

Doing politics

Ida Pöttinger
Tanja Kalwar
Rüdiger Fries (Hrsg.)

Schriften zur Medienpädagogik 50

Doing politics

Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft

Ida Pöttinger
Tanja Kalwar
Rüdiger Fries (Hrsg.)

Schriften zur Medienpädagogik 50

Dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend danken wir für die Förderung des vorliegenden Bandes.

Herausgeber

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

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Oberstr. 24a
D-33602 Bielefeld
Fon: 0521.67788
Fax: 0521.67729
Email: gmk@medienpaed.de
Homepage: www.gmk-net.de

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die AutorInnen verantwortlich.

Redaktion: Ida Pöttinger, Tanja Kalwar, Rüdiger Fries
Lektorat: Tanja Kalwar
Einbandgestaltung und Titelillustration: Katharina Künkel

Druck: Kessler Druck+Medien, Bobingen

© kopaed 2016
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
Fon: 089.68890098
Fax: 089.6891912
Email: info@kopaed.de
Homepage: www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-550-5

Inhalt

Dr. Ralf Kleindiek, Staatssekretär im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Rede anlässlich der Eröffnung des GMK Forums am 21.11.2014	9
Ida Pöttinger/Tanja Kalwar/Rüdiger Fries Doing politics – Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft	11
Ida Pöttinger Zehn Gründe, warum gerade jetzt Medienkompetenz so wichtig ist	21
 1. Theoretische Zugänge	
Thomas Krüger Zwischen Filterblase und snapchat	27
Politische Partizipation im digitalen Wandel und die neuen/alten Aufgaben der Medienpädagogik	
Dagmar Hoffmann Good Citizens	39
Eine akteursorientierte Perspektive auf die Bedingungen und Wirklichkeiten politischer Teilhabe	
Caja Thimm Digitale Demokratie im Kreuzfeuer	51
Der mühsame Weg zum Digitalen Citizen	
Ingrid Volkmer Public interest in der digitalen Welt	69
Der "Connected Young Citizen" als Ausgangspunkt für eine neue (Jugend-) Medienpolitik	

Max Fuchs		
	Wozu kulturelle Bildung?	83
	Politische Rahmenbedingungen, neue Akteurskonstellationen und Motivationen – erste Überlegungen	

2. Stellungnahmen des Deutschen Kulturrats

Deutscher Kulturrat		
	Zur Zukunft des Urheberrechts in Europa	105
Deutscher Kulturrat		
	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der digitalen Medienwelt	113
Deutscher Kulturrat		
	Kultur und Medien in der digitalen Welt	119

3. Medienpädagogische Handlungspraxis

Niels Brüggem/Anna Soßdorf		
	Das neue Spiel nach Snowden	125
	Überwachte Medien als Grundlage von Partizipation?!	
Björn Friedrich		
	„Who's watching you?“	137
	Medienpädagogische Aktivitäten zu Überwachung, Privatsphäre & Datenschutz	
Leopold Grün/Christian Kitter/Ulrike Beckmann		
	Privat in der digitalen Welt?	147
	Ein interaktiver Diskurs der multimedialen Unterrichts-DVD-ROM „Faszination Medien“ (FaMe)	
Elke Zobl		
	„Making Art, Making Media, Making Change!“	157
	Partizipative Kultur- und Medienproduktion mit Jugendlichen	

Julia Behr/Johanna Gesing	
Medien als Chance	169
Inklusion in der politischen (Jugend-) Medienbildung am Beispiel JuMP NRW	
Daniel Heinz/Torben Kohring/Dirk Poerschke/Daniel Zils	
Politik in Games	179
Können Computerspiele unser gesellschaftliches Handeln beeinflussen?	
Ines Müller-Hansen	
Geschichte wird gemacht	191
Die Bedeutung filmischer Inszenierung von Geschichte für das Geschichtsbild von Schülerinnen und Schülern	
Andreas Büsch/Petra Missomelius/Sven Kommer	
Grundbildung Medien für pädagogische Fachkräfte	209
Selbstverständlichkeit oder Utopie?	
Heike Masan/Bernd Dörr	
Chaos macht Schule	215

4. Europäische Perspektiven

Ida Pöttinger	
Free your mind, the rest will follow	223
How can children and youth find a way to use media safely and competently?	
Autorinnen und Autoren	235
Abbildungsnachweis	243

Rede anlässlich der Eröffnung des GMK Forums am 21.11.2014

Redezeit: ca. 5 Minuten. Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrter Herr Meier,
sehr geehrte Frau Dr. Pöttinger,
sehr geehrter Herr Präsident Krüger,
sehr geehrter Herr Professor Jörissen,
sehr geehrte Damen und Herren,

bevor wir das Forum der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur eröffnen und in die Fachthemen einsteigen, nutze ich die Gelegenheit und gratuliere der GMK zu ihrem 30. Jubiläum!

