

Faszination Medien
Faszination Medienbildung
Bestandsaufnahme und Ausblick auf die Wissens- und
Mediengesellschaft M -V



Medientreff der Landesrundfunkzentrale M-V
am 24./25. Mai 2005

Veranstalter

Landesrundfunkzentrale M-V
Landesarbeitsgemeinschaft Medienkompetenz
GMK-Regionalgruppe
MV Filmverein
NDR Landesfunkhaus Schwerin

Referate

Dr. Uwe Hornauer; Prof. Dr. Dr. med. Hans-Robert Metelmann; Prof.
Dr. Wolfgang Seufert; Dr. Klaus Blaudzun; Gerd Schneider; Prof. Dr.
Uwe Hasebrink

Arbeitskreise

Ergebnisse und Resümees

Prof. Dr. Dr. med. Hans-Robert Metelmann

*Minister für Wissenschaft, Bildung und Kultur
in Vertretung vorgetragen von
Bethke, LISA*

Dr. Matthias



Medien- und Wissensgesellschaft in M-V politische Strategien und Implikationen -

Einführung

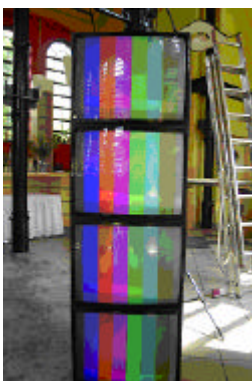
Bildung gehört zu den zentralen Zukunftsfragen in der Medien- und Wissensgesellschaft. Die Bildung unserer Jugend wird maßgeblich über die Zukunft des Einzelnen, als auch über die Zukunft der Gesellschaft entscheiden. Dabei geht es auch um die Sicherung sozialer Gerechtigkeit. Wir müssen unser Bildungssystem so gestalten, dass der Einzelne unabhängig von seiner sozialen Herkunft die Chance hat, seine Fähigkeiten zu entfalten und an der Entwicklung eines demokratischen Gemeinwesens mitzuwirken.

Insbesondere die elektronischen Medien werden die gesellschaftliche Wirklichkeit umfassend verändern. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung muss es eine wesentliche Aufgabe von Schule sein, die Heranwachsenden auf einen kompetenten Umgang mit Medien vorzubereiten. Zugleich müssen wir das Potenzial der Medien für die Veränderung von Schule nutzen.

Mit Veränderung von Schule meine ich sowohl den Entwicklungsprozess der Einzelschule als auch die Veränderung von Unterricht. Computergestützte Medien ergänzen oder ersetzen dabei nicht etwa nur die traditionellen Schulmedien. Sie erzeugen und benötigen vielmehr ein neues Lernklima, das geprägt ist von Interaktivität, Verantwortungsübernahme und Leistungsbereitschaft. Mit ihrer Integration in den Unterricht leisten wir einen Beitrag zur Qualitätsentwicklung an den Schulen des Landes.

Landesinitiative und Verbesserung der Ausstattung

Schwerpunkt unserer Bildungspolitik im Medienbereich ist die verstärkte Integration computergestützter Medien in den Unterricht. Hierzu hat das Bildungsministerium die Landesinitiative Neue Medien, Schule und Unterricht aufgelegt. Vorrangiges Ziel dieser Landesinitiative ist die Vermittlung umfassender Kompetenzen im Umgang mit computergestützten Medien. In diesem Zusammenhang wurden intensive Fortbildungsmaßnahmen realisiert.



Dies wurde durch eine umfassende Verbesserung der Ausstattung der Schulen begleitet. Mit Unterstützung der EU investierte das Land in den letzten Jahren fast 28 Mio. € zur Verbesserung der Grundausstattung unserer Schulen mit Hard- und Software und zur Förderung von Medien-Projekten. Die Themen, die dabei bearbeitet wurden, sind sehr breit gefächert.

Sie enthalten u.a.

- historische und naturkundliche Themen,
- die Erstellung von Schülerzeitungen,
- heimatkundliche Aspekte,
- das Gestalten von Software für den fächerübergreifenden Unterricht
- oder die Erstellung vieler interessanter Schul-Homepages.

Ausstattung der Schulen mit Hard- und Software (Stand Statistik 2004)

Bezüglich der Ausstattung unserer Schulen mit Computern lässt sich folgender Stand festhalten:

An 625 Schulen standen 17.384 PC für den Einsatz im Unterricht zur Verfügung.

- Etwa 73% dieser Geräte verfügen über eine Verbindung zum Internet.
- Rund 92 % der PC sind multimediafähig.
- Insgesamt stand damit durchschnittlich für je 9 Schüler ein PC zur Verfügung.

Damit haben wir (auch im bundesweiten Maßstab) hervorragende materielle Voraussetzungen für den Einsatz computergestützter Medien im Unterricht und in außerunterrichtlichen Projekten geschaffen.

Lehrerfortbildung

Neben der verbesserten Ausstattung der Schulen und der Förderung von Projekten war die intensive Lehrerfortbildung ein Hauptschwerpunkt der Landesinitiative. Das wesentliche Ziel der durchgeführten Fortbildungen bestand darin, die Integration von computerbasierten Medien in den Unterricht zu forcieren und einen Beitrag zur weiteren Entwicklung einer neuen Lernkultur zu leisten. Ausgehend von didaktischen Überlegungen wurden Anregungen für den unterrichtlichen Einsatz des Computers gegeben. Neben pädagogischen Überlegungen zum Computereinsatz im Unterricht bildeten die Präsentation mittels elektronischer Medien, die unterrichtliche Nutzung des Internets und die Erarbeitung von Unterrichtsbeispielen weitere Schwerpunkte der Fortbildung.

Im Zusammenhang mit der Förderung des Computereinsatzes müssen wir jedoch immer im Auge behalten, dass elementare Fähigkeiten wie die Lesekompetenz Grundvoraussetzung für erfolgreiches Lernen sind. Die Ergebnisse der PISA-Studie machten dies sehr deutlich. Die Studie zeigte, dass generell diejenigen Schüler besser abschneiden, die sich Inhalte eigenständig erarbeiten und durchdenken. Computereinsatz an unseren Schulen soll kein Selbstzweck sein, vielmehr bietet er die Chance, Unterricht zu verändern und eine neue Lernkultur zu entfalten. Merkmale einer solchen Lernkultur sind u. a.:

- Unterstützung selbst bestimmter Lernarrangements und Entwicklung veränderter Bewertungsformen,
- Unterstützung der Projektarbeit,
- die Arbeit im Team und in individualisierten Lernformen,
- zusätzliche Möglichkeiten der Binnendifferenzierung,
- Bereitstellung weiterer Kommunikationsmöglichkeiten durch neue Medien,
- Ermöglichung des Lernens in vernetzten Zusammenhängen
- und die Unterstützung multimedialer und interaktiver Lehr- und Lernformen.

Insgesamt besuchten mehr ca. 15.000 Lehrer die genannten Fortbildungsmodule. Mehr als 3.000 hiervon haben das Zertifikat „Intel Lehren für die Zukunft“ erworben. Die Veranstaltungen wurden bis zum Schuljahr 2003/04 auf regionaler Ebene an 20 Standorten durchgeführt.

Momentan vollzieht sich ein Wandel in diesem Bereich der Fortbildung. Die Veranstaltungen werden nun vorwiegend auf schulinterner Ebene mit Unterstützung von didaktischen Mentoren realisiert. Bis Ende kommenden Schuljahres wird an 32 Schulen des Landes der Aufbaukurs „Intel Lehren für die Zukunft“ durchgeführt.

Multimedia-Schule



Seit dem Schuljahr 2002/03 können allgemein bildende Schulen den Titel einer „Multimedia-Schule“ beantragen. Hierdurch wollen wir kreative Schulentwicklungsprozesse mit Medien stimulieren. Wir bieten den Schulen - die auf diesem Gebiet schon eine längere erfolgreiche Entwicklung hinter sich haben - die Chance, ihre Profilbildung in besonderer Weise öffentlich zu machen. Die

Ausschreibung dieses Titels soll Anregung sein, einen solchen Schulentwicklungsprozess zu vollziehen. Bisher haben 6 Schulen des Landes diesen Titel erhalten. 13 weitere Schulen des Landes beabsichtigen Multimediaschulen zu werden. Sie erhalten hierbei Fortbildung und Beratung durch das Medienpädagogische Zentrum des L.I.S.A.

Multimedia-Schulen verfügen über ein Schulprogramm, welches unter anderem Aussagen

- zur Integration neuer Medien in den Pflicht- und Wahlpflichtunterricht sowie den außerunterrichtlichen Bereich und
- zur Fortbildung des Kollegiums hinsichtlich medienpädagogischer Fragen

enthält.

Der Bereich Multimedia ist natürlich nur eine mögliche Profilbildung für Schulen. Schulentwicklung muss Thema an allen Schulen sein. Ihr Ziel ist die dauerhafte Verbesserung der pädagogischen Qualität von Unterricht und Schule.

Das Schulprogramm ist Dreh- und Angelpunkt der Schulentwicklung. Bei der Erstellung des Schulprogramms ist die Schule unter anderem mit folgenden Fragen konfrontiert:

- Wer sind wir als Schule?
- Was wollen wir erreichen?
- Wie wollen wir das erreichen?
- Welche ethischen Grundwerte vertreten wir?
- Wer sind unsere Partner?

Hinter den Antworten auf diese Fragen steht das, was man als Identität der Schule bezeichnen kann.

Medienerzieherische Aufgaben

In meinen bisherigen Ausführungen habe ich mich mit der Integration computergestützter Medien in schulische Lernprozesse auseinandergesetzt. Die Frage, wie der Konsum insbesondere von Massenmedien Erziehungsprozesse beeinflusst, ist aber nicht minder wichtig. Der Begriff Medienkompetenz wird auch im Zusammenhang mit den neuen Medien sehr häufig gebraucht. Vergessen wir aber nicht, dass Medienkompetenz viel mehr als nur Computerkundigkeit beinhaltet.

Auch

- das Erkennen und Aufarbeiten von Medieneinflüssen,
- das Verstehen und Bewerten von Medienbotschaften,
- das eigene Gestalten und Verbreiten von Medien sowie
- das Analysieren von Medien hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Bedeutung

sind wichtige Elemente eines kompetenten Umgangs mit Medien.

Blickt man auf das Medienverhalten von deutschen Jugendlichen, so lässt sich Folgendes feststellen:

- Das Fernsehen ist nach wie vor das dominierende Medium in der Freizeitgestaltung der Jugendlichen. Es ist auch das Medium, auf das die Jugendlichen nach eigenen Angaben am wenigsten verzichten können (vor dem Radio und dem PC).
- Der Computer wird zu Hause vorrangig zum Spielen genutzt. Einer Umfrage zufolge gaben etwa 55% der Befragten an, den Computer täglich oder mehrmals die Woche zum Spielen zu benutzen. Dabei ist der Unterschied zwischen Jungen und Mädchen signifikant: Bei den Mädchen sind es etwas mehr als 30%, bei den Jungen rund 70%.

Mehr als die Hälfte der Heranwachsenden hat einen wöchentlichen Fernsehkonsum zwischen 7 und 21 Stunden. Ein Viertel der Jugendlichen sind "Vielseher" mit einem Wochenkonsum von 29 Stunden und mehr.

Massenmedien wie das Fernsehen haben eine zentrale Bedeutung für unsere Gesellschaft. Sie sind unser „Fenster zur Welt“. Sie lösen, wie Habermas sagt „Kommunikationsvorgänge aus der Provinzialität raumzeitlich beschränkter Kontexte und lassen Öffentlichkeit entstehen“. Sie können damit auch dazu beitragen, Verständigungsprozesse in unserer Gesellschaft zu befördern und die Wirksamkeit von sozialer Kontrolle zu verstärken.

Dem emanzipatorischen Potenzial von Massenmedien stehen jedoch auch problematische Aspekte des Medienkonsums entgegen. Ich blicke hier beispielsweise auf unkritische Propagierung von ausschließlich konsumorientierten Lebensentwürfen oder Gewaltdarstellungen, in denen die Gewalt verharmlost und als legitimes Mittel von Konfliktlösungen dargestellt wird.

Im Fernsehen aber auch in Videos und Computerspielen werden viele Jugendliche im Laufe ihrer Medienkindheit zehntausendfach mit Gewaltdarstellungen konfrontiert.

Häufig werden schärfere Verbote oder eine stärkere Selbstbeschränkung der Gewaltdarstellungen in den Medien gefordert. Wir werden jedoch nicht alle Gewaltdarstellungen aus den Medien verdammen können. Und was nützen Verbote, wenn die Spiele oder die Filme aus dem Internet heruntergeladen werden können?

Mit Blick auf das Internet wird oft auch der Einsatz von Internetfiltern gefordert. Dahinter verbirgt sich die berechtigte Forderung, dass wir Schulen nicht ungehinderten Zugang zu gewaltverherrlichenden, rechtsradikalen oder pornografischen Inhalten gewähren dürfen. Solche Filterprogramme lösen das Problem nicht wirklich. Eine Untersuchung zu diesem Thema kam zum Ergebnis, dass 75 % der gesperrten Webseiten fälschlicherweise als anstößig bzw. als unangemessen deklariert und damit abgeblockt wurden. Dagegen wurden 41 % der wirklich unangemessenen Webseiten nicht herausgefiltert und blieben damit frei zugänglich.

Wenn Verbote und Filter nicht greifen, wächst der Anspruch an die Schule, sich verstärkt auch medienerzieherischen Aufgaben zuzuwenden und unseren Schülern Hilfestellung bei einem sachgerechten, reflektierten und kritischen Umgang auch mit der Gewalt in den Medien zu geben.

