbereiten. Dazu gehört vor allem das Thema „Medienkompetenz“ bzw. „Medienbildung“. Wie müssen die neuen Medien gehandhabt werden, um sie sinnvoll für die Informationssuche und den Wissenserwerb im politischen Bereich zu nutzen?
- Die neuen Medien können aber auch umgekehrt zur politischen Bildung genutzt werden, wenn man etwa die kommunikativen Möglichkeiten dieser Medien für Diskussionsforen (Chats) oder Email-Kontakte einsetzt.
- Neue Medien können aber auch zum Lernen politischer Bildungsinhalte eingesetzt werden, in dem entsprechende multimediale Lernanwendungen entwickelt werden. Dies gilt nicht nur für das Kennenlernen des politischen Systems oder in der Simulation von Wahlen, sondern auch für so wichtige Dinge wie etwa eine Medienanalyse, die auf die Entzifferung politischer Botschaften in den Medien zielt. Solche Anwendungen sollten aber den neuesten Stand mediendidaktischer Designs entsprechen.
- Politische Bildung sollte für den schulischen und außerschulischen Bereich mit den neuen Medien umfassende Informations- und Lernmöglichkeiten zur Verfügung stellen, die etwa den Bildungsservern der einzelnen Bundesländer vergleichbar sind.
- Außerdem erscheint es notwendig, die Frage der Integration neuer Medien in eine Didaktik der politischen Bildung voranzutreiben, d.h. der Frage nachzugehen, wie politische Bildung mediendidaktisch aufbereitet werden müsste.
- Nicht zu Letzt muss die politische Bildung die Medienentwicklungen und deren Folgen kritisch begleiten. Sie hat in dieser Beziehung eine wichtige Aufgabe, die sie nur in einer aktiven und konstruktiven Auseinandersetzung mit den neuen Medien angehen kann. Aus dieser Perspektive darf sie sich

nicht den Medienentwicklungen verwehren, sondern muss sie in ihre eigene Arbeit einbeziehen.

### **Literatur**

Bell, Daniel: Die nachindustrielle Gesellschaft. Frankfurt/Main 1985.

Negroponte, Nicholas: Total digital. Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation. München 1995.

Gershenfield, Neil: Wenn die Dinge denken lernen. München 1999.