30 Jahre Vereinsgeschichte sind eigentlich keine so lange Zeit. Aber ein Blick zurück auf den Medienalltag im Gründungsjahr der GMK – 1984 – ist wie ein Blick in eine sehr ferne Vergangenheit.

Kaum mehr vorstellbar, dass 1984 in Ludwigshafen ein Kabelpilotprojekt mit 1.200 Zuschauern das Zeitalter des Privatfernsehens einläutete, das Medienregulierung, Jugendmedienschutz und Medienpädagogik schnell vor neue Herausforderungen stellte.

In den 30 Jahren ihres Bestehens hat die GMK als bundesweiter medienpädagogischer Fachverband die Veränderungen von Medien, Mediennutzung und Medienpädagogik kritisch und konstruktiv begleitet.

Heute befinden wir uns in einem digitalen Medienzeitalter, in dem die junge Generation „Always on“ als einen natürlichen Zustand empfindet und im Internet eine selbstverständliche Erweiterung ihrer Lebenswirklichkeit sieht.

Online-sein bedeutet für junge Menschen vor allem: Verbunden sein mit der Welt, Teilhabe, Bildung, Kreativität. Aber sie erleben auch Probleme wie Cybermobbing.

Heute durchdringen digitale Medien alle Lebensbereiche. Deshalb müssen alle Kinder und Jugendlichen – letztlich auch alle Bürgerinnen und Bürger – die Chance erhalten, die Medienkompetenz zu entwickeln, die sie dazu befähigt, souverän und selbstbestimmt mit Medien umzugehen.



Medienkompetenz ist zu Recht ein erklärtes Ziel im Koalitionsvertrag und in der Digitalen Agenda der Bundesregierung.

Deshalb fördert das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend zahlreiche Vorhaben und Initiativen, die z. B. Familien in der Medienerziehung unterstützen.

Darüber hinaus machen der Dieter Baacke Preis der GMK und der Multi-Mediawettbewerb MB 21 gute Beispiele medienpädagogischer Praxis sichtbar.

An dieser Stelle will ich nicht verschweigen, dass das Bundesjugendministerium im Jugendmedienschutz einen regulatorischen Auftrag hat, den wir ernst nehmen.

Ich versichere Ihnen, dass wir uns einen zeitgemäßen Jugendmedienschutz ohne die Stärkung von Medienkompetenz und ohne die Erziehungsverantwortung der Eltern nicht vorstellen können.

Ziel des Jugendmedienschutzes ist nicht die mediale Beschränkung, sondern ein gutes Aufwachsen mit Medien.

Übrigens: In kaum einem anderen Land wird eine Debatte um den Jugendmedienschutz im digitalen Zeitalter so nah an den Grundrechten von Freiheit und Demokratie geführt wie in Deutschland. Die deutsche Geschichte zeigt, warum das so ist.

Vor beinahe zwei Wochen hat Berlin – genauso wie das ganze Land, aber doch in besonderer Weise – den 25. Jahrestag des Mauerfalls gefeiert. Ich kann mir keinen besseren Ort für ein GMK-Forum zum politischen Handeln in der digitalen Gesellschaft vorstellen.

Sehr geehrte Damen und Herren, gemeinsam mit der GMK werden wir weiter daran arbeiten, dass die Förderung der Medienkompetenz von Kindern, Jugendlichen, Eltern und Fachkräften auf der Höhe der Zeit bleibt. Das Forum Kommunikationskultur ist ein wichtiger Ort für die jährliche Bestandsaufnahme und gibt Anstöße für Weiterentwicklungen. Deswegen wünsche ich Ihnen und uns allen einen erfolgreichen Verlauf dieses Wochenendes.

Vielen Dank.

Ida Pöttinger/Tanja Kalwar/Rüdiger Fries

Doing politics – Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft

Es ist kein Zufall, dass das Thema des Forums zum 30-jährigen Bestehen der GMK „Doing politics – Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft“ hieß. Dieter Baacke, einer der Mitbegründer der GMK und langjähriger Vorsitzender verstand sich selbst als politisch agierender Mensch. „Medienkompetenz soll aufs Ganze gesehen den Nutzer befähigen, die neuen Möglichkeiten der Informationsverarbeitung souverän handhaben zu können.“ (Baacke 1997)

Seine Definition von Medienkompetenz, vor allem die von ihm beschriebenen Dimensionen, treffen besonders heute den Kern der Problematik: Wie kann in einer Zeit, in der die Medien zwar individualisiert sind, aber Daten von Nachrichtendiensten und großen Konzernen ausgespäht werden, der einzelne Nutzer seine Souveränität bewahren? Wo setzt hier die Medienpädagogik an? Kommen wir mit dem Begriff Medienkompetenz noch weiter oder ist er veraltet? Was bedeutet heute Medienkompetenz?



