

Sozialisation, Medienaneignung und Medienkompetenz in der mediatisierten Gesellschaft

Helga Theunert & Bernd Schorb

„Sozialisation durch Massenmedien“ (1980), „Sozialisation durch (Massen-) Medien“ (1991), „Sozialisation mit Medien“ (2004) – diese Titel von dreien unserer Artikel, die sich mit dem Verhältnis von Auf- und Heranwachsen und Medienaneignung im gesellschaftlichen Kontext befassen, verweisen auf die Entwicklung der Medienwelt und – jedenfalls wenn die Medien und ihre Angebote ebenso wie das aktive Subjekt und seine Medienaneignung im gesellschaftlichen Kontext verortet werden – auf sich verändernde Perspektiven in Bezug auf deren Bedeutung in Sozialisationsprozessen.

Zu Zeiten der Massenmedien war Medienaneignung vorrangig zu denken als aktiver Prozess der Selektion massenmedialer Kommunikate und deren subjektiv variiertes Interpretation im Hinblick auf die eigenen Lebensvollzüge. In diesem Kontext kommt der Orientierungsfunktion medialer Angebote besonderes Gewicht zu. Deren Relevanz für Weltaneignung und Identitätsbildung Heranwachsender ist empirisch besonders gut für das Medium Fernsehen belegt.¹ Diese Orientierungsfunktion ist in der heutigen Medienwelt nicht minder von Bedeutung. Denn die Attraktivität massenmedialer Angebote in Kindheit und Jugend besteht fort bzw. sie hat durch die erhebliche Ausweitung (1980 war z.B. Fernsehen noch beschränkt auf die öffentlich-rechtlichen Sender) dieser Angebote heute sogar erheblich mehr Bezugspunkte. Doch die Orientierungsfunktion wird heute auch bei medialen Angeboten wirksam, die jenseits des massenmedialen Marktes zugänglich sind. Vor allem die heranwachsende Generation greift über das Internet auf eine Fülle von Kommunikaten zu, die unabhängig von Standards massenmedialer Kommunikation aus privater Hand oder von global oder kleinräumig agierenden Interessengruppen eingespeist werden.

1 Hierzu ließen sich zahllose Arbeiten anführen. Wir beschränken uns auf eine Auswahl unserer eigenen fernsehbezogenen Forschungen am JFF, z.B. zum Umgang Jugendlicher mit Fernsehgewalt (Theunert 1987, 1996), zu Kindern und Cartoons (Theunert/Schorb 1996), zur Serienrezeption (Theunert/Gebel 2000), zum Umgang von Kindern sowie Jugendlichen mit Fernsehinformation (Theunert/Schorb 1995, Schorb/Theunert 2000) sowie zu den seit über zehn Jahren regelmäßig stattfindenden Kinderbefragungen zum Fernsehumsatz 3- bis 13-Jähriger im Projekt FLIMMO (www.jff.de/flimmo_Kinderbefragungen).

Der zweite Titel verweist mit der Klammersetzung bereits darauf, dass die Sozialisationsinstanz Medien mit den Massenmedien allein nicht mehr angemessen abzudecken ist. Zwei Entwicklungen sind dafür als ausschlaggebend zu qualifizieren: auf der einen Seite die Verbreitung der Informations- und Kommunikationstechnologien, in deren Folge z.B. der Computer zu einem Alltagsmedium avanciert ist, das für Kinder und Jugendliche neue und zum Teil höchst attraktive Formen des Medienhandelns eröffnete; allen voran sind hier die Computerspiele zu nennen. Auf der anderen Seite die erweiterte Verfügbarkeit und zunehmend vereinfachte Handhabung von Produktionsmedien, die die Artikulationsfunktion von Medien nachhaltig erweitert und verbunden damit neue Potenziale der Partizipation eröffnet. Nicht zuletzt konnte davon das pädagogische Konzept der aktiven Medienarbeit (vgl. Schell 2003) profitieren und in der Folge umfänglicher und variantenreicher realisiert werden. Das verfügbare mediale Artikulationsspektrum bot Heranwachsenden vielfältige Möglichkeiten, Lebensgefühle, Ansichten, Wünsche, Träume etc. zu äußern, und innerhalb der Öffentlichkeiten, die beispielsweise über Jugendfilmfestivals erreichbar waren, waren auch Selbstreflexion und Diskurs anschlussfähig.