Diese Themen müssen in der Schule präsent sein:

- So bietet z. B. der Kunstunterricht die Möglichkeit, sich mit der Ästhetik von Werbung oder der Glorifizierung von Gewalt auseinander zu setzen.
- Eine besondere Rolle hat sicher der Deutschunterricht. Er widmet sich unter anderem folgenden Fragestellungen: Welche Sprachmuster benutzen Medien? Wie hat die Medienwelt unsere Sprache verändert?
- Der Musikunterricht bietet Raum, um sich beispielsweise über die manipulative Wirkung von Musik in Film und Werbung auszutauschen.

Es ließen sich viele weitere Beispiele anführen. Orientierung geben soll der Rahmenplan für das Aufgabengebiet Medienerziehung. Dieser zeigt exemplarisch, wie medienpädagogische Aufgaben integrativ in den Fächern wahrgenommen werden können.

Auch wenn dem Fach Deutsch naturgemäß eine besondere Rolle in der Medienerziehung zukommt, weil hier eine Fülle von medienerzieherischen Fragen thematisiert werden, betone ich ausdrücklich, dass alle Fächer einen Beitrag zur Medienerziehung leisten können. Es geht also nicht um ein neues Fach Medienerziehung oder Medienkunde. Ziel ist die bessere Vernetzung der vorhandenen medienerzieherischen Ziele der einzelnen Fächer, aber auch eine Vernetzung mit außerunterrichtlichen Aktivitäten. Hierfür liefert der Rahmenplan Medienerziehung viele gute Anknüpfungspunkte.

Es ist Aufgabe von Schule, Jugendlichen, die sich im Spannungsfeld widersprüchlicher Medienerfahrungen allein gelassen fühlen, Orientierung zu geben. Insbesondere jenen Jugendlichen, die in ihrem familiären Umfeld nicht genügend Unterstützung erfahren. Dazu gehört natürlich auch die Wahrnehmung des Erziehungsauftrages von Schule. Das alles heißt jedoch nicht, dass die Schule der „Reparaturbetrieb der Gesellschaft“ ist. Aber sie ist und bleibt ein entscheidender Erfahrungsraum für die Kinder und Jugendlichen, der dazu beitragen muss, Konsens über gemeinsame Wertvorstellungen unserer Gesellschaft herauszuarbeiten.

Die beschriebenen Aufgaben gehen weit über die Schule hinaus. Schule braucht Partner aus dem Medienbereich. In unserem Bundesland gibt es eine Reihe Institutionen, die gemeinsame Projekte mit Schulen auf den Weg gebracht haben. Stellvertretend möchte ich den Rostocker offenen Kanal, den Latücht e.V. in Neubrandenburg, das Institut für Neue Medien in Rostock und das Landesfilmzentrum in Wismar nennen.

Eine wesentliche Aufgabe dieser Tagung sehe ich in der Vernetzung der vorhandenen Ressourcen.

Beim Gelingen Ihrer Vorhaben wünsche ich Ihnen viel Erfolg!

Hans Robert Metelmann

Prof. Dr. Dr. med. Hans-Robert Metelmann
Minister für Bildung, Wissenschaft und Kultur
Mecklenburg-Vorpommern





1. Qualifikation als Standortfaktor aus der Sicht der Medienwirtschaft

- Strukturelle Besonderheiten der Medienwirtschaft
- Wertschöpfungsanteil des Faktors Arbeit

Medienmärkte: überwiegend regional und national

	Regionale Märkte	Nationale Märkte	Globale Märkte
Tonträgerhersteller	o	+	++
Hörfunksender	++	+	o
TV-Sender	+	++	+
Film-, Videoverleih	o	++	+
Film-, TV- Produzent	o	++	+
AV-Dienstleister	o	++	o
Druckereien	++	+	o
Zeitungsverlage	++	+	o
Zeitschriftenverlage	+	++	+
Buchverlage	o	++	+
Multimedia/Internetag.	++	++	o
Werbeagenturen	++	++	+
Standardsoftware	o	++	++

++ = Umsatzanteil > 45%; + = Umsatzanteil 10% - 45%; o = Umsatzanteil < 10%

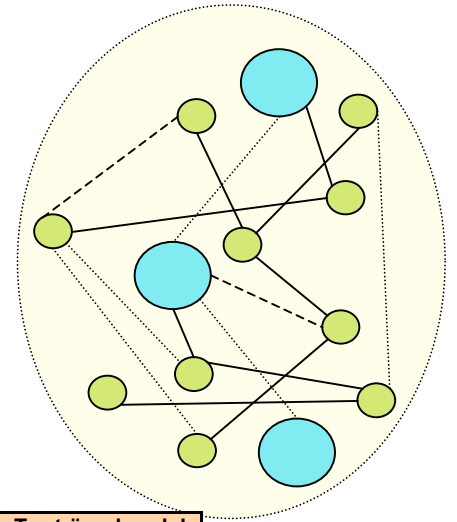
Regionale Cluster in der Medienwirtschaft

	Sozialversicherte in der Medienwirtschaft		Anteile der größten Raumordnungsregionen...					
			größte 3		größte 5		größte 10	
	1998	2002	1998	2002	1998	2002	1998	2002
Rundfunkwirtschaft	52 809	62 071	42,7	42,8	52,1	61,3	63,1	80,8
Filmwirtschaft	26 094	38 841	49,8	50,0	62,1	61,7	74,6	73,1
Journalisten, Nachrichtenbüros..	6 134	9 134	40,7	44,9	59,0	58,4	79,6	75,1
Werbung	80 564	118 167	31,5	28,9	43,9	41,6	59,1	59,1
Software, Internet	148 243	260 419	27,2	23,3	38,6	34,8	58,0	55,3
Verlage	155 045	160 577	24,1	24,5	34,2	34,9	49,7	50,1
Druck und Vervielfältigung ..	226 790	216 190	16,0	15,1	24,7	23,5	40,4	38,3
Medienwirtschaft insgesamt	695 679	865 399	21,5	21,7	32,5	32,8	49,9	50,5
Alle Wirtschaftszweige	27 207	27 571	12,2	12,3	19,6	20,2	31,4	32,3

Produzentennetzwerke in der Medienwirtschaft

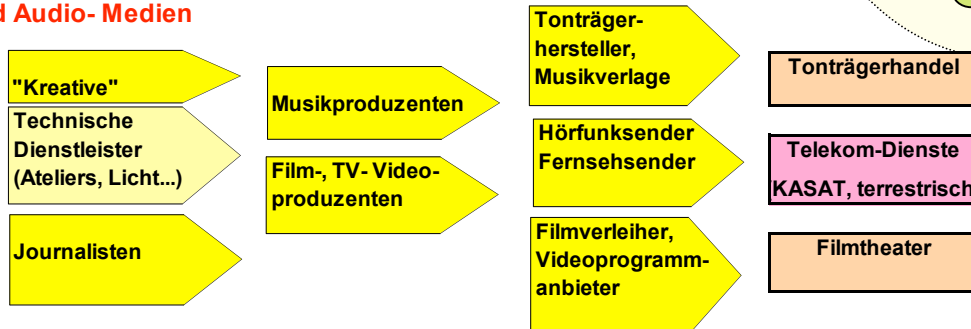
Regionale und überregionale Unternehmensnetzwerke:

- Wenige Großunternehmen und viele Kleinunternehmen
- Häufig wechselnde Projektkooperationen

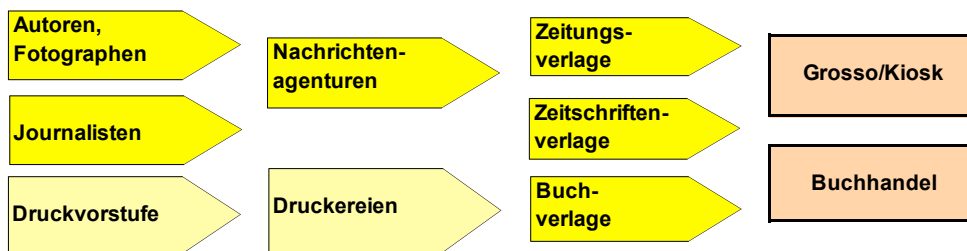


Wertschöpfungsstufen: klassische Medien

AV- und Audio-Medien

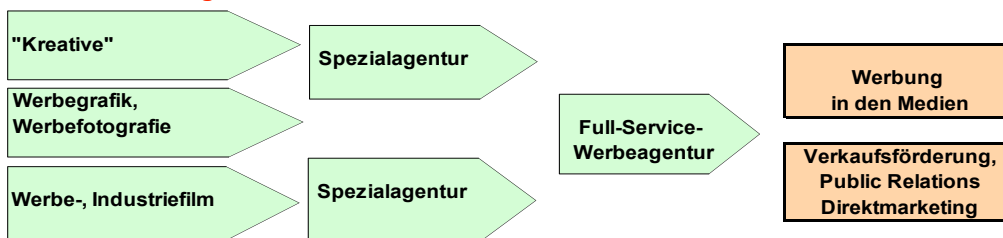


Print-Medien

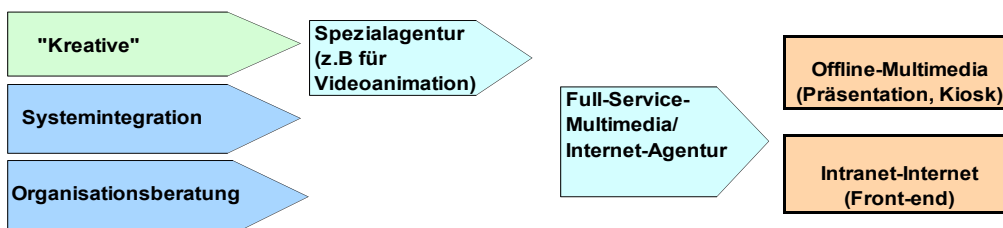


Wertschöpfungsstufen: Werbung

Klassische Werbung



Internetagenturen/ E-Commerce+E-Business



Anteil des Faktors Arbeit an der Wertschöpfung

- Rundfunkwirtschaft: 90 %
- Filmwirtschaft: 86 %
- Zeitungs- und Zeitschriftenverlage: 65 %

Gesamtwirtschaft: 53 %

2. Empirische Erhebungen zur Beschäftigten-Qualifikation und Verfügbarkeit als Standortfaktor

- Thüringen-Studie 2004 (TLM)
- Filmwirtschafts-Studie 2002 (DLM)

Thüringen-Studie: Frage zu Standortfaktoren

7. Bewertung des Firmenstandortes

Wenn Sie die Standortqualität Ihres Unternehmenssitzes mit Schulnoten beurteilen sollen, welche Noten würden Sie für die folgenden Eigenschaften vergeben und wie wichtig sind diese Faktoren?

	Noten	Bedeutung	
	(ungenügend = 6)	(sehr gut = 1)	(sehr wichtig = 1)
Technische Infrastruktur (z. B. Telekommunikationsnetze)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkehrsinfrastruktur und Verkehrsanbindung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot und Preise/Miete für Gewerbeflächen/Gewerberäume	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot und Preise/Miete für Wohnungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügbarkeit des Personals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualifikation des Personals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inspirierendes kulturelles „Klima“ / künstlerische Ressourcen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gute Verbindungen zu Auftraggebern/Kundennähe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nähe zu Lieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kooperationsmöglichkeiten mit Unternehmen aus der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nähe zu Hochschulen und Fachhochschulen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Beratungs-/Technologietransferstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unkomplizierte Kooperation mit Behörden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Günstige Ansiedlungsbedingungen / staatl. Förderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Günstige Zukunftsperspektiven als Medienstandort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allgemeine Lebensqualität und Freizeitmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige Faktoren und zwar.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesamtbewertung des Standortes :	<input type="checkbox"/>		

TLM-Studie Standortfaktoren: Alle Unternehmen

Faktor	Anteil der Befragten: "sehr wichtig"
Technische Infrastruktur	68
Personalqualifikation	62
Personalverfügbarkeit	53
Auftraggeber-	47
Verkehrsinfrastruktur	40
Zukunftsperspektiven	35
Förderbedingungen	29
Staatliche Kooperation	28
Lebensqualität/Freizeitmö	26
Gewerbemieten	23
Regionale	20
<i>Quellen:</i> FSU-Umfrage 2003. FSU Jena	
Faktor	Anteil der Befragten: "sehr wichtig"
Personalqualifikation	68
Technische Infrastruktur	64
Personalverfügbarkeit	59
Auftraggeber/Kundennähe	46
Verkehrsinfrastruktur	36
Zukunftsperspektiven	32
Regionale	32
Lebensqualität/Freizeit	27
Gewerbemieten	27
Förderbedingungen	23
<i>Quellen:</i> FSU-Umfrage 2003. FSU Jena	

TLM-Studie Standortfaktoren: AV-Produzenten

Faktor	Anteil der Befragten: "sehr wichtig"
Technische Infrastruktur	67
Personalqualifikation	60
Zukunftsperspektiven	53
Personalverfügbarkeit	47
Lebensqualität/Freizeit	40
Auftraggeber/Kundennähe	33
Verkehrsinfrastruktur	33
Staatliche Kooperation	27
kulturelles Klima	27
Gewerbemieten	20
Wohnungsmieten	20
Quellen: FSU-Umfrage 2003. FSU Jena	