Abb. 1: Dieter Baacke (1998)

„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“ weiter zu entwickeln und integrativ auf das gesellschaftliche Leben zu beziehen.“ (Baacke 1999)

Der hier vorliegende Band versucht Antworten zu finden auf die Frage, wie sich die Veränderungen heute fassen lassen. Manche Beiträge beziehen sich direkt auf einzelne Dimensionen von Medienkompetenz, manche Beiträge sind mehr auf die allgemeine politische Lage ausgerichtet.

Dieter Baacke schlüsselte das Ziel in folgende Dimensionen auf:

- Medienkritik
- Medienkunde
- Mediennutzung
- Mediengestaltung

1. Dimension: Medienkritik

Dieter Baacke benutzte den Begriff Kritik im Sinne der Frankfurter Schule, was so viel bedeutet wie, vorhandenes Wissen und Erfahrungen immer wieder grundsätzlich infrage zu stellen. Medienkritik beinhaltet drei Unterdimensionen: Die analytische Unterdimension besteht darin, dass Medienentwicklungen sowohl von der ökonomischen Seite als auch von den Interessen der Player her betrachtet werden sollten. Er nennt als ein Beispiel Konzentrationsbewegungen der Medien, also Machtmonopole, die als solche erkannt werden müssen. Als zweites Exempel für analytische Medienkritik beschreibt Baacke, dass sich private Programme weitgehend durch Werbung finanzieren und dies Konsequenzen für Programminhalte und Programmstrukturen hat.

Diese Beispiele lassen sich so auf heute übertragen: Die Machtpositionen von Murdoch, Bertelsmann, Google oder Amazon haben schon längst Einfluss auf unsere Informationssuche und -auswahl. Und zu glauben, dass uns Facebook netterweise einen kostenlosen Kommunikationskanal zur Verfügung stellt, hat sich auch längst als Illusion herausgestellt.

Die reflexive Unterdimension zielt darauf ab, dass jeder Mensch sein analytisches und sonstiges Wissen auf sich selbst und sein persönliches

Handeln beziehen und anwenden können muss. Zitat: „Wir neigen gerade im Medienbereich schnell dazu, über ‚die anderen‘ zu reden und uns selbst außen vor zu lassen.“ (ebd.) Er nennt als typisches Beispiel BILD-Zeitungsleser, die aus „Spaß“ die Zeitung kaufen. Vergleichbar ist die Benutzung von WhatsApp, obwohl wir alle wissen, dass hier ein Zugriff auf die eigenen Adressen selbstverständlich ist.

Die dritte Unterdimension von Medienkritik umfasst die ethische Betroffenheit. Hiermit meint Baacke, dass die Kritik an Zusammenhängen eine sozial verantwortete Basis braucht, von der aus Beurteilungen abgegeben werden können. Wie viele in seiner Zeit, geht er von einem humanistisch geprägten Hintergrund aus. Vergleichbar mit Menschen, die gegen die eigene Norm verstoßen, wären heute die DSDS-Gucker, die nur aus Neugierde an Dieter Bohlen's Demütigungen die Sendung ansehen.

Medienkritik bedeutet heute, sich über globale Zusammenhänge von Medienentwicklungen und Medienkonzentrationen zu informieren, um Schlüsse für das eigene aktuelle und zukünftige Medienverhalten ziehen zu können. Außerdem darf die soziale Verantwortung des Einzelnen, auch wenn er anonym im Netz agiert, nicht außer Kraft gesetzt werden.

2. Dimension: Medienkunde

Auch dies ist ein antiquierter Begriff, der nur zu verstehen ist, wenn man Fächer wie Erdkunde in der Schule hatte. Hier geht es um das Wissen über heutige Medien und Mediensysteme, aber nicht um ihre Beurteilung und Bewertung. Auch hier unterscheidet Baacke zwischen zwei Unterdimensionen: Die informative Unterdimension umfasst klassische Wissensbestände – etwa: Was ist ein duales Rundfunksystem? Wie arbeiten Journalisten? Heute würde man fragen: Was sagt mir auf Websites das Impressum? Komme ich über www.denic.de zum Editor? Oder: Wie sind Talkshows aufgebaut? Welche Informationen kann ich aus ihnen ziehen? Die zweite Unterdimension von Medienkunde, er nennt sie „instrumentell-qualifikatorische Unterdimension“, meint die Fähigkeit, die neuen Geräte auch bedienen zu können, dazu gehört etwa das Sich-Einarbeiten in die Handhabung einer Computersoftware, das Sich-Einloggen-Können in ein Netz, die Bedienung des Videorekorders und vieles mehr. Das scheint uns etwas antiquiert zu sein, denn vielmehr geht es heute weniger um die technische Bedienung – sie ist ja einfacher geworden – sondern darum, digitale Kommunikation und Vernetzung zu verstehen. Außerdem würden wir Medienkunde eher durch den Begriff Medienwissen ersetzen.

