



MEDIALE INTEGRATION AUF EINEN BLICK

Medien werden in der öffentlichen Diskussion eine zunehmende Bedeutung hinsichtlich des Zugangs zu Information und Bildung wie auch zur Teilhabe zugesprochen. Kompetente Mediennutzung bedeutet für viele jedoch Unterschiedliches. Die Medienarbeit mit bildungsbenachteiligten, häufig schwer erreichbaren Zielgruppen ist dabei eine besondere Herausforderung und kennt viele Klischees und Probleme. Die Zielgruppe sei oftmals unmotiviert, unverbindlich, im Ausdruck beschränkt – und vieles andere mehr. Und fast immer sind es Defizite, die durch gezielte Medienkompetenzförderung kompensiert werden sollen. (Wie) Kann Medienarbeit dies leisten?

„Mediale Integration auf einen Blick“ beschreibt die Einflussfaktoren und Formen der Mediennutzung, spezielle Charakteristika bildungsbenachteiligter Zielgruppen und Ansatzpunkte zielgruppensensibler Angebote zur medialen Integration, insbesondere am Beispiel von Jugendlichen.

ACHTUNG LÜCKE!

Egal ob Jung oder Alt, egal ob es sich um neue oder alte Medien handelt: Empirische Studien zur Mediennutzung zeigen große Unterschiede zwischen denen, die über bestimmte finanzielle Ressourcen und einen formal hohen Bildungshintergrund verfügen und denjenigen, die hier schlechter abschneiden.

Diese Unterschiede wirken sich nicht nur im Medienzugang, sondern insbesondere hinsichtlich der jeweiligen Nutzungsgewohnheiten aus – mit weitreichenden Konsequenzen für die gesellschaftlichen Teilhabe- und Bildungschancen.

Das Ergebnis ist die Vorstellung von einer „Wissenskluft“ zwischen den ressourcenstarken und ressourcenarmen Bevölkerungsmilieus, die in den 1970er Jahren entwickelt wurde und seitdem kontrovers diskutiert wird. Danach haben die ressourcenstarken Bevölkerungsmilieus immer schon bessere Chancen gehabt, Massenmedien gewinnbringend für sich zu nutzen und sind damit „bildungsbevorzugt“, was ihre gesellschaftlichen Erfolgchancen beeinflusst. Der Input der Massenmedien lässt das Wissen dieser Bevölkerungsmilieus tendenziell schneller steigen, als das der ressourcenschwachen und daher bildungsbenachteiligten Milieus. Massenmedien üben eine Art „Verstärkerfunktion“ aus. So ergibt sich

MEDIALE INTEGRATION AUF EINEN BLICK

mekonet Dokulinks

Mit seinem Dokulink-Service möchte **mekonet** Sie dabei unterstützen, komplexe Internetadressen leichter erreichen zu können, auf die wir in unseren Materialien hinweisen. Hinter dem Texthinweis „Dokulink“ finden Sie jeweils eine zugehörige Nummer zum Angebot. Wenn Sie dieses Angebot aufrufen möchten, tippen Sie die Nummer in das Eingabefeld auf unserer Internetseite unter www.mekonet.de/dokulink ein. Sie werden dann automatisch zum entsprechenden Angebot weitergeleitet.

eine Wissenskluff, die massenmedial verschärft (und eben nicht ausgeglichen) wird. Breite Zugangsmöglichkeiten zu Informationen beziehungsweise zu Bildungsinhalten, wie sie mittlerweile bestehen (sollten), ändern daran wenig. Zu groß ist die Kluff, die sich als Bildungsvorsprung äußert.

Heute spricht man allerdings mit Blick auf die Nutzung digitaler Medien häufiger von einer „digitalen Kluff“ oder „digitalen Spaltung“ in der Gesellschaft – mit ähnlichen Konsequenzen und Befürchtungen. Bildungspolitische Maßnahmen zur digitalen Integration – auf Europa-, Bundes- und Landesebene – stellen daher eine Art Rahmen für die medienpädagogische Arbeit von heute dar, um gesellschaftliche Teilhabechancen zu erhöhen.

