

Ich war dabei – und?

Nachgedacht zum Medienpädagogischen Kongress „Keine Bildung ohne Medien“ – 24. bis 25.3.2011 in Berlin

Bernward Hoffmann

Als am Freitag 24. März 2011 gegen 17 Uhr der zweitägige große „Gipfel“-Kongress zum Medienpädagogischen Manifest in Berlin zu Ende ging, fiel beim Verlassen des Tagungsortes Freie Universität Berlin ein anderes Medien-Event auf der gegenüberliegenden Straßenseite ins Auge. Vor einem bekannten Apfel-Laden stand eine Schlange von ca. 250 Menschen, die mit dem Start des Deutschlandverkaufs um 17 Uhr ein iPad der Generation 2 erwerben wollten. Die ersten Schlangensteher warteten bereits seit mehr als fünf Stunden auf die Verkaufseröffnung. Und keiner in der Schlange wusste entsprechend der geheimen Apple-Strategie, wie viele Handcomputer denn eigentlich an diesem Tag in diesem Shop zum Verkauf standen. An anderen Orten Deutschlands dürften die Schlangen ähnlich gewesen sein, obwohl es sich ja gar nicht um ein völlig neues Gerät, sondern nur eine neue Geräteversion handelte. Deutschlandweit dürften so mehr als 10.000 medieninteressierte Menschen Schlange gestanden haben. Beim Kongress waren es gut 400 und Schlangen gab es nur kurzzeitig beim Essen.



Nun war ich dabei beim Kongress und was hat es (mir) gebracht? – Wie bei vielen ähnlichen Veranstaltungen sind in erster Linie die Kontakte zu Menschen, die auch das Interesse Medienbildung verfolgen, interessant und wichtig; alte Kontakte pflegen oder auffrischen und neue hinzugewinnen. Der Lichthof der Uni bot dazu gute Gelegenheit, weil in den Gängen und am Rande des großen Hofes Raum genug war. Das Programm allerdings war dicht gedrängt. Aber emotional ist der Funke „Wir sind eine Initiative“ leider an keiner Stelle übergesprungen.

Die Konzeption

Die Konzeption des Kongresses war auch beim Nachdenken gut gedacht. Schon vor dem Ereignis gab es monatelange (Netz-)Diskussionen in kleinen Arbeitsgruppen, zu denen jeder Interessent Zugang hatte. Daraus entstand ein kleines programmatisches Buch mit dem Manifest konkretisierenden Grundlagentexten; dieses Büchlein (Kopaed-Verlag München) wurde etwa zwei Wochen vor dem Kongress an alle TeilnehmerInnen verschickt. Die Themen dieser Arbeitsgruppen und ihrer Papiere waren vielleicht nicht exakt abgestimmt; es gab Überschneidungen, aber so ist das nun mal, wenn viele MedienpädagogInnen Ihre Interessen und Schwerpunkte als wichtig anmelden können. Diese Vorgaben bestimmten nach einer Einführung von Horst Niesyto, dem Sprecher der Initiative, die Arbeitsphase in Gruppen am ersten Tag. Diese AGs hatten vergleichsweise viel Zeit, sich mit den Vorlagen auseinanderzusetzen, zu kritisieren, zu ergänzen und konkrete Forderungen daraus zu entwickeln. Leider bezogen sich die

verbalen Impulsreferate in vielen Arbeitsgruppen zu wenig auf die Schriftvorlagen, sondern brachten neuen Input; und so gingen die Diskussionen trotz Vorlage erst einmal wieder in die Breite. Auch Versuche, etwa in der AG digitale Jugendbildung die etwa 40 Teilnehmer über kooperatives Schreiben per Web-Text-Programm intensiv zu beteiligen, funktionierten nur bedingt. Da entsteht schnell zu viel paralleler Input und die Übersicht und Gemeinsamkeit geht verloren. Trotzdem: diese erste Arbeitsphase wurde tendenziell, so zeigen es meine Gespräche mit TN ebenso wie die im Netz geführten Nachbetrachtungen, als fruchtbarer Einstieg gewertet.

Eine Posterpräsentation am frühen Abend, für die der Rundgang um den Lichthof im 1. Stock eigentlich ein idealer Ort war, wurde eher wenig angenommen. Das Bedürfnis nach Gespräch unter Bekannten und nach anderen Aktionen in Berlin war offensichtlich größer. Dabei hätte man hier interessante Projekte von Ideen und Versuchen bis hin zu „best practice“ im direkten Gespräch kennen lernen können.

Entsprechend der Planung sollten die Ergebnisse der AGs vom ersten Tag, die die Teilnehmer auf eine etwa gleiche Ausgangsbasis bringen sollten, am zweiten Tag in zwei Schwerpunkten ins Plenum eingebracht werden; vormittags Schwerpunkt Schule und Hochschule/Forschung, nachmittags Schwerpunkt frühkindliche Bildung und außerschulischer Bereich. In Gesprächsrunden mit Vertretern der Initiative und Politikern sollten die sich aus dem Manifest und dessen Konkretisierungen ergebende Positionen und Forderungen an die politischen Adressaten gebracht werden.

