

Medienpädagogik in modernen Mediengesellschaften: Bilanzen und Visionen

Was ist eigentlich eine moderne Mediengesellschaft? Und, wenn diese Frage beantwortbar wäre, warum benötigt eine moderne Gesellschaft ein medienpädagogisches Korrektiv? Diese Publikation will sich der Beantwortung dieser und anderer Fragen zum Thema widmen.

Die Artikel basieren zum Teil auf Referaten und Diskussionsbeiträgen, die anlässlich des Forums Kommunikationskultur zum 20. Geburtstag der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik im November 2004 in Bielefeld gehalten wurden.

Mein Beitrag bezieht sich auf die folgenden Aspekte:

Das Medienjahr 1984

20 Jahre danach: Es fehlen die Visionen

Zum Sinn und Unsinn von Medienvisionen

- *Das Medienjahr 1984: „Der große Bruder“ hat verloren?*

Das „Orwell-Jahr 1984“ war sicher ein spannendes Medienjahr. In den USA wurde mit Ridley Scotts berühmtem Werbevideo zur Einführung des neuen „Macintosh-Computers“ am 24. Januar 1984 dem „großen Bruder“ keine Chance gegeben, solange es persönliche Computer für Menschen gibt: der Computer als emanzipatorische Teilhabe an der Weltkommunikation! Eine Vision, die damals eher als à la Jules Verne, Ray Bradbury oder Stanislaw Lem denn als mögliche Realität empfunden wurde.

In der Bundesrepublik wurde das Kabelpilotprojekt in Ludwigshafen gestartet, weshalb am 1. Januar 1984 PKS, später SAT 1 und am 2. Januar 1984 von Luxemburg (RTL plus) aus die ersten privaten TV-Programme senden konnten. Übrigens drei Jahre, bevor in einem Rundfunkstaatsvertrag eine duale Rundfunkordnung gesetzlich fixiert wurde.

Dieser medienpolitische „Urknall“ war ja nicht ganz unschuldig an der Gründung der GMK. Die kritische (Medien-)Pädagogik wollte, nachdem sie

weder „Bild“ noch „Bravo“ verhindern noch das Interesse der jungen Leser/innen daran mindern konnte, wenigstens den Privatrundfunk durch „Aufklärung“ beim Publikum überflüssig machen. Das Ergebnis ist bekannt: Die kritische Begleitung des Privatrundfunks durch die Medienpädagogik konnte zwar bestimmte Auswüchse im Programm verhindern und den Stellenwert von Medienpädagogik und Medienkompetenz in der Gesellschaft erhöhen, einen kommerziellen Rundfunk in der BRD jedoch nicht verhindern. Das konnten die SPD und die Gewerkschaften übrigens auch nicht. Die damals noch durchaus medienkritische SPD – immerhin hatte der ehemalige Bundeskanzler Schmidt noch 1979 einen fernsehfreen Montag gefordert – scheiterte letztlich an der durchaus fragwürdigen „Medienhoheit“ der Bundesländer.

Das öffentlich-rechtliche TV-Programm bescherte den Fernsehzuschauer/innen unter anderem „Weißblaue Geschichten“, „Die verflixte Sieben“, „Spaß am Dienstag“ und als das Fernsehereignis: „Heimat“ von Edgar Reitz. In den Charts (oder hieß es noch „Hitparaden“?) besang Herbert Grönemeyer „Männer“ und Nino de Angelo das „Jenseits von Eden“. In den bundesdeutschen Kinos brachten „Die unendliche Geschichte“, „Die Rückkehr der Jedi-Ritter“ und „Indiana Jones und der Tempel des Todes“ die meisten Besucher, während in den Kinos der DDR „Das fliegende Auge“, „Louis und seine verrückten Politessen“ und „Das Geheimnis der Monsterinsel“ mit allerdings wesentlich mehr Besuchern pro Film am erfolgreichsten waren. Im Fernsehen der DDR gab es Wolfgang Lippert, gutes Kinderfernsehen, nichts über Botschaftsflüchtlinge und interessante Fernsehfilme. Für große Bevölkerungsgruppen war hier allerdings das BRD-Fernsehen zum Maßstab dessen geworden, was Fernsehen sein könnte und sollte.

