merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Dagmar Hoffmann und Hans-Dieter Kübler: Editorial

Beitrag aus Heft »2012/05: Medienkonjunkturen - Medienzukunft«

„Mehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft, denn in ihr gedenke ich zu leben." (Albert Einstein) Wissenschaften setzen sich seit jeher mit vielfältigen Fragen zur Zukunft auseinander. Es geht dabei in der Regel um die Chancen und Risiken der Entwicklung des menschlichen Daseins, des sozialen Miteinanders, also der Gesellschaft, sowie um den Erhalt der Umwelt, des Planeten und vieles mehr. Sich Gedanken und Vorstellungen über zukünftige Gegenwarten zu machen, ist eigentlich selbstverständlich. Bisweilen scheint es auch schwierig zu sein, aber es ist nicht unmöglich, denn die Bilder, die wir von der Zukunft haben, knüpfen grundsätzlich an vielfältig vorhandene Konstruktionen sowie Ängste, Sehnsüchte und Wünsche der Gegenwart an. Es ist die Sorge um uns selbst und die Verantwortung für nachfolgende Generationen, die uns veranlasst, über Zukunft zu sinnieren. Allerdings lässt sich die Zukunft schwer vorhersagen, aber es lohnt, über die mögliche zukünftige Gegenwart und damit auch über Alternativen des Möglichen zu reflektieren.Seit geraumer Zeit sind insbesondere Medien-und Sozialwissenschaftlerinnen und –wissenschaftler (auf-)gefordert, sich verstärkt mit der Zukunft der Kommunikation auseinanderzusetzen, da die Präsenz und der Gebrauch neuer Medientechnologien zunehmend die Alltagskommunikation bestimmen und verändern.

Neue Technologien und Anwendungen generieren neue Informations- und Wissensmanagementsysteme die zeitökonomischer und zielgruppenspezifisch sein sollen, es aber de facto nicht immer sind. Die Fähigkeit, angemessen und zeitgemäß zu kommunizieren sowie letztlich Kommunikation effektiv und nutzenorientiert zu gestalten, wird zu einer Schlüsselqualifikation im sogenannten digitalen Zeitalter. Es scheint, als wären Medien- und Kommunikationssysteme einem grundlegenden Wandel ausgesetzt, dessen Folgen im Moment nur schwer abschätzbar sind. Es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht wieder eine neue Anwendung im Netz ‚gehypt' wird, die einem Unterhaltung, Lebenserleichterungen oder neue, vielversprechende Möglichkeiten der Selbstinszenierung verspricht. Gleichwohl setzen sich die wenigsten Anwendungen durch und finden eine massenhafte Verwendung. Im Grunde rekurrieren die meisten Erfindungen auf den üblichen psycho-sozialen Bedürfnissen und verweisen zumeist auf altbekannte Mediensysteme. Viele Anwendungen sind nur temporär populär.Allgemein lässt sich beobachten, dass das Entwicklungs- und Diffusionstempo jeweils neuer Medientechnologien rasant ist und immer schneller wird.

Dabei multiplizieren und erweitern sich die vorhandenen Medienkonfigurationen einerseits und konvergieren bestehende Mediensysteme andererseits. Allerdings lassen sich diese Entwicklungen aus verschiedenen Perspektiven bewerten: als Innovationen oder auch nur als Diversifikationen des schon längst Vorhandenen, je nachdem, welchen Fokus man wählt. In der öffentlichen Wahrnehmung jagt ein Medienhype den nächsten, und es scheint, dass medienpädagogische Theorien und Forschung diesen immer kürzeren Medienkonjunkturen weitgehend abhängig hinterherhecheln. Festzustellen ist, dass es an zeit- und kulturunabhängigen Theorien (was vermutlich auch unmöglich ist) und an dynamischen, präventiv angelegten Medienkompetenzmodellen (was legitim, aber dennoch für die Praxis bedauerlich ist) fehlt. Ferner bleibt meist weitgehend unklar bzw. uneinheitlich, mit welchen Kriterien, Instrumenten und Methoden jene Entwicklungen oder gar der Fortschritt der Medien gemessen und erst recht bewertet werden kann. Vielfach gewinnt man den Eindruck, je grandioser, abstrakter und damit unverständlicher die gemeinhin monokausal angelegte ‚Theorie' ausfällt, umso attraktiver und

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

willkommener ist sie in der besorgten Öffentlichkeit, wohingegen sich wissenschaftliche Konzepte kaum mehr auf solche high levels wagen. Entsprechend werden zahlreiche Trends extrapoliert, die die Zukunft der Medien und damit die öffentliche wie private Kommunikation bestimmen (sollen). Sicherlich werden sich – wie schon in der Vergangenheit – Kommunikationsbeziehungen weiter verändern, aber womöglich auch so, dass sich neben generellen Standardisierungen vielfältige Spezialisierungen und Partikularsierungen herausbilden.