Aktuelle Analysen bestätigen, dass eine „digitale Kluff“ auch in Nordrhein-Westfalen existiert: Je höher der Bildungsgrad der Haushaltsmitglieder beziehungsweise deren Einkommen, desto besser ist die technische Ausstattung (zum Beispiel schnellere Rechner und Internetverbindungen) und desto höher die Nutzungsintensität.

Und das gilt auch für die qualitative Nutzung, also etwa hinsichtlich der verfügbaren Handlungsoptionen im Umgang mit medialen Angeboten oder der inhaltlichen Erschließbarkeit von Informationen zur gezielten Wissensaneignung. In diesem Zusammenhang wird dann von „digitaler Ungleichheit“ gesprochen, die darüber hinaus vom Alter und vom Geschlecht beeinflusst wird.

MEDIENNUTZUNG, HANDLUNGSOPTIONEN UND -MOTIVE

Wie sehen die oben genannten Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzung sowie der Handlungsoptionen konkret aus? Welche Integrationsmaßnahmen können die „digitale Kluff“ überbrücken helfen?

Im Folgenden geht es exemplarisch um bildungsbenachteiligte Jugendliche, die Geschlechterperspektive bleibt außen vor. Ihnen gegenüber besteht eine besondere Verantwortung im Bereich der Medienkompetenzförderung. Klar ist: Jugendliche sind ebenso wenig eine homogene Gruppe wie die Bildungsbenachteiligten unter ihnen. Dennoch können bestimmte Charakteristika im Umgang mit Medien ausgemacht werden, wie aktuelle Studien belegen:

- Bei den produktiv-gestaltenden Computer- und Internettätigkeiten sind es die Jugendlichen mit einem niedrigeren Bildungsabschluss, die häufiger Dateien bearbeiten und ins Internet stellen (Medienkonvergenz Monitoring Report 2008). Präsentative, häufig selbstdarstellerische Ausdrucksformen sind dabei Mittel- und Orientierungspunkt des eigenen Medienhandelns (Wagner 2008).
- Ist der Mediennutzung einmal gegeben, wird er umfangreich genutzt, genauso wie in dieser Zielgruppe zum Beispiel die multimedialen Möglichkeiten moderner Mobiltelefone besonders stark ausgeschöpft werden (Medienkonvergenz Monitoring Report 2008). Mangelnde Zugangsmöglichkeiten zu Medien – sei es



Internet oder Mobiltelefon – sind als Unterscheidungsmerkmal immer weniger bedeutsam, denn der Zugang wird immer einfacher und für alle erschwinglicher.

- Unterschiede (die in der Folge auch zu Benachteiligungen führen können) zeigen sich vor allem auf der inhaltlichen Ebene: Hauptschüler(innen) suchen mediale Angebote bevorzugt nach ihren Lieblingsinhalten aus (und konzentrieren sich dabei insbesondere auf populäre Angebote mit starkem Wiedererkennungswert). Bildungsbenachteiligten Jugendlichen dient das Internet eher zur Unterhaltung und Ablenkung als zum Beispiel Jugendlichen mit formal hoher Bildung, bei denen die informationsorientierte Nutzung eine stärkere Rolle spielt als die Unterhaltung (Medienkonvergenz Monitoring Report 2008). Und diese Unterschiede schlagen sich nieder: Wer surft, um sich vornehmlich zu unterhalten, dem ist die Seriosität einer Quelle beispielsweise nicht so wichtig wie jemandem, der informationsorientiert sucht. Und diese Haltungen verstetigen sich.
- Abseits von Spaß und Vergnügen werden die virtuellen Welten von Hauptschüler(innen) jedoch sehr zweckorientiert und situationsgebunden erschlossen (Wagner 2008). Das soziale Umfeld ist dabei, wie für alle anderen Jugendlichen auch, der Hauptbezugspunkt des eigenen Medienhandelns (Wagner 2008). Gemeint ist die soziale Einbettung in Familie oder Freundeskreis. Das soziale Umfeld hat Vorbildfunktion für die Art und Weise, wie und wozu mit Medien umgegangen wird und beeinflusst ebenfalls, welche Medien ausgewählt und anerkannt werden – als

glaubwürdig, meinungs- oder stilbildend. Vor dem Hintergrund ungleicher Lebenswelten entfalten sich so ungleiche Formen im Umgang mit Medien.

