

**Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 17/2072**

Landesblog
% Swen Wacker
Behmweg 3
24159 Kiel

Schleswig-Holsteinischer Landtag
Bildungsausschuss
Postfach 7121
24171 Kiel

**Antwort der Landesregierung auf die große Anfrage der Fraktion der
SPD "Medienkompetenz in der Informationsgesellschaft"
Drucksache 17/861**

Kiel, den 18. März 2011

Sehr geehrte Herr Schmidt,

namens des Landesblogs danke ich dem Bildungsausschuss des Schleswig-Holsteinischen Landtages für die Einladung zur Anhörung *Antwort der Landesregierung auf die große Anfrage der Fraktion der SPD "Medienkompetenz in der Informationsgesellschaft"*.

Anliegend übersende ich Ihnen unsere Stellungnahme. Den Namen der Vertreterin bzw des Vertreters des Landesblogs auf der Anhörung am 31. März 2011 reiche ich Ihnen nach.

Mit besten Grüßen

Swen Wacker

Medienkompetenz: Stellungnahme zur Anhörung im Landtag

Über das Landesblog

Im Landesblog engagieren sich politisch interessierte Menschen – wir stammen aus den unterschiedlichsten Bereichen: Presse, Politik, Schule und berufliche Bildung. Einige von uns sind in Parteien aktiv, viele sind parteilos. Das Web 2.0 ermöglicht es uns in Form des Weblogs »landespolitische Themen zu setzen, Diskussionen zu starten und in den Medien vergessenes und untergegangenes nach oben zu schieben.« (<http://landesblog.de/was-wir-wollen/>)

Dieses Dokument ist ein Gemeinschaftswerk, entstanden auf einer kollaborativen Plattform im Web 2.0.

Zusammenfassung

Die technischen Veränderungen, vor allem die Weiterentwicklungen im Online-Bereich, werden alle gesellschaftlichen Bereiche vor Veränderungen stellen. Es geht nicht mehr darum, ob es zu Veränderungen kommen wird, sondern wie man die aus den Veränderungen entstehenden Potenziale ausschöpfen kann. Potenzial bietet dieses Web 2.0 nämlich in Hülle und Fülle, angefangen von neuen Formen der E-Partizipation in politischen Entscheidungsprozessen über das Bildungssystem mit neuen Lernmethoden bis hin zu ganz neuen Formen gesellschaftlicher Teilhabe. Um die Zukunft gestalten zu können ist allerdings auf allen gesellschaftlichen Seiten ein gewisser Grad an Medienkompetenz erforderlich. Es reicht nicht, wenn wir unseren Kindern Medienkompetenz vermitteln. Auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, auch Managerinnen und Manager, auch Politikerinnen und Politiker, auch Journalistinnen und Journalisten brauchen ein Mehr an Medienkompetenz, um Möglichkeiten und Gefahren abschätzen zu können. Ein rein theoretisches Verständnis reicht unseres Erachtens nicht aus ...

Einführung und Einordnung

Die Medienkompetenz bezogen auf Computer und Internet ist in der Vergangenheit von der Medienpädagogik eher stiefmütterlich behandelt worden. Generell hat man sich dem Thema Computer nur zögerlich und mit Vorbehalten genähert. Bezeichnend hierfür mag die Wandlung des englischen Begriffes »*personal computer*«, dem persönlichen Computer, hin zum deutschen *Personalcomputer* stehen, und dass, obwohl der Medienkompetenz eine wichtige Rolle zugesprochen wird. Sie gilt als eine notwendige Schlüsselkompetenz im Informationszeitalter. Allerdings zeigt sich auch, dass je nach Sichtweise unter Medienkompetenz ganz unterschiedliche Dinge verstanden werden können.

Medienkompetenz ist mit dem Bildungsbegriff eng verzahnt. Überraschenderweise steht aber ausgerechnet die gesellschaftliche Elite in einem ambivalentes Verhältnis zur Computertechnik. Zwar sind Computer und Internet im beruflichen wie im privaten Umfeld unverzichtbare Hilfsmittel, dieser Technik wird aber keinesfalls der Rang eines Kulturgutes vergleichbar zum Buch beigemessen. Stattdessen ist es durchaus üblich, mit der eigenen IT-Ablehnung zu kokettieren: »*Sie selbst habe mehr Spaß an klassischen Brettspielen, erzählte die SPD-Politikerin weiter*«, berichtete Heise Online am 24.02.2011 über die erste Politiker-LAN-Party im Bundestag.

