

Treffen der Fachgruppe Medienpädagogik am 17. und 18. Oktober 2003 in Leipzig

Stephan Buchloh (München)

Medienpädagogik: Kampagnen – Forschung – Praxis

Pädagogische Aktionen, die sich auf Medien richten, sind nicht nur Teil von schulischen und außerschulischen Bildungsbemühungen. Auch manche Medien selbst engagieren sich in der Medienpädagogik: Sie berichten über andere Medien, nehmen medienkritische Sendungen ins Programm oder starten Kampagnen, in denen sie zum bewussten Umgang mit Medien aufrufen. Eine dieser Kampagnen stand im Mittelpunkt der Tagung der Fachgruppe Medienpädagogik, nämlich die Initiative „Schau hin!“. Daneben sollten die anderen Aspekte des Faches nicht zu kurz kommen: Vorgestellt wurden Forschungsarbeiten und Projekte aus der medienpädagogischen Praxis. *Bernd Schorb* hatte die Fachgruppe für den 17. und 18. Oktober 2003 in die Universität Leipzig eingeladen. *Claudia Lampert* (Hans-Bredow-Institut in Hamburg), *Ingrid Paus-Hasebrink* (Universität Salzburg) und *Bernd Schorb* hatten das Treffen organisiert.

Claudia Lampert skizzierte in einem Einführungsvortrag die Kampagne „Schau hin!“. Es handelt sich um eine Aktion der Fernsehzeitschrift „Hörzu“, des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, des Telefonunternehmens „Arcor“, der Fernsehsender ARD und ZDF sowie des Chipproduzenten „Intel“. Die Kampagne wurde im Februar 2003 ins Leben gerufen. Ihr Hauptziel besteht nach eigener Aussage darin, die „Erziehungskompetenz“ von Eltern mit Blick auf die Mediennutzung ihrer Kinder zu fördern. „Schau hin!“ will Eltern von drei- bis elfjährigen Kindern ermuntern, sich intensiver mit dem Medienkonsum ihrer Sprösslinge zu beschäftigen. Die Aktion setzt im Besonderen zwei Mittel ein: einmal einen Internetauftritt mit Ratschlägen für Eltern, ein andermal bundesweite „Aktionstage“ wie einen „Überraschungstag“ am 29. November 2003 oder eine „Family-Net-Aktion“ zum Tag der Familie am 15. Mai 2004. Unterstützt wird die Kampagne „Schau hin!“ von der Sängerin Nena.

In der Diskussion der Fachgruppe überwog die Kritik an „Schau hin!“. Manche Teilnehmer bemängelten, Inhalt und Konzept der Initiative wirkten diffus. Die Internetseiten und die Aktionen von „Schau hin!“ bezögen wichtige medienpädagogische Projekte nicht ein. Man hielt den Sponsoren vor, dass es ihnen in erster Linie um die Pflege ihres Images gehe; die Initiative sei ein reines „Showprojekt“. Politisches Handeln (wie zum Beispiel die Finanzierung medienpädagogischer Modellvorhaben) dürfe nicht durch Kampagnen ersetzt werden. Die Kritiker von „Schau hin!“ befürchteten, eine schlechte medienpädagogische Kampagne könne die Medienpädagogik insgesamt in Verruf bringen, besonders wenn sich eine solche Initiative auf die Autorität eines Bundesministeriums stütze und ein großes öffentliches Forum erhalte.

Andere Tagungsteilnehmer entdeckten an der Kampagne „Schau hin!“ indessen auch gute Seiten. Es sei zu begrüßen, dass die Initiative mit dem Slogan „Schau hin, was deine Kinder machen!“ an die Verantwortung der Eltern appelliere und dass nicht wieder der Ruf nach dem Staat ertöne. Wenn in den Familien selbst über die Mediennutzung entschieden werde, dann sei dies besser, als wenn staatliche Instanzen den Bürgern Vorschriften machten. Durch die Zusammenarbeit mit der Zeitschrift „Hörzu“ und den Fernsehanstalten könne die Kampagne viele Menschen erreichen. Wenn

Wirtschaftsunternehmen Geld in eine nicht ganz durchdachte Initiative für bewusstes Fernsehen und Surfen investierten, dann sei dies immer noch vorteilhafter, als wenn sie gar kein medienpädagogisches Interesse bekundeten. Die Medienpädagogen kamen schließlich überein, sich mit den Trägern der Kampagne in Verbindung zu setzen und einen Brief mit Fragen an das Bundesjugendministerium zu richten.

Den zweiten Schwerpunkt des Treffens in Leipzig bildete die Präsentation von wissenschaftlichen Studien und medienpädagogischen Projekten. Hier ging es nicht um die Auseinandersetzung mit einem vorab festgelegten Thema, sondern um Einblicke in die Arbeit von Fachgruppenmitgliedern; entsprechend unterschiedlich waren die Beiträge. *Kathrin Echtermeyer, Iren Schulz und Bernd Schorb* aus der Universität Leipzig stellten drei „Internetplattformen“ vor. Entwickelt wurden die Vorhaben von der Leipziger Universität und dem Münchner Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF).

