

Cornelia Walter

## Medienpädagogik revisited

Wie sich die Berichterstattung  
über Medienpädagogik in den letzten  
zehn Jahren verändert hat<sup>1</sup>

In den letzten zehn Jahren hat sich mit dem digitalen Wandel auch die Medienpädagogik verändert. Mit einer quantitativen Inhaltsanalyse wurde die Berichterstattung über Medienpädagogik der Jahre 2009 und 2019 verglichen. Während medienpädagogische Themen 2019 an Umfang und inhaltlicher Vielfalt gewinnen, finden bildungspolitische Forderungen der medienpädagogischen Fachwelt kaum Gehör und die außerschulische Medienpädagogik verliert immer mehr an Raum. Ein Weckruf für alle Medienpädagog\*innen.

225

Als sich Ende 2019 Medienpädagog\*innen aus ganz Deutschland zum 36. Fachforum Kommunikationskultur der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) in München trafen, blickten sie am letzten Tagungstag auf das zehn Jahre zuvor veröffentlichte Medienpädagogische Manifest zurück. In diesem forderten Akteur\*innen aus medienpädagogischer Forschung und Praxis u.a. eine stärkere Verankerung der Medienpädagogik in Schule, Ausbildung sowie im außerschulischen Bereich. Zur Zeit der Entstehung des Manifests begann gerade der Aufstieg des damals noch als Web 2.0 bezeichneten *neuen* Internets und die neuen partizipativen Möglichkeiten weckten die Hoffnung auf mehr Beteiligung und Demokratie.

Zehn Jahre später ist eine gewisse Ernüchterung eingetreten, Angst und Sorge haben die Hoffnungen in das Web 2.0 abgelöst. Technologische Neuerungen scheinen unkontrollierbar, der Ton im Internet rauer und Algorithmen stehen im Verdacht, Wahlen zu beeinflussen. Dieses Spannungsfeld griff das 36. Forum der GMK auf. Unter dem

1 Der vorliegende Text ist ein überarbeiteter Auszug aus meiner Master-Arbeit: „Medienpädagogik revisited. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung über Medienpädagogik der Jahre 2009 und 2019“ an der Donau-Universität Krems.

Titel *Zwischen Utopie und Dystopie. Medienpädagogische Perspektiven für die digitale Gesellschaft* wurde auch über die Zukunft der Medienpädagogik diskutiert – und ein Addendum, also eine Ergänzung, des Medienpädagogischen Manifests formuliert, das diese *neuen* Themen aufgriff ebenso wie strukturelle Forderungen des ursprünglichen Manifests ergänzte.

226

Denn der digitale Wandel hat in den letzten zehn Jahren nicht nur die Medienlandschaft und unsere Gesellschaft, sondern eben auch die medienpädagogische Arbeit stark verändert – und das sowohl inhaltlich als auch strukturell. Medienkompetenz ist zu einer Schlüsselkompetenz für politische Urteils- und Handlungsfähigkeit (Manzel 2017) geworden, gleichzeitig ist gesellschaftlich aber oft unklar, in wessen Verantwortungsbereich die Vermittlung von Medienkompetenz fällt (vgl. Moser 2006, S. 17; Aufenanger 1997, S. 2f). Es mangelt z.B. an der technischen Ausstattung und curricularen Einbindung sinnvoller Konzepte der Medienkompetenzvermittlung in Schulen (vgl. Institut der deutschen Wirtschaft Köln 2018), an nachhaltiger Finanzierung außerschulischer Bildung und einer politischen und gesellschaftlichen Verankerung medienpädagogischer Themen. Inwiefern die 2019 verabschiedete *Verwaltungsvereinbarung DigitalPakt Schule 2019-2024 (DigitalPakt Schule)* zu einer Verbesserung der Ausstattung sowie der digitalen und (Medien-)Kompetenzen führt, ist noch offen. Dass es sowohl an Ausstattung als auch Konzepten mangelt und digitale Kommunikation so gut wie nicht in Schulen stattfindet, zeigt die aktuelle Corona-Zusatzuntersuchung JIM plus (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2020).