Die Potenziale der Artikulationsfunktion der Medien haben sich durch die Medienentwicklung, vorrangig durch die Digitalisierung und die Vernetzung von Einzelmedien und medialen Funktionen in der konvergenten Medienwelt, enorm und in rasantem Tempo erweitert. Vor allem das Internet und die heute darin implizierten Mitmach-Optionen des Web 2.0 vervielfachen die Möglichkeiten medialer Artikulation und deren Veröffentlichung. Die heranwachsende Generation greift darauf exzessiv zu, sie nimmt mediale Kommunikationsräume in Besitz und produziert sich im wahrsten Sinne selbst. Sie macht die eigene Person, höchst Privates, Talente und Meinungen öffentlich, und ein Teil beteiligt sich auch an öffentlichen Diskursen. Die Medien sind nicht länger eine Sozialisationsinstanz, die der heranwachsenden Generation Material für die mentalen Prozesse der Weltaneignung und Identitätsbildung offeriert. Sie bieten eigentätig zu nutzende Artikulationsformen und Räume, in denen diese erprobt und angewendet sowie die Ergebnisse veröffentlicht und Feedback organisiert werden können. Das hält Erfahrungen und Handlungsperspektiven vor, die für die Interaktion mit der Umwelt und damit für Medienaneignung, Identitätsarbeit und Sozialisationsprozesse gleichermaßen bedeutsam sind. Sozialisationsrelevant ist entsprechend nicht mehr allein, was Heranwachsende mit den medialen Kommunikaten machen, die sie realisieren, sondern zunehmend mehr, wie und wozu sie sich die medialen Artikulationsmöglichkeiten zunutze machen. Darauf hebt die dritte Titelvariante „Sozialisierung mit Medien“ ab.

Medien begleiten das Heranwachsen von Kindern vom ersten Lebenstag an. In vielfältigen Formen fremdbestimmten Kontakts, aktiver Zuwendung und Selbst-

tätigkeit in medialen Räumen und verbunden mit ebenso vielfältigen Funktionen für persönliche und soziale Entwicklung, für Weltverständnis und Menschenbild und für soziale und gesellschaftliche Teilhabe sind Medien seit langem und angesichts der Medienentwicklung eine zunehmend gewichtiger werdende Größe in individuellen Lebensvollzügen, in sozialen Gefügen und in gesellschaftlichen Strukturen. Ohne die Prozesse der Medienaneignung in die Betrachtung zu integrieren, sind Identitätsbildung und Sozialisation heute nur noch lückenhaft zu fassen.

1. Mediatisierung: Ein theoretischer Zugang zum Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel

In drei Schwerpunkten lässt sich die aktuelle Medienwelt in ihrem Kern konturieren. Erstens: Die Digitalisierung der Medien, die sowohl traditionelle Medien wie Radio und Fernsehen verändert als auch in neuartigen Kommunikationsformen wie Chats u.Ä. ihren Niederschlag findet, benennt das technologische Fundament. Die Entgrenzung und Vernetzung von Einzelmedien und medialen Funktionen in der konvergenten Medienwelt fasst zweitens die Strukturebene, als deren Schaltzentrale vorrangig das Internet fungiert, das gebündelte Zugänge und Befriedigung von Präferenzen ermöglicht. Das Spektrum kommunikativer, interaktiver und produktiver Tätigkeiten konkretisiert drittens die Optionen subjektiven Medienhandelns, für deren Realisierung aktuell die Mitmachangebote des Web 2.0 besonders relevant sind, die neue Gesellungsformen und öffentliche Artikulation eröffnen.

Die Veralltäglichsung solcher medialer Gegebenheiten, ihr Hineinwirken in individuelle Lebensvollzüge, soziale Gefüge und gesellschaftliche Strukturen, ihre Verschränkung mit sozialen Handlungspraktiken und kultureller Sinnkonstitution fasst Krotz im Konzept der „Mediatisierung“ (vgl. z.B. Krotz 2007, 2008). Er sieht Mediatisierung als einen Metaprozess „sozialen und kulturellen Wandels, der dadurch zustande kommt, dass immer mehr Menschen immer häufiger und differenzierter ihr soziales und kommunikatives Handeln auf immer mehr ausdifferenzierte Medien beziehen“ (Krotz 2008: 53). Kommunikation wird in diesem Konzept als soziales Handeln und als aufs Engste mit Medien verwoben begriffen. Sie wird durch Medien mitermöglicht und mitgestaltet, erweitert und verändert. Da Medien integrierte Bestandteile individuellen und öffentlichen Lebens von weitreichender Bedeutung sind, bleiben mediale Entwicklungen und Veränderungen in den Zwecksetzungen und der Ingebrauchnahme von Medienangeboten nicht folgenlos. Die Veränderung medialer Kommunikationsstrukturen schlägt auf kulturelle, soziale und gesellschaftliche Strukturen ebenso durch wie auf individuelle Lebensvollzüge und alltägliche Handlungspraktiken. Heute

ist eine zunehmende Verschränkung der Medienwelt mit verschiedensten Lebensbereichen und Handlungsformen der Menschen zu konstatieren. Die in der digitalisierten und konvergenten Medienwelt technisch wie inhaltlich aufs Engste verzahnten Medien legen sich wie Netze über die Lebensbereiche und wirken auf deren kommunikative Strukturen ebenso wie auf das Handeln der Menschen in ihnen. Diese Prozesse der Mediatisierung sind auf der Mikro-, Meso- und Makroebene gleichermaßen zu beobachten, sie tragen zu Veränderungen im kommunikativen Handeln der Menschen, in sozialen Gefügen und Institutionen und langfristig in kulturellen und gesellschaftlichen Prozessen bei. In dieser Perspektive ist die jeweils aktuelle Medienwelt mit ihren Strukturen, Angeboten und Handlungsoptionen eine wesentliche Größe, um die Gesellschaft als Ganzes, einzelne Lebensbereiche und das soziale Handeln der Subjekte zu verstehen.

