

MEINUNGSBAROMETER.INFO

DAS FACHDEBATTENPORTAL
Für Entscheider aus Politik, Wirtschaft, Medien & Gesellschaft

DOKUMENTATION

FACHDEBATTE

GEFÄHRDET FEHLENDE MEDIENKOMPETENZ DIE DEMOKRATIE?

**Welcher Focus jetzt auf welche Altersgruppen gelegt
werden muss**

Die Dokumentation beinhaltet alle Positionen,
ausführliche Analysen und Prognosen zu dieser
Fachdebatte sowie eine übersichtliche
Management Summary.

Debattenlaufzeit: 20.04.2022 - 09.09.2022

INHALTSVERZEICHNIS

DEBATTENBESCHREIBUNG	4
AKTIVE DEBATTENTEILNEHMER	5
MANAGEMENT SUMMARY	7
DEBATTENBEITRÄGE	12
MEDIENBILDUNG MIT DER DIGITALEN BILDUNG VERBINDEN Was die Bibliotheken für die Medienkompetenz leisten BARBARA SCHLEIHAGEN Bundesgeschäftsführerin Deutscher Bibliotheksverband e.V.	12
QUELLEN ÜBERPRÜFEN IN SIEBEN SCHRITTEN Was die Medienanstalten für mehr Medienkompetenz tun JOCHEN FASCO Direktor Thüringer Landesmedienanstalt	17
ÜBER DEN DIGITALPAKT INFRASTRUKTUR IN DER SCHULE ZU INSTALLIEREN GENÜGT NICHT Wie die Medienbildung gestärkt werden kann HELMUT KLASSEN Bundesvorsitzender Bundesarbeitskreis Lehrerbildung	21
FÜR MEDIENBILDUNG FEHLT ES BEREITS JETZT AN FACHKRÄFTEN Was für mehr Medienkompetenz getan werden muss DR. FRIEDERIKE VON GROSS Geschäftsführerin GMK e.V.	23
MEDIENBILDUNG IST IMMER AUCH DEMOKRATIEFÖRDERUNG Wie Medienkompetenz in der Schweiz gefördert wird KATRIN ANDRES Inhaberin SAPIA GmbH	27
MEDIENKOMPETENZ BRAUCHT EINEN EIGENEN STELLENWERT Wer wann was lernen sollte DANIEL FREI Präsident Elternbildung CH	30

MEDIENKOMPETENZ NICHT AUF NUTZUNGSKOMPETENZEN REDUZIEREN	33
Wie wichtig mündige und wissenskritische Bürgerinnen und Bürger sind	
DENNIS WALTER Direktor Bundesinstitut für Erwachsenenbildung (bifeb)	
MEDIENBILDUNG DARF NICHT AUF SCHULE BEGRENZT WERDEN	37
Wie lebenslanges Lernen am besten funktionieren kann	
PROF. I.R. DR. STEFAN AUFENANGER Seniorforschungsprofessur für Medienpädagogik Johannes Gutenberg-Universität Mainz	
NEUE MODELLE FÜR MEDIENBILDUNG IN DER GANZEN LEBENSSPANNE	40
Warum lebenslange Medienbildung immer wichtiger wird	
PROF. DR. THOMAS MERZ Prorektor Forschung und Wissensmanagement Pädagogische Hochschule Thurgau	
IMPRESSUM	43

DEBATTENBESCHREIBUNG

**INITIATOR****UWE SCHIMUNEK**

Freier Journalist

Meinungsbarometer.info

GEFÄHRDET FEHLENDE MEDIENKOMPETENZ DIE DEMOKRATIE?**Welcher Focus jetzt auf welche Altersgruppen gelegt werden muss**

"Die Nachrichten- und Informationskompetenz der Bevölkerung hat in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen und ist zu einem kritischen Faktor für Demokratien geworden", heißt es in der Executive Summary der Studie „Quelle: Internet“? der Stiftung Neue Verantwortung.

Die Untersuchung bringt interessante Erkenntnisse. So kommt sie etwa zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt. Auch die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Und Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer erkannt.

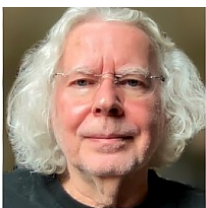
In unserer Fachdebatte diskutieren die Experten, was für eine bessere Medienkompetenz getan werden kann. Und wie die Politik die Medienbildung besser fördern sollte - ohne in den Verdacht zu geraten, selbst in das Mediensystem einzugreifen.

AKTIVE DEBATTENTEILNEHMER



KATRIN ANDRES

Inhaberin
SAPIA GmbH



PROF. I.R. DR. STEFAN AUFENANGER

Seniorforschungsprofessur für Medienpädagogik
Johannes Gutenberg-Universität Mainz



JOCHEN FASCO

Direktor
Thüringer Landesmedienanstalt



DANIEL FREI

Präsident
Elternbildung CH



HELMUT KLASSEN

Bundesvorsitzender
Bundesarbeitskreis Lehrerbildung



PROF. DR. THOMAS MERZ

Prorektor Forschung und Wissensmanagement
Pädagogische Hochschule Thurgau



BARBARA SCHLEIHAGEN

Bundesgeschäftsführerin
Deutscher Bibliotheksverband e.V.



DR. FRIEDERIKE VON GROSS

Geschäftsführerin
GMK e.V.



DENNIS WALTER

Direktor
Bundesinstitut für Erwachsenenbildung (bifeb)

MANAGEMENT SUMMARY

09.09.2022 | SUMMARY

WIE BEKOMMEN WIR MEHR NACHRICHTENKOMPETENZ IM NETZ**Wie Nutzer besser mit digitalen Informationen umgehen können**

Uwe Schimunek, Freier Journalist [Quelle: Meinungsbarometer.info]

Eine Studie der Stiftung Neue Verantwortung kommt unter anderem zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt. Dabei habe die Nachrichten- und Informationskompetenz der Bevölkerung in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen und sei zu einem kritischen Faktor für Demokratien geworden. Deswegen „müssen wir Medienbildung stets entlang der gesamten Bildungskette denken. Dabei müssen wir alle erwachsenen Menschen mitnehmen und sie im Umgang mit digitalen Medien befähigen“, sagt Dr. Friederike von Gross, Geschäftsführerin der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) in der Fachdebatte auf Meinungsbarometer.info. Dabei gelte es stets soziale, politische, ethische und kulturelle Aspekte einzubeziehen. Sie hält insbesondere

Methodenvielfalt für unbedingt sinnvoll. Reine Informationsvermittlung – z.B. über Flyer, Broschüren oder statische Webangebote – sei alleine nicht zielführend. Eine aktive, reflektierende Auseinandersetzung finde so in der Regel selten statt. Gebe es jedoch einen spielerischen, interaktiven und handlungsorientierten Umgang mit Fragen der Nachrichten- und Medienkompetenz, führe dies zu einem besseren Verständnis und dazu, dass Medien auch aktiv zur Gestaltung der eigenen Lebenswelt genutzt werden können.

Dennis Walter, Direktor des österreichischen Bundesinstitutes für Erwachsenenbildung (bifeb) findet den Befund der Studie „Quelle:Internet“? dahingehend spannend, dass der Erwerb von Medienkompetenz – immer noch – häufig ausschließlich im Kontext von schulischer Bildung diskutiert und verhandelt werde. „Derlei Forschungsergebnisse untermauern jedoch den Stellenwert einer qualitativ hochwertigen und staatlich geförderten Bildung über die gesamte Lebensspanne hinweg, womit insbesondere die „vierte Säule“ des Bildungssystems – die Erwachsenenbildung – angesprochen ist.“ Dazu passe, dass digitale und technologiebasierte Kompetenzen zu den acht Schlüsselkompetenzen des europäischen Kompetenzrahmens für Lebenslanges Lernen der Europäischen Kommission gehören. Dezierte Weiterbildungsangebote für Erwachsene zur Verbesserung der eigenen Medienkompetenzen – darunter fällt auch die digitale Nachrichtenkompetenz – wie auch im weiteren Sinne der politischen Bildung seien ein wichtiger Pfeiler für unsere demokratische und auf wissenschaftlicher Ratio basierende Wissensgesellschaft.

