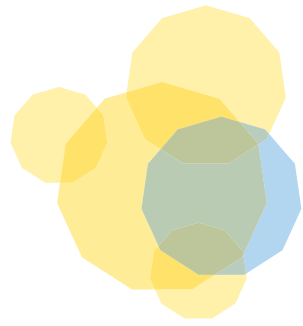


Michael Dietrich
Wertvolle Medien(spiel)räume



2020 – Die Stegreifaufgabe

79

Am 13. März 2020 erhielt im Rahmen einer Pressekonferenz des bayerischen Ministerpräsidenten zum Infektionsschutz im Bundesland Bayern unter anderem die Medienpädagogik eine Art Stegreifaufgabe, also im Wortsinn eine unangekündigte Leistungsfeststellung. Zum 25-jährigen Jubiläum des Netzwerks Interaktiv sollte sich vor allem in der schulischen und außerschulischen Bildung zeigen, wie es um die technische Ausstattung sowie die Medien- und Informationskompetenz von Pädagog*innen sowie Kindern und Jugendlichen steht. Und dies geschieht gerade in einer Zeit in der sich Jung und Alt gerne Informationen über soziale Netzwerke beschaffen, die angereichert sind mit Einschätzungen und Theorien unterschiedlichster Couleur, in sozialer Distanz ohne real-sinnliche Gemeinschaft und einem wertvollen gegenseitigen Blick in die Augen. Für Kinder, Jugendliche und Erwachsene ist es eine große Herausforderung, den Unterschied zwischen digitaler und sinnlich-realer Kommunikation zu (be)greifen und die Geschwindigkeit digitaler Kommunikation trägt nicht zum einfacheren Verständnis bei. Kreative Wertvorstellungen finden in der digitalen Filterblase schnell fruchtbaren Nährboden.

Verfügbarkeit

Dabei hat sich doch eigentlich die Verfügbarkeit der Welt erweitert. Literatur, Nachrichten, Unterhaltung, Freunde sind jederzeit, immer schneller und einfacher, für immer jüngere verfügbar. Hartmut Rosa beschreibt eine Verfügbarkeit in vier Dimensionen: Der Mensch muss im ersten Schritt Welt(en) für sich sichtbar machen, anschließend das Sichtbare er-

reichen, im dritten Schritt das Erreichte beherrschbar und schließlich nutzbar machen (vgl. Rosa 2020, S. 21ff). In der vernetzten digitalisierten Welt des 20. Jahrhunderts sind mehr technische Möglichkeiten und digitalisierte Informationen sichtbar, erreichbar und nutzbar, als es für einen einzelnen beherrschbar ist. Die pädagogische Aufgabe ist es nun, Kinder und Jugendliche auf dem Weg des Nutzbar-Machens der Welt zu begleiten. Im Chemieunterricht sind es begleitete Experimente, die unter Aufsicht dafür sorgen, dass unsichtbare Elemente beherrschbar bleiben. Doch wer begleitet Kinder und Jugendliche in einer Zeit, in der digitale Endgeräte mit Informationen überschwemmt werden, deren Hintergründe nicht mitgeliefert werden, hinter dem so viele unsichtbare Mechanismen stehen? Hieraus erwächst eine Verantwortung für die Bildungsinstitutionen – schulisch und außerschulisch.

Identitätsentwicklung

80

Laut JIM-Studie 2019 sind 89 Prozent der Jugendlichen täglich online, pro Tag für durchschnittlich 205 Minuten. Ein Drittel der Mediennutzung fällt dabei auf die Online-Kommunikation (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2020, S. 24f). Nach einer Untersuchung zur Mediennutzung der Hamburger Krankenkasse DAK-Gesundheit zusammen mit Forschern des Deutschen Zentrums für Suchtfragen des Kindes- und Jugendalters am Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf (UKE) ist dieser Wert während der Maßnahmen zum Infektionsschutz in der Pandemie 2020 sogar noch deutlich angestiegen (DAK-Gesundheit, S.6ff). 205 Minuten sind etwa 3,5 Stunden Mediennutzung pro Tag. Das heißt, etwa einen Schulvormittag oder der Nachmittag mit Freunden oder der Familie verbringen Jugendliche mit und „in“ den Medien. Wenn man sich nun bewusst macht, dass die Entwicklung der eigenen Identität vor allem im sozialen Miteinander in der Schule und in der Familie geschieht, wird schnell die Stellung von Medienangeboten in der Persönlichkeits- und Identitätsentwicklung von Kinder und Jugendlichen deutlich. Identitätsbildung geschieht mit und ohne globale Pandemie mit Informationen und Erfahrungen im Digitalen. Produzenten digitaler Angebote schaffen umfassende Lebenswelten, in denen sich Kinder und Jugendliche entwickeln. Hieraus ergibt sich für die Zukunft unserer Gesellschaft eine große Verantwortung der Macher digitaler Angebote. Denn die heutigen Konsumenten sind die morgigen Macher. Doch diese verfolgen in erster Linie wirtschaftliche Ziele und sehen deren pädagogische Aufgabe nicht an erster Stelle – wenn überhaupt. Somit geht die Verantwortung auf erfahrene, unter Umständen erwachsene, Begleitungen über. Abgesehen von technischen Zugangsmöglichkeiten und Bedienungsanleitungen steht hier die Wertebildung im Vordergrund.

