

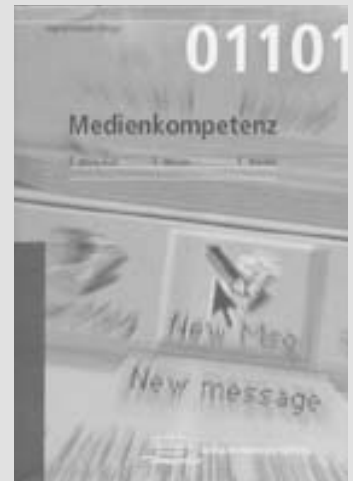
es ein Primat der Lebenswelt vor der Medienwelt gibt: Erst kommen die Freunde und dann die Medien. Das gilt es auch zu bedenken, wenn nach den tragischen Ereignissen des Amoklaufs von Erfurt über die Rolle der Medien (in diesem Fall vor allem der Computerspiele) im Leben des Täters spekuliert wird.

Das Buch von Barthelmes und Sander endet mit Empfehlungen für Pädagogik und Jugendarbeit, die im Wesentlichen auf den Rat hinauslaufen, darauf zu achten, dass es bei den Jugendlichen ein ausgewogenes Verhältnis von Medien- und Realerfahrungen gibt. Da Jugendliche sich heute „verstärkt über Mediengeschichten und Mediensymbole“ mitteilen (S. 302), ist es gerade für Pädagogen wichtig, zuzuhören, wenn sie über Medien reden, denn „das Reden über Medien sowie der damit verbundene Austausch über Erfahrungen geben Aufschluss über das Innenleben der Jugendlichen“ (S. 303). Das kann aber nur gelingen, wenn die Erwachsenen vorurteilsfrei ohne pauschale Verdächtigungen und Schuldzuweisungen an ‚die Medien‘ zuhören. Die Studie zeigt sehr deutlich, dass die Jugendlichen keine passiven Opfer einer kapitalisierten Medienwelt sind, sondern sich die Medien entsprechend ihren Bedürfnissen und Themen aneignen, wenn es in ihre sozialen Zusammenhänge passt und dort förderlich ist.

Insgesamt bietet die Studie von Barthelmes und Sander einen tiefen Einblick in den biographischen Verlauf jugendlicher Lebenswelten. Gerade durch die Darstellung von Einzelfällen werden die Zusammenhänge und Korrespondenzen zwischen Medien- und Realwelt sehr

anschaulich. Das Buch trägt in bestem Sinne ebenso zur Entmystifizierung der Medien wie der Jugendphase bei. Mit dem Buch liegen nun die Ergebnisse der vielleicht interessantesten Studie zum Medienumgang bei Jugendlichen vor, die je durchgeführt wurde. Es ist also allen Jugendschützern, (Medien)Pädagogen und Eltern zu empfehlen, die sich ein Bild von den Zusammenhängen zwischen Medien- und Realerfahrung Jugendlicher machen wollen. Gerade in der gegenwärtigen Debatte um mögliche negative Auswirkungen von Medien auf Jugendliche ist das Buch allen am Thema Interessierten als Pflichtlektüre zu empfehlen.

Lothar Mikos



Ingrid Hamm (Hrsg.):
Medienkompetenz. Gütersloh
2001: Bertelsmann Stiftung.
20,00 Euro, 220 Seiten.

Harald Gapski:
Medienkompetenz. Eine Bestandsaufnahme und Vorüberlegungen zu einem systemtheoretischen Rahmenkonzept. Opladen
2001: Westdeutscher Verlag.
29,90 Euro, 336 Seiten.



Die traurige Geschichte der *Encyclopedia Britannica* oder: Alle reden von Medienkompetenz