Prof. Dr. phil. Thomas Merz, Prorektor Forschung und Wissensmanagement an der Pädagogischen Hochschule Thurgau sieht eine der zentralen Herausforderungen der Medienentwicklung in der immer raschere Veränderung. "Während die Gesellschaft beim Buchdruck noch Jahrhunderte Zeit hatte, um einen konstruktiven Umgang mit dem geschriebenen Wort hatte, erfolgen die Veränderungen und Weiterentwicklungen heute sehr viel schneller. Wir werden uns daher im Verlauf des Lebens immer weniger auf die Schule bzw. das in der Schule Gelernte verlassen können." Bereits Ende des 20. Jahrhunderts sei daher das Postulat lebenslangen Lernens propagiert

worden. Mit fortschreitender Entwicklung werde dies immer wichtiger. Das bedeutet aus Sicht des Forschers, dass verstärkt auch Erwachsene in jedem Alter in ihrer stetigen Weiterbildung gefordert sind.

Für Jochen Fasco, Direktor der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) und Medienkompetenzbeauftragter der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten ist die Förderung der Nachrichten- und Informationskompetenz ein Bestandteil der Medienkompetenzförderung. Diese solle entlang der gesamten Bildungskette, also in der Kita, in der Schule, der Jugendarbeit und der Jugendhilfe, der Erwachsenenbildung sowie der Familien- und Seniorenarbeit, Medienbildungsmaßnahmen angeboten werden. Hierbei seien viele Fachleute in den Ländern, aber auch bundesweit aktiv. „Die Landesmedienanstalten binden sich mit ihren Angeboten aktiv in die Netzwerke ein.“ Im Fazit wurden und werden aus seiner Sicht viele Weichen gestellt, wobei die adäquate Umsetzung der Maßnahmen eine ständige Herausforderung darstelle. Hauptaufgabe sei es, mit den Maßnahmen in die Fläche zu gelangen.

Barbara Schleihagen, Bundesgeschäftsführerin des Deutschen Bibliotheksverbandes verweist darauf, dass die Studie anregt, die Angebote von Volkshochschulen und Bibliotheken in Richtung digitaler Nachrichten und Informationskompetenz auszubauen. „Seit Jahren erweitern Bibliotheken ihre digitalen Bestände, um einen umfassenden Zugang zu Informationen unabhängig vom Medienformat zu bieten. Zugleich bauen sie ihre Schulungsangebote aus, um auch die Nutzung digitaler Medien zu unterstützen und die Informationskompetenz zu stärken.“ Bibliotheken richten sich nach ihren Angaben auch gezielt an die Älteren. Sie nennt in diesem Zusammenhang etwa die Zusammenarbeit im Rahmen des Projektes „Digital-Kompass“ mit der BAGSO – Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen und Deutschland sicher im Netz e.V.. „Bibliotheken gehören hier zu den mehr als 100 Standorten, in denen Internetlotsen ältere Menschen dabei unterstützen, digitale Angebote selbst auszuprobieren.“

Prof. Dr. Stefan Aufenanger von der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz sieht in

Sachen kritischen Umgang mit den verschiedenen Quellen im Netz den Umgang mit Informationen in den verschiedenen Medien – egal ob Zeitschriften, Fernsehen oder in den sozialen Medien – als eine wichtige pädagogische Aufgabe, die am besten in Form von praktischen Projekten vermittelt werden kann. „So ist etwa ein Vergleich verschiedener Quellen einer Nachricht ein wichtiger Zugang. In der Vermittlung solcher Kompetenzen muss es darum gehen, die Seriosität von Quellen beurteilen zu können.“ Dies bedeute etwa, mehr dazu zu wissen, wie Nachrichten produziert werden und welche Produktionsbedingungen dabei herrschen. Auf der anderen Seite sollten aus seiner Sicht Medien aber auch Verantwortung zeigen, indem die Angaben zu den Quellen transparent und nachvollziehbar gemacht werden.

Katrin Andres von der SAPIA GmbH – eine führende Institution für Medienpsychologie der Zentralschweiz – sieht beim Themen-Komplex der Desinformation und schwer erkennbarer Werbung, dass zielgruppengerechte Strategien zur Prüfung von Medien-Inhalten entwickelt werden müssen. Diese Kompetenzen sollten Zielgruppen-gerecht aufbereitet und vermittelt werden. Auch hier werde es entsprechend keine einfachen Rezepte geben, die flächendeckend angewandt werden können. „Vielmehr ist der Erfolg von Initiativen zur Förderung von Medienkompetenz umso erfolgsversprechender, je passgenauer die Inhalte und die Kommunikation auf einzelne Gruppen zugeschnitten werden.“

Medienkompetenz - und damit verbunden auch politische Bildung im umfassenden Sinn – begreift Daniel Frei, Präsident des Verbandes Elternbildung CH, als lebenslanges Lernen begriffen werden und als Schlüsselkompetenzen in einer modernen, demokratischen, marktwirtschaftlich organisierten Informationsgesellschaft. Es reiche nicht mehr, diese als Nebenprodukt der klassischen Ausbildung und Bildung zu betrachten, sondern sie brauchen einen eigenen Stellenwert. „Der Staat steht diesbezüglich besonders in der Verantwortung, weil es letztlich um ein öffentliches Interesse geht. Er kann und soll aber nicht alles selber machen; es braucht ebenso private Akteure, die sich einbringen, bspw. Bildungsorganisationen, Präventionsstellen, Erwachsenenbildung, Elternbildung usw.“

Helmut Klaußen, Bundesvorsitzender des Bundesarbeitskreises Lehrerbildung fordert von der Politik und insbesondere Bildungspolitik endlich zu verstehen, dass es nicht genüge, über einen DigitalPakt Infrastruktur in Schule zu installieren, „sondern dass es eine Förderung von zeitlichen Ressourcen bedarf, um sich mit der digitalen Welt sinnvoll und konstruktiv auseinandersetzen zu können.“ Die KMK -Empfehlung zum „Lehren und Lernen in der digitalen Welt“ sei hier ein sehr guter Ansatz. Leider seien das nur Empfehlungen, welche aufgrund von Sparmaßnahmen kaum Umsetzung finden würden. „Solange Politik und Gesellschaft nicht bereit sind, in die wertvolle Ressource „Bildung“ deutliche stärker monetär in Personalentwicklung zu investieren, müssen wir nicht über Qualität sprechen.“

DEBATTENBEITRAG

21.04.2022 | INTERVIEW

MEDIENBILDUNG MIT DER DIGITALEN BILDUNG VERBINDEN

Was die Bibliotheken für die Medienkompetenz leisten



Barbara Schleihagen - Bundesgeschäftsführerin, Deutscher Bibliotheksverband e.V. [Quelle: Stiftung Lesen / Sascha Radke]

"Medienbildung und digitale Bildung müssen politisch stärker zusammengedacht werden", mahnt Barbara Schleihagen vom Deutschen Bibliotheksverband. Der dbv vertritt mit seinen mehr als 2.000 Mitgliedern über 9.000 Bibliotheken mit 25.000 Beschäftigten - elf Mio Menschen nutzen die Angebote. Daher kennt sie den Bedarf sehr gut.

Eine Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt - was bedeutet das für die Medienbildung?

Das Ergebnis der Studie „Quelle: Internet?“ der Stiftung Neue Verantwortung vom März 2021, dass 46 % der Befragten eine eher geringe digitale Nachrichten- und

Informationskompetenz besitzen, ist besorgniserregend.

Diese Problematik muss daher verstärkt auch in den außerschulischen Bildungseinrichtungen aufgegriffen werden. Offenbar reicht es noch nicht, wie und vor allem wo Medienbildung heute vermittelt wird. Dabei geht es um ganzunterschiedliche Facetten: nicht nur um das Wissen über Medieneinflüsse sowie die Kenntnisse darüber, wie Medien produziert und verbreitet werden, sondern auch um die Frage, wie Medien selbst genutzt und gestaltet werden können.

Die Studie regt an, die Angebote von Volkshochschulen und Bibliotheken in Richtung digitaler Nachrichten und Informationskompetenz auszubauen. Seit Jahren erweitern Bibliotheken ihre digitalen Bestände, um einen umfassenden Zugang zu Informationen unabhängig vom Medienformat zu bieten. Zugleich bauen sie ihre Schulungsangebote aus, um auch die Nutzung digitaler Medien zu unterstützen und die Informationskompetenz zu stärken.