Wertebildung

Im Folgenden werden Werte als tief verwurzelte persönliche Überzeugungen, Haltungen oder Ideale gesehen, welche Verhaltensweisen und Aussagen bewerten und gewöhnlich in einer Gesellschaft geteilt werden. Solche Werte lassen uns ein Bild von der Welt zeichnen, die Welt verstehen und geben uns Orientierung für unsere Lebenswelt. Sie helfen uns bei der Entscheidung, was man für sich und andere tun und lassen möchte. Vor allem, wenn wir unsere Komfortzone, unsere gewohnte Umgebung verlassen (müssen), sind Menschen besonders empfänglich für die Ausbildung und Umbildung des eigenen Wertekanons. Werte bilden sich in der Begegnung mit anderen Menschen, vor allem mit Vorbildern. In sozialen Netzwerken sind das Influencer, Youtuber und andere Internet Stars, die als bewusst oder unbewusst als Wertevermittler*innen fungieren. Im Jahr 2020 sind wir alle – Kinder, Jugendliche und Pädagog*innen – vielleicht ein wenig mehr auf der Suche nach Antworten, nach Halt und Orientierung. Doch gerade die jüngeren Menschen sind anfällig für einfache Lösungswege in einer Lebensphase, in der sie die Welt begreifen und ihren Platz in dieser finden wollen. Darauf und dabei gilt es, die Kinder und Jugendlichen vorzubereiten und zu unterstützen. Immer auch mit der Fragestellung im Hinterkopf, welche Werte wir ihnen vermitteln müssen, dürfen und wollen – denn die jungen Entdecker*innen sind die Entwickler*innen von morgen und programmieren vielleicht irgendwann einen oder sogar unseren *Pflegeboter*in*.

81

Spielräume

Junge Menschen erleben das Klicken, Wischen, Knipsen durch digitale Welten spiele-
risch. Und dabei ist der Mensch „nur da ganz Mensch, wo er spielt“ (Schiller, 1793/2000,
S. 62). Im Spiel kann er sich entfalten, entwickeln, einen eigenen Wertekanon ge-
stalten, ausprobieren, scheitern und soziale Kompetenzen entwickeln. Es wird ganz
ehrlich und persönlich agiert oder in Rollen geschlüpft. Dabei gehen die *User* in eine
selbstwirksamen Resonanz nach einer Definition von Hartmut Rosa (vgl. Rosa 2020,
S. 37ff): Sie lassen sich durch Kommentare und Klicks berühren, antworten vor allem
durch emotionale Reaktion und in Teilen transformieren/verwandeln sie ihre Wertvor-
stellungen – teils unreflektiert. Im Digitalen scheint alles verfügbar. Doch eigentlich ist
alles unverfügbar, weil unberechenbar.

Spiel ist im eigentlichen Sinne das Erproben von Verhalten ohne Konsequenzen. Doch genau dies trifft im digitalen/sozialen Netz nicht immer zu, denn das Internet vergisst bekanntlich nicht(s). (Spielerisches) Verhalten im Netz muss also dringend im Vorhinein reflektiert und mit den eigenen Werten abgeglichen werden. In der Betrachtung von vier Dimensionen der Gestaltung gelingender Spielräume lässt sich die Medienpädagogik ganz gut verorten:

- 1 Spiel braucht Räume: Diese sind im Digitalen meist durch kommerzielle Anbieter gestaltet und *kostenfrei* zur Verfügung gestellt. Sie finden sich auf dem PC, Tablet oder Smartphone.
- 2 Spiel braucht Material: Bilder, Videos, Texte, Memes, Gifs uvm. stehen zur freien Verfüg- und Gestaltbarkeit bietet das Netz ebenfalls fast grenzenlos.
- 3 Spiel braucht Zeit: Die nehmen sich die Kinder und Jugendlichen gerne für die digitalen (Spiel-)Räume, wie oben erwähnt im Schnitt 205 Stunden pro Tag.
- 4 Spiel braucht Partner: Diese lassen sich auch im Freundes- und Bekanntenkreis – aber auch anonym im Digitalen finden. Und spätestens hier kommen die Medienpädagog*innen ins Spiel. Sie/wir dürfen und müssen Partner*innen in diesen Spielräumen sein, als erfahrende und lernende Mitspieler*innen begleiten und zur Verfügung stehen. Bereit sein für offene Wertediskussionen ohne kommerziellen oder politischen Hintergrund. Als Vertreter*innen einer wertvollen, solidarischen Gesellschaft mit den Werten einer demokratischen Pädagogik. Für diese wertvolle Aufgabe braucht es technisch und inhaltlich versierte Pädagog*innen – unterrichtend und begleitend.