Es ist schon erstaunlich, dass das Kunstwort „Medienkompetenz“ um die Jahrtausendwende nicht irgendwann zum Wort des Jahres gekürt worden ist. Jeder, der gegenwärtig im medialen Bereich etwas mitzuteilen gedenkt, führt den Begriff im Munde. Eine allgemein anerkannte Definition gibt es freilich nicht. Je nach Bedarf und individueller Interessenlage werden unter dem Stichwort „Medienkompetenz“ Inhalte zweckgebunden reklamiert. Harald Gapski hat mit seiner Dissertationsschrift *Medienkompetenz. Eine Bestandsaufnahme und Vorüberlegungen zu einem systemtheoretischen Rahmenkonzept* eine nützliche Arbeit geleistet, mit der der Gebrauch des Begriffs in den unterschiedlichsten Facetten dargestellt und systematisiert wird. Allein die im Anhang vorgenommene Sammlung von nicht weniger als 104 unterschiedlichen Definitionen des Begriffs „Medienkompetenz“ ist beachtenswert. Hier wird auf der einen Seite deutlich, welche vielschichtigen Interpretationsmuster im öffentlichen Diskurs vorhanden sind, auf der anderen Seite zeigt die quantitative Menge von Definitionsversuchen, dass es sich offensichtlich um ein gesellschaftlich höchst relevantes Phänomen handelt. Wie brisant dies ist, macht ein zweites Werk deutlich, das ebenfalls unter dem Titel *Medienkompetenz* von Ingrid Hamm als Publikation der Bertelsmann Stiftung herausgegeben worden ist. Diese Aufsatzsammlung reklamiert den Begriff „Medienkompetenz“ ausschließlich unter dem

Gesichtspunkt der „Neuen Medien“ als einen herausragenden Faktor wirtschaftlicher Effizienzentwicklung. Unter „Medienkompetenz“ wird die Anpassung der Menschen an die Erfordernisse der digitalen Evolution der Weltwirtschaft verstanden. Peter Glotz referiert in einem einleitenden Text seine bekannten Thesen vom „digitalen Kapitalismus“. Für ihn zwingt die Digitalisierung „Millionen von Menschen in eine neuartige Kommunikationskultur“, die bei einer möglichen Verweigerung zwangsläufig zum Abrutschen „ins untere Drittel der „Zwei-Drittel-Gesellschaft“ führe. Der einstige Bertelsmann-Vorstandsvorsitzende Mark Wössner macht den Hintergrund solcher Überlegungen deutlich, indem er in seinem Aufsatz Gewinnchancen darlegt, die moderne Unternehmen in Folge der „digitalen Revolution“ zu erwarten hätten. Dies wird dann durch Antonella Meipochtler und Stefanie Peters mit Blick auf die Möglichkeiten des „E-Commerce“ spezifiziert und in die Dimension einer neuen Gründerzeit gerückt. Unbekümmert bedienen sich beide Autorinnen in diesem Zusammenhang des aggressiven Tons, der bereits von Peter Glotz angeschlagen wird. Es geht um „konstruktive Zerstörung“, um die „Vernichtung von Arbeitsplätzen“ und die Selektion in „Gewinner“ und „Verlierer“. All dies im Sinne eines maximalen wirtschaftlichen Gewinns, ohne dabei auch nur annähernd soziale und gesellschaftliche Konsequenzen abzuwägen. Die *Encyclopedia Britannica*, das langjährige Standardnachschlagewerk schlechthin, musste beispielsweise nach Ansicht der Autorinnen zwangsläufig verschwinden, weil der entspre-

chende Verlag den technologischen Anschluss beim Vertrieb des Produkts verpasst hatte. Obwohl ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass die Enzyklopädie etwas Einmaliges darstellte, wird im Sinne des digitalen Fortschritts als zwangsläufig hingenommen, dass das Werk nun durch eine Wühltsch-Lexikonvariante von „Funk&Wagnalls“ in Microsoft-Version auf CD-ROM ersetzt wird.

Glücklicherweise hat die Geschichte einseitige Eiferer immer wieder gebremst. Alle Euphorie des vorliegenden Bandes muss kaum ein Jahr nach Erscheinen im Hinblick auf das jüngste Waterloo der „New Economy“ mit dem massenhaften Absturz von „Dot-Coms“, der Kirch-Pleite, dem Niedergang der Mobilfunkaktien und dem größten Gewinneinbruch aller Zeiten, den der Medienkonzern AOL Time Warner mit einem Verlust von 54 Milliarden Dollar im ersten Quartal 2002 hingelegt hat, relativiert werden. Angesichts solcher Parameter wäre der Begriff „Medienkompetenz“ verloren, wenn er sich wirklich nur hier festmachen ließe. Jo Groebel, der zwar die digitale Begeisterung seiner Koautoren deutlich teilt, versucht in seinem Aufsatz diesbezüglich vorsichtig eine Brücke zu schlagen. Bei ihm klingen Fragen nach Zusammenhängen zwischen Medienprozessen und der sozialen Wirklichkeit an. Letztendlich tendieren solche Bezüge auch die Problematik, die Herausgeberin Ingrid Hamm statt eines Nachworts in „Thesen zur Zukunft der Bildung“ deutlich macht. Sie fordert angesichts der medialen globalen Veränderungen eine grundsätzliche Reform des Bildungssystems.