Was hatte das Jahr sonst noch zu bieten? In Frankfurt am Main wurde die Startbahn West eingeweiht und in Stuttgart begann der RAF-Prozess, es kam zu Streiks um die 35-Stunden-Woche, und das Versuchsprojekt „3 SAT“ wurde gestartet. Die DDR und die meisten Ostblock-Staaten boykottierten die Olympischen Spiele in Los Angeles. In der DDR sorgten übrigens der Milliardenkredit durch die BRD und die Botschaftsflüchtlinge in Prag, Warschau und Berlin für Aufsehen. Das war zwar für die Gründung der GMK wenig relevant, wohl aber dafür, dass wir seit 14 Jahren, also mehr als die Hälfte unseres Vereinslebens, ein gesamtdeutscher Verband sind.

Nun ist im Jahr 1984 nicht die Medienpädagogik erfunden worden, sondern die bis dahin an Universitäten und Instituten vereinzelt wirkenden Medienpädagoginnen und Medienpädagogen bündelten ihre Erfahrungen und Konzepte, um eine höhere gesellschaftliche Wirksamkeit zu erreichen. Die Geschichte dieser Gesellschaft ist – wenn ich das richtig sehe – viel stärker mit dem Begriff der Medienkompetenz als mit dem der Medienpädagogik verbun-

den. Dieser aus Dieter Baackes „kommunikativer Kompetenz“ abgeleitete und durch Habermas und Luhmann (1971) vorbereitete Begriff ist zweifellos zu einem der Schlagworte der letzten zwanzig Jahre geworden.

Einige Beispiele hierfür: Der Landtag NRW veranstaltet „Tage der Medienkompetenz“, die Staatsministerin für Kultur und Medien hat eine „Agentur für Film und Medienkompetenz“ („vision kino“) eingerichtet, und eine Suche im WorldWideWeb bringt bei Yahoo mehr als 1.600.000 deutschsprachige Verweise für „Medienkompetenz“, der Begriff Medienpädagogik kommt übrigens „nur“ auf 1.160.000 und der der „Kommunikationskultur“ nur auf 198.000 Verweise. Es scheint also an der Zeit, die Frage nach der theoretischen und praktischen Handhabbarkeit dieser Begriffe zu stellen. Ich glaube, dass der Begriff der „Medienkompetenz“ zwar im politischen Diskurs weiter verwendet werden sollte, dass wir aber in der wissenschaftlichen Diskussion differenziertere und differenzierende Begriffe brauchen. Dabei denke ich insbesondere auch an die notwendige internationale Vernetzung unseres Anliegens.

Wie sieht es nun aus mit den schönen neuen Medienwelten und welche medienpädagogischen Konzepte haben wir dafür entwickelt bzw. welche wären notwendig für diese Medienwelten? Wie schwierig Prognosen auf zukünftige Medienentwicklungen und zukünftiges Medienverhalten sind, zeigt eine Evaluierung älterer Prognosen.

• *20 Jahre danach: Es fehlen die Visionen*

Wird das Jahr 2004 auch einmal als „Medienjahr“ in die Geschichte von Medienpolitik, -ökonomie, -kultur und -pädagogik eingehen? Ich glaube nicht und will meine Vermutung thesenartig im Folgenden kurz begründen.

Die Begriffe „Medienpädagogik“, „Medienerziehung“ und „Medienkompetenz“ haben ihre emanzipatorische wie auch subversive Bedeutung verloren: Sie sind zum einen zu Leerformeln einer auf Ausgleich orientierten Medienpolitik geworden und sie sind zum anderen von den dominierenden Theoriediskursen abgekoppelt.

Die Medien selbst sind in der Bundesrepublik Deutschland nach Phasen von Euphorisierung versus Stigmatisierung, von Goldgräberstimmung versus Ablehnung, von Innovation versus Stagnation etwas aus dem Fokus gesellschaftlicher Interessen gefallen. Die Erhöhungen von Auto-, Benzin- und Bierpreisen scheinen die deutsche Bevölkerung mehr gestört zu haben als der Verkauf einer deutschen Senderkette an einen amerikanischen Investor und dessen Rückverkauf an den Springer-Konzern.

Die in der GMK vertretene Medienpädagogik kämpft in Theorie und Praxis seit ein paar Jahren um ihr eigenständiges Profil. Das medienpädagogische

Agenda setting wird zur Zeit nicht von der GMK bestimmt, durchaus aber von einzelnen ihrer Mitglieder. Dies kann einerseits durchaus als Erfolg interpretiert werden, weil die für die GMK wichtigen Themen wie Medienpädagogik, Medienkompetenz und Filmerziehung inzwischen von einer Vielzahl von Verbänden, Vereinen, Initiativen etc. erfolgreich vertreten werden. Dennoch ist für die GMK der Verlust der „pole position“ in Sachen Medienpädagogik durchaus ein Problem, weil zu den Zielen eines medienpädagogischen Dachverbandes immer auch eine gewisse Diskurshegemonie zählen sollte.

