

## Medien und Bildung

### Jürgen Lauffer, Renate Röllecke (Hg.): Chancen digitaler Medien für Kinder und Jugendliche. Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven

München: Kopaed 2012 (Dieter Baacke Preis, Bd. 7), 151 S., ISBN 978-3-86736-274-0, € 16,-

Seit dem Jahr 2000 wird der Dieter-Baacke-Preis vergeben. Mit ihm werden jährlich Medienprojekte ausgezeichnet, die sich in beispielhafter Weise der Bildungs- und Kulturarbeit widmen. Seit 2006 erscheint parallel zum Preis ein Dieter-Baacke-Preis-Handbuch, welches die prämierten Projekte vorstellt. Den jährlichen Handbüchern sind kultur- bzw. medienwissenschaftliche Analysen und Befunde vorangestellt, die einen Einblick in aktuelle Ansätze und Debatten bieten. In dieser Doppelfunktion hebt sich auch das mittlerweile siebente Handbuch wohlthuend von der Vielzahl medienpädagogischer Veröffentlichungen ab. Auch wenn die einleitende Theorie nicht direkt mit den vorgestellten Projekten verknüpft ist, wird doch insgesamt das 2012er Thema (*Chancen digitaler Medien für Kinder und Jugendliche*) vielfältig und anregungsreich dargestellt. Die einheitlich strukturierte Darstellung der Projekte gewährt einen interessanten, vergleichenden Einblick in aktuelle Trends der aktiven Medienarbeit, leider lässt sich ähnlich Positives von den wissenschaftlichen Texten nicht durchgängig behaupten. Bereits in den einleitenden Überle-

gungen von Lauffer/Röllecke (S.11ff.) bleibt die entscheidende Frage letztlich unbeantwortet, warum nämlich ausgerechnet die Medienpädagogik eine Antwort auf die Anforderungen des ganz richtig zitierten „flexiblen Menschen“ (Richard Senneth) sein soll. Natürlich gibt es gute Argumente dafür, nur leider stehen diese nicht im Text. Erst auf Seite 66 (d.h., im zehnten von elf Texten) findet sich der Begriff ‚Emanzipation‘, der doch – auch historisch gesehen – der Ausgangs- und letztlich auch Zielpunkt aller (medien-)pädagogischen Anstrengungen ist. Doch gehen wir der Reihe nach. Andreas Hepp (S.19ff.) wirft einen soziologischen Blick auf medial geformte Lebenswelten heute und plädiert dabei für einen generalisierten Ansatz, der sich von einzelnen technischen Medien gelöst hat. Er regt dazu an zu fragen, wie die mediatisierte Welt der Schule oder der Familie als Ganzes aussieht. Kruhöfer/Mädler (S.25ff.) referieren einige Ergebnisse der KIM-Studie 2010 (*Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland*, hrsg. vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs),

Stuttgart) bzw. der JIM-Studie 2011 (*Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*, hrsg. vom mpfs, Stuttgart). Alle zwei Jahre erfassen diese umfassend die Mediennutzungsgewohnheiten von Kindern und Jugendlichen. Die Autoren weisen dabei darauf hin, dass es aufgrund der medialen Durchdringung der Lebenswelten zunehmend problematischer wird, „nonmediale“ Freizeit valide zu messen. Vielleicht auch eine aussterbende Kategorie? Wagner et.al. (S.29ff.) stellen als Mitarbeiter\_innen des Instituts für Medienpädagogik - JFF eine eigene kleine Studie zum Thema Online-Konflikte von Jugendlichen vor. Ilona Cwielong (S.35ff.) diskutiert die Omnipräsenz von individualisierter Werbung in Online-Umgebungen. Sie zeigt dabei, wie das Interesse von Nutzergruppen, sich abzugrenzen, mit viralen Marketingmechanismen der Unternehmen strukturell verbindbar ist. Schneider/Warh (S.42ff.) ergänzen diesen Blick quasi von der Gegenseite: Als Vertreter der Werbeindustrie stellen sie mehr oder weniger direkt die Ergebnisse einer Marktstudie („Wie man die Herzen der jungen User erobert!“) vor. Deren Relevanz im Kontext von Medienpädagogik ist mehr als fraglich, bei näherer Betrachtung bieten sie auch nicht mehr Erkenntnis als Sätze wie: „Zur Emotionalisierung [d.h. hier: Kundenbindung] ist Humor eine Allzweckwaffe und auch Kinder können sich königlich amüsieren.“ (S.45) Na prima. Günther Anfang (S.48ff.) erzählt in leicht euphorisiertem Ton

