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

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Jürgen Hüther: Medienbildung - Ein Begriff sucht seinen Sinn

Medienbildung – ein neuer Begriff bahnt sich unaufhaltsam seinen Weg in die Fachliteratur und Symposien. Seit Ende der 90er Jahre hat er Konjunktur, ohne bisher feste Konturen entwickelt zu haben. Ist Medienbildung das, was man braucht, um sich mit Medien zu bilden, oder das, was man hat, wenn man dies tut? Besitzt man Medienbildung oder betreibt man sie? Ist Medienbildung Prozess oder Produkt, der Weg oder das Ziel, Werden oder Sein? Oder jeweils beides? Ist also Medienbildung das Ergebnis von Medienbildung, mithin das Resultat ihrer selbst? Vertraut man den hierüber auf bildungsphilosophischer Metaebene wie im bildungspraktischen Handlungsbereich ernsthaft disputierenden Medienpädagogen, findet man diese Vermutung weitgehend bestätigt.Trotz dieses Konsenses steht aber Hans-Dieter Küblers Frage im Raum: „Welche Bildung meint nun Medienbildung eigentlich?“ „Bildung für Medien + Medien für Bildung“ lautet darauf Claudia de Witts verblüffend einfache, aber treffende Antwort, mit der sie sich von manch anderen Erklärungsversuchen absetzt, die mit wortgewaltiger Wucht Medienbildung u.a. als integralen Bestandteil von Allgemeinbildung, als wichtigen Aspekt der Persönlichkeits- und Menschenbildung, als Kompetenz für Weltaneignung oder als Habitus und persönlichkeitsbestimmende Haltung gegenüber den neuen Medien beschreiben. Sinnhaftigkeit und Innovationskraft des Begriffs Medienbildung erscheinen in der Argumentation seiner Protagonisten meist in einem unlösbaren Zusammenhang mit dem allumfassenden Veränderungspotenzial der heutigen Kommunikationstechnologie.

Dahingegen lässt de Witts obige Zuschreibung bei historisch orientierten Medienpädagogen gar nicht mal so vage (und wohl auch tröstliche) Erinnerungen z.B. an Kösel / Brunners klassische Formel von der Erziehung zu und durch Medien als Hauptaufgabe der Medienpädagogik anklingen, und das spricht letztlich trotz des heute allseits beschworenen medienpädagogischem Wandels ja doch für eine gewisse Kontinuität in den grundlegenden Zielkategorien unseres Faches. Noch in einem weiteren Zusammenhang steht die Diskussion um den Begriff Medienbildung in historischer Verwurzelung, nämlich in seiner evidenten Verbundenheit mit dem fachsprachlich seit langem fest etablierten Terminus der Medienkompetenz, zu dem er neuerdings in ein fast schon verdrängungsartiges Konkurrenzverhältnis gerät. Die Versuche, Medienbildung als eigenständigen neuen Terminus zu etablieren, machen dessen fehlende Trennschärfe zu seinem gestandenen Pendant Medienkompetenz deutlich, und es stellen sich dabei immer wieder Erklärungsnöte und Abgrenzungsschwierigkeiten ein.

Gewiss haben neue Termini ihren Sinn, wenn sie in Bezug auf die bestehenden sinnerweiternd sind, einen Mehrwert an Klarheit und Information aufweisen und kein – bisweilen auch noch so wohlklingendes – Spiel mit Worten bleiben; sie machen Sinn, wenn ihre Propagierung nicht vordergründig dem Motto Neue Lables braucht das Fach folgt und sie damit lediglich einen belanglosen Etikettenwechsel bewirken. Der terminologische Aufschwung von Medienbildung in Konkurrenz zu Medienkompetenz ist deshalb so erstaunlich, weil hier kein erkennbarer innovativer Mehrwert sichtbar wird. So fragt man sich im Zusammenhang mit dieser zumindest teilweise auf höchst elaboriertem Niveau geführten Diskussion wie kürzlich Winfried Marotzki in seinem beachtenswerten Züricher DgfE-Vortrag: Medienkompetenz oder Medienbildung – Lohnt sich die Kontroverse?

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