Hinzu kommt, dass Medienpädagogik als „umbrella term“ (Drerup 2005, S. 21) verschiedene Disziplinen vereint, interdisziplinäre Betrachtungen und Kooperationen von Wissenschaft und Praxis dabei aber eher selten sind. Jeder Bereich definiert eigene Expert\*innen, Themen und Bedarfe (vgl. Brosius/Schwer 2008, S. 40; Drerup 2005, S. 20, Schorb 2017a, S. 137). Brosius und Schwer konstatieren der Medienpädagogik ein „Institutionalisierungsproblem“ (2008, S. 40f) mit einem zu starken Fokus auf die Praxis und weniger auf Grundlagenforschung und Theoriearbeit (ebd., S. 42).

Dabei ist die (Selbst-)Reflexion innerhalb des Faches dringend notwendig. Denn Medienkompetenz ist eine gesellschaftliche Kernkompetenz und ihre Vermittlung eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Sie soll vor allem Kindern und Jugendlichen (aber auch Erwachsenen) nötige Kompetenzen vermitteln, damit diese (auch in der Zukunft) gesellschaftlich teilhaben können. Nur wenn alle an der Vermittlung von Medienkompetenz beteiligten Disziplinen und Gruppen sich verständigen und wenn Medienpädagog\*innen und Gesellschaft ein gemeinsames Verständnis der Herausfor-

derungen, Themen, Problemlagen und Verantwortlichkeiten haben, können gute und nachhaltige medienpädagogische Konzepte entstehen.

Als ein Thema, das die gesamte Gesellschaft betrifft, wird Medienpädagogik auch in der öffentlichen Debatte verhandelt. Ein Indikator für die gesellschaftliche Beachtung und öffentliche Diskussion von Themen ist die mediale Berichterstattung. Sie kann Themen setzen (Agenda-Setting) und auch (Deutungs-)Rahmen (Framing) vorgeben. Dabei werden Leitmedien als Meinungsführer\*innen noch immer eine besondere Relevanz und Orientierungsfunktion zugesprochen (vgl. Mathes/Pfetsch 1991, S. 36; Jarren/Vogel 2009, S. 89). Zudem genießen sie das Vertrauen der Bürger\*innen und es wird ihnen eine besonders hohe Glaubwürdigkeit in der Gesellschaft zugesprochen (Jarren/Vogel 2009, S. 77). Leitmedien haben zudem die Aufgabe, gesellschaftliche Themen ebenso wie Themen aus den Fachöffentlichkeiten oder gar privater Kommunikation aufzugreifen und zu vermitteln (ebd., S. 74).

227

Als Randthema wird Medienpädagogik in der Berichterstattung kaum behandelt – gleichzeitig gibt es kaum empirische Studien über die mediale Repräsentanz des Themas (Drerup 2005, S. 109ff). Betrachtet man die Veränderungen der Medien[nutzung] der letzten zehn Jahre und den damit verbundenen Wandel der Medienpädagogik, stellt sich die Frage, ob diese Veränderungen sich auch in der Berichterstattung zu den Themengebieten niederschlagen.

### **Inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung über Medienpädagogik**

Die Frage, ob und wie sich die Berichterstattung über Medienpädagogik (und Medienkompetenz) in den letzten zehn Jahren verändert hat, wurde mit Hilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse der Presseberichterstattung untersucht. Dabei wurde die Berichterstattung über medienpädagogische Themen in den Jahren 2009 und 2019 in den beiden überregionalen Tageszeitungen Süddeutsche Zeitung (SZ) und Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) analysiert und verglichen. Acht offene forschungsleitende Fragen lenkten dabei den Blick auf spezifische Bereiche der Berichterstattung, wie beispielsweise den Anlass und die Themen der Berichterstattung ebenso wie die Akteur\*innen, die zu Wort kommen oder wem die Verantwortung für die Vermittlung von Medienkompetenz zugeschrieben wird. Die Ergebnisse der Untersuchung sollen die oft geforderte (Selbst-)reflexion des Faches und der medienpädagogischen Praxis unterstützen und zu einer Standort- und Aufgabenbestimmung beitragen (vgl. z.B. Brosius/Schwer 2008, S. 42).