HINTERGRÜNDE UND RAHMUNGEN

Zu den charakteristischen „medialen Umgangsformen“ bildungsbenachteiligter Jugendlicher kommen weitere Einflussfaktoren hinzu, die die Bereitstellung passender Angebote erschweren.

Hierzu zählt der normative Charakter zahlreicher medienpädagogischer Angebote. Gemeint sind die angepeilten Bildungsziele beziehungsweise zu Grunde liegenden Bildungsideale, die teils bewusst, teils unbewusst verfolgt werden. Sie leiten sich daraus ab, was innerhalb eines Milieus als erstrebenswert gilt, was sich als erfolgsträchtige Bildungsentscheidung erweist und was nicht, sei es im Hinblick auf Einkommenserwerb, Zugewinn an sozialem Status oder anderes mehr.

Ein Beispiel: Wir alle wachsen mit der Realität unterschiedlicher Chancenverteilung auf. Dass Hauptschüler(innen) in unserer Gesellschaft wenig Aussicht haben, zum Beispiel einen der begehrten Ausbildungsplätze im Medienbereich zu ergattern, gehört zu ihrem Erfahrungshorizont, selbst wenn es einzelne immer wieder schaffen (und soziale Mobilität nicht einfach als Bildungsziel aufgegeben werden sollte). Hierfür mit Angeboten zu qualifizieren, die etwa auf den Erwerb medientechnischen Wissens zielen, geht an deren Lebensrealität häufig vorbei. Durch entsprechende Angebote fühlen sie sich schnell missverstanden und teils nicht anerkannt. Ge-

Literaturhinweise:

- Jutta Croll, Marion Brüggemann (2007): Förderung der Medienkompetenz sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher: Beratung, Begleitung und Evaluation von vier Modellprojekten. LfM-Dokumentation, Band 32, Düsseldorf.
- Jan-Hinrik Schmidt, Ingrid Paus-Hasebrink, Uwe Hasebrink (Hrsg.): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin (Vistas) 2009. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Band 62, Düsseldorf.
- Hans-Ullrich Mühlenfeld (2009): Die Digitale Kluft in Nordrhein-Westfalen. **Dokulink 752853**
- **mekonet** kompakt: Migrant(inn)en und Medien auf einen Blick. **Dokulink 905946**
- Bernd Schorb u.a. (Hrsg.): Medienkonvergenz Monitoring Report 2008. **Dokulink 349996**
- Nadia Kutscher u.a. (2009): Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche in benachteiligten Lebenslagen. Konzept zur inhaltlichen, didaktischen und strukturellen Ausrichtung der medienpädagogischen Praxis in der Kinder und Jugendarbeit. LfM-Dokumentation, Band 36, Düsseldorf. **Dokulink 373544**
- Ulrike Wagner (Hrsg.) (2008): Medienhandeln in Hauptschulumilieus – Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München.
- Stefan Welling, Marion Brüggemann (2004): Computerunterstützte Jugendarbeit und medienpädagogische Qualifizierung. Praxis und Perspektiven. **Dokulink 353444**
- Stefan Welling (2008): Computerpraxis Jugendlicher und medienpädagogisches Handeln. Schriftenreihe Medienpädagogische Praxisforschung, Band 4, München.

nauso werden integrative Bildungsbemühungen beziehungsweise medienpädagogische Projekte, die die Vorlieben und Interessenlagen der bildungsbenachteiligten Jugendlichen nicht einbeziehen, gnadenlos aufgedeckt und von den Jugendlichen zurückgewiesen. Das soll kein Plädoyer für das Vorenthalten bestimmter Inhalte sein, aber für mehr Realismus und „lebensdienliche“ Zielsetzung in der medienpädagogischen Arbeit mit dieser Zielgruppe. Medienkompetenzförderung kann zum Beispiel auch bedeuten, neue Zugänge zu sozialen Netzwerken zu eröffnen und dadurch Teilhabechancen zu erhöhen.