Dem „medienpolitischen Urknall“ von 1984: Zulassung privater Rundfunkanbieter, sind bislang keine weiteren gefolgt: Die „Folgeentwicklungen“ wie z.B. das WorldWideWeb, der Mobilfunk oder das GPS-System bestimmen inzwischen das soziale Leben ohne vorherige politische und medienpädagogische Debatten! AV-Medien als „Standortfaktor“ für politischen Prestigegewinn, für Arbeitsplätze und sicher auch für massenhafte Bedürfnisbefriedigungen haben den Privatrundfunk ebenso legitimiert wie den Kinder- und Jugendmedienschutz als – durchaus schwierig handhabbare – gesellschaftliche Korrekturinstanz. Die Züchtung oder Nichtzüchtung von Genmais scheint für das Wohl unserer Gesellschaft existentieller zu sein als die Qualität oder Nicht-Qualität von mehr als 30 Fernsehkanälen in Deutschland – Tests von Joghurt oder Mineralwasser wichtiger als Tests zur Alters- und Entwicklungstauglichkeit von TV-Angeboten oder Computerspielen? Diese Entwicklungen erstaunen angesichts der immer wieder den Medien zugesprochenen Wirkungspotenzen: Und dies nicht nur in Wahlzeiten, wo die Anzahl an „Fernseh-Duellen“ als wichtiger erscheint als der Inhalt von Wahlprogrammen der Parteien.

Die aktuelle Medienvielfalt, z.B. Kurzfilme im Kino, im Fernsehen, im Internet, auf DVD, auf dem Mobiltelefon und auf dem PDA; Fernsehen auf dem Bildschirm, auf der Großbildleinwand und auf dem Computer, aber auch die mit den digitalen Medien verbundenen Chancen für Kinder und Jugendliche, selbst medienkünstlerisch produktiv zu werden, bedeutet für die Medienpädagogik eine Themenvielfalt, der gegenwärtig mit einer ebensolchen Vielfalt an Theorieansätzen und Praxismodellen begegnet wird.

Was bedeutet diese – zugegebenermaßen etwas polemische – Zustandsbeschreibung nun für unser Thema? „Der Relaunch der schönen neuen Medienwelten“ ist eher ernüchternd ausgefallen: Die Medienwelten werden eher unter Schlagworten wie „Mediengewalt“, „dumme und dicke Kinder“, „Unterschichtenfernsehen“, „Schleichwerbung“, „Netzpornografie und -piraterie“, „Spams“ etc. denn unter Aspekten von Ästhetik und Schönheit diskutiert. Die GMK stellt dazu in ihren „Thesen zur Standortbestimmung“ u.a. fest:

„1) Seit Anfang der 1990er Jahre haben sich die Mediensysteme deutlich verändert. Zu den wichtigsten Entwicklungsdimensionen gehören

- die Globalisierung der Kommunikation,
- die Ökonomisierung der Medienindustrie sowie
- die Digitalisierung der Medien.

Die Begründung medienpädagogischer Handlungsstrategien, die durch die GMK erarbeitet werden, muss diese Veränderungen berücksichtigen.

2) Wesentliche Zielwerte der GMK sind die Förderung ‚kommunikativer Kompetenz‘ und die medienpädagogische Alphabetisierung in der Informationsgesellschaft, die kommunikative Teilhabe und Selbstentfaltung und die Einbnung von kommunikationskulturellen Barrieren und Hindernissen (‚Medienkompetenz‘). Die GMK fordert die Verantwortung der Rundfunk- und Internetanbieter, damit eine Kultur entsteht, in der Kinder und Jugendliche ungestört eine eigenständige, gemeinschaftsfähige, lustvolle und kritische Persönlichkeit entwickeln können.

3) Die GMK betrachtet den Menschen als aktiven Mediennutzer, der mit den Medien produktiv umgeht. Sie wendet sich gegen ebenso populäre wie einseitige Thesen über die Wirkung von Gewalt und Sexualität in den Medien, die den Menschen als ‚Opfer‘ etikettieren und ihm Unmündigkeit unterstellen.

