

Stellungnahme zur Anhörung durch die Enquetekommission „Kein Kind zurücklassen – Rahmenbedingungen, Chancen und Zukunft schulischer Bildung in Hessen“ am 14.10.2016 in Wiesbaden von Peter Holnick, Institut für Medienpädagogik und Kommunikation

Meine Stellungnahme basiert auf meiner 25 jährigen Tätigkeit als Geschäftsführer und Medienpädagoge, beim Institut für Medienpädagogik und Kommunikation - Landesfilmdienst Hessen e.V..

Wir erreichen pro Jahr mehr als 10.000 Menschen bei der Durchführung von Seminaren und Tagungen mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen in ganz Hessen. Im Rahmen von Kooperationen mit Institutionen der außerschulischen Bildung, Schulen und Hochschulen, die sowohl in der Theorie als auch in der Praxis stattfinden, sammeln wir täglich Erfahrungen und tauschen diese regelmäßig in Arbeitskreisen aus.

Um dem Begriffswirrwarr zu entkommen, möchte ich den Begriff „elektronische Medien“ für Fernsehen, Radio, Internet, Computerspiele, Apps und Soziale Netzwerke benutzen. Für die Vermittlung von Medientheorie und Medienpraxis im Sinne der Medienpädagogik nach Dieter Baacke, nutze ich den Begriff „Medienbildung“.

Unser Institut

1954 gründete der Hessische Landkreistag auf Drängen der Alliierten den Landesfilmdienst Hessen e.V. Dies geschah in allen alten Bundesländern unter dem Dachverband der „Konferenz der Landesfilmdienste“

Der Grund: Die „Re-Education“ (Umerziehung) der deutschen Bevölkerung mit dem Ziel, der Demokratisierung, sollte auch durch das Zeigen von Filmen gefördert werden.

„Filme zu schauen“, wurde in den 1980ern dann, mit den damals neuen Möglichkeiten (VHS-Kameras), durch die Möglichkeit „Filme zu produzieren“, ergänzt. Aus den medienpraktischen Angeboten entwickelte sich dann die Abteilung Medienbildung, 1994 das Institut für Medienpädagogik und Kommunikation. Der Filmverleih ist seit Anfang diesen Jahres abgeschafft.

Inhaltlich lassen sich unsere Arbeitsansätze drei Blickrichtungen unterscheiden:

a) Sozialer und politischer Aspekt

Gesellschaft und politische Kultur im Kontext von Massenmedien

Das Wechselverhältnis multimedialer Medienkultur und politischer Meinungs- und Willensbildung richtet den Blick auf Fragen der Medienwahrnehmung, die Rezeptionsgewohnheiten und deren Antizipation.

Der politische Aspekt medienpädagogischer Vorhaben berücksichtigt die globale Sicht auf virtuelle Gemeinschaftsräume und Fragen zu Migration, dem demografischen Wandel und Aspekte von Medien und Gender.

b) Pädagogische Strategien

Werte und Identität unter einer digitalen Agenda

Kinder und Jugendliche in Vorschule und Schule, die Erwachsenen, Eltern und Lehrkräfte und auch die gesamte außerschulische Jugendbildung sind die klassischen Felder medienpädagogischer Arbeit des Institutes.

Methodisch sind wir dem handlungsorientierten Bildungsansatz verpflichtet, bei dem Medien, Computer und Internet im Nutzungsansatz auch weitere Formen ganzheitlichen Lernens ermöglichen und dabei auch E-Learning nicht ausschließen.

c) Medienethik und Wertevermittlung

Sozialisation im Wechsel primärer und sekundärer Erlebniswelten

Sozialisation ist auch eine Auseinandersetzung mit den herrschenden Lebensbedingungen und damit auch mit Gefahren und Gefährdungen.

Das Institut begleitet deshalb auch kommunikationskulturelle Problemlagen, diskutiert damit den präventiven Kinder- und Jugendmedienschutz und vernachlässigt deshalb niemals den alltäglichen Kommunikationsprozess der Menschen und die damit verbundenen Chancen der Kompetenzausbildung als Voraussetzung einer selbst bestimmten und selbst verantworteten Partizipation.

Kindheit und Jugend 2016

Immer früher bekommen elektronische Medien eine Bedeutung für Kinder. Sie beobachten ihre Eltern, die Fernsehen, Smartphones und Tablets benutzen und erfahren dabei vor Allem ihre Wichtigkeit und werden zunehmend zu scheinbar unverzichtbaren Lebensbegleitern

Immer früher bekommen Kinder diese Geräte selbst überlassen oder sogar geschenkt, werden dabei Nutzung und Reflektion der Geräte weder von den Eltern noch vom Bildungssystem entsprechend begleitet.