Medienwissen bedeutet heute, verschiedene Informationsquellen zu kennen und zu nutzen, um sich ein möglichst vollständiges Bild der Welt machen zu können. Außerdem sollte der Umgang mit digitalen Daten, dem Internet und Netzwerken beherrscht werden, um die Preisgabe von Daten und die Folgen eigener Beiträge richtig einzuschätzen zu können.

3. Dimension: Mediennutzung/Medienhandeln

Dazu gehören heute wie damals die Facetten der rezeptiven und interaktiven Mediennutzung. Baacke unterscheidet eine rezeptiv-anwendende Unterdimension, die aber auch Eigenleistung erfordert. Seiner Meinung nach ist z. B. Fernsehen auch eine Tätigkeit, weil das Gesehene verarbeitet werden muss und in das Bildungs- und Bilderrepertoire eingeht. Dieser im Prinzip passiven Rezeption steht der Bereich des interaktiven Handelns gegenüber. Baacke nennt Telebanking und Teleshopping als Beispiele. Für uns hingegen ist Interaktivität zur Selbstverständlichkeit geworden. Es gibt heute unterschiedlichste Kommunikationsformen wie etwa das Fotoangebot von Instagram und das Videoangebot von YouTube sowie multimediale Formen der Nutzung wie beispielsweise das Second Screen-Verhalten, das sowohl aktive als auch rezeptive Teile enthält. Was Baacke jedoch außerdem zur Mediennutzung zählte, war die provokative Nutzung der Medien als Ausdruck der subjektiv-politischen Befindlichkeit: Er nannte es Medienhandeln und verstand darunter vor allem dokumentarische oder fiktiv erzählte Videos, die von wenig beachteten gesellschaftlichen Gruppen erstellt wurden und auf diese Weise Öffentlichkeit für ihre Problemlagen herstellen konnten.

Zum Medienhandeln gehört heute, aus Optionen auswählen zu können, die Qualität von Bildungs- und Unterhaltungsangeboten aus dem Fernsehen und dem Internet einschätzen zu können, Alternativen zu kennen, sie zu nutzen und selbst Beiträge zu produzieren.

4. Dimension: Mediengestaltung

Unter Mediengestaltung verstand Baacke damals nicht nur das Designen von Medienprodukten, sondern zum einen die innovative Veränderung und Weiterentwicklung des Mediensystems innerhalb der angelegten Logik und zum anderen deren kreative, ästhetische Weiterentwicklung. Er fordert sogar ein „Über-die-Grenzen-der-Kommunikationsroutine-hinaus-Gehen“ ein und meint damit neue Gestaltungs- und Thematisierungsdimensionen.

Dass sich Medien ständig verändern, konnte Baacke vorausahnen, aber vielleicht nicht das Tempo, in dem sich technische und gesellschaftliche Neuerungen durchsetzen. Als er 1999 starb gab es noch keine Tablets, keine Smartphones und keine Apps. Die Konvergenz der verschiedenen Medien war vielleicht absehbar, aber die Änderung des gesamten Kommunikationsverhaltens von Jugendlichen stand noch nicht zur Debatte. Umso mehr erstaunt die Vision, dass sich gerade die Kommunikationsroutinen ändern und dabei Themen wie Partizipation und Benutzerfreundlichkeit eine große Rolle spielen könnten. Aktuelle Beispiele wären die Unterschriftensammlungen von Umweltorganisationen wie Avaaz, neue Formen der Partizipation wie Flashmobs oder praktische Tablets für Seniorinnen und Senioren.

Mediengestaltung heißt heute, Medien selbst mit Bild und Ton für die Kommunikation zwischen Menschen einsetzen und gestalten zu können und neue Medien innovativ, aktiv und kreativ für eigene Ideen einzusetzen.

