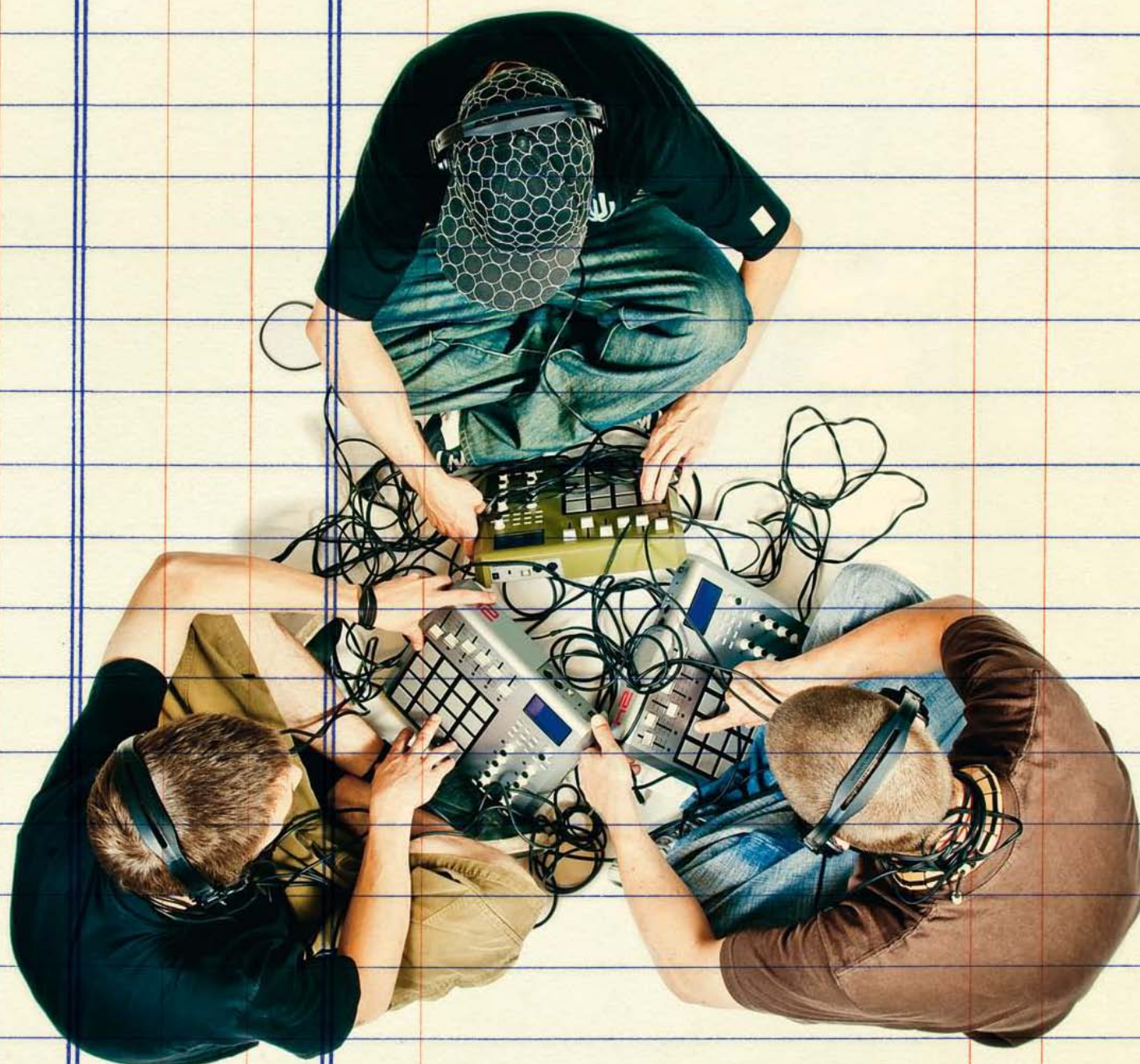


# TENDENZ 4.09

Das Magazin der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien

[www.blm.de](http://www.blm.de)



## Medienerziehung in der Schule

### LEHRERAUSBILDUNG

#### MEDIENPÄDAGOGIK: FEHLANZEIGE?

Weiterentwicklung notwendig

### MEDIENFÜHRERSCHEIN BAYERN

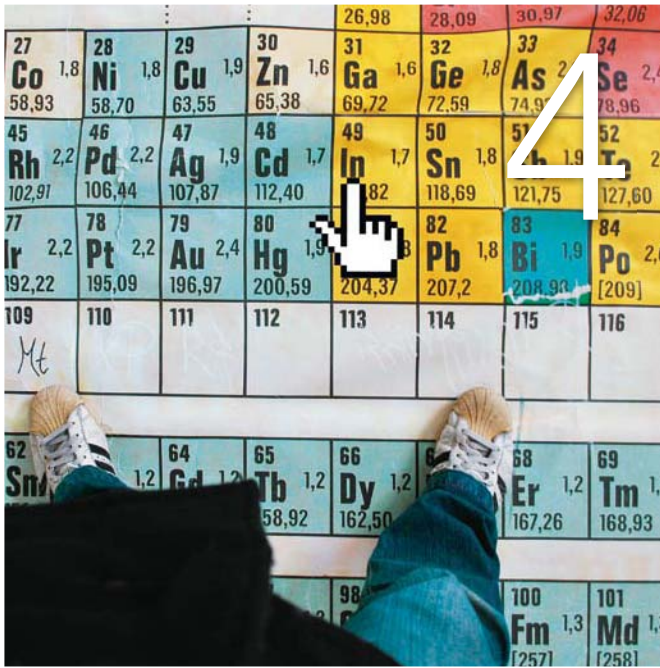
#### HÖRREISEN UND MEHR

Medienbildung durch die Schule

### MEDIENKOMPETENZ

#### IM DSCHUNGEL DER MEDIEN

Minister Siegfried Schneider im Interview



**THEMA: MEDIENERZIEHUNG IN DER SCHULE**

Titelthema

**Anspruch und Wirklichkeit**

Wie lässt sich Medienerziehung im Sinne umfassender Medienbildung am besten in den Schulalltag integrieren?

Von Dieter Spanhel **4**

Lehrerbildung

**Medienpädagogik in der Lehrerbildung: Fehlanzeige?**

Wenn Medienkompetenz als Aufgabe in der Schule an Bedeutung gewinnt, muss die Lehrerbildung weiterentwickelt werden.

Von Rudolf Kammerl **12**

Modelle zur Medienerziehung

**Die Balance zwischen Pflicht und Freiheit**

Die Lernziele zur Medienbildung in der Schule sind in allen Bundesländern ähnlich, die Wege dort hin jedoch sehr unterschiedlich.

Von Ida Pöttinger und Wolfgang Antritter **16**

Medienführerschein Bayern

**Von Hörreisen und Identifikationsfiguren**

Den bewussten Umgang mit den neuen Medien zu fördern, ist das Ziel des Medienführerscheins, den die Stiftung Medienpädagogik Bayern mit entwickelt hat.

Von Verena Weigand **24**

**INTERVIEW**

**Im Dschungel der Medien**

Staatsminister Siegfried Schneider: Medienführerschein dokumentiert Medienkompetenz

Fragen von Bettina Pregel **20**

**VERANSTALTUNGEN**

**Surfen. Zappen. Daddeln**

Fachtagung des Forums Medienpädagogik thematisiert Medienerziehung in der Schule.

Von Bettina Pregel **28**

**Qualitätsjournalismus trotz Krise sichern**

Medientage München 2009: MUT – Medien und Transformation

Von Matthias Kurp und Bettina Pregel **30**

**SERVICE**

**Medienticker Bayern**

Bayerischer Lokalrundfunkpreis für Wolf-Dieter Ring **15**

**Ausbildungskompass**

Interdisziplinäre Tagung zu »Medien. Bildung. Soziale Ungleichheit« **19**

**Literaturtipps**

Neuerscheinungen und Publikationen zum Thema **23**

**TV-Marktanteile im Fernsehjahr 2009**

RTL legt kräftig zu **26**

**Termine**

Übersicht über medienrelevante Veranstaltungen **31**

Ein Diskussionsforum zu Tendenz-Beiträgen der Printausgabe finden Sie online unter [www.blm.de](http://www.blm.de), Rubrik Tendenz online.

In dieser Ausgabe finden Sie eine Beilage der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).

**TENDENZ**

Das Magazin der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien erscheint vierteljährlich. Bezug kostenlos.

**Herausgeber:** Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Postfach 83 01 51, 81701 München

**Anschrift der Redaktion:**

Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Redaktion Tendenz, Heinrich-Lübke-Straße 27, 81737 München

Telefon 089/6 38 08-318, Fax 089/6 38 08-340

**Website:** www.blm.de | **E-Mail:** bettina.pregel@blm.de

**Verantwortlich:** Johannes Kors | **Redaktion:** Bettina Pregel

**Redaktionsschluss für diese Ausgabe:** 31. Dezember 2009

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autoren verantwortlich.

Für unverlangt eingesandte Beiträge wird keine Haftung übernommen.

**Art Direction:** ROSE PISTOLA GmbH

**Grafik:** Karin Höfling (Ltg.), Frank von Grafenstein, Kerstin Davies

**Druck:** Holtz Druck, Neudrossenfeld

**Copyright:** BLM, Dezember 2009



Dr. Erich Jooß,  
Vorsitzender des Medienrates  
der Bayerischen Landeszentrale  
für neue Medien

# BIOTOPE DER MEDIEN- KOMPETENZ

## AUTOREN DIESER AUSGABE



**Prof. Dr. Dieter Spanhel** (em.) hatte bis 2005 den Lehrstuhl für Allgemeine Pädagogik an der Erziehungswissenschaftlichen Fakultät der Universität Erlangen-Nürnberg inne. Zu seinen Arbeitsschwerpunkten gehört die Medienerziehung.

4



**Prof. Dr. Rudolf Kammerl** ist seit Oktober 2008 Professor für Erziehungswissenschaft unter bes. Berücksichtigung der Medienpädagogik an der Universität Hamburg. Zu seinen Arbeitsschwerpunkten gehören Bildung, Lern- und Sozialisationsforschung.

12



**Dr. Ida Pöttinger** arbeitet seit Dezember 2008 am JFF – Institut für Medienpädagogik in München. Zuvor war sie als Lehrerin für Pädagogik und Psychologie und als Redakteurin tätig. Außerdem leitete sie Projekte zur Medienbildung in Baden-Württemberg.

16



**Wolfgang Anritter** unterrichtete bis Juli 2009 Deutsch, Geschichte und Gemeinschaftskunde an einem Gymnasium in Baden-Württemberg. Außerdem war der Studiendirektor auch pädagogischer Leiter des Medienzentrums Pforzheim-Enzkreis.

16



**Verena Weigand** ist Referentin für Jugendschutz und Medienpädagogik in der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Außerdem leitet sie die Stabsstelle der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).

24

Es gibt nur wenige Begriffe, die in Streitgesprächen über die Medien von allen Beteiligten gefahrlos benützt werden können. Zu diesen Begriffen gehört die Medienkompetenz. Das nährt den bösen Verdacht, dass sie ein Alibi für fehlende Medienqualität sein könnte. Sind wir nicht alle auf der Suche nach einem Heilmittel gegen die vermeintlichen oder tatsächlichen Auswüchse der Medienwelt?

Medienkompetenz also als Ruhekiten für besorgte Medienkritiker oder doch als ein »Mega-Thema«? So jedenfalls hat sie der bayerische Staatsminister Siegfried Schneider bei der Fachtagung des Forums Medienpädagogik in der BLM apostrophiert. Und er konnte als Beleg dafür auch gleich den »Medienführerschein Bayern« vorstellen, dessen Bausteine (Unterrichtseinheiten) die ganz konkreten Medienerfahrungen der Kinder im Blick haben und ihren Medienalltag ernst nehmen.

Genauso erfreulich wie dieser Medienführerschein, der hoffentlich keine Eintagsfliege ist, waren die bei der Tagung von Lehrerinnen und Lehrern präsentierten Unterrichtsprojekte. Hier wurde die Medienwelt nicht tabuisiert, sondern spielerisch erkundet; hier stand die Förderung der Kreativität im Vordergrund. Selbstbestimmter Umgang mit den Medien trat an die Stelle des unkritischen Medienkonsums und der üblichen Abwehrmechanismen.

Noch ist die Medienkompetenz kein Unterrichtsfach und sie wird dies wohl auch nicht so rasch werden. Das mag man bedauern. Aber statt darüber zu lamentieren, sollte lieber jede Möglichkeit genutzt werden, engagierte Lehrer, verantwortungsbewusste Eltern und erfahrene Medienpädagogen zusammenzubringen. Dadurch erst entstehen Biotope der Medienkompetenz, die wir so dringend brauchen.

Freilich muss auch die kritische Frage erlaubt sein, warum die Medien selbst so zögerlich mit dem Thema umgehen. Die Heranbildung von Medienkompetenz durch die Medien in den Medien: Das wäre tatsächlich ein Mega-Thema. Dr. Erich Jooß



# MEDIEN- ERZIEHUNG IN DER SCHULE





**U**m die Medienerziehung an unseren Schulen ist es nicht zum Besten bestellt. Das zeigen beispielhaft die Ergebnisse aus einer Untersuchung, in der Jürgen Bofinger 2006 mehr als 9000 Lehrkräfte aller Schularten in Bayern zum Einsatz digitaler Medien im Fachunterricht und zur Bedeutung schulischer Medienarbeit befragt hat. Fast die Hälfte aller Lehrkräfte (48 Prozent) hat sich demnach im ersten Schulhalbjahr 2006 überhaupt nicht mit medienzieherischen Themen beschäftigt (vgl. Grafik unten). Der Einsatz der digitalen Medien im Fachunterricht zur Verbesserung der Lehr- und Lernprozesse hat sich zwar im Vergleich zu 2002 deutlich verbessert. Aber auch 2006 verwenden fast 80 Prozent der Lehrkräfte digitale Medien nie oder nur sehr selten im Unterricht.

Als Gründe werden überwiegend Probleme mit der Organisation (Zeitdruck; zu große Klassen), mit der Ausstattung und dem Angebot an Medien angegeben (vgl. Grafik, S. 8). Daneben haben jedoch auch didaktische/pädagogische Gründe hohes Gewicht (kein erkennbarer Mehrwert; andere Methoden besser; bewährter eigener Unterricht). Insgesamt nähren die Ergebnisse der Studie den Verdacht, dass viele Lehrkräfte die Bedeutung der Medien in unserer Gesellschaft für den Bildungsprozess und die Bewältigung der künftigen Lebensaufgaben der Heranwachsenden noch nicht richtig einschätzen.

Dies ist erstaunlich, da die Bildungspolitik Medienerziehung in der Schule bereits Mitte der 90er Jahre zur verbindlichen Aufgabe erklärte, mit dem Ziel, Medienkompetenz als gesamtgesellschaftliche, generationenübergreifende und interkulturelle Aufgabe zu vermitteln. So jedenfalls geht es aus dem 1995 veröffentlichten Orientierungsrahmen »Medienerziehung in der Schule« der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (BLK) und der Erklärung der Kultusministerkonferenz (KMK) zur »Medienpädagogik in der Schule« hervor.

Die Grundidee beider Verlautbarungen ist ein integrativer Ansatz von Medienerziehung und Mediendidaktik im Kontext von Schulentwicklung. Die unterschiedlichen Praxiskonzepte dazu, die teilweise in Modellversuchen erprobt, aber selten evaluiert wurden, lassen sich als medienpädagogisch (Gerd Tulodziecki), medientheoretisch (Christian Doelker), fachdidaktisch

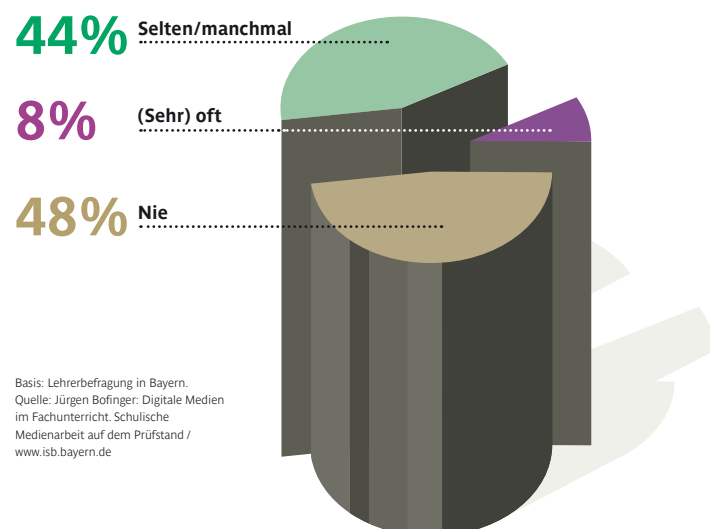
orientierte (Jutta Wermke) oder als integrative Konzepte kennzeichnen (Dieter Spanhel, Wolfgang Schill).

Für die schulische Medienpädagogik gab jedoch 1997 der Beschluss der Kultusministerkonferenz »Neue Medien und Telekommunikation im Bildungswesen« eine neue Ausrichtung vor: die Ausstattung der Schulen mit Multimedia und Internet. Unter großem Druck von Politik und Wirtschaft wurde dieses Anliegen im Rahmen der Initiative »Schulen ans Netz« vorangetrieben. In der Folge verlagerte sich der Schwerpunkt der medienpädagogischen Ziele. Im BLK-Orientierungsrahmen von 1995 ging es noch um die Medien als Lerngegenstand mit dem Ziel eines »sachgerechten, selbstbestimmten, kreativen und sozialverantwortlichen Handelns ... in einer von Medien beeinflussten Welt«, um »die 'Medienkompetenz' des Einzelnen als Bestandteil allgemeiner und beruflicher Bildung sowie um die 'Medienkultur' als Ausdruck eines aufgeklärten Nutzungsverhaltens«.