2. Das Konzept der Mediatisierung in der Medienpädagogik

Das Konzept der Mediatisierung erweist sich unter mehreren Aspekten auch für medienpädagogisch ausgerichtete Forschung und medienpädagogisches Handeln als hilfreich, vorausgesetzt, sie gründen theoretisch im Wechselverhältnis Gesellschaft, Medien, Subjekt. Vorrangig sind dabei folgende Aspekte: Die Entwicklung der Medienwelt wird in den historisch-gesellschaftlichen Prozess eingebettet und stellt Beziehungen zu weiteren gesellschaftlichen Prozessen her wie Globalisierung, Individualisierung, Ökonomisierung, die zumindest teilweise mit der Medienentwicklung verzahnt sind. Dadurch wird der Blick auf die Verzahnung von Medien- und Weltaneignung gelenkt, die für die Frage nach der sozialisatorischen Bedeutung von Medien und Medienhandeln höchst relevant ist. Medienentwicklung wird nicht als technisches, sondern explizit als soziales Geschehen verortet. Das fügt sich zu der für medienpädagogisches Handeln zentralen Verbindung von sozialer Handlungsfähigkeit, kommunikativer Kompetenz und Medienkompetenz. Durch die konstitutive Bedeutung, die die Kommunikationspraktiken der Menschen für medialen und gesellschaftlichen Wandel haben, wird schließlich auch die handlungs- und subjektorientierte Perspektive unterstrichen, die für medienpädagogisches Handeln grundlegend ist und die Erforschung von Medienaneignungsprozessen ebenso leitet wie die Entwicklung adressatenadäquater pädagogischer Modelle.

Ein für medienpädagogische Forschungs- und Praxiszusammenhänge leitender und unverzichtbarer Komplex bleibt in der bisherigen Ausarbeitung des Konzeptes der Mediatisierung unkonturiert: das produktive Handeln mit Medien, für das gerade die heranwachsende Generation das heute verfügbare Artikulationsspektrum der Medienwelt ausschöpft, sei es in den zahlreichen Varianten der Selbstdarstellung im Rahmen sozialer Netzwerke, sei es bei der Präsentation eigener

Werke auf medienspezifischen Internetplattformen, sei es in interessenzentrierten Netzwerken. Die produktiven Anteile des Medienhandelns sind zwar in der Regel mit kommunikativen Absichten und Anschlusshandelns verbunden, aber sie gehen darin nicht auf. Denn über die eigentätige, auch ästhetisch und dramaturgisch gestaltete Kombination von medialen Ausdrucksmitteln erhalten diese Kommunikate eine eigene Qualität. Das gilt für diejenigen, die sie produzieren; sie können in den Prozessen der Produktion und des Feedbacks auf ihre Produkte eine breite Palette von identitätsrelevanten Erfahrungen machen. Das gilt auch für diejenigen, die sie betrachten; sie können darüber Einblicke in persönliche, kulturelle und soziale Lebenswelten, in Sichtweisen, Werthaltungen und Gefühlslagen erhalten, auch wenn diese nicht in verbalen Formen expliziert sind. In der praktischen Medienpädagogik ist das produktive Arbeiten mit Medien seit langem als ein Weg öffentlicher Artikulation und als Mittel der Selbstreflexion verankert. Aktuell animieren die Möglichkeiten des Web 2.0 insbesondere Jugendliche mehr und mehr zu produktivem Medienhandeln in eigener Regie, und einschlägige Internetplattformen stellen auch leicht handhabbare Werkzeuge zur Verfügung (vgl. Wagner u.a. 2009). Die Ergebnisse sind überwiegend öffentlich zugänglich, und das aktiviert nunmehr auch einen Forschungszugang zu den Perspektiven von Jugendlichen auf ihre Lebenswelt, der am JFF bereits Mitte der 80er Jahre am Beispiel von Videoproduktionen Jugendlicher konkretisiert wurde (vgl. Theunert/Schorb 1989; Schorb 2001) und den Niesyto in seinen Arbeiten (z.B. 2001, 2003) weitergeführt und ausdifferenziert hat. Für das Konzept der Mediatisierung ist dieses produktive Medienhandeln u.E. in zweifacher Hinsicht bedeutsam: Das aktive Herstellen von Kommunikaten impliziert erstens nachhaltige persönliche und soziale Erfahrungen. Die so entstandenen Kommunikate repräsentieren zweitens spezifische Rezeptionsangebote, die den massenmedialen Markt erweitern, sei es durch Kopie oder satirische Bearbeitung, sei es durch eigen-sinnige Produktionen. Beides wirkt auf die Kommunikationsstrukturen jugendrelevanter sozialer Netzwerke medialer wie nicht-medialer Art und hat erhebliche Bedeutung für die Identitätsbildung (vgl. Theunert 2009).