Wenn professionelle, vor allem kommerzielle Mediensysteme immer komplexer, ‚globaler' und mächtiger werden, dürften zugleich auf der Gegenseite viele kleine, amateurhafte, spontane, kollaborative Kommunikationsformen sprießen, die Entwicklungen werden also ebenso heterogener als auch homogener.Die vorliegende merz-Ausgabe kann nicht zu allen, zumindest aber zu einigen zentralen Aspekten des Diskurses über die Zukunft der Medien und damit die Zukunft der Kommunikation Orientierungen, Klärungen und zum Teil aber auch nur Fragestellungen präsentieren, die sich daraus für die medienpädagogische Forschung und Praxis ergeben. So nimmt zunächst der Soziologie Michael Jäckel eine Rückschau auf vorhergesagte Medientrends vor und setzt sie in Beziehung zu gegenwärtigen Entwicklungen. Zudem zeigt er auf, wie derzeit medienöffentlich und wissenschaftlich die Zukunft der Mediennutzung diskutiert und vor allem problematisiert wird. Er erklärt, inwieweit sich Medienangebote in räumlicher und zeitlicher, in sachlicher bzw. inhaltlicher sowie sozialer und funktionaler Hinsicht erweitern und verändern (werden). Menschen moderner hochtechnisierter Gesellschaften sind heute mehr denn je gefordert, sich mit den vielfältigen Funktionen und dem Nutzen von Medien auseinanderzusetzen. Nach wie vor haben Medien die Aufgabe, Orientierung in einer immer komplexer werdenden Welt zu vermitteln sowie Partizipation und Mitgestaltung an gesellschaftlichen Entwicklungen zu ermöglichen.

Auch Hans-Dieter Kübler setzt sich in seinem Beitrag mit dem tiefgreifenden und tendenziell universell sich vollziehenden Wandel der Medien und den Konsequenzen für gesellschaftliche Verhältnisse auseinander. Ein besonderes Anliegen ist es ihm zu verdeutlichen, welche Dilemmata sich aus den rasanten Veränderungsprozessen für medienpädagogisches Handeln ergeben. Er hebt bekannte und altbewährte Paradigmen zum Erwerb von Medienkompetenz und zur Medienbildung auf den Prüfstand und arbeitet heraus, inwieweit diese Modelle in Teilen überholt sind, modifiziert und erweitert werden müssten, um den Anforderungen der komplexen Mediengesellschaft gerecht werden zu können. Gleichwohl verzichtet der Autor darauf, eigene („kurzatmige") Rezepte zu liefern, die hier aussichtsreich Abhilfe schaffen könnten. Demgegenüber betont Manuela Pietraß im Anschluss, dass traditionelle Modelle der Medienkompetenz für neue Phänomene, das heißt, für eine intendierte, verantwortungsbewusste und kritische Mediennutzung und Medienaneignung durchaus nutzbar gemacht werden könnten. Dabei scheint es hier besonders bedeutsam zu sein, Medien vorrangig als Instrumente für Kommunikation zu verstehen und Medienkompetenz als eine Ausdifferenzierung kommunikativer Kompetenz. Unerlässlich sei der Bedarf, so die Autorin, einerseits die Operationalisierung von Medienkompetenz an aktuelle technische Gegebenheiten anzupassen und andererseits deutlich zu machen, dass die Medienpädagogik mit dem Begriff der Medienkompetenz eine einheitsstiftende Deutungskraft in der Vielheit der Medienkonjunkturen bieten kann.

Im Beitrag von Manuela Pietraß wird der Begriff der digital literacy aufgegriffen und werden die Basiskompetenzen zur Kommunikation mit den digitalen Medien erörtert, wie sie für die Gegenwart unabdingbar zu sein scheinen. Im letzten Schwerpunktbeitrag des Kommunikationswissenschaftlers Jeffrey Wimmer geht es um die neuen Publikumsansprüche, die im Zuge der digitalen Bedingungen der Medienkonvergenz und der Ausweitung der

individuellen Medienrepertoires neue Formen der Teilhabe an Öffentlichkeit induzieren. Der Autor hat sich zum Ziel gesetzt, das Ausmaß medialer Partizipation im Kontext der Diagnose der zunehmenden Verbreitung neuer Medien im Alltag zu analysieren und sieht Partizipation in einem engen Bezug zum umfassenden Wandel von Kommunikations- und Medienkulturen. Er erörtert zunächst den demokratierelevanten Zusammenhang von Öffentlichkeit, Medien und Partizipation und erklärt, inwieweit sich dieses Konglomerat derzeit neu konstituiert und zueinander verhält. Dann geht er auf konkrete Formen mediatisierter Teilhabe an Öffentlichkeit ein und nimmt einige Implikationen für Medienpolitik und Medienpädagogik vor. Zusammenfassend konstatiert er, dass sich durch die Digitalisierung und Mediatisierung von Partizipation auch der Wert und das Verständnis politischer Partizipation ändern und die Potenziale für einen emanzipatorischen Gebrauch insbesondere von jungen Menschen auch genutzt werden.Allen Beiträgen gemein ist, dass ihre Gegenwartsdiagnosen Aussagen über die Zukunft der Medien und zu erwartenden Medienkonjunkturen erlauben, wobei sie kaum Destablisierungs- oder Desorganisationsprozesse wohl aber Modifikationen traditioneller Sozialgefüge prognostizieren.

Deutlich wird auch, dass die medienpädagogische Praxis sich nur bedingt an etablierten Medienkompetenzmodellen orientieren kann, sondern die Akteurinnen und Akteure in der Praxis und aus der Wissenschaft deren Weiterentwicklung vorantreiben sollten, sodass diese für die gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen einer immer komplexer werdenden Mediengesellschaft besser genutzt werden können. Auch wenn viele Dynamiken der Kommunikation nicht vorhersehbar sind und einfach geschehen, gilt es weiterhin und auch verstärkt in vielen Bereichen medienpädagogische Begleitung und Unterstützung anzubieten, sodass digitale Klüfte minimiert und allen Menschen sowohl gesellschaftliche als auch kulturelle Teilhabe ermöglicht werden können.