4) Die GMK sieht sich einer differenzierten Haltung gegenüber der Medienwirtschaft verpflichtet. Sie anerkennt die kulturellen und technologischen Leistungen der Medien. Zugleich erkennt sie aber auch Probleme, die mit der Medienentwicklung verbunden sind. Zu den derzeit zentralen Problemlagen der Informationsgesellschaft zählen für die GMK: die Einschränkung des freien Zugangs zu Informationen durch Kommerzialisierung und Privatisierung; eine sich sowohl global, europäisch als auch national zunehmend verschärfende ‚digitale Kluft‘ zwischen denjenigen, die es verstehen, die neuen Kommunikationsmedien schneller und produktiver für die Befriedigung ihrer Bedürfnisse zu nutzen, und denjenigen mit einer geringeren kommunikativen Kompetenz (...) Diese Problemlagen der Informationsgesellschaft werden von der GMK benannt und zugleich konstruktiv bearbeitet, indem sie darauf abgestimmte medienpolitische sowie medienpädagogische Handlungsstrategien entwirft.

5) Die Globalisierung der Kommunikation heißt für die GMK, die kommunikationskulturellen Problemlagen im lokalen, regionalen und nationalen

Lebensraum weiterhin zu berücksichtigen (...), zugleich aber den Blick für neu entstehende kommunikative Erfahrungsräume zu öffnen. So gibt es eine Zunahme an transnationalen und globalen Beziehungsformen, die durch die globale Medienkommunikation (Satellitenfernsehen, Internet etc.) unterstützt werden. Zunehmend halten Menschen soziale Verbindungen über Ländergrenzen hinweg aufrecht, und zwar besonders stark über die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien. Dies bedeutet aber nicht die Einlösung der Vision eines „global village“. Die globale Informationsgesellschaft ist heute durch heterogene und widersprüchliche Lebensformen gekennzeichnet. Damit sind neue kommunikationskulturelle Chancen und Probleme für die Menschen verbunden. Eine wichtige Aufgabe für die Medienpädagogik ist deshalb: ‚Kommunikative Kompetenz‘ muss auch für die Anforderungen globaler Kommunikation ausformuliert werden...“

Dieser, von mir mit verantworteten, Standortbestimmung und Absichtserklärung haftet allerdings etwas von „Don Quichotte“ an, wenn man die realen ideellen und materiellen Möglichkeiten der GMK für die Durchsetzung dieser Absichten berücksichtigt. Also fehlen nicht Visionen, sondern das Geld zu deren Verwirklichung? Eine bejahende Beantwortung dieser Frage würde m.E. weder den Intentionen der GMK-Gründergeneration von 1984 noch der aktuellen Situation gerecht werden:

Die GMK hat eine Standortbestimmung und eine Benennung von Risiken im medienpädagogischen „Wettbewerbs- und Bildungsmarkt“ vorgelegt, nicht mehr, aber auch nicht weniger. Die auch in dieser Standortbestimmung deutlich werdende Verunsicherung hat primär medienpolitische und -wissenschaftliche Gründe. Die für die Medienpolitik in Deutschland zuständigen Landesregierungen lavieren zwischen Standortpolitik und EU-Fernsehrichtlinien einerseits und Kinder- und Jugendmedienschutz andererseits. Kommissionen wie die KEF, die KEK und die KJM sind eher ein Ausdruck medienpolitischer Hilflosigkeit als ein Beispiel für eine sinnvolle Wechselbeziehung zwischen der Freiheit der Medien einerseits und der Notwendigkeit eines gesellschaftlichen Schutzes vor Medienmissbrauch andererseits. Ein implizites Problem ist hierbei das Verhältnis zwischen der wirtschaftlichen und der kulturellen Bedeutung von Medien.

Als Medienwissenschaftler muss ich allerdings konstatieren, dass diese Wissenschaftsdisziplin sich gegenwärtig nicht gerade durch Stringenz in der wissenschaftlichen Analyse der wichtigsten Gegenwartsmedien auszeichnet. Mit dem Verlust an Visionen zur Mediengesellschaft scheinen auch die Sicherheiten in der wissenschaftlichen Analyse und Beurteilung von Mediengesellschaften verloren gegangen zu sein. Da passen Publikationstitel wie z.B. „Vorsicht Bildschirm! Elektronische Medien, Gehirnentwicklung, Gesundheit

und Gesellschaft“ von MANFRED SPITZER oder „Kalte Herzen. Wie das Fernsehen unseren Charakter formt“ von PETER WINTERHOFF-SPURK, durchaus zum Zeitgeist, während Titel wie „Kinder können fernsehen“ von JAN-UWE ROGGE (1992) oder „Kulturtechnik Fernsehen“ von CHRISTIAN DOELCKER (1989) heute nicht mehr möglich scheinen?

Die gesellschaftliche Krise in Deutschland mit ihrer Rekordarbeitslosigkeit, mit den schlechten PISA-Ergebnissen, der tatsächlichen oder scheinbaren Politikverdrossenheit, dem Abwandern wichtiger Industrieunternehmen in „Billiglohnländer“ oder dem Schwächeln in der Entertainmentindustrie (um nur einige Beispiele zu nennen) wird immer häufiger mit Medienangeboten in Zusammenhang gebracht...