3. Die Bedeutung produktiven Medienhandelns für Medienaneignung und Sozialisation

Die vielfältigen Funktionen, die Medien heute im individuellen, sozialen und gesellschaftlichen Leben übernehmen, tangieren das Auf- und Heranwachsen von Kindern und Jugendlichen in umfassender und nachhaltiger Weise. Das Hineinwirken medialer Kommunikation in viele Lebensbereiche und alltägliche Handlungsroutinen erhöht nicht nur die Relevanz der Sozialisationsinstanz Medien. Die medialen Gegebenheiten durchdringen zugleich andere Sozialisations-

instanzen, gestalten sie und die Erfahrungen, die Kinder und Jugendliche in ihnen machen, mit. Allen voran sind hier zu nennen: die Familie als Ort primärer und nachhaltiger Medienerfahrung und die Peergroup als Ort vielfältiger mit Medien verknüpfter Aktivitäten, über die Vorlieben vergewissert, ausgeformt und stabilisiert werden. Auch klassische Sozialisationsinstanzen wie die Schule sind medial mitgestaltet. Medien fungieren hier schon lange als Vermittlungsinstrumente, heute sind sie das zunehmend auch in der Hand der Heranwachsenden und sie strukturieren und gestalten inhaltliche und formale Kommunikation in der Institution Schule. Es sind nicht zuletzt die Heranwachsenden selbst, die ihre medialen Erlebnisse und Erfahrungen, ihre medienbezogenen Wissensbestände und Kompetenzen und ihre medialen Kommunikations- und Handlungspraktiken in die verschiedenen Lebensbereiche einbringen und sie zwischen ihren sozialen Bewegungsräumen hin und her tragen, sie in Auseinandersetzung und im Abgleich mit Gleichaltrigen und durch Beobachtung und Anregung von erwachsenen Bezugspersonen und Autoritäten ausbauen, variieren und verändern. Im Zuge dieser translokalen Medienaneignung sorgen sie für Austausch und Vernetzung ihrer medialen Aktivitäten und schreiben diese auch in ihre sozialen Bewegungsräume ein.

Unter den Bedingungen der digitalisierten und konvergenten Medienwelt erweitern sich die medialen Kommunikations- und Handlungsmöglichkeiten der Menschen funktional und qualitativ, bei gleichzeitiger Individualisierung ihrer Realisierung. Denn sowohl das Spektrum der Mediengänge als auch die Nutzung von Inhalts- und Aktivitätsangeboten hat sich vervielfacht und ist mehr denn je dem individuellen Zeitmanagement und persönlichen Präferenzen anheimgestellt. Zugleich findet eine Entgrenzung von medialen und realen Kommunikations- und Handlungsstrukturen statt, sie werden zunehmend aktiv miteinander vernetzt und gehen ineinander über. So werden die medialen Räume gerade von jungen Menschen dazu genutzt, ihr reales Beziehungsleben in mediale Räume hinein zu verlängern, indem sie dort ihre realen Freundschaften weiter pflegen. Umgekehrt erweitern sie ihr reales Beziehungsleben durch neue Kontakte, die sie in medialen Räumen aufnehmen, und versuchen größtenteils, diese auch in ihr reales Leben einfließen zu lassen (vgl. Wagner 2008; Schmidt u.a. 2009). Auch die Möglichkeit, selbst mediale Kommunikate herzustellen und zu veröffentlichen, stößt bei zunehmend mehr jungen Menschen auf Zuspruch, und auch dieses Medienhandeln bleibt der Realität nicht äußerlich. Einerseits erweitert es das Spektrum rezipierbarer Medienangebote, ein Umstand, den wiederum die junge Generation besonders schätzt, weil sie annimmt, in diesen Kommunikaten Lebensgefühle, Ansichten, Problemlagen der eigenen Generation zu finden. Andererseits und vor allem wirkt das Feedback mehr oder weniger breiter Öffentlichkeiten auf die verbreiteten Kommunikate auf die Produzenten zurück, als

Bestätigung, als Reflexionsanstoß oder als Zurückweisung. Im Verhältnis von Gesellschaft, Medien und Subjekt erhält der einzelne Mensch einen steigenden Stellenwert. Er ist aktiver Part der Aneignung der realen und medialen Welt. Er war und ist Interpret und sinngebende Instanz in Bezug auf Orientierungen und Handlungsofferten, die er hier wie dort wahrnimmt und in sein Lebenskonzept integriert. Er verzahnt die reale und die mediale Welt mental und zunehmend mehr im Handeln, egal, ob er den von Mediensystem und Gesellschaft vorgegebenen Strukturen folgt oder eigenwillige Konstruktionen schafft. Mehr denn je aber ist er heute der Knotenpunkt der Vernetzung zwischen realen und medialen Gegebenheiten und gestaltet deren Strukturen nachhaltig mit. Und mehr denn je eröffnet ihm die Medienwelt partizipative Strukturen in überschaubaren Sozialgefügen seiner Nahwelt ebenso wie in größeren Interessengemeinschaften, gesellschaftlichen Gruppierungen und globalen Netzen.