Standortfaktor	TV-Produzenten			Kinofilm-Produzenten	Werbefilm-Produzenten	Industriefilm-Produzenten
	Alle	Fiktion	Non-Fiktion			
	Durchschnittswerte					
Verfügbarkeit und Qualifikation des Personals	1,4	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3
Gute Verbindungen zu Auftraggebem	1,7	1,6	1,7	1,5	1,8	2,0
Günstige Zukunftsperspektiven als Medienstandort	1,7	1,6	1,8	1,6	1,5	1,8
Technische Produktions-Infrastruktur und Studiokapazitäten	1,7	1,7	1,8	1,7	1,6	1,6
Verkehrsinfrastruktur und Verkehrsanbindung	1,9	1,9	2,0	1,7	2,1	2,0
Unkomplizierte Kooperation mit Behörden	2,0	1,9	2,3	1,8	1,8	2,2
Allgemeine Lebensqualität und Freizeitmöglichkeiten	2,1	2,1	2,1	2,1	2,6	2,3
Inspirierendes kulturelles „Klima“ / künstlerische Ressourcen	2,2	1,9	2,5	1,7	1,9	2,2
Günstige Ansiedlungsbedingungen / staatl . Förderung	2,3	2,3	2,4	1,9	2,8	2,5
Günstige Finanzierungsmöglichkeiten (z.B. durch private Fonds)	2,4	2,4	2,4	2,0	2,4	2,2
Skala : Sehr wichtig = 1; unbedeutend = 4						
Quelle: DLM-Umfrage 2000.						DIW Berlin 2002

Zwischenresümee: Beschäftigtenqualifikation als Standortfaktor

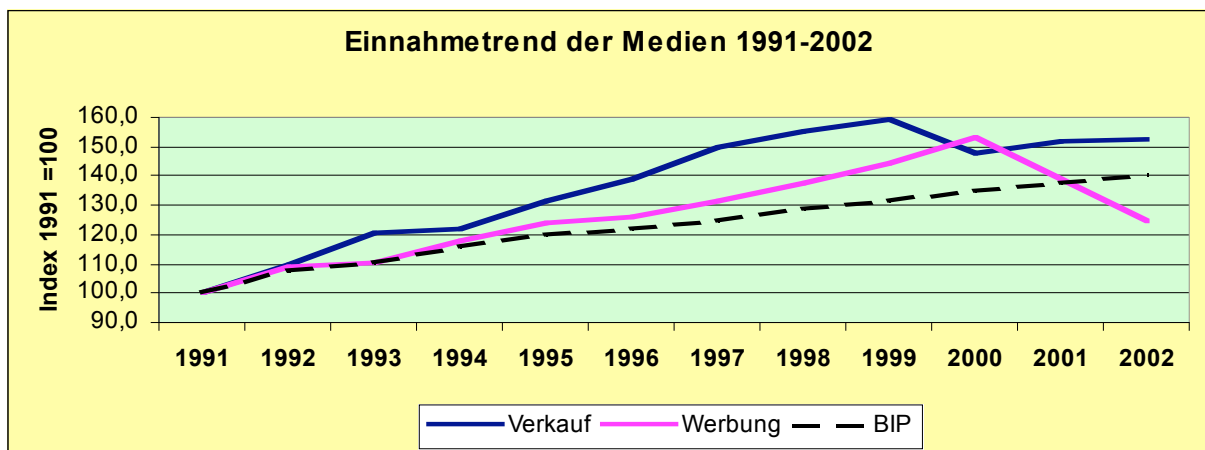
- Arbeitskraft als Kernressource
 - Verfügbarkeit und Qualität zentral

- Unikatproduktion:
 - Spezialqualifikation (Erfahrungswissen)
 - Regionaler Arbeitskräftepool als Standortfaktor

3. Die Medienwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern im regionalen Vergleich

- Entwicklungstrend Medienmärkte
- Zahl der Sozialversicherten 2002
- Schwerin im regionalen Vergleich

Medienmärkte: Langfristiger Umsatztrend

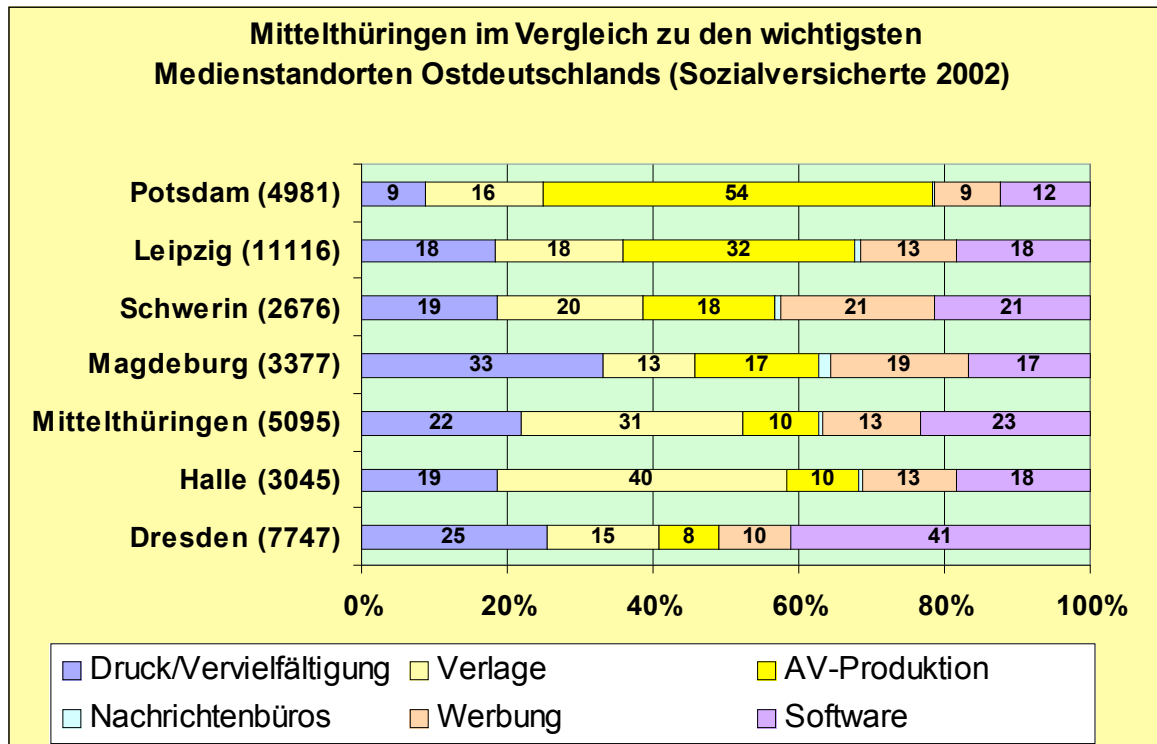


	Einwohner in Tausend		Sozialversicherte in der Medienwirtschaft	
	2001		1998	2002
Raumordnungsregion West-				

Medienregionen in Deutschland 1998 - 2002

	Einwohner in	Sozialversicherte in der	
	2001	1998	2002
<i>Regionen mit über 40 000 Sozialversicherten in der Medienwirtschaft</i>			
München	2483.0	65 071	80 819
Hamburg	1726.4	41 664	54 177
Frankfurt/M.	2486.5	42 619	53 150
Berlin	3388.4	35 898	49 039
Stuttgart	2634.2	41 033	46 793
Köln	2153.1	34 217	44 518
<i>Medienregionen in den neuen Bundesländern</i>			
Leipzig	1085.7	8 223	11 116
Dresden	1021.3	6 157	7 747
Potsdam	729.7	4 123	4 981
Magdeburg	956.5	2 993	3 377
Halle	851.4	2 621	3 045
West-Mecklenburg	507.0	2 034	2 676

Struktur der Medienwirtschaft in West M-V im Vergleich

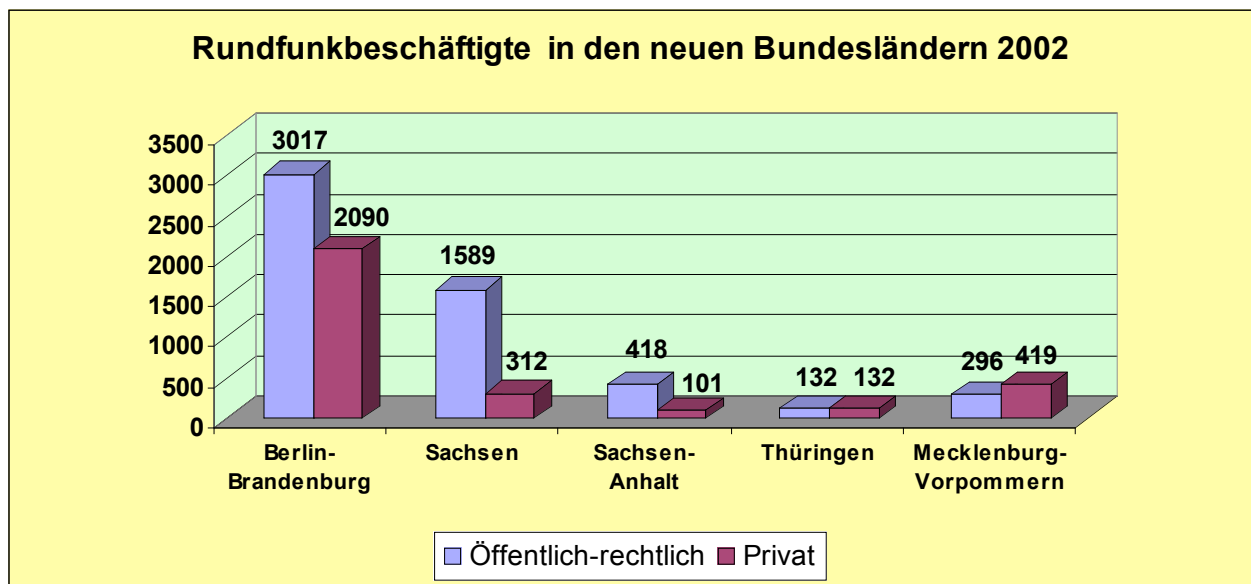


Betriebsgrößen der Medienwirtschaft im regionalen Vergleich

Betriebsgrößen der Medienwirtschaft in ausgewählten Medienstandorten 2002

Sozialversicherte je Betrieb

Deutschland	13,2	Köln	18,5	Mainz	20,2	Leipzig	13,3
Thüringen	9,2	Hamburg	16,3	Baden-Baden	19,0	Schwerin	13,2
		München	14,8	Nürnberg	14,9	Potsdam	11,9
Mittelthüringen	10,3	Frankfurt/M.	13,7	Bremen	14,7	Dresden	11,4
Ostthüringen	10,3	Stuttgart	13,7	Saarland	14,1	Halle	10,4
Südthüringen	7,1	Berlin	13,4	Hannover	13,6	Magdeburg	7,8
Nordthüringen	6,0	Düsseldorf	12,0	Kiel	13,1		
Quelle:	Bundesanstalt für Arbeit: Beschäftigtenstatistik.						FSU Jena



4. Schlussfolgerungen für eine Medienstandortpolitik

Drei Thesen zur Qualifikation als Standortfaktor der Medienwirtschaft

1. Beschäftigungsqualifikation ist der zentrale Standortfaktor für Medienunternehmen
2. Aus- und Weiterbildung ist nur ein Element der Bewertung – Zahl und Erfahrung der vorhandenen Arbeitskräfte ist ebenso wichtig
3. Maßnahmen zur Verbesserung von Standortbedingungen müssen auf den unterschiedlichen Bedarf der Teilbranchen ausgerichtet werden.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Prof. Wolfgang Seufert
FSU Jena



Bildung und Mediengesellschaft – von der Notwendigkeit neuer Netzwerke

Das Medienbudget der Deutschen ist binnen eines halben Jahrzehnts, von 1999 bis 2004, um mehr als anderthalb Stunden täglich gestiegen. Sagt die neueste Langzeitstudie TimeBudget 10 von SevenOne Media (Vermarkter der ProSiebenSat.1-Gruppe).¹ Gestiegen um anderthalb Stunden auf ca. achteinhalb Stunden täglich.

Klar, das ist Vermarkter-PR, frisch-fröhliche Zahlen sind da hilfreich. Wie sagte Winston Churchill noch gleich: Traue nur der Statistik, die Du selbst gefälscht hast. Acht Stunden Arbeit plus siebeneinhalb Stunden Schlaf plus achteinhalb Stunden Medien ... macht vierundzwanzig Stunden, von Essen und zur Arbeit oder zur Schule fahren war noch gar nicht die Rede. - Alles Lüge also?

Nein, stimmt wirklich, das Ergebnis bestätigen auch andere, unabhängigere Untersuchungen.² Gestiegen auf achteinhalb Stunden täglich, als wollte da irgendein Bundesamt für Statistik bestätigend ausrufen: Willkommen in der Mediengesellschaft! Die so symbolischen acht Stunden Arbeitstag oder Schultag sind eingeholt. Klar geht das, weil sich die Zeitbudgets überschneiden; allein die Begleitmedien TV und Radio machen zusammen ca. fünfeinhalb Stunden an diesem täglichen Medienbudget aus, sie überschneiden und sie begleiten die anderen, auch die Nicht-Medienbudgets. Typisch für diese Medien, sie durchdringen unseren Lebensalltag, durchdringen fast alles am Tag, Lebensalltag gleich Medienalltag.