## Pädagogische Perspektiven

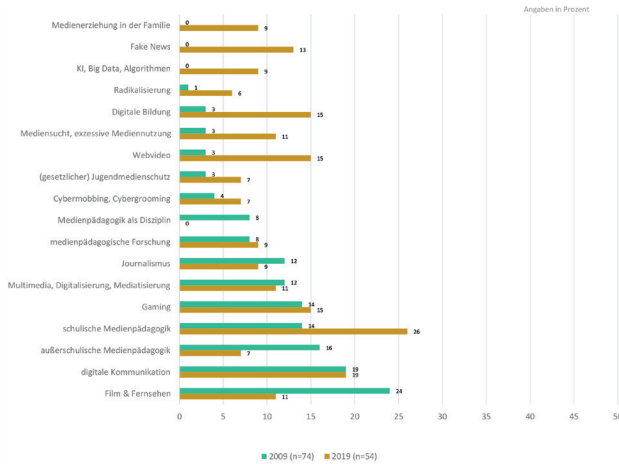


Abbildung 1: Themen der Berichterstattung in den Jahren 2009 und 2019

## 228 Ergebnisse der Inhaltsanalyse

Mit einer Schlagwortsuche (Schlagwörter medienpäd\*<sup>2</sup>, medienkompetenz und medienbildung) in den Online-Archiv-Katalogen der SZ und FAZ wurden alle Artikel im Untersuchungszeitraum (1. Januar 2009 bis 31. Dezember 2009 sowie 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019) ausgelesen, die über Medienpädagogik, Medienkompetenz und/oder Medienbildung berichteten. Untersucht wurden dadurch insgesamt 128 Artikel (74 aus 2009 und 54 aus 2019). Die Artikel aus 2019 enthielten signifikant (.000) mehr Wörter als 2009, die Berichterstattung war also zehn Jahre später deutlich umfangreicher als 2009. Zusätzlich zum gesteigerten Umfang, war 2019 auch eher ein Thema Anlass der Berichterstattung denn ein Ereignis. Ein Hinweis darauf, dass Medienpädagogik breiter gesellschaftlich und politisch diskutiert wird, denn „indem sie die Nachrichten in Form von diskreten Ereignissen, die kaum oder gar nicht miteinander verknüpft sind, präsentieren, tragen diese Medien dazu bei, daß es an Verständnis für den politischen Prozeß fehlt“ (Kriesie 1994: 237).

Auch die Anzahl der Themen, die in den Artikeln behandelt werden, ist gestiegen. 2019 berichten mit 22% aller untersuchten Artikel fast doppelt so viele Artikel wie 2009 (12%) über drei oder mehr Themen. Ein Blick auf die konkreten Themen (Abb. 1) – die in Anlehnung an die Fachgruppen sowie Fachkonferenzen der GMK erhoben wurden – zeigt, dass die schulische Medienpädagogik an Raum gewinnt während die außerschulische Medienpädagogik verliert. Auch Themen wie Fake News und Künstliche Intelligenz sowie Digitale Bildung und Webvideo rücken in den Fokus der Berichterstattung. Eine

2 Das \* als Suchoperator dient als Platzhalter und ersetzt Begriffe nach dem Suchwort, somit werden Artikel herausgefiltert, die z.B. Medienpädagog\*innen, Medienpädagogik oder medienpädagogisch enthalten können.

## Medienpädagogik revisited



Abb. 2: Zugeschriebene Deutungsmacht über medienpädagogische Themen

Auseinandersetzung mit Medienpädagogik als Disziplin, 2009 noch in 8% der Artikel zu finden, findet 2019 gar nicht mehr statt. Während einige Themen, wie z.B. der Bereich Making und Coding und Diskussionen um Filterblasen weder 2009 noch 2019 behandelt werden spielen andere Themengebiete wie z.B. Musik, Hörmedien, inklusive Medienbildung und Netzpolitik eine verschwindend geringe Rolle (und sind daher erst gar nicht in die Abbildung integriert).

