

---

Themenheft Nr. 20: Medienbildung im Spannungsfeld medienpädagogischer Leitbegriffe. Zweitveröffentlichung des Beitrags aus: *Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik*. München: kopaed.  
Herausgegeben von Heinz Moser, Petra Grell und Horst Niesyto.

*Bernd Schorb*

## Zur Theorie der Medienpädagogik

In der Medienpädagogik findet zur Zeit ein theoretischer Konsolidierungsprozess statt. Er folgt der Entwicklung der Medien und ist Ausdruck der Tatsache, dass Medienpädagogik nicht mehr ihre Existenz begründen muss, sondern als wissenschaftliche Disziplin anerkannt wird und sich ergo um theoretisches Rüstzeug für die Bewältigung ihrer empirischen wie praktischen Aufgaben bemühen muss. Dabei bezieht sie sich auf den wissenschaftlichen Diskurs um Medien. Dieser Diskurs, der in der Erziehungswissenschaft erst in Ansätzen, in den anderen Sozialwissenschaften schon intensiver und am intensivsten in der Kommunikationswissenschaft geführt wird, bemüht sich Schritt zu halten mit der noch immer schnellen Medienentwicklung hin zur vollständigen Omnipräsenz und Omnipotenz der Medien. Dieses Bemühen ist gekennzeichnet und wird begleitet durch Begriffsbildungen, die entweder die Medienentwicklung als Ganzes beschreiben, oder die Auseinandersetzung mit der medialen Entwicklung anleiten sollen. Begriffe, die zur Debatte stehen und eher im Kontext der Medienpädagogik diskutiert werden sind Medienkompetenz und Medienbildung. Da in diesem Band die hervorragenden Positionen zu dieser Kontroverse versammelt sind und ich sowie namhafte Kollegen sich an anderer Stelle zu dieser Debatte bereits positioniert haben (Schorb 2009; Fromme & Jörissen 2010; Spanhel 2010; Tulodziecki 2010), möchte hier nur darauf verweisen, dass die Debatte, zumindest dort, wo versucht wurde, die Begriffe alternativ zu positionieren, an Schärfe verloren hat und beide Begriffe, Medienkompetenz und Medienbildung, nun eher komplementär oder auch konsekutiv gebraucht werden im Sinne einer Einbettung von Kompetenzen in eine umfassende Bildung. Darüberhinaus hinterließ die Kontroverse weder in der Medienpädagogik noch in der Erziehungs- bzw. Kommunikationswissenschaft tiefe Spuren. Beide Begriffe werden in beiden Disziplinen in der Regel weiterhin komplementär, ja sogar synonym benutzt.

Ich möchte im Folgenden die Einbettung der Medienpädagogik in die weltverändernde Medienentwicklung an vier zentralen Begriffen skizzieren, denen der Mediatisierung, der Medienaneignung, der Orientierung und der Integralen Medienpädagogik. Mediatisierung beschreibt die gesellschaftlichen Prozesse, die aktuell die Welt und damit Lebensbedingungen und Alltag der Menschen beeinflussen und verändern. Sie setzt den Rahmen der Handlungsmöglichkeiten der

