

Harald Gapski

Zu den Fragen, auf die «Medienkompetenz» die Antwort ist

Ein Aufruf zum interdiskursiven und interdisziplinären Dialog

Fragen nach der Funktion von Medienkompetenz werden zumeist aus der Perspektive eines gesellschaftlichen Bereichs gestellt und in diesem Rahmen beantwortet, selten dagegen auf gesellschaftlicher Ebene. Soll dieser Begriff «Medienkompetenz» jedoch als ein Schlüsselbegriff in der Wissensgesellschaft gelten, bedarf es einer theoretischen Beschreibungs- und strategischen Umsetzungsperspektive, die über die Grenzen einer Disziplin und eines gesellschaftlichen Bereichs hinausreicht. In dem vorliegenden Beitrag sollen Argumente für eine Reformulierung des traditionellen und medienpädagogisch geprägten Begriffs Medienkompetenz vorgestellt und Leitlinien für seine Rekonstruktion vorgeschlagen werden.

Ausgangspunkt der folgenden Überlegungen zum Thema Medienkompetenz ist die Beobachtung einer Mannigfaltigkeit parallel laufender Diskurse und ihrer beteiligten gesellschaftlichen Akteure. Seit Jahren gilt Medienkompetenz in unserer Mediengesellschaft als ein viel zitierter Schlüssel- bzw. Kampfbegriff in medienpädagogischen Projekten, medienwirtschaftlichen Qualifizierungsstrategien, medienrechtlichen Regulierungsdebatten und gesellschaftspolitischen Wertediskussionen. In dieser Gesellschaft, die sich in hohem Maße durch medial gestützte Kommunikationsverhältnisse beobachtet, reflektiert und organisiert, rufen unterschiedliche Stimmen nach mehr Medienkompetenz verschiedener Zielgruppen und betonen die wichtige Schlüsselposition, die diesem Begriff zukommt. Zu diesen Stimmen zählen nicht nur pädagogische, sondern eben auch politische, wirtschaftliche, technische und rechtliche.

Eben diese Vielfältigkeit und die damit verbundenen polyvalenten Interessen und systemischen Imperative soll zum Ausgangspunkt für die Beantwortung der folgenden Frage gemacht werden: «Was bedeutet Medienkompetenz in der Informations- und Wissensgesellschaft und welche Entwicklungsmöglichkeiten gibt es?» Mit der Feststellung des Rahmens zur Beantwortung dieser Frage geht es zugleich um die Vermeidung von Verkürzungen, auf die Saxer bereits 1992 hingewiesen hat:

«Fragen wünschenswerter, ausreichender oder auch defizitärer Medienkompetenz werden fast nur in Mikrokontexten oder in bezug auf Sozialisationsinstanzen wie Elternhaus oder Schule thematisiert, kaum auf gesamtgesellschaftlicher Ebene. Dadurch verliert die diesbezügliche Diskussion wesentliche Aspekte ihres Gegenstandes aus ihrem Gesichtsfeld und wird auch in ihren strategischen Erwägungen kurzsichtig» (Saxer 1992: 21).

Wie aber kann ein weitsichtiges Begriffskonzept von Medienkompetenz gebildet werden, welches

- erstens dieser oben genannten gesellschaftlichen Polyphonie der Diskurse und

- zweitens der entgrenzten Reichweite von Medienkompetenz, welche sich auf alle gesellschaftlichen Zielgruppen, Bereiche und Medienformen erstreckt, Rechnung trägt? Anders formuliert: Wie ganzheitlich muss ein theoretisches Konzept von Medienkompetenz sein, um im Hinblick auf die praktische Medienkompetenzförderung nachhaltig zu wirken?

Um eine Antwort bzw. die zentrale These gleich vorwegzunehmen: Die Fortführung der medienpädagogischen Traditions- und Argumentationslinie, die von der Sprachkompetenz über die kommunikative Kompetenz bis hin zur Medienkompetenz als eine im Subjekt verankerte Handlungsdisposition reicht, greift in ihrer theoretischen Reichweite und in ihrer praktischen Problemlösungskompetenz zu kurz. Sie kann nur zum Teil die «Herausforderungen»¹ beschreiben, die im Hinblick auf die medienkompetente Nutzung in medientechnisch angereicherten Sozialsystemen (Schulen, Unternehmen, Verwaltungen) entstehen. Diese Herausforderungen beziehen sich nicht ausschließlich auf Kompetenzen, die im Individuum verankert sind.