Den Landesfunkhausdirektor des NDR in Mecklenburg-Vorpommern, mit seinen Radio- und TV-Programmen, den wird es in jedem Falle freuen, möchte man meinen. Auch hier ein klares Jein, Ja und Nein: Der NDR hat gute Quoten, ja. Aber dem NDR geht es keineswegs nur um Zahlen. Die haben eher einen ambivalenten Charakter, diese Zahlen. Nur ein Beispiel zu dieser Ambivalenz: Im Osten Deutschlands wird mehr ferngesehen als im Westen. Index für Lektüre Zeitungsleitartikel im Westen 46 zu Ost-Index 35; umgekehrt beim TV-Konsum, Index im Westen 51 zu Ost-Index 63 (Zahlen nach Allensbacher Institut für Demoskopie).³ Zudem haben private TV-Programme in Ostdeutschland ohnehin signifikant höhere Einschaltquoten als im Westen. Diese Zahlen bereiten dem NDR im Landesfunkhaus Schwerin auch Sorge. Macht er zuviel Grundversorgungsauftrag samt Kultur und samt Bildung, dann zappen die Grundzuversorgenden rüber auf Sat.1 (zu Hinter Gittern oder irgendeiner Frauenknast-Container-Soap). Was macht man da? Man greift zur Bahnhofspädagogik, das ist bekannt. Die Leute da abholen, wo sie sind. Also füttern ARD und ZDF den Grundzuversorgenden, im Kampf um die Einschaltbereitschaft, mit eigenem Media-Fast-Food-Programm an. Was passiert dann? Dann wollen die soeben

¹ TimeBudget 10. 1999-2004, SevenOne Media GmbH (Hg.) Unterföhring [München:] 2004, die Studie ist kostenfrei bestellbar unter info@sevenonemedia.de (vgl. auch www.sevenonemedia.de).

² Vgl. u.a. Gernot Gehrke (Hg.): *Netzwerke zur Medienkompetenzentwicklung – Erfolgsfaktoren und Handlungsoptionen*, (= Heft 6 der kopaed-Verlagsreihe Working-Paper-Reihe des Europäischen Zentrums für Medienkompetenz) Marl 2004, S.40. Ebenso *merz. medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik*, München 49. Jg., H. 1/2005, S.2-3.

³ Vgl. *merz. medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik*, München 49. Jg., H. 1/2005, S. 3.

Entertainment-Grundversorgten auch anschließend und auch morgen ihren Programm-MacDonald serviert bekommen. Und immer wieder.

Geschmack hingegen entsteht anders. Auch das ist bekannt. Kulturvolles Fernsehen braucht eben den gebildeten Zuschauer, und auch umgekehrt: um sich zu bilden braucht der Zuschauer kulturvolles Fernsehprogramm – diese medientägliche Huhn-Ei-Frage ist keineswegs eine, die nur den Schweriner NDR-Chef Gerd Schneider und seine Kollegen Funkhausdirektoren angeht. Sie geht uns alle an, uns, die nachdenken über das Thema und die arbeiten zum Thema: Bildung und Mediengesellschaft.

Im nachfolgenden Beitrag will ich diesem Thema, unter den Einschränkungen des obenstehenden Titels, aus der Sicht der Landesarbeitsgemeinschaft Medienkompetenz nachgehen.⁴ Diese Landesarbeitsgemeinschaft (LAG) gründete sich vor zwei Jahren – zusammenfallend mit einer Wiederbelebung der kleinen GMK-Regionalgruppe⁵ Mecklenburg-Vorpommern. LAG und GMK-Gruppe versammeln Akteure aus verschiedenen Bereichen der Medienbildung im kleinen Bundesland, Schwerpunkt derzeit handlungsorientierte Medienpädagogik:

- Medienzentren und Medienvereine des Landes,
- dazu die Offenen Kanäle,
- und die kulturellen Kinos,
- weniger derzeit noch KollegInnen aus den Hochschulen
- und aus anderen Bildungseinrichtungen des Landes.



LAG und GMK-Gruppe begannen ihre Tätigkeit mit einer Analyse zum Stand der medien- und bildungspolitischen Entwicklungen in M-V, kondensierend in einem Zehn-Thesen-Papier. Ich dampfte diese Thesen hier noch einmal von zehn auf fünf Thesen ein, dann (ent-)steht automatisch der Leitfaden meiner Ausführungen:

1. Förderung von Medienkompetenz ist auch in Mecklenburg-Vorpommern die zentrale bildungspolitische Herausforderung. Keine Einmalaufgabe, vielmehr eine Prozessaufgabe, die Aufgabe, Lebenslanges Lernen von Menschen (und Institutionen) zu strukturieren.
2. Medienbildung ist keine Ressortaufgabe („Herr Metelmann, übernehmen Sie mal bitte!“). Sie ist eine übergreifende Querschnittsaufgabe zwischen Schule und Freizeit, Kultur und Politik, Bildung und Wirtschaft.

⁴ Dieser Beitrag ist die leicht erweiterte Fassung meines Referats zum Thema *Bildung und Mediengesellschaft – von der Notwendigkeit neuer Netzwerke*, in ihm gebe ich in der Substanz Positionen der Landesarbeitsgemeinschaft Medienkompetenz Mecklenburg-Vorpommern e.V. wieder, nicht allein eigene (bzw. solche aus meiner Arbeit an der institut für neue medien gGmbH in Rostock).

⁵ GMK = Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e.V., der medienpädagogische Fach- und Bundesverband.

3. Zwar hat Mecklenburg-Vorpommern punktuell leistungsfähige Strukturen aufzuweisen, insgesamt jedoch weist unser Land (u.a. im bundesweiten Vergleich) enorme Defizite auf. Ressortübergreifende Medienkompetenznetzwerke anderer Länder sind eine solche Leerstelle.
4. Insbesondere die Vernetzung zwischen Schulen, Lehrerausbildung und Freizeitbereich (Kultur- und Jugendförderung) ist noch schwach. Es herrscht Mangel an komplexeren, ressortübergreifenden, integrativen Gesamtkonzepten dafür.
5. Ein ressortübergreifender Diskurs zur Medienbildung, Medienkultur und Medienpolitik in Mecklenburg-Vorpommern muss angestiftet werden
 - um im Land für die Problemlage zu sensibilisieren;
 - um kompetente Partner für Handlungsstrategien und Problemlösungen zu gewinnen, und
 - um dann zunächst das bildungspolitische Schwerpunktthema unserer Tage anzugehen: schulische und außerschulische Medienbildung und deren Zusammenwirken.

Diese Tagung hier in der Veranstaltergemeinschaft von LRZ Mecklenburg-Vorpommern, LAG und GMK, NDR Mecklenburg-Vorpommern und Film e.V. ist Beleg dafür: Wir sind zumindest hier und da und nicht irgendwo auf offene Türen und offene Ohren gestoßen. Aber nicht überall. Wir stießen mit unseren Thesen aber auch auf Skepsis und Vorbehalte. Das ist nicht nur normal, das ist auch der

Grund Nr. 1 für Netzwerke als neuer Organisationsform für die Bearbeitung komplexer Problemkonstellationen: Netzwerke vermögen zu koppeln, gerade auch ganz verschiedene, auch einander vormals noch fremd oder gar sich mit Vorbehalten gegenüberstehende Partner. Die „kommunikativen Benefits“ von Netzwerken wie

- Vertrauensbildung und
- Von- und Miteinander-Lernen, aber auch Übereinander-Lernen,

diese Benefits entstehen in Netzwerken von vorn herein (wenn sie denn veritable Netzwerke sind). Sie entstehen im grundlegenden Prozess von Netzwerken: dem horizontalen Informations- und Wissensaustausch zwischen Partnern ganz verschiedener Institutionen auf Augenhöhe (was das Netzwerk u.a. von den hierarchischen Organisationsformen unterscheidet). Das ist zunächst ganz einfach: Treffen sich kompetente Partner, die in der Gesamtheit ihrer jeweiligen Zuständigkeiten die Komplexität eines komplexen, aber geteilten Problems abbilden, dann haben die sich mit Sicherheit was zu sagen. Untereinander und Übereinander.⁶

⁶ Verweise hier auf meine Quelle zu Netzwerktheorien und –erfahrungen auch in Folgenden: Gernot Gehrke (Hg.): *Netzwerke zur Medienkompetenzentwicklung – Erfolgsfaktoren und Handlungsoptionen*, (= Heft 6 der *kopaed*-Verlagsreihe Working-Paper-Reihe des *Europäischen Zentrums für Medienkompetenz*) Marl 2004, S.40.

Es standen aber auch andere Vorbehalte im Raum: Das – ohnehin strukturschwache – Land habe gerade in den letzten Jahren das Mögliche und Notwendige getan, stände nicht so ‚schlecht‘ da, wie es die pauschalen Problematisierungen glauben machen wollten. Häufig wird dann als nächstes auf die Einführung von IT und IT-Unterricht in den Schulen des Landes verwiesen. Und in der Tat, hier hat das Land einige bundesweit beachtliche Werte. Allein das in den letzten Jahren absolvierte Programm zur Lehrerweiterbildung, es katapultierte einen ganzen Berufsstand, der bis Mitte der 90er Jahre noch der Gattung des Homo Gutenbergiensis angehörte, erst ins Computerzeitalter. Und eine Rahmenrichtlinie für den integrativen – fächerübergreifenden – Medienunterricht hat die Landesschulbehörde auch erlassen, im letzten Jahr.

Alles im Lot also, mehr oder weniger? Mitnichten, sagen Hans-Dieter Kübler und Dieter Spanhel u. a. im Aprilheft von *merz. medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik*.⁷ Beide ziehen Bilanz, Bilanz zu zehn Jahren BLK-Orientierungsrahmen Medienerziehung in der Schule.⁸ Die Bilanz fällt alarmierend aus. Sie bezieht sich auf die Bundesrepublik insgesamt, aber das sollte uns in Mecklenburg-Vorpommern nicht beruhigen, im Gegenteil. Ich ziehe drei der Hauptpunkte dieser Bilanz heraus.



Erster Bilanzauszug:

Der BLK-Orientierungsrahmen von 1995 hatte Medienerziehung in der Schule als eine komplexe Herausforderung formuliert, als die ganzheitliche Aufgabe, den Heranwachsenden außer Sachwissen auch gesellschaftlich relevante Kompetenzen zu vermitteln: Medienkompetenz als soziale Kompetenz zu lebenslangem, selbstgesteuertem Lernen in einer dynamischen, veränderlichen, offenen, sich globalisierenden Informationsgesellschaft. Das wurde „allenfalls ansatzweise in einigen Modellprojekten angegangen“⁹. Der PC als Hypermedium – beispielsweise -, einsetzbar für kreative oder künstlerische Lernaufgaben, der Onlinezugang als Wissens- und Datenreservoir, mit dem man im Sozialkundeunterricht eigenständig und kritisch umzugehen erlernt: weitgehend Fehlanzeige, „allenfalls ansatzweise in einigen Modellprojekten angegangen“¹⁰.

⁷ Vgl. zum Folgenden die Beiträge zum Titelthema: *Medien machen Schule?! von: merz. medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik*, München 49. Jg., H. 2/2005, S.8-42.

⁸ Erlassen 1995 von der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung.

⁹ Hans-Dieter Kübler: *Computer installiert – (Medien-)Pädagogik passé?*, In: *merz. medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik*, München 49. Jg., H. 2/2005, S.10.

¹⁰ Ebenda.

Zweiter Bilanzauszug:

Dagegen verengte bereits 1997 der KMK-Beschluss „Neue Medien und Telekommunikation im Bildungswesen“ den ursprünglichen Ansatz auf die Ausstattung der Schulen mit PC-, Internet- und Multimediatechnik, sowie, „unter großem politischem Druck der Wirtschaft“, auf die auf Vermittlung von Anwendungskennnissen zu marktgängiger Software (Office- und Online-Kompetenz).¹¹ Ergebnis der Initiative „Schule ans Netz“: Die Studentafel der Schule um ein Fach erweitert (Informationstechnische Bildung), die herkömmlichen Curricula bleiben ansonsten in Kraft. Die „integrative Medienbildung“ hingegen führt, so Kübler, „immer noch ein Sonder- und Zufallsdasein in einigen affinen Fächern.“¹² Eine Halbjahresuntersuchung 2001/02 gibt Auskunft: 7 % der Lehrkräfte (d.h. nicht einmal jeder zehnte Lehrer) hatten medienerzieherische Themen im Fachunterricht behandelt.¹³ Spanhel kommentiert: „Selbst dort, wo die neuen Medien allmählich“ zur Anwendung kämen, „unterbleibt meist eine Reflexion ihrer Bedeutung, Verwendung und Wirkung“.¹⁴

Dritter Bilanzauszug:

Der „drohenden digitalen Spaltung“ w/sollte „Schulen ans Netz“ begegnen. Durchschnittlich 12 Schüler auf einen Computer (an allgemeinbildenden und Berufsschulen) - Deutschland hat mit diesem statistischen Wert inzwischen in Sachen IT-Ausstattung den EU-Standard für E-Learning (15:1) deutlich überboten.¹⁵ Vorbildlich!?! PISA I und II (2001, 2004) und Ergänzungsstudien belegen¹⁶:

- Deutsche Jugendliche verweisen bei der Frage, wo sie am meisten über Computernutzung gelernt hätten, zu 10% auf die Schule - PISA-OECD-Staaten-Durchschnitt: 21%.¹⁷
- Deutsche Jugendliche berichten zu 21% über regelmäßigen Computereinsatz in der Schule – der Durchschnitt der PISA-OECD-Staaten liegt wiederum doppelt so hoch: 39%.¹⁸
- Was Wunder, ca. 50% der deutschen Lehrkräfte aller Schularten haben neue Medien im Unterricht noch nie eingesetzt (Untersuchung aus 2004 in Bayern, 5000 Lehrkräfte wurden befragt).¹⁹
- Informationen aus dem Web – auch für Schulzwecke – zieht der deutsche Jugendliche zu Hause (zu 71 %), nur zum Bruchteil von 7% in der Schule.²⁰

¹¹ Dieter Spanhel: *Zehn Jahre schulische Medienpädagogik. Staus quo, Aufgaben, Perspektiven*, In: *merz. medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik*, München 49. Jg., H. 2/2005, S. 17.