Der Begriff Medienkompetenz erlebte in den letzten Jahren verschiedene Konjunkturen. Nachdem ihn auch andere Berufssparten und Wirtschaftszweige für sich entdeckt hatten, verwendeten gerade Medienpädagoginnen und -pädagogen bevorzugt den Begriff Medienbildung. Medienkompetenz haftete ein Label von technischem Können an, während Medienbildung eigentlich genau das ausdrücken sollte, was Dieter Baacke meinte: die souveräne (selbstbestimmte, sozial verantwortliche, kritische und kreative) Handhabung von Medien. Bisher hat keiner den Bildungsprozess mit einem so klar formulierten Ziel beschrieben.

Und noch eine andere Konjunktur hat Baackes Definition überlebt. Nach einer Betonung auf das Subjekt, bei dem vor allem Begriffe wie Identitätsbildung von Medien und die Konstruktion von Wirklichkeit durch Medien im Vordergrund stand, wird wieder in größeren Zusammenhängen gedacht. Der Angriff auf die individuelle Freiheit hat dazu geführt, dass die politische Seite der Medien wieder stärker betont wird.

Es gibt zahlreiche Neudefinitionen, die mit aktuelleren Worten, Sätzen und Beispielen Erziehungs- und Bildungsziele beschreiben. Aber letzten Endes sind, wie man sehen kann, Baackes Dimensionen der Medienkompetenz bis heute gültig.

So setzen wir fort, was Dieter Baacke geraten hat: einen Diskurs zu führen über alle wirtschaftlichen, technischen, sozialen, kulturellen, ethischen und ästhetischen Probleme, um die Medienkompetenz weiterzuentwickeln.

Der hier vorliegende 50. Band der Schriften zur Medienpädagogik bringt viele Anregungen aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Neben theoretischen Zugängen greifen wir Konzepte und Erfahrungen aus der medienpädagogischen Praxis auf und weiten die deutsche Diskussion auf internationale Perspektiven aus.

Das Neuland Digitale Mediengesellschaft scheint besetztes Gebiet: digitale Infrastruktur statt digitale Medienkompetenzen, Industrie 4.0 anstatt Web 2.0., Überwachen statt Freiheit und Big Data der Konzerne/Maschinen statt Demokratie der Medien/Citizens. Und die Kinder, die die Pädagogik leiten sollte, werden längst schon von den digitalen Medien als dritter Sozialisationsinstanz erzogen, manche meinen verführt. Angesichts der Deutlichkeit solcher Gegenwartsdiagnosen versucht **Thomas Krüger** in seinem Beitrag u. a. der Antwort darauf näherzukommen, wie eine medienpädagogische Theorie und Praxis in der gegenwärtigen Situation eigentlich aussehen kann.

Dagmar Hoffmann diskutiert in ihrem Aufsatz sowohl aus jugendsoziologischer als auch kommunikationswissenschaftlicher Perspektive die Bedingungen, Ansprüche und Wirklichkeiten politischer Teilhabe und Sozialisation in Zeiten von Individualisierung und Mediatisierung. Es wird danach gefragt, inwieweit sich Teilhabemöglichkeiten unter Mediatisierungsbedingungen verändert haben. Insbesondere gilt es, dass Zusammenspiel von zentralen Akteuren und Kontexten der Sozialisation auf ihre Vermittlungsfunktionen, potentielle und faktische Prägestkraft zu hinterfragen.

Das Internet und insbesondere Social Media-Angebote haben in den letzten Jahren individuelle, soziale sowie politische Kommunikations- und Handlungsformen massiv verändert. Vielfältige Kommunikationsweisen und mediale Nutzungskontexte bestimmen das Selbstverständnis einer ganzen Generation, die im Internet genauso selbstverständlich agiert wie im nicht-digitalen Umfeld. Aber auch Ältere haben das Netz seit Jahren für sich entdeckt. **Caja Thimm** gibt einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen und nimmt, neben den Detailperspektiven auf die Nutzungskontexte und -technologien, die weitergehenden Implikationen dieser auf Teilnahme und Teilhabe basierenden Medienkulturen in den Blick.

Die digitale Welt ist eine globale Welt. Es ist dringend notwendig, Medienpädagogik und auch Medienpolitik in diesen vernetzten Formationen zu repositionieren. Der Text von **Ingrid Volkmer** bietet Ansatzpunkte für die Vermessung der neuen Sphäre transnationaler "media literacy", basierend

sowohl auf den Ergebnissen der international vergleichenden Studie *Global Youth & Media, Notions of Cosmopolitanism in the Global Public Space* als auch auf internationaler Medienpolitik.