Subjekte, bestimmt also Inhalt und Möglichkeit der Aneignung der Medien durch die Subjekte. So steht der Mediatisierung die Medienaneignung als Pendant gegenüber. So, wie Mediatisierung die Umgebung der Medienaneignung kennzeichnet, lässt die Medienaneignung Mediatisierung erst real werden, denn mediatisierte Welt wird erst im sozialen Raum durch das Handeln der Subjekte zum Faktum. Medien ohne Menschen, die sie aneignen, existieren nicht bzw. können nicht als existent erkannt und bestimmt werden. Die Tatsache der Konstitution von Medien durch deren Aneignung ist aber gerade im pädagogischen Zusammenhang noch nicht ausreichend, wenn Medienpädagogik nicht allein den Prozess von Mediatisierung und Aneignung erfasst und beschreibt, sondern ihn als einen qualitativen, auf die Emanzipation der Subjekte gerichteten unterstützt. Dies erfordert, den Aneignungsprozess in seiner Zielrichtung näher zu bestimmen, die Orientierungen zu ermitteln, die die Subjekte in diesem Prozess leiten und leiten sollen. Orientierung und Aneignung stehen damit in einem engen Zusammenhang, indem der erste Begriff den Prozess des in seiner Welt handelnden Subjektes beschreibt – bei Medienaneignung als Handeln mit und durch Medien –, der zweite die Richtung und Qualität dieses Prozesses angibt. Mediatisierung und ‚orientierte‘ Medienaneignung setzen damit die Grundbedingungen, innerhalb derer Medienpädagogik als Handlungswissenschaft agiert. Medienpädagogik, die den Entwicklungen der Welt wie der Menschen in ihnen Rechnung trägt, ist in diesem Sinne als eine integrale zu kennzeichnen.

## 1. Mediatisierung

Ein aktuelles Beispiel theoriegeleiteter Begriffsbildung zur Beschreibung der Medienentwicklung ist der der Medialisierung bzw. Mediatisierung, wie er von Krotz (2007) propagiert und entfaltet wird. Mediatisierung versteht er als einen „Metaprozess sozialen und kulturellen Wandels“ (S. 12), der eingreift in den Alltag, die sozialen Beziehungen, die Kultur und die gesamte Gesellschaft. Mediatisierung kann den Prozess des Einwirkens der Medien auf die gesellschaftliche Kommunikation fassen und so einen Beitrag zum Verstehen ihrer fortschreitenden Bedeutung, des Medienwandels, wie Krotz dies nennt, leisten. Mehr noch mit dem Begriff der Mediatisierung und seiner näheren Bestimmung als zentralem sozialen Prozess trägt Krotz der Vereinnahmung der Welt durch Medien Rechnung. Mediatisierung beschreibt gleichsam die Verwandlung der Welt in eine Medienwelt. Eine solche radikale Neubestimmung des Verhältnisses von medialer und realer Welt, die letztlich den gesellschaftlichen Wandel als Medien-

wandel beschreibt, hat in der Theoriedebatte der Medienpädagogik bislang nur wenig Widerhall gefunden. Sie könnte diese aber sehr wohl anleiten bis hin zur Frage, inwieweit sich Medienpädagogik zur umfassenden Sozialpädagogik wandelt. Erste Schritte, der Mediatisierung Rechnung zu tragen, sind wohl in den ausgearbeiteten Modellen zur Medienkompetenz zu finden. Diese richten sich aus an der Aneignung der Medien durch die Subjekte. Die Aneignung der Medien ist differenziert erfasst in den Komponenten der Medienkompetenz. Medienkompetenz wiederum ist umfassend auf das soziale Handeln der Menschen in einer mediatisierten Welt gerichtet. Medienkompetenz im Dreieck von Wissen, Bewerten und Handeln angesiedelt (Schorb 2007; Theunert 2009), macht diese zugleich zu einer universalen Fähigkeit, die sich auf die Aneignung einer Welt richtet, in der Medien inkorporiert sind. Mediatisierung als Prozess des sozialen Wandels ist auf die Medien einerseits und auf deren Aneignung durch die Subjekte andererseits ausgerichtet. Ohne die Aneignung durch die Subjekte fänden die Medien keinen Platz im sozialen Raum. Insofern ist der Prozess der Mediatisierung erst dann zu erfassen und zu erkennen, wenn mit der Entwicklung der Medien als Inhalte und Techniken die Aneignung der Medien durch die Menschen und die aus beidem resultierenden gesellschaftlichen Veränderungen analytisch betrachtet werden.