¹² Hans-Dieter Kübler, a.a.O., S. 15.

¹³ Dieter Spanhel, a.a.O., S. 19.

¹⁴ Ebenda.

¹⁵ Vgl. *merz. medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik*, München 49. Jg., H. 1/2005, S. 2. – Vgl. auch Hans-Dieter Kübler, a.a.O., S. 9.

¹⁶ Vgl. ebenda, S. 12 ff. - Vgl. auch Dieter Spanhel, a.a.O., S. 18 ff.

¹⁷ Vgl. Hans-Dieter Kübler, a.a.O., S. 13.

¹⁸ Vgl. ebenda, S. 12-13.

¹⁹ Vgl. Dieter Spanhel, a.a.O., S. 19.

²⁰ Vgl. Hans-Dieter Kübler, a.a.O., S. 13.

- Oder, auf den täglichen Gebrauch des Computers bezogen: 44% der deutschen Jugendlichen nutzen den Computer täglich zu Hause, aber nur 3% täglich in der Schule – Stand 2002, das war damals der vorletzte Platz in Europa.²¹

Was sagen schon Zahlen? Sie sagen: Die Heranwachsenden werden mit dem Informationsmedium Web – beispielsweise – buchstäblich allein gelassen, so Kübler: „Im Grunde verhalten sich die Jugendlichen auch bei der Internetrecherche wie beim Konsum- und Medienverhalten: Hauptsache billig, problemlos im mainstream up-to-date. Qualität ist Nebensache, Eigenständigkeit und Abweichungen halten auf, und die Schule scheint mit den rasch und unkritisch gesammelten Info-Häppchen zufrieden.“²²

Betreibe ich hier – gemeinsam mit Kübler und Spanhel – wohlfeile Kritik an „Schule ans Netz“, gar billige Generalschulselte? Mitnichten. Die von Kübler und Spanhel und anderen kritisierte technizistische, bloß instrumentelle Sichtweise auf die neuen Medien ist nicht in der Schule geboren worden, sie ist in sie hineingetragen (und in ihr allzu dankbar angenommen) worden.

Stefan Aufenanger hat dieses – wie er es nennt – von Assimilationsmodell Schule und Medien bereits 1997 ebenso deutlich beschrieben wie kritisiert:

„Die neuen Medien werden zwar in der Schule aufgegriffen, aber mit den alten didaktischen Konzepten verbunden. Der Computer, die Netze und Multimedia werden den traditionellen Unterrichtsformen angepaßt. Anstatt die kreativen Potentiale der neuen Medien zu nutzen und die pädagogischen Settings zu verändern, werden Lernsoftware und Multimedia-Anwendungen angeschafft, die die Schüler (wieder) ... in eine passive Rolle versetzen. Nach außen kann Schule dann gut von sich behaupten, die neuen Medien integriert zu haben. Aber wenn man genau hinschaut, dann dürfte eine ähnliche Entwicklung zu prophezeien sein, wie sie mit den Sprachlabors in den sechziger und siebziger Jahren zu verzeichnen gewesen war: Die Technik ist da, doch es fehlt das angemessene pädagogische Konzept.“²³

Festzuhalten bleibt: Der drohenden digitalen Spaltung ist so gewiss nicht zu begegnen, im Gegenteil, die Lesefähigkeit wie der kompetente Umgang mit anderen Medienkulturtechniken ist in Deutschland – wie in keinem anderen vergleichbaren Land – „deutlich abhängig von der sozialen Herkunft, dem Bildungs- und Kulturmilieu der Familien“²⁴. Das entspricht weder dem Gesellschaftsbild hier und heute, noch dem Anforderungsschema der Wirtschaft. Wenn aber Medienbildung auf eine kurz gedachte, bloß wirtschaftlich motivierte Nutzung instrumentalisiert wird, reduziert sich selbst dort ihr Nutzeffekt: auch die wirtschaftlichen Anforderungen an berufliche Schlüsselqualifikationen werden nicht erfüllt. Auf soft skills, auf weiche soziale Fähigkeiten, darauf schaut heutzutage jeder Personalchef, jede Bewerbungskommission.

²¹ Vgl. Dieter Spanhel, a.a.O., S. 18.

²² Vgl. Hans-Dieter Kübler, a.a.O., S. 13.

²³ Stefan Aufenanger in: Horst Dichanz (Hg.): *Medienerziehung im Jahre 2010. Probleme, Perspektiven, Szenarien*, Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung 1997, S. 179.

²⁴ Hans-Dieter Kübler, a.a.O., S. 12.



Damit berühre ich **Grund Nr. 2** für neue Netzwerke. Es ist dies die Komplexität der Problemkonstellation: Was bedeutet Medienbildung heute? Deren Komplexität ist nicht allein durch klassische, arbeitsteilige Institutionen zu bewältigen. Netzwerke hingegen vermögen gerade zu koppeln, eben auch ganz verschiedene Sichtweisen auf ein Problem; sie koppeln die Perspektive der

Schule und die der Freizeitkultur, die Perspektive der Politik und die der Wirtschaft. Wo sie in Austauschleistungen funktionieren, entsteht in Netzwerken Emergenz: Netzwerke leisten zum Problem mehr, als die einfache Summe der Leistungen der einzelnen Partner (Institutionen) nebeneinander je erbringen könnte. Netzwerke vermögen nicht nur zu addieren, sie multiplizieren.²⁵

Gibt's schon, solch ein Netzwerk hier in M-V, so ein nächster Vorbehalt, siehe Multimediainitiative des Landes ... Den passenden Kommentar dazu gibt Gernot Gehrke:

„Eine (fast – K.B.) ausschließliche Orientierung an dem, was technisch möglich oder wirtschaftlich sinnvoll ist, wird nicht dazu beitragen, die (so) verschiedenen Herausforderungen und Probleme, die sich derzeit stellen, wirksam zu bewältigen.“²⁶

Vielmehr auf eine integrative, emergente, innovative Leistung wird es in den nächsten Jahrzehnten ankommen. Brauchen wir den pädagogisch gewollten „medienmündigen Menschen“ oder den technologisch avisierten „interkulturell vernetzten Globetrotter“? Oder brauchen wir das wirtschaftlich geforderte „medienkompetente Humankapital“ resp. den „medienbegeisterten Konsumenten“? Den rechtsstaatlich „(de-)regulierten Mediennutzer“ oder den gesellschaftspolitisch gewollten „mediendemokratischen Bürger“ – der, nun wiederum parteipolitisch gewollt, alle vier Jahre ein stromlinienförmiger Verbraucher politischer Waschmittelreklame sein möge?²⁷

Die Fragen beantworten sich selbst, indem sie keine Antwort brauchen. Fraglos ist: Die Mediatisierung der Gesellschaft hat sich in den letzten Jahren ungeheuer entgrenzt. Das Medienbudget der Deutschen ist auf achteinhalb Stunden täglich gestiegen – die acht Stunden täglicher Arbeit sind eingeholt! Oder überholt? Nein, die Frage nach der sozialen Erzeugung von Arbeitsplätzen und deren soziale Verteilung – wie individuelle Zuteilung - ist keineswegs überholt. Aber, die Frage nach der sozialen Erzeugung von Kompetenz im Umgang mit dem täglichen Medienbudget überlagert sich immer untrennbarer mit der ersten Frage: erwerbstätig/erwerbslos und information rich/information poor beginnen zusammenzuschwingen im sozialen Code: rich or poor, up or down. Heißt der oben zitierte statistische Zahlenzusammenhang: Je Ost desto TV-Konsum, heißt diese Zahlenproportion nicht eher: Je Arbeitslosigkeit desto TV-Konsum? Desto passiver und desto kompensatorischer das Medienverhalten?

²⁵ Vgl. Gernot Gehrke (Hg.), a.a.O.

²⁶ Vgl. ebenda, S. 41.

²⁷ Vgl. ebenda.

Medienkompetenz ist daher nicht länger eine beliebige Kulturkompetenz unter anderen, über die man individuell beliebig verfügen mag – oder eben auch nicht. Wer kein Musikinstrument spielen kann oder ein Triptychon für ein Musikstück hält ... der wird nur in ausgewählten Zusammenhängen in soziale Isolation geraten – gravierend negative Auswirkungen auf Schulabschluss oder Arbeitsplatzbewerbung hat das in der Regel nicht. Dagegen wird die Fähigkeit, mit Computer und Internet umgehen zu können und Multimedien nutzen und ggf. sogar bearbeiten zu können, künftig ebenso wichtig sein wie: lesen und schreiben und rechnen und zusammenhängend reden zu können, auch in Ausbildung und Beruf. Längst fordern Kultur und Arbeitswelt nicht nur die Fähigkeit ab, Schrifttexte lesen und verfassen zu können, sondern auch hypermediale Texte ‚lesen‘ und z. T. auch schon produzieren zu können.²⁸ Das setzt eine ganz neue, hypermediale hermeneutische Kompetenz voraus (Text-Grafik-Screendesign-Bild-und-Ton-Grammatiken), eine Kompetenz, die ggf. – wenn nicht in der Schule – dann außerhalb erworben wird, oder eben auch nicht, und dann eben mit gravierender Gefahr neuer Chancenungleichheit. Von den Chancen der neuen Medien werden dann nämlich nur die profitieren, die sie sich außerhalb der Schule aneignen und die sie sich auch leisten können.²⁹

Medienkompetenz und sonstige sozial-kommunikative Kompetenzen bilden nicht nur keinen Gegensatz, sie fallen heutzutage buchstäblich ineinander. Denn unsere achteinhalb Stunden Tagesmedienbudget laufen quer, wie wir alle wissen, quer zwischen Freizeit und Erwerbstätigkeit, zwischen Schulausbildung und Konsum- wie Politiksphäre ... Die Medien, eingestiegen in allen Sphären unseres Lebensalltags, wachsen uns kulturell an, wie vormals die Werk-, so nun die Denkzeuge und universellen Informationszeuge. Medienkompetenz ist daher keine Kulturtechnik unter vielen anderen mehr, sondern ein flexibles, irritierendes Überall und Nirgendwo; eine andauernd irritierende Unbestimmtheitsstelle, nach jeder neu gewonnenen Bestimmung wieder indeterminiert, weil dynamisch, veränderlich. Dieser seltsame Charakter ist der nächste, ist der

Grund Nr. 3 für die Notwendigkeit neuer Netzwerke: Netzwerke, diese virtuellen Organisationen sind flexibel – das verbindet ihre Organisationsform mit Märkten. Sie brauchen zwar Regeln, aber keine institutionell ausgehärteten Instanzenwege für routinierte Aufbau- und Ablauforganisation. Als flexible Kontaktnetze eignen sie sich für dynamische Prozessorganisation, wenn Situationen und Probleme hochkomplex, unsicher, ungewiss, weil veränderlich sind.³⁰ Soziologen beschreiben die Informationsgesellschaft längst, wie Manuel Castells, auch als Netzwerkgesellschaft, weil „die herrschenden Funktionen und Prozesse im Informationszeitalter zunehmend in Netzwerken organisiert sind“³¹. Wir kennen alle diese Zuschreibungen zumindest als metaphorische Charakteristika des Mediums der Medien, des Web selbst: informationell, selbstorganisiert, global, vernetzt.

²⁸ Vgl. ebenda, S. 40-41.

²⁹ Hans-Dieter Kübler, a.a.O., S. 15.

³⁰ Vgl. Gernot Gehrke (Hg.), a.a.O.

³¹ Manuel Castells: *Das Informationszeitalter I. Die Netzwerkgesellschaft*, Opladen 2001, S. 527. – Zitiert nach: Gernot Gehrke (Hg.), a.a.O., S. 36.

Die dynamische Komplexität von Medienkompetenz hat Stefan Aufenanger, 1997 befragt nach „Medienerziehung im Jahre 2010“, mit einem Gedankenexperiment beschrieben, das viel weiter greift als nur bis zum Jahre 2010, nämlich bis zum Jahrhundertende 2100. Er verschärfte das Problem auch sachlich, indem er generell nach der heute notwendigen, zukunftsfähigen Lehrerausbildung fragte, und nicht nur nach der Ausbildung von Medienlehrern:

„Wenn wir davon ausgehen, heute PädagogInnen auszubilden, die Kinder erziehen werden, ... (die als soziale Individuen –K.B.) bis zum Ende des 21. Jahrhunderts handlungsfähig sein müssen, dann müssen wir offen zugeben, nichts darüber zu wissen, welches spezifische Wissen und Können unseren Kindern zu vermitteln wäre.“ Denn die „gesellschaftlichen Veränderungen“ wie „... Traditionsverlust und Individualisierungstendenzen ..., die veränderten Kommunikationsstrukturen und Sozialisationsbedingungen durch neue Medien (...) verlangen eine Neubestimmung des Bildungsbegriffs und ein Nachdenken darüber, was denn pädagogisches Handeln in einer durch Medien bestimmten Welt sei.“³²

Die bildungspolitischen Herausforderungen sind bekannt, ja. Aufenangers scheinbar paradoxe These von Schule der Zukunft als dem zentralen pädagogischen Ort ist heute fast Gemeinplatz – aus blanker Notwendigkeit, weil unübersehbar ist, dass die Familien ihren Einfluss auf Kinder nicht mehr in dem traditionellen Umfang wahrnehmen können. Ganztagschule heißt das bildungspolitische Lösungs-/Lösungswort.³³ Medienschule muss es aber auch heißen, sagt die Erziehungswissenschaft fast unisono, und es muss eine – unter dem Druck der Medien – von innen reformierte Schule sein. Pädagogisches Handeln muss und wird sich unter diesem Druck wandeln. Weil lebenslanges Lernen mit der Befähigung, mit der Sozialisation zu lebenslangem Lernen beginnt. Nicht mehr Schüler-Lehrer-Modelle im konfrontativen Instruktionsparadigma der alten Schule allein können das leisten, der Unterricht muss projektorientierter werden. Meister-Lehrling-Modelle, Tutoren-Modelle und Peer-to-Peer-Lernen im Problemlösungsparadigma sind erforderlich³⁴ – der Greifswalder Literatur- und Mediendidaktiker Hartmut Jonas hat dazu auf der vorbereitenden Arbeitstagung im November 2004 in Schwerin ausführlich referiert. „Medienerziehung in weiterführenden Schulen“, so Aufenanger, wird „vorgenommen werden ... nach den Modellen des Erwachsenenlernens, wie wir es aus dem Bereich der beruflichen und betrieblichen Ausbildung kennen.“³⁵ – Oder, so füge ich hinzu, wie wir es kennen aus dem Bereich handlungsorientierter Medienpädagogik in der musisch-kulturellen Jugendbildung im außerschulischen Freizeitbereich.