Obwohl die außerschulische Medienpädagogik 2019 thematisch an Raum verliert, sind es vor allem außerschulische Medienpädagog\*innen, die als Expert\*innen zu Wort kommen bzw. denen die Deutungsmacht über medienpädagogische Themen zugeschrieben wird (vgl. Abbildung 2). Generell kommen 2019 häufiger mehrere (bis zu vier) Akteur\*innen zu Wort. Dies zeigt sich auch darin, dass Gruppen, die 2009 kaum oder gar nicht als Expert\*innen auftauchen, 2019 eine Stimme in der Berichterstattung bekommen – Pädagog\*innen, Lehrer\*innen, Bürger\*innen und Akteur\*innen der Exekutive, also z.B. von Jugendschutz oder Polizei, ebenso wie Journalist\*innen und Kinder und Jugendliche selbst. Auch den wissenschaftlichen Bereichen wird 2019 verstärkt die Deutungsmacht über medienpädagogische Themen zugeschrieben – und das allen gleichermaßen.

Auch bei der Verantwortlichkeit für die Vermittlung von Medienkompetenz zeigt sich 2019 die „Verdrängung“ der außerschulischen Medienpädagogik, während verstärkt den Institutionen der formalen Bildung, also hauptsächlich den Schulen – aber auch dem Elternhaus – die Verantwortung für die Medienkompetenzvermittlung zugeschrieben wird (vgl. Abbildung 3). Auch die Medieninstitutionen und der Journalismus selbst werden 2019 für verantwortlich erklärt, wenn es um die Vermittlung von Medienkompetenz geht. Während Medienkompetenzvermittlung 2009 als Aufgabe der Pädagogik gesehen wird, rückt der Fokus 2019 eher in Richtung Politik (6%) und Jugendmedienschutz (6%).

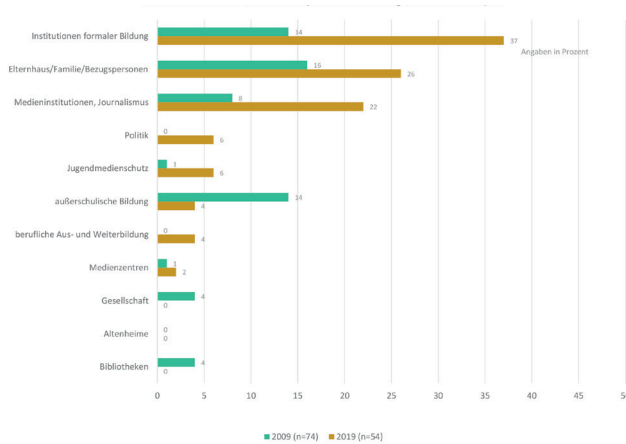


Abb 3: Verantwortliche für Medienkompetenzvermittlung

230

Hauptzielgruppe von Medienkompetenzvermittlungsangeboten sind Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene (2019: 80%, 2009: 57%). Erwachsene werden 2019 mit 19% allerdings häufiger als Zielgruppe in der Berichterstattung genannt als dies noch 2009 (12%) der Fall war.

Bzgl. der inhaltlichen Ausgestaltung der Medienkompetenzvermittlung werden alle Dimensionen der Medienkompetenz – Handeln ebenso wie Wissen und Bewerten bzw. Reflexion – 2019 häufiger thematisiert als 2009. Der größte Unterschied jedoch liegt bei der Dimension Bewerten und Reflexion. Während diese in der Berichterstattung von 2009 noch kaum eine Rolle spielt (5%), beschäftigen sich 2019 fast zwei Drittel aller Artikel (57%) damit (vgl. Abbildung 4).

Die bildungspolitischen Forderungen des Medienpädagogischen Manifests, ebenso wie Handlungsempfehlungen von Eickelmann, Aufenanger und Herzig (2014), kommen in der Berichterstattung über Medienpädagogik so gut wie nicht vor. Lediglich die Forderungen nach Bildungsstandards und die Verankerung der Medienkompetenzvermittlung in Schulen werden 2009 in 10% der Artikel und 2019 in 13% der Artikel erwähnt. Ein einziger Artikel befasst sich 2009 mit der Stärkung der Medienkompetenz in außerschulischen Handlungsfeldern und drei Artikel thematisieren Medienpädagogik als Teil der pädagogischen Ausbildung. 2019 werden vereinzelt Forderungen wie Chancengleichheit (4%), Medienbildung als strukturell verankerter Bestandteil von Demokratieerziehung (4%) und Big Data (2%) erwähnt, aber auch hier nur in einer sehr geringen Fallzahl. Die Verzahnung medienpädagogischer Angebote und der Aufbau lokaler Netzwerke findet ebenso wie die Forderung nach mehr (qualitativer) Forschung gar keine Erwähnung in der Presseberichterstattung. Weder 2009 noch 2019.