Kinder wachsen dabei gleichzeitig in einer zunehmend beschützten Welt auf. Realität wird zu einer geplanten, geschützten und organisierten Erfahrung. Die Frage der Haftung im Falle eines Unfalles steht über vielen spannenden privaten oder pädagogischen Aktionen und Angeboten und lässt diese zunehmend verschwinden. Ein guter Beleg dafür ist das zunehmende Verschwinden des Schulweges zu Fuß. Dies steht im Widerspruch zu den Bedürfnissen des jungen Menschen nach Abenteuer, Risikobereitschaft und Grenzerfahrung.

Diese, für die Entwicklung einer Identität, so wichtigen Erfahrungen bietet stellvertretend die Unterhaltungsindustrie in Form von Hard- und Software an. Unserer Meinung nach, führt die Abwesenheit realer Herausforderungen, so wie ein hoher schulischer Leistungsdruck, zu einem überhöhten Medienkonsum bei vielen Kindern und Jugendlichen. Gleichzeitig nutzen viele Jugendliche die virtuelle Welt, um sich von ihren nicht mehr alt werden wollenden Eltern distanzieren zu können.

Medienbildung ab Kindergarten

Die Unterhaltungsindustrie setzt mit ihrer Werbung beim Kleinkind an. Daher sehen wir eine spielerische präventive Annäherung zum Umgang mit Medien in Projektform, schon im Kindergarten als notwendig an. Wir betonen hier „spielerisch“, bei unseren Projekten geht es um Selbstwahrnehmung, Kreativität und Entmystifizierung. Gleichzeitig bilden wir Erzieherinnen fort und veranstalten Elternabende. Besonders wichtig ist für uns dabei der Austausch und die Reflektion zur Medienerziehung.

In der Grundschule bieten wir Hörspielwochen an. Hier steht das Hin-, an- und Mithören im Vordergrund. Das Erfinden, Erzählen und Vertonen von Geschichten bezieht Schreiben, Malen und Lesen mit ein. Die Kinder lernen gleichzeitig wie Geschichten mit Geräuschen, Effekten und Musik inszeniert werden. Fantasie und

Struktur sind hier zusammen zu bringen, der gesamte Prozess wird als Klassengemeinschaft erlebt.

In den weiterführenden Schulen werden Medienrecht, soziales Verhalten in der elektronischen Kommunikation, die kritische Auseinandersetzung mit Medienkonsum und Medienpraxis vermittelt. Medienwirkung und Medientechnik werden dabei ebenfalls thematisiert. Ziel ist es auch die Schülerinnen und Schüler dazu zu bewegen nicht Konsumenten sondern aktive Produzenten zu sein.

Zuerst geht es um Pädagogik, dann um die Medien

In den klassischen Seminaren der außerschulischen Jugendbildung geht es um die Entwicklung einer Haltung, der Vermittlung von Werten und das Erproben von Partizipation und Demokratie. Die elektronischen Medien dienen dabei als Möglichkeit des Selbstausdrucks und der Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Das Ziel ist die Medienproduktion und deren Präsentation, der Prozess dorthin ist ein pädagogischer Gruppenprozess.

Vermittlung von Medienkompetenz als Antwort auf technische und gesellschaftliche Entwicklungen in Hessen

Die häufigsten medienpädagogischen Aktivitäten in Hessen werden von der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR) koordiniert. Das MuK Hessen wird neben anderen Institutionen von ihr beauftragt, flächendeckend in Hessen medienpädagogische Angebote vom Kindergarten bis hin zu weiterführenden Schulen, für Eltern und Multiplikatoren (Lehrkräfte und pädagogisches Personal) zu entwickeln und durchzuführen.

Parallel bieten die Medienzentren Fortbildungen für Lehrkräfte und Medientechnik für Schulen an.

In geringem Maße (auch mit uns als Kooperationspartner) gibt es Angebote kommunaler Träger, die teilweise für pädagogisches Personal und Lehrkräfte bestimmt sind.

Weiterhin gibt es ein kleines Angebot des Kultusministeriums für Schulen, dass sich jedoch nur auf den Jugendmedienschutz bezieht.

In Hessen gibt es knapp 20 Personen, die mit einer vollen Stelle im Bereich der Medienbildung tätig, die Medienzentren mit 50% Stellenanteil pro Lehrkraft, alle anderen machen das „nebenbei“.

