

merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München  
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | [www.merz-zeitschrift.de](http://www.merz-zeitschrift.de)

## Marcus Müller: Maurer, Björn; Rieckmann, Marco & Schluchter, Jan-René (Hrsg.) (2024). Medien – Bildung – Nachhaltige Entwicklung. Inter- und transdisziplinäre Diskurse. Weinheim, Basel: Beltz Juventa. 350 S., 78,00 €

Daten werden nicht aufgesammelt, sondern erhoben. Sie sind keine naturgegebene Ressource; vielmehr werden sie auf spezifische Art und Weise erstellt. So der rote Faden, welcher den Sammelband Medien – Bildung – Nachhaltige Entwicklung durchzieht. Ebenso gestaltbar wie Datensätze ist eine Transformation hin zu einer nachhaltigen Entwicklung. Vor allem Bildung wird in diesem Buch als zentrales Mittel zu einer solchen Entwicklung behandelt.

Schon die drei Kernbegriffe – Medien, Bildung, Nachhaltige Entwicklung – bilden eine komplexe Gemengelage. Unser Wissen über Umweltverschmutzung erhalten wir maßgeblich durch mediengestützte Bildungsprozesse. So wird im Sammelband entsprechend eine Projektidee vorgestellt, bei der Kinder mithilfe von digitalen Lerngeräten die Verschmutzung in ihrer Stadt bewerten und erfassen können, um so eine Aufräumaktion zu starten. Gleichzeitig verursachen die digitalen Endgeräte - also die Medien, mit denen wir von der Verschmutzung erfahren – selbst Datenmüll. Ein Prozess, der sich in einem handfesten Ressourcenverbrauch und Emissionsausstoß manifestiert. In den Beiträgen entwickeln die Autor\*innen Bildungsangebote, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen sollen und dabei Machtverhältnisse sowie strukturelle und analytische Gesichtspunkte berücksichtigen. Dabei unternehmen sie den Versuch digital- und mediengestützte Lernangebote nicht bloß als Teil der Lösung, sondern stets auch als Teil des Problems zu erkennen.

Insgesamt entsteht so eine differenzierte und kritische Betrachtung dreier Megathemen des 21. Jahrhunderts. Der Band richtet sich vor allem an Akteur\*innen aus Bildungskontexten, doch im Grunde gehören diese Themen zu keiner festen Zielgruppe, denn Bildung, Medien und die Transformation zu einer nachhaltigen Lebensweise gehen uns alle etwas an.