Damit diese Angebote alle Altersgruppen und auch diejenigen erreichen, die vielleicht nicht von selbst eine Bibliothek aufsuchen würden, kooperieren Bibliotheken systematisch mit verschiedenen Partnern wie Kitas, Schulen oder Senioreneinrichtungen. Bibliotheken richten sich auch gezielt an die Älteren. Seit einigen Jahren arbeiten wir beispielsweise im Rahmen des Projektes „Digital-Kompass“* mit der BAGSO – Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen und Deutschland sicher im Netz e.V. zusammen. Bibliotheken gehören hier zu den mehr als 100 Standorten, in denen Internetlotsen ältere Menschen dabei unterstützen, digitale Angebote selbst auszuprobieren.

Das Thema Medienbildung muss aus meiner Sicht mit der digitalen Bildung einhergehen: Medienbildung und digitale Bildung müssen politisch stärker zusammengedacht werden. Wie wichtig das ist, zeigt eine Studie zur Digitalen Teilhabe im Rahmen des Digitaltags 2021. Darin sagten 90 % der Befragten, dass sie offen für digitale Technologien sind. Knapp 40 % wünschen sich aber zugleich mehr Schulungen, und über

30 % mehr Räume zum Ausprobieren digitaler Technologien.** Bibliotheken sind sowohl Orte für verlässliche Meinungsbildung durch qualitätsgeprüftes Medienangebot und gründliche Quellenrecherche als auch Orte, um niedrigschwellig den Umgang mit digitalen Geräten und Programmen zu erlernen.

Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Wie lässt sich das ändern?

Durch die Zunahme von Informationen auf immer mehr Kanälen, ist es für uns alle schwieriger geworden, seriöse Informationsquellen zu identifizieren. Es bedarf daher einiges an Kompetenz, Recherche und Faktenabwägung, um sich auf gesicherte Quellen verlassen zu können. Es ist ebenfalls eine wesentliche Aufgabe von Bibliotheken, ihre Nutzerinnen und Nutzer dabei unterstützen, Informationen zu sichten, einzuordnen und zu verifizieren. Zugleich ist es eine originäre Aufgabe von Bibliotheken, die Informationskompetenz der Menschen zu stärken, in dem der Umgang mit Quellen geschult und Hinweise zu Recherchertools gegeben werden. Bibliotheken sammeln ja nicht nur Daten, sie lehren auch den kritischen Umgang mit ihnen. Diese Kernkompetenzen müssen sowohl im schulischen Kontext aber auch in der beruflichen Weiterbildung noch viel stärker gefördert werden. Die Frage also: „Wo kommen Informationen her?“ muss Bestandteil der schulischen und außerschulischen Bildung werden. Bibliotheken sind dabei wichtige Partner für Schulen, Berufsschulen und Volkshochschulen.

Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer erkannt. Was kann dagegen getan werden?

Auch hier gilt es, den Umgang mit Daten und Informationen zu schulen. Nur weil Informationen frei verfügbar sind, heißt es nicht, dass diese auch auf seriösen Informationsquellen beruhen, oft im Gegenteil. Kinder und Jugendliche müssen früh für Desinformationen sensibilisiert werden, Erwachsene benötigen ebenfalls entsprechende Angebote. Hier wären entsprechende Förderangebote des Bildungsministeriums zum flächendeckenden Ausbau dieser Angebote in den unterschiedlichen Einrichtungen der außerschulischen Bildung notwendig. Zugleich helfen niedrigschwelli-

ge Handreichungen, wie sie beispielsweise vom Weltverband IFLA herausgegeben werden (vgl. „How to spot Fake News“).

Neben einem umfangreichen physischen und digitalen Medienbestand bieten Bibliotheken auch Schulungen im Umgang mit Nachrichten an. Die Büchereizentrale Schleswig-Holstein hat dafür für Schülerinnen und Schüler das Planspiel FakeHunter*** entworfen. Das Planspiel vermittelt, kritisch mit Nachrichtenmeldungen umzugehen und entwickelt Werkzeuge, um Fake News zu entlarven. Mithilfe von sogenannten „Fake-Prüfwerkzeuge“ werden diverse verlässliche Quellen aus Internet, Datenbanken und Bibliotheken überprüft und verifiziert. Die FakeHunter wurden ursprünglich für die Öffentlichen Bibliotheken in Schleswig-Holstein entwickelt und wurden inzwischen auf den gesamten deutschsprachigen Raum ausgeweitet.

Wie sollte die Politik die Medienbildung besser fördern - ohne in den Verdacht zu geraten, in das Mediensystem einzugreifen?

Zunächst geht es darum, Schulen und Kitas stärker für das Thema Medienbildung zu sensibilisieren. Lehrer*innen und Kitapersonal müssen dazu im Bereich der Medienkompetenz flächendeckend fortgebildet werden.

Und es sollten mehr Formate für Schulen und Kitas entwickelt werden, in denen der Umgang mit Informationskanälen und Medien geschult wird. Dazu gehört auch, Kooperationen mit Partnern einzugehen, die sich mit dem Thema Medien- und Informationskompetenz auskennen, wie beispielsweise die Bibliotheken. Was wir brauchen ist ein Netzwerk von regionalen Medienkompetenzzentren. Das könnten zum Beispiel auch Bibliotheken sein.

Mit unserem Projekt „Netzwerk Bibliothek Medienbildung“, das der Deutsche Bibliotheksverband seit 2019 mit Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung umsetzt, qualifizieren wir Bibliotheksmitarbeitende, ihre Expertise im Bereich der Medienbildung an Lehrer*innen und Kitamitarbeiter*innen weiterzugeben. Gleichzeitig erstellen wir Vermittlungsformate zu verschiedenen medienpädagogi-

schen Themen, die sowohl Bibliotheken als auch Schulen und Kitas anwenden können. Solche Fortbildungsangebote müssen weiter ausgebaut werden. Ziel muss es sein, die Medienbildung in der schulischen als auch der außerschulischen bzw. der Erwachsenenbildung stärker in den bildungspolitischen Blick zu nehmen.

* <https://www.digital-kompass.de/>

** Bitkom Research 2021. Digitaltag 2021: Deutschlands digitale Spaltung überwinden: https://www.bitkom.org/sites/default/files/2021-06/bitkom-charts-digitaltag-14-06-2021_final.pdf

*** <https://www.diefakehunter.de/>

DEBATTENBEITRAG

03.05.2022 | INTERVIEW

QUELLEN ÜBERPRÜFEN IN SIEBEN SCHRITTEN

Was die Medienanstalten für mehr Medienkompetenz tun



Jochen Fasco, Direktor der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) und Medienkompetenzbeauftragter der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten [Quelle: TLM]

In Sachen Medienkompetenz sind "viele Fachleute in den Ländern, aber auch bundesweit aktiv", berichtet TLM-Direktor Jochen Fasco. Der Medienkompetenzbeauftragte der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten nennt die wichtigsten Aufgaben auf diesem Feld, die jetzt anstehen.

Die Studie „Quelle: Internet“? – Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test“ der Stiftung Neue Verantwortung kommt zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt – was bedeutet das für die Medienbildung?

Die Studie hat in den Medien und der Fachöffentlichkeit ein großes Interesse erzeugt. Die Aussage „Mit dem Alter sinkt die digitale Nachrichtenkompetenz: Je älter, desto geringer die Kompetenzwerte.“ muss der Vollständigkeit halber und für eine korrekte Einordnung in ihrer vollen Aussage gesehen werden. Neben dem Alter spielt nämlich – so auch die Autoren der Studie – die Schulbildung eine zentrale Rolle. Sie verweisen darauf, dass je höher die formale Schulbildung ist, desto höher sind die Kompetenzwerte und desto höher ist auch das Vertrauen in Journalismus und Politik. Die Schulbildung ist der bestimmendere Faktor im Vergleich zum Alter. Dieses Ergebnis wird auch durch andere Studien bestätigt und ist nicht wirklich neu.

Die Förderung der Nachrichten- und Informationskompetenz ist ein Bestandteil der Medienkompetenzförderung. In den letzten Jahren war es Ziel, entlang der gesamten Bildungskette, also in der Kita, in der Schule, der Jugendarbeit und der Jugendhilfe, der Erwachsenenbildung sowie der Familien- und Seniorenarbeit, Medienbildungsmaßnahmen anzubieten. Hierbei sind viele Fachleute in den Ländern, aber auch bundesweit aktiv. Die Landesmedienanstalten binden sich mit ihren Angeboten aktiv in die Netzwerke ein. Die Länder haben die Querschnittsaufgabe Medienkompetenzförderung in den meisten Bildungsplänen verankert. Im Fazit wurden und werden viele Weichen gestellt, wobei die adäquate Umsetzung der Maßnahmen eine ständige Herausforderung darstellt. Hauptaufgabe ist es, mit den Maßnahmen in die Fläche zu gelangen.

Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Wie lässt sich das ändern?

Insgesamt lässt sich die Förderung der Informationskompetenz durch drei Maßnahmen erreichen. Erstens gibt es zahlreiche niedrigschwellige Informations- und Beratungsangebote, die das Thema Kriterien der Quellenkritik aufgreifen. Aufgabe ist es, diese in der Breite sichtbar werden zu lassen und die Bekanntheit zu steigern. Jedoch sollten alle auch bereit dazu sein, sich die Angebote anzuschauen. Zweitens gibt es zahlreiche Fortbildungsangebote, die sich zumeist an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, pädagogische Fachkräfte und professionell Erziehende richten. Oft wird kri-

tisiert, dass es zu wenig Angebote gibt. Dies würde bedeuten, dass alle Bildungsträger ihre Anstrengungen ausbauen sollten. Drittens werden zahlreiche Projekte der aktiven Medienarbeit angeboten, die die Teilnehmenden in die Lage versetzen, selbst die Rolle des Journalisten, der Journalistin einzunehmen. Bei diesen Angeboten werden meist die nachhaltigsten Effekte erzielt. Es ist wie beim Stricken, das lernt man auch am besten, wenn man die Stricknadeln selbst zur Hand nimmt. Leider sind diese Angebote sehr zeitintensiv und teuer.

Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer erkannt. Was kann dagegen getan werden?

Ganz praktisch gesprochen ist die erste Stufe der Erkenntnis der Selbsttest. Begleitend zur bereits erwähnten Studie wurde ein Online-Angebot erarbeitet, mit dem Nutzende testen können, wie nachrichtenskompetent sie sind. Unter <https://mabb.de/news-test.html> kann dieser Selbsttest absolviert werden, was ich nur empfehle. Darüber hinaus rate ich, sich anhand der sieben etablierten Schritte zu orientieren, die helfen sollen, wenn man sich nicht sicher ist.

1. misstrauisch sein
2. Quelle prüfen
3. Intention hinterfragen
4. Aktualität überprüfen
5. nach weiteren Quellen suchen
6. Bilder und Videos überprüfen
7. Faktenchecker-Internetseiten nutzen

Übrigens finden sich zahlreiche weitere Anregungen zum Thema im aktuellen Jugendschutz- und Medienkompetenzbericht der Landesmedienanstalten mit dem Titel „Fakt oder Fake? Jugendschutz, Medienkompetenz und Desinformation – Maßnahmen, Projekte und Forderungen“. Dieser kann kostenfrei heruntergeladen werden.

Wie sollte die Politik die Medienbildung besser fördern – ohne in den Verdacht zu geraten, in das Mediensystem einzugreifen?

Entlang der Bildungskette können die Länder im Rahmen ihres Bildungsauftrages Maßnahmen der Medienbildung fest in den Bildungsplänen verankern. Dies wird in den letzten Jahren bereits intensiv umgesetzt. Die Strategie der Kultusministerkonferenz „Bildung in der digitalen Welt“ aus dem Jahr 2017 (erweitert 2021) hat beispielsweise in Kombination mit dem DigitalPakt Schule für den Bereich Schule einiges bewirkt. Auch in den meisten Landesmediengesetzen ist die Medienbildung fest verankert und wird als Auftrag den Landesmedienanstalten zugeschrieben. Der Medienstaatsvertrag und die AVMD-Richtlinie nehmen beispielsweise auch die Medienanbieter ein Stück weit in die Pflicht. Hinsichtlich einer möglichen praktischen Umsetzung empfehle ich einen Blick in den ERGA Media Literacy Report „Recommendations for key principles, best practices and a Media Literacy Toolbox for Video-sharing Platforms“, der mögliche Anwendungsbeispiele aufzeigt. Dieser ist kostenfrei einsehbar.

DEBATTENBEITRAG

04.05.2022 | INTERVIEW

ÜBER DEN DIGITALPAKT INFRASTRUKTUR IN DER SCHULE ZU INSTALLIEREN GENÜGT NICHT

Wie die Medienbildung gestärkt werden kann



Helmut Klauen - Bundesvorsitzender, Bundesarbeitskreis Lehrerbildung [Quelle: <https://bak-lehrerbildung.de>]

"Medienbildung ist deutlich mehr als ´digitale Nachrichtenkompetenz`", betont Helmut Klauen vom Bundesarbeitskreis Lehrerbildung. Mediennutzung müsse als Teil der Medienbildung als Querschnittsthema nicht nur in der Schule präsent sein. An die Politik hat er deswegen klare Forderungen.

Eine Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt - was bedeutet das für die Medienbildung?

Medienbildung ist deutlich mehr als „digitale Nachrichtenkompetenz“. Medienbildung ist allgemein ausgedrückt die Fähigkeit, Medien den eigenen Bedürfnissen angepasst zu nutzen und mit ihnen verantwortungsvoll umzugehen. Diese Kompe-

tenz sinkt nun nicht zwangsläufig mit dem Alter. Die Medienkompetenz definiert sich über die Bereiche Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung. Gerade der kritisch bewusste Umgang mit (digitalen) Medien kann durchaus mit dem Alter steigen. Für die Medienbildung bedeutet dies, dass Schule und Gesellschaft Gelegenheiten gegeben werden müssen, sich konstruktiv mit Themenbereichen der Medienbildung auseinanderzusetzen.

Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Wie lässt sich das ändern?

Aufklärung! Mediennutzung als Teil der Medienbildung muss als Querschnittsthema nicht nur in der Schule präsent sein. In jeglicher Form von Qualifikationen muss, sobald es um Nutzung von Quellen geht, zwangsläufig ein reflektiver Umgang initiiert werden.

Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer erkannt. Was kann dagegen getan werden?

Medienbildung in Schule und Gesellschaft ernst nehmen und nicht nur Bildungskanäle für Medienbildung nutzen. Über einfache vergleichende Beispiele verdeutlichen, wie sich z.B. in den sozialen Medien Information, Werbung und Meinung vermischen. Zudem gibt es hier hervorragende Literatur für junge Menschen, welche verstärkt dazu herangezogen werden können.

Wie sollte die Politik die Medienbildung besser fördern - ohne in den Verdacht zu geraten, in das Mediensystem einzugreifen?

Politik und insbesondere Bildungspolitik sollte endlich verstehen, dass es nicht genügt, über einen DigitalPakt Infrastruktur in Schule zu installieren, sondern dass es eine Förderung von zeitlichen Ressourcen bedarf, um sich mit der digitalen Welt sinnvoll und konstruktiv auseinandersetzen zu können. Die KMK -Empfehlung zum „Lehren und Lernen in der digitalen Welt“ sind hier ein sehr guter Ansatz. Leider sind es nur Empfehlungen, welche aufgrund von Sparmaßnahmen kaum Umsetzung finden werden. Solange Politik und Gesellschaft nicht bereit sind, in die wertvolle Ressource „Bildung“ deutliche stärker monetär in Personalentwicklung zu investieren, müssen wir nicht über Qualität sprechen.

DEBATTENBEITRAG

06.05.2022 | INTERVIEW

FÜR MEDIENBILDUNG FEHLT ES BEREITS JETZT AN FACHKRÄFTEN

Was für mehr Medienkompetenz getan werden muss



Dr. Friederike von Gross - Geschäftsführerin der GMK e.V. [Quelle: GMK]

"Medienbildung ist eine große gesellschaftliche Querschnittsaufgabe, die entlang der gesamten Bildungskette noch besser und verlässlicher zu gestalten ist, als das bisher der Fall ist", betont Dr. Friederike von Gross, Geschäftsführerin der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) e.V., Bundes- und Fachverband für Medienpädagogik und Medienbildung. Sie nennt preisgekrönte Angebote und Erwartungen an die Politik.

Eine Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt - was bedeutet das für die Medienbildung?

