

Ins Netz gegangen:

www.wwww.media

Das gibt es fast nur im Internet: Während man über ein Informationsangebot schreibt, verändert es sich.

www.mediageneration.net hat ein neues Gesicht bekommen, das sich vom alten in einigen Punkten sehr positiv unterscheidet. Deshalb ruht ein Gutteil der ersten Fassung dieses Artikels mittlerweile virtuell zusammengeknüllt im Datenpapierkorb.

Auf der alten Startseite der Mediageneration heischte z. B. noch ein animiertes Textfeld mit „news“ um Aufmerksamkeit, was oftmals von den Usern als störender Effekt wahrgenommen wurde. Ruhiger, funktionaler erscheint nun die Seite – inklusive der Abbildungen bzw. Fotos, die keine protzigen „eye-catcher“¹, sondern illustrative Elemente sind. Während des ersten Besuchs der Seite helfen sie allerdings nicht sofort weiter bei der Suche nach Antworten auf die Fragen: „Wo bin ich?“ und: „Was gibt es hier für mich zu holen?“ Diese Information bekommt man auch nicht, wenn man sich vorschnell und dem gewohnten Leseschema (oben links – unten rechts) gehorchend, zunächst auf der Seite des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) oder der GMK (Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e. V.) wäht. Und folgt man den beiden verlinkten Textgrafiken, ist man im wahrsten Sinne weg vom eigentlichen Fenster, da sich die Links zu den beiden Institutionen nach wie vor nicht in einem neuen Bildschirmfenster öffnen.

Doch der von den Seiten des Auftraggebers BMFSFJ bzw. der das Projekt durchführenden GMK wieder zurückgekehrte User liest spätestens jetzt die kleine Zeile: „Medienkompetenz konkret“, die ihm schlagartig

klar macht, worum es bei www.mediageneration.net gehen soll und was man hier vielleicht endlich lernen könnte. Entsprechend sollen auch alle Erkundungsversuche hier nicht als Irr- oder Umwege, sondern als gerade hinsichtlich Computer und Internet immer wieder aktuelle Bezugnahmen auf das gute alte Motto: „Probieren geht über studieren“ verstanden werden. Man nimmt sich einfach die Zeit, bis man sich auch mit der „Mediageneration“ vertraut gemacht hat, etwa über die Navigation mit den beiden Menüleisten.

Antworten auf Fragen zum Projekt www.mediageneration.net gibt es im Bereich „Netzwerk“. Dort wird man vielversprechend empfangen: „Mediageneration. Kompetent in die Medienzukunft“! Das ist ein Slogan, wie man ihn sich am Ende eines Brainstormings für die Vermarktung eines Produkts – in diesem Fall Information – in jeder Agentur wünscht: kurz und klar, in der Botschaft ebenso positiv wie progressiv, mit dem kleinen, titelgebenden Sprachspiel: „Mediageneration“ – Anglizismus oder Neudeutsch? Jedenfalls polarisiert das Wort, führt zu Ablehnung – „nein, it's not my generation“ – oder, besser, zu Zusammengehörigkeitsgefühl: „Ja, ich will (kompetent sein)“.

Ausgangspunkt dieses von der GMK in Angriff genommenen Internetprojekts ist ein Regierungsauftrag:

„Seit dem 1. Juli 2000 hat die GMK den Auftrag – erteilt durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend –, eine bundesweite ‚netcommunity‘ für Medienkompetenz zu schaffen. Dieses Netzwerk soll:

- vorhandene Erfahrungen und Kompetenzen dokumentieren und auswerten,
- neue Qualitäten der Medienkompetenzvermittlung diskutieren,
- neue Modellprojektkonzepte entwickeln und in Kooperation mit Partnern in der gesamten Bundesrepublik umsetzen,
- Multiplikatoren aus der Praxis der Medienbildung beraten und fortbilden.“

Beizeiten wurde also mangelnde Kommunikation zwischen den Multiplikatoren der Vermittlung von Medienkompetenz festgestellt, nun bietet man den potentiell Beteiligten – dies können Eltern, Lehrer und Beschäftigte in der Bildungs- und Sozialarbeit sein – mit www.mediageneration.net eine Austausch- und Arbeitsplattform an, deren Ziele hoch gesteckt und deren Aufgaben reichhaltig sind. Man könnte es aber im Internet auf relativ unkomplizierte Weise schaffen, dass möglichst viele Interessierte über Möglichkeiten und Inhalte nicht nur informiert werden, sondern auch in eine Diskussion über diese Informationen treten können. Printmedien sind zwar einerseits „griffiger“, haben aber den Nachteil des einmal Festgeschriebenen bzw. der Zähigkeit im Transfer und Wandel von Positionen. Das Netz bietet dagegen den Zugang zu Diskussionsforen, flexibilisiert das Bereitstellen von Texten, vereinfacht deren Korrektur bzw. Ergänzung und macht diese Daten zugänglich. Um zu zeigen, was an konkreter Arbeit machbar ist, werden im Bereich „Medienkompetenz“ einige Beispiele für gelungene Projekte vorgestellt.