82

Aufgabe einer Medienpädagogik

Daraus ergeben sich vielschichtige Herausforderungen für die Medienpädagogik. Sie soll Zugänge für alle schaffen, partizipativ, kreativ und inklusiv Medienkompetenzen vermitteln, klar. Doch gerade in Zeiten gesellschaftlicher Herausforderungen und einem realen „Virus als Zumutungen für die Demokratie“ (Merkel, 2020), dürfen nicht nur die technischen Voraussetzungen geschaffen werden, sondern muss auch ein Beitrag geleistet werden, um deren Bedeutung in gesellschaftlichen Zusammenhängen zu verstehen. In erster Linie dürfen und sollen wir (junge) Menschen begleiten und darin bestärken eigene Werte auszubilden, diese stetig selbst zu hinterfragen, um schließlich wertvolle Mitspieler*innen in der digitalen Vernetzung zu werden.

Dabei kann und muss wertvolle Medienpädagogik universal sein. Egal ob ein iPhone 12 Max inkl. Watch und Tracking-App, der urbane Raum oder der Abenteuerspielplatz im Wald den Spielraum bieten. Ein Wertehintergrund ist universal und kann in jeglichem Umfeld umgesetzt werden. Die Grundlage für einen demokratischen, gemeinschaftlichen Wertekanon kann deshalb nur eine ganz reale Vernetzung der institutionalisierten und nicht-institutionalisierte, realen, digitalen und real-digitalen Lebenswelten von Kinder und Jugendlichen schaffen. Das soziale Netzwerk aus Familie, Freunden, Schule, Freizeitstätten, Kultureinrichtungen und offener Kinder- und Jugendarbeit stellt die Basis verantwortungsvollen Agierens im Digitalen. Dazu bedarf es an Ausstattung und vor allem an Ausbildung aller beteiligten im Hinblick auf Medienkompetenz sowie einer wertvollen (Medien)Pädagogik.

Digitalisierung als pädagogische Aufgabe

83

Am Anfang der pädagogischen Aufgabe in einer digitalisierten Welt steht der Wert. Wertvolle Medienpädagogik/*innen sind sich ihres eigenen Wertekansons bewusst, die sie in ihre Arbeit einbringt/en. Sie gleichen sie ab mit denen, die ihnen in digitalen sozialen Netzwerken begegnen und von deren Betreiber und vor allem von deren Nutzer*innen angeboten werden. Eine reflektierte Medienpädagogik kann schließlich Freiräume anbieten, um eigene Werte zu entwickeln, diese zu reflektieren und danach zu handeln. Denn unbestritten sind Medien wertvoll – also voller unterschiedlicher und teils gegenläufiger Werte. Deshalb muss auch Medienpädagogik wertvoll sein. Schließlich resultieren in Teilen aus einer wertvollen Medienpädagogik, wertvolle Mitmenschen. Unsere Mitmenschen.

Schließlich sei gesagt, dass der landläufig so genannte Lockdown im März 2020 keine Abschlussprüfung war. Trotzdem haben die aktuellen Erfahrungen gezeigt, wo noch Entwicklungsbedarf ist, welche Dynamiken sich in digitalen (Spiel)Räumen entwickeln können und wo schulische und außerschulische Pädagog*innen abgehängt oder überfordert waren. Ganz deutlich hervorzuheben ist aber auch, dass die pädagogische Begleitung von Kinder und Jugendlichen in einer Zeit, die für die Gesellschaft eine große Herausforderung darstellt(e) vor allem in verschiedenen Ebenen der Kulturellen Bildung hervorragend flexibel, innovativ und spontan reagiert hat und sich in einer Zeit von gesundem realen Abstand über digitale Vernetzung ins Spiel gebracht und die Nähe zu den jungen Menschen aufrecht oder sogar intensiviert hat.

Literatur

DAK-Gesundheit (Hrsg.) (2020). Mediensucht 2020 – Gaming und Social Media in Zeiten von Corona. Hamburg.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2020). JIM-Studio 2019 – Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

Merkel, Angela (2020). Sommerpressekonferenz der Kanzlerin. www.bundeskanzlerin.de/bkin-de/aktuelles/kanzlerin-sommer-pk-1780768 [Zugriff 03.10.2020]

Rosa, Hartmut (2020). Unverfügbarkeit. 7. Auflage. Wien-Salzburg: Residenz Verlag GmbH

Schiller, Friedrich (1793/2000). Über die ästhetische Erziehung des Menschen. In einer Reihe von Briefen. Stuttgart: Reclam.