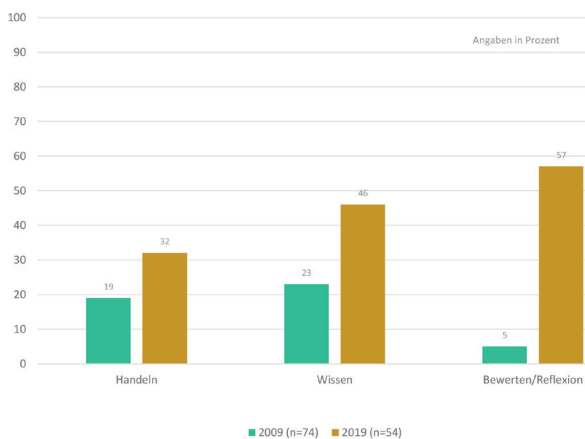


Abb. 4: Thematisierte Dimensionen der Medienkompetenz

## Ausblick

231

Mit dem Wandel der (Medien-)Nutzung und der damit verbundenen medialen Durchdringung sämtlicher Lebensbereiche hat sich auch die Berichterstattung über Medienpädagogik und Medienkompetenz in den letzten zehn Jahren verändert. Es wird umfangreicher über Medienpädagogik berichtet, mehr Akteur\*innen aus verschiedenen Bereichen kommen zu Wort. Die Themen der Berichterstattung bzw. des öffentlichen Diskurs decken sich aber nicht zwangsläufig mit denen der medienpädagogischen Fachwelt.

Die bildungspolitischen Forderungen des medienpädagogischen Manifests fanden weder 2009 noch 2019 einen Weg in die öffentliche Debatte. Schule und Elternhaus rückten als Vermittler\*innen von Medienkompetenz in den Fokus der Berichterstattung. Hier wird deutlich, dass Medienpädagogik und mit ihr die – vor allem außerschulischen Medienpädagog\*innen – sich deutlicher positionieren muss. Denn obwohl offensichtlich als Expert\*innen geschätzt, verschwindet die außerschulische Medienpädagogik selbst in der Berichterstattung. Hier muss sie einen Weg finden, ihre Expertise, ihre Standpunkte und Forderungen mehr in die Öffentlichkeit zu tragen. Dies kann nur mit einer stetigen Selbstreflexion gelingen.

Und sie muss noch mehr auch die Verantwortung für die Zielgruppe der Erwachsenen übernehmen, wenn es um die Vermittlung von Medienkompetenz geht. Sei es bei der Unterstützung der Eltern ebenso wie bei der Qualifizierung der an der Vermittlung von Medienkompetenz beteiligten Personengruppen und Institutionen, wie beispielsweise Lehrer\*innen, Pädagog\*innen, Erzieher\*innen etc.

Und die Medienpädagogik muss sich (noch) deutlicher in den Austausch mit anderen Fachbereichen und Disziplinen, die medienpädagogisch arbeiten und forschen, einbringen – der Kommunikations- und Medienwissenschaft ebenso wie der Erziehungswissenschaft. Zudem ist ein verstärkter Austausch von medienpädagogischer Wissenschaft und Praxis wünschenswert. Hier muss die Medienpädagogik als Vermittlerin agieren, Erfahrungen und Erkenntnisse bündeln und sich als Expertin positionieren. Dies kann auch bedeuten, in der Forschung methodisch neue Wege zu bestreiten bzw. Perspektiven zusammenzubringen. Die Medienpädagogik muss ihren Horizont erweitern, um sich gleichzeitig als Disziplin weiter auszubauen, als Profession zu etablieren und in ihrem eigenen Bereich die Rolle der Meinungsführerin zu übernehmen.