Wozu kulturelle Bildung? Dieser Frage geht **Max Fuchs** in seinem Beitrag nach und versucht genauer zu analysieren, unter welchen Umständen innovative pädagogische Ansätze erfolgreich in die Fläche implementiert werden können, welche Rolle hierbei Begründungen und Argumentationsmuster spielen, wer die relevanten Akteure sind und welche Einflussmöglichkeiten sie jeweils haben. Dabei ist die Problemstellung weniger das Problem einer Theorie der kulturellen Bildung, sondern sie gehört vielmehr in den politikwissenschaftlichen Kontext der politischen Steuerung.

Die Stellungnahmen des **Deutschen Kulturrates** setzen sich thematisch mit aktuellen medienpolitischen Herausforderungen auseinander und runden den Theorieteil des vorliegenden Bandes ab. Es geht u. a. um Urheberrechtspolitik auf europäischer Ebene, den Öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie das Spannungsfeld Kultur und Medien in der digitalen Welt.

Niels Brüggem und **Anna Soßdorf** leiten den Praxisteil ein. Sie gehen der Frage nach, inwiefern das Internet für Jugendliche bereits ein Ort der politischen Partizipation ist und welche Ansatzpunkte für die medienpädagogische Förderung des partizipativen Medienhandelns identifiziert werden können. Sie beleuchten darüber hinaus Herausforderungen, die sich aus dem Wissen um die Überwachung des Internetverkehrs für die Medienpädagogik stellen. Auf Grundlage der Ausführungen werden Perspektiven für die Weiterentwicklung medienpädagogischer Ansätze skizziert.

Unter dem Titel „Who's watching you?“ entstand im Sommer 2014 eine Aktionswoche, die vom SIN – Studio im Netz und dem Münchner Netzwerk *Interaktiv* konzipiert und koordiniert wurde. **Björn Friedrich** gibt einen Einblick in die Veranstaltungsreihe an der Schnittstelle von Medienbildung und politischer Bildung. Das vielseitige Programm konnte junge wie ältere Teilnehmende anregen, sich mit den Themenkomplexen „Überwachung, Privatsphäre & Datenschutz“ auseinanderzusetzen.

Wie bringt man Schülern Medienwissen näher und fordert sie gleichzeitig zu einer aktiven, kritischen Auseinandersetzung mit Medienphänomenen und dem eigenen Medienumgang auf? Eine Möglichkeit ist der Einsatz edukativer Angebote in der Schule. Die FSF-Medienpädagogen **Leopold**

Grün, Christian Kitter und **Ulrike Beckmann** stellen die Lern-DVD *Faszination Medien* vor, die auf Medienlernen als interaktiven Anschauungsunterricht setzt. Mit zahlreichen Medienbeispielen, Filmausschnitten und Fotomaterial werden Phänomene der Medienwelt aufgegriffen und erklärt.

Elke Zobl skizziert das Wissenschaftskommunikationsprojekt *Making Art, Making Media, Making Change!* Zentral ist darin die Entwicklung einer Toolbox mit künstlerisch-pädagogischen und archivarischen Materialien für die Arbeit mit Jugendlichen. Das Projekt zielt im Sinne einer politisierten „Do-it-yourself“-Kultur darauf ab, Jugendlichen – vor allem Mädchen und jungen Frauen – Einblick in gegenwärtige alternative Medien- und Kulturproduktionen mit feministischen und antirassistischen Perspektiven zu eröffnen.

Ziel des Projektes *JuMP – Jugend, Medien, Partizipation* ist es, Jugendliche mittels Internet und digitaler Medien für politische Fragestellungen zu interessieren und schließlich zur Teilhabe an der Gesellschaft zu befähigen, motivieren und aktivieren. Verschiedene Workshops und Seminare vereinen Medienkompetenzförderung und politische Bildung zu spannenden Bildungsangeboten. Dabei liegt die Beteiligungsbefähigung und damit gelungene Inklusion Jugendlicher in benachteiligten Lebenslagen im Fokus des Projekts. **Julia Behr** und **Johanna Gesing** zeigen anhand zweier methodisch herausfordernder Praxisbeispiele auf, wie diese Förderung aller Heranwachsenden zur gleichberechtigten Partizipation gelingen kann.

Daniel Heinz, Torben Kohring, Dirk Poerschke und **Daniel Zils** gehen in ihrem Beitrag folgenden Fragen nach: Wie und in welchem Umfang greifen Computerspiele heute politische Prozesse auf und in diese sogar ein? Welche Haltungen und Werte nehmen sie zu gesellschaftlichen Prozessen ein? Und wie können sie damit letztlich auch zur politischen Bildung beitragen?