## 2. Medienaneignung

Die Interdependenz von Medien und Subjekten ist der Kern medienpädagogischen Handelns, praktisch wie wissenschaftlich. Dieser Kern muss näher bestimmt werden. Nur dann, wenn wir die Interdependenz als Prozess analysieren, können wir die Qualität des Prozesses der Mediatisierung beschreiben und in das wissenschaftliche wie das praktische Handeln einbeziehen. Dabei kommt den Subjekten als Schöpfern und Nutzern der Medien eine zentrale Bedeutung zu, insofern die Art und Weise, in der sie sich die Medien aneignen, darüber bestimmt, welchen Stellenwert die Medien im Feld von Alltag und Handeln einnehmen können bzw. ob und wie sie Desiderate menschlichen Handelns medial verdrängen oder gar substituieren können. Das präzise Beobachten und Herausarbeiten der Funktion der Medienaneignung durch die Subjekte ist aus mehreren Gründen geboten. Einmal wird gerade in der Medienwissenschaft noch häufig von einer Einflussnahme der Medien auf die Subjekte ausgegangen, und die Einseitigkeit dieses Prozesses wird, wenn nicht propagiert, so doch vorausgesetzt. Zum anderen wird von anderen Vertretern eben dieser Disziplin das Ge-

genteil postuliert. Unter Aussparung medialer Einflüsse wird eine Autokonstruktion medialer Inhalte durch die Subjekte angenommen. In beiden Fällen ist der Zusammenhang von Medium und Subjekt unvermittelt, beide Größen stehen als jeweils primäre Akteure nebeneinander. Diese Unvermitteltheit von Medium und Subjekt spiegelt sich auch in der Erziehungswissenschaft in doppelter Weise wider. Hier geht die vorherrschende Sicht aus von einer direkten Einflussnahme der Medien. Dort, wo die Beeinflussung als negativ eingeschätzt wird, vornehmlich im Bereich der Vermittlung von Werten, soll sie mittels pädagogischer Maßnahmen reduziert werden. Dort, wo sie positiv gesehen wird, vornehmlich im Bereich der Vermittlung von Wissen durch Instruktionsmedien, soll sie elaboriert und in den Prozess des Lehrens integriert werden. Aber auch die entgegengesetzte Sichtweise findet sich. Unter dem seltsamen Begriff der Selbstsozialisation wird der Umgang mit den – vor allem elektronischen – Medien als ein von deren Inhalten weitgehend unbeeinflusster gesehen. Den Prozessen der subjektiven Verarbeitung vorgegebener medialer Inhalte wird absolute Priorität eingeräumt.

Zur Beschreibung und Begründung einer Interaktion zwischen Medium und Subjekt ist der Begriff der Medienaneignung der geeignete. Er leugnet weder die Einflussnahme der Medien noch die der Subjekte, sondern beschreibt deren Wechselwirkung. Medienaneignung hat sich heute als Begriff zur Beschreibung des Verhältnisses der Subjekte zu den Medien weitgehend durchgesetzt. Er wird in der Regel als etabliert betrachtet und daher auch nicht mehr in seiner Bedeutung definiert und theoretisch hergeleitet. So ist gerade in deskriptiv empirischen Arbeiten festzustellen, dass sich dort die Bedeutung des Begriffs an die alltagssprachliche Verwendung anlehnt, die unter Aneignung jedwede Form der individuellen Einvernahme von Gegenständen oder Themen versteht, womit Aneignung hier in der Regel mit den Termini Nutzung und Wahrnehmung korrespondiert, allerdings auch nur mit diesen.

Ein umfassender Begriff von Medienaneignung ist zu definieren als „Prozess der Nutzung, Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung von Medien aus der Sicht der Subjekte unter Einbezug ihrer – auch medialen – Lebenskontexte“ (Schorb/Theunert 2000). Aneignung schließt hier das aneignende Subjekt ein und zugleich das Objekt der Aneignung, die Medien. Sie sind Objekte der Aneignung als einerseits außerhalb des Subjektes stehende, seiner Wahrnehmung und seinem Bewusstsein äußerliche, und andererseits in sein Denken und Handeln einzubettende Gegenstände. Aneignung meint damit den Prozess des individuellen Medienhandelns von der Wahrnehmung bis zur Verarbeitung, d.h. in

seinen gesellschaftlich gebundenen Ausgangs- und Begleitbedingungen bis hin zu seinen Folgen.