Vor dem Hintergrund der o.g. Fragen sollen die folgenden Überlegungen in vier Punkte gegliedert werden:

1. Medienkompetenz als konjunkturelles Konstrukt in den Massenmedien.
2. Medienkompetenz als Komplexbegriff im Schnittfeld vielfältiger Diskurse.
3. Medienkompetenz als ein Kompositum und Kunstbegriff mit den Bürden einer Theorietradition.
4. Medienkompetenz und die Konsequenzen einer Reformulierung des Begriffskonzepts.

1 Medienkompetenz als Konstrukt der Medien

Auf die Konjunktur des Begriffs Medienkompetenz ist vielfach hingewiesen worden. Abb. 1 (auf der nächsten Seite) zeigt das Ergebnis einer Volltextrecherche in Form einer Häufigkeitszählung von Artikeln in deutschsprachigen Zeitungen – von der Frankfurter Rundschau über

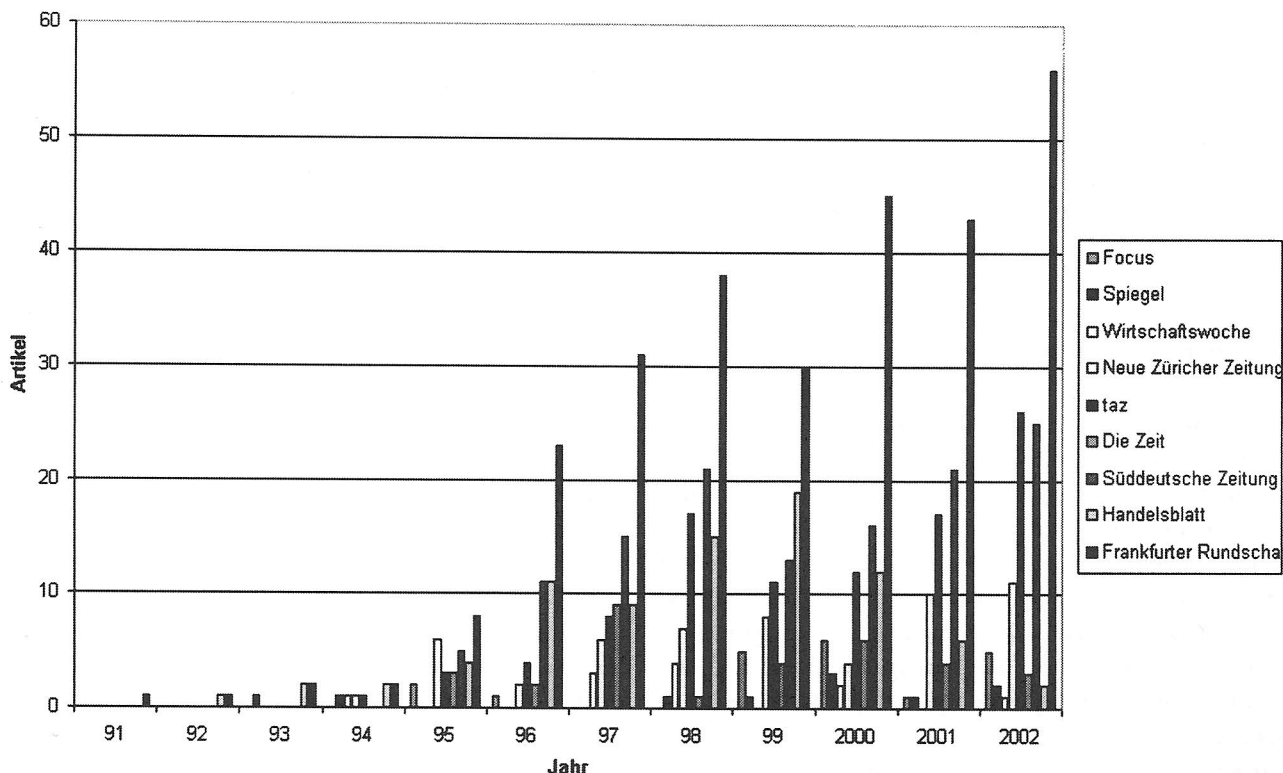


Abb. 1: Das Stichwort «Medienkompetenz» in Zeitungen

den Spiegel bis hin zur Neuen Zürcher Zeitung – zwischen 1991 und 2002, in denen das Wort «Medienkompetenz» vorkommt.

Andere Ereignisse auf der gleichen Zeitachse, wie etwa das Aufkommen des WWW (1994), oder der Start der deutschen Initiative «Schulen ans Netz» (1996) lassen sich sicherlich in Relation zu dieser Konjunktur bringen. Die Frage, inwieweit der Höhepunkt dieser Begriffskarriere überschritten ist, oder durch andere Begrifflichkeiten, wie etwa «Digitalkompetenz» abgelöst wird, soll an dieser Stelle nicht weiter verfolgt werden.

Eine kongruente Konjunkturkurve lässt sich auch für die Zahl der einschlägigen Fachpublikationen zum Thema Medienkompetenz aufzeigen. Fast alles, was wir über die Welt und die Gesellschaft wissen, wissen wir aus den Medien. Unser Wissen über die Bedeutung von Medienkompetenz zählt auch zu diesem Wissen. Dieses rekursive Wechselwirkungsverhältnis zwischen medialer Berichterstattung über die Bedeutung von Medienkompetenz und die mediale Berichterstattung über andere Themen, wie z.B. Gewalt in den Medien, Arbeitslosigkeit oder Schulbildung, die ihrerseits erstere weiter anregt und «irritiert»², fügt sich in die Funktionslogik der Massenmedien. Der Begriff Medienkompetenz ist ein (massen-)mediales Konstrukt, dessen Konjunktur in den Strukturen einer modernen funktional differenzierten Mediengesellschaft begründet liegt.