Der Verlauf



Wer aber sind diese Adressaten? Die anwesenden Gesprächspartner aus der Politik kamen aus dem Mitarbeiterstab von Landes- oder Bundesministerien. Sie haben sich

teils gut verkauft, waren teils als gute Kooperationspartner medienpädagogischer Institutionen auch schon bekannt; oder sie haben am Interesse der Zuhörer und dem Anliegen des Kongresses vorbeigeredet und bekamen doch höflichen Applaus. Buhrufe gab es nur im Netz.

Die im Laufe des Tages abnehmende Teilnehmerzahl und die vielen Randgespräche zeigten, dass sich viele Kongressbesucher am zweiten Tag weniger angesprochen und mitgenommen fühlten. Daran konnten auch die durchaus guten Versuche von Vertretern der Initiative, durch Zwischenfazits den roten Faden weiterzuspinnen, nichts mehr ändern. Und das Bemühen um ausgedehntere Publikumsbeteiligung am Nachmittag führt in einem so großen Plenum doch eher zu einem inhaltlichen Fächer, als zur Konzentration auf Ergebnisse hin.

Es ist in der Vorbereitung des Kongresses und der parallelen Öffentlichkeitsarbeit trotz sehr hoher Resonanz auf das Manifest nicht gelungen, breitere Ebenen von Politik anzusprechen, etwa die bildungspolitischen Sprecher der Parteien oder Bildungspolitiker aus den Ländern und von der Bundesebene. Ein direkter Gesprächskontakt zur Kultusministerkonferenz wäre sicher wünschenswert, liegt aber vermutlich in weiter Ferne. Man kann die mangelnde Präsenz der Politik den Veranstaltern vorwerfen; aber viel eher müsste sie in Richtung der Politik gehen, die zu dieser Thematik offensichtlich die Basis nicht wahr- oder ernst nimmt, die Thematik „Medienbildung“ allenfalls als Lippenbekenntnis formuliert, aber den Hand- und Fußkontakt nicht sucht. Wen wundert da Politikverdrossenheit als pädagogische Konsequenz.

Ein Problem dabei liegt sicher in der föderalistischen Struktur unseres Bildungssystems. In Berlin auf Bundesebene fühlen sich leider die Ländervertreter kaum mehr angesprochen; allenfalls BW und NRW bildeten eine Ausnahme, da deren Landesmedienanstalten den Kongress unterstützt und mit ermöglicht haben. Und dann liegt es sicher auch am Gegenstand „Medienbildung“. Der wird zwar verbal – mit einem gewissen Fokus auf den Jugendmedienschutz - als wichtige Querschnittsaufgabe in allen pädagogischen Bereichen bestätigt, aber gleichzeitig zerrinnt eine grundsätzliche Medienbildung im Alltagsgeschäft der pädagogischen Institutionen und der bildungspolitischen Schwerpunkte. Der Gegenstand ist zu „groß“ und zu „vielschichtig“ als dass er pragmatisch unter ein Dach passen könnte. Wer politisch an der Baustelle Schulreform agiert, interessiert sich meist kaum für den Vorschul- oder Hochschulbereich. Trotz viel beschworener Kooperation sind Jugendhilfe und Schule verschiedenen Ministerien und deren Profileressen zugeordnet. Und die unterschiedliche Zuständigkeit der Bundes- und Landesministerien macht es auch fast unmöglich, sich unter einem Dach „Medienbildung“ mit konkreten Konsequenzen zu engagieren.

Im Lichthof der TU hing über den Köpfen der Teilnehmer ein riesiges Mobile; das wäre ein schönes Symbol. Viele Aspekte und Bereiche der Medienbildung kommen ausgewogen an einem zentralen Punkt zusammen. Wenn man einen Bereich stärkt oder schwächt, wirkt sich das auf



das Ganze aus. Konservative Positionen, also keine Veränderung, um die Statik zu erhalten, funktionieren hier nicht, weil die Medien sich sehr schnell ändern und die Menschen jenseits intentionaler Pädagogik auch.

Ein Randphänomen des laufenden Kongresses scheint besonders in der Nachbearbeitung Gewicht zu bekommen. Eine Gruppe von Teilnehmern hat schon während des Kongresses versucht, über Twitter u.ä. eine Basisbeteiligung und eine sehr konkrete Sicht auf die Medienthematik einzubringen und einzuklagen; einige haben sich schon während des Kongresses zu einem kleinen Gegentreffen ausgeklinkt und eine entsprechende Stellungnahme mit Forderungen im Netz publiziert (<http://openetherpad.org/kmob11>). Leider funktionierten die Netzzugänge an der TU nicht so, dass diese Aktionen während des Kongresses in größerem Maße wahrgenommen werden konnten. Und ein Dialogkonzept mit Twitterwolken u.ä. gab es bei den Organisatoren nicht – und das ist auch für die Gesprächskultur von 400 TN nur schwer zu realisieren.