Neben der sehr wichtigen Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen, deren Medienkompetenz schon früh gefördert werden muss, um einen kreativen und kritischen Medienumgang zu erlernen, müssen wir Medienbildung stets entlang der gesamten Bildungskette denken. Dabei müssen wir alle erwachsenen Menschen mitnehmen und sie im Umgang mit digitalen Medien befähigen. Hier gilt es stets soziale, politische, ethische und kulturelle Aspekte einzubeziehen. Erfahrungen aus der Medienpädagogik zeigen, dass hier Methodenvielfalt unbedingt sinnvoll ist. Reine Informationsvermittlung – z.B. über Flyer, Broschüren oder statische Webangebote – sind alleine nicht zielführend. Eine aktive, reflektierende Auseinandersetzung findet so in der Regel selten statt. Gibt es jedoch einen spielerischen, interaktiven und handlungsorientierten Umgang mit Fragen der Nachrichten- und Medienkompetenz, führt dies zu einem besseren Verständnis und dazu, dass Medien auch aktiv zur Gestaltung der eigenen Lebenswelt genutzt werden können. Der Vorteil des Netzes nämlich, dass jede*r auch Gestalter*in von Nachrichten und weiterem Content sein kann, führt zu neuen Herausforderungen. Je kompetenter wir aber im Umgang damit sind, desto konstruktiver sind Rezeption und Partizipation im Netz.

Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Wie lässt sich das ändern?

Informationsflut, Medienvielfalt, Globalisierung, Bildmanipulationen und Desinformationen: all das sind Aspekte, die die Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit von Quellen mindern. Vor einigen Jahrzehnten war das Vertrauen in Nachrichten, Bilder und Videos noch ein anderes. Es existierte eine (noch) recht übersichtliche Medienlandschaft und mit einigem Medienwissen, zum Beispiel über das Duale Rundfunksystem, war einem schon recht gut geholfen. Dies ist heute aus den besagten Gründen nicht mehr so einfach. Umso wichtiger ist es daher, die Medienkompetenzen von Menschen aller Voraussetzungen im Sinne eines lebensbegleitenden Lernens zu fördern und sie zu befähigen, Medien kreativ und kritisch zur Teilnahme an der durch Digitalisierung geprägten Gesellschaft zu nutzen.

Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer

erkannt. Was kann dagegen getan werden?

Auf der einen Seite wird es immer komplexer und herausfordernder, alle Quellen zu prüfen. Aufgrund von digitalen Möglichkeiten der Bild- und Videobearbeitung (wie z.B. Deepfakes) fällt es mitunter selbst ausgebildeten Journalist*innen schwer. Auf der anderen Seite gibt es einige Methoden, die im Grunde recht einfach anzuwenden sind, wie zum Beispiel die Bilderrückwärtssuche, mit der man prüfen kann, ob das Bild einer Nachricht ursprünglich vielleicht in einem ganz anderen Kontext gemacht wurde. Des Weiteren gibt es Tools, die helfen, Veränderungen oder Montagen in Bildern zu entdecken. Grundlage eines medienkompetenten Handelns ist es, nicht alles so hinzunehmen, wie es einem präsentiert wird, sondern reflektierend und hinterfragend mit Meldungen umzugehen: Wer schreibt? Welches Mediensystem steht hinter der Quelle? Gibt es für die Meldung nur eine Quelle oder wird sie auch von seriösen Portalen geteilt? An wen wendet sich die Nachricht? Mit welchem Zweck?

Damit Kinder, Jugendliche und Erwachsene diese Haltung verinnerlichen, sind medienpädagogische Projekte – schulisch wie außerschulisch – notwendig. Ziel muss es sein, digitale Teilhabe für alle Bürger*innen zu ermöglichen. Dieses Ziel verfolgt auch der #DigitalCheckNRW (www.digitalcheck.nrw), ein kostenloser Selbsttest im Internet (verfügbar aktuell in vier Sprachen: Deutsch, Englisch, Türkisch und Arabisch), der mit zahlreichen Weiterbildungsangeboten, Lerninhalten und Materialien verknüpft ist.

Wie im besten Sinne kritikfördernde und kreative Medienpädagogik mit Kindern und Jugendlichen aussieht und gestaltet wird, zeigen die ausgezeichneten Projekte des Dieter Baacke Preises (www.dieter-baacke-preis.de). Mit dem Preis zeichnen die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) und das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) beispielhafte Projekte der Bildungs-, Sozial- und Kulturarbeit aus. Ziel ist, herausragende medienpädagogische Projekte und Methoden zu würdigen und bekannt zu machen, die Kindern, Jugendlichen und Familien einen kreativen, kritischen Umgang mit Medien vermitteln und ihre Medienkompetenz fördern.

Wie sollte die Politik die Medienbildung besser fördern - ohne in den Verdacht zu geraten, in das Mediensystem einzugreifen?

Medienbildung ist eine große gesellschaftliche Querschnittsaufgabe, die entlang der gesamten Bildungskette noch besser und verlässlicher zu gestalten ist, als das bisher der Fall ist. Pädagogische Prozesse stehen dabei im Vordergrund. Wer Digitalisierung ausbaut, wer digitale Kompetenzen und Teilhabe von Kindern und Jugendlichen, von Bürger*innen und Bürgern fördern will, muss auf breiter Linie dafür sorgen, dass eine vielschichtig gestaltete, explorative, kritikfördernde und kreative Medienbildung aller gewährleistet ist. In der Medienbildungslandschaft – und in der Mitgliedschaft der GMK – gibt es eine Vielzahl von Träger*innen, Einrichtungen und Medienpädagog*innen mit einer langjährigen Expertise in unabhängiger medienpädagogischer Projektarbeit mit allen Zielgruppen. Diese gilt es nachhaltig und langfristig zu fördern – z.B. mit Strukturförderungen. Zusätzlich fehlt es bereits jetzt an Fachkräften! Unbedingt sind die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten auszubauen. Fachkräfte sind fair und gemäß ihrer Qualifikationen zu bezahlen und Weiterbildungen sollten – gerade in so einem dynamischen Feld – während der Arbeitszeit ermöglicht und unterstützt werden. Wichtig ist es bei Förderentscheidungen auch danach zu schauen, dass Projekte über technische Ausstattung, Stärkung einer digitalen Infrastruktur und Bedienungskompetenzen hinausgehen und Medienkompetenz im Sinne einer umfassenden Medienbildung fördern. Diese sollte soziale, ethische, politische und kulturelle Aspekte berücksichtigen und einen kreativen und kritischen Umgang mit Medien im Fokus haben. Wie und wie weit wir in einer Kultur der Digitalität dazu beitragen können, mit Medienbildung die Welt zu retten, wird auf dem kommenden 39. Forum Kommunikationskultur 2022 (<https://www.gmk-net.de/veranstaltungen/39-forum-kommunikationskultur-2022/>) debattiert und erfahrbar gemacht.

DEBATTENBEITRAG

17.06.2022 | INTERVIEW

MEDIENBILDUNG IST IMMER AUCH DEMOKRATIEFÖRDERUNG

Wie Medienkompetenz in der Schweiz gefördert wird



Katrin Andres - Mitinhaberin, SAPIA GmbH [Quelle: SAPIA]

"Aktuell fokussieren die meisten Medienbildungsangebote Kinder und Jugendliche", konstatiert Katrin Andres, Mitinhaberin der SAPIA GmbH. Für ältere Personen sei Pionierarbeit gefragt. SAPIA ist nach eigenen Angaben die erste und führende Institution für Medienpsychologie der Zentralschweiz und begleitet Unternehmen, Vereine und Verbände bei Schulung, Intervention, Moderation und Beratung.

Eine Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt - was bedeutet das für die Medienbildung?

Aktuell fokussieren die meisten Medienbildungsangebote Kinder und Jugendliche.

Diese Zielgruppen sind oftmals am einfachsten zugänglich, da sie über den Schulunterricht erreicht werden können. Pionierarbeit ist nun aber gefragt, um auch ältere Personen zu erreichen. Es müssen auf diese Zielgruppen zugeschnittene Settings entwickelt werden. Als hilfreich könnte sich in diesem Zusammenhang Wissen aus anderen Präventionsbereichen herausstellen, die überwiegend auf ältere Personen ausgerichtet sind.

Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Wie lässt sich das ändern?

Quellenkritik ist eine anspruchsvolle Aufgabe, die bis vor wenigen Jahren überwiegend von Journalist:innen erledigt wurde. Je niederschwelliger Personen eigene Beiträge veröffentlichen können, desto stärker müssen nun die Rezipierenden selbst Quellenkritik vornehmen. Sensibilisiert werden können Personen beispielsweise auf Anzeichen unseriöser Quellen wie Clickbaiting oder stark emotionalisierende Bilder.