Unwidersprochene Äußerungen wie die Rede von der Copy & Paste-Generation, die implizit die Überzeugung vermitteln, dass Plagiate ein ausschließliches Phänomen des Informationszeitalters seien, sind Zeichen eines »Fremdelns« und ein Indiz für den tiefen Wandel, dem unsere Gesellschaft aufgrund der computerbasierten Vernetzung unterworfen ist. Dieser Wandel sorgt auch für Verunsicherung, denn die Folgen dieser Vernetzung sind nicht absehbar, obwohl sie so gut wie alle Bereiche unserer Gesellschaft betreffen. Beispielhaft sei nur die Presse genannt, die sich sowohl um eine neue Rolle als Wissensmittler bemühen muss also auch um neue, postindustrielle Geschäftsmodelle, da die Distribution von Informationen immer weniger papiergebunden ist.

So gut wie alle gesellschaftlichen Bereiche sind diesem Wandel unterworfen, darum ist es notwendig, der Medienkompetenz als eine der so genannten Schlüsselkompetenzen einen viel breiteren Raum einzuräumen. Die Medienpädagogik hat dies erkannt und man macht sich daran, die »Technikignoranz« (Herzig) der Vergangenheit aufzuarbeiten und Computertechnik nicht mehr als einen Fremdkörper zu betrachten. Es ist davon auszugehen, dass die Informationstechnik und die aus ihr resultierenden Möglichkeiten in Zukunft noch weiter ins Zentrum einer wie auch immer gearteten Medienkompetenz rücken werden.

Klassischerweise wird Medienkompetenz definiert als die Fähigkeit, Medien und ihre Inhalte den eigenen Zielen und Bedürfnissen entsprechend zu nutzen. Da die vier von Baacke beschriebenen Dimensionen Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung nicht mehr alle Aspekte der heutigen computergestützten Vernetzung und Informationsverarbeitung abdecken, wird, wie schon angedeutet, der Begriff Medienkompetenz ausgeweitet.

Was ist neu?

Jeder kann Sender sein

Mit der Etablierung der sozialen Netzwerke ist de facto jeder Teilnehmer ein Sender. Besonders dringliches Beispiel sind die derzeitigen Demokratiebewegungen, die ihre Kraft aus den Veröffentlichung in sozialen Netzwerken wie Twitter und Facebook beziehen.

Auflösung von autoritären Strukturen

Organisatorische Hierarchien verwischen zusehends, ebenso gesellschaftliche Positionen wie beispielsweise die Rolle der Presse als »vierte Gewalt«.

Automatisierung von Informationsströmen

Informationen werden in einer automatisierten Form sowohl erzeugt als auch zugänglich gemacht. Daten-Journalismus ist beispielsweise möglich, weil vermehrt Verwaltungen Informationen in digitaler, maschinenlesbarer Form veröffentlichen (müssen) und Journalisten diese, computergestützt, analysieren können.

Auflösung des Papier-Paradigmas

Informationen sind nicht mehr statisch, sondern werden in Echtzeit generiert. Beispiele sind Einblendung von Werbebannern, Preisgestaltung in Online-Shops, Nachrichtenströme in sozialen Netzwerken. Dies stellt eine große Herausforderung für die Beurteilung der angezeigten Informationen dar.

Aggregieren, remixen, vermashen

Durch die computergestützte Verarbeitung von Informationen entstehen völlig neue Zugänge zu Informationen und neue Sichtweisen auf diese Informationen; das bedeutet, dass durch die Software völlig neue Informationen entstehen, die es zuvor so nicht gegeben hat.

Hoher Grad an technische Kompetenz in Zukunft erforderlich

Es ist nur mit einem gewissen Grad an technischem Verständnis möglich, Informationen und ihre Anzeige einordnen und bewerten zu können.

Medienkompetenz für die Arbeitswelt (Enterprise 2.0, E-Learning 2.0)

Auch die Arbeitswelt unterliegt einem starken Wandel, so verändert die Einführung von Social Software die Arbeits- und Kommunikationsprozesse in Unternehmen. Mit ihrem Einsatz werden streng hierarchische Strukturen zu Gunsten von autonomen Teams und

selbstbestimmten Mitarbeitern aufgegeben. Kommunikation und Wissensarbeit erfolgen über kollaborative Systeme, beispielsweise Wikis und Microblogs. Solche Systeme machen es dem Einzelnen sehr einfach, sein Wissen, sein Know-How mitzuteilen und Unterstützung von anderen zu erhalten. Zum besseren Verständnis soll der Erstellungsprozess eines Angebots in einem Beratungsunternehmen kurz beschrieben werden:

Während ein solches Dokument klassischer Weise von einer einzelnen Person erstellt und erst abschließend jemandem zum Gegenlesen gegeben wird (Vier-Augen-Prinzip), findet beim kollaborativen Ansatz der gesamte Entstehungsprozess sichtbar für alle Mitarbeiter im Unternehmen statt. Man beginnt mit einem ersten Inhaltsgerüst, mit Stichworten und Versatzstücken, eben den typischen Erstgedanken und Ideen zu diesem Angebot. Anstelle aber an dem Dokument alleine zu werkeln, unterstützen einem die Kolleginnen und Kollegen im Unternehmen. Da werden weitere Ideen zusammengetragen, es wird gemeinschaftlich ausformuliert, es werden inhaltliche Fehler korrigiert sowie Rechtschreibung und Stil verbessert. Am Ende dieses Prozesses steht ein qualitativ hochwertiges Dokument, das in wesentlich kürzerer Zeit entstanden ist, als eine einzelne Person dafür benötigt hätte.

An diesem Beispiel wird deutlich, dass der Einsatz von Social Software einen hohen Grad an Transparenz mit sich bringt. Ähnlich wie in einer Gruppenarbeit mit Pinnwand und Moderationskarten setzt diese Transparenz eine Kultur des wertschätzenden Miteinanders, des »teilen wollens« und der Kritikfähigkeit voraus. In einer solchen Kultur wird ein Expertenstatus nicht mehr dadurch gewahrt, dass man das eigene Know-How für sich behält, denn in Zukunft wird nur noch ein gleichberechtigtes Geben und Nehmen von Wissen honoriert. Dies gilt auch in der Zusammenarbeit von Vorgesetzten und Mitarbeitern, denn gelebte Hierarchien hemmen eine kooperative Zusammenarbeit.

Mit einem so offenen gestalteten Wissensaustausch können Unternehmen schneller und erfolgreicher agieren, während Mitarbeiter die Chance erhalten, direkt und sichtbar zum Unternehmenserfolg beitragen können. Auf der anderen Seite gehen klassische Machtinstrumente verloren. Das dürfte mit ein Grund dafür sein, dass sich typische, hierarchisch organisierte Unternehmen mit dem Einsatz von Web 2.0-Anwendungen schwer tun.

Medienkompetenz und Schulbildung

Medienkompetenz ist wichtig für die politische und gesellschaftliche Teilhabe. Dabei ist bei der Medienkompetenzförderung zwischen der Seite der Erwachsenen der Seite der Kinder und Jugendlichen zu unterscheiden, da sie nicht über den gleichen Weg erfolgen kann und ganz unterschiedliche Bedürfnisse vorhanden sind.

Medienkompetenz bei Jugendlichen

Für die Medienkompetenzentwicklung bei Kindern und Jugendlichen sind Eltern, Schule und Gesellschaft gleichermaßen wichtig. Damit die Eltern und Lehrer entsprechend agieren können, müssen sie ein Bewusstsein für Medienkompetenz haben und darüber hinaus das entsprechende Wissen.

Eltern

Viele Eltern sind noch ohne neue Medien und vor allem ohne Web 2.0 aufgewachsen. Sie verfügen daher oft nicht über die notwendige Erfahrung, um Möglichkeiten und Gefahren des Web 2.0 überschauen zu können. Außerdem gelten in vielen Familien recht laxer Regeln in Bezug auf Raubkopien, Altersbeschränkungen und Onlinezeiten. Das sicherlich teils aufgrund mangelndem Wissen oder Desinteresse. Hier müssten Möglichkeiten geschaffen werden, die Eltern stärker für solche Themen zu sensibilisieren. Das kann über Elternratgeber, Elternabende und Beratungsstellen geschehen. Wichtig ist dabei, die Eltern auch für ihre Vorbildrolle in Bezug auf solche Themen aufmerksam zu machen.

Schule

Die Schule müsste aufgrund der oben benannten Lücken in der elterlichen Erziehung einen Großteil der Medienkompetenzerweiterung als Aufgabe sehen. Aber auch hier unterrichten vorwiegend Menschen, die aufgrund ihres Alters nicht die Vorkenntnisse haben, die für eine umfassende Medienkompetenzerziehung nötig wären. Zwar gibt es jede Menge Fortbildungsangebote, die aber auch meist einen begrenzten Blick auf die Themenvielfalt in diesem Fachgebiet erlauben. Man muss an dieser Stelle zwischen der rein technischen Beherrschung der neuen Medien und deren Wirkung im Konsumfall unterscheiden. Die folgende Tabelle macht das vielleicht deutlicher.