von Handyclips als Thema und Methode der Jugendmedienarbeit. Die Information, was durch die Gestaltung von Handyclips bei den Beteiligten im positiven Sinne geändert werden kann, bleibt er allerdings schuldig. Dass man damit auch „bildungsferne“ (S.51) Jugendliche erreichen kann, scheint ihm als Ziel bereits zu genügen. Aber man fragt sich freilich, worin denn der medienpädagogische Mehrwert besteht. Um nicht missverstanden zu werden: Ich denke, dass es ihn sehr wohl gibt, nur ist es erstaunlich, dass er von so wenigen Experten diskutiert wird. Katja Friedrich (S.53ff.) darf ihre Überlegungen und Erfahrungen zum Thema mobiles Lernen (hier: die Nutzung des Handys im Unterricht) vorstellen. Im Rahmen eines Schulversuches war sie an der Erprobung neuer didaktischer Konzepte beteiligt, die Handys als Kulturfaktor gezielt einbinden. Sebastian Ring (S.59ff.) bietet endlich einen rundum gelungenen Text: Auf der Basis einer eigenen qualitativen Studie über Nutzer des Spiels *Grand Theft Auto IV* (Rockstar North, 2008) entwickelt er interessante Gedanken zum moralischen Handeln (nicht nur) Jugendlicher sowie – als einer der ersten im Band – konkrete Anknüpfungspunkte für eine reflektierte Medienpädagogik. Seitz/Rösch (S.65ff.) sprechen als Vorletzte wie bereits oben genannt als erste über Emanzipation als pädagogisches Ziel. Spannend ist ihr Beitrag auch deshalb, weil nicht die Technik im Vordergrund steht, sondern die Frage, wie wir mit ihrer Hilfe soziale Mechanismen wie Planung, Diskussion und Entscheidung innerhalb von Bildungsprozessen transparenter und partizipativer gestalten können.

Ide und Winkler (S.71ff.) stellen abschließend Möglichkeiten hyper-textualisierter Videoproduktion vor. Sie ziehen dabei Querverweise auf das paradigmatische Rhizom-Denken von Deleuze/Guattari und können zumindest andeuten, welchen Gewinn die Loslösung von linearen Denk- und Produktionsprozessen bieten könnte. Leider sind die Literaturangaben in ihrem Text nicht immer kongruent mit denen im Anhang (ein Problem, was auch in anderen Texten auftaucht). Vielleicht sollte man am Ende doch die pädagogische Funktion von linearen, nachvollziehbaren Erzählungen nicht unterschätzen, die gerade in frühkindlichen Bildungsprozessen sehr groß geschrieben wird. Erst wer dort Vertrauen geschöpft hat, kann sich den multiplen Herausforderungen medial geprägter Lebenswelten stellen. Die Mühen der Ebenen, hier der linearen, nachvollziehbar argumentierenden Textproduktion, müssen freilich erstmal beherrscht werden.

Sven Thiermann  
(Potsdam)

### Hinweise auf künftige Rezensionen

Manuel Zahn: Ästhetische Film-Bildung. Studien zur Materialität und Medialität filmischer Bildungsprozesse. Bielefeld: transcript 2012 (Theorie Bilden, Bd. 28), 252 S., ISBN 978-3-8376-2121-1, € 29,80

Sabine Trepte, Leonard Reinecke: Medienpsychologie. Stuttgart: Kohlhammer 2013 (Grundriss der Psychologie, Bd. 27), 276 S., ISBN 978-3-17-021438-5, € 22,90

Torsten Meyer, Christina Schwalbe, Wey-Han Tan, Ralf Appelt (Hg.): Medien & Bildung. Institutionelle Kontexte und kultureller Wandel. Wiesbaden: Springer VS 2011, 452 S., ISBN 978-3-531-17708-3, € 39,95