Über den unmittelbaren Rahmen der „netcommunity“ hinaus greift der unter „Wettbewerb“ vorgestellte „Dieter Baacke Preis für medienpädagogische Projekte mit Kindern, Jugendlichen und Familien“. Hier

generation.net

werden – mit bis zu 3.000 Euro – „bundesweit beispielhafte Projekte prämiert, die im Umfeld der Bildungs-, Sozial- und Kulturarbeit mit Kindern, Jugendlichen oder Familien entstanden sind. Im Zentrum steht dabei nicht nur das Produkt, sondern auch der medienpädagogische Prozess.“

Darüber hinaus können sich im Rahmen der „Projektförderung“ Fachkräfte aus der Kinder-, Jugend- und Elternarbeit sowie Initiativen, Projekte, Vereine, Medienwerkstätten, Jugendzentren und Familienbildungsstätten für Fördergelder bewerben. Bedingungen und einige geförderte Projekte werden auf der Internetseite genannt.

Ein Medienzwitter ist „nexum“. Einerseits im Internet abrufbar, erscheint der medienpädagogische Informationsdienst andererseits auch vierteljährlich als Printausgabe (man beachte die heterogene Schreibweise: „nexum“ bzw. „nexus“). Online ist der Zugriff auf alle acht bisher erschienenen Hefte möglich. Etwas verwirrend ist der Layoutwechsel zwischen älteren und jüngeren Ausgaben, dokumentiert dieser jedoch gleichwohl eine positive Entwicklung in der grafischen Gestaltung durch die konsequente Übernahme internetorientierten Designs.

Ebenso wie „nexum“ bietet der Bereich „Jugendszene“ viele informative Texte aus dem von Dieter Wiedemann herausgegebenen Buch *Die rechtsextreme Herausforderung – Jugendarbeit und Öffentlichkeit zwischen Konjunkturen und Konzepten* (Bd. 33 der GMK-Schriftenreihe).

Gut überarbeitet wurde auch der alte „Service“-Bereich, der neue Name „Info-shop“ hätte eigentlich nicht sein müssen.

Auch hier hat man in der Rubrik „Bücher“ Zugriff auf viele Texte. Als echte Fundgrube stellt sich die Rubrik „Surftipps“ heraus, unterteilt in die verschiedenen Alters- bzw. Interessengruppen „Eltern“, „Kinder“, „Jugendliche“, „LehrerInnen/Schule“ und „Forschung/Institute“.

Sorgenkind der Internetseite scheint das „Diskussionsforum“ zu sein. In der alten Ausgabe sehr wenig genutzt, war es in der neuen Version bis zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe von *tv diskurs* gar nicht mehr erreichbar – ein Hinweis darauf, dass die „Face-to-Face basierte Gesprächssituation“, wie es in „nexum 6“ so blumig heißt, gerade im Arbeitsfeld Medienkompetenz/Medienpädagogik kaum zu ersetzen ist. Und in diesem Zusammenhang muss man auch die Frage stellen: Kann eine Internetseite wie www.mediageneration.net ihren selbst auferlegten, umfassenden Ansprüchen überhaupt gerecht werden? Die oben zitierten Zielvorgaben sind sicherlich missverständlich: Die „bundesweite ‚netcommunity‘“ ist nur als Teil eines über das Internet hinausgehenden Netzwerkes zu verstehen, kann nicht die Begegnung bei Diskussion, Beratung und Fortbildung ersetzen. Denn der Aufbau von Projekten lebt nicht von der Theorie allein. www.mediageneration.net erfüllt jedoch die Aufgabe, diese Prozesse mit relativ leicht zugänglichem, reichhaltigem Material, mit Aufsätzen und Beiträgen zu begleiten, zu neuen Projekten anzuregen und eine Orientierungshilfe auf der Suche nach weiteren relevanten Seiten zum Thema Medienkompetenz im Netz zu bieten.

Anmerkung:

1
Über den zweifelhaften Wert dieser Elemente vgl. Stanford Pointer Project: <http://www.poynter.org/eyetrack2000/index.htm>; siehe auch <http://www.kommdesign.de/links/eyetracking.htm>.



Olaf Selg