In der interaktionistischen Perspektive (vgl. z.B. Geulen 2002), die unsere Auffassung von Sozialisation und Medienaneignung leitet, gilt der Mensch in jedem Lebensstadium als Interpret und Gestalter der Umwelt. Sozialisation ist in dieser Perspektive ein lebenslanger Prozess, in dem der Mensch mit der Umwelt interagiert, sich gegenüber deren Gegebenheiten selektiv verhält, das Wahrgenommene vor dem Hintergrund subjektiver Erfahrungen und Lebensvollzüge, die wiederum Resultat vergangener Sozialisationsprozesse sind, interpretiert und die Umwelt für sich und andere durch sein Handeln verändert. Diese Vorstellung ist zunächst zu erweitern auf Sozialisation durch und mit Medien. Diese „findet statt und ist nur erklärbar im historisch-gesellschaftlichen Kontext. Damit ist Sozialisation [...] ein Prozess, in dem eine gesellschaftlich-produzierte Umwelt die Individuen sowohl formt als auch von diesen geformt wird“ (Schorb u.a. 1980/1991, zitiert nach Theunert/Schorb 2004: 203). Weiterhin und weiterführend ist Sozialisation durch und mit Medien mit den Prozessen der Medienaneignung zu verschränken, die sich gleichfalls in gesellschaftlicher Einbettung und in konkreten Lebensvollzügen vollziehen. Der Begriff Medienaneignung unterstreicht, dass das Subjekt auch der medialen Umwelt als sinngebende und eigentätige Instanz begegnet, die medialen Offerten prüft, in sein Leben integriert oder sich ihnen verweigert.

Medienaneignung umfasst die selektiven, mentalen, kommunikativen und eigentätigen Akte der Realisierung der Angebote der Medienwelt, deren sinnverstandene Interpretation vor dem Hintergrund von persönlicher Biografie und Lebensbedingungen sowie deren subjektiv variierende und variierte Integration in das eigene Leben. In der digitalisierten und konvergenten Medienwelt beziehen sich diese Akte nicht mehr nur auf Einzelmedien, sondern auf Basisangebote, die medienspezifisch variiert werden, beispielweise auf den Soundtrack zur Daily Soap, oder weitergeführt werden, beispielsweise über die Internetseite zum Computer-

spiel. Medienaneignung erstreckt sich somit auch auf die Realisierung der Vernetzungsstrukturen zwischen Einzelmedien, vom Nachvollziehen vorgegebener Wege bis zu kreativen Adaptionen von Angeboten und der Konstruktion eigener Verknüpfungen (vgl. Theunert 2005; Wagner/Theunert 2006). Gerade die Mitmach-Möglichkeiten, die über das Internet, speziell über die Angebote des Web 2.0 realisierbar sind, begünstigen solche kreativen Adaptionen und Eigenkonstruktionen bis hin zur eigenständigen Medienproduktion und deren Distribution. Und schließlich ist die Verschränkung von Sozialisation und Medienaneignung zu konkretisieren. Dazu taugt ein erweiternder Transfer des sozial-räumlichen Konzepts der Umweltaneignung (vgl. Deinet 2006) auf mediale Räume. Dieser Transfer erlaubt es, die medialen Räume nach den Funktionen, die sie im Leben der Menschen erfüllen, zu verorten und zu differenzieren. Medien, und zwar neben den immer noch vorrangigen Massenmedien auch private Kommunikate, fungieren erstens als vorgegebene Kulturräume, mit denen sich Heranwachsende im Kontext ihrer Lebensvollzüge vom ersten Lebenstag an mental und tätig auseinandersetzen und die sie als Orientierungsquellen für Weltaneignung, Persönlichkeits- und Lebenskonzepte heranziehen. Zweitens repräsentieren und bieten Medien Strukturen, die Möglichkeiten und Instrumente für die Ausgestaltung und Schaffung neuer sozialer Räume offerieren. Aktuell ist das vor allem über die Mitmach-Angebote des Web 2.0 gegeben, über die kommunikative Bedürfnisse, Beziehungspflege, Selbstpräsentation und Teilhabe an sozialen Gefügen ausgelebt werden können (vgl. Schorb et al. 2008). Und schließlich markieren Medien Kulturtechniken, deren kommunikative und produktive Potenziale für die Ausgestaltung und Schaffung realer Räume nutzbar gemacht werden können. Zahllose Netzwerke sozialer, politischer, interessenspezifischer Ausrichtung nutzen die Vernetzungsmöglichkeiten des Internet, um ihre realen Aktivitäten zu gestalten und zu verbreiten.