Medienbenutzung	Medienkonsum und -interaktion
• Texte und Tabellen in einem Schreibprogramm schreiben • Diagramme erstellen • Präsentationen erstellen • Grafikbearbeitung • Tonbearbeitung • Videobearbeitung • Homepage erstellen • Umgang mit einem CMS • SocialMedia Plattformen nutzen,	• recherchieren im Internet • Filme und Videospiele und ihre Altersempfehlungen • Raubkopien • Netiquette • Was sagt ein Profil aus? Was gebe ich wem Preis? • Was kann schuelerVZ, Facebook, Twitter & Co • Anonymität im Internet

um Inhalte bekannt zu machen • Forenbenutzung • Anlegen eines Accounts • Emailkommunikation mit Anhängen	• Cybermobbing
--	--

In den Lehrplänen vieler Fächer sind vereinzelt Themen angedacht, die sich mit der Medienbenutzung beschäftigen. In der Umsetzung kommen diese Themen in (gefühl-/ beobachtet) 98% der Unterrichtsstunden nicht zum Tragen. Welche Gründe gibt es dafür?

- Zu geringe und nicht immer verlässliche Ausstattungen der Schulen, da sich ein Kollege um alle administrativen Tätigkeiten kümmern muss und das zeitlich nicht möglich ist. (Updates, Neuinstallationen, Reparaturen ...)
- Mangelndes Wissen der Lehrkräfte, dadurch resultierende Unsicherheit, mit einer Gruppe von Jugendlichen (die zudem oft nicht das machen, was sie sollen) in den PC-Raum zu gehen.
- Neue Medien werden nicht als adäquate Methoden der Wissensvermittlung empfunden und eher als unnützer Spielkram abgetan.
- Ausstattung der Räume mit Beamern und PCs ist rudimentär, viele Lehrkräfte wissen nicht, wie man eine kurze Filmsequenz anschaut, eine Präsentation startet etc.

Nicht nur ältere Lehrkräfte kurz vor der Pensionierung sind in diesen Bereichen schlecht ausgebildet, auch junge LehrerInnen, die noch im Referendariat sind oder es gerade beendet haben, weisen große Lücken im Umgang mit neuen Medien auf.

Hier ist großer Handlungsbedarf in Sachen Fortbildung (verpflichtend) und Ausstattung der Schulen.

Weiterhin gibt es keine flächendeckende informationstechnologische Grundbildung (ITG) an den Schulen. Dieses Fach ist an einigen wenigen Schulen eingeführt worden und sollte dringend ab Klasse 5 mit 2 Wochenstunden verpflichtend unterrichtet werden, damit kleinschrittig und kontinuierlich entsprechende Kompetenzen erweitert werden können. Dabei sollten die Übungen nicht völlig abgekoppelt vom eigentlichen Unterrichtsstoff stattfinden, sondern die Themen des regulären Unterrichts mit einbezogen und damit fächerübergreifend gearbeitet werden (Bsp: Gedichte in Deutsch im Schreib- oder Präsentationsprogramm gestalten, Steckbriefe über Länder in Erdkunde, Diagramme in Mathe ...).

Der Bereich Medienkonsum und -interaktion kommt noch weniger im Unterricht an, da schlichtweg die Zeit fehlt, wenn alle Themen des Lehrplans abgehakt werden sollen. Gelegentlich werden solche Themen in Form von Projekten behandelt, jedoch in viel zu geringem Umfang. Diese Inhalte könnten ebenfalls gut in den Stunden des ITG untergebracht werden, müssen aber darüber hinaus auch in anderen Fächern wie

Deutsch, Weltkunde, Wirtschaft-Politik aufgegriffen werden. Wichtig ist dabei, dass dies im Klassenunterricht geschieht bzw. dass jeder Schüler diese Themen behandelt, nicht nur einige in bestimmten Kursen.

Fazit

Es werden Lehrerstunden, technische Ausstattungen und Lehrerfortbildungen gebraucht!