Abgesehen von dieser Konjunktur und der Selbstirritation des Mediensystems über die Bedeutung von Medienkom-

petenz in der Mediengesellschaft, stellt sich konkreter die Frage: Wie und von wem wird Medienkompetenz definiert?

Zur Beantwortung dieser Frage wurden in einer explorativen Fallstudie über 100 Definitionen von Medienkompetenz inhaltsanalytisch untersucht, die zwischen 1996 und 1999 veröffentlicht wurden (Gapski 2001). Die meisten Autoren dieser Definitionen entstammen dem Bildungsbereich, gefolgt von den Bereichen Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und Recht. Üblicherweise werden in den Definitionen von Medienkompetenz verschiedene Dimensionen oder Ebenen ausdifferenziert, die den Komplexbegriff Medienkompetenz beschreiben sollen. Beispielsweise definiert Baacke (1998) vier Hauptfelder mit insgesamt neun Unterdifferenzierungen, Aufenanger (1997) sechs Dimensionen oder Pöttinger (1997) je drei Dimensionen der Medienkompetenz. Üblicherweise werden instrumentelle, kritisch-reflexive, medienkundliche, kreative, ethische und emotionale Dimensionen – in eben dieser Häufigkeitsfolge – in den Definitionen der Medienkompetenz genannt. Die Subjektverankerung des Begriffs, wie sie etwa Schorb (1997) innerhalb des medienpädagogischen Diskurses betont, konnte für die überwiegende Zahl der untersuchten Definitionen von Medienkompetenz deutlich bestätigt werden: «Medienkompetenz umschreibt die Verbindung des Subjekts zur medialen Kommunikation» (Schorb 1997: 277).

2 Medienkompetenz im Schnittpunkt verschiedener Diskurse

Schon das breite Herkunftsspektrum der Definitionen von Medienkompetenz in der o.g. Fallstudie verweist auf einen

