

Dieter Baacke (1999)

Was ist Medienkompetenz?

Es wird vorgeschlagen, vier Dimensionen mit jeweils mehreren Unterdimensionen zu beachten, um Reichweite und Umfang des neuen Medienlernens deutlich zu machen:

1. Dimension: Medienkritik

„Kritein“ bedeutet ursprünglich „unterscheiden“ und zielt darauf, vorhandenes Wissen und Erfahrungen immer wieder reflektierend einzuholen, und dies in dreifacher Weise: Zum einen (a) hat Medienkritik eine analytische Unterdimension. Problematische gesellschaftliche Prozesse, etwa Konzentrationsbewegungen, sollten angemessen erfasst werden können. Ebenso sollte „analytisch“ das Wissen vorhanden sein, dass sich private Programme weitgehend durch Werbung finanzieren und dies ohne Zweifel Konsequenzen für Programminhalte und Programmstrukturen hat. „Analytisch“ bedeutet also, ein Hintergrundwissen zu besitzen, das Medienentwicklungen nicht kritiklos hinnimmt, sondern „unterscheidend“ anwendet, um die eigene Medienkompetenz angemessen einsetzen zu können. Die (b) reflexive Unterdimension zum anderen zielt auf den Gedanken, dass jeder Mensch sein analytisches und sonstiges Wissen auf sich selbst und sein persönliches Handeln beziehen und anwenden können muss. Wir neigen gerade im Medienbereich schnell dazu, über „die anderen“ zu reden und uns selbst außen vor zu lassen. Schon vor vielen Jahren beispielsweise verdeutlichten Untersuchungen, dass BILD-Zeitungsleser – weil das Lesen der BILD-Zeitung keinen guten Ruf hatte – angaben, es „nur zum Spaß“ oder nur „nebenbei“ zu betreiben. Anderes Beispiel: In Seminaren über Serien in Vorabendprogrammen mussten die Dozenten erfahren, dass Studierende hier eine

äußerst kritische Distanz an den Seminartag legten, obwohl sie die Sendungen privat und außerhalb ihres Studierauftrages mit Genuss und Interesse sahen. Analytische und reflexive Fähigkeit umfassen schließlich als dritte Unterdimension (c) ethisches Betroffensein, das analytisches Denken und reflexiven Rückbezug als sozialverantwortet abstimmt und definiert.

2. Dimension: Medienkunde

Hier ist das pure Wissen über heutige Medien und Mediensysteme gemeint. Dies kann in zwei Unterdimensionen ausdifferenziert werden: (a) Die informative Unterdimension umfasst klassische Wissensbestände – etwa: Was ist ein duales Rundfunksystem? Wie arbeiten Journalisten? Welche Programmgenres gibt es? Nach welchen Grundsätzen wähle ich meine Programmvorlieben aus? Wie kann ich einen Computer für meine Zwecke effektiv nutzen? (b) Die instrumentell-qualifikatorische Unterdimension meint ergänzend die Fähigkeit, die neuen Geräte auch bedienen zu können, dazu gehört etwa das Sich-Einarbeiten in die Handhabung einer Computer-Software, das Sich-Einloggen-Können in ein Netz, die Bedienung des Videorekorders und vieles mehr.

3. Dimension: Mediennutzung

Auch dieses kann in doppelter Weise ausdifferenziert werden: (a) Es gibt eine rezeptiv-anwendende Unterdimension (Programm-Nutzungskompetenz). Auch Fernsehen ist eine Tätigkeit, weil das Gesehene verarbeitet werden muss und oft in das Bildungs- und Bilderrepertoire eingeht. Nicht nur das Lesen von Texten, auch das Sehen von Filmen fordert heute Rezeptionskompetenz. Hinzu

kommt als zweite Unterdimension (b) der Bereich des auffordernden Anbietens, des interaktiven Handelns: vom Telediskurs bis zum Teleshopping oder zum Telediskurs; vom Fotografieren bis zum Erstellen eines Videofilms in der Gruppe gibt es heute eine Vielzahl von Handlungsmöglichkeiten, nicht nur rezeptiv-wahrnehmend die Welt zu erfahren, sondern auch interaktiv tätig zu sein.

4. Dimension: Mediengestaltung

Hiermit ist gemeint, dass Medien sich ständig verändern, dies aber nicht nur in technischer Hinsicht (die neuen Welten von Cyberspace), sondern auch inhaltlich, indem die Software die Möglichkeit bietet, neue Inhalte gestaltend einzubringen etc. Auch hier gibt es zwei Unterdimensionen: (a) die innovative (Veränderungen, Weiterentwicklung des Mediensys-

tems innerhalb der angelegten Logik) und (b) die kreative (Betonung ästhetischer Varianten, das Über-die-Grenzen-der-Kommunikations-routine-hinaus-Gehen, neue Gestaltungs- und Thematisierungsdimensionen). Hier kommt auch der Gedanke der Partizipationskompetenz zum Tragen: Wollen wir die so vielfach ausdifferenzierte Medienkompetenz (Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung, Mediengestaltung) nicht subjektiv-individualistisch verkürzen, müssten wir ein Gestaltungsziel auf überindividueller, eher gesellschaftlicher Ebene anvisieren, nämlich den Diskurs der Informationsgesellschaft. Ein solcher Diskurs würde alle wirtschaftlichen, technischen, sozialen, kulturellen, ethischen und ästhetischen Probleme umfassen, um so die „Medienkompetenz“ weiterzuentwickeln und integrativ auf das gesellschaftliche Leben zu beziehen.

GMK

Gesellschaft für
Medienpädagogik und Kommunikationskultur

Jürgen Lauffer/Renate Röllecke (Hrsg.)

Dieter Baacke Preis Handbuch 7



Chancen digitaler Medien für Kinder und Jugendliche

Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven

Beiträge aus Forschung und Praxis
Prämierte Medienprojekte

kopaed

Jürgen Lauffer/Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis – Handbuch 7 | Chancen digitaler Medien für Kinder und Jugendliche. Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven
Beiträge aus Forschung und Praxis | Prämierte Medienprojekte

Dieser Band wurde gefördert vom

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK)

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Körnerstraße 3
33602 Bielefeld
Tel. 0521/677 88
Fax 0521/677 27
E-Mail gmk@medienpaed.de
Web www.gmk-net.de

Redaktion

Jürgen Lauffer
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat

Tanja Kalwar

Titelillustration

kopaed

Druck

Kessler Druck+Medien, Bobingen

© kopaed 2012
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de
ISBN 978-3-86736-274-0