Stellen wir als nächstes die Frage, welche Bedeutung dieser Prozess der Medienaneignung für die handelnden Subjekte hat, warum sie sich Medien zuwenden und welcher Inhalt und zugleich Gehalt sich ihnen in der geistigen und – bedingt auch – körperlichen Auseinandersetzung mit den Medien vermittelt, so kommt uns der Aneignungsbegriff, wie ihn unter Bezug auf die Kulturtheorie Wygotskis der Psychologe Leontjew entfaltet hat, zur Hilfe. Leontjew (1971) entwickelt in seinem psychologischen Werk den Begriff der Aneignung in der Auseinandersetzung mit Phylogenese und Ontogenese des Menschen. In der Hauptaussage zusammengefasst, stellt er fest, dass mit dem Herausbilden des Homo sapiens die biologische Entwicklung hinter die soziale zurücktritt. Das Handeln des modernen Menschen hat sich mit einer solchen Geschwindigkeit entwickelt, dass die rein biologische Tradierung der menschlichen Handlungsweisen und Eigenschaften zur Beherrschung der stets veränderten Umwelt nicht mehr ausreicht (vgl. auch Holzkamp 1984). Die biologischen Prozesse laufen in so langen Zeiträumen ab, dass sie durch eine vollkommen andere Art der Tradierung wenn nicht ersetzt, so doch ergänzt werden mussten, nämlich durch Überlieferungen, die den Menschen immer als Gegenstände oder Erscheinungen gegenübertraten, also – in heutiger Diktion – in Form von Medien. Leontjew selbst spricht, allein schon zeitbedingt, nicht von Medien. Seine Sichtweise lässt sich aber inhaltlich auf Medien übertragen. Die Gegenstände und Erscheinungen sind sowohl materieller Natur, wie technische Geräte, als auch immaterieller Natur, wie Sprache, Schrift und Abbildung. Die Tradierung selbst aber geschieht nicht mehr als ein genetisch transportiertes Verhaltensrepertoire, das in der aktuellen Anpassung an die konkrete Umwelt verfeinert werden muss, sondern sie muss vom Subjekt im sozialen Raum selbst gesucht werden, oder anders gesagt, es muss sich die Überlieferung aneignen. Medien sind hier die ‚Überlieferer‘ ebenso wie die überlieferte Botschaft. Sie sind Substrate der historischen Entwicklung der Menschheit. In ihnen sammeln sich zum einen die technischen Errungenschaften, die der Mensch wiederum auf der Basis der Tradierung, in der Regel schriftlich, entwickelt und gespeichert hat. Zum anderen sind Medien Speicher der Kultur der Menschheit in all ihrer Vielfalt mit dem, was über die Zeit weiterentwickelt wurde, und als Archiv auch mit dem, was in der Zeit verloren ging, verloren bleibt oder für eine Weiterentwicklung genutzt werden kann. Medien sind einerseits das Reservoir menschlicher Kultur und andererseits Werkzeuge, diese Kultur zu schaffen und zu verändern. Das Subjekt steht so einer gewordenen Welt gegenüber, die ihm in den Medien reproduziert wird und die er zugleich in

der Wahl und der tätigen Aneignung der Medien mitgestaltet. Im Wechselspiel von Mensch und Welt, anders gesagt im tätigen Leben, sind Medien zugleich entscheidende Mittler dieses Spiels. Sie bestimmen die Spielregeln mit, indem sie Spielmaterial zur Verfügung stellen und den Rahmen gestalten, innerhalb dessen agiert werden kann, im Bild des symbolischen Interaktionismus der Formen und Bedeutungen dieses Wechselspiels beschreibt (vgl. Goffman (1997)).