### Literatur

232

Aufenanger, Stefan (1997). Medienpädagogik und Medienkompetenz. Eine Bestandsaufnahme. Enquete-Kommission Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft. Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. In: Deutscher Bundestag (Hrsg.) (1997). Medienkompetenz im Informationszeitalter. Bonn. [www.lmz-bw.de/fileadmin/user\\_upload/Downloads/Handouts/aufenanger-medienpaedagogik-medienkompetenz.pdf](http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Downloads/Handouts/aufenanger-medienpaedagogik-medienkompetenz.pdf) [Zugriff: 10.10.2019]

Brosius, Hans-Bernd/Schwer, Katja (2008). Die Forschung über Mediengewalt. Deutungshoheit von Kommunikationswissenschaft, Medienpsychologie oder Medienpädagogik? Schriftenreihe der Landeszentrale für Medien und Kommunikation, Band 26. Baden-Baden: Nomos.

Drerup, Heinz (2005). Erziehungswissenschaft im Kontext. Studien zu Vermittlungsproblemen einer Disziplin. Dresden: TUDpress.

Eickelmann, Birgit/Aufenanger, Stefan/Herzig, Bardo (2014). Medienbildung entlang der Bildungskette. Ein Rahmenkonzept für eine subjektorientierte Förderung von Medienkompetenz im Bildungsverlauf von Kindern und Jugendlichen. [https://www.telekom-stiftung.de/sites/default/files/files/media/publications/buch\\_medienbildung.bildungskette\\_end.pdf](https://www.telekom-stiftung.de/sites/default/files/files/media/publications/buch_medienbildung.bildungskette_end.pdf) [Zugriff: 2.2.2020]

Institut der deutschen Wirtschaft Köln (2018). INSM Bildungsmonitor 2018. Auszug der Studie zum Thema „Digitalisierung und Bildung“. Studie im Auftrag der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM). Köln.

Jarren, Otfried/Vogel, Martina (2009). Gesellschaftliche Selbstbeobachtung und Koorientierung. Die Leitmedien in der modernen Gesellschaft. In: Müller, Daniel/Ligensa, Annemone/Gendolla, Peter (Hrsg.) (2009): Leitmedien. Konzepte – Relevanz – Geschichte. Band 1. Bielefeld: Transcript-Verlag.

Keine Bildung ohne Medien (KBoM) (2009). Medienpädagogisches Manifest. <https://www.keine-bildung-ohne-medien.de/medienpaedagogisches-manifest/> [Zugriff: 1.12.2019].

Keine Bildung ohne Medien (KBoM) (2019). Medienpädagogisches Manifest. Addendum 2019. <https://www.keine-bildung-ohne-medien.de/medienpaedagogisches-manifest-2019/>, 2019, [Zugriff: 15.12.2019].



Kriesie, Hanspeter (1994). Akteure-Medien-Publikum. Die Herausforderung direkter Demokratie durch die Transformation der Öffentlichkeit. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.) (1994). Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Manzel, Sabine (2017). Medienkompetenz als eine Schlüsselkompetenz für politische Urteils- und Handlungsfähigkeit. In: Gapski, Harald/Oberle, Monika/Staufer, Walter (Hrsg.) (2017). Medienkompetenz. Herausforderungen für Politik, politische Bildung und Medienbildung. Bonn : Bundeszentrale für politische Bildung.

Mathes, Rainer/Pfetsch, Barbara (1991). The Role of the Alternative Press in the Agenda-Building Process. Spill-Over Effects and Media Opinion Leadership. In: European Journal of Communication 6 (33)/1991. London: SAGE Publications.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2020). JIMplus 2020. Corona-Zusatzuntersuchung.

Moser, Heinz (2006). Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

Schorb, Bernd (2017). Handlungsorientierte Medienpädagogik. In: Schorb, Bernd/Griemberg-Hartung, Anja/Dallmann, Christine (Hrsg.) (2017). Grundbegriffe Medienpädagogik. 6. Auflage. München: kopaed.

