Achim Halfmann,
Bildungszentrum
Bleibergquelle

MEDIENPROJEKTARBEIT — GRUNDLAGEN

Eine handlungsorientierte Medienpädagogik fördert die Ausbildung von Medienkompetenzen.

„Auf der Basis kritischer Medientheorien und reformpädagogischer Ansätze fördert handlungsorientierte Medienpädagogik die souveräne Medienaneignung der Menschen. Ihre Zielsetzung ist die Ausbildung von Medienkompetenz. (…)

Die Methode handlungsorientierter Medienpädagogik ist reflexiv-praktische Medienaneignung, die Handhabung der Medien zu kommunikativem Zwecke und themenzentrierte Medienarbeit, die Be- und Erarbeitung von gesellschaftlich relevanten Themen mit Hilfe von Medien.“

(Schorb 2022, S. 96)

Die Kernfrage: Was machen Nutzer mit Medien? Das Kernanliegen: Nutzeraktivierung

„Die medienpädagogische Kernfrage heißt jetzt nicht mehr: Was machen die Medien mit den Nutzer/-innen?, sondern: Was können die Nutzer/-innen mit den Medien machen? Diese Medienpädagogik verfolgt das Ziel, Medien auch zur Veränderung von Handeln und Verhalten einzusetzen, indem sie die Möglichkeiten der Erkenntnisgewinnung und Bedürfnisartikulation durch Aktive, sprich, Reflexiv-praktische Medienarbeit fördert. (…)

Das entscheidende Postulat von Versuchen in den 1980er-Jahren, Medienpädagogik konzeptionell weiterzuentwickeln, besteht deshalb in der Forderung nach einer stärkeren Lebensweltorientierung, nach Rückbesinnung auf das im beruflichen und privaten Alltag immer mehr mit Medien agierende Individuum (…).

Diese auf Handlungsorientierung und Teilnehmeraktivierung bauende Medienpädagogik will passive Medienkonsument/-innen durch Vermittlung von Medienkompetenz zu aktiven Mitgestalter/-innen des öffentlichen Mediengeschehens machen.“

(Hüther/Podehl 2017, S. 123)

DIETER BAACKE

„Aufbauend auf der Theorie der kommunikativen Kompetenz von Habermas (1972), der dem herrschaftsfreien Diskurs eine konstitutive Funktion für die Konstitution einer egalitären und demokratischen Gesellschaft zuschreibt, entwickelte Baacke diese Theorie weiter zum Konstrukt einer **emanzipatorischen Medienpädagogik**. Er postuliert: **‚Emanzipation ist als Prozeß und Ziel nur verfügbar zu machen in der Kommunikationsgemeinschaft aller Menschen‘** (…).

Gegen die ‚Unmöglichkeit der Vermittlung authentischer Ausdrucksmöglichkeit der Erfahrung durch Massenkommunikation‘ (…) wurde postuliert, eine Transformation der Gesellschaft und ihrer Medien mittels Medien könne nur erfolgen, wenn das durch die herrschenden Medien blockierte Bewusstsein aufgebrochen und überführt werden kann in bewusstes Handeln.“

(Schorb 2022, S. 96)



DIETER BAACKE, SCREENSHOT HTTPS://DIETER-BAACKE-PREIS.DE/

Medienprojekte zielen auf kreatives & kollektives Handeln.

„Kreatives Medienhandeln bezieht sich auf die schöpferische Dimension des Menschen. In der bewussten Gestaltung von Medien kommen die schöpferischen Kräfte der Menschen im Umgang mit Medien zur Geltung. (…)

Mediengestaltung ist die Er- und Bearbeitung von Gegenstandsbereichen sozialer Realität mit Hilfe von Medien unter Nutzung der gestalterischen Möglichkeiten und der eigenen kreativen Fähigkeiten sich mitzuteilen, und auch der Vorgaben der Medientechniken. (…)

Zugleich ist sie in der Regel kollektives Handeln, denn die meisten Medienprodukte entstehen in einem gemeinsamen Herstellungsprozess.“

(Schorb 2022, S. 109)

Partizipatives Handeln umfasst … die Mitgestaltung von Medien … die Mitgestaltung der Gesellschaft

„Medienhandeln als partizipatives Handeln umfasst zwei Dinge. Zum ersten ist Medienpartizipation die Voraussetzung eines jeden Medienhandelns, nämlich die Teilnahme an der gesellschaftlichen medialen Kommunikation mittels der Nutzung der notwendigen Medientechniken. (…)

Medienpartizipation als Dimension des Medienhandelns ist das Vermögen, mittels Kommunikation als Austauschhandeln zwischen Menschen an der Gestaltung der menschlichen Gemeinschaft mitzuwirken bzw. an der medial gestalteten gesellschaftlichen Informations- und Kommunikationswelt zu partizipieren. Damit weist auch Medienpartizipation über die Medien hinaus.“

(Schorb 2022, S. 110)

Digitalität erleichtert Medienprojektarbeit durch erleichterte Verfügbarkeit von Medien und Übertragbarkeit.