Weitere Punkte:

- Durch Projekte wie dem One Laptop Per Child (OLPC) wächst weltweit eine Generation auf, die von Klein auf mit einem vernetzten Computer arbeitet. (http://en.wikipedia.org/wiki/OLPC#Deployment_of_XO_laptops)
- Im Gegensatz dazu die klassische Bildung in Deutschland → geringere gesellschaftliche Teilhabe, Wettbewerbsnachteil

Medienkompetenz und Presse

Mit dem zunehmender Bedeutung des Internets verändern sich auch im Bereich des Medienkonsums und des Journalismus gesellschaftliche Prozesse, die wir über Jahrzehnte, wenn nicht über Jahrhunderte, eingeübt haben. Die gegenseitigen Abhängigkeiten von Bürgern (in ihrer Rolle als Leser und Zuschauer), Journalisten, Verlegern, Nachrichtenproduzenten (etwa: Politiker), werden sich neu ausbalancieren müssen. Stichworte wie Leistungsschutzrecht beschreiben Teile des ökonomischen Aspektes, sind also nur ein Teil des in Veränderung befindlichen Prozesses.

Ein weiterer ökonomischer Prozess, der einem aktuellen Wandlungsschub unterworfen ist, ist der bislang sehr aufwändige und zeitintensive Distributionsprozess *Redaktion→Satz→Druck→Auslieferung*, der, zumindest teilweise, durch elektronische Fassungen abgelöst wird. Damit geht jedoch auch ein rezipientenorientierter Schritt einher: der Moment der Auslieferung, die Aktualität des Produktes, die (private) Archivierung der übermittelten Informationen verändern sich zugunsten des Rezipienten. Hinter diesem Wandel liegt auch ein weiterer ökonomischer Zwang: Konkurrierende internetdistributierte Werbemärkte verringern die möglichen Margen im Printbereich. Damit einher geht ein zu beobachtender Rückgang an journalistischer Kompetenz durch den Rückgang an (festangestellten) Redakteuren in den Redaktionen.

Der hier interessierende Teil des Prozesses ist jedoch nicht der ökonomische. Vielmehr ist es die Diversifizierung der Informationswege, die eine neue Stufe der Medienkompetenz beim Rezipienten erfordert. Gesellschaftlich relevante Mitteilungen erreichen den Informationsempfänger nicht mehr allein über die mehr oder weniger an journalistischen Grundsätzen festhaltenden "klassischen" Medien sondern auch

unmittelbar über Nachrichtenproduzenten (etwa: twitternde Politiker) oder mittelbar über neue Formen autorenorientierter Informationsverteilung und -bewertung (etwa: Blogs).

Der Leser muss damit wenigstens(!) drei Kompetenzen lernen, die bislang (weitgehend) von klassischen Medien erledigt wurden: Filtern von Informationsflüssen, Authentizität des Nachrichtenproduzenten, kritische Bewertung der Information im Kontext anderer, konkurrierender Nachrichtenproduzenten.

Aber auch auf nur scheinbar banalen Ebenen wandeln sich Arbeitsprozesse. Beispiele:

- Der Pressesprecher, der bislang eine überschaubare, ihm häufig abschließend bekannte Anzahl Journalisten »bedienen« musste.
- Die Abgeordnete, die sich entscheiden muss, wie sie sich einem Blogger gegenüber verhält.
- Arbeitsprozessorientierte Zusammenschlüsse von Journalisten (etwa: Landespressekonferenzen), die sich mit der Positionierung eines Bloggers auseinandersetzen müssen.

Nicht zuletzt müssen also Medien bzw. Journalisten Medienkompetenz entwickeln: Wie bindet eine Redaktion Dienste wie Twitter nicht nur als eigenen Distributionsweg sondern auch als Nachrichtenquelle ein? Oder: Wie muss ein Journalist eine Mitteilung eines Politikers gegenüber seinen Wählern / Followern / Lesern / Facebook-Freunden einordnen? Am Beispiel eines Bundestagsabgeordneten, der seinen Facebook-Profil so eingestellt hat, dass nur »Freunde« seine Statusmeldungen lesen können und der abends schreibt: *»Mir platzt der Kragen. Wir müssen unsere Linie ändern. Dem Antrag A werde ich morgen in der Fraktion kritisieren.«* Oder wenn eine Bundesministerin während einer am Bodensee stattfindenden Fachministerkonferenz schreibt: *»Saugeiles Wetter auf Usedom, jetzt golfen.«* Kann, darf der »Facebook-Freund« und Journalist das verwenden? (Beides sind übrigens komplett ausgedachte Beispiele und keine Anspielungen!) Diese Fragen zeigen, wie wichtig es ist zu erkennen, dass sich die Beziehung zwischen Politik und Presse fortentwickelt und neue Regeln eingeübt werden müssen, neue Medienkompetenzen entwickelt werden müssen.