Die Haltung und die daraus resultierenden Angebote zur Medienbildung bestimmt in den letzten Jahren die Tagespresse.

Sie bestimmt auch das Wissen der Mehrheit der Hessischen Lehrkräfte und der außerschulischen Pädagoginnen und Pädagogen, die aufgrund der vielen widersprüchlichen Sichtweisen auf die Bedeutung elektronischer Medien für Pädagogik sehr verunsichert sind.

Die knappe Finanzierung der Medienbildung hat einen chaotischen Markt von Anbietern, die sich teilweise in Konkurrenz zu einander befinden, entstehen lassen. Um den Eindruck von Aktualität und Professionalität zu erwecken, werden neuste Phänomene und Medienentwicklungen auf Fachtagungen angeboten.

Kritik an Industrie und am Bildungssystem

Unsere Prognose, dass die Kommunikations- und Unterhaltungsindustrie die Medienbildung in Deutschland selbst übernehmen wird ist leider eingetroffen.

Großkonzerne bieten medienpädagogische Projekte an, Online-Internetführerscheine und Bildungshotlines.

„Wir kümmern uns um den digitalen Start ihres Kindes“ der Slogan eines deutschen Konzerns zeigt deutlich in welche Richtung die Ausrichtung der Verkaufsstrategien der Unterhaltungs- und Kommunikationsindustrie gehen. „Die Handykarte die mitwächst“ gibt verunsicherten Eltern das Gefühl, die Technik übernimmt die Medienerziehung ihres Kindes.

Unser Bildungssystem hat es schon nicht geschafft die alten elektronischen Medien wie Radio oder Fernsehen in der Schule ihrer Bedeutung bei Schülerinnen und Schülern entsprechend, zu bearbeiten und reflektieren.

Die Moderatorinnen und Moderatoren der privaten Sender, die Häme zu einer Haltung machten, haben die Verhaltensmuster eines Teiles der jungen Generation massiv beeinflusst. Wir sind fest davon Überzeugt, dass das die negative zwischenmenschliche Haltung in Fernsehformaten wie Castingshows und Reality TV-Shows das Phänomen des Cybermobbing mit entstehen lassen haben.

Medienbildung spielt in der Ausbildung der Hessischen Lehrer fast oder keine Bedeutung. Die Behauptung, die nächste Generation der Lehrkräfte sei

Medienerprobt und könne das Defizit im Bildungssystem lösen, funktioniert nicht, denn sie nutzt zwar elektronische Medien, hat jedoch nicht gelernt diese reflektiert und sinnstiftend im Bildungsbetrieb einzusetzen.

Medienbildung in der Schule

Medienbildung in der Schule muss ein größeres Thema in der Schule werden. Damit meinen wir die Fähigkeit, elektronische Medien selbstbewusst, kreativ und sozial nutzen, bewerten und kritisch reflektieren zu können. Die einfachste Form hierfür ist zunächst das Gespräch oder die Diskussion.

Die eigene Recherche mit Mikrofon oder Kamera oder Internet, die Medienproduktion und deren Präsentation sollte ebenfalls Standard werden. Medienprodukte, ob Radio- oder Fernsehsendungen, Nachrichten in Funk, Fernsehen oder Internet können besser bewertet werden, wenn selbst erlebt wurde, wie diese entstehen. Überhaupt wird die Kompetenz, Medieninhalte bewerten zu können, immer wichtiger. Sich mit dem eigenen Verhalten im Web 2.0 kritisch auseinanderzusetzen ist Bedingung für eine positive Kommunikation im Internet.

Die Kenntnisse verschiedener elektronischer Kommunikationswege, die Kenntnisse von Dateiformaten und deren Übermittlung halten wir ebenfalls für sehr wichtig. Medienbildung sollte fächerübergreifend angeboten werden. Dabei muss Schule allein schon aufgrund der Überlegenheit der Schülerinnen und Schüler in Technik und Aktualität ein Prinzip der Augenhöhe entwickeln.

Die Fähigkeit programmieren zu können oder komplizierte digitale Algorithmen zu beherrschen, halten wir für nicht relevant. Ebenfalls sollten Konzerne keine Angebote zur Medienbildung in Schule machen können.

Medienbildung wird immer noch zu sehr auf die technische und die jugendschützerische Dimension reduziert.

In einer Gesellschaft, die elektronische Medien als Kommunikationswerkzeug und Instrument zur Definition von Realität geschaffen hat, muss die pädagogisch und didaktisch begleitete, theoretische und praktische Auseinandersetzung mit elektronischen Medien, einen Platz im Bildungssystem haben.