Als Weltvermittler, Orientierungsquellen, Kommunikationsinstrumente und Interaktionsflächen vermitteln und gestalten Medien heute die reale Umwelt mehr denn je und in vielfältigen Formen mit. Im Interaktionsverhältnis von Gesellschaft, Medien und Subjekt sind sie entsprechend als integrierte und konstitutive Größen gesellschaftlichen und individuellen Lebens zu begreifen. Zudem haben sich die Möglichkeiten des Medienhandelns erheblich erweitert. Sie erstrecken sich neben mentalen Prozessen der Selektion und Interpretation medialer Angebote auf die Nutzung der Medien zur öffentlichen Artikulation, auf eigenständige kommunikative und produktive Aktivitäten, deren Ergebnisse über die Medien öffentlich gemacht werden und mediales wie reales Feedback nach sich ziehen können. In medialen Räumen erfahren heute insbesondere Jugendliche soziale Einbettung, machen Kompetenzerfahrungen und erleben Selbstwirksamkeit, sie durchleben und erarbeiten wichtige Dimensionen der Identitätsbildung. Das

bleibt dem realen Leben nicht äußerlich. Das gesellschaftlich handlungsfähige Subjekt entwickelt sich in Interaktion mit der Umwelt. Die Medien sind integrierter Bestandteil der Umwelt. Sie vermitteln die Umwelt an die Menschen und sind zugleich ein Instrument des menschlichen Handelns. Die Kompetenz des Medienhandelns der Subjekte ist entsprechend als ein konstitutiver Teil gesellschaftlicher Handlungsfähigkeit zu werten.

4. Medienkompetenz: Auch in der mediatisierten Gesellschaft Zieldimension der Medienpädagogik

Erklärtes Ziel der Medienpädagogik ist es, Menschen für ein souveränes Leben mit Medien stark zu machen. Medienpädagogische Ansätze, deren Selbstverständnis auf dem Wechselverhältnis Gesellschaft, Medien, Subjekt gründet, setzen zur Erreichung dieser Zielsetzung vorrangig auf die Förderung von Medienkompetenz.

Theoretisch ist Medienkompetenz verbunden mit dem Begriff der kommunikativen Kompetenz, den Dieter Baacke 1973 in die medienpädagogische Diskussion eingebracht und um nonverbale Äußerungsformen erweitert hat. Vor allem aber hat er die massenmediale Kommunikation integriert. Die bei Habermas zentrale gesellschaftskritische und emanzipatorische Ausrichtung kommunikativer Kompetenz bezieht Baacke zusätzlich auf pädagogische Prozesse und fordert, diese so zu gestalten, dass „wir unsere unmittelbaren Erfahrungen und die aus ihnen resultierenden Interessen gegen die gemachte Kommunikation zu halten und zu behaupten lernen. Dafür Möglichkeiten bereitzustellen, erfordert [...] auch die Eröffnung von neuen Räumen kommunikativer Teilhabe“ (Baacke 1973: 363f.). Kommunikative Kompetenz steht mithin für die Fähigkeit zu selbstbestimmter, reflexiv-kritischer Kommunikation und bildet die Grundlage für die Aneignung von Realität, die aktive Partizipation an und das Verändern von derselben. Mediale Kommunikation ist in diese Perspektive eingeschlossen. Auch wenn Baacke später den Begriff Medienkompetenz in den Vordergrund stellt, um den veränderten gesellschaftlichen Kommunikationsstrukturen Rechnung zu tragen, innerhalb derer die Medien eine zunehmend exponierte Rolle spielen, insistiert er: „Der Zusammenhang zwischen Kommunikations-, Handlungs- und Medienkompetenz ist grundlegend und darf nicht aufgegeben werden. Auch Medienkompetenz beruht auf einer Grundausrüstung aller Menschen, die zwar unterschiedlich ausgearbeitet werden kann, aber erst als gemeinsamer Kontext die lebensweltlichen Informations- und Ausdrucksmöglichkeiten ungekürzt und vollständig erschließt“ (1999: 11).

Im Anschluss an Baacke lässt sich das Verhältnis von kommunikativer und Medienkompetenz so fassen: Kommunikative Kompetenz bezieht sich auf die

interaktiven Daseinsformen des Menschen in personalen und gesellschaftlichen Kontexten. Sie impliziert die umfassende Fähigkeit zur gleichberechtigten Teilhabe an gesellschaftlicher Kommunikation. Medienkompetenz bezieht sich auf die Verbindung der Lebensvollzüge mit medialen Welten und meint die Fähigkeit, die Medien, die gesellschaftliche Kommunikation unterstützen, steuern und tragen, erstens zu begreifen, zweitens verantwortlich mit ihnen umzugehen und drittens sie selbstbestimmt zu nutzen. Kommunikative Kompetenz repräsentiert mithin die übergreifende Zieldimension, die auch in medienpädagogischen Prozessen zur Geltung zu bringen ist. Medienkompetenz ist die spezifisch medienpädagogische Zieldimension und steht für das Fähigkeitsbündel, sich die Medien und die Formen medial basierter Kommunikation anzueignen und sich ihrer selbstbestimmt zu bedienen (vgl. Schorb 1995; Theunert 1999).