Wenn bislang verdeutlicht werden konnte, dass der Aneignungsbegriff das Handeln der Subjekte im Umgang mit Welt theoretisch einordenbar und auch empirisch erfassbar und verstehbar macht, so ist, um Medienaneignung näher zu bestimmen, die Rolle der Medien im Prozess der Aneignung zu positionieren. Als Medium wird hier ein Objekt verstanden, das Träger und/oder Mittler von Informationen ist. So sind die noch immer gebräuchlichsten Medien Sprache, Schrift, Symbole, Bild und Ton. Sprache ebenso wie das Dargestellte und das Geschriebene tragen Informationen der menschlichen Gesellschaft, primär das Wissen und die Werte derselben. Sie geben diese innerhalb der Gesellschaft weiter bzw. vermitteln sie.

Die Kennzeichnung von Sprache und Schrift gleichermaßen als Medien weist auf eine weitere Differenzierung des Begriffs Medium hin. Die Medien Sprache, ebenso wie Gestik und Mimik stehen dem Menschen unmittelbar im direkten Gegenüber zur Verfügung. Sie vermitteln sich jedoch auch in Schrift, Bild und Ton. Um diese Funktion erfüllen zu können, bedürfen sie jedoch eines weiteren gegenständlichen Mediums zur Darstellung und Konservierung der genannten Präsentationen. Diese technischen Medien, heute in erster Linie der Rechner, in dem alle anderen Träger- und Speichermedien zusammenlaufen, sind nicht allein Träger und Speicher von Präsentationen, sondern zugleich Werkzeuge zu deren Bearbeitung und Veränderung. Der Rechner kann sogar zusätzlich zu deren Bearbeitung selbst Medien und deren Inhalte generieren. Computeranimierte Spielwelten etwa treten dem aneignenden Subjekt als virtuelle Welten gegenüber. Wiewohl diese Welten letztlich von Menschen geschaffen sind, können sie von ihm als selbstständige Wirklichkeiten wahrgenommen werden, zu denen er in eine, wenngleich letztlich durch technische Vorgaben begrenzte, Interaktion tritt. Und schließlich interagiert und kommuniziert das Subjekt auch selbst durch Medien, gibt durch sie an andere Subjekte seine Erfahrungen weiter. Er eignet sich somit Medien nicht allein in ihren Präsentationen, sondern unmittelbar in der Praxis ihrer Nutzung an. Das heute viel diskutierte Beispiel multipler Formen medialer Aneignung sind die sogenannten sozialen Netzwerke und die sie „fütternden“ Subjekte. In diesen Netzwerken werden den Jugendlichen, die sich hier bewegen, Möglichkeiten der Selbstpräsentation mittels selbst gestalteter

Medien gegeben, also ein Ort kreativen medialen Handelns eröffnet. Zugleich werden die Subjekte ihrer Privatheit beraubt, eröffnen mit der Nutzung kreativer Optionen zugleich die Möglichkeit, über die gewährten und vorgestellten Optionen von Dritten genutzte Daten über den Nutzer zu erfassen (Schorb et al. 2010). Letzteres verweist darauf, dass der Prozess der Medienaneignung über die bloße Aufnahme medialer Gegenstände und Inhalte hinaus als ein zweiseitiger, interaktiver zu bestimmen ist.

Festzuhalten ist an dieser Stelle, dass Medien nicht bloße Träger der Erfahrungen der Menschheit, sondern an der Erschaffung derselben beteiligt sind bis hin zur Illusion, sie seien selbst der Inhalt, den sie vermitteln und sie erlaubten einen unmittelbaren Kommunikation mit Medien, die ansonsten dem Miteinander der Menschen vorbehalten ist. Die Bedeutung der Medien und damit die Bedeutung der Medienaneignung nehmen stetig zu mit einer technisch-ökonomischen Entwicklung, in der immer mehr Bereiche eines bislang medienfernen Alltags medial vermittelt, gesteuert und generiert werden, so dass nahezu alle Lebensbereiche zu zugleich medialen wie realen oder zu vollständig medialen werden. Zwar, dies sei nochmals festgehalten, verlieren sie damit nicht ihren Objektcharakter, aber dieser wird zunehmend der unmittelbaren Wahrnehmung der Subjekte entzogen. In der Medien- oder Informationsgesellschaft wird Medienaneignung zur dominanten Weise der Aneignung von Welt und der in ihr enthaltenen Menschheitserfahrungen.