Welling und Brüggemann (2004) stellen zudem fest:

- Die medienpädagogische Arbeit knüpft zu wenig an die Lebenswelt und damit an die -perspektiven von bildungsbenachteiligten Jugendlichen an. Das ist nicht mit mangelnder Akzeptanz zu verwechseln. In der Praxis geht es doch zunächst einmal darum, zu verstehen, warum Jugendliche etwas tun, um dann Ansätze entwickeln zu können, die für sie neue Handlungsmöglichkeiten entfalten. So wurde das Computerspielen und Chatten lange in der Medienarbeit ignoriert und spielt erst seit kurzem eine Rolle.
- Es dominiert eine medienpädagogische Angebotslandschaft, die von der Zielgruppe vorläufig nicht als nützlich anerkannt wird. Zu den Angeboten zählt zum Beispiel der Erwerb eher technischer Kompetenzen etwa im Umgang mit bestimmten Programmen. Warum diese Kompetenzen aus Zielgruppen-

perspektive interessant sein könnten, wurde dabei vernachlässigt, was zu enttäuschten Erwartungen auf beiden Seiten führt(e). Das Lernen bleibt einseitig, wenn es überhaupt zu nachhaltigen Kompetenzentwicklungen kommt.

- Die Prozess- und Produktionsorientierung werden unterschiedlich bewertet. Während die Anbieter auf vorzeigbare Produkte hinarbeiten (zum Beispiel eine Internetseite oder einen Film), die nach Projektabschluss öffentlichkeitswirksam (oder einem Auftraggeber beziehungsweise Projektförderer) präsentiert werden können (oder müssen), spielt für die Jugendlichen das Miteinander sowie das ergebnisoffene Handeln eine wichtige(re) Rolle, als etwa präsentable Medienprodukte.
- Die Rahmenbedingungen wirken sich negativ aus: Gerne würden die Mitarbeiter(innen) auf Anbieterseite den Jugendlichen möglichst viele Freiheiten einräumen. Gleichzeitig sind sie für die Konsequenzen verantwortlich, die sich aus deren Handlungspraxis ergeben. Die Folge sind schulähnliche Reglementierungen. Daneben wird immer häufiger die Freiwilligkeit der Teilnahme auf Anbieterseite unterlaufen – ein Grundprinzip der außerschulischen Medienarbeit – um bestimmte Bildungsziele erreichen und/oder Medienprodukte vorweisen zu können.

MEDIALE INTEGRATION AUF EINEN BLICK

Zwischenfazit: Nicht nur die unterschiedlichen Bildungshintergründe stehen also buchstäblich „im Weg“ bei der Entwicklung zielgruppensensibler Angebote. Ursachen sind auch in der mangelnden Lebensweltorientierung zu suchen, was die Übernahme jugendlicher Handlungsperspektiven erschwert. Oder die Rahmenbedingungen medienpädagogischen Handelns beeinträchtigen den Erfolg. Diese Dilemmata sind den handelnden Medienpädagog(inn)en auch vielfach bewusst, ohne dass sie sich ihnen wirklich entziehen können. Sie sind nur eine Seite des Dreiecks aus Auftraggeber beziehungsweise Förderer einer Maßnahme, Zielgruppe und Anbieter.

ZIELGRUPPENSENSIBLE ANGEBOTE

Wie könnten Alternativen aussehen? Statt Medienkompetenz zu „vermitteln“, sollte es bei der medienpädagogischen Arbeit gerade mit schwer erreichbaren, bildungsbenachteiligten Jugendlichen darum gehen, sensibel, an ihren Bedürfnissen und Interessen, Fähigkeiten, Erfahrungen und lebensweltlichen Notwendigkeiten orientierte Angebote zu entwickeln. Dafür ist es zum einen notwendig, dass Pädagog(inn)en ihre Vorstellung von Medienkompetenz hinterfragen und in Bezug zur Lebenswelt der Jugendlichen setzen – Stichwort „Perspektivenübernahme“.

Zum anderen gilt es, die Voraussetzungen der Jugendlichen für ihre Beteiligung an solchen Angeboten genau(er) zu betrachten und hierbei ihre bisherigen Mediennutzungsformen und -vorlieben ernst zu nehmen und anzuerkennen. Pauschalzuschreibungen gilt es mit Blick auf die spezifischen Interessenlagen der Zielgruppe zu überdenken.