Dieser Zusammenhang hat auch für die heutige Medienwelt Geltung. Allerdings werden die Grenzen zwischen realer und medialer Kommunikation fließend. Interaktive Daseinsformen lassen sich heute auch in medialen Räumen realisieren, und mediale Interaktionsräume halten Chancen für gesellschaftliche Partizipation bereit. Gerade Jugendliche wandern zwischen realen und medialen Welten, für sie wird Medienkompetenz zunehmend zu kommunikativer Kompetenz, was zugleich deutlich macht, dass sich die medialen Räume der Realität öffnen und dass die Realität zu einer (auch) medialen wird. Das Konzept der Medienkompetenz ist für diese Entwicklungen offen, denn sein Referenzsystem ist die jeweils verfügbare Medienwelt in ihrer Komplexität, und das heißt heute, in ihren vernetzten und Interaktivität integrierenden Strukturen. Beharrt man auf dem grundlegenden Zusammenhang von kommunikativer Kompetenz und Medienkompetenz und begreift ihn als Teil gesellschaftlicher Handlungsfähigkeit, vermag das Konzept der Medienkompetenz aktuelle mediale Entwicklungen aufzunehmen. Denn immer gilt es, die Menschen darin zu unterstützen, die Medienangebote kritisch zu durchdenken, ethisch und sozial zu beurteilen und selbstbestimmt in die eigenen Lebensvollzüge zu integrieren. Dieser Kern des Fähigkeitsbündels, das Medienkompetenz ausmacht, hat als handlungsleitende Struktur Bestand. Als gewichtiger Bestandteil von kommunikativer Kompetenz und weitergehend von sozialer Handlungsfähigkeit integriert und trianguliert das Konzept der Medienkompetenz erstens Wissen und Reflexion über die Strukturen und Funktionen der jeweils verfügbaren Medienwelt und deren konkrete Handhabung mit zweitens dem eigentätigen und selbstbestimmten Gebrauch von Medien als Mittel der Artikulation und Partizipation und drittens mit der auf Wissen, kritischer Reflexion und Handlungserfahrungen fußenden Orientierung in und Positionierung gegenüber der Medienwelt. In der Verzahnung von kognitiven, kritisch-reflexiven, ethischen und handlungsorientierten Fähigkeiten erweist sich der Wert des Konzeptes der Medienkompetenz. Es hat Relevanz, um mit den Mas-

senmedien und ihren neuartigen Angeboten, aber auch um mit den privaten Kommunikaten umzugehen, die über das Internet zugänglich sind. Es taugt, um sich die vernetzten Strukturen der konvergenten Medienwelt dienstbar zu machen und um die interaktiven und produktiven Formen des Medienhandelns zu realisieren. Als kommunikations- und subjekttheoretisch fundiertes und gesellschaftspolitisch verankertes ganzheitliches Konzept ist Medienkompetenz eine stabile und auch in einer sich beschleunigt verändernden, vernetzten und ausufernden Medienwelt eine verlässliche Zieldimension. In der Gesamtheit leistet das Konzept der Medienkompetenz einen Beitrag zur souveränen Lebensführung in der mediatisierten Gesellschaft.