• *Zum Sinn und Unsinn von Medienvisionen*

„Überlegungen zur Zukunft, insbesondere zur Medienzukunft, haben – unabhängig davon, ob es sich um wissenschaftliche oder belletristische Prognosen handelt – immer etwas mit unseren Fähigkeiten zum Fabulieren, mit unseren visionären Fähigkeiten und unseren Phantasien zu tun. Das Extrapolieren aktueller gesellschaftlicher/medialer Entwicklungen in die Zukunft hinein ist äußerst riskant, das belegen sowohl die Fehlprognosen zu politischen (man denke nur an die Szenarien zu den deutsch-deutschen Beziehungen aus den siebziger und achtziger Jahren) oder technologischen Entwicklungen (hier sei an die eher skeptischen Prognosen zur Verbreitung von Computern oder des Internets ebenso erinnert wie an die euphorischen Aussagen zur Verbreitung des Pay-TV in Deutschland) wie auch belletristische bzw. fiktionale Arbeiten zur Zukunft (...).“ Diese Sätze stammen aus meinem Beitrag zum Thema „Erwartungen an und Vermutungen zur Medienzukunft, oder: Medienkompetenzen jenseits des Millenniums“ auf dem GMK-Forum 1999 „Denkräume – Szenarien der Informationsgesellschaft“, nachzulesen in der GMK-Publikation „Denkräume: Szenarien zum Informationszeitalter (GMK 2000, S. 13–20).

Ich habe damals eine Expert/innenbefragung zur Medienentwicklung bis zum Jahr 2005/2015 (media perspektiven 10/98) referiert und für die Belange von Medienwissenschaft und -pädagogik interpretiert. Eine Evaluierung der Prognosen wie auch meiner Interpretationen verweist gleichermaßen auf die Chancen wie auch auf die Risiken von Prognosen und Visionen. Eine Kostprobe in sechs Abschnitten davon soll hier geliefert werden:

Erstens: „Jederzeitige Abrufbarkeit, Interaktionsmöglichkeit, individuell zusammengestellte Programme, berufliche Aus- und Weiterbildung und segmentierte Angebote stellen nach Ansicht der ExpertInnen die wichtigsten Bedarfs-

aspekte (im Sinne einer Bedeutungszunahme) einer Mediennutzung am Anfang des neuen Jahrtausends (2005) dar. Entspannungs- und Unterhaltungsbedürfnisse werden interessanterweise als relativ unwichtig eingeschätzt. Es sind also primär Faktoren der individuellen und aktuellen Verfügbarkeit von Angeboten, insbesondere auch solcher zur Aus- und Weiterbildung und etwas weniger bedeutsam von solchen aus der Region, die wahrscheinlich die Art und Weise der künftigen Mediennutzung bestimmen werden. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang auch die große Bedeutung, die die ExpertInnen den auf individuelle Bedürfnisse abstimmbaren Selektionshilfen bzw. individuellen Programmguides beimessen. Eines der zukünftigen Bewährungsfelder der GMK lautet für mich deshalb auch, bei der Entwicklung individueller Selektionshilfen bzw. Programmguides zu helfen, ein anderes, bei der Entwicklung von zeitgemäßen Aus- und Weiterbildungsangeboten für die Felder Medienkompetenz und Kommunikationskultur federführend mitzuwirken.“ (GMK 2000, S. 15f.)

Diese vorhergesagte Zukunft ist erfreulicherweise nur in Ansätzen realisiert. Unbestritten ist die Notwendigkeit von zeitgemäßen Aus- und Weiterbildungsangeboten in und mit den Medien, eher umstritten hingegen sind die Interaktions- und programmfreien Abrufmöglichkeiten. Obwohl zumindest beim Mediengebrauch der jungen Generation diese These verifizierbar ist.