Zentral ist aber, dass die vermittelten Strategien für die Zielgruppen alltagstauglich umzusetzen sind. Sehr interessierte Personen, die sprachlich und digital versiert sind, können aufwändige Instrumente der Quellenkritik nutzen. Es fehlen aber oftmals Instrumente für Personen, die wenig zeitliche Ressourcen in Quellenkritik investieren können oder wollen und sprachlich wie digital wenig bewandert sind.

Auch die Zugänglichkeit solcher Personen ist oftmals nicht gegeben, sie werden teilweise nur schlecht erreicht durch Kampagnen, Bildungsangebote usw. Entsprechend ist nicht nur die Frage von Bedeutung, welches Wissen Personen haben und anwenden können müssen, um medienmündig zu sein, sondern auch über welche Wege ihnen dieses Wissen vermittelt werden kann.

Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer erkannt. Was kann dagegen getan werden?

Analog zur vorhergehenden Frage lässt sich diese in zwei Aspekte aufteilen:

Einerseits müssen zielgruppengerechte Strategien zur Prüfung von Medialen Inhalten entwickelt werden. Diese Kompetenzen müssen anschliessend lebenswelt- und kompetenzorientiert aufbereitet und vermittelt werden. Auch hier wird es entsprechend keine einfachen Rezepte geben, die flächendeckend angewandt werden können. Vielmehr ist der Erfolg von Initiativen zur Förderung von Medienkompetenz umso erfolgversprechender, je passgenauer die Inhalte und die Kommunikation auf einzelne Gruppen zugeschnitten werden.

Wie sollte die Politik die Medienbildung besser fördern - ohne in den Verdacht zu geraten, in das Mediensystem einzugreifen?

Je stärker sich Personen in politische Prozesse und die Erarbeitung von medialen Inhalten einbezogen fühlen und je transparenter ihnen diese erscheinen, um so grösser ist ihr Vertrauen in diese beiden Elemente. Zentral ist deshalb eine breite Allianz von Politik, Institutionen und Meinungsmacher:innen, die sich lebensnah, öffentlich und transparent für die Vermittlung von Medienkompetenz einsetzen. Wenn eine solche Allianz sich, unabhängig von unterschiedlichen politischen Positionen, für Medienbildung einsetzt und diese für ihr Umfeld erlebbar macht, können breite Teile der Bevölkerung erreicht und medienmündig gemacht werden.

Medienbildung ist immer auch Demokratieförderung, da nur Wähler:innen mündig sind, die auch über die relevanten Informationen zu Entscheidungen verfügen. Entsprechend muss die Förderung von Medienkompetenz ein Anliegen sein, welches alle Parteien, Organisationen und Personen, die die Demokratie stützen wollen, unabhängig von ihren konkreten politischen Standpunkten, teilen.

DEBATTENBEITRAG

21.06.2022 | INTERVIEW

MEDIENKOMPETENZ BRAUCHT EINEN EIGENEN STELLENWERT

Wer wann was lernen sollte



Daniel Frei - Präsident, Elternbildung CH [Quelle: privat]

"In der modernen Informationsgesellschaft mit Social Media und Internetportalen lässt sich dies regulatorisch und rechtlich nicht umfassend steuern bzw. es kann keine eigentliche Qualitätssicherung geben", konstatiert Daniel Frei, Präsident des Verbandes Elternbildung CH. Deswegen ist Medienkompetenz für ihn eine Schlüsselkompetenz.

Eine Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt - was bedeutet das für die Medienbildung?

Medienkompetenz - und damit verbunden auch politische Bildung im umfassenden

Sinn - müssen als lebenslanges Lernen begriffen werden und als Schlüsselkompetenzen in einer modernen, demokratischen, marktwirtschaftlich organisierten Informationsgesellschaft. Es reicht nicht (mehr), diese als Nebenprodukt der klassischen Ausbildung und Bildung zu betrachten, sondern sie brauchen einen eigenen Stellenwert. Der Staat steht diesbezüglich besonders in der Verantwortung, weil es letztlich um ein öffentliches Interesse geht. Er kann und soll aber nicht alles selber machen; es braucht ebenso private Akteure, die sich einbringen, bspw. Bildungsorganisationen, Präventionsstellen, Erwachsenenbildung, Elternbildung usw.

Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Wie lässt sich das ändern?

In der modernen Informationsgesellschaft mit Social Media und Internetportalen lässt sich dies regulatorisch und rechtlich nicht umfassend steuern bzw. es kann keine eigentliche Qualitätssicherung geben. Umso wichtiger sind mündige und eigenverantwortliche Medienkonsumentinnen und Medienkonsumenten: Medienkompetenz gehört daher bereits bei Kindern alters- und stufengerecht in den Unterrichtsplan. Daneben ist die Vermittlung von Medienkompetenz auch im privaten und familiären Umfeld wichtig; Eltern und andere Bezugspersonen haben einen grossen Einfluss im positiven und im negativen Sinn. Es ist daher nicht nur die Schulung und Förderung der Medienkompetenz der Kinder (und späteren Erwachsenen) wichtig, sondern auch diejenige der Erwachsenen darf nicht vernachlässigt werden.

Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer erkannt. Was kann dagegen getan werden?

Seriöse Medien unterscheiden und kennzeichnen dies. Es sollte daher journalistische Selbstregulierung (bspw. über Verbandsmitgliedschaften) geben, damit dies von professionell arbeitenden Anbietern so gehandhabt wird. Daneben sollte staatliche Medienförderung - sofern es eine solche gibt - nur professionell arbeitenden Anbietern ausgerichtet werden. Und auf Seite der Medienkonsumentinnen und Medienkonsumenten gilt: Sie müssen möglichst kompetent sein, um selber beurteilen, einordnen und entscheiden zu können.

Wie sollte die Politik die Medienbildung besser fördern - ohne in den Verdacht zu geraten, in das Mediensystem einzugreifen?

Indem Medienkompetenz und politische Bildung im obligatorischen Schulunterricht einen ausreichenden Platz im Lehrplan einnehmen und altersgerecht und zeitgemäss vermittelt werden. Das ist aktuell häufig zu wenig der Fall. Selbstverständlich braucht es dazu auch entsprechende Lehrmittel und Fachdidaktik. Daneben sollte die Politik die Erwachsenenbildung finanziell unterstützen und ideell fördern, sodass es hier im Sinne einer gesellschaftlichen Aufgabe gute und vielfältige Angebote gibt. Dazu zählt auch die Elternbildung.

DEBATTENBEITRAG

31.08.2022 | INTERVIEW

MEDIENKOMPETENZ NICHT AUF NUTZUNGSKOMPETENZEN REDUZIEREN

Wie wichtig mündige und wissenskritische Bürgerinnen und Bürger sind



Dennis Walter, M.A. - Direktor, Bundesinstitut für Erwachsenenbildung (bifeb) [Quelle: bifeb]

"Da für eine lückenlose staatliche Regulierung von Social Media die notwendigen gesetzlichen Grundlagen fehlen, braucht eine demokratische Gesellschaft mündige und wissenskritische Bürgerinnen und Bürger", konstatiert Dennis Walter vom Bundesinstitut für Erwachsenenbildung (bifeb). Dafür braucht es aus seiner Sicht neue Denkmuster und auch Geldmittel.

Eine Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt - was bedeutet das für die Medienbildung?

Dieser Befund der Studie „Quelle:Internet“? ist dahingehend spannend, als dass der

Erwerb von Medienkompetenz – immer noch – häufig ausschließlich im Kontext von schulischer Bildung diskutiert und verhandelt wird. Derlei Forschungsergebnisse untermauern jedoch den Stellenwert einer qualitativ hochwertigen und staatlich geförderten Bildung über die gesamte Lebensspanne hinweg, womit insbesondere die „vierte Säule“ des Bildungssystems – die Erwachsenenbildung – angesprochen ist. Dazu passt, dass „digitale und technologiebasierte Kompetenzen“ zu den acht Schlüsselkompetenzen des europäischen Kompetenzrahmens für Lebenslanges Lernen der Europäischen Kommission gehören. Dezidierte Weiterbildungsangebote für Erwachsene zur Verbesserung der eigenen Medienkompetenzen – darunter fällt auch die digitale Nachrichtenkompetenz – wie auch im weiteren Sinne der politischen Bildung sind ein wichtiger Pfeiler für unsere demokratische und auf wissenschaftlicher Ratio basierende Wissensgesellschaft.