„Einmal gibt es immer häufiger Kinder und Jugendliche mit Vorerfahrungen in der Medienproduktion. ...

Zum anderen gilt die leichtere Verfügbarkeit auch für Medienprojekte selbst: Spontane Ideen lassen sich so aus dem Stand umsetzen, Medienarbeit wird vielfältiger.

Und schließlich wird Medienarbeit auch nachhaltiger: Jugendliche können das Gelernte aus dem Medienprojekt mit den Mitteln, die ihnen zu Hause und/oder bei Freundinnen und Freunden zur Verfügung stehen, weiter praktizieren und selbst Trickfilme, Videos, Hörspiele oder Websites produzieren. […]

Freie Software sowie kostenlose Online-Angebote geben der Medienpädagogik auch allgemein ganz neue Ressourcen und Möglichkeiten: Wo bisher viele Projekte ohne entsprechende, teure Software nicht möglich waren, sind diese heute ohne zusätzlichen Finanzaufwand realisierbar.“ (Demmler/Rösch 2012, S. 20f.)

Medienpädagogik in kommerziellen Räumen verweist auch auf deren Chancen & Grenzen.

„Auch wenn diese Websites kostenlos zu nutzen sind, so darf dies nicht darüber hinwegtäuschen, dass Nutzerinnen und Nutzer dennoch eine Gegenleistung erbringen: Sie stellen Informationen bereit – über Trends, eigene Vorlieben und auch das eigene Umfeld.

Aktive Medienarbeit bewegt sich hier in einem Spannungsfeld. Einerseits gehören die ‚großen', kommerziellen Angebote zur Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen. … Gleichzeitig sind viele kommerzielle Dienste von der technischen Seite gesehen state of the art. …

Auf der anderen Seite müssen sich Medienpädagoginnen und Medienpädagogen immer wieder die Implikationen des Einsatzes kommerzieller Angebote in Projekten bewusst machen: Der selbstverständliche Einsatz von entsprechenden Tools hat Vorbildcharakter".

(Demmler/Rösch 2012, S. 22)

Die Medienkonvergenz verändert Medienprojekte.

„Mit dem Grad, mit dem die verschiedenen Medienarten näher zusammenrücken und von Heranwachsenden übergreifend genutzt werden, verändern sich auch klassische Projektformen der Aktiven Medienarbeit. So endet kaum ein Videoprojekt mehr mit einer Präsentation; die Publikation auf einer Videoplattform im Netz wird immer mitgedacht.“

(Demmler/Rösch 2012, S. 23)



Medienprojekte setzen an den Potenzialen der Kerngruppe an und denken die Öffentlichkeit mit.

„Aktive Medienarbeit ist immer auch ein pädagogischer Prozess, denn in den Projekten geht es um soziales Lernen, um soziale Kompetenz und die gemeinsame Auseinandersetzung mit einem relevanten Thema. Pädagoginnen und Pädagogen müssen dabei an den Bedürfnissen, Gegebenheiten, Interessen und Potenzialen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ansetzen und Bildungsräume eröffnen. ...

Bei medienpädagogischen Aktivitäten sollte immer die Kerngruppe, die meist vor Ort präsent ist, im Zentrum stehen, gleichzeitig dürfen aber die Prozesse der Online-Kommunikation und -Interaktion nicht ausgeblendet werden, da gerade hieraus auch wertvolle Anlässe für Gespräche, in denen die eigene Medienaneignung reflektiert wird, entstehen können."

(Demmler/Rösch 2012, S. 24)

Die Digitalisierung schafft neue Themen. Vor 15 Jahren:

„Digitalisierung und Medienkonvergenz haben ganz neue Themen für die Medienpädagogik virulent gemacht: Urheberrecht und Persönlichkeitsrecht sind dabei die Klassiker….

ACTA, Netzneutralität, Vorratsdatenspeicherung, Leistungsschutzrecht – die meisten (netz)politischen Themen der letzten Jahre hatten direkten Einfluss auf die (digitale) Lebenswelt von Jugendlichen und auch auf die Praxis der Medienpädagogik und insbesondere der Aktiven Medienarbeit.“

(Demmler/Rösch 2012, S. 24)



Literatur

Demmler, Kathrin und Rösch, Eike (2012): Aktive Medienarbeit in Zeiten der Digitalisierung. Kontinuitäten und Entwicklungen. In: Eike Rösch et.al. (Hrsg): Medienpädagogik Praxis. Handbuch. München: kopaed

Hüther, Jürgen und Podehl, Bernd (2017). Geschichte der Medienpädagogik. In: Schorb, Bernd et.al. (Hrsg.). Grundbegriffe Medienpädagogik. 6. Aufl. München: kopaed, S. 117-124

Schorb, Bernd (2022). Handlungsorientierte Medienpädagogik. In: Uwe Sander et.al. (Hrsg.). Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: Springer Fachmedien