Zweitens: „Die befragten MedienexpertInnen erwarten bis zum Jahre 2015 eine Erhöhung der täglich für Mediennutzung (alle Medien, einschließlich Nebenbeinutzung) aufgewendeten Zeit um 40 Minuten (also auf sieben Stunden, zehn Minuten). Für Fernsehen und Hörfunk werden geringe Nutzungsrückgänge erwartet, während für die Nutzung von PCs und Onlinemedien eine Versechsfachung des Zeitaufwandes prognostiziert wird. Wobei innerhalb der Onlinemedien der Nutzung von Fernsehen, Hörfunk und Printmedien nur eine relativ geringe Bedeutung beigemessen wird. Die Frage, welchen Inhalten, Formen und Tätigkeiten diese 430 Minuten täglich gewidmet werden und was wir meinen, welche Inhalte (...) sinnvoll wären, sollte nicht a priori als „bewahrpädagogisch“ abgetan werden. Ich denke, dass jeder Generationenvertrag nicht nur einer gegenseitigen, sondern auch einer erfahrungsgesteuerten Verantwortung bedarf.“ (GMK 2000, S. 16)

Hier haben wir noch zehn Jahre Zeit für die Überprüfung. Belege für eine kontinuierliche Zunahme der quantitativen Mediennutzung liegen allerdings schon jetzt vor. Die Beantwortung der von mir vor fünf Jahren gestellten Frage nach den Inhalten und den mit den Medien verbrachten Stunden und Minuten halte ich aus Sicht der Medienpädagogik aber für wichtiger denn je!

Drittens: „Die eben skizzierten Entwicklungen werden mit der Vermutung verbunden, dass sich sowohl die laufenden Medienausgaben (Gebühren, Presseerzeugnisse, Kino etc.) als auch die Investitionen für die Hardware (Endgeräte) bis 2015 wesentlich erhöhen werden. Bei den laufenden Ausgaben wird eine Verdoppelung und bei der Hardware sogar eine Verdreifachung im Vergleich mit 1995 prognostiziert (jeweils ohne Berücksichtigung von Inflationsraten), wobei die Onlinemedien und die dafür notwendige Hardware als wichtigster Kostenverursacher gesehen werden.“ (GMK 2000, S. 16)

Ob und inwieweit damit bestimmte soziale Gruppierungen von einem für sie wichtigen weltweiten Informationssystem ausgeschlossen werden, muss uns m.E. ebenso interessieren wie die Frage nach dem soziokulturellen Sinn bestimmter technologischer Entwicklungen.

Viertens: „Als spezifische Wirkungen der erwarteten Nutzungsveränderungen werden gleichermaßen eine Zunahme globaler – netzvermittelter – Öffentlichkeiten wie auch eine Zersplitterung in immer spezialisiertere Teilöffentlichkeiten prognostiziert. Damit zusammenhängend wird eine massive Bestätigung der ‚Wissenskluft-Hypothese‘ (Spaltung der Gesellschaft in Informationsreiche und -arme) und konsequenterweise ein Verlust des gesicherten und allgemein geteilten Wissens in Aussicht gestellt.“ (GMK 2000, S. 16)

Auch hieraus ergeben sich m.E. zentrale Aufgabenfelder zukünftiger GMK-Aktivitäten, z.B. Aktivitäten zur Verringerung der „Wissenskluft“ (nicht in solchen zur Verhinderung, weil eine Wissensnivellierung ebenso kontraproduktiv ist wie eine ausufernde „Wissenskluft“).

Auffallend ist die eher ambivalente Haltung der befragten Expert/innen zu solch häufig im Zusammenhang mit neuen Medientechnologien diskutierten Sachverhalten wie z.B. „Realitätsverluste“ (nur 33 Prozent stimmen dem als mögliche Wirkung zu), „Bedeutungsverlust des Lesens“ (Zustimmung: 41 Prozent), „Zunahme ethisch-moralischer Orientierungslosigkeit“ (41 Prozent) und „Reduzierung der Arbeitslosigkeit“ (27 Prozent)“ (GMK 2000, S. 16).

Diese Thesen scheinen – mit Ausnahme der von der „Reduzierung der Arbeitslosigkeit“ – angesichts aktueller Publikationen und Diskurse von PETER WINTERHOFF-SPURK („Kalte Herzen“, 2005), MANFRED SPITZER („Vorsicht Bildschirm!“, 2005) und CHRISTIAN PFEIFFERS Begriff der „Medienverwahrlosung“ ziemlich eindeutig verifiziert. Nach den Heilsverheißungen durch die Medien scheinen jetzt Schuldzuweisungen für die Medien gesellschaftsfähig, wie die folgenden Auszüge aus SPITZER (2005, S. 282ff.) zeigen:

- „Eltern sollten sich darüber im Klaren sein, dass Bildschirm-Medien für Kleinkinder und Vorschulkinder sicher schädlich, für Grundschul Kinder sehr wahrscheinlich schädlich und für Schüler der Sekundarstufe I (bis zum 10. Schuljahr) wahrscheinlich schädlich sind.“