Besonders erwähnenswert scheint mir, dass die Förderung der digitalen Nachrichtenkompetenz im Kontext von Erwachsenenbildung zumindest nicht ausschließlich als Teil der beruflichen Weiterbildung verstanden wird. Ein weiterer Befund der Studie „Quelle:Internet“? verweist nämlich darauf, dass der Bildungsgrad einen signifikanten Einfluss auf die digitale Nachrichtenkompetenz hat. Da berufliche Weiterbildung ebenfalls stark mit dem Bildungsgrad korreliert – Personen mit höheren Bildungsabschlüssen nehmen häufiger an beruflicher Weiterbildung teil –, liefe man tendenziell Gefahr, den „digital gap“ oder „digital divide“ zwischen den Bevölkerungsgruppen weiter zu vergrößern. Mit anderen Worten braucht es niedrigschwellige Angebote, insbesondere für Personen mit geringerem Einkommen und/oder Bildungsstand.

Aus didaktischer Perspektive könnte man den Forschungsbestand auch als ein Plädoyer für intergenerationelle Lehr-Lernsettings im Rahmen der angedeuteten Angebote lesen, was für altersheterogene Zielgruppen spricht.

Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Wie lässt sich das ändern?

Da für eine lückenlose staatliche Regulierung von Social Media die notwendigen

gesetzlichen Grundlagen fehlen, braucht eine demokratische Gesellschaft mündige und wissenskritische Bürgerinnen und Bürger. Darunter fällt auch, Informationen zu sichten, die Qualität von Quellen einzuschätzen und die Absichten des Informationsgebers kritisch zu hinterfragen. Da der Begriff der Medienkompetenz im deutschsprachigen Raum (zu) oft lediglich auf Nutzungskompetenzen reduziert wird, arbeiten wir am Bundesinstitut für Erwachsenenbildung (www.bifeb.at) mit dem Konzept der „media and information literacy“ (MIL) der UNESCO, welches das Schlaglicht insbesondere auf Kompetenzen des „critical thinkings“ im Kontext der Neuen Medien wirft.

Kritische Medienkompetenz muss ihren Platz nicht nur in schulischen Curricula finden, sie ist allen voran auch ein wichtiges Handlungsfeld von Erwachsenenbildung, wobei man das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven bearbeiten kann: Erstens als eigenständige Thematik, d.h. es braucht passgenaue Weiterbildungsveranstaltungen – idealerweise niedrighschwellig und zielgruppenadäquat –, welche die Förderung dieser kritisch-reflexiver Kompetenzbündel für breite Gruppen der Bevölkerung anvisiert. Zweitens als Querschnittsthema, das lebensweltnah und anwendungsbezogen mit anderen Thematiken didaktisch verzahnt wird. Während sich die erstgenannten Angebote direkt an die Bevölkerung richten, sind mit den letztgenannten Veranstaltungen insbesondere Fortbildungen für Akteurinnen und Akteure der Erwachsenenbildung, allen voran Lehrende, angedeutet.

Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer erkannt. Was kann dagegen getan werden?

In einem ersten Schritt braucht es eine entsprechende Sensibilisierung für die Thematik, sei es der breiten Öffentlichkeit oder aber auch der (Bildungs-)Politik. Darauf aufbauend müssen allen voran die bereits erwähnten kritischen Medienkompetenzen in den Fokus von Bildung und Weiterbildung genommen werden. Ein reines Auf- oder Nachrüsten von Nutzungskompetenzen führt uns in eine technokratische Sackgasse, was gerade unter den ebenfalls bereits erwähnten demokratiepolitischen Aspekten höchst problematisch anmutet.

Gleichzeitig braucht es – gerade mit Blick auf als Information getarnte Werbung – mehr staatliche und insbesondere transnationale Regulierung.

Wie sollte die Politik die Medienbildung besser fördern - ohne in den Verdacht zu geraten, in das Mediensystem einzugreifen?

Wir – Bildungspolitik, pädagogische Professionals wie auch die gesamte Gesellschaft – müssen ein Stück weit unsere oftmals noch technokratischen geprägten Denkmuster hinterfragen. Die Herausforderungen der Digitalisierung als gesamtgesellschaftliche Querschnittsthematik liegen eben nicht ausschließlich in der kompetenten Anwendung, sondern in einem – im wahrsten Sinne des Wortes – selbstbewussten und selbstreflexiven, kritischen und kreativen Umgangs mit den neuen Technologien. Analog dazu braucht es nicht nur Fördermittel für den Ausbau digitaler Infrastruktur, sondern weitläufige Strukturförderungen für ganzheitliche Medienbildung, allen voran für die Erwachsenenbildung mit ihren Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung in diesem zukunftssträchtigen Bereich.

Kooperationen der Erwachsenenbildung – aber auch der Schulen – mit Medien unterschiedlichster Art können innovative Handlungsfelder aufspannen, um das Gelernte in die Praxis zu übersetzen und insbesondere auch die gestalterischen Medienkompetenzen zu schärfen. Auch hier könnte der Staat finanzielle Unterstützung dafür leisten, die Partizipationschancen der gesamten Bevölkerung an der Mediengestaltung zu erhöhen.

DEBATTENBEITRAG

06.09.2022 | INTERVIEW

MEDIENBILDUNG DARF NICHT AUF SCHULE BEGRENZT WERDEN

Wie lebenslanges Lernen am besten funktionieren kann



Prof. i.R. Dr. Stefan Aufenanger - Seniorforschungsprofessur für Medienpädagogik an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz [Quelle: privat]

"Es ist allgemein nicht einfach, Desinformationen zu erkennen, Werbung zu durchschauen sowie Meinungen angemessen beurteilen zu können" konstatiert Prof. Dr. Stefan Aufenanger von der Sektion Medienpädagogik in der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft. Er weiß aber, wie man das lernen und trainieren kann.

Eine Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt - was bedeutet das für die Medienbildung?

Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, dass die Förderung von Medienkompe-

tenz beziehungsweise Medienbildung nicht nur auf Schule begrenzt werden darf, sondern eine Aufgabe des lebenslangen Lernens sein muss. In diesem Sinne sollten die pädagogischen Angebote zur Förderung von Medienbildung auch in den Bereichen der Erwachsenen- und Weiterbildung stärker ausgebaut und unterstützt werden. Ein möglicher Ansatz, die Nachrichtenkompetenz zu stärken, kann zum Beispiel darin liegen, dass im Sinne einer gestaltungsorientierten Medienpädagogik Menschen aller Altersgruppen lernen, selbst Nachrichten zu erstellen. Dadurch können sie am Besten lernen, wie Nachrichten aufgebaut sind und wie man sie auch versteht und ihre Inhalte bewertet.

Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Wie lässt sich das ändern?

Der Umgang mit Informationen in den verschiedenen Medien – egal ob Zeitschriften, Fernsehen oder in den sozialen Medien – ist eine wichtige pädagogische Aufgabe und kann am besten in Form von praktischen Projekten vermittelt werden. So ist etwa ein Vergleich verschiedener Quellen einer Nachricht ein wichtiger Zugang. In der Vermittlung solcher Kompetenzen muss es darum gehen, die Seriosität von Quellen beurteilen zu können. Dies bedeutet etwa, mehr dazu zu wissen, wie Nachrichten produziert werden und welche Produktionsbedingungen dabei herrschen. Auf der anderen Seite sollten Medien aber auch Verantwortung zeigen, indem die Angaben zu den Quellen transparent und nachvollziehbar gemacht werden. Weiterhin sollte die Professionalisierung von Journalist:innen eine zentrale Voraussetzung sein, Nachrichten zu produzieren zu dürfen.

Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer erkannt. Was kann dagegen getan werden?

Es ist allgemein nicht einfach, Desinformationen zu erkennen, Werbung zu durchschauen sowie Meinungen angemessen beurteilen zu können. Jedoch kann in medienpädagogischen Projekten aufgezeigt werden, mit welchen Mechanismen etwa FakeNews produziert werden. Ein gutes Beispiel dafür ist die Webseite getbad-news.de, auf der etwa Schüler*innen in einem Spiel selbst Falschnachrichten produ-

zieren sollen, um anschließend gemeinsam die dabei verwendeten psychologischen und kommunikativen Mechanismen zu diskutieren und zu durchschauen. Ähnliches kann auch mit Werbung gemacht werden. Die Förderung solcher medienkritischer Kompetenzen ist ein zentraler Bestandteil von Medienbildung.

Wie sollte die Politik die Medienbildung besser fördern - ohne in den Verdacht zu geraten, in das Mediensystem einzugreifen?