Ines Müller-Hansen beschäftigt sich in ihrem Aufsatz mit dem Einfluss der Ästhetik filmisch inszenierter Geschichtsereignisse auf die Urteils- und Meinungsbildung von Jugendlichen. Sie nimmt einen Vergleich der Filme *Operation Walküre* von Bryan Singer (2008) und *Stauffenberg* von Jo Baier (2004) vor, die sich beide auf ein geschichtliches Ereignis bzw. eine geschichtliche Person beziehen. Der vergleichende Ansatz geht nach der Differenzmethode vor und betrachtet verschiedene operative Variablen (Filmästhetik, Dramaturgie, Figur) in einem ähnlichen Kontext (fiktionaler

Film), um so zu klären, warum ein bestimmtes Phänomen, hier die Urteilsbildung, unter ähnlichen Rahmenbedingungen unterschiedlich ausfällt.

Im Rahmen eines Workshops wurde das Positionspapier *Grundbildung Medien für alle pädagogischen Fachkräfte* von der Lenkungsgruppe der Initiative „Keine Bildung ohne Medien!“ (KBoM) zur Diskussion gestellt. Der Beitrag von **Andreas Büsch**, **Petra Missomelius** und **Sven Kommer** zeichnet die Genese des Papiers und die sich aus der Diskussion im Workshop ergebenden Stränge nach.

Heike Masan und **Bernd Dörr** präsentieren das Projekt *Chaos macht Schule* (CmS). Die CmS-Gruppen stellen in ihrer Arbeit direkte Verbindungen zwischen Medien- und Internetkompetenz, digitaler Kommunikation, Datenschutz und -sicherheit sowie politischen Strukturen her. Vorrangiges Ziel ist es, in Hands-on-Workshops Menschen zu befähigen, mit Technik im weitesten Sinne umzugehen und Schwellenängste zu nehmen.

Im vierten Teil des Bandes wirft **Ida Pöttinger** einen Blick über den medienpädagogischen Tellerrand Deutschlands und stellt die Ergebnisse der Panel-Diskussion mit Expertinnen und Experten aus Rumänien, Italien, Deutschland, Griechenland und Belgien beim 31. GMK-Forum Kommunikationskultur vor. Dabei ging es u. a. um aktuelle und anstehende Fragen im Bereich Medienpädagogik, Sicherheit und Regulierung im Internet sowie Kinder- und Jugendschutz.

Abschließend möchten wir uns bei allen Autorinnen und Autoren für die gute Zusammenarbeit bedanken und bei Katharina Künkel für die Erstellung des Titelumslages.

Allen Leserinnen und Lesern wünschen wir viel Spaß bei der Lektüre des vorliegenden Bandes und hoffen, dass Sie wertvolle Anregungen für die weitere medienpädagogische Arbeit erhalten.

Literatur

Baacke, Dieter (1999): Was ist Medienkompetenz? Abrufbar unter: <http://dieterbaackepreis.de/index.php?id=67> [Stand: 21.12.2015].

Baacke, Dieter (1997): Medienpädagogik. Grundlagen der Medienkommunikation. Band 1. Tübingen.

Ida Pöttinger

Zehn Gründe, warum gerade jetzt Medienkompetenz so wichtig ist

Die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) plädiert dafür, Medienbildung als Aufgabe von Bund, Land und Kommunen sowie von großen gesellschaftlichen Organisationen wahrzunehmen und für strukturelle Verbesserungen zu sorgen. Aber auch als Individuen, sei es in beruflichen oder privaten Zusammenhängen, können wir unseren Beitrag zu mehr Medienkompetenz leisten.

1. Medienkompetenz und Demokratie

Viele von uns schätzen das Internet wegen seiner einfachen Zugangs- und Kommunikationsmöglichkeiten und seines Potenzials zur politischen Teilhabe. Direkte Erfahrungsberichte fördern einerseits die Kontrolle der Mächtigen, doch andererseits werden Datenströme auch gezielt zur Manipulation eingesetzt. Terrorgruppen buhlen gleichermaßen wie Menschenrechtsgruppen und Hilfsorganisationen um die Aufmerksamkeit der Userinnen und User. Medienkompetenz heißt, Informationsquellen richtig bewerten und die Folgen eigener Beiträge richtig einzuschätzen zu können.

2. Medienkompetenz und Kommerzialisierung

Viele von uns nehmen kostenlose Dienste großer Internetfirmen gerne in Anspruch. Gleichzeitig wünschen wir uns staatliche Maßnahmen, die das Ausspähen von privaten Informationen verhindern. Sowohl staatliche Nachrichtendienste als auch Medienkonzerne mit Monopolstellungen gefährden die Freiheit des Internets. Medienkompetenz bedeutet, bereit zu sein, eigene Inhalte kostenlos für andere zur Verfügung zu stellen bzw. für Dienste von Unternehmen zu zahlen. Politische Wahlen ermöglichen es, jene zu legitimieren, die für die Einhaltung der Freiheit und ihrer Grenzen sorgen.