- Wer Gewalt sät, wird Gewalt ernten. Machen wir uns nichts vor: Was heute Entertainment heißt, ist vielfach nichts weiter als eine Anleitung zu Gewaltherrschaft, Fremden- und Frauenhass. Wollen wir unseren Nachfahren wirklich diese Werte in die Köpfe pflanzen, drei bis vier Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr? (...)
- Allein in Deutschland werden in wenigen Jahren jährlich einige zehntausend Menschen durch das Fernsehen sterben. Es gefährdet die Menschenwürde, beeinträchtigt das glückende Leben, und es begünstigt Hass, Aggressivität, Krankheit und Tod. Seine negativen Externalitäten müssen den möglichen positiven Auswirkungen sowie den Profitgesichtspunkten der Medienmacher gegenübergestellt werden.
- Wir müssen dafür sorgen, dass die öffentlich-rechtlichen Medienanbieter genügend Mittel zur Verfügung haben, dass sie ein besseres Programm machen können als die kommerziellen Anbieter. Hierzu können Gebührenerhöhungen beitragen. (...)
- Mit prosozialen Programmen öffentlich-rechtlicher Anstalten als Vorreiter guten Fernsehens und mit der weiten Verbreitung der in diesem Buch dargestellten Erkenntnisse besteht die Chance, dass ARD und ZDF nicht mehr den kommerziellen Programmanbietern hinterherlaufen, sondern das Umgekehrte eintritt. Wer wird sein Kind ein Programm ansehen lassen, von dem er weiß, dass es etwa so schädlich ist wie das Rauchen und deutlich schädlicher als Asbest in der Deckenisolation oder Blei in der Wandfarbe?“

Es geht mir jetzt nicht um eine Auseinandersetzung mit diesen teilweise abstrusen Schuldzuweisungen, sondern vielmehr um eine Diskussion der Frage, warum gerade solche Thesen diese immense Popularität haben können? Als vor mehr als zehn Jahren Herr Glogauer mit seinen Behauptungen zur Verantwortung der Medien für Gewalt und Aggressivität auftrat, grenzten sich Medienwissenschaftler und -pädagogen gleichermaßen davon ab. Heute überlassen wir die Auseinandersetzung mit diesen Thesen bzw. auch deren Akzeptanz dem Feuilleton?

Die Medienpädagogik muss sich schon die Frage stellen, warum der medienkritische Diskurs nicht mehr von ihr, sondern von Disziplinen wie Kriminologie, Neurowissenschaften oder Medienpsychologie bestimmt wird. Diese Frage richtet sich nicht gegen die Notwendigkeit interdisziplinärer Dialoge, sondern bezieht sich auf die jeweilige Diskurshoheit. Mein Fazit lautet: Die Medienpädagogik und die -wissenschaft haben diese Diskurshoheit leider verloren. Beide Disziplinen sollten sie aber schnellstens zurückgewinnen, weil sonst der medienpädagogische Diskurs ins wissenschaftliche „Abseits“ gerät.

Fünftens: „Die veränderten Mediennutzungsgewohnheiten werden wahrscheinlich dazu führen, dass außerhäusliche Aktivitäten (Kinobesuche?), die sprachliche Ausdrucksfähigkeit, die Schreib- und Lesefähigkeit, die Konzentration sowie soziale Kontakte und Kompetenzen beachtlich zurückgehen werden. Erwartet werden Zuwächse bei Fähigkeiten zum zielgerichteten Umgang mit Medieninhalten, beim Leistungsdruck und bei Individualisierungstendenzen, aber auch solche in Kreativität und Problemlösefähigkeit.“ (GMK 2000, S. 16)

Selbstverständlich sollten wir uns auch in diese Entwicklungsdiskurse einbringen (vgl. WIEDEMANN in: GMK 2000, S. 17). Die bereits unter „Viertens“ angedeuteten Entwicklungen könnten als ein Beleg für einen Teil der unter „Fünftens“ zusammengefassten Prognosen herangezogen werden. Belege für einen beachtlichen Rückgang von außerhäuslichen Tätigkeiten gibt es bisher aber ebenso wenig wie solche für den Zuwachs an Fähigkeiten zum zielgerichteten Umgang mit Medieninhalten, in Kreativität und Problemlösefähigkeit.