Mit diesem Blick auf den Prozess der Aneignung wird deutlich, dass dieser als Interaktion zu begreifen ist. Interaktion in dem Sinne, dass das Subjekt sich mit den Gegenständen in seiner Umwelt auseinandersetzt. Im handelnden Umgang mit diesen Gegenständen macht es sie sich zueigen. Zugleich wird klar, dass dieser Prozess ein kommunikativ interaktiver ist. Das Subjekt interagiert mit den Medien als Trägern von Bild-, Ton-, Sprach- und Schriftwelten. Innerhalb dieser Interaktion findet die Aneignung von Inhalten statt. Dieser mediale Aneignungsprozess ist jedoch in der Regel nicht allein auf die Medien selbst gerichtet, sondern vermittelt durch das Anregungsmilieu, das Ensemble der unmittelbaren Lebensbedingungen, unter denen das Subjekt aufwächst. Innerhalb des Anregungsmilieus sind die Bezugspersonen weitere Akteure im medialen Aneignungsprozess. Sie interagieren in direkter Ansprache, aber auch indirekt, wenn das Subjekt vorausgegangene Erfahrungen aus der Interaktion mit Menschen in seinen Medienaneignungsprozess einbezieht. Illustrieren lässt sich dies am Beispiel der von anderen übernommenen Moral, die es dem Subjekt beispielsweise erlaubt, den Aneignungsprozess von Gewaltpräsentationen zu differenzieren: von der Übernahme medial vermittelter Erfahrungen bis hin zu deren Ablehnung.

Und weiter: Medienaneignung muss keineswegs und immer ein bewusster, vom Subjekt rational nachvollziehbarer Akt sein. Sie kann sich auch quasi jenseits des bewussten Handelns in übernommenen Handlungsritualen niederschlagen. „So bewegen sich beispielsweise mediale Selbstdarstellungspraktiken Jugendlicher in tradierten Darstellungskonventionen und konfektionierten Medienformaten..., gewissermaßen in tradierten Gewohnheiten, die weniger einem subjektiven Handlungsplan folgen“ (Hartung 2010. S. 94). Medienaneignung, die eingebettet ist in den sozialen Kontext der Menschen, wird auch die normativen wie kognitiven Komponenten dieses Kontextes widerspiegeln, in Handlungs-routinen etwa, die von ‚Vorbildern‘ bewusst oder auch unbewusst übernommen wurden.

Medienaneignung als Prozess der Interaktion der Subjekte mit den manifesten Medien wird moderiert von der Interaktion insbesondere der sprachlichen Kommunikation mit den Menschen der umgebenden Lebenswelt. Medienaneignung ist damit aus der Sicht des Subjektes das, was Geulen aus der Sicht der Gesellschaft als Sozialisation beschreibt, nämlich „die Gesamtheit aller Prozesse der Persönlichkeitsgenese, in denen Umweltbedingungen relevant sind, bzw. die Gesamtheit aller Lernprozesse, gleichgültig, ob diese bewusst oder von irgendwem gewünscht oder geplant sind, ob andere direkt daran beteiligt sind oder nicht“ (2002. S. 86).