Das „virtuelle Umweltbildungszentrum“ VUZ (www.vuz-web.de) ist ein Internetangebot für Zwölf- bis Sechzehnjährige, die sich zum Thema „Wasser“ informieren möchten. Es will die Jugendlichen anregen, sich für den Schutz der Umwelt einzusetzen. An ältere Jugendliche und junge Erwachsene richtet sich das Vorhaben „D-A-S-H – für Vernetzung – gegen Ausgrenzung“ (www.dash.org). Durch Informationen, Recherchehilfen und Seminare sollen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus bekämpft werden. Das Projekt „Medienkonvergenz Monitoring“ (www.medienkonvergenz-monitoring.de) beschäftigt sich mit dem Phänomen, dass einzelne technische Apparate, wie ein Mobiltelefon und ein „Gameboy“, zu einem einzigen Gerät verschmelzen. Dank der Unterstützung durch diverse staatliche Einrichtungen und Förderprogramme sowie durch Stiftungen können sich jeweils mehrere Mitarbeiter um die Gestaltung der Internetauftritte kümmern. Es wurde deutlich, dass es auch in Zeiten knapper Haushalte noch möglich ist, öffentliche Mittel für medienpädagogische Vorhaben einzuwerben.

Ebenfalls um das Internet drehte sich der Beitrag von *Stephan Buchloh* (Ludwig-Maximilians-Universität München). Ihm ging es um eine Verbindung von Theorie und Praxis: Zunächst stellte Buchloh ein von ihm entwickeltes Modell der „Internetkompetenz“ vor. Dann zeigte er, wie in einem Internetvorhaben mit Jugendlichen aus sozialen Brennpunkten versucht wurde, einzelne Formen dieser „Internetkompetenz“ zu fördern. Auf der Website www.sfredl.de kann man sich das Projekt „Minderheiten und Zivilcourage“ anschauen.

Zwei Tagungsvorträge widmeten sich den Medien Film und Fernsehen. *Michelle Bichler* (Universität Salzburg) fragte nach den Unterschieden zwischen japanischen und amerikanischen Zeichentrickfilmen. Sie analysierte die Cartoons „Sailor Moon“, „Dragon Ball“, „Arielle, die Meerjungfrau“ und „Aladdin“ mit Blick auf die Themen „Gewalt“, „Geschlechterrollen“, „Gut und Böse“, „Gefühle“ und „pädagogische Botschaften“. Michelle Bichler kam zu dem Ergebnis, dass viele Vorwürfe gegen die japanischen Zeichentrickfilme nicht berechtigt seien. Übersehen werde häufig, dass die Cartoons kulturelle Besonderheiten ihrer Produktionsländer transportierten und die Möglichkeit böten, Einsichten in andere Lebensformen zu gewinnen. Anschließend nahm *Thomas Knieper* (Ludwig-Maximilians-Universität München) die Zuschauer in den Blick: Er erläuterte eine Studie, in der 25 Münchner Hauptschüler nach ihren Vorstellungen von filmischen Spezialeffekten befragt wurden. Knieper fand heraus, dass die meisten Schüler nur wenig über solche Effekte wis-

sen. Er interpretierte seine Befunde als fehlende „Bildkompetenz“ der Jugendlichen – sein Plädoyer: Kinder und Jugendliche sollten lernen, zwischen bildlichen Darstellungen und Realität zu unterscheiden und Filmtricks als solche zu erkennen.

Der Gesichtspunkt der Kompetenz bot eine gelungene Überleitung zum abschließenden Vortrag von *Daniel Süss* (Hochschule für angewandte Psychologie, Zürich). Er präsentierte eine Untersuchung zu den Vorstellungen, die sich Kinder, Eltern und Lehrer von der eigenen Medienkompetenz und der Medienkompetenz der anderen machen. Süss stellte fest, dass Selbst- und Fremdeinschätzungen von Kindern und Eltern weitgehend identisch seien. Mütter gälten als Fachleute für Bücher, Väter als Experten für die anderen Medien. Die Lehrer hielten Jungen im Hinblick auf Medien grundsätzlich für kompetenter als Mädchen, wüssten aber nur wenig über die tatsächlichen Fähigkeiten der Schüler. In der Schule würden Medien eher als Störfaktor betrachtet. Medienerziehung sei immer noch in erster Linie Elternsache, allerdings sei die Medienbildung der Eltern nicht gerade ausgeprägt.

Bei dem sehr offenen Charakter der Tagung konnte man am Ende nicht als Fazit festhalten, ein bestimmtes Thema erscheine angesichts neuer Forschungsergebnisse nun in völlig anderem Licht. Im Vordergrund des Fachgruppentreffens standen Diskussionen und „Werkstattberichte“. Gerade darin lag indes der Reiz der Leipziger Zusammenkunft.