Sechstens: „Welche Bedeutung hätten diese Prognosen, wenn sie denn einträfen, weiterhin für unser Thema? Ich sehe die folgenden Entwicklungen, die davon abgeleitet für Medienpädagogik und auch -forschung relevant sein werden. Die medientechnologischen und -politischen Entwicklungen um die Jahrtausendwende herum (Digitalisierung, Konvergenz der Medien, Kommerzialisierung des Internets, virtuelle Bildungsangebote etc.) bedingen auch Veränderungen in den Zielstellungen und in der Benennung von Problemfeldern innerhalb und natürlich auch außerhalb unserer Gesellschaft. Die Notwendigkeit einer solchen Diskussion ergibt sich allerdings nicht nur aus medientechnologischen Entwicklungen, sondern auch und zuerst aus solchen in den Medieninhalten. Schon heute reagieren viele Player auf den – selbst auferlegten – Zwang, täglich rund um die Uhr Programme anbieten zu müssen, mit einem Recycling und/oder mit Kompilationen von Texten, Bildern, Tönen, Programmen etc. Teilweise angeboten in Spartenkanälen, tragen sie zur Befriedigung spezifischer Interessen und Bedürfnisse bei den Nutzer/innen bei (ähnlich wie bei den „special interest“-Zeitschriften).

Diese „Nische“ für speziell Interessierte ist allerdings aus den folgenden Gründen nicht ganz unproblematisch. Zum einen, weil damit die nicht speziell Interessierten von diesen Programmangeboten weitgehend abgekoppelt werden. D.h.: Das „Mitsehen“ einer ambitionierteren – oder einer anderen, nicht dem primären individuellen Bedürfnisprofil entsprechenden – Sendung wird immer weniger wahrscheinlich, weil es für die Befriedigung der Primärbedürfnisse genügend Angebote gibt, die kein Ausweichen auf die sekundären Bedürfnisse verlangen. Insofern wird das Fernsehen für einen Teil der Bevölkerung immer mehr zur Befriedigung einiger weniger Bedürfnisse ge-

nutzt, weil der Befriedigung anderer, weniger manifester, durch die Angebotsdiversifikation ausgewichen werden kann. Und zum anderen, weil die Fragmentierung der Programme in der Regel auch mit einer Unterfinanzierung der Produktionen und des Vertriebs verbunden ist, was wiederum Auswirkungen auf die Qualität haben kann.

Aber: Die Anbietung neuer bzw. Vervielfältigung und Kompilierung vorhandener Programmangebote zielt auf Bedürfnisse, die offenbar (noch?) nicht massenhaft entwickelt sind; mit Brechts „Radiotheorie“ ließe sich formulieren: Nicht die Öffentlichkeit hat auf das digitale Fernsehen gewartet, sondern das digitale Fernsehen wartet auf die Öffentlichkeit, und um die Situation des digitalen Fernsehens noch genauer zu beschreiben: Nicht Rohstoff wartet auf Grund eines öffentlichen Bedürfnisses auf Methoden der Herstellung, sondern Herstellungsmethoden (sprich: Fernsehkanäle) sehen sich angstvoll nach einem Rohstoff (und dies im doppelten Sinn: nämlich Programme und Publikum) um“. (GMK 2000, S. 16f.)

Über weitere Versuche, Trends und Perspektiven der Mediennutzung bis zum Jahr 2010 zu prognostizieren, werden wir sicher weiter diskutieren. Eine Feststellung kann aber mit ziemlicher Sicherheit getroffen werden, nämlich die vom Beharrungsvermögen der Rezipienten am Gewohnten gegenüber den digitalen Verlockungen des Ungewohnten. Oder, um es anders auszudrücken, die „Mini-Bild-Show“ auf dem Display unserer Mobiltelefone wird uns vielleicht das Warten auf Bahnhöfen verkürzen und vielleicht auch anderen „Leerzeiten“ einen, wie auch immer zu definierenden Sinn, geben. Sie werden aber weder Kino- oder Fernseh-, noch Theater- oder Konzerterlebnisse ersetzen können, auch nicht bei der jungen Generation.

LITERATUR

- DÖLCKER, CHRISTIAN (1989): Kulturtechnik Fernsehen. Stuttgart.
- GMK (2000): Denkräume: Szenarien zum Informationszeitalter. Bielefeld.
- HABERMAS, JÜRGEN/LUHMANN, NIKLAS (1971): Theorie der Gesellschaft oder Soziotechnologie. Frankfurt a. M.
- ROGGE, JENS-UWE (1992): Kinder können fernsehen. Reinbek.
- SPITZER, MANFRED (2005): Vorsicht Bildschirm! Elektronische Medien, Gehirnentwicklung, Gesundheit und Gesellschaft. Stuttgart.
- WIEDEMANN, DIETER (2000): Erwartungen an und Vermutungen zur Medienzukunft, oder: Medienkompetenzen jenseits des Millenniums. In: GMK 2000, S. 13–20.
- WINTERHOFF-SPURK, PETER (2005): Kalte Herzen. Wie das Fernsehen unseren Charakter formt. Stuttgart.