Es muss eine Aufgabe von Politik sein, die Angebote zur Medienbildung im gesamten Bildungssystem zu etablieren. Dies bedeutet etwa, schon in Kitas mit Kindern etwa über digitale Kinderrechte am eigenen Bild und in der Grundschule über Mechanismen von Werbung zu sprechen und die Bereiche von Medienbildung im weiter auszubauen. Jedoch sollte Medienbildung nicht auf ein einzelnes Fach beschränkt werden, sondern wie von der Kultusministerkonferenz der Länder in ihrer Strategie „Bildung in der digitalen Welt“ von 2016 vorgesehen fächerübergreifend anzulegen. Aber auch außerhalb des schulischen Rahmens ins verstärkt auch Angebote im außerschulischen Bereich zu fördern, um dort stärker praxisorientierte Projekte durchführen zu können. Dazu ist es jedoch notwendig, in der Ausbildung von pädagogischen Fachkräften – etwa in der Lehrer*innenbildung oder der Ausbildung von Sozialarbeiter:innen und Sozialpädagog:innen – das Thema Medienbildung verpflichten im Sinne einer medienpädagogischen Grundbildung zu etablieren. Nur so kann sichergestellt werden, dass in den pädagogischen Institutionen das Thema Medienbildung fachlich und pädagogisch qualifiziert angeboten werden kann.

DEBATTENBEITRAG

09.09.2022 | INTERVIEW

NEUE MODELLE FÜR MEDIENBILDUNG IN DER GANZEN LEBENSSPANNE

Warum lebenslange Medienbildung immer wichtiger wird



Prof. Dr. phil. Thomas Merz - Prorektor Forschung und Wissensmanagement, Pädagogische Hochschule Thurgau [Quelle: SRF/Oscar Alessio]

"Eine der zentralen Herausforderungen der Medienentwicklung ist die immer raschere Veränderung", sagt Prof. Dr. Thomas Merz von der Pädagogische Hochschule Thurgau. Deswegen muss die Medienbildung aus seiner Sicht Menschen in unterschiedlichen Lebensphasen erreichen. Und zwar mit konkreten Aufgaben.

Eine Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die digitale Nachrichtenkompetenz mit dem Alter sinkt - was bedeutet das für die Medienbildung?

Eine der zentralen Herausforderungen der Medienentwicklung ist die immer raschere Veränderung. Während die Gesellschaft beim Buchdruck noch Jahrhunderte Zeit hat-

te, um einen konstruktiven Umgang mit dem geschriebenen Wort hatte, erfolgen die Veränderungen und Weiterentwicklungen heute sehr viel schneller. Wir werden uns daher im Verlauf des Lebens immer weniger auf die Schule bzw. das in der Schule Gelernte verlassen können. Bereits Ende des 20. Jahrhunderts wurde daher das Postulat lebenslangen Lernens propagiert. Mit fortschreitender Entwicklung wird dies immer wichtiger. Das bedeutet, dass verstärkt auch Erwachsene in jedem Alter in ihrer stetigen Weiterbildung gefordert sind. Dazu werden neue Modelle notwendig sein, um Menschen in unterschiedlichen Lebensphasen zu erreichen. Und neben Schulen und Hochschulen sind sicher auch Unternehmen bzw. Arbeitgeber gefordert.

Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen wird häufig falsch eingeschätzt. Wie lässt sich das ändern?

Wir kommen aus einer Phase, in der Informationen überwiegend über Medienredaktionen verbreitet wurden. Zeitungen waren über Jahrzehnte das Rückgrat der politischen Information. Öffentliche Radio- und Fernsehstationen hatten lange kaum Konkurrenz und mussten nicht nach Einschaltquoten schielen, sondern konnten die wichtigen Nachrichten und Informationen in der geforderten Sorgfalt darstellen und verbreiten. Diese Situation hat sich innerhalb weniger Jahrzehnte grundlegend geändert. Was früher die Aufgabe von Redaktionen war, muss heute von uns Nutzerinnen und Nutzern übernommen werden. Dazu gehören zunächst die Auswahl der relevanten Nachrichten aus einer Überfülle, die Einordnung von Einzelmeldungen in einen Gesamtkontext genauso wie eine vertiefte Recherche. Ein Teil davon ist dann gerade die Überprüfung der Vertrauenswürdigkeit von Quellen. Dass das entsprechende Wissen nicht automatisch und rasch in der Gesellschaft vorhanden ist, ist naheliegend. Denn diese Überprüfung ist nicht nur aufwendig, sondern in sehr vielen Fällen für normale Nutzerinnen und Nutzer ohne Zusatzinformationen auch überaus schwierig. Es handelt sich hier um einen Teil der Medienkompetenz, der in Schulen bzw. lebenslangen Weiterbildungen kontinuierlich gefördert werden muss.

Desinformation, Information, Werbung und Meinung werden zum Teil nur schwer erkannt. Was kann dagegen getan werden?

Die Frage, was wir eigentlich wissen können über die Welt, in der wir leben, wird mit

Sicherheit eine der ganz zentralen Fragen der nächsten Jahrzehnte werden. Bereits heute sorgen Algorithmen dafür, dass wir sehr ausgeprägt mit immer wieder ähnlichen Nachrichten konfrontiert werden. Das führt dazu, dass wir auch Falschinformationen immer wieder bestätigt werden. Gerade solche langfristigen, häufigen Beeinflussungen führen zu entsprechenden Haltungen. Wenn sich bestimmte falsche Informationen einmal verfestigt haben, ist es sehr schwierig, sie wieder in Frage zu stellen. Die Tendenz in der Medienentwicklung wird solche Tendenzen noch verstärken. Bilder, Töne, selbst Videos können immer einfacher gefälscht werden. Doch die Tendenz geht in eine Richtung, dass Informationen direkt auf die Sinnesnerven eingespielen werden. Damit wird die Unterscheidung, welche Informationen korrekt sind, noch einmal bedeutend schwieriger. Wichtigster Ansatzpunkt ist zunächst, dass wir die Bedeutung fundierter Information als Basis für jede friedliche Gesellschaft zunächst einmal erkennen. Das hat politische Konsequenzen - beispielsweise bei der Finanzierung von medialem Service Public, rechtliche Konsequenzen, beispielsweise hinsichtlich der Frage, welche Formen der Werbung oder Beeinflussung erlaubt sind - und es hat selbstredend auch Konsequenzen für die Bedeutung der Medienbildung, die einen weit höheren Stellenwert haben muss, als sie es heute noch hat.

Wie sollte die Politik die Medienbildung besser fördern - ohne in den Verdacht zu geraten, in das Mediensystem einzugreifen?

Medienbildung hat die grundlegende Aufgabe, Menschen in ihrer Mündigkeit und Kritikfähigkeit zu fördern. Wenn Medienbildung diese Aufgabe ernst nimmt, gehört dazu auch eine kritische Auseinandersetzung mit politischen Rahmenbedingungen und Institutionen, politischen Vorgängen und Entscheidungen - unabhängig von der Finanzierung. Wird diese zentrale Zielsetzung gewährleistet, ist eine Förderung der Medienbildung durch die Politik unproblematisch. Hauptaufgaben der Politik ist, überhaupt Medienbildung für alle Altersstufen zu gewährleisten. Der Stellenwert in der Schule muss deutlich erhöht werden. Zudem braucht es neue Modelle für Medienbildung in der ganzen Lebensspanne. Und schliesslich braucht es auch politische Rahmenbedingungen für Medienbetriebe, die eine kritische Beurteilung und Reflexion ihrer Inhalte überhaupt erst möglich machen.

IMPRESSUM

Herausgeber

Barthel Marquardt GbR
Merseburger Straße 200
04178 Leipzig
Tel: 0341 24 66 43 72
E-Mail: marquardt@meinungsbarometer.info
www.meinungsbarometer.info

V.i.S.d.P.

Dipl.-Journ. Nikola Marquardt

Idee, Konzept, Projektleitung

Dipl.-Journ. Thomas Barthel

Redaktion

Barthel Marquardt GbR

Diese Dokumentation darf nicht - auch nicht in Auszügen - ohne schriftliche Erlaubnis der Redaktion vervielfältigt und verbreitet werden. Die Dokumentation wurde mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem können wir für die enthaltenen Informationen keine Garantie übernehmen. Die Redaktion schließt jegliche Haftung für Schäden aus, die aus der Nutzung von Informationen dieser Dokumentation herrühren.