Wie soll das gehen, bei den enormen beruflichen Belastungs- und Stressfaktoren im Alltag von Lehrkräften an fast allen Bildungseinrichtungen (dünne Personaldecke, erhöhte Stundendeputate, übergroße Klassen, zunehmende Erziehungs- und Lernstörungen, erhöhter formaler Leistungs- und Zeitdruck für Lehrende und Lernende)?³⁶ Wie soll das gehen, angesichts der Finanzkrise der öffentlichen

³² Stefan Aufenanger in: Horst Dichanz (Hg.), a.a.O., S. 175.

³³ Vgl. ebenda.

³⁴ Vgl. ebenda, S. 180.

³⁵ Vgl. ebenda.

³⁶ Vgl. Hans-Dieter Kübler, a.a.O., S. 14-15 sowie Dieter Spanhel, a.a.O., S. 20.

Haushalte mit Einsparpolitiken? Damit bin ich bei „meinem“ letzten Grund angelangt, dem



Grund Nr. 4 für die Notwendigkeit neuer Netzwerke: Netzwerke haben nicht nur eine hohe Innovationsfähigkeit und damit Mobilisierungsfunktion nach Innen (im internen, partnerschaftlichen Streit von Partnern um innovative Lösungen für gemeinsame Vorhaben in der Win-Win-Situation aller Beteiligten). Netzwerke haben auch eine Mobilisierungsfunktion nach Außen, sie mobilisieren für die gemeinsamen, geteilten

Interessen und Belange. Denn die Ressourcen von Netzwerken setzen sich aus dem Ressourcenpool der Partner zusammen – Netzwerke fördern so per se das partnerschaftliche, wechselseitige Interesse an kompetenten und potenten Partnern im Netzwerk, über den Rand der eigenen Suppenschüssel hinaus. Netzwerke basieren ja gerade auf dieser Interdependenz der Netzakteure, basieren auf der wechselseitigen Abhängigkeit der Akteure von den jeweils eingesetzten Ressourcen der anderen Teilnehmer. So geteilte Ziele und Interessen lassen sich in strategischen Allianzen von Netzwerken erfolgreicher durchsetzen. Trotz und gerade wegen der Verschiedenheit der Netzwerkakteure in erfolgreichen virtuellen Organisationen.³⁷

Der jetzige Stellenwert von Medienpolitik und Medienbildungspolitik in Mecklenburg-Vorpommern ist eher sehr bescheiden anzusetzen. Ähnlich sind die für Medienbildungspolitik und Medienkompetenzförderung vorhandenen Ressourcen einzuschätzen. Ich rede hier nicht nur von Geld (dem universellen Eintauschmedium für Ressourcen), sondern vor allem auch von der wichtigsten Ressource, genannt Mensch oder auch qualifiziertes Personal.

Ohne qualifizierte MedienpädagogInnen keine qualifizierte Medienbildung. Es gibt m.W. dazu keine Erhebungen für Mecklenburg-Vorpommern, aber die Zahl qualifizierter MedienpädagogInnen, die hier im Lande tätig sind, scheint in den letzten Jahren bestenfalls auf geringem Niveau zu stagnieren. Nimmt man die Regionalgruppe der GMK – der Bundesverband der MedienpädagogInnen – als Indikator, dann verweist der seit Jahren stagnierende Mitgliederstand von ca. einem Dutzend auf Defizite: Eine Mikro-Regionalgruppe, die fast zehn Jahre lang kaum mehr als gelegentliche interpersonale Kontakte kannte, und die keine andere Kontaktadresse ausweisen konnte als die der Bundesgeschäftsstelle in Nordrhein-Westfalen (!). Soweit der status quo bis gestern.

Ein Medienkompetenznetzwerk in Mecklenburg-Vorpommern ist daher auch notwendig,

- um, erstens, den derzeitigen Stellenwert von Medienpolitik und Medienbildungspolitik deutlich anzuheben, sowie

³⁷ Vgl. Gernot Gehrke (Hg.), a.a.O.

- um, zweitens, die vorhandene Ressourcenknappheit nicht noch verschärfen zu lassen, sondern sogar Schritt für Schritt den Ressourcenpool auszubauen.

Das erforderte, aus einem solchen Netzwerk heraus gemeinsam in politische Öffentlichkeiten und in politische Partizipationsprozesse hineinzugieren. Geht, naturgemäß in Netzwerken, nur in konsensfähigen Belangen. Solcher Konsens muss aber auch erarbeitet werden. Denn Netzwerke haben einen klaren Code, nachdem sie klar unterscheiden in

drinnen/draußen, Netzwerkthema/Nicht-Netzwerkthema, bearbeitbar/nicht bearbeitbar: Netzwerke sind ohne wirkliche Entscheidungsmechanismen für Verteilungskonflikte, und daher sind sie auf Konsensthemen mit Win-Win-Lösungen für alle Beteiligten beschränkt³⁸ – das ist zugleich ihre Stärke, aber das ist auch ihre Leistungsgrenze und Schwäche.

Wir sehen seitens der LAG folgende vordringliche Belange, in denen mögliche Konsensthemen mit Win-Win-Lösungen für alle Beteiligten aufgebaut werden könnten:

Erstes Thema:

Medienpädagogik und Medienstudiengänge an den Hochschulen des Landes. Die ohnehin schmalen Potentiale für Medienfachausbildung dürfen in den anstehenden Reformscheidungen und mit Einsparpolitiken nicht gefährdet werden, im Gegenteil, sie müssen ausgebaut werden. Das betrifft insbesondere, aber nicht allein die erziehungswissenschaftliche Ausbildung. Dennoch, ihr kommt eine zentrale Schnittstellenfunktion für die Entwicklung und Implementierung neuer Lernkulturen zu: Die an der Universität vermittelten innovativen Lehr-/Lernkonzepte müssen wesentlich schneller in die Bildungsinstitutionen transferiert werden, nicht erst nach, sondern schon während der Ausbildung. Der dynamische Rollenwechsel der Generationen am Computer ist von Schülern und Senioren längst vollzogen: teach your grandmother/-father. Pädagogikstudenten und gestandene Lehrkräfte sollten ihn nicht schaffen, diesen Rollenwechsel? Lachhaft.

Zweites Thema:

Die Ganztagschulentwicklung ist voranzutreiben, auch mit entsprechendem Ressourceneinsatz für den Nachmittagsbereich. Medienschulprofile bedürfen der besonderen Förderung. Schulen brauchen dazu nicht weiter administrative Regulierung von außen, sondern das Gegenteil, regulierte Deregulierung, Bewegungs- und Spielräume für die Erprobung und Implementierung neuer Lehr-/Lernkulturen. Oder irrt sich die Schulentwicklungsforschung, wenn sie das Fazit zieht, „dass eine Entwicklung von Schule nicht von außen (durch politischen Druck, Rahmenrichtlinien oder Verordnungen) erzwungen werden kann“³⁹. Nicht „erzwungen“, wohlgemerkt, aber sehr wohl ermöglicht, befördert werden kann sie von außen, die Schulentwicklung: z.B. durch den Abbau starrer Schulorganisationsvorgaben.

³⁸ Vgl. Gernot Gehrke (Hg.), a.a.O., S. 18.

³⁹ Vgl. Dieter Spanhel, a.a.O., S. 20.

Drittes Thema:

Ganztagschule braucht kompetente und potente außerschulische Kooperationspartner, insbesondere auch für die Gestaltung unterrichtsnaher und unterrichtsergänzender Medienkompetenzprojekte. Es macht unter diesem Aspekt keinen Sinn, wenn auf der einen Seite im Kulturhaushalt des Landes die Mittel für jugendkulturelle, für musisch-ästhetische Bildung an den Jugendkunstschulen des Landes erhöht werden, und auf der anderen Seite geht - gleichzeitig und anhaltend - die Projektförderung für jugendkulturelle Medienbildung (von Medienwerkstätten bis kulturellem Kinoabspiel) aus dem Landeskulturretat bereits seit 2002 Jahr für Jahr zurück.

Viertes Thema:

Das Land braucht eine handlungsfähige Landesmedienanstalt, die dem gesetzlichen Auftrag zur Medienkompetenzförderung und zum Betrieb und der Förderung von Bürgermedien (Offenen Kanälen in Trägerschaft der LRZ) auch gestaltend nachkommen kann, zumal in einem so kleinen und strukturschwachen wie relativ großen Flächenland. Ein Medientrecker des Offenen Fernsehkanals – auch aus dessen Arbeit werden wir hier auf der Leinwand noch Eindrucksvolles sehen – ist gut. Ein Trecker ist aber auch das Alibi schlechthin, das wissen wir aus Kriminalfilmen: Der Trecker kann gleichzeitig jeweils nur an einem Ort im Lande sein, was ihm zu dieser Zeit sein Alibi in allen anderen Mediendörfern Mecklenburg-Vorpommerns verschafft. Wer ist hier, hier auf diesen vielen Dörfern, der medienpädagogische Täter (resp. Täterin)? Rundfunkpolitik ist substantiell Kultur- und Bildungspolitik (und daher allein Ländersache, nicht der wirtschaftspolitischen Aspekte wegen). Die periodisch auftauchenden Vorschläge, den Gebührenanteil der LRZ noch stärker als um die jetzigen 20 v.H. zu kappen, zugunsten (wirtschafts-) standortpolitischer Ambitionen, müssen zurückgewiesen werden. Müssten wir nicht eh und besser fragen, wo die anderen, dringend notwendigen Medientrecker herkommen, und wo sie hinfahren?

Fünftes Thema:

Genauso braucht auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Mecklenburg-Vorpommern nicht nur Bestands-, sondern auch Entwicklungsgarantien für die staatsferne Erfüllung seines Grundversorgungsauftrages, zur angemessenen Versorgung unseres Landes mit Information und Unterhaltung, Kultur und Bildung auch in der Zukunft. Rundfunkpolitik ist Kultur-, Öffentlichkeits- und Bildungspolitik der förderalen Regionen – Mecklenburg-Vorpommern sollte seine Landesrundfunkanstalt als Medienkompetenzanstalt (das ist sie sui generis) fordern und fördern. Es gibt nur sechzehn Bundesländer, die allein (!) die Rahmenbedingungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk setzen können. Mecklenburg-Vorpommern ist eines dieser Bundesländer, nicht mehr, aber auch nicht weniger.

Sechstes Thema:



Medienbildung und Medienkultur bedingen einander wechselseitig. Filmförderung und Filmbildung sind die zwei Seiten derselben Medaille. Sie vereinen kulturelle und wirtschaftliche Ansätze, und sie bedingen sich daher synergetisch. Film- und Medienförderung ist daher keine verlustreiche Subvention, die allein aus kulturpolitischer Verantwortung gegeben würde, sondern gezielte Investition in die Zukunft, in die Kultur und in die Bildung, in den Arbeitsmarkt und nicht zuletzt auch: in die wirtschaftliche Infrastruktur Mecklenburg-Vorpommerns. Die seit zwei Jahren im Kulturetat Mecklenburg-Vorpommerns auf ein Minimum eingefrorene kulturelle Film- und Medienförderung aus dem bedarf einer Aufwertung und Restrukturierung.

Die LAG und die GMK-Gruppe sehen aber nicht nur Defizite, sondern auch vorhandenen Input, vorhandene Ressourcen und Kompetenzen – die morgigen Arbeitskreise der Tagung werden das nicht zuletzt mit der Vorstellung von Best-Practise-Modellen untersetzen. Unseren Input, unsere Ressourcen und unsere Kompetenz für ein Netzwerk sehen wir vor allem in der Erfahrungen und Arbeitsmodellen, die in anderthalb Jahrzehnten handlungsorientierter Medienbildungsprojekte in Mecklenburg-Vorpommern akkumuliert wurden. Im Freizeitbereich ebenso wie in der schulnahen Projektarbeit, letzteres mit wachsendem Anteil, weil unter ständig wachsenden Nachfragebedingungen. Die Potentiale vernetzter Angebote zwischen einerseits Medienkultur, Medienwirtschaft und Jugendarbeit sowie andererseits Schule und Lehreraus- wie -weiterbildung sind unglaublich vielfältig,

- ob am Lernort Kino,
- ob mit Medienwerkstätten, die in Schulen gehen,
- ob Schule im Offenen Kanal stattfindet,
- ob im Mitmachradio LOHRO Rostock oder GRISTUF Greifswald,
- ob im Mediacamp des Jugendmedienverbandes JMMV,
- ob der NDR mit schule@ndr.de in die Schule kommt,
- ob Zeitung (OZ oder SVZ oder Nordkurier) Schule macht,
- ob Schüler in den Seniorentreff gehen, und dort als Tutoren Computerkurse abhalten,
- und, und, und ...