Dies sieht sie als eine Anforderung, die Staat und Industrie, Schule und Hochschule sowie Eltern und Lehrer gleichermaßen betreffen. Sollen solche Reformen – und an ihrer Notwendigkeit ist nicht zu zweifeln – allerdings Sinn machen, dann kann es nicht nur um die Qualifizierung von Produzenten und Konsumenten gehen, dann muss der Blick auf die ganzheitliche Persönlichkeitsentwicklung gerichtet sein. In diesem Sinne bedarf es u. a. als Grundlage auch einer komplexeren Definition von „Medienkompetenz“. Harald Gapski bemüht sich in seiner Arbeit, die Voraussetzung für eine solche Definition zu schaffen, indem er zunächst eine weit gefächerte Bestandsaufnahme des Begriffsgebrauchs vornimmt. Methodisch bedient er sich hier des Diskursbegriffs, wie ihn Reiner Keller 1997 geprägt hat. So sieht er den Diskurs als „eine inhaltlich-thematisch bestimmte, institutionalisierte Form der Textproduktion“. Dies ermöglicht Gapski einen sozialwissenschaftlichen Zugang zu seinem Untersuchungsgegenstand. Davon ausgehend beschreibt er Reflexionen und Wirkungen des Begriffs „Medienkompetenz“, wie sich diese in den verschiedenen Diskursen eingeschrieben haben. Bei der Untersuchung wird deutlich, dass der Begriff zwar einen gewissen Modewert hat, dass sich mit ihm aber wenig konkrete Aussagen verbinden, wenn man nicht sehr deutlich das entsprechende Bezugsfeld benennt. Das klingt mehr als selbstverständlich, wird aber im praktischen Gebrauch selten entsprechend differenziert. Wenn Bundesländer zur Stärkung des jeweiligen Wirtschaftsstandorts „Medienkompetenz-Zentren“ einrichten, so

ist etwas ganz anderes gemeint, als wenn von „Medienkompetenz“ als Bestandteil von Bildung und Erziehung in der Schule gesprochen wird. Gerade die hier exemplarisch angesprochenen Bereiche werden für Gapski zum Ausgangspunkt für jenes Spannungsverhältnis, das dem Begriff „Medienkompetenz“ latent innewohnt. Zwei Positionen stehen sich scheinbar diametral gegenüber: hier die Welt der Medienwirtschaft, für die u. a. auch das von Ingrid Hamm herausgegebene Buch steht, und dort die Welt der Medienpädagogik und Kulturkritik. „Anpassungsqualifikation“ oder „Medienmündigkeit“ sind Zielvorstellungen, die sich in der Form, wie die gegenwärtigen Diskussionen geführt werden, scheinbar ausschließen, die sich aber nach Ansicht Gapskis ergänzen sollten und könnten. Unter diesem Gesichtspunkt stellt der Autor im Folgenden vergleichend wesentliche Definitionen des Begriffs gegenüber. Er stellt fest, dass es überwiegend „eine subjekt- und individuengebundene Auffassung“ gibt und dass „die ‚Medienkompetenz‘ meist als ein Komplex verschiedenartiger kognitiver und handlungspraktischer Fähig- und Fertigkeiten in Bezug auf den Umgang mit Medien“ gesehen wird. Wer nunmehr erwartet, dass Harald Gapski aus der von ihm zusammengetragenen Materialfülle den Versuch ableitet, eine eigenständige Definition in die Debatte zu werfen, gar in überraschender Weise zu provozieren, der wird im letzten Teil des Buches, das mehr als vorsichtig mit „Vorüberlegungen zu einem theoretischen Rahmenkonzept“ überschrieben ist, enttäuscht. Nochmals werden diverse Posi-

tionen reflektiert und vereinzelt Fragen gestellt, die allerdings immer wieder in allzu großer Selbstbescheidung stecken bleiben. Während die Autoren des Bertelsmann-Buches in fast schon maßloser Selbstsicherheit ihre Thesen verkünden, so verliert sich Gapski in langen Relativierungsketten. Was bleibt, ist die Feststellung, dass „Medienkompetenz“ nicht mehr als eine Wortmarke ist, welche der Erklärung durch ein Netzwerk auf mehreren Ebenen bedarf.

Klaus-Dieter Felsmann