3. Medienkompetenz und Privatsphäre

Viele von uns benutzen Medien unreflektiert und geben zahlreiche Daten von sich preis, nicht wissend, dass sie sowohl für politische und kommerzi-

elle Profilanalysen laufend Daten liefern, die ihnen eines Tages zum Nachteil gereichen können. Medienkompetenz bedeutet, diese Risiken bewerten zu lernen und Daten nur bewusst oder an möglichst gesicherte Quellen weiterzugeben.

4. Medienkompetenz und Alternativen

Viele von uns wissen um alternative Programme die User to User-Systeme anbieten, z. B. Suchmaschinen oder Apps, die weniger Daten von uns speichern. Dennoch werden sie zu wenig benutzt. Medienkompetenz heißt, sich unter Freunden und in geschäftlichen Beziehungen darüber auszutauschen und sich zu einigen, um neue sichere Netzwerke auf- und auszubauen.

5. Medienkompetenz und Schutz vor Risiken

Viele von uns werden durch das Internet mit extremen oder besonderen Verhaltensweisen konfrontiert, die zwar der Meinungsfreiheit entsprechen, aber nur einen Teil der Wirklichkeit abbilden. Während von Erwachsenen erwartet werden kann, sich selbst ein Bild zu machen, sollten Kinder und Jugendliche vor sexuellem, politischem und gewalthaltigem Extremismus geschützt werden, weil ihnen die notwendige Erfahrung zur Einordnung der Eindrücke fehlt. Medienkompetenz heißt, sich der Gefahren für die eigene Psyche bewusst zu werden und besonders Kinder vor traumatischen Erlebnissen zu schützen.

6. Medienkompetenz und Beratung

Viele von uns gebrauchen nur kleine Teile von dem, was Programmhersteller, medienpädagogische Institutionen oder Ministerien zur Medienerziehung von Kindern und Jugendlichen anbieten. Medienkompetenz – von Eltern sowie Pädagoginnen und Pädagogen – bedeutet z. B., sich auch für Altershinweise, Filter und medienpädagogische Ratschläge zu interessieren, um bei der Beurteilung der Mediennutzung von Kindern mehr Entscheidungssicherheit zu haben.

7. Medienkompetenz und Kommunikation

Viele von uns verbringen sowohl in der Arbeit als auch in der Freizeit reichlich Zeit mit Kommunikationsmedien, die in vieler Hinsicht Kontakte verbessern, beschleunigen und vereinfachen. Die Kraft der digitalen

Kommunikation sollte nicht überschätzt werden. Direkte Face-to-Face-Kontakte sprechen verschiedene Ebenen an, sie fördern die Interpretation von Mimik und Gestik. Medienkompetenz heißt, sich verschiedenster Kommunikationsformen bedienen zu können.

8. Medienkompetenz und Aktivität

Viele von uns nutzen die Angebote des Internets selektiv, aber vor allem passiv. Angebote für Bildung, Unterhaltung und Information stehen zwar in guter und schlechter Qualität zur Verfügung. Aber das Internet ist vor allem ein Mitmachmedium. Neue Angebote können von jedem User und jeder Userin theoretisch allen zur Verfügung gestellt werden. Medienkompetenz heißt, sich aktiv und kreativ zu beteiligen bzw. sich die Medien zur Verbreitung eigener Ideen zunutze zu machen.

9. Medienkompetenz und soziale Regeln

Viele von uns verhalten sich auch im Netz nach den sozialen Regeln, die es normalerweise im Zusammenleben gibt. Anonymität, aber auch das zufällige Zusammenführen von Personengruppen, verhilft zur Durchsetzung von legitimen Interessen, führt aber auch zu Attacken gegenüber Einzelpersonen und Gruppen. Medienkompetenz heißt, selbst dafür zu sorgen, dass die soziale Verantwortung des Einzelnen im Netz nicht außer Kraft gesetzt wird.

10. Medienkompetenz und Alltagsmanagement

Viele von uns werden der Flut von Kaufangeboten, Informationen und Kontakten, die sich durch das Internet und soziale Netzwerke ergeben, nicht mehr Herr. Sie können keine Prioritäten setzen, können Quellen schwer einschätzen und unterliegen Kauf- oder Spielanreizen. Medienkompetenz bedeutet, eine Auswahl treffen zu können, auf das eigene Zeitmanagement zu achten und sich nicht von überflüssigen Inhalten gängeln zu lassen.

1. Theoretische Zugänge