Es braucht einiges, aber es braucht nicht zuviel, damit Das Übliche (wir sahen diese Videofilmübung gerade) zum Üblichen an Schulen in M-V würde:

- zehn bis zwölf interessierbare Schüler im Alter von 13-15 Jahren,
- einen Wochentag mit zwei, drei Stunden AG-Zeit (Unterrichtszeit),

- einen Pädagogikstudenten mit Filmerfahrung und mit Erfahrung in handlungsorientierten Filmprojekten,
- einen kleinen Honoraropf und eine Partnereinrichtung mit technologischer Kompetenz,
- ein klares Konzept von Prozessgestaltung im production based training,
- ein paar Anfangsideen der Schüler, gespeist aus ihrer Welt- und ihrer Medienerfahrung, aus ihrem Welt- und Medienerleben,
- selbstbestimmtes Lernen der Schüler, der Mentor moderiert, und er produziert auch mit (das ist unschwer zu sehen, vor der Kamera, hinter der Kamera, am Schnittplatz).

Am Ende kann dann Adrenalin spritzen: Mein/unser erster Film, und er funktioniert ... Sogar einen Preis auf einem Festival haben sie damit bekommen, eine Rückkopplung ohne gleichen, nur noch übertroffen von den Publikumsreaktionen, wie im richtigen Kino. Jeder Pädagoge weiß, was das an Gratifikation bedeutet, an emphatischem Schub für die Verinnerlichung des Gelernten und an neuer Lernmotivation. Reichlich gelernt haben sie außerdem, von Teamwork bis Ausdauer, von Planung einer Produktion bis Ausführung der Kreationen. Über die Gestaltungsmittel und Dramaturgien des Genres haben sie genug erfahren, um künftig billig gemachten Horrorthriller von gut gemachtem unterscheiden zu können. Und mehr noch, sie haben etwas Unersetzliches von sich und an Medienwirkung erfahren: Wie ästhetische Affekte hervorgerufen werden – nicht eben nicht nur, wie sie wirken. Wichtiger aber noch, sie haben all das gemacht, weil sie – erstens – das Übliche machen konnten, das in ihren Peergroups und in ihrem ästhetischen Medienerleben Übliche, das dort Angesagte und Wertige (Scream II und Poltergeist lassen grüßen), ironische Mehrfachcodierung von Bilderzählungen eingeschlossen; selbstorganisiertes Lernen ist eben immer auch selbstbestimmtes Lernen, selbst bestimmt in bezug auf ihre Medienwerte, Themenpräferenzen, Gruppenbeziehungen. Sie haben all dies aber auch gemacht, weil sie – zweitens – so erst die Motivation aufbauen konnten, nicht nur passiver, erlebender Medienkonsument, sondern auch aktiver, kreativer Medienproduzent zu sein, nicht nur Empfänger, sondern selbst auch Sender.

Handlungsorientierte Medienpädagogik hat genau dies zum Grundsatz: Lernprozesse sind mediengestützte Konstruktionsprozesse, mediale Simulationen von Welt und Weltwissen. Das ist übrigens, meinen einige Erziehungswissenschaftler, die Definition von Lernen heute schlechthin.⁴⁰

Kunstblut spritzt, Horror und Gewalt – soll und darf Medienpädagogik in der Schule das? Tampoon Man rettet die Welt vor der Regel so lautet der Drehbuchtitel eines der derzeit laufenden Videoprojekte mit fünfzehnjährigen Schülern (9. und 10. Klasse) im Nachmittagsbereich einer Rostocker Haupt- und Realschule – wie der Titel es schon sagt, klar mädchendominiert, diese Gruppe. Blut-und-Sperma-Phase nennt einer unser erfahrensten Rostocker Filmpädagogen diese stabilen Themen- und Genrepräferenzen pubertärer Altersgruppen. Soll und darf Medienbildung in der Schule daran anknüpfen? Ist das nicht ein Problem, ein Werteproblem?

⁴⁰ Vgl. Dieter Spanhel, a.a.O., S. 22.

Das Problem ist eher, dass die Divergenzen zwischen den Normen der Schule einerseits, den Medienidolen und Mediengratifikationen der Jugendlichen andererseits kaum noch größer werden können.⁴¹ Das Problem ist eher die strukturelle Generationendrift in der Medienwelt, die – wenn sie verdrängt wird – dazu führt, dass LehrerInnen kaum etwas wissen über die Medienwelten ihrer SchülerInnen, und dass sie deren Mediennutzung zumeist extrem unrealistisch einschätzen.⁴² Verschärft wird dies noch durch das - typisch deutsche - Aschenputtel-Syndrom (ein Wort von Stefan Aufenanger) in der Pädagogenpraxis: Es geht zu wie in der Arztpraxis, was gut ist und hilft, das tut weh oder es schmeckt nicht. Es gibt gute und es gibt schlechte Medien, die guten Medien dürfen in die Schule (ins Töpfchen), die schlechten kommen nicht rein in die Schule – ab ins Kröpfchen, ganze Filmgenres genauso wie komplette Mediengattungen, Computerspiele sowieso, auch solche mit für den Sozialkundeunterricht höchst interessanten Simulationen.⁴³

Die Schüler lernen diese Unterscheidung ganz schnell mit, nur mit ganz anderer Wertbesetzung. Gut ist, was nicht in die Schule gehört (und dort auch nicht auftaucht). Die affektive und ästhetisch Wirkung der Medien, diesen Genuss erfahren Heranwachsende fast nur allein gelassen mit der unglaublichen Wucht dieser Wirkung, gespiegelt nur in den Wertsystemen ihrer Peergroups. Dürfen die Heranwachsenden dauerhaft so allein gelassen werden mit ihrer Mediensozialisation in einer schwierigen Medienwelt, allein gelassen mit solchen strukturellen Wertdiskrepanzen?

Für uns ist diese Frage – genau die, die oben eingangs aufgeworfene Frage nach dem Sinn oder Unsinn von Bahnhofspädagogik – längst keine Frage mehr: Medienpädagogik, die nicht an die Medienerfahrungen, an die Medienwelten der jungen Leute anschließt, ist keine.

Dr. Klaus Blaudzun
Landesarbeitsgemeinschaft Medienkompetenz

⁴¹ Vgl. Hans-Dieter Kübler, a.a.O., S. 15.

⁴² Vgl. Dieter Spanhel, a.a.O., S. 20.

⁴³ Vgl. ebenda, S. 21.

Gerd Schneider
NDR Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern



Medien und Bildung

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

„Irgendwas mit Medien“, so lautet häufig die Antwort auf die Frage, was Man(n) oder Frau denn nach Schule oder Studium so beruflich zu tun gedenkt. „Irgendwas mit Medien?“, also Journalist, Kameramann oder eine Liaison mit einem C-Promi? Den Interpretationsfantasien sind hier fast keine Grenzen gesetzt.

Was wollen junge Menschen in den Medien, worin liegt die Attraktivität des Mediensektors? Will man - pointiert gesagt - die Welt verändern oder einfach nur berühmt werden? Mit einer Brust-OP oder einer Teilnahme bei einer Casting-Show kann man sicher schnell bekannt und berühmt werden – und auch schnell wieder in der Versenkung verschwinden.

Doch ist es Aufgabe der Medien, Menschen berühmt zu machen?

Betriebswirtschaftlich ist die Mechanik von Massenmedien im privatwirtschaftlichen Bereich klar: Mit attraktiven Medienprodukten Aufmerksamkeit erzeugen und diese Aufmerksamkeit möglichst optimal in Geld umwandeln, z.B. durch den Verkauf von Werbung.

Damit mag zwar die wirtschaftliche Bedeutung der Massenmedien gut umschrieben sein, die gesellschaftliche Bedeutung ist aber eine andere. Massenmedien spielen für unsere Demokratie eine entscheidende Rolle. Unsere Verfassung legt die Wahlentscheidung in die Hand aller erwachsenen Bürger und setzt darauf, dass die Wähler wenigstens einigermaßen informiert sind und das Für und Wider ihrer Entscheidung kennen.

In Deutschland sind rund 4 % der Beschäftigten in der Medienwirtschaft (inkl. Werbung, IT usw.) tätig. Und der „Rest“? Fast alle Deutschen, also auch die Nicht-Erwerbstätigen, haben einen Fernseher und sehen im Schnitt über 3 Stunden pro Tag fern.

Kann es bei einer Medienkompetenz also darum gehen, dass alle in ihrem Leben einmal einen Film geschnitten haben oder sollten wir uns nicht mehr darum kümmern, das Bewusstsein für die Bedeutung eines funktionierenden Mediensystems zu schärfen? Welchen Beitrag leistet 9Live mit seinen Anrufnummern und das DSF mit seinen Sexy-Clips zur politischen Willensbildung in unserer Gesellschaft? Welche Folge könnte es für unsere Gesellschaft haben, wenn – wie von bestimmten Kreisen forciert - Hörfunk und Fernsehen auf einen Absatzkanal von Produkten reduziert werden?

Rundfunk als Teil einer Wertschöpfungskette, darf es ein bisschen weniger sein?

Entscheidend sind die Fragen:

- Wer steuert und kontrolliert unsere Medien?
- Wer ist mit wem verhandelt?
- Wer hat welche Interessen?
- Wer sorgt dafür, dass der verfassungsrechtliche Aspekt der „dienenden Rundfunkfreiheit“ für die Gesellschaft auch in Zukunft gewährleistet ist?
- Wer weiß eigentlich, dass das duale System nicht unbedingt etwas mit dem gelben Sack zu tun haben muss?

Das alles sind Fragen, die im Rahmen der Medienbildung und Medienkompetenz mit mindestens einer genauso großen Leidenschaft diskutiert werden müssten wie die Produktion von Medieninhalten selbst.

Aus meiner Sicht müssen wir in Deutschland ein größeres Bewusstsein dafür entwickeln, welche Bedeutung ein funktionierendes Mediensystem für unsere Gesellschaft hat.

Wir brauchen ein stärkeres Bewusstsein dafür, dass „Rundfunk“ keine x-beliebige Ware ist. Unabdingbar gehört dazu ein leistungsfähiger öffentlich-rechtlicher Rundfunk, der unabhängig von kommerziellen und politischen Interessen die Zugänglichkeit zu einem breiten Programmangebot für alle sicherstellt. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk ist eben kein Pay-TV, der nicht Zahlungsfähige von Informationen ausschließt.

Wer weiß eigentlich, dass in Deutschland für die Veranstaltung von privatem Rundfunk die Existenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unabdingbare Voraussetzung ist?



Was passiert, wenn man das Feld nur den Kommerziellen überlässt, konnte man gut während des letzten US-Wahlkampfes beobachten. Rupert Murdoch hat mit seinem Nachrichtenkanal „Fox News“ massiv politische Stimmung gemacht. Wir werden sehen, wie sich die großen Medienkonzerne im wohl nun unverhofft bevorstehenden Bundestagswahlkampf verhalten.

Aus meiner Sicht brauchen wir eine Medienbildung im Sinne eines Meta-Wissens über das Mediensystem. Der NDR hat hier mit schule@ndr.de bereits zweimal ein Projekt mit Partnern durchgeführt, bei dem sich Schüler neben dem „Medienmachen“ intensiv mit der Funktionsweise und der Bedeutung von Medien in unserer Gesellschaft auseinandergesetzt haben. Während des zweimonatigen Projekts beschäftigen sich die

Klassen im Unterricht mit Informationsangeboten im Fernsehen, Radio und im Internet. Rund 200 Schulklassen aus dem NDR-Sendegebiet haben bereits erfolgreich an dem Projekt teilgenommen.

Meine Damen und Herren, wo und von wem soll das eben von mir umrissene Meta-Wissen über Medien vermittelt werden? Der Kabarettist Dieter Hildebrandt soll einmal gesagt haben: „Bildung kommt von Bildschirm und nicht von Buch, sonst hieße es ja Buchung.“

Bildung als ein Programminhalt neben Information, Kultur und Unterhaltung, so der klare Auftrag an uns öffentlich-rechtliche Anstalten.

Der NDR-Staatsvertrag trifft hier klare Aussagen:

[§ 5 Abs. 1 NDR Staatsvertrag (neu)]

„Der NDR hat den Rundfunkteilnehmern und Rundfunkteilnehmerinnen einen objektiven und umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und länderbezogene Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. **Sein Programm hat der Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung zu dienen.** Er hat Beiträge insbesondere der Kultur anzubieten und ist berechtigt, sich an den Filmförderungen zu beteiligen.“

In § 7 heißt es weiter:

Absatz 1

„... Der NDR ist in seinem Programm an die verfassungsmäßige Ordnung gebunden. Er trägt zur **Verwirklichung der freiheitlichen demokratischen Grundordnung** bei.“

Absatz 2

„Der NDR hat in seinen Programmen die Würde des Menschen zu achten und zu schützen. Er soll dazu beitragen, die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit, vor Glauben und Meinung anderer zu stärken, und sich für die Erhaltung von Natur und Umwelt einzusetzen. Das Programm des NDR soll die Zusammengehörigkeit im vereinten Deutschland sowie die internationale Verständigung fördern, für die Friedenssicherung und den Minderheitenschutz eintreten, die Gleichstellung von Frau und Mann unterstützen und zur sozialen Gerechtigkeit beitragen. Die sittlichen und religiösen Überzeugungen der Bevölkerung sind zu achten.“

Dietrich Schwanitz hat einmal gesagt: „Man lebt in einer Wissensgesellschaft, aber weiß nicht, was man wissen soll.“ Hier genau liegt die Aufgabe eines funktionierenden Medienbetriebes für die Gesellschaft, nämlich das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen und das Verworrene zu erklären.