Literatur

- Baacke, Dieter (1973): *Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung und Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien*. München: Juventa.
- Baacke, Dieter (1999): „Medienkompetenz“: theoretisch erschließend und praktisch folgenreich. In: *merz | medien + erziehung* 1, S. 7–12.
- Deinet, Ulrich (2006): „Aneignung“ und „Raum“ – zentrale Begriffe des sozialräumlichen Konzepts. In: Ders. (Hrsg.): *Sozialräumliche Jugendarbeit. Grundlagen, Methoden und Praxiskonzepte*. 2. Auflage. Wiesbaden: VS, S. 27–58.
- Geulen, Dieter (2002): *Subjekt, Sozialisation, „Selbstsozialisation“*. Einige kritische und einige versöhnliche Bemerkungen. In: *ZSE, Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation* 2, S. 186–196.
- Krotz, Friedrich (2007): *Mediatisierung. Fallstudien zur Kommunikation*. Wiesbaden: VS.
- Krotz, Friedrich (2008): *Kultureller und gesellschaftlicher Wandel im Kontext des Wandels von Medien und Kommunikation*. In: Thomas, Tanja (Hrsg.): *Medienkultur und soziales Handeln*. Wiesbaden: VS, S. 43–63.
- Niesyto, Horst (Hrsg.) (2001): *Selbstaussdruck mit Medien. Eigenproduktionen mit Medien als Gegenstand der Kindheits- und Jugendforschung*. München: kopaed.
- Niesyto, Horst (Hrsg.) (2003): *VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation. Grundlagen, Methoden und Ergebnisse eines internationalen Forschungsprojekts*. München: kopaed.
- Schell, Fred (2003): *Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Theorie und Praxis*. 4. Auflage. München: kopaed.
- Schmidt, Jan-Hinrik u.a. (Hrsg.) (2009): *Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Bd. 62 (in Vorbereitung)*.
- Schorb, Bernd (1995): *Medienalltag und Handeln*. Opladen: Leske + Budrich.
- Schorb, Bernd (2001): *Selbstbilder Jugendlicher sind Bilder, Worte und Töne und entstehen im Kontext eines Gruppendiskurses. Schwerpunkte und Prinzipien ihrer Analyse*. In: Niesyto, Horst (Hrsg.): *Selbstaussdruck mit Medien. Eigenproduktionen mit Medien als Gegenstand der Kindheits- und Jugendforschung*. München: kopaed, S. 103–113.
- Schorb, Bernd u.a. (1980): *Sozialisation durch Massenmedien*. In: Hurrelmann, Klaus/Ulich, Dieter (Hrsg.): *Handbuch der Sozialisationsforschung*. Weinheim, Basel: Beltz, S. 603–627.
- Schorb, Bernd u.a. (1991): *Sozialisation durch (Massen-)Medien*. In: Hurrelmann, Klaus/Ulich, Dieter (Hrsg.): *Neues Handbuch der Sozialisationsforschung*. 4. Auflage. Weinheim, Basel: Beltz, S. 493–508.
- Schorb, Bernd/Keilhauer, Jan/Würfel, Maren/Kießling, Matthias (2008): *Medienkonvergenz Monitoring Report 2008. Jugendliche in konvergierenden Medienwelten*. Online-Dokument: http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/Medienkonvergenz_Monitoring_Report08.pdf (Zugriff: 12.08.2009).

- Schorb, Bernd/Theunert, Helga (Hrsg.) (2000): „Ein bisschen wählen dürfen ...“ Jugend – Politik – Fernsehen. Eine Untersuchung zur Rezeption von Fernsehinformation durch 12- bis 17-Jährige. München: kopaed.
- Theunert, Helga (1987): Gewalt in den Medien – Gewalt in der Realität. Gesellschaftliche Zusammenhänge und pädagogisches Handeln. Opladen: Leske + Budrich.
- Theunert, Helga (1999): Medienkompetenz: Eine pädagogische und altersspezifisch zu fassende Handlungsdimension. In: Schell, Fred u.a. (Hrsg.): Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln. München: kopaed, S. 50–59.
- Theunert, Helga (2005): Medienkonvergenz – Eine neue Herausforderung für die medienpädagogische Forschung. In: Kleber, Hubert (Hrsg.): Perspektiven der Medienpädagogik in Wissenschaft und Bildungspraxis. München: kopaed, S. 111–124.
- Theunert, Helga (Hrsg.) (2009): Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. München: kopaed.
- Theunert, Helga/Gebel, Christa (Hrsg.) (2000): Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung. Serienrezeption zwischen Kindheit und Jugend. BLM-Schriftenreihe, Bd. 63. München: Reinhard Fischer.
- Theunert, Helga/Schorb, Bernd (1989): Videoproduktion mit Jugendlichen als qualitative Forschungsmethode. In: Baacke, Dieter/Kübler, Hans-Dieter (Hrsg.): Qualitative Medienforschung. Konzepte und Erprobungen. Tübingen: Max Niemeyer, S. 279–304.
- Theunert, Helga/Schorb, Bernd (1995): „Mordsbilder“. Kinder und Fernsehinformation. Schriftenreihe der HAM, Bd. 13. Berlin: Vistas.
- Theunert, Helga/Schorb, Bernd (Hrsg.) (1996): Begleiter der Kindheit. Zeichentrick und die Rezeption durch Kinder. BLM-Schriftenreihe, Bd. 37. München: Reinhard Fischer.
- Theunert, Helga/Schorb, Bernd (2004): Sozialisation mit Medien: Interaktion von Gesellschaft – Medien – Subjekt. In: Hoffmann, Dagmar/Merkens, Hans (Hrsg.): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung. Weinheim, München: Juventa, S. 203–219.
- Wagner, Ulrike (Hrsg.) (2008): Medienhandeln in Hauptschulumilieus. Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München: kopaed.
- Wagner, Ulrike (2009): web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher. Analyse jugendnaher Plattformen von ausgewählten Selbstdarstellungen von 14- bis 20-Jährigen. http://www.jff.de/dateien/Bericht_Web_2.0_Selbstdarstellungen_JFF_2009.pdf.
- Wagner, Ulrike/Theunert, Helga (2006): Neue Wege durch die konvergente Medienwelt. BLM-Schriftenreihe, Bd. 85. München: Reinhard Fischer.