Im Nachklang zum Kongress bekommen einige kritische Akteure mit ihren Äußerungen ein Gewicht, das vermutlich keinen repräsentativen Blick auf den Kongress und die Zufriedenheit oder Enttäuschung der Teilnehmenden erlaubt (ein Überblick z.B. <http://openetherpad.org/KuzX4T8f6a>). Viele Kritikpunkte sind berechtigt, aber Art und Ton der Auseinandersetzung ist an einigen Stellen eher kontraproduktiv. Wenn Menschen, die in Kontexten der Medienbildung aktiv sind und die mit ihrer Unterschrift unter das Manifest und ihrer Teilnahme am Kongress doch auch nah beieinander liegende Interessen bekunden und verfolgen, sich jetzt erst einmal untereinander streiten, dann ist das nur dann der gemeinsamen Aktion dienlich, wenn der Streit produktiv und nicht mit jeder Art Wortwahl öffentlich geführt wird.

Konsequenzen für die GMK?

Einige Insider haben bemängelt, die GMK sei auf dem Kongress zu wenig offensichtlich präsent gewesen. Das gilt vermutlich in gleicher Weise auch für die anderen Institutionen der Erstunterzeichner. Es ist ein gemeinsames Anliegen, bei dem sich keiner auf Kosten der anderen profilieren sollte. Aber das Interesse einer Verbandes muss sein, dass seine Mitglieder sich auch erkenntlich zeigen. Denn nur über Personen kann der Verband in einem solchen Kontext präsent sein. Die Kommunikationskultur könnte über gemeinsame Button hinausgehen in Richtung einer produktiven Nutzung neuer Kommunikationsformen.

Die Idee des Manifestes und die Kooperation der medienpädagogischen Player sollte trotz aller Kritik an den „alten Köpfen“ weitergeführt werden. Die Forderungen des Manifestes brauchen einen sehr langen Atem und werden sich erst nach und nach und in kleinen Schritten realisieren lassen. Aber die Initiative muss sehr darauf achten, die in den Papieren des Kongresses ja erfolgte Konkretisierung auf einzelne Arbeitsbereiche nun auch an die richtigen Adressen zu bringen. Das werden nur in Ausnahmefällen Bundesministerien sein. Es ist eher die Länderebene und da könnte sich ein Bundesverband GMK mit Ländergruppen gut einklinken. Und im Bereich der Ausbildung (verpflichtende medienpädagogische Grundbildung in pädagogischen Studiengängen) sind es letztlich die Hochschulen selbst, die in ihren Studiengängen diese Forderung umsetzen müssen; das ist sicher viel Kleinarbeit, etwa über die DGfE die Akzeptanz dafür zu stärken.

Die Kooperation mit den Landesmedienanstalten ist weiter zu suchen. Diese Institutionen agieren seit Jahren im Bereich der Medienkompetenz auf Länderebene und darüber hinaus; sie haben finanzielle Möglichkeiten, aber brauchen die Kooperation und Basiskontakte, damit sie nicht aus dem gläsernen Turm heraus die vielfach kritisierte Projektförderung fortschreiben, sondern institutionell kooperieren.

Die Kritik, dass Motto des Manifestes würde verkürzt auf „Keine Bildung ohne Medienpädagogik“ und müsse eigentlich die Bedeutung der digitalen Medien in der künftigen Kommunikation von Menschen und deshalb auch in ihrem Bildungsprozess ernst nehmen, muss aufgegriffen werden. Zwar ist der „Netzgemeinde“ sicher kritisch zu entgegnen, dass sie ihre Aktivitäten und Positionen vorschnell verabsolutiert; die Mehrheit der Menschen, auch der jungen Menschen, ist längst nicht so weit und die Prognosen in die Zukunft sind und bleiben unsicher. Trotzdem muss Medienbildung die Potentiale digitaler Medien positiv erobern, vielleicht auch „besetzen“. Konkret bedeutet das für die GMK, bei ihren Themen und Veranstaltungen entsprechende Kommunikationsformen stärker zu berücksichtigen und auszuprobieren, was an „Kommunikationskultur“ auf diesen Wegen gelingen kann.

Eine Skulptur im Lichthof zeigt einen Engel ohne Kopf. Der „Blindflug“ ohne Kopf sollte kein Sinnbild für die weiteren Aktionen der Initiative „Keine Bildung ohne Medien“ sein, aber beflügelt wird die Initiative nur von unten her.