Die Faszination der Medien darf sich nicht darauf beschränken, dass man mal einen Beitrag gemacht hat oder eine Schülerzeitung produziert hat. Vielmehr müssen wir

dafür sorgen, dass gerade bei den jungen Menschen das Bewusstsein für die Bedeutung eines funktionierenden Mediensystems geschärft wird.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Gerd Schneider

Direktor

NDR Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern

Prof. Dr. Uwe Hasebrink
Hans-Bredow-Institut für Medienforschung
Medienkompetenz und triales Rundfunksystem:
Medien- und rundfunkpolitische Perspektiven



Vorbemerkung

Eine persönliche Erinnerung zum Thema „Folgen medienpädagogischer Arbeit“:

1993/94, Begleitforschung zu einem medienpädagogischen Projekt des Hamburger Medienzentrums „Mottenschau e.V.“ unter Leitung von Mike Große-Loheide; bei einem der Schulprojekte entsteht an einem Gymnasium in Altona ein besonders eindrucksvoller Film. Der Name des Schülers: Fatih Akim, zehn Jahr später Gewinner des Goldenen Bären und Mitglied der Jury bei den Filmfestspielen in Cannes.

Medienpädagogik als ermutigender Anstoß

Überblick über den Vortrag

- triales Rundfunksystem – triale Medienkompetenz?
 - Neue Ansätze der Medienpolitik: Das Publikum als medienpolitischer Akteur
 - Schlussfolgerungen zu Medienkompetenz und Medienpolitik
-

Vorbemerkungen zum Tagungsthema

- Faszination Medien!
 - Faszination Medienbildung?
 - Spannungsverhältnis zwischen Medien und Bildung
 - o Medien meiden Bildung
 - o Medien bilden
 - o Menschen meiden bildende Medien
 - o Menschen bilden sich mit Medien
 - Konsequenz: Gefahr von Sonntagsreden
-

Triales Rundfunksystem

- Triales Rundfunksystem?
 - Rundfunk wird von drei Säulen getragen::
 - o Öffentlich-rechtlicher Rundfunk
 - o Privat-kommerzieller Rundfunk
 - o Nicht-kommerzieller privater Rundfunk
 - Jeweils spezifische Verbindungen zur Medienkompetenz
-

Medienkompetenz und öffentlich-rechtlicher Rundfunk

- Rundfunk der Öffentlichkeit für die Öffentlichkeit
 - Versuch der Kombination von individuellen Nutzungsbedürfnissen und Interesse der Allgemeinheit, von „interest of the public“ und „public interest“
 - Medienkompetenz: Nutzer als Bürger, die an einem funktionsfähigen Kommunikationssystem interessiert sind, das vielfältigen kommunikativen Interessen gerecht wird, und die deshalb bereits sind, dieses finanziell aber auch ideell durch kritisch konstruktive Teilhabe zu unterstützen.
-

Medienkompetenz und privat-kommerzieller Rundfunk

- Rundfunk der Medienwirtschaft für die werbetreibende Wirtschaft
 - Versuch der Schaffung attraktiver Publika für Werbung über den Weg der möglichst weitgehenden Erfüllung der individuellen Nutzungsbedürfnisse attraktiver Zielgruppen
 - Medienkompetenz:
 - o Aus Senderperspektive: Nutzer als mündige Konsumenten, die gezielt nach ihren Interessen und Vorlieben aus dem verfügbaren Angebot auswählen
 - o Aus Politikperspektive: Nutzer als zu schützende Individuen, die Medienkompetenz im Sinne eines Schutzschildes gegen problematische Programmentwicklungen betrachten.
-

Medienkompetenz und nicht-kommerzieller Rundfunk

- Rundfunk von Bürgern für Bürger
 - Versuch der Aufhebung der Trennung zwischen Sender und Empfänger; Chancen zur Artikulation möglichst aller gesellschaftlicher Perspektiven und Interessen
 - Medienkompetenz: Nutzer als Gestalter von Medienproduktionen und als aktive Vertreter ihrer Perspektiven und Interessen
-

Nutzer im medienpolitischen Diskurs

- Nutzerrolle im Diskurs über Medien-Qualitäten ist ambivalent; zwei gegensätzliche Positionen:
 - Der Blick auf die Qualität „massenattraktiver“ Angebote lege nahe, die Nutzer gerade nicht in die Qualitätsbeurteilung einzubeziehen.
 - Hohe Reichweiten seien der einzig legitime Indikator für die Qualität von Angeboten („Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“)
 - Gemeinsamkeit beider Positionen: Nutzer kommen nur als Konsumenten in den Blick, Maßstab ist ausschließlich die individuelle Bedürfnisbefriedigung.
-

Medienkompetenz im dualen Rundfunksystem

- Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Stärkere Rückbindung an die Gesellschaft, Pflege des Bewusstseins, dass der Rundfunk der Öffentlichkeit verpflichtet ist und sich ihr gegenüber rechtfertigen muss
 - Privater Rundfunk: Förderung von kampagnefähigen Netzwerken der Medienkritik, Einbindung in medienpädagogische Projekte
 - Nicht-kommerzieller Rundfunk: Sicherung der finanziellen und politischen Existenzvoraussetzungen, Ernstnehmen des „dualen Rundfunksystems“!
-

Ansatzpunkt in der derzeitigen Medienpolitik

- Paradigmenwechsel: von „Government“ zu „Governance“; von hoheitlicher Politik zu Steuerungsprozessen unter verstärkter Beteiligung der betroffenen Akteure
 - Stichworte:
 - o „Regulierte Selbstregulierung“
 - o „Selbstverpflichtungen“
 - o „Publikumsbeteiligung und Nutzerschutz“
 - Konsequenz: Wachsende Bedeutung von Akteursnetzwerken
-

Neue Netzwerke für die Medienpolitik

- Im medienpolitischen Diskurs bisher wenig unberücksichtigt: schwach institutionalisierte Akteure, z.B. Nutzer(innen); Konsument(innen), Eltern, Medienpädagog(inn)en, Migrant(inn)en und viele andere mehr
 - Netzwerke können auch für die Akteure zur Stabilisierung und zur Erhöhung des Einflusses beitragen
 - Beispiel: Versuche, die Nutzer als Akteur der Medienpolitik zu stärken
-

Arbeitskreis 1

Netzwerk Medienkompetenz und Wissensgesellschaft in M-V Wirtschaft, Bildung, Ausbildung



Moderation: Claudia Dietrich
Abteilung Stadtentwicklung/Wirtschaftsförderung
Neubrandenburg

Zusammenfassung im Plenum:
Holm-Henning Freier,
Latücht-Film-&Medien e.V. Neubrandenburg

Ausgehend von einer Situationseinschätzung zu vorhandenen Potentialen und Akteuren im Bereich Medienbildung in Mecklenburg-Vorpommern durch den Direktor der Landesrundfunkzentrale M-V, Herrn Dr. Hornauer konzentrierten sich die Beiträge und die Diskussion im Arbeitskreis auf die Thematik der Notwendigkeit und die Chancen zur Bündelung verschiedener Mediensegmente in MV – Medienkultur, Medienbildung und Medienwirtschaft - in einem Medienkompetenznetzwerk.

Akteure aus den Bereichen Wirtschaft, Ausbildung, Berufsfrühorientierung, freizeitorientierte Medienbildung, Filmförderung bzw. Medienwirtschaft und der universitären Ausbildung haben verschiedene Ansätze, Erfahrungen und innovative Projekte vorgestellt.

Im intensiven Diskurs mit den Vertretern aus dem Wirtschaftsministerium und der Staatskanzlei wurden Standpunkte zu einem Mediennetzwerk ausgetauscht.

Als Ergebnisse dieser Diskussion können festgehalten werden:

1. Um die durchaus positiv zu bewertenden Mediensegmente in M-V zu bündeln, ist ein „Veränderungsnetzwerk“ erforderlich. Dieses Netzwerk zielt darauf, die vorhandenen Potenziale - derzeit wahrgenommen als einzelne „Inseln“ und kaum kooperierende Akteure - in standortrelevanten Clustern zu bündeln und nachhaltig zu entwickeln.
2. Übereinstimmend wurde von allen Akteuren als Voraussetzung hierfür die Notwendigkeit eines ressortübergreifenden Medienkonzeptes für das Land M-V auf der Grundlage einer Standortanalyse betont.
3. Einschätzt wurde, dass die „Einzelplayer“ im Lande die Entwicklung eines solchen zukunftsfähigen Medienkonzeptes ohne Gestaltungs- und Entscheidungswille von Politik und Verwaltung nicht leisten können.

4. Als bindende Grundlage zur Umsetzung dieser Aufgabenstellung sollte eine Zielvereinbarung mit den relevanten Fachministerien des Landes und den aktiven Medienverbänden des Landes M-V in Anlehnung an positive Modelle der Medien- und Bildungspolitik in Rheinland-Pfalz zeitnah angestrebt werden.
5. Um den mit der Tagung in Gang gesetzten Dialog in diese Richtung zielführend fortzusetzen, ist ein „Moderator“ sinnvoll, der den Prozess der Netzwerkbildung in die Hand nimmt. Übereinstimmend haben die Teilnehmer des Arbeitskreises den Vorschlag des Direktors der Landesrundfunkzentrale, Herrn Dr. Hornauer aufgenommen, diese Institution mit Gestaltungsaufgaben für verschiedene Medienbereiche als „Keimzelle,“ zu nutzen. Professionelle Unterstützung und Begleitung wurde sowohl seitens des Wirtschaftsministerium als auch der Staatskanzlei und durch anwesende Wirtschaftspartner und weitere Akteure zugesagt.
6. Als positives Fazit des Arbeitskreises ist festzuhalten: Alle anwesenden Akteure haben ihre weitere Mitwirkung bei der Initiierung wie auch der aktiven Ausgestaltung dieses „Veränderungsnetzwerkes“ zugesagt und wünschen eine Fortsetzung des Diskurses sowie der Aktivitäten in genannte Richtungen durch die Akteure der Tagung.

Arbeitskreis 2

**Netzwerk Kooperation schulische –
außerschulische Medienbildung in M-V**

Moderation: Bettina Pinske, rok-tv Rostock
Dr. Hans-J. Ulbrich, LAG
Medienkompetenz



Zusammenfassung im Plenum:

Dr. Eike Schulze, Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, Waren

Der AK II, der sich zusammensetzte aus Medienfachleuten und Pädagogen (aus Schulen, dem Bildungsministerium und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung) hatte die Aufgabe, eine Diskussion in Gang zu setzen mit dem Ziel der Gründung eines Netzwerks, bestehend aus den o.g. Personen. Die generelle Aufgabe dieses Netzwerk soll es dann sein, die Medienkompetenz der Jugendlichen zu verbessern.

Allgemeiner Konsens herrschte darüber, dass Medienbildung in ihrer mehr oder weniger sporadischen Form ihrer Durchführung an Schulen, nicht mehr zeitgemäß ist.

Viele Teilnehmer des AK nutzten die Gelegenheit, um ihr Tätigkeitsfeld anschaulich darzustellen. Hervorzuheben seien hier Einrichtungen wie rok-tv, der Medientrecker Neubrandenburg, Mecklenburg-Vorpommern Film e.V., die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, das Neue Friedländer Gymnasium sowie das Programm schule@ndr.de, die alle bereits erfolgreich mit Jugendlichen auf dem Gebiet der Medien zusammenarbeiten.

In den Ausführungen von Frau Ute Debold vom Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur wurde deutlich, dass aufgrund des Ganztagschulprogramms günstige Rahmenbedingungen geschaffen wurden, bisherige Unterrichtsstrukturen aufzubrechen und zu erweitern. Herr Dr. Eike Schulze von der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung konnte auf konkrete Fördermöglichkeiten von Projekten im Rahmen des Programms „SCHULE plus“ hinweisen, die in idealer Weise zu einer Zusammenarbeit von Medienfachleuten und Jugendlichen führen können.

Im Ergebnis der Diskussionen und der Feststellung der Notwendigkeit wurde ein Netzwerk gebildet, das aus Vertretern von 20 Einrichtungen des Landes Mecklenburg – Vorpommern besteht. Fünf Teilnehmer äußerten ihr Interesse an der Koordination dieses Netzwerks (Ute Debold – Bildungsministerium, Manuela Kämmerer – ifm Rostock, Eike Schulze – DKJS, Karsten Schur – ev. Kirche, Hans-Joachim Ulbrich – LRZ/LAG).

Es sind nur zwei Schulen vertreten (durch Lehrer) und keine Jugendlichen aus Schulen, weshalb ein Aufruf an alle erging, nach Möglichkeiten zu suchen, das Netzwerk in dieser Richtung zu erweitern.

Folgende erste Fragestellungen für die Netzwerkarbeit ergaben sich:

1. Soll Medienbildung wie bisher fächerübergreifend oder als eigenes Fach unterrichtet werden?
2. Welchen Beitrag können Einrichtungen von außerhalb der Schule dazu leisten? (nicht nur punktuell, sondern kontinuierlich)
3. Wie können alle am Netzwerk Beteiligten ihre Kompetenzen und Erfahrungen einbringen?
4. Wie können gute Möglichkeiten von „SCHULE plus“ besser und mehr genutzt werden?
5. Welche Fördermöglichkeiten gibt es überhaupt und wie kann man sie nutzen?