Für die Bestimmung der Medienaneignung ist zu wiederholen, dass die direkte Interaktion mit anderen Menschen keineswegs bestimmend sein muss für den konkreten und aktuellen Aneignungsprozess. Mediale Aneignung kann sowohl bedeuten, dass der Heranwachsende lernt und der Erwachsene mittels Medien lehrt; es kann aber ebenso den Fall umfassen, dass der Heranwachsende lernt, was das Medium präsentativ lehrt, also die anzueignenden Inhalte unmittelbar den Medien entnimmt. Medienaneignung zeichnet sich ja gerade heute dadurch aus, dass diese im unmittelbaren Gegenüber mit den elektronischen und besonders den kommerziellen Medien erfolgt. In der Begrifflichkeit der Lerntheorie lässt sich der Normalfall medialer Aneignung als nicht-intentionales Lernen beschreiben. Das intentionale mediale Lernen dagegen ist weitgehend beschränkt auf das Agieren des Heranwachsenden in institutionalisierten Räumen, in denen Medien zur Wissensvermittlung bewusst von Lehrenden eingesetzt werden. In beiden Fällen eignet sich das Subjekt mit und durch Medien die es umgebende Welt als tradierte und sein Handeln bestimmende an und verändert sie zugleich in diesem Aneignungsprozess. Der Prozess der Medienaneignung ist ein prinzipiell gleicher, ob an formellen oder informellen Lernorten, allerdings mit dem Unterschied, dass im formellen Lernen die Präsentation von Medien

ausgerichtet ist an den bewussten Interessen der Subjekte unter Einbezug der schon vorhandenen medialen Erfahrungen derselben. Der Prozess der Medienaneignung ist somit als ganzheitlicher, integraler zu betrachten, moderiert durch die sozialen Einflussgrößen, sprich die Lebenswelt der Subjekte einschließlich ihres Anregungsmilieus.

Medienaneignung als quasi subjektive Seite der Mediatisierung eröffnet den Subjekten die Medien als Handlungsräume. Mit der fortschreitenden Mediatisierung erweitern sich zugleich die sozialen Räume, in denen die Menschen interagieren, zu medialen oder, anders, es werden die medialen Räume zu sozialen. Diese räumliche Dimension der Medienaneignung als Weltaneignung lässt sich illustrieren am Umgang der Menschen in und mit den ‚Social Communities‘. Diese medial vorgestalteten Räume werden von den Subjekten in der Weise angeeignet, dass sie diese ausgestalten nach wiederum medialen und auch eigenen Vorgaben, dass sie sie regelmäßig aufsuchen und ihre Zeit darin verbringen, und vor allem, dass sie sie zur Interaktion und Kommunikation mit anderen Subjekten nutzen. Im Prozess der Medienaneignung werden Medien mehr und mehr zu Handlungsräumen, in denen die Subjekte Lebenszeit verbringen, lernen, sich anregen, sich artikulieren etc.

Mit der Bestimmung von Medienaneignung ist die Frage nach der Qualität des Prozesses der Aneignung zu stellen. Die unterschiedlichen Weisen dieses Prozesses und deren von Subjekt zu Subjekt unterschiedlichen Ergebnisse sind näher zu betrachten. Damit verbunden ist die Frage, welche Voraussetzungen die Menschen haben, den Wert und Nutzen der angeeigneten Medien bzw. medialen Inhalte für die Ausbildung einer eigenen souveränen Persönlichkeit zu bestimmen.

### **3. Orientierung**

Betrachten wir die Auseinandersetzung mit der Medienentwicklung und den notwendigen Antworten der Medienpädagogik auch in diesem Band, dann fällt auf, dass der Begriff der Orientierung bei nahezu allen Positionen einen hohen Stellenwert hat. Orientierung als zentrale und notwendige Verhaltenskategorie der Subjekte innerhalb des Prozesses der Mediatisierung der Gesellschaft wird auch in den Ansätzen betont, die nicht das Medienhandeln der Subjekte in den Mittelpunkt ihrer Betrachtungen stellen, sondern den medieninduzierten selbstsozialisatorischen „Prozess der Transformation von Selbst- und Weltverhältnissen“ (Fromme/Jörissen 2010. S. 50). Orientierung als Rahmen der Medien-

aneignung und zugleich Wegweiser der Subjekte durch eine mediatisierte Welt, ist, so lässt sich als Konsens medienpädagogischer Auseinandersetzung mit der Medienentwicklung und ihren Desideraten herausarbeiten, eine zentrale medienpädagogische Kategorie. Einige Gedanken zum Begriff der Orientierung sollen die Auseinandersetzung mit dieser Kategorie anstoßen.

Orientierung wird in der Kommunikationswissenschaft in der Regel und typischerweise in