
"Medienkultur und Bildung "

Positionspapier der GfM

Strategiekommission und
AG Medienkultur & Bildung
der GfM 2013

Inhalt

I.	Medienkulturen	3
a.	Soziale Dimension von Medien.....	4
b.	Historische Dimension von Medien.....	4
c.	Wissensdimension von Medien	4
d.	Identitätskonstituierende Dimension von Medien	5
e.	Ästhetische Dimension von Medien.....	5
f.	Normative Dimension von Medien.....	5
II.	Medienkulturelle Bildung.....	7

I. Medienkulturen

Alle Kulturen sind medial vermittelt. Kulturen sind daher immer auch Medienkulturen und insofern muss sich jede Auseinandersetzung mit Kulturen unweigerlich auch mit Medien beschäftigen. Die Integration in Kulturen, das Eröffnen kultureller Horizonte sowie ihre jeweilige Weiterentwicklung und Problematisierung sind insofern immer auch wesentlich medienvermittelte. Die Reflexion über die Medialität von Kulturen kann daher als eine der elementarsten Kulturtechniken betrachtet werden. Dabei sind Kulturtechniken ihrerseits im Wesentlichen nichts anderes als epochenspezifisch dominierende und zugleich veränderungsoffene Techniken des Mediengebrauchs. Insofern sind in kulturelle Transformations- und Migrationsprozesse immer auch Mediensysteme und ihr Wandel involviert.

Bildungsprozesse als Prozesse individueller Aneignung von Kulturen sind deshalb immer auch – wissentlich oder nicht – Auseinandersetzung mit der medialen Eigenart kultureller Kommunikation. Die langlebige Medienvergessenheit der traditionellen Kulturwissenschaften, die erst durch die Medienwissenschaft deutlich und zwischenzeitlich aufgehoben wurde, betraf nicht nur die medialen Bedingungen von Kultur und ihrer Aneignung, sondern in besonderem Maße auch die mediale Verfasstheit von Bildungsprozessen. Bildung ist daher ohne eine reflexive medienkulturelle Kompetenz nicht denkbar. Sozialisation und Bildung sind insofern nicht nur medial vermittelt, sondern sie sollten letztlich stets auch ihre eigene Medienvermitteltheit zum Gegenstand haben. Alle Prozesse der Medienbildung sollten daher auf aktuellen medienwissenschaftlichen Konzepten der Medienästhetik und der Medienanalyse sowie der Medientheorie und der Mediengeschichte basieren, um die Strukturen gegenwärtiger Medienkulturen theoretisch zu modellieren, zu analysieren zu interpretieren und sie damit erfahrbar zu machen und zugleich bei den Lernenden eine konstruktive mediale Handlungsfähigkeit gewährleisten zu können. Medienkulturen sind weder monokausal noch eindimensional zu sehen, sondern grundsätzlich als mehrdimensional zu betrachten, so dass auch ihre kulturelle Bedeutsamkeit in all ihren Dimensionen entfaltet werden muss. Denn Medien verfügen neben ihrer sozialen und historischen Dimension über ein wissensbildendes und identitätsstiftendes Potential sowie über eine ästhetische und eine normative Dimension. So ist – beispielsweise – die soziale Dimension durch gendertheoretische, ethnographische und politische Perspektiven zu konkretisieren und die ästhetische durch ästhetische und formtheoretische. Darüber hinaus weisen unterschiedliche Medien in all diesen Dimensionen jeweils unterschiedliche und

konfliktreiche Erscheinungsformen auf und eröffnen damit je spezifische Bedingungs Horizonte für die sie verwendenden Medienkulturen.

a. Soziale Dimension von Medien

Jede Ausdifferenzierung von Sozialsystemen ist zugleich immer auch medial codiert. So lassen sich die Identitätsmuster und Identifikationsprozesse von sozialen Gruppen gerade auch anhand von Medienpräferenzen bestimmen. Der Umgang mit Strategien sozialer Differenzierung in komplexen Gesellschaften setzt daher die Fähigkeit der Interpretation medialer Codierungen und medialer Praktiken voraus. Medien sind in diesem Sinne Agenten von gesellschaftlichen Prozessen der Komplexitätsreduktion aber auch von solchen der Differenzbildung. Soziales und politisches Handeln setzt insofern die Fähigkeit der Decodierung medialer Strategien und Strukturen sowie die souveräne Aneignung medienkultureller Praktiken voraus.

b. Historische Dimension von Medien

Die Geschichte von Sozialsystemen und Kulturen ist, wie die medialen Wissensspeicher und Archive deutlich machen, nicht nur medial vermittelt, sondern zugleich immer auch in die Geschichte der Medientechniken selbst verstrickt, wie es beispielhaft die Geschichte des Buchdrucks gezeigt hat. So setzt bereits das moderne Geschichtsverständnis selbst eine ausgeprägte Schriftkultur und damit eine bestimmte Medientechnik voraus. Das Wissen über die Historizität von Kulturen beruht daher auf dem Verstehen ihrer jeweiligen Medialität. Medienkulturen werden insofern nicht apriori normativ hierarchisiert, sondern funktional bzw. in vergleichender Perspektive untersucht. Medienwissenschaft vermittelt dadurch einen Zugang zu unterschiedlichsten Medienkulturen und hilft damit, sowohl historische Distanzen wie Dissonanzen in heterogenen Medienkulturen aufzuzeigen und ggf. zu überwinden.

c. Wissensdimension von Medien

Wissensproduktion und Wissenskulturen sind stets medial vermittelt. Das Verstehen von Wissenskulturen und der Erwerb von Wissen setzen das Verstehen der Medienselektion und Medienpräferenzen der jeweiligen Wissenskulturen voraus. Medien sind daher nicht nur in Prozesse der Speicherung und der Verfügbarmachung von Wissen in Gesellschaften grundlegend eingebunden, sondern ebenso in die Prozesse der Wissensproduktion und der Wissensvermittlung.

Der Erwerb von Wissen insgesamt, also Praxis- und Reflexionswissen, basiert auf einem Wissen um die historischen und medialen Konstruktionen des Wissens.

d. Identitätskonstituierende Dimension von Medien

Medien und Medienkulturen formatieren Identitäten und Subjekte, sie definieren Möglichkeitsräume, in denen sie sich zu ihrer Umwelt und zu sich selbst ins Verhältnis setzen können. Diese lassen sich sowohl auf der Makro-Ebene als umfassende, immer schon medial vermittelte Selbst- und Weltdeutungszusammenhänge, als auch im Sinne der Subjektpositionierung innerhalb abgrenzbarer medialer Konfigurationen modellieren. Vor diesem Hintergrund ist medienwissenschaftliche Expertise unabdingbar, um die verschiedenen kulturellen Identitätskonzepte zu verstehen und mit und auch an ihnen zu arbeiten. Medienkulturelle Formatierungen bestimmen zugleich als Medienbiografien die Identitäten und Unterschiede von Generationen. So sind Generationendynamiken immer auch medial codiert.

e. Ästhetische Dimension von Medien

Aisthesis und Ästhetik bedürfen, um überhaupt erscheinen und auftreten zu können, der Vermittlung durch Medien, um den Formen der sinnlichen (visuellen wie auditiven) Wahrnehmung Gestalt geben zu können. Insofern sind alle ästhetischen Kon-figurationen in Gesellschaften medial grundiert und jede ästhetische Äußerung ist immer zugleich auch ein mediales Handeln. Die Partizipation an und der Genuss von ästhetischen Ausdrucksformen setzen daher im Allgemeinen ein medienkulturelles und im Besonderen ein medienästhetisches Urteilsvermögen voraus. Eine so verstandene medienästhetische Bildung eröffnet die Möglichkeit, die spezifischen formästhetischen Bedingungen und Potentiale von Medien sowie die Bedingungen ästhetischer Wahrnehmung einschätzen und verändern zu können. Zugleich werden die medialen Bedingungen ästhetischer Formgebung und Komposition in den Blick gerückt. Medienbildung vermittelt von daher nicht zuletzt ästhetisch begründete Strategien der Medienselektion und befähigt damit zu einem vielseitig orientierten Medienhandeln.

f. Normative Dimension von Medien

Das medienwissenschaftliche Konzept von Medienkulturen ist vorderhand nicht normativ sondern eher normenvergleichend ausgerichtet. Medienbildung reflektiert grundsätzlich alle Formen

medienkultureller Äußerungen, ohne diese von vornherein zu bewerten. Insofern ist medienwissenschaftliche Analyse um ein normenkritisches Verstehen von Medienkulturen bemüht. Und dies bedeutet, dass die jeweiligen normativen Codierungen von medialen Produkten und Strukturen Gegenstand der Medienbildung selbst sind. Soziokulturelle wie mediale Schemata und Stereotype in den Prozessen der sozialen wie kulturellen Identitätsbildung sind der Fokus dieser vergleichsorientierten Perspektive, ohne die die Dynamik der Konflikte wie Innovationen im Feld der sozialen wie kulturellen Identitätsbildungen gerade im globalen Kontext der medialen Welterschließung nicht verstanden werden kann.

II. Medienkulturelle Bildung

Die gezielte Ermöglichung eines reflektierten Zugangs zu gegenwärtigen und historischen Medienkulturen wird als medienkulturelle Medienbildung bezeichnet. Medienbildung basiert in diesem Sinne auf der aktuellen medienwissenschaftlichen Forschung und der medienwissenschaftlichen Modellierung von Medienkulturen sowie den theoretischen Ansätzen der Bildungswissenschaften.

Das Verstehen von und die Handlungsfähigkeit in Medienkulturen setzen das Verständnis von sozialen, historischen, kognitiven, identitätsstiftenden, ästhetischen und normativen Dimensionen der Medien voraus. Dabei geht medienkulturelle Bildung von der Vielschichtigkeit der sozialen, historischen, kognitiven, normativen und ästhetischen Dimensionen in der Herausbildung von Medienkulturen sowie der prinzipiellen funktionalen Äquivalenz historischer Medienkulturen aus und unterstellt damit die Vergleichbarkeit der unterschiedlichen (historischen, regionalen und sozialen) Kulturen. Zugleich geht medienkulturelle Bildung von der Koexistenz unterschiedlicher Medienkulturen in der Gegenwart (medialer Diskulturalität) und damit von einer Gleichzeitigkeit z.T. sehr unterschiedlicher Formen der Medienpraxis aus, die im täglichen Umgang mit Medien (im nationalen wie transnationalen Kontext) sowie in der täglichen Kommunikation bewältigt werden muss. Gleichzeitig werden Generationsunterschiede zumeist auch medial codiert, so dass das Verständnis unterschiedlicher Generationen das Verstehen ihrer Medienpraktiken voraussetzt. Zudem lassen sich nicht nur historische und regionale Migrationen von Medienkulturen, sondern unterschiedliche Dynamiken von Medienkulturen feststellen, deren angemessene Einschätzung die Grundlage jeglichen souveränen Medienhandelns bildet. Dies gilt nicht zuletzt für die Einführung und Etablierung neuer Medien in bestehenden Medienkulturen. Über die sozio-kulturelle Brauchbarkeit und die akzeptierten Verwendungsweisen von Neue Medien wie Soziale Netzwerke, Computerspiele, etc., muss erst in gesellschaftlichen Debatten ein stets wieder problematisierbarer kultureller ‚Konsens‘ erzielt werden. Erst danach sind sie als Medien enkulturalisiert und Teil einer neuen Medienkultur. Das Verständnis der Regeln solcher Einführungsprozesse Neuer Medien stellt einen entscheidenden Teil jenes vergleichenden, also kritischen Verständnisses von historischen Dynamiken der Medienkultur dar. Pauschalisierende Medienkritik ist dabei nicht selten ein Symptom des (noch) unverstandenen Medienwandels selbst.

Medienkulturelle Bildung ist zuvörderst verständnis- und nicht primär wertorientiert: Es geht um das kritisch-vergleichende Verstehen von Medienkulturen einschließlich ihrer normativen Codierung. Das Verstehen von Medienkulturen setzt daher das Verständnis ihrer sozialen, historischen, kognitiven, identitätsstiftenden und ästhetischen Dimensionen voraus. Und es sucht aus der Perspektive der funktionalen Äquivalenz von Medienkulturen die Spezifik der gleichzeitig bestehenden unterschiedlichen Medienkulturen zu erfassen.

Der Medienwissenschaft geht es daher nicht um eine isolierte Medienkompetenz, sondern um eine umfassende medienkulturelle Kompetenz. Diese medienkulturelle Kompetenz, auf die alle Bereiche der Medienbildung sowie der lebenslangen Mediennutzung abzielen sollten, hat eine kulturelle Querschnittsfunktion. Sie eröffnet den Blick auf die von Medien gebildeten Infrastrukturen von Kulturen und ermöglicht damit nicht nur den Zugang zu dem Medienwandel, der unterschiedliche Kulturen gleichermaßen angeht, sondern eben auch einen dem Medienwandel gegenüber offenen Umgang mit ‚eigenen‘ wie mit ‚fremden‘ Kulturen. Die medienkulturelle Kompetenz und Medienbildung soll die historischen, sozialen, kognitiven, identitätsstiftenden ästhetischen und normativen Dimensionen von Medienkulturen erfahrbar werden lassen, um eine ebenso reflektierte wie handlungsorientierte Partizipation an kollektiver kultureller Produktion zu ermöglichen.

Insofern ergeben sich für die GfM für die schulische und außerschulische Medienbildung die folgenden Forderungen:

1. Eine Qualifizierung für Medienbildung muss die Erkenntnisse der Medienwissenschaft berücksichtigen und kann nur auf Basis einer Zusammenarbeit von Medienwissenschaft und Medienpädagogik erfolgen.
2. Medienkulturelle Inhalte von Curricula formeller und informeller Bildungsprozesse sind vor dem Hintergrund medienwissenschaftlicher Erkenntnisse zu konzipieren.
3. Zugleich ist eine medienwissenschaftlich fundierte Integration von Medienbildung in sämtliche Prozesse schulischer und außerschulischer Bildung zu leisten, um der infrastrukturellen Querschnittsfunktion von Medien zu entsprechen.
4. Die GfM fordert eine grundlegende medienwissenschaftliche Qualifizierung von Lehrpersonal, wobei

- a. Einerseits medienwissenschaftliche Basiskompetenzen Teil jeder Lehramtsausbildung sein müssen, um den Lehrerinnen und Lehrern selbst einen medienwissenschaftlich fundierten Zugang zur Medienkultur zu eröffnen.
 - b. Andererseits muss eine vertiefte medienwissenschaftliche Ausbildung für Teile des Lehrpersonals ermöglicht werden, die für medienwissenschaftliche Lehrinhalte in den Sekundarstufen I und II qualifiziert.
 - c. Mittelfristig könnte Medienbildung als eigenes Fach die Funktion von Fächern wie Informatik ergänzen und erweitern.
5. Aufgrund des gegenwärtigen in medienwissenschaftlicher Hinsicht grundlegend defizitären Ausbildungsstandes in der schulischen und außerschulischen Bildung sind die Medienwissenschaften in umfassende Weiterbildungsangebote einzubeziehen und es ist den im schulischen und außerschulischen Bildungsbereich Tätigen Gelegenheit zu geben, an solchen Programmen teilzunehmen.
6. Aufgrund der rasanten Dynamik medientechnischer Veränderungen sollte eine medienkulturelle Erkenntnisse genuiner Teil aller universitären Aus- und Weiterbildungskonzepte im Kontext lebenslangen Lernens sein.