Dahinter steht die Idee, dass sich Medienkompetenzen eher entwickeln, wenn geeignete Rahmenbedingungen und Stimuli geschaffen werden. Daher sind umfassende Kompetenzentwicklungen unumgänglich. Gemeint sind damit nicht nur instrumentelle, methodische und soziale Kompetenzen der Lehrenden und Lernenden im Umgang mit Medien. Die Lernkultur muss sich ebenfalls ändern, was seinen Niederschlag in spezifischen Angeboten und in der veränderten Organisation von Bildung findet. Alle Seiten des Dreiecks aus Auftraggeber, Zielgruppe und Anbieter sind angesprochen.

Offenere, weniger ergebnisorientierte Angebote könnten die Folge sein, die sich möglicherweise stärker an vermeintlich traditionellen Formen der Jugendarbeit orientieren – weg von den zeitlich begrenzten Projekten, hin zu eher kontinuierlichen Angebotsformen. Sie harmonisieren oftmals besser mit dem teils episodenhaften Handeln bildungsbenachteiligter Jugendlicher.

Stefan Welling (2008) beispielsweise entwickelt die Idee eines situativ orientierten medienpädagogischen Praxismodells für die Zielgruppe bildungsbenachteiligte Kinder und Jugendliche. Es nimmt Abschied von der stark produktorientierten Struktur – „dem Königsweg“ – heutiger medienpädagogischer Angebote und versucht, Jugendliche und ihre Lebenswelt stärker einzubeziehen. Formen geselliger Praxis und pädagogischer Medienarbeit wechseln dabei ab und münden in offene „Anregungsmilieus“.

GUTE PRAXIS

Wie sieht der Königsweg in die mediale Integration von bildungsbenachteiligten Kinder und Jugendlichen also aus? Ideen für eine bessere Praxis existieren und werden zum Teil auch schon recht erfolgreich umgesetzt. Sie sind jedoch schwer zu finden, weil sie sich nicht einfach im „Alltagsgeschäft“ des offenen Internetcafés oder in anderen Angeboten identifizieren und abgrenzen lassen. Beispiele und Ideen für eine „gute Praxis“ waren das Thema der mekonet Fachtagung „Neue Wege finden: Medienarbeit mit schwer erreichbaren Zielgruppen“, die am 8. Juni 2009 stattgefunden hat. Sie ist multimedial online dokumentiert.

Alljährlich prämiert der Dieter-Baacke-Preis, der von der Gesellschaft für Medien und Kommunikationskultur (GMK) e.V. verliehen wird, herausragende medienpädagogische Projekte. Die unterschiedlichen Preisträger(innen) können hier ebenfalls als Inspirationsquelle dienen.

www.dieterbaackepreis.de

Weitere Beispiele finden sich im online verfügbaren „Grundbaukasten Medienkompetenz“ auf der Website gbm.mekonet.de.

Und doch: Mediale Integration bleibt eine Herausforderung auf Dauer und kann doch nur die soziale Integration flankieren, egal ob es sich um Kinder, Jugendliche, Erwachsene oder Senior(inn)en handelt.

NOCH FRAGEN?

Spannende Projekte, interessante Studien und vertiefende Literatur finden Sie unter www.mekonet.de im „Grundbaukasten Medienkompetenz“. Auch die Handreichungen *mekonet* kompakt und die Dokumentationen der Fachtagungen bieten weiterführende Informationen. Oder wenden Sie sich direkt an das *mekonet* Projektbüro.

KONTAKT

mekonet – Medienkompetenz-Netzwerk NRW
Medienbildung für Multiplikatoren

Projektbüro **mekonet**
c/o ecmc
Europäisches Zentrum
für Medienkompetenz GmbH
Bergstr. 8
45770 Marl

Tel: +49 (0) 2365 9404-48
Fax: +49 (0) 2365 9404-29

E-Mail: info@mekonet.de
Internet: www.mekonet.de

Der Ministerpräsident
des Landes Nordrhein-Westfalen



>lfm:
Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LFM)



Die Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen haben **mekonet**, das Medienkompetenz-Netzwerk, initiiert und beauftragt. Die ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH ist mit der Projektleitung von **mekonet** betraut. Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen unzulässig und strafbar.

Haftungsansprüche gegen die ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, die Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, die sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, welche durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen oder durch fehlerhafte und unvollständige Informationen verursacht wurden, sind vollumfänglich ausgeschlossen, sofern seitens der ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen kein nachweisliches vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.