Nun aber rückten die neuen Medien als Lerninstrumente in den Blickpunkt. Damit waren euphorische Erwartungen verbunden. Die Initiatoren erhofften sich nicht weniger als eine neue →

## ■ SCHULISCHE MEDIENERZIEHUNG

Beschäftigung mit medienzieherischen Themen, 2006



Lernkultur, die Vermittlung von Medienkompetenz als Basis für lebenslanges Lernen und eine Weiterentwicklung von Schule insgesamt. Dafür wurden flächendeckende Maßnahmen zur Lehrerfortbildung im Bereich Multimedia angeboten sowie Konzepte zur Integration neuer Medien in die Lehrerausbildung, Bildungsportale und Unterrichtsmedien entwickelt. Aber die überzogenen Erwartungen hinsichtlich einer Verbesserung der Lehr- und Lernprozesse sowie der Schulentwicklung erfüllten sich nicht.

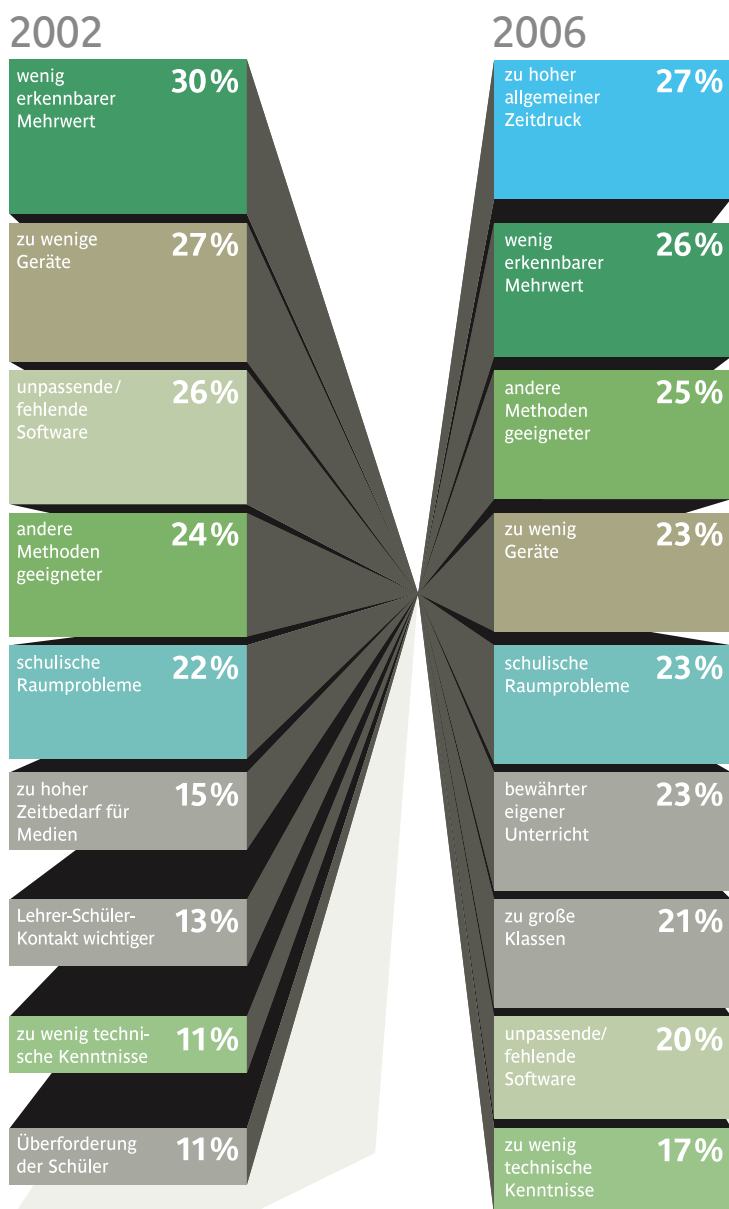
So werden seither unter dem Oberbegriff der Medienpädagogik oder Medienbildung die Medienerziehung und die informationstechnische Grundbildung bzw. Integration der neuen Medien als isolierte Lernfelder geführt und in gleicher Weise vernachlässigt. Empirische Forschungsergebnisse belegen, dass bislang weder eine nachhaltige Intensivierung der Medienerziehung noch eine deutliche Verbesserung der Lehr- und Lernprozesse oder gar eine Schulentwicklung durch den Einsatz der neuen Medien erreicht werden konnten.



## ■ GRÜNDE FÜR MEDIENVERZICHT\* IN DER SCHULE

Befragung 2002 und 2006

\* Basis: Lehrerbefragung in Bayern, Rangfolge der Verzichtsründe in Prozent aller Nennungen; Mehrfachantworten möglich. Quelle: Jürgen Bofinger: Digitale Medien im Fachunterricht. Schulische Medienarbeit auf dem Prüfstand / www.isb.bayern.de



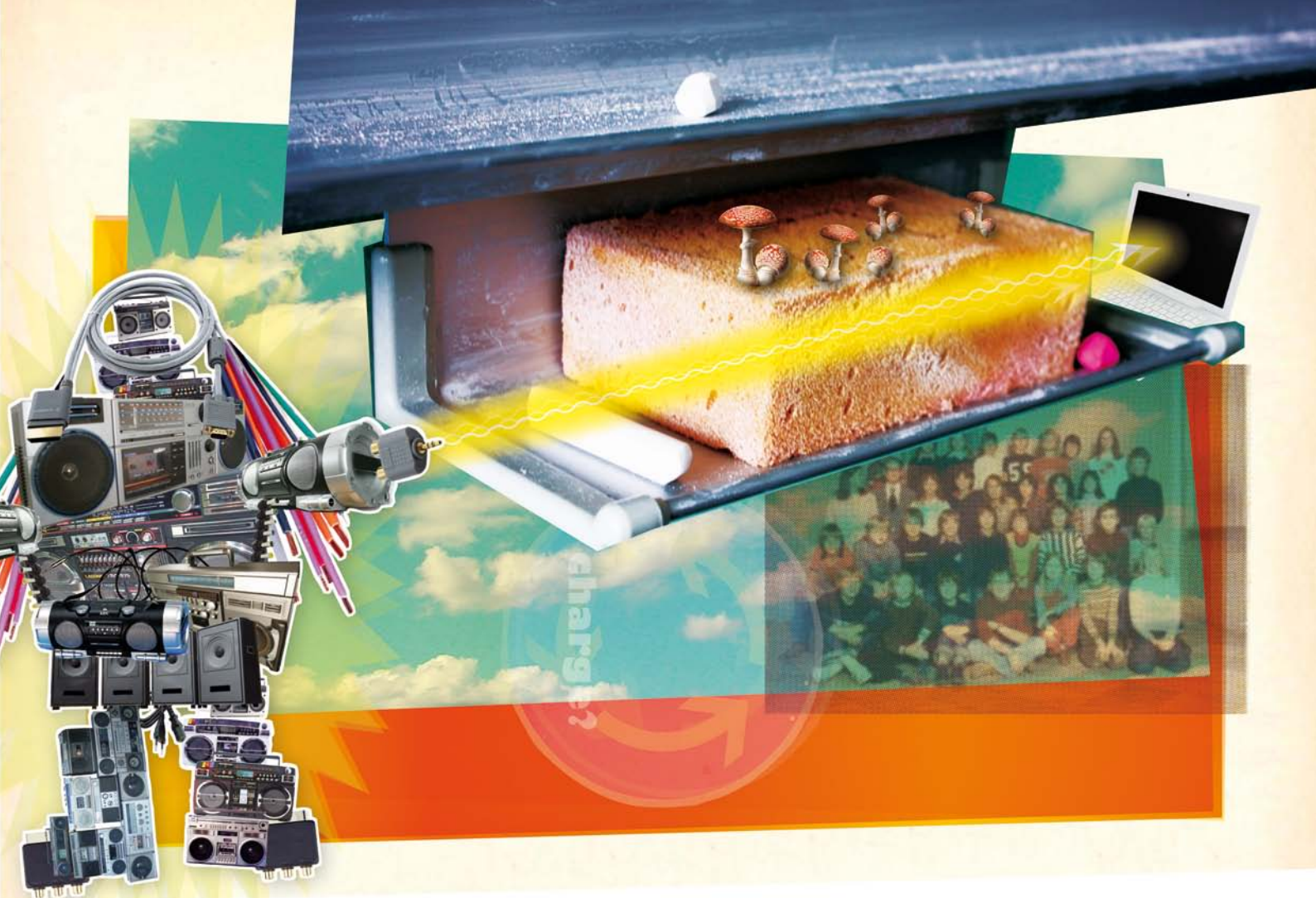
Der eigentliche Grund liegt wohl darin, dass die Medienerziehung in der Schule seit Jahren aus einer verengten Perspektive diskutiert wird. Aus anthropologischer Sicht hängen in der Geschichte der Menschheit die Entwicklung der Kultur und der Medien zusammen. Sie bedingen sich wechselseitig. In der jüngsten Vergangenheit hat die Medienentwicklung zu einer enormen Beschleunigung der kulturellen Evolution und zu tief greifenden Veränderungen der gesellschaftlichen Kommunikationsstrukturen geführt. Zurzeit beobachten wir eine weitere Beschleunigung dieser Entwicklungen.

In der Folge ist die nachwachsende Generation bei ihrer Integration in Kultur und Gesellschaft noch nie da gewesenen Lernzwängen ausgesetzt. Sie können nur bewältigt werden, weil die neuen Medien die Lernfähigkeiten und Lernmöglichkeiten des Menschen verbessern. Dazu müssen die Heranwachsenden jedoch erst im Rahmen einer umfassenden Medienbildung befähigt werden. Medienbildung wird damit zu einer zentralen Aufgabe der Schule in der heutigen Medien-gesellschaft.

Schule darf jedoch nicht übersehen, dass das Lernen mit neuen Medien schon von klein auf vor und neben der Schule in Familie und Freizeit in eigener Regie geschieht. Die Medienwelt ist die Welt der Kinder und Jugendlichen, in der sie sich zu Hause fühlen und in der sie eigenständig ihren Bildungsprozess vorantreiben. Sie eröffnet ihnen unabhängig von Eltern und Schule reizvolle Erfahrungen und verlockende Lernangebote zu jeder Zeit und an jedem Ort.

Die neuen Medienwelten bergen also nicht nur die in der Öffentlichkeit vorrangig diskutierten Gefährdungspotenziale (Gewalt, Sex und Crime), sondern eröffnen auch enorme Bildungspotenziale. Die Heranwachsenden nutzen die Medien als Orte informellen Lernens, weil sie Orientierungshilfen





für Persönlichkeits- und Lebenskonzepte bieten, Wissens- und Informationsquellen erschließen und zur Ausformung von Medienkompetenz im Medienhandeln beitragen, wie es Helga Theunert, Direktorin des JFF-Instituts für Medienpädagogik und Forschung, 2005 formulierte.

Damit ist allerdings die Problematik verbunden, dass die Kinder und Jugendlichen sehr unterschiedlich von diesen Lern- und Bildungschancen der neuen Medien profitieren, je nach ihrem Bildungsniveau bzw. dem sozialen Status der Familie («digital divide»). Im Laufe der Jahre erwerben sie in Familie und Freizeit ganz unterschiedliche Medienkompetenzen und Kommunikationsfähigkeiten. Deshalb wird eine gemeinsame Basis an Erfahrungen, Wissen, Werten und Haltungen als Voraussetzung für erfolgreiches Lernen in der Schule immer unwahrscheinlicher und brüchiger.

Darüber hinaus steht die Schule vor dem generellen Problem, dass alle jungen Menschen heute in zwei weitgehend voneinander getrennten Lebens- und Lernwelten heranwachsen: In ihren individuellen, selbst gestalteten Medien- und Lernwelten in Familie und Freizeit und in der systematisch organisierten, auf Sprache gegründeten Lernwelt der Schule. Vielen Schülerinnen und Schülern, insbesondere aus bildungsbenachteiligten Milieus, fällt es zunehmend schwer, die Kluft zwischen diesen Lebenswelten zu überwinden. Die Schule bietet ihnen dabei bislang kaum Hilfen an, mit gravierenden Folgen für ihren Bildungsprozess. Aus dieser Situation ergibt sich die Dringlichkeit einer schulischen

Medienbildung. Sie hat einerseits die Bildungsaufgabe, die medienkonvergenten Nutzungsmuster der Kinder und Jugendlichen, die informellen Lernformen mit Medien und die von ihnen eigenständig erworbenen Medienkompetenzen für den Unterricht nutzbar zu machen und systematisch weiter zu entwickeln. Andererseits muss sie die mit Problemen und Fehlentwicklungen der Mediensozialisation verbundenen Erziehungsaufgaben (z.B. Identitätsentwicklung, Gewaltproblematik) sensibel erkennen und den Heranwachsenden Unterstützung beim Aufbau alternativer Medienhandlungsmuster geben.

Die gleichrangige Verwirklichung beider Aufgabenbereiche erfordert ein Umdenken: Medienbildung ist als ein Aspekt der Persönlichkeitsbildung zu verstehen, als ein lebenslanger Prozess der Vermittlung von Welt und Selbst durch eine kritisch-reflexive Aneignung der Medienangebote sowie durch praktische Medienarbeit. Schülerinnen und Schüler sollten über die gesamte Schulzeit hinweg auf der Grundlage einer neuen Lernkultur, die auf die Bildungspotenziale der Medien gestützt ist, eine kritische Distanz zu den Medien und eine Verantwortungshaltung im Umgang mit ihnen aufbauen.

Dies ist möglich durch eine Orientierung an den Lernpotenzialen der Medien, wie sie beim informellen außerschulischen Lernen wirksam werden. Dieses Lernen mit Medien ist selbstgesteuert, spielerisch und selbst organisiert. Es setzt an bei den vorhandenen Fähigkeiten und Denkstrukturen, Interessen und Bedürfnissen, Wünschen oder Zielen der Heranwachsenden →

## Junge Menschen wachsen in getrennten Lebens- und Lernwelten heran

	Erkennen und Aufarbeiten von Medieneinflüssen	Verstehen und Bewerten von Medienbotschaften	Auswählen und Nutzen von Medienangeboten	Eigenes Gestalten und Verbreiten von Medien	Analyse und Kritik von Medien und Einflussnahme
KLASSE 1/2	Aufarbeiten von medienbeeinflussten Gefühlen <b>GRUSELPROJEKT</b>	Unterscheiden verschiedener Darstellungsformen <b>MÄRCHENPROJEKT</b>	Mediennutzung zur Unterhaltung <b>FREIZEITGESTALTUNG</b>	Gestalten einer eigenen Fotodokumentation <b>VERKEHRSPROJEKT</b>	
KLASSE 3/4	Aufarbeiten von medienbeeinflussten Vorstellungen <b>POLIZEIPROJEKT</b>	Unterscheiden verschiedener Absichten bzw. Kategorien <b>STADTPROJEKT</b>	Mediennutzung zur Information und zum Lernen <b>SINGVÖGEL</b>		Analyse und Kritik von Bildergeschichten <b>COMICS</b>
KLASSE 5/6		Unterscheiden verschiedener Gestaltungstechniken <b>WERBEPROJEKT</b>	Mediennutzung zum Spielen <b>KONFLIKTFÄLLE BEI COMPUTERSPIELEN</b>	Gestaltung eines eigenen Hörmagazins <b>KLASSEN RADIO</b>	Analyse und Kritik von Fernsehunterhaltung <b>VORABENDSERIEN</b>
KLASSE 7/8	Aufarbeiten von medienbeeinflusster Verhaltensorientierung <b>KONFLIKTVERHALTEN</b>	Unterscheiden verschiedener Gestaltungsarten <b>MEDIALE VARIATIONEN</b>		Gestalten einer eigenen Zeitung mit Hilfe des Computers <b>SCHÜLERZEITUNG</b>	Analyse und Kritik von Musikangeboten <b>VIDEOCLIPS</b>
KLASSE 9/10	Erkennen von Einflüssen auf das Alltagsgeschehen <b>COMPUTERGESTÜTZTE FRAGEBOGENAKTION</b>		Nutzung zur Problemlösung und Entscheidungsfindung <b>COMPUTERSIMULATION</b>	Gestalten eines eigenen Films <b>VIDEOPROJEKT</b>	Analyse und Kritik von Computeranwendungen <b>COMPUTERKASSEN</b>
KLASSE 11/12			Nutzung neuer Kommunikationsformen <b>KONFERENZPROJEKT</b>	Gestalten eines eigenen Computerprogramms <b>ZUKUNFTSENTWICKLUNGEN</b>	Analyse/Kritik von politischen Informationen <b>NACHRICHTEN UND MAGAZINE</b>

Quelle: Gerhard Tulodziecki u.a.: Handlungsorientierte Medienpädagogik in Beispielen, Bad Heilbrunn 1995, S. 37

## ■ ELEMENTE DER MEDIENERZIEHUNG NACH JAHRGANGSSTUFEN

Raster nach Gerhard Tulodziecki, 1995

und wird von ihnen selbst gelenkt. Um diese Lernchancen der Medien zu nutzen, müsste der Unterricht in Form offener medialer Lernumgebungen so gestaltet werden, dass die Lernenden nicht nur bestimmte Wissensinhalte konstruieren, sondern auch positive soziale Erfahrungen machen sowie ihre Identitätsarbeit und moralische Kompetenz vorantreiben können.

### Mediale Bildungsräume schaffen

Nach dem Konzept des »situierten Lernens« sollten solche Lernumgebungen kontextabhängig, fallbasiert, problemorientiert oder aufgabengeleitet gestaltet werden. Durch einen flexiblen Medieneinsatz eröffnen sich Spielräume für selbst gesteuerte Lernprozesse. Sie könnten als mediale Bildungsräume bezeichnet werden, weil die Schülerinnen und Schüler hier experimentieren, eigene Interpretationen und Aufgabenlösungen erproben oder

Medienproduktionen gestalten. Sie konstruieren spielerisch mediale Handlungsrahmen und nutzen diese zur Bewältigung ihrer Entwicklungsaufgaben und als Spielräume für ihre Identitätsfindung. Diese medialen Bildungsräume ermöglichen sowohl eine neue Lernkultur als auch die Bearbeitung der Aufgaben der Medienerziehung. Mediale Bildungsräume sollen den Schülerinnen und Schülern

- Anschlussmöglichkeiten an ihre bisherigen Medienerfahrungen bieten, ihre Lerninstrumente aktivieren und zu einer intensiven Auseinandersetzung mit problemorientierten Lernaufgaben anregen;
- die Fähigkeit vermitteln, aus der Fülle an Medien und inhaltlichen Angeboten kritisch auszuwählen und die Inhalte entsprechend ihren Interessen und Medienkompetenzen kreativ weiter zu bearbeiten und die Ergebnisse zu überprüfen;
- vielfältige Handlungsmöglichkeiten und Erfahrungsräume

in Form aktiver Medienarbeit, in Medienprojekten oder bei Medienproduktionen eröffnen;

- Möglichkeiten zur Selbstorganisation ihrer Lernprozesse geben, damit sie die Grundbedürfnisse befriedigen können, die für die Ausbildung vielfältiger Interessen und für die Motivation zum Weiterlernen bedeutsam sind: Ziel ist das Erleben von Autonomie-Erfahrung und sozialem Eingebunden sein.

Dabei steht die Schule vor dem schwierigen Problem, dass Kinder schon von klein auf feste Nutzungsmuster ausbilden, die sich später nur noch schwer ändern lassen. Sie müsste versuchen, alternative Medienhandlungsmuster aufzubauen und einzuüben. Mediale Bildungsräume bieten dafür die erforderlichen Spielräume. Damit sie genutzt werden, müssten die Lehrkräfte erkennen, dass Unterricht und Schule mediale Konstruktionen sind bzw. dass alle Lern- und Bildungsprozesse auf mediengestützten Kommunikations- und Konstruktionsprozessen beruhen. Die neuen Medien bieten im Rahmen offener Lernumgebungen vielfältige Konstruktionsmöglichkeiten, die von Lehrern und Schülern erkannt, reflektiert und kreativ genutzt werden müssen.

Voraussetzung dafür ist eine gezielte Förderung der Medienkompetenzen, wie sie seit Jahren in der Literatur beschrieben werden. Gerhard Tulodziecki hat ein Raster entwickelt, das zeigt, wie die Förderung dieser Kompetenzen auf die Lernbereiche verteilt, in die Schulfächer integriert und über die Jahrgangsstufen verteilt werden können (vgl. Tabelle, S. 10). Über diese Medienkompetenzen hinaus müssten die Schüler für die Arbeit in offenen, multimedialen Lernumgebungen metakognitive Fähigkeiten (Wissen über die Steuerung der eigenen Lernprozesse), Medien-Lese-Kompetenz und die Fähigkeit zur Metakommunikation erwerben, was insbesondere eine Verbesserung ihrer Sprachfähigkeit verlangt. Sprachbildung muss als unabdingbarer Bestandteil jeglicher Medienbildung angesehen werden.

## Literatur

Bertelsmann Stiftung / Evangelisch Stiftisches Gymnasium (Hrsg.): Medienbildung in der Schule. Das Beispiel des Evangelisch Stiftischen Gymnasiums in Gütersloh. Gütersloh 2001

Bofinger, Jürgen (2007): Digitale Medien im Fachunterricht. Schulische Medienarbeit auf dem Prüfstand. München, Auer

Schill, Wolfgang (2008): Integrative Medienerziehung in der Grundschule. München, KoPäd-Verlag

Spanhel, Dieter: Integrative Medienerziehung. Ein Curriculum für die Hauptschule. Basisbaustein Medienzeit. Donauwörth 1998

Spanhel, Dieter (2005): Zur Entwicklung der Medienpädagogik in der

Schule seit 1995. In: merz. Medien und Erziehung, 49. Jg. H. 2, S. 70-73

Spanhel, Dieter (2006), (Hrsg.): Medienerziehung, Handbuch Medienpädagogik, Bd. 3. München, KoPäd-Verlag

Theunert, Helga (2005): Medien als Orte informellen Lernens im Prozess des Heranwachsenden. In: Sachverständigenkommission 12. Kinder- und Jugendbericht (Hrsg.): Kompetenzerwerb von Kindern und Jugendlichen im Schulalter, Bd. 3. München, Verlag DJI, S. 175-300

Tulodziecki, Gerhard (1997): Medien in Erziehung und Bildung. Grundlagen und Beispiele einer handlungs- und entwicklungsorientierten Medienpädagogik. Bad Heilbrunn, 3. Aufl. Klinkhardt Verlag

Für die Lehrkräfte wird es heute immer schwieriger, die einzelnen Schüler mit ihren medialen Vorerfahrungen, ihren individuellen Denkweisen, Wissensbruchstücken, Vorstellungen, Bedürfnissen und Wertorientierungen anzusprechen und in den Unterrichtsprozess einzubinden. Sie wissen oft wenig über die Medienwelten ihrer Schüler, stehen deren medialen Lernerfahrungen eher skeptisch gegenüber und betrachten sie nicht selten als Störung oder Belastung bei der Realisierung der schulischen Erziehungs- und Bildungsaufgaben.

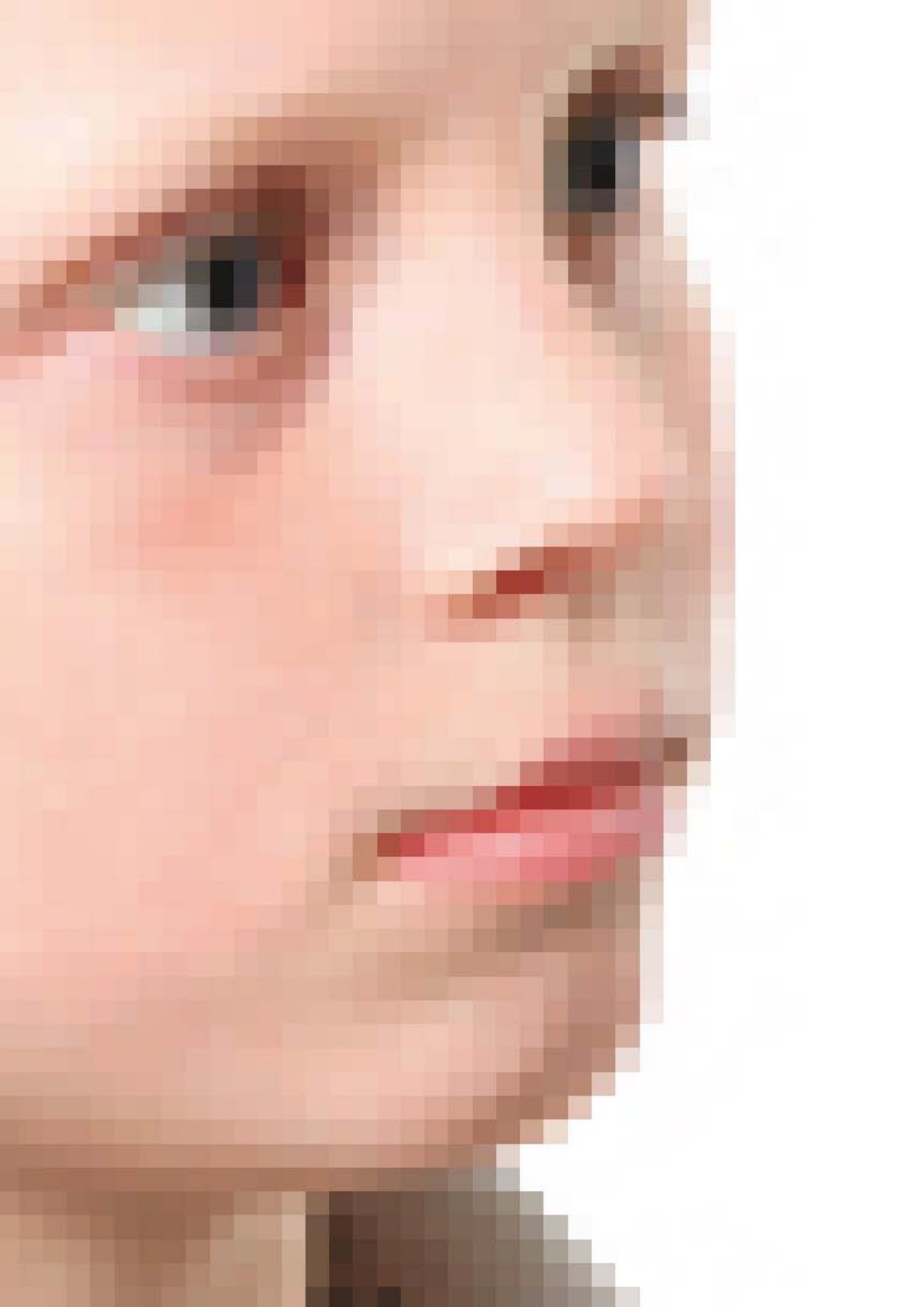
## Medienhandeln beurteilen

Die Lehrkräfte sollten sich daher einen Einblick in das Medienhandeln der Schüler in ihrer Klasse verschaffen und dieses pädagogisch beurteilen. Das Beurteilungskriterium ist die Frage, ob das beobachtete Medienhandeln die intellektuelle und moralische Entwicklung der Schüler fördert, zum Aufbau eines differenzierten Selbst- und Weltbilds beiträgt, bei der Bewältigung von Alltagsproblemen hilft und die Integration in die Erwachsenenwelt unterstützt. Auf der Basis dieser Einschätzungen können konkrete Medienprojekte geplant werden, um positive Handlungsmuster zu stützen und problematische Mediennutzungsformen zu überwinden. Dafür ist es aber notwendig, Medien zum Unterrichtsgegenstand zu machen.

Das Konzept zur Medienbildung auf der Basis einer neuen Lernkultur lässt sich jedoch keinesfalls im Rahmen der bestehenden Strukturen und Organisationsformen von Schule und Unterricht verwirklichen. Das ernsthafte Bemühen um diese Medienbildung könnte jedoch Anstöße zu einer inneren Schulentwicklung geben, wie sie durch die Ergebnisse aus der medienpädagogischen Evaluationsforschung und den PISA-Studien vorgezeichnet ist. Eine solche Schulentwicklung setzt auf die Öffnung von Schule durch lokale Vernetzung mit anderen Schulen, Bildungseinrichtungen und Medien.

Insbesondere die Einrichtung einer Ganztagschule würde neue Möglichkeiten und Spielräume für die schulische Medienbildung eröffnen. Zudem könnte sie aus einer Kooperation mit der außerschulischen Kinder- und Jugendmedienarbeit Impulse empfangen. ┘





Wenn die Vermittlung von Medienkompetenz als Aufgabenstellung in der Schule an Bedeutung gewinnt, muss die Lehrerbildung weiterentwickelt werden. Eine medienpädagogische Grundbildung für Lehrkräfte ist bisher nicht verpflichtend.

# MEDIENPÄDAGOGIK IN DER LEHRERBILDUNG FEHLANZEIGE?

TEXT Rudolf Kammerl

**D**as Lehramtsstudium muss Lehrkräfte dazu befähigen, Schülerinnen und Schüler Medienkompetenz zu vermitteln, damit sie sich in den Medienwelten selbstbewusst und verantwortungsvoll bewegen können. Außerdem soll es die Pädagogen ermutigen, Medien verstärkt für Lernen und Erziehen zu nutzen. Medienpädagogik sollte deshalb, so der Bericht des Schulausschusses der Kultusministerkonferenz (KMK) vom 11. Dezember 1998, »verpflichtender Bestandteil sowohl der allgemein erziehungswissenschaftlichen als auch der spezifisch fachdidaktischen Ausbildung in der ersten und in der zweiten Phase der Lehrerbildung sein«.

Die theoretische Fundierung der Verankerung medienpädagogischer Inhalte im Unterricht wurde in den letzten Jahren maßgeblich durch das Konzept »Medienkompetenz« geprägt, in dem die medienpädagogische Kompetenz des Lehrers der zentrale Faktor ist. Sie setzt sich zusammen aus:

- einer medienerzieherischen Kompetenz,
- einer mediendidaktischen Kompetenz,
- einer sozialisationsbezogenen Kompetenz im Medienzusammenhang,
- der eigenen Medienkompetenz der Lehrpersonen und
- einer Schulentwicklungscompetenz im Medienzusammenhang.

Um diese Kompetenzen auszubilden, müsste im Lehramtsstudium eine medienpädagogische Grundbildung verankert werden. Als Vorschlag zur praktischen Umsetzung hat das Hochschulnetzwerk

»Lehrerbildung und neue Medien« bereits vor Jahren für die erste Phase der Lehrerbildung ein Mindestcurriculum formuliert, das eine Pflichtveranstaltung sowie zwei Wahlpflichtveranstaltungen vorsieht.

Doch eine medienpädagogische Grundbildung – wie von der KMK und Experten gefordert – ist bisher in keinem Bundesland als verpflichtender Bestandteil in der Lehrerbildung umgesetzt worden. Auch wenn der Bereich nominell in den Prüfungsordnungen auftaucht, bleibt er in den Studienordnungen und in der Prüfungspraxis optional, d.h. der Besuch entsprechender Lehrveranstaltungen ist nicht verbindlich, und das Thema kann für die Prüfung weggelassen werden.

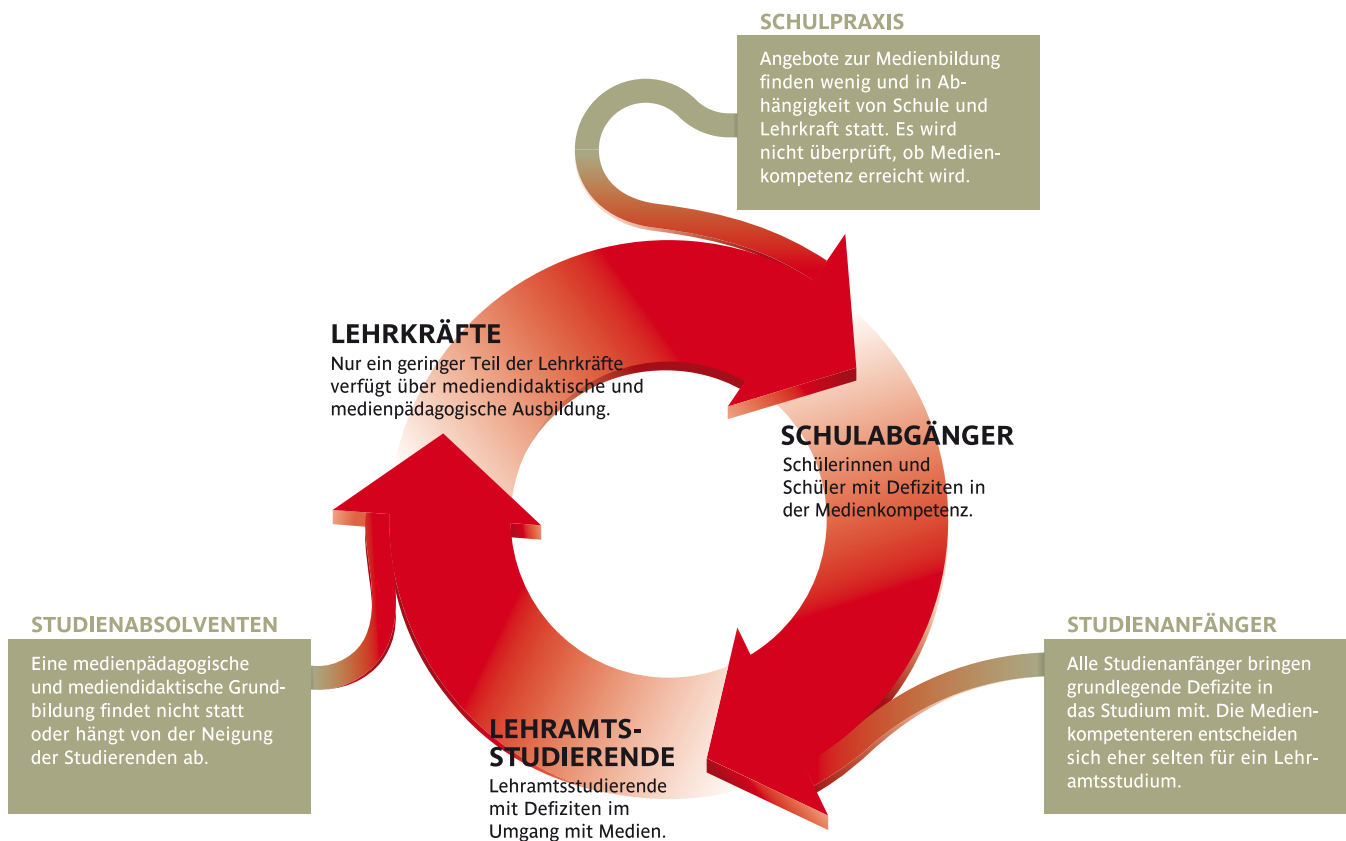
## ZUSATZQUALIFIKATION NOTWENDIG

Neben der Grundbildung sind speziell weitergebildete Lehrerinnen und Lehrer erforderlich, die nicht nur über Zusatzqualifikationen verfügen, sondern auch Multiplikatorenfunktion übernehmen können, in Fortbildung und Beratung tätig sind sowie die Fortschreibung und Realisierung des Medienentwicklungsplans der Schulen unterstützen. Entsprechende Angebote existieren in den verschiedenen Bundesländern in Form von Erweiterungsstudiengängen oder Zertifikatsangeboten. In Bayern beispielsweise können sich Lehrer zum »medienpädagogisch-informationstechnischen Berater« an Schulen ausbilden lassen.

Es scheint sinnvoll zu sein, jeweils auf den Bedarf der einzelnen Bundesländer abgestimmte Konzepte zu entwickeln, Weiterbildungsangebote zu konzipieren und diese mit speziellen →

## ■ TEUFELSKREISLAUF FEHLENDER MEDIENBILDUNG

Dokumentiert von Prof. Dr. Rudolf Kammerl, Universität Hamburg



Funktionsstellen zu verbinden. Gerade mit der Umstellung auf das Bachelor/Master-System finden Studierende aber immer weniger Freiräume, über die Pflichtveranstaltungen hinaus freiwillige Zusatzangebote wahrzunehmen. Darüber hinaus fehlen oft Anreize, sich um entsprechende Zusatzqualifikationen zu bemühen.

### WAS SIND DIE KONSEQUENZEN?

Der beschriebene Zustand trägt entscheidend zu einem Teufelskreislauf bei (vgl. Grafik oben), der immer schlimmer zu werden scheint. Die Vermittlung von Medienkompetenz in den Schulen wird noch zu wenig berücksichtigt. Ob die Schüler und Schülerinnen in diesem Kompetenzbereich einen Mindeststandard erreichen, wird nicht überprüft. Die Schulabgänger weisen jenseits einfacher instrumenteller Fertigkeiten große Defizite in der Medienkompetenz auf. Dies führt dazu, dass viele Studienanfänger mit den elektronischen Informationssystemen rund um Hochschulverwaltung, Lehrbetrieb und Bibliotheken nicht zurechtkommen und stattdessen unreflektiert mit Google sowie Copy & Paste ihr Glück versuchen.

Darüber hinaus zeigt sich, dass gerade diejenigen, die zu den Medienkompetenteren zählen, nicht Lehramt studieren. Die meisten Lehramtsstudenten erfahren keine oder kaum medienpädagogische Ausbildung. Derart unvorbereitete Studienabsolventen stoßen im Referendariat auf eine Schulpraxis, in der

Medienbildung nur selten in den Fachunterricht integriert ist und eher als additive Aufgabe betrachtet wird. Außerdem kann es vorkommen, dass medienpädagogische Fragestellungen mit mediendidaktischen Themen verwechselt werden.

Dass in einer »Medien- und Informationsgesellschaft« trotz entsprechender Forderungen auf Bundes- und Länderebene eine Verbindlichkeit medienpädagogischer Inhalte in der ersten Phase der Lehrerbildung bislang nicht umgesetzt wurde, ist schwer nachvollziehbar. Dieser Zustand hat für die Verankerung der Medienpädagogik in der Lehrerbildung fatale Folgen. In Zeiten knapper Ressourcen sind an den Hochschulen all jene Stellen bedroht, die kein absolut notwendiges Studienangebot sind.

Auch wenn in Empfehlungen zur Reform der Lehrerbildung auf Bundesebene oder auf Länderebene Medienerziehung als »prioritäres Thema in der Lehrerbildung« benannt wird, erfolgt statt einer Stärkung der Medienpädagogik an mehreren Standorten ein Stellenabbau. Dieser »Teufelskreislauf« muss durchbrochen werden. In der aktuellen bildungspolitischen Diskussion lässt sich die Medienbildung in der Lehrerbildung nur dann dauerhaft und breitenwirksam stärken, wenn zum einen eine bessere Verankerung der Medienerziehung in den Lehrplänen erfolgt und zum anderen Medienkompetenz im Bildungsmonitoring und bei der Sicherung von Bildungsstandards berücksichtigt wird. ┘

## MELDUNGEN

**Verzicht auf Nachrichten steht nicht zur Debatte**

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender von ProSiebenSat.1, und German Free TV-Vorstand Andreas Bartl haben in einem Schreiben an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) versichert, dass weder ein Verzicht auf Nachrichten- und Informationsformate in den Sendern des TV-Konzerns



**Thomas Ebeling**

noch eine Abkehr von den gesetzlichen Sendeverpflichtungen (Regionalfenster und Drittsechzeiten) bei Sat.1 zur Debatte stehen. Dies berichtete BLM-Präsident Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring in der Medienratssitzung am 10. Dezember 2009. Die Diskussion darüber war entstanden, nachdem Ebeling öffentlich Überlegungen über die Relevanz der finanziell aufwändigen Nachrichtenproduktion für die Zuschauer angestellt hatte. Nähere Informationen finden Sie unter [www.blm.de](http://www.blm.de).

**Gute Ergebnisse für Rundfunkwirtschaft in Bayern**

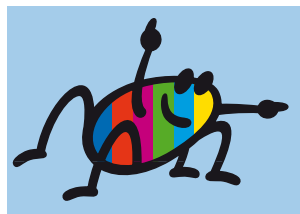
Im Standortvergleich der Bundesländer braucht sich die Rundfunkwirtschaft in Bayern nicht zu verstecken. Nach den Ergebnissen der Studie »Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009« erzielten die privaten Fernsehanbieter in Bayern mit 46,5 Prozent fast die Hälfte des Gesamtumsatzes. Danach folgt Nordrhein-Westfalen mit 36,4 %. Auch bei den Radioumsätzen der Privaten liegt Bayern mit 21 Prozent des Gesamtumsatzes vorne, wiederum gefolgt von Nordrhein-Westfalen (16 %). Weitere Informationen dazu auf [www.blm.de](http://www.blm.de) (Studiendownload).

**Journalismus neu denken**

Journalismus muss heute als Prozess begriffen werden, der nicht mit dem Andruck oder Sendeschluss endet, sondern im Online-Dialog mit den Medienkonsumenten fortgesetzt wird. Die Einbindung von Social-Media-Angeboten wie Blogs ist für Journalisten unverzichtbar geworden, so das Fazit einer gemeinsamen Veranstaltung des US-Generalkonsulats, des Bayerischen Journalisten-Verbands und der BLM in München. »Wir brauchen Journalisten, die neu denken können«, mahnte Christian Jakubetz, Geschäftsführer von infeldmedia in Arnstorf. Journalisten dürften sich nicht länger einer Mediengattung zugeordnet begreifen, sondern als Macher von Inhalten, die mit ihren Lesern und Nutzern »auf Augenhöhe kommunizieren«. Detaillierter Veranstaltungsbericht unter [www.blm.de](http://www.blm.de).

**Erstklässler bekamen TV-Tipps zu Weihnachten**

Damit die Eltern wissen, was sie ihre Kinder zu Weihnachten sehen lassen können, hat die BLM an alle Erstklässler in Bayern die Weihnachtsausgabe des »Flimmo« verteilt. Sie widmete sich 2009 insbesondere Sendungen, die geeignet sind, Kindern Normen und Werte zu vermitteln. Der »Flimmo« ist eine TV-Programmberatung für Eltern, die Orientierungshilfen



**Im »Flimmo« gibt's TV-Tipps.**

und Infos rund ums Fernsehen bietet. Die Weihnachtsausgabe ist in einer Auflage von mehr als 100.000 Stück erschienen. Die Verteilung an die Erstklässler erfolgte mit Unterstützung der Bayerischen Staatsregierung. Mehr dazu unter [www.flimmo.de](http://www.flimmo.de).



**Wächter des Lokalrundfunks: Preisträger Wolf-Dieter Ring (Mitte) mit dem VBL-Vorsitzenden Willi Schreiner und Laudator Helmut Markwort**

**Lokalrundfunkpreis für Wolf-Dieter Ring**

# Spiritus Rector des lokalen Rundfunks

**Der Verband Bayerischer Lokalrundfunk (VBL) hat BLM-Präsident Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring am 17. November im Rahmen des 25-jährigen VBL-Jubiläums mit dem Bayerischen Lokalrundfunkpreis ausgezeichnet.**

Der Preisträger habe maßgeblichen Anteil daran, dass Bayern die mit Abstand vielfältigste Lokalrundfunklandschaft in Deutschland besitze, betonte der bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer in seiner Ansprache. Er bescheinigte dem BLM-Präsidenten bei der Verfolgung seiner Ziele »Leidenschaft und Hartnäckigkeit«.

VBL-Vorsitzender Willi Schreiner bezeichnete Ring als »Spiritus Rector des lokalen Rundfunks in Bayern« und überreichte den Preis, eine Wächter-Figur, gemeinsam mit Laudator Helmut Markwort, an den BLM-Präsidenten.

Für Markwort sind die lokalen Sender »die wirkliche Innovation« des privaten Rundfunks, denn im Lokalen könne man journalistisch nicht schludern. Gerade deshalb

wären die Aus- und Fortbildungsaktivitäten der BLM so wichtig. »Von Coburg bis in den Chiemgau sind lokale Hörfunk- und Fernsehsender entstanden. Dies ist ihr Lebenswerk«, sagte Markwort.

Ring betonte in seiner Danksagung, dass der Aufbau, die Weiterentwicklung und die Absicherung des lokalen Hörfunks und Fernsehens in Bayern für ihn immer Priorität gehabt hätte. Er sei überzeugt davon, der lokale Rundfunk sei angesichts des Umbruchs in der Medienlandschaft besser als mancher andere Medienbereich gerüstet, denn die lokale Marke sei in der Lage, Identität zu stiften.

Der Bayerische Lokalrundfunkpreis ist bereits zum dritten Mal verliehen worden. Der erste Preisträger war der ehemalige Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber. Danach wurde Medienminister Erwin Huber ausgezeichnet. Nun hat auch BLM-Präsident Ring als »Wächter des lokalen Rundfunks«, so Laudator Markwort, eine Wächter-Figur bekommen. ┘



# DIE BALANCE ZWISCHEN PFLICHT UND FREIHEIT

Die Lernziele zur Vermittlung von Medienkompetenz in der Schule sind in allen Bundesländern ähnlich, die Wege dorthin jedoch sehr unterschiedlich.

TEXT Ida Pöttinger, Wolfgang Anritter

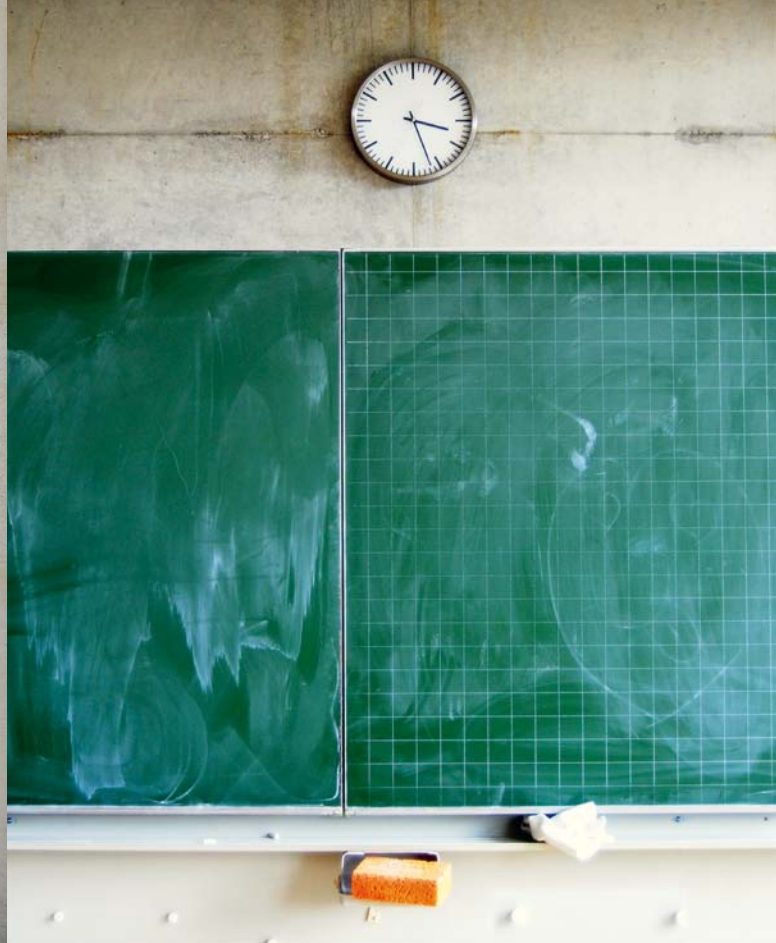
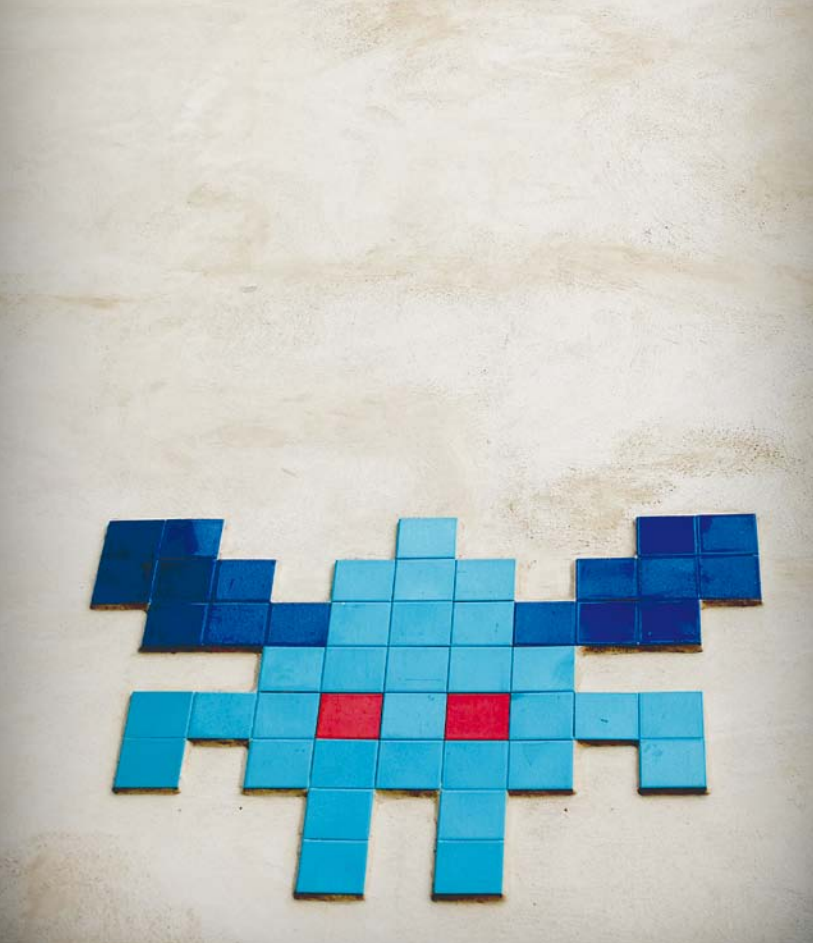
**S**chulische Medienbildung fußt in der Bundesrepublik Deutschland auf zwei unterschiedlich gewichtigen Beinen: Da ist zum einen das Standbein, sprich: die konkrete Festschreibung von Medienbildung in Bildungs- und Rahmenplänen, und zum anderen das Spielbein, das letzten Endes mit der praktischen Umsetzung medienpädagogischer Ziele in der Schule gleichzusetzen ist.

Generell hat sich gezeigt, dass Medienbildung als eigenes Schulfach keine Chance hat. Ernsthaft hat dies zwar in den letzten Jahrzehnten niemand geprüft – vermutlich, um gar nicht erst Begehrlichkeiten im Hinblick auf andere wichtige Themenfelder wie Gesundheits- oder Umwelterziehung zu wecken.

Tatsächlich ist es aber so, dass fast alle Unterrichtsfächer in irgendeiner Weise mit Medien zu tun haben, vor allem die Fächer Deutsch, Geschichte, Sozialkunde, Religion, Kunst, Musik und natürlich

die technischen Fächer wie Informatik. Die Beweglichkeit des Spielbeins hängt hauptsächlich von der Fach- und Technikkompetenz der Lehrkräfte ab. Hier gibt es eine Avantgarde bloggender Lehrerinnen und Lehrer, die für medienpädagogische »Leuchtturm«-Projekte sorgen. Hier finden sich aber auch viele Lehrkräfte, die sich zurückhalten, teils aufgrund mangelnder Technikenntnisse, und teils, weil die Vorgaben zur fächerintegrierten Medienbildung nicht offensiv vertreten werden.





Aufgrund der Erklärung der Kultusministerkonferenz von 1995 zur »Medienpädagogik in der Schule« spiegelt sich in allen deutschen Bildungsplänen eine zumindest inhaltsgleiche Ausformulierung der in der KMK-Erklärung beschriebenen Kompetenzen wider. Gemeinsam ist allen Bildungsplänen die Unterscheidung in fünf Lernfelder der Medienziehung, die sowohl dem Alter als auch dem Medium angepasst werden können (vgl. auch Titelthema).

- Auswählen und Nutzen von Medienangeboten
- Gestalten und Verbreiten eigener medialer Beiträge
- Verstehen und Bewerten von Mediengestaltungen
- Erkennen und Aufarbeiten von Medieneinflüssen
- Durchschauen und Beurteilen von Bedingungen der Medienproduktion und der Medienverbreitung.

Wie diese Lernziele in den vorhandenen Schulstrukturen umgesetzt werden sollen, bewerten die Kultusministerien der Länder sowohl zeitlich als auch inhaltlich sehr unterschiedlich. Dadurch ist eine Vielfalt von Modellen zur Medienziehung entstanden, die sich trotz ähnlicher Ziele

schwer vereinheitlichen lassen, sich aber durchaus ergänzen könnten. Fünf Beispiele zeigen, welche unterschiedlichen Wege die Bundesländer gehen.

## MEDIENPORTFOLIO UND LOGBUCH FÜR LEHRER

Nordrhein-Westfalen ist die Wiege der Medienpädagogik an Schulen. Gerhard Tulodziecki, dessen Definitionen von Medienkompetenz die Kultusministerkonferenz weitgehend übernommen hat, machte bereits 1990 Vorschläge für eine systematische Integration von medienpädagogischen Themen sowohl in den Unterricht als auch in die Lehrerbildung. Medienbildung sollte fächerübergreifend gelehrt werden.

Die Unterrichtsleistung der Schüler/Innen zur Medienbildung wird nur in einem Portfolio dokumentiert. Dem Fachunterricht dient sie mittelbar. Das Portfolio besteht aus einer Mappe, in der jede Schülerin und jeder Schüler CDs, Bilder oder schriftliche Materialien sammeln kann, um sie später beispielsweise bei Bewerbungen vorzeigen zu können. Zusätzlich gibt es ein »Logbuch« für Lehrkräfte mit Anweisungen und Dokumentationsvorlagen. Weitere Infos unter [www.portfolio-medien.de](http://www.portfolio-medien.de).

In Sachsen-Anhalt beginnt die Medien-

erziehung bereits in der Grundschule. In der 4. Klasse können Primarschüler im Rahmen von Deutsch oder anderen Fächern Kenntnisse im Umgang mit der Kamera erwerben oder Reflexionen über den eigenen Mediengebrauch anstellen und erhalten dafür einen Medienpass, in dem die einzelnen Aspekte aufgeführt werden. In den Klassen 7 bis 10 gibt es Wahlpflichtkurse mit dem Titel »Moderne Medienwelten«, die für eine Fortführung der Kompetenzentwicklung sorgen. Die gymnasiale Oberstufe kann durch medienorientierte Kursangebote bereichert werden. All das sind Teile eines Gesamtkonzepts, das unter dem Label »Wege zur Medienkompetenz« zwischen 1996 und 2006 in Gang gesetzt wurde. Weitere Infos unter [www.bildung-lsa.de](http://www.bildung-lsa.de).

## MEDIENPÄDAGOGIK IN GANZTAGSSCHULEN

In Rheinland-Pfalz besteht die Besonderheit darin, dass man den Ausbau der Ganztagschulen in den letzten Jahren vorantrieb und in der Regel versuchte, Medienpädagogik in den Nachmittagsbereich zu integrieren. Durchgeführt werden medienpädagogische Angebote von verschiedenen Trägern, die Schulen anfragen können. →



Dafür haben die Schulen in Rheinland-Pfalz ein eigenes Budget; sie können sogar einen Teil der vom Land finanzierten Lehrerstellen in Stunden für außerschulische Partner umwandeln. Weil diese meist billiger sind als Lehrkräfte, haben die Schulen mehr Entscheidungsspielräume für Themen, mit denen sie ihr Profil schärfen können. Ein erfolgreiches Konstrukt in Rheinland-Pfalz ist die gemeinnützige Gesellschaft »medien+bildung.com«, eine Tochtergesellschaft der Landeszentrale für Medien und Kommunikation, mit elf hauptamtlichen MedienpädagogInnen, die in Schulen gehen und dort Projekte gestalten. Informationen finden Sie unter [www.medienundbildung.com](http://www.medienundbildung.com).

## SCHÜLER ALS MEDIENMENTOREN

Für **Baden-Württemberg** gilt eine strikte Verankerung von Medienbildung in den Fachunterricht. Flankierend haben sich aber nach zwei Projekten des Kultusministeriums (Medienoffensive I und II) Begleitmaßnahmen etabliert, die eine flächendeckende schulische Medienbildung verstärken: Junge MedienpädagogInnen gehen an Schulen und bilden in einem 40-stündigen Kurs MedienmentorInnen unter den Schülerinnen und Schülern aus. Diese können an ihrer eigenen Schule halb- und ganzjährige Projekte anbieten. Nach Abschluss des Kurses erhalten sie einen Ausleihschein für Geräte, die sie zu diesem Zweck brauchen. Die Hardware dafür stellt

das nahe gelegene Medienzentrum. In diesem Bundesland basiert die Medienbildung auf einem Netz von 57 regional angesiedelten, voll ausgestatteten und durch medienpädagogische Berater bereicherten System kommunaler Medienzentren. Weitere Informationen unter [www.lmz-bw.de](http://www.lmz-bw.de).

In **Bayern** sind die Medien in den Lehrplänen für alle Schularten und für alle Jahrgangsstufen verbindlich berücksichtigt. Mit einem als Portfolio ausgestalteten »Medienführerschein Bayern« (vgl. S. 24-25) wird angestrebt, dass keine bayerische Schülerin und kein bayerischer Schüler die Schule ohne dokumentierte Medienkompetenz verlässt.

Die Varianten der schulischen Medienbildung sind so vielfältig, dass hier nur einige exemplarisch aufgegriffen werden konnten. Das bedeutet jedoch nicht, dass in den anderen Bundesländern keine Anstrengungen unternommen werden. Der Erfolg aller Modelle hängt davon ab, wie sie im Schulalltag umgesetzt werden. Zu den grundsätzlichen Schwierigkeiten gehört, die Balance zwischen Pflicht und Freiheit der Akteure zu finden. Lässt man den Schulen zu viel Spielraum bei der Umsetzung von Medienbildung, finden die Lehrkräfte die Schlupflöcher und stellen Medienerziehung hinten an. Umgekehrt kann es ein Manko sein, wenn Inhalte zu präzise definiert sind, denn Medienerziehung muss sich immer aktuellen Medien und Problemlagen, wie beispielsweise

Cyberbullying (Mobbing im Internet), anpassen können.

## MIT AUSSERSCHULISCHEN PARTNERN KOOPERIEREN

Hinzu kommt, dass Schulen nur schwer zu veranlassen sind, eigene Defizite durch die Einbeziehung außerschulischer Partner auszugleichen. Dies hängt nicht immer am fehlenden Budget. Berührungspunkte ergeben sich dadurch, dass außerschulische Partner als »Eindringlinge« bewertet werden, weil sie keine Noten geben und sich nicht an den 45-Minuten-Takt halten wollen. Erst mit der schulischen Ganztagsbetreuung werden die Chancen gesehen, externe Medienpädagogen einzubeziehen. Außerschulische Träger haben schon lange vor den Schulen Medienbildung als Aufgabe übernommen. Unter ihnen finden sich viele Experten mit neuen methodischen Ansätzen, die immer einen aktuellen Bezug zu ihrer pädagogischen Arbeit haben.

Das Plädoyer für eine engere Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass Medienbildung heutzutage originärer Auftrag der Schule ist. Damit Medienbildung endlich auf zwei gleich starken Beinen steht, muss beides stimmen. Die Bundesländer brauchen verbindliche Rahmenrichtlinien für Medienpädagogik und die Schulen ausreichend qualifiziertes Personal, das am Puls der Zeit agiert. ┘

## MELDUNGEN

**Deutscher Multimedia-  
preis für Kids und Teens**

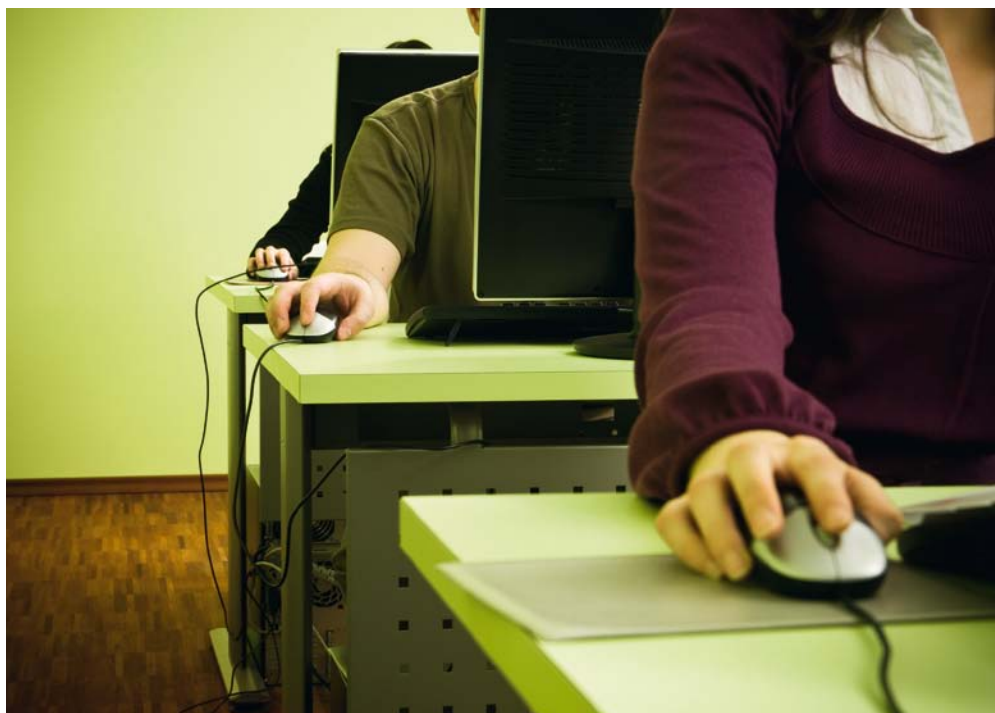
»Sei kreativ, denk quer, sei kritisch und genial« – unter diesem Motto steht die Verleihung des Deutschen Multimediapreises »MB21 – Mediale Bildwelten« für Kinder und Jugendliche. Mitte November ist der Preis zum 11. Mal in Dresden verliehen worden. Zu entdecken gab es dabei beispielsweise die Foto-Schrei-Box, den digitalen Zeichenautomaten oder das Multi-Touchpad zum Selberbauen. Rund 1000 junge Medienmacher beteiligten sich an dem bundesweiten Multimedia-Wettbewerb. Die Preisträger und weitere Infos zum Wettbewerb 2010 unter [www.mb21.de](http://www.mb21.de).

**»Spiele gemeinsam entdecken. Sucht vermeiden«**

So heißt die neue Präventionskampagne der Initiative »Schau hin! Was deine Kinder machen«. Ziel der neuen Kampagne ist es, den Eltern konkrete Hilfestellungen zur Vermeidung von Computerspielsucht zu geben. Zum Auftakt erscheinen unter anderem ein Informationsflyer und ein Medienratgeber für Eltern, die unter [www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info) bestellt werden können.

**Schutzlos im Web 2.0?**

Für Jugendliche hat der Spaß mit der Veröffentlichung persönlicher Daten in Communities irgendwann ein Ende. In den Schulen werde bislang nur unzureichend über die Kommunikationskultur im Web 2.0 gesprochen, kritisieren Experten. Um den Umgang mit den eigenen Daten im Web 2.0 dreht sich der Fachtag des Deutschen Kinderschutzbundes des Landesverbandes Bayern in Kooperation mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien anlässlich des Safer Internet Day am 9. Februar 2010 in der BLM in München. Mehr Informationen unter [www.blm.de](http://www.blm.de).

**Interdisziplinäre Fachtagung von JFF und BLM**

# Medien. Bildung. Soziale Ungleichheit

**Wie können angesichts von Bildungs- und sozialer Ungleichheit die positiven Potenziale des Medienhandelns von Kindern und Jugendlichen gefördert werden?**

Mit dieser Frage beschäftigten sich Bildungsforscher und Medienpädagogen bei der 5. Interdisziplinären Fachtagung zum Thema »Medien. Bildung. Soziale Ungleichheit«, zu der das JFF und die BLM am 13. November nach München eingeladen hatten. Da die soziale Ungleichheit in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen deren Medienhandeln entscheidend beeinflusst, müsse diese Ungleichheit ein Stück weit aufgebrochen werden, forderten die Referenten. Dafür wäre u.a. eine stärkere Verzahnung zwischen Bildungsreich, Medienpädagogik und Familien- bzw. Schulpolitik notwendig. Doch diese Ansätze existierten

bisher kaum, so ein Fazit der Tagung. Den Zusammenhang zwischen milieubedingter und durch das deutsche Bildungssystem verfestigter sozialer Ungleichheit

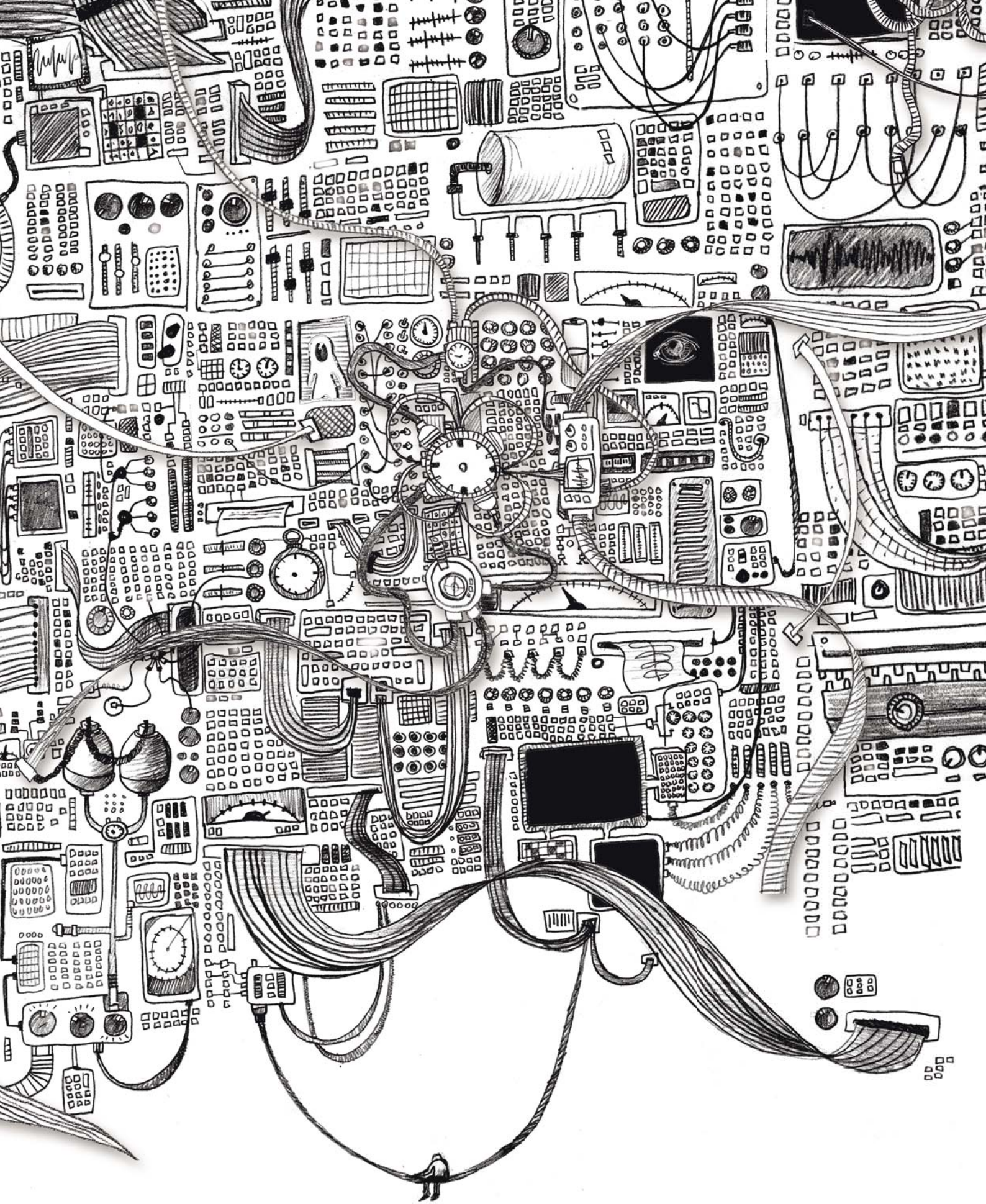
**Engagiert beteiligten sich die Tagungsbesucher an der Diskussion.**

erläuterten zwei Bildungsforscher aus Freiburg und Duisburg-Essen. Die Auswirkung dieser Ungleichheit auf das Mediennutzungsverhalten der Heranwachsenden sind laut einer JFF-Studie nicht zu übersehen. Danach orientieren

sich sozial- und bildungsbenachteiligte Jugendliche stark an klischeebehafteten und traditionellen Rollen- und Weltbildern.

Was die heutige Mitmach-Medienwelt im Internet betrifft, gilt es, deren positive Potenziale zu fördern. Viele Pädagogen pflegten allerdings immer noch die Vorstellung, die neuen Medien hätten etwas »Unheimliches und Unkontrollierbares«, kritisierte Prof. Dr. Heidi Schelhowe von der Universität Bremen.

Aus diesem Grund forderte Prof. Dr. Horst Niesyto, Unterzeichner des jüngst veröffentlichten Medienpädagogischen Manifests, eine medienpädagogische Grundbildung für alle pädagogischen Studiengänge. Dabei ginge es nicht um das »Lernen mit neuen Medien«, sondern um das »neue Lernen mit Medien«. ┘



Staatsminister Siegfried Schneider: Medienführerschein dokumentiert Medienkompetenz

# IM DÜSCHUNGEL DER MEDIEN

Oft werden Kinder bei der Mediennutzung allein gelassen. Deshalb ist Medienkompetenz nach Ansicht des bayerischen Medienministers die Schlüsselkompetenz des 21. Jahrhunderts. Vermitteln soll diese Kompetenz der Medienführerschein Bayern.

INTERVIEW Bettina Pregel | ILLUSTRATION Frank Weidenfelder



## Zur Person

Staatsminister Siegfried Schneider, Jahrgang 1956, leitet seit 30. Oktober 2008 die Bayerische Staatskanzlei. Zuvor war er drei Jahre lang Staatsminister für Unterricht und Kultus. Der ehemalige Lehrer und Vater von drei Kindern begann 1987 in der Kommunalpolitik als CSU-Ortsvorsitzender von Wettsetten bei Ingolstadt. Er ist seit 1994 Mitglied des Landtags und übernahm 2002 die Position des bildungspolitischen Sprechers der CSU-Landtagsfraktion. Bereits ein Jahr später wurde er Vorsitzender des Ausschusses für Bildung, Jugend und Sport. Seit 2007 ist er Vorsitzender des CSU-Bezirksverbandes Oberbayern.

## Tendenz: Im Oktober 2009 haben Sie mit Kultusstaatssekretär Dr. Marcel Huber den Medienführerschein Bayern vorgestellt. Wie ist die Idee dazu entstanden?

Siegfried Schneider: In vielen Gesprächen mit Unternehmensvertretern, Lehrkräften aber auch Eltern habe ich die Erkenntnis gewonnen, dass sowohl die aktive als auch die passive Mediennutzung allgegenwärtig ist. Spätestens in zehn Jahren werden 95 Prozent der Erwachsenen in Deutschland das Internet regelmäßig nutzen. Die Informationsströme und Datennetze werden dann die Autobahnen der Zukunft sein. Ebenso wie auf den richtigen Autobahnen wird es unumgänglich werden, dass man sich sicher auf diesen Datenautobahnen bewegt, dass man die Verkehrsregeln und die Gefahren kennt und die technischen Fertigkeiten besitzt. Medienkompetenz

ist für mich eine Schlüsselkompetenz des 21. Jahrhunderts. Die Parallelität zu den Verkehrswegen hat mich bereits zu Beginn meiner Amtszeit als Medienminister auf die Idee gebracht, die Medienkompetenz über einen Medienführerschein zu dokumentieren.

## Warum ist Medienkompetenz heute so wichtig und was verstehen Sie unter diesem Begriff?

Das mediale Angebot ist bereits jetzt vielfältig, von unterschiedlicher Qualität und nicht immer ohne Gefahren. Oft sind Kinder bei der Mediennutzung allein. Es steht niemand bereit, der ihnen Regeln beibringt, Gefahren aufzeigt und sie an die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten heranführt. Der richtige Umgang mit den Medien ist so wichtig wie das ABC. Es geht dabei um die Teilnahme an

der Informationsgesellschaft, den Lückenschluss zwischen »Digitalisierungsanalphabeten und Digitalisierungsalphabeten« und damit um die kulturelle Kompetenz des Einzelnen. Der Medienführerschein Bayern geht davon aus, dass Medienkompetenz Wissen und Reflexion über die verschiedenen Mediensysteme verbindet und zu kritischem Durchdenken, fundierter Bewertung und Positionierung gegenüber und in der Medienwelt befähigt. Der eigenständige und selbstbestimmte Gebrauch von Medien als Mittel der Artikulation und Partizipation ist dabei das Ziel.

## Wie ist der Medienführerschein Bayern aufgebaut?

Der Medienführerschein vernetzt die Mediennutzung im Bereich der Schulen, der außerschulischen Einrichtungen sowie der Eltern und Erzieher. Er ist dabei als Portfolio aufgebaut und deckt mit seinen Modulen die Mediengattungen Print (Buch, Zeitung, Zeitschrift), audiovisuelle Medien (Ton- und Bildmedien) und interaktive Medien (Handy, elektronische Spielgeräte, Computer, Internet) ab. In allen Gattungen gliedert sich die Medienkompetenz in die Dimensionen Wissen, Reflexion und selbstbestimmtes Handeln. Nachweise dokumentieren die Auseinandersetzung mit den unterschiedlichsten Mediengattungen und den verschiedenen Handlungsfeldern. →

**Wer war an der Entwicklung des Medienführerscheins beteiligt und wie gestaltet sich die weitere Zusammenarbeit?**

Das Konzept für den Medienführerschein Bayern wurde von der Staatskanzlei in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Kultusministerium, dem Bayerischen Sozialministerium, der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien/Stiftung Medienpädagogik, dem Verband der Bayerischen Zeitungsverleger, der Stiftung Zuhören, dem Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung, der Aktion Jugendschutz/Landesarbeitsstelle Bayern e.V., dem Verein digitale Schule und dem Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis entwickelt. Die Zusammenarbeit mit allen bestehenden Partnern soll fortgeführt und vertieft werden. Selbstverständlich steht die Arbeitsgruppe aber für alle interessierten Einrichtungen und Partnerschaften offen.

**In einer Pilotphase werden 30 dritte und vierte Grundschulklassen ausgewählt, deren Schüler/innen den Medienführerschein erwerben können. Wie sieht der weitere Zeitfahrplan aus?**

Die Erkenntnisse aus der Pilotphase werden evaluiert und fließen in die Überarbeitung der Module ein. Parallel dazu gehen wir an die Erstellung der Module für die weiterführenden Klassen und die Elternarbeit. Diese Module sollen ebenfalls in einen Evaluierungsprozess einfließen. Ich gehe davon aus, dass wir bis zum Beginn des Schuljahres 2010/2011 auch für weiterführende Schulen Angebote haben. Ein weiterer Arbeitsschwerpunkt sind die Erwachsenenbildungseinrichtungen und die außerschulischen Partner. Hier besteht bereits eine große Anzahl an weiterführenden Angeboten. Diese gilt es zu sichten und einzubinden. Spätestens bis zur Sommerpause des Kabinetts 2010 soll über die ersten Ergebnisse berichtet werden.

**Auf welche Zielgruppen soll das Angebot noch ausgedehnt werden?**

Wie ich bereits geschildert habe, sollen die vorschulischen und die außerschulischen Einrichtungen einbezogen werden. Wichtig ist mir auch die Vernetzung mit den Erwachsenenbildungseinrichtungen, dem Projekt »Elterntalk« des Sozialministeriums und der offenen Jugendarbeit.

**Das Prinzip eines Führerscheins beinhaltet eine bestandene bzw. nicht bestandene Prüfung. Wie werden die Kompetenzen beim Medienführerschein dokumentiert?**

Beim Medienführerschein wollten wir ganz bewusst auf eine Prüfungssituation verzichten. Die Teilnahme soll Spaß machen und das Interesse daran soll geweckt werden. So ist bereits die Einführung des Medienführerscheins Bayern an den Schulen eine freiwillige Angelegenheit. Die Lehrkräfte entscheiden eigenverantwortlich darüber, mit welchen Unterrichtsmaterialien sie die einzelnen Teilbereiche der Medienkompetenz abdecken. Nachgewiesen wird der Kompetenzerwerb durch Urkunden, die im Medienportfolio gesammelt werden.

WIR HABEN  
BEIM MEDIEN-  
FÜHRERSCHEIN  
BEWUSST AUF  
EINE PRÜFUNGS-  
SITUATION  
VERZICHTET

So kann sich jeder Schüler oder Jugendliche seine Medienkompetenz erarbeiten und dokumentieren. Für den schulischen Bereich ist es Ziel, dass keine bayerische Schülerin und kein bayerischer Schüler die Schule ohne dokumentierte Medienkompetenz verlässt.

**Die Einführung des Medienführerscheins erfolgt fächerübergreifend und auf freiwilliger Basis. Es gibt Experten, die ein Schulfach Medienpädagogik fordern. Wie bewerten Sie eine solche Forderung?**

Beim Erwerb der Medienkompetenz steht für uns ein ganzheitlicher Ansatz im Vordergrund. Da Medien sowohl das Berufsleben, die Freizeitgestaltung als auch das Privatleben beeinflussen, muss Medienkompetenz fächerübergreifend vermittelt werden. So kann in unterschiedlichen Unterrichtsfächern eine Internetrecherche mit eingebunden werden, eine Auseinan-

dersetzung mit dem Web 2.0 stattfinden oder Fernsehverhalten thematisiert werden. Auch moderne Präsentationsformen spielen eine Rolle. Die Einrichtung eines eigenen Schulfaches würde weder dem fächerübergreifenden Ansatz gerecht werden, noch die breiten Handlungsperspektiven und Reflexionen eröffnen.

**Im Medienpädagogischen Manifest wird eine nachhaltige Verankerung von Medienbildung in den Lehrplänen und der Lehrerbildung gefordert. Wie sieht die Situation in Bayern aus?**

Bereits jetzt ist die Medienbildung in den Lehrplänen verankert. Die Stärkung und Steigerung der Medienkompetenz ist daher nicht eine Frage der Verankerung im Lehrplan, sondern der zielgerechten Umsetzung dieser Lehrplaninhalte in Unterrichtseinheiten und in der Erziehungsarbeit. Selbstverständlich wird auch die Lehreraus- und -fortbildung neue Wege gehen und sich dieser Thematik verstärkt annehmen müssen. Dafür gibt es einen Arbeitskreis unter Federführung des Kultusministeriums in Vernetzung mit dem Wirtschaftsministerium, um die IT-gestützten Unterrichtsformen noch mehr in den Unterrichtsablauf zu implementieren.

**Bei einem freiwilligen Angebot hängt der Erfolg von den Rahmenbedingungen in den Schulen sowie der Motivation und Qualifikation der Lehrkräfte ab. Wie soll diesem Problem begegnet werden?**

Selbstverständlich muss den Lehrkräften auch ein Qualifikationsangebot an die Hand gegeben werden. Hier müssen Einrichtungen wie z.B. die Akademie für Lehrerfortbildung und Personalführung in Dillingen noch weitere Schwerpunkte setzen. Hinsichtlich der Motivation der Lehrkräfte bin ich zuversichtlich, dass diese vorhanden ist, wenn ausreichend Fortbildungsmöglichkeiten und Unterrichtsmaterialien an die Hand gegeben werden. Viele Lehrkräfte haben sich bereits vor unserem Projekt ausgetauscht wie im Verein Digitale Schule oder bestehende Lernplattformen genutzt. Die Lehrkräfte aller Schularten haben erkannt, dass Medienkompetenz eine Schlüsselkompetenz ist und im Arbeitsumfeld der Menschen immer mehr an Bedeutung gewinnt. ┘

## BÜCHER



Ben Bachmair (Hrsg.)

**Medienbildung in neuen Kulturräumen**

Die deutschsprachige und britische Diskussion

VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2010

Wie der jungen Generation nicht nur die Teilhabe an, sondern auch eine eigenständige Entwicklung in alten u. neuen Medienkulturen ermöglicht werden kann, wird in Deutschland und Großbritannien intensiv diskutiert. Aufsätze bekannter Medienpädagogen greifen die wichtigsten Gedanken dieser Diskussion auf.

Bardo Herzig (Hrsg.)

**Medien machen Schule**

Grundlagen, Konzepte und Erfahrungen zur Medienbildung

Verlag Julius Klinkhardt, Bad Heilbrunn 2001



Der gesellschaftliche und wirtschaftliche Stellenwert von Medien bedeutet auch für Erziehung und Bildung eine Herausforderung. Eine solche Aufgabe verlangt die Integration von traditionellen und computerbasierten Medien und die Verbindung von mediendidaktischen und medien-erzieherischen Überlegungen.



Horst Niesyto (Hrsg.)

**Selbsta Ausdruck mit Medien**

Eigenproduktionen mit Medien als Gegenstand der Kindheits- und Jugendforschung

KoPäd-Verlag, München 2001

Wer in der heutigen »Mediengesellschaft« etwas über die Vorstellungen, die Lebensgefühle, das Welterleben von Kindern und Jugendlichen erfahren möchte, sollte ihnen die Chance bieten, sich – ergänzend zu wort- und schriftsprachlichen Formen – auch mittels eigener, selbst produzierter Medien auszudrücken. Der Band konzentriert sich auf methodische Fragen und Erfahrungswerte beim Einsatz von schriftlichen und Audio-Tagebüchern, bei Video-Eigenproduktionen, bei Graffiti sowie bei Erhebungen mit dem Multimedia-Computer und Online-Interviews.

Rudolf Kammerl, S. Ostermann

**Medienbildung – (k)ein Unterrichtsfach?**

Hamburg 2010 (noch nicht erschienen)

Sigrid Blömeke

**Medienpädagogische Kompetenz**

Theoretische und empirische Fundierung eines zentralen Elements der Lehrerausbildung

KoPäd-Verlag, München 2000

## PUBLIKATIONEN

Bund-Länder-Kommission für Bildungsforschung und Forschungsförderung

**Medienerziehung in der Schule**

Orientierungsrahmen, Heft 44, Bonn 1995

Schulausschuss der Kultusministerkonferenz

**Medienpädagogik in der Schule**Download der Erklärung von 1995 unter [www.nibis.ni.schule.de](http://www.nibis.ni.schule.de)**Medienpädagogisches Manifest: Keine Bildung ohne Medien!**Download unter [www.gmk-net.de](http://www.gmk-net.de)

Wolfgang Antritter/Wolfgang Schill

**Zur Situation der Medienpädagogik in der Schule – zwischen Zweifel und Zuversicht**

in: Jürgen Lauffer, Renate Röllecke (Hrsg.): Dieter Baacke Preis-Handbuch 3, Bielefeld 2008

Download unter [www.mediaculture-online.de](http://www.mediaculture-online.de)

Heidi Schelhowe et al.

**Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur**

Bericht der Expertenkommission des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur Medienbildung, Berlin 2009

Dieter Spanhel/Gerhard Tulodziecki

**Rahmenkonzepte für neue Medien im Lehramtsstudium: Basis und Zusatzqualifikation**

in: U. Bentlage/U. Hamm (Hrsg.): Lehrerausbildung und neue Medien, Gütersloh 2001

Gerhard Tulodziecki

**Ganztagschule und Medienbildungsstandards**

in: medien und erziehung, Medienpädagogik in Ganztagschulen 1/2009, S. 15

Gerhard Tulodziecki

**Was Schülerinnen und Schüler im Medienbereich wissen und können sollen**

in: medienimpulse, Heft Nr. 59, 2007, S. 24-35

## ALM-SCHRIFTENREIHE



BLM, LfK, LfM, LMK, LPR Hessen, mabb, SLM (Hrsg.)

**Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009**

Vistas Verlag, Berlin 2010

## DOWNLOADS

Detaillierte Download-Tipps finden Sie unter [Tendenz-online](http://Tendenz-online), [www.blm.de](http://www.blm.de).

- [www.bildungsserver.de](http://www.bildungsserver.de)
- [www.bildung-lsa.de](http://www.bildung-lsa.de)
- [www.bebis.de](http://www.bebis.de)
- [www.innovative-teachers.de](http://www.innovative-teachers.de)
- [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)
- [www.learn-line.nrw.de](http://www.learn-line.nrw.de)
- [www.lehrer-online.de](http://www.lehrer-online.de)
- [www.lmz-bw.de](http://www.lmz-bw.de)
- [www.mediaculture-online.de](http://www.mediaculture-online.de)
- [www.medienfuehrerschein.bayern.de](http://www.medienfuehrerschein.bayern.de)
- [www.portfolio-medien.de](http://www.portfolio-medien.de)
- [www.schule.bayern.de](http://www.schule.bayern.de)

## EMPFEHLUNG DER TENDENZ-REDAKTION



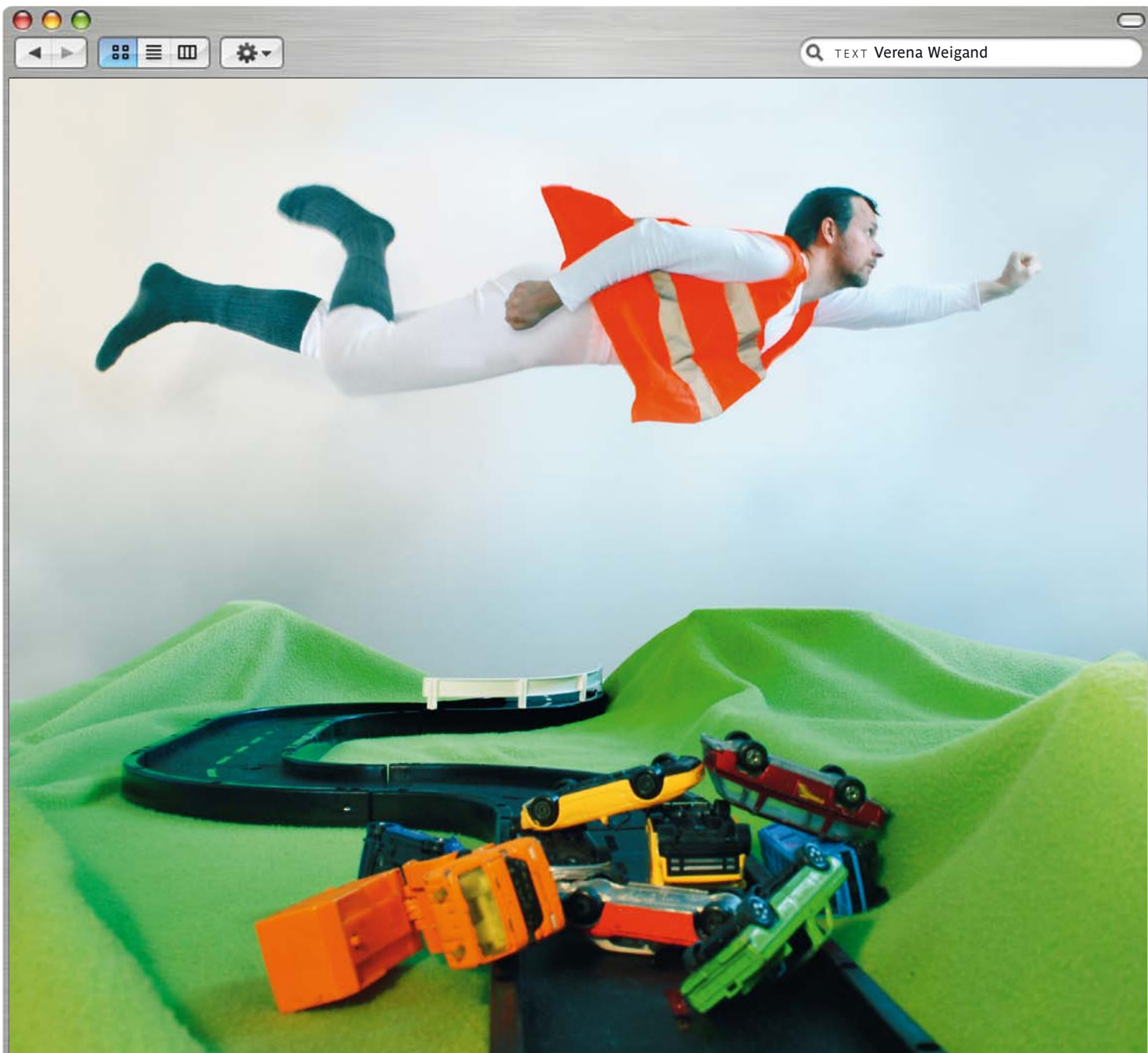
# Lernen mit dem Handy

**Im Internetzeitalter reicht Medienkompetenz als Ziel der Medienerziehung nicht mehr aus.**

Die Konsequenz daraus ist nach Ansicht von Prof. Dr. Ben Bachmair, auf die Entstehung riskanter Lebenswelten mit entsprechender Medienbildung zu reagieren. Vor diesem Hintergrund hat der Medienpädagoge, der bis 2008 an der Universität Kassel lehrte, ein Lehrbuch mit »Medienwissen für Pädagogen« verfasst. An Beispielen aus dem Alltagsleben zeigt er Studierenden, wie Bildungschancen in der heutigen Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen entdeckt werden können.

Eine Lebenswelt, die ganz wesentlich vom Handy und Web 2.0 mit bestimmt ist. Der Autor analysiert beispielsweise Handy-Videos im Internet mit dem Ziel, Medien als Bildungsressourcen zu nutzen. Die von Bachmair neu interpretierte Bildungstheorie zielt auf die positiven Potenziale der neuen Medien ab. Er will zeigen, wie Orientierung durch oder auch das Lernen mit dem Handy möglich ist.

Ben Bachmair: Medienwissen für Pädagogen Medienbildung in riskanten Erlebniswelten VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2009



# VON HÖRREISEN + IDENTIFIKATIONS- FIGUREN

Den bewussten Umgang mit den Medien soll der »Medienführerschein Bayern« fördern. Die Stiftung Medienpädagogik Bayern hat den Medienführerschein mit entwickelt und fungiert als Koordinierungsstelle des ambitionierten Projekts.



In einer Pilotphase im Schuljahr 2009/2010 steht der Medienführerschein Bayern zunächst 30 Klassen der 3. und 4. Jahrgangsstufe in Bayern zur Verfügung (vgl. Interview S. 20-22). Die sechs Unterrichtseinheiten zu den Gattungen Print, audiovisuelle Medien und interaktive Medien erfordern jeweils den Zeitbedarf einer Doppelstunde. Das Printpaket hat der Verband Bayerischer Zeitungsverleger erarbeitet. Die anderen fünf Unterrichtseinheiten hat die Stiftung Medienpädagogik Bayern konzipiert. Sie beruhen auf den Pfeilern Sensibilisierung, Vertiefung und Reflexion und umfassen folgende Inhalte:

**Das Modul »Die Ohren spitzen – Zuhörfähigkeit entdecken und schulen«** macht Schülern die – nur scheinbar selbstverständliche – Kompetenz des Zuhören-Könnens bewusst. Kinder sind bis zu ihrem 10. Lebensjahr für akustische Reize empfänglicher als für visuelle. Doch das Bewusstsein für diese Reize ist oft wenig ausgeprägt, kann aber gezielt gefördert werden. Beispielsweise, indem die Kinder mit ihren Lehrern geistige »Hörreisen« unternehmen: in den Tierpark, aufs Volksfest oder ins Einkaufszentrum... Auf diesen Reisen sollen sie ganz neue und gleichzeitig bekannte, angenehme und unangenehme Geräusche und Klänge entdecken. Durch solches Ohren-Training üben sie, ihre täglichen Hörgewohnheiten zu reflektieren. Es geht aber nicht nur darum, das Hören und Zuhören, sondern auch das gezielte Weghören zu üben. Die Unterrichtseinheit wurde mit Unterstützung der Stiftung Zuhören erstellt.

**Das Modul »Mein Fernsehheld – Identifikationsfiguren im Fernsehen erkennen und hinterfragen«** soll eine kritische Auseinandersetzung mit den – teils sehr klischeebehafteten – TV-Rollenvorbildern ermöglichen. Um die Schüler für das Thema zu sensibilisieren, vergleichen und analysieren sie im Rahmen dieser Unterrichtseinheit Fernsehhelden von gestern und heute. Thematisiert wird auch der Unterschied von Realität und Fiktion. Außerdem lernen sie die Bedeutung von Merchandising kennen. Zum Beispiel, indem sie selbständig Produkte notieren, auf denen TV-Helden abgebildet sind, und Auskunft darüber geben, ob sie diese auch besitzen. Auf diese Weise sollen sie sich bewusst werden, dass TV-Helden im Rahmen von Merchandising auch zum Steuern von Konsum genutzt werden. Die Unterrichtseinheit wurde mit Unterstützung von »Flimmo«, der Programmberatung für Eltern, erstellt.

**Das Modul »Schein oder Wirklichkeit? Werbebotschaften im Fernsehen analysieren und bewerten«** verdeutlicht die Mechanismen der Werbung. So soll auch die Reflexions- und Kritikfähigkeit der jungen Konsumenten gestärkt werden. Um den Kindern klar zu machen, dass bei ihnen durch die Werbung Wünsche

und Bedürfnisse geweckt werden, bekommen sie Einblicke in Werbestrategien. So sollen die Schüler beispielsweise bekannte Werbeslogans sammeln und entsprechenden Produktgruppen zuordnen. Um ihre eigenen Konsumwünsche kritisch zu thematisieren, erstellen sie einen eigenen kleinen Werbespot – mit dem Ziel, dem Publikum das Gefühl zu vermitteln, den Gegenstand unbedingt haben zu wollen. Diese Unterrichtseinheit wurde ebenfalls mit Unterstützung von Flimmo entwickelt.

**Das Modul »Grenzenlose Kommunikation – Gefahren im Netz erkennen und vermeiden«** soll bereits Grundschüler für einen bewussten Umgang mit der Kommunikation im Internet sensibilisieren. Dabei steht die Frage nach dem Schutz der Persönlichkeit und der Privatsphäre im Mittelpunkt. Im Rahmen dieses Medienführerschein-Moduls bekommen die Kinder Basis-Sicherheitsinformationen für die Online-Kommunikation an die Hand und vertiefen diese beispielsweise mittels eines Identitätsspiels: Die Schüler erstellen kurze Persönlichkeitsprofile, in denen sie Auskunft über typische Merkmale und Vorlieben geben, ohne dabei ihren Namen zu nennen. Beim anschließenden Ratespiel »Wer bin ich?« erfahren sie, wie leicht die Identität des anderen zu erkennen ist. Dieses Modul wurde mit Unterstützung von jugendschutz.net erstellt.

**Das Modul »Alles nur ein (Computer-)Spiel? Chancen und Risiken erkennen und einschätzen«** will zu einer sachlichen Diskussion über und zu einer kritischen Auseinandersetzung mit den Computer-Spielwelten von Grundschulkindern beitragen. Voraussetzung dafür ist das Erkennen der eigenen Spielgewohnheiten. Um diese Gewohnheiten reflektieren zu können, stellen die Schüler die Elemente eines Computerspiels an einem konkreten Beispiel dar: So müssen sie etwa aufschreiben, was ihnen an ihrem Lieblingsspiel am besten gefällt und ein typisches Bild aus dem Spiel malen. Auf diese Weise lernen sie Schritt für Schritt auf spielerische Art und Weise, die Mechanismen eines Computerspiels zu durchschauen. Erst dann können sich die Schüler mit den Chancen und Risiken des Mediums auseinandersetzen. Die Unterrichtseinheit wurde mit Unterstützung von klicksafe.de erstellt.

Selbstverständlich sind die Medienführerschein-Doppelstunden nur ein Schritt in die richtige Richtung. Über die Schule hinaus muss der Umgang mit den neuen Medien in der täglichen Praxis – beispielsweise auch in Einrichtungen der Jugendarbeit, die auf dem Gebiet bereits hervorragende Arbeit leisten – eingeübt werden. Ziel ist ein Medienportfolio, das die Medienkompetenz von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen nachhaltig stärkt. Die Stiftung Medienpädagogik Bayern wird ihren Teil dazu beitragen (weitere Infos und Kontaktadressen unter [www.medienfuehrerschein.bayern.de](http://www.medienfuehrerschein.bayern.de) oder [www.blm.de](http://www.blm.de)). ┘

TV-MARKTANTEILE

NACHRICHTEN

**Fernsehnutzung gestiegen**

Erstaunlich, aber wahr: Die Bundesbürger haben 2009 mit 212 Minuten im Durchschnitt täglich fünf Minuten länger ferngesehen als im Vorjahr. Trotz steigender Internetnutzung lag die Fernsehnutzung der Deutschen bei 3 Stunden und 32 Minuten pro Tag (212 Minuten). Laut Media Control sind die Brandenburger die eifrigsten Zuschauer (262 Minuten täglich), während die Bayern mit 186 Minuten pro Tag die kürzeste Fernsehzeit haben.

**DSDS: 7. Staffel gestartet**

Die Castingshow »Deutschland sucht den Superstar« ist Anfang Januar 2009 in die siebte Runde gegangen. Bei der siebten Staffel sollen laut Juror Dieter Bohlen noch härtere Maßstäbe angelegt werden. Zimmerlich ist Bohlen aber noch nie mit den Kandidaten umgegangen. RTL musste 2008 wegen wiederholter Jugendschutz-Verstöße ein Bußgeld von 100.000 Euro zahlen.



Die Boxkämpfe auf RTL punkteten beim Gesamtpublikum und sorgten für eine Steigerung der Marktanteile.

**TV-Jahr 2009: Deutsche sehen länger fern**

**RTL legt kräftig zu**

TV-MARKTANTEILE

	BRD	BAYERN
ARD Dritte	13,5	13,3
ARD	12,7	13,0
ZDF	12,5	12,5
RTL	12,5	10,3
SAT.1	10,4	9,7
PRO7	6,6	6,8
VOX	5,4	5,3
RTL II	3,9	3,5
KABEL 1	3,9	3,7
SUPER RTL	2,5	2,6
KI.KA	1,4	1,4
TELE 5	1,0	1,2
N 24	1,0	1,2
Phoenix	1,0	1,1
DSF	0,9	1,0
N-TV	0,9	1,1
NICK	0,9	0,8
DMAX	0,7	0,8
Das Vierte	0,6	0,6
VIVA	0,6	0,5
MTV	0,4	0,4

Mo – So, 3.00 – 3.00 Uhr; Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in allen TV-Haushalten in der BRD und Bayern im Vergleich (in Prozent)

**Die Klitschko-Brüder begeistern das Publikum – egal, ob sie als Boxer oder Quizzkandidaten auftreten. Die Boxkämpfe der Klitschko-Brüder auf RTL gehörten im TV-Jahr 2009 zu den Quotengaranten unter den Programmhits.** Außer Fußball, Boxen und Formel 1 haben es in der Zielgruppe 14- bis 49 Jahre nur Supertalente, Dschungelkönige und Quizmillionäre in die Top 20 geschafft. Mit Sport, Castingshows und Doku-Soaps punktete RTL 2009 so stark, dass der Kölner Sender seinen Marktanteil im Vergleich zum Fernsehjahr 2008 um 0,8 Prozentpunkte auf 12,5 Prozent steigerte und damit beim Gesamtpublikum (Zuschauer ab drei Jahren) gleichauf mit dem ZDF auf dem dritten Platz liegt. Offensichtlich hat die Reform des Nachmittagsprogramms

mit »Scripted Reality«-Formaten Erfolg gezeigt. In der Zielgruppe 14 bis 49 Jahre ist RTL deutlich Marktführer, während beim Gesamtpublikum die Dritten Programme der



Im Fernsehen wenig Neues: Gesucht werden Stars und Supertalente.

ARD vorne liegen, die sich damit im Vergleich zu 2008 vor das Erste geschoben haben.

Die ARD verlor 0,7 Prozentpunkte und rutschte mit einem Gesamt-

wert von 12,7 Prozent Marktanteil auf ein Allzeit-Tief ab. Auch das ZDF musste gegenüber 2008 mit einem Minus von 0,6 Prozent (nun 12,5 Prozent) Federn lassen. Sat.1 (plus 0,1%) und ProSieben treten auf der Stelle und verbleiben auf ihren Plätzen. Unter den kleineren Vollprogrammen gehört Kabel 1, das im Fernsehjahr 2009 die US-Sitcom mit Charlie Sheen wiederbelebt hat, mit einem Plus von 0,3 Prozent zu den Quoten-Gewinnern und hat mit insgesamt 3,9 Prozent nun RTL 2 eingeholt.

Bei den Marktanteilen nach Zielgruppen kann Super RTL bei den jüngsten Fernsehzuschauern (3 bis 13 Jahre) ein Plus von 0,9 Punkten auf nun 21,3 Prozent verbuchen und ist damit Marktführer, gefolgt vom Kinderkanal mit 15,5 Prozent und Nick mit 9,5 Prozent.

## PROGRAMMHITS | ZUSCHAUER AB 3 JAHREN



Mit der Berichterstattung über die Winterolympiade in Vancouver könnte die ARD 2010 wieder verlorene Prozente aus dem Fernsehjahr 2009 gutmachen. Zur Olympiade startet auch die HD-Offensive der öffentlich-rechtlichen Programme, die möglicherweise ein ganz neues Fernseherlebnis bringen könnte.

					RW in Mio	MA in %
1	ZDF	SPORTextra: FB WM-Quali. Russland-Deutschl.	Sa	10.10.2009	12,46	55,6
2	RTL	RTL Boxen: Der Kampf – V. Klitschko vs. Arreola	So	27.09.2009	1,78	52,6
3	RTL	Formel 1 – Australien / Das Rennen	So	29.03.2009	3,66	50,7
4	RTL	RTL Boxen: Der Kampf – Klitschko vs. Chagaev	Sa	20.06.2009	10,34	50,2
5	RTL	Formel 1 – Australien / Vor dem Rennen	So	29.03.2009	2,54	48,8
6	RTL	RTL Boxen: Siegerehrung	Sa	12.12.2009	9,05	47,7
7	RTL	RTL Boxen: Der Kampf – Klitschko vs. Gomez	Sa	21.03.2009	10,86	47,4
8	RTL	RTL Boxen: Der Kampf – Klitschko vs. K. Johnson	Sa	12.12.2009	11,18	47,2
9	RTL	Formel 1 – China / Das Rennen	So	19.04.2009	4,65	45,9
10	RTL	RTL Boxen: Highlights	So	27.09.2009	1,31	43,8
11	RTL	Formel 1 – Spanien / Das Rennen	So	10.05.2009	5,40	43,1
12	RTL	Formel 1 – Bahrain / Das Rennen	So	26.04.2009	5,36	42,1
13	RTL	RTL Boxen: Siegerehrung	Sa	21.03.2009	7,49	41,8
14	ARD	Biathlon-WM: 4 x 6 km Mixed-Staffel	Do	19.02.2009	2,94	41,6
15	ZDF	heute	Sa	10.10.2009	9,96	41,4
16	RTL	Formel 1 – Japan / Vor dem Rennen	So	04.10.2009	1,43	40,7
17	RTL	Formel 1 – Monaco / Das Rennen	So	24.05.2009	4,95	40,2
18	ARD	Biathlon-WM: 4 x 6 km Staffel Damen	Sa	21.02.2009	4,19	40,0
19	RTL	Formel 1 – Monaco / Vor dem Rennen	So	24.05.2009	4,77	39,9
20	RTL	Formel 1 – Grossbritannien / Nach dem Rennen	So	21.06.2009	6,33	39,8

## PROGRAMMHITS | ZUSCHAUER 14–49 JAHRE



Ein Dauerbrenner ist die Quizshow »Wer wird Millionär?«. Die 10. Folge schaffte es in der Zielgruppe 14 bis 49 Jahre mit knapp vier Millionen Zuschauern in die Top 20, was sonst meist nur Sportevents schaffen – oder Dschungelkönige und Supertalente. Der Jahresrückblick für 2009 brachte RTL dagegen nicht die erhofften Quoten.

					RW in Mio	MA in %
1	ZDF	SPORTextra: FB WM-Quali. Russland-Deutschl.	Sa	10.10.2009	4,48	52,4
2	RTL	Formel 1 – Australien / Das Rennen	So	09.03.2009	1,52	48,8
3	RTL	RTL Boxen: Der Kampf – V. Klitschko vs. K. Johnson	Sa	12.12.2009	4,91	47,6
4	RTL	RTL Boxen: Der Kampf – Klitschko vs. Chagaev	Sa	20.06.2009	4,21	46,7
5	RTL	Formel 1 – Australien / Vor dem Rennen	So	29.03.2009	1,14	46,7
6	RTL	RTL Boxen: Siegerehrung	Sa	12.12.2009	4,02	46,4
7	RTL	RTL Boxen: Der Kampf – Klitschko vs. Gomez	Sa	21.03.2009	4,34	44,2
8	RTL	DSDS – Die Entscheidung / Folge 10	Sa	09.05.2009	3,64	43,4
9	RTL	DSDS – Die Entscheidung / Folge 4	Sa	21.03.2009	2,72	41,8
10	RTL	RTL Boxen: Der Kampf – Klitschko vs. Arreola	So	27.09.2009	0,68	41,8
11	RTL	RTL Boxen: Siegerehrung	Sa	21.03.2009	3,41	41,4
12	RTL	Formel 1 – China / Das Rennen	So	19.04.2009	1,79	41,0
13	RTL	Das Supertalent – Die Entscheidung / Folge 4	Sa	19.12.2009	3,00	40,8
14	RTL	Formel 1 – Bahrain / Das Rennen	So	26.04.2009	2,16	40,7
15	RTL	Formel 1 – Spanien / Das Rennen	So	10.05.2009	2,17	39,6
16	RTL	Exclusiv-Spezial: Die Nacht der Superstars	Sa	09.05.2009	2,42	39,5
17	RTL	Wer wird Millionär? Folge 10	Fr	25.09.2009	3,94	39,4
18	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus / Folge 14	Do	22.01.2009	4,15	39,3
19	RTL	Formel 1 – Ungarn / Das Rennen	So	26.07.2009	2,09	38,6
20	RTL	Das Supertalent – Die Entscheidung / Folge 3	Sa	12.12.2009	2,60	38,2

## TV-MARKTANTEILE\*\* | ZIELGRUPPEN

	Gesamt	3–13	14–29	30–49	ab 50
ARD Dritte	13,5	2,4	3,5	7,7	19,9
ARD	12,7	3,5	4,3	7,5	18,2
ZDF	12,5	3,5	3,5	7,4	18,1
RTL	12,5	9,1	18,0	16,5	9,3
SAT.1	10,4	5,9	9,5	11,3	10,4
PRO7	6,6	9,2	18,1	9,5	2,2
VOX	5,4	3,2	7,3	7,6	3,9
RTL II	3,9	4,3	7,2	5,9	2,1
KABEL 1	3,9	2,5	6,7	5,9	2,2
SUPER RTL	2,5	21,3	3,4	2,4	0,8
KI.KA	1,4	15,5	1,3	1,2	0,3
TELE 5	1,0	0,6	0,9	1,3	1,0
N24	1,0	0,4	1,2	1,3	0,8
Phoenix	1,0	0,1	0,6	1,2	1,0
DSF	0,9	0,7	0,9	0,9	0,9
N-TV	0,9	0,3	0,7	1,1	0,8
NICK	0,9	9,5	1,7	0,7	0,1
DMAX	0,7	0,5	1,1	1,2	0,6
DAS VIERTE	0,6	0,2	0,4	0,7	0,3
VIVA	0,6	1,2	2,2	0,6	0,1
MTV	0,4	0,7	1,8	0,4	0,1

## TV-MARKTANTEILE\*\* | JAHRESVERLAUF 2009

	4. Quartal	1. Halbjahr	2. Halbjahr	Oktober	November	Dezember
ARD Dritte	13,3	13,7	13,3	12,9	12,9	14,1
ARD	12,7	12,8	12,6	12,7	12,8	12,5
ZDF	12,2	12,8	12,2	12,2	11,7	12,6
RTL	13,4	12,3	12,7	13,5	14,0	12,9
SAT.1	10,3	10,3	10,5	10,9	10,4	9,5
PRO7	6,9	6,5	6,7	6,9	7,1	6,7
VOX	5,6	5,2	5,7	5,7	5,6	5,6
RTL II	3,9	4,0	3,9	4,0	3,9	4,0
KABEL 1	3,9	3,8	4,0	3,9	3,8	3,9
Super RTL	2,4	2,5	2,4	2,4	2,5	2,4
KI.KA	1,4	1,4	1,3	1,3	1,5	1,3
TELE 5	1,1	1,1	1,0	1,1	1,1	1,0
N 24	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	1,0
Phoenix	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	1,1
DSF	0,8	0,9	0,9	0,8	0,9	0,7
N-TV	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	0,9
NICK	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9	1,0
DMAX	0,6	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7
DAS VIERTE	0,4	0,7	0,5	0,4	0,4	0,5
VIVA	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5
MTV	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4

\*\* Mo–So, 3.00–3.00 Uhr; Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in allen TV-Haushalten in der BRD (in Prozent)

# SURFEN. ZAPPEN. DADDELN.

Wie Medienerziehung sinnvoll in den Schulalltag integriert werden kann, zeigte am 22. Oktober die 15. Fachtagung des Forums Medienpädagogik in der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Der Tagungstitel: »Surfen. Zappen. Daddeln. Medienkompetenz durch die Schule«.

TEXT Bettina Pregel

**K**inder wachsen heute selbstverständlich mit Medien auf. Besonders gefragt sind neben Fernsehen und Film, Chat-Räume, virtuelle Kommunikationsnetzwerke, Online-Plattformen, Computerspiele und Handys. Kinder und Jugendliche bei ihrer Entdeckungsreise zu unterstützen und ihnen kritisches Medienbewusstsein zu vermitteln, ist das Ziel der integrativen Medienerziehung in der Schule. Sie ist zwar teilweise in den Lehrplänen verankert, stößt aber immer wieder an ihre Grenzen. Dabei müssen medienkompetente Nutzer heute längst mehr beherrschen als mit dem Computer umzugehen. Wie die Schlüsselqualifikation Medienkompetenz in der Schule vermittelt werden kann, sollten im Rahmen der Fachtagung Unterrichtsbeispiele aus dem Schulalltag zeigen. Als »Megathema«, das nicht nur nach Gewaltexzessen diskutiert werden dürfe, bezeichnete der bayerische Staatsminister Siegfried Schneider die Medienkompetenz. Diese gezielt zu stärken, habe

der »Medienführerschein Bayern« zum Ziel (vgl. S. 20-22). Ausdrücklichen Dank richtete er an die von der BLM gegründete Stiftung Medienpädagogik Bayern, die in der Entwicklungsphase wesentliche Unterstützung geleistet habe. Sie soll Koordinierungsaufgaben für den Medienführerschein übernehmen.

## VORAUSSETZUNGEN ZUR VERMITTLUNG VON MEDIENKOMPETENZ

Doch welche Voraussetzungen sind notwendig, damit die Medienkompetenzförderung gelingt? Für Kathrin Demmler, stv. Direktorin des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, sind es folgende: die Entwicklung altersdifferenzierter Konzepte, die verbindliche Aus- und Fortbildung der Lehrkräfte, das Aufgreifen aktueller Medienentwicklungen, die Vernetzung von Erziehungsfeldern im schulischen und außerschulischen Bereich, die Unterstützung der Eltern und das Ernstnehmen der Medieninteressen von Kindern und Jugendlichen.

### »DAS PASSIERT ALLES IN 29 WOCHENSTUNDEN«

Die Unterrichtsbeispiele aus Grund- und Hauptschulen sowie aus dem Gymnasialbereich zeigten, dass es viele Möglichkeiten gibt, Medienerziehung in verschiedenen Schulfächern einzubinden. Diese integrative Form von Medienerziehung bietet zwar eine Chance, aber leider auch die Möglichkeit, sich gar nicht zu engagieren, bedauerte Vanessa Zimmek, medienpädagogisch-informationstechnische Beraterin (MIB) für die Grund- und Hauptschulen in München. Sie hatte Beispiele aus einer Grundschule wie die Gestaltung einer eigenen Schul-Homepage mitgebracht. »Das passiert alles in 29 Wochenstunden«, betonte Zimmek auf Nachfrage, um dem häufig vorgebrachten Argument des Zeitmangels entgegenzutreten.

Ein fächerübergreifendes Hörspielprojekt aus einer 2. Jahrgangsstufe in Nürnberg (»Das Schokoladenmännchen«) stellte die Grundschullehrerin Sabine Reichel vor. Für dieses Projekt gingen die Grundschüler mit viel Spaß auf Geräuschejagd, wandelten ein Märchen zunächst in eine Fotogeschichte um und produzierten daraus ein Hörspiel. Wichtig bei dieser aktiven Medienarbeit sei es, so Reichel, das Produkt auch zu senden, bei einem lokalen Radiosender, über das Internet (z.B. [www.schulradio-bayern.de](http://www.schulradio-bayern.de)) oder zumindest über die Schulsprechanlage.

Die Arbeit mit der Videokamera demonstrierte Gisela Stanglmeier, MIB für die Grund- und Hauptschulen in Weilheim-Schongau. Der Kurzfilm »Angeschmiert« ist in einer Penzberger Hauptschule aus konkretem Anlass entstanden, nach einer unerlaubten Graffiti-Aktion auf der Schulwand. Die Videoarbeit habe gleich mehrere Lernziele integriert, so Stanglmeier: das Einüben verschiedener Ausdrucksmöglichkeiten, Technik und Organisation, juristische Recherche (Drehgenehmigungen etc.), das Erleben der eigenen Sprache und die Schärfung des Bewusstseins für Urheberrechte. Außerdem seien bei so einer Arbeit die Qualifikationen Teamarbeit, Ausdauer, Konzentration und Kompromissbereitschaft gefragt.

Sehr anschaulich schilderte eine Gymnasialschülerin die Entstehung eines weiteren Medienkompetenz-Projektes aus Bamberg, das »Netzgänger« heißt. Zu

diesem Projekt führte die Einsicht, dass Inhalte in sozialen Netzwerken wie »SchülerVZ« eben doch nicht so geschützt sind, wie es die meisten Nutzer/innen vermuten. Roman Eberth, MIB für die Gymnasien in Oberfranken, hatte den Oberstufenschülern und Schülerinnen geholfen, aus Fehlern zu lernen und diese Erkenntnisse an jüngere Mitschüler/innen weiterzugeben.

## ELTERN MÜSSEN NOCH STÄRKER EINGEBUNDEN WERDEN

Wie Politik und Gesellschaft dazu beitragen könnten, die Medienerziehung in der Schule zu unterstützen, diskutierte abschließend ein Expertenpodium. Verena Weigand, Vorstand der Stiftung Medienpädagogik Bayern, appellierte an das Publikum: »Auch wenn Grundschullehrer mit vielen Anforderungen und Themen konfrontiert sind, hoffen wir, dass der Medienführerschein angenommen wird.« Max Schmidt, Vorsitzender des Bayerischen Philologenverbands, lobte den Medienführerschein als wichtigen Schritt, der von den Philologen unbedingt unterstützt werden müsse. Helmut Wöckel, Vorsitzender der Freien Evangelischen Elternvereinigungen Bayern, gab zu bedenken, dass Medienerziehung ein dynamischer Prozess sei, in den die Eltern noch viel stärker eingebunden werden sollten als bisher. ┘



Die Tagungsteilnehmer folgten interessiert den Diskussionen und praktischen Demonstrationen.

Medientage München 2009: MUT – Medien und Transformation

# QUALITÄTSJOURNALISMUS TROTZ KRISE SICHERN

Trotz oder gerade wegen der Wirtschaftskrise muss mehr Mut zum Qualitätsjournalismus gezeigt werden, so ein wichtiges Fazit der 23. Medientage München vom 28. bis 30. Oktober, auf denen sich rund 7000 Teilnehmer trafen.

TEXT Matthias Kurp, Bettina Pregel



Richard David Precht

**W**ie qualitativ hochwertige Inhalte allerdings finanziert werden sollen, ist den meisten nicht klar. Der Philosoph und Publizist Richard David Precht regte zum Auftakt der Medientage einen »Strukturfonds für meinungsbildende Zeitungen« an, um Qualitätsjournalismus zu finanzieren. Nur so, formulierte er mit Blick auf die Individualisierung im Internet-Zeitalter, lasse sich eine Öffentlichkeit herstellen, die eine unverzichtbare Basis für die Demokratie und den Zusammenhalt in einer fragmentierten Gesellschaft sei. »Meinungsvielfalt wird allein über das Internet nicht möglich sein«, warnte er. Die Politik dürfe auf die digitalen Herausforderungen nicht mit »Deregulierung und Teilnahmslosigkeit« reagieren.

Zuvor hatte der bayerische Staatsminister Siegfried Schneider eine neue Medienregulierung gefordert, die der wachsenden Rolle des Internet für die Meinungsbildung gerecht werde. Eine solche »sektor-

übergreifende Rechtsordnung« müsse sich »von der Fixierung auf den Rundfunk und dessen Regulierungsdichte« lösen, so Schneider. Nicht nur Regulierungsdichte, sondern eine »Überregulierung« beklagten die meisten Diskutanten bei der anschließenden Gipfelrunde. Sie hatten Prechts Appell zwar anerkennend wahrgenommen, konzentrierten sich aber hauptsächlich auf die bekannten Grabenkämpfe zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern und die Allmacht des Konkurrenten Google.

## LINKS STATT INHALTE



Nach Ansicht des US-Internetexperten Jeff Jarvis, der am Printgipfel via Skype teilnahm, geht es in der Geschäftsrealität der Medienwelt längst nicht mehr um Inhalte, »sondern um Links«. In Zukunft würden »Besitz« und »Bezahlung« einer Welt von Plattformen und Netzwerken

weichen. Die Nutzerorientierung steht für ihn genauso wie für Blinx-Gründer Suranga Chandratillake im Vordergrund (Online-Gipfel).

Für die Kreativen in der Branche sind die Inhalte dagegen der Schlüssel zum Erfolg. Das Fehlen von Innovationen wird insbesondere in der deutschen TV-Unterhaltungsbranche beklagt. International erfolgreich sind nur wenige neue Formate. Dazu gehören unter anderem die Event- und Showideen von Quoten Garant Stefan Raab. Doch auch der hatte kein Patentrezept parat: »Gute Ideen entstehen zwischen Tür und Angel«, verkündete er. Dazu brauche es weder Meetings noch Brainstormings.

Kreativität und Qualität brauchen allerdings eine finanzielle Basis, die vielen Medienunternehmen aufgrund sinkender Werbeeinnahmen und Strukturwandel des Marktes weggebrochen ist. Diese Stimmung war auch auf den MEDIENTAGEN MÜNCHEN 2009 zu spüren. ┘

## TERMINE

### 2010

29.–31.01. | LOCCUM / HANNOVER  
**Chancen nutzen, Risiken minimieren!**  
Tagung der Evangelischen Akademie  
Loccum zum zukünftigen Umgang mit Infor-  
mations- und Kommunikationstechnologien  
[www.loccum.de](http://www.loccum.de)

2.–4.02. | KARLSRUHE  
**Learntec 2010**

18. Internationaler Kongress u. Fachmesse  
für Bildungs- und Informationstechnologie  
[www.learntec.de](http://www.learntec.de)

9.02. | MÜNCHEN

**Meins, deins, unser?! Persönliche  
Daten von Jugendlichen im Web 2.0**  
Fachtag des DSK und der BLM  
zum Safer Internet Day  
[www.blm.de](http://www.blm.de) oder  
[www.kinderschutzbund-bayern.de](http://www.kinderschutzbund-bayern.de)

9.02. | BONN

**Intimität im Netz**  
Fachtagung von Mekonet und der Bundes-  
zentrale für gesundheitliche Aufklärung  
im Rheinischen Landesmuseum  
[www.mekonet.de](http://www.mekonet.de)

11.–21.02. | BERLIN

**60. Internationale  
Filmfestspiele Berlin**  
Verleihung des Goldenen Bären  
anlässlich der 60. Berlinale  
[www.berlinale.de](http://www.berlinale.de)

23.02. | MÜNCHEN

**Bewegte Bilder – Bewegte Zeiten**  
Video als Erfolgskonzept für alle Medien-  
unternehmen? Fachtagung der Medientage  
München GmbH und der KPMG  
[www.medientage.de](http://www.medientage.de)

2.–6.03. | HANNOVER

**CeBIT 2010**  
Messe Hannover  
[www.cebit.de](http://www.cebit.de)

10.03. | BERLIN

[www.fern-sehen.com](http://www.fern-sehen.com) –  
**Die Aufgaben des Rundfunks  
in der Öffentlichkeit**  
Symposium der DLM in der  
Landesvertretung Baden-Württemberg  
[www.alm.de](http://www.alm.de)

10.03. | DÜSSELDORF

**10. Deutscher Markenkongress**  
Veranstaltung des Marketing-  
weiterbildungsinstituts mit Verleihung  
des Marken-Awards 2010 am 9.03.  
[www.marketing-weiterbildungsinstitut.de](http://www.marketing-weiterbildungsinstitut.de)

16.–20.03. | KÖLN

**didacta – die Bildungsmesse**  
[www.didacta-koeln.de](http://www.didacta-koeln.de)

24.–25.03. | MÜNCHEN

**Munich Gaming 2010**  
[www.munich-gaming.com](http://www.munich-gaming.com)

10.–15.04. | LAS VEGAS

**NAB Show 2010**  
[www.nab.org](http://www.nab.org)

12.–16.04. | CANNES

**MIPTV 2010**  
The world's entertainment content market  
[www.miptv.com](http://www.miptv.com)

16.–18.04. | TUTZING

**Gewaltige Medien:  
Jugend schützen – Chancen nützen**  
Tagung der Akademie für Politische  
Bildung in Tutzing bei München  
in Kooperation mit dem Münchner  
Lehrer- und Lehrerinnenverband  
[www.apb-tutzing.de](http://www.apb-tutzing.de)

25.04.–1.05. | GERA / ERFURT

**18. Kinder-Medien-Festival  
Goldener Spatz**  
[www.goldenerspatz.de](http://www.goldenerspatz.de)

27.–29.04. | BERLIN

**Deutsche Gamestage 2010**  
Gamestage mit der Spieleentwickler-Kon-  
ferenz »Quo vadis?« in der Berliner Urania  
[www.deutsche-gamestage.de](http://www.deutsche-gamestage.de)

29.04. | BERLIN

**Verleihung des Deutschen  
Computerspielpreises**  
[www.deutschercomputerspielpreis.de](http://www.deutschercomputerspielpreis.de)

3.–5.05. | LEIPZIG

**Medientreffpunkt  
Mitteldeutschland**  
Kongress für Medien, Wirtschaft und Politik  
[www.medientreffpunkt.de](http://www.medientreffpunkt.de)

4.–6.05. | KÖLN

**ANGA Cable Show**  
Internationale Fachmesse für Kabel,  
Breitband und Satellit  
[www.angacable.com](http://www.angacable.com)

5.–12.05. | MÜNCHEN

**25. Internationales  
Dokumentarfilmfestival München**  
[www.dokfest-muenchen.de](http://www.dokfest-muenchen.de)

6.05. | MÜNCHEN

**25 Jahre BLM**  
Symposium  
[www.blm.de](http://www.blm.de)

12.–23.05. | CANNES

**Festival de Cannes**  
Internationales Filmfestival  
[www.festival-cannes.com](http://www.festival-cannes.com)

21.05. | MÜNCHEN

**Bayerischer Fernsehpreis 2010**  
[www.bayern.de](http://www.bayern.de)

16.06. | MÜNCHEN

**5. Deutscher Mediatag**  
Markenkommunikation im Zeitalter  
des Paradigmenwechsels  
[www.wuv.de](http://www.wuv.de)

20.–22.06. | TUTZING

**Tutzinger Radiotage**  
Tagung in Zusammenarbeit mit der  
Bundesprüfstelle für politische Bildung  
[www.apb-tutzing.de](http://www.apb-tutzing.de)

24.–27.06. | KÖLN

**Festival des Medienforums NRW**  
TV-Premieren und Kinospicals  
[www.medienforum.nrw.de](http://www.medienforum.nrw.de)

28.–30.06. | KÖLN

**22. Medienforum NRW – Kongress**  
[www.medienforum.nrw.de](http://www.medienforum.nrw.de)

6.–7.07. | NÜRNBERG

**Lokalrundfunktage Nürnberg**  
[www.lokalrundfunktage.de](http://www.lokalrundfunktage.de)

13.–15.10. | MÜNCHEN

**Medientage München**  
Kongress und Publikumsmesse  
[www.medientage.de](http://www.medientage.de)

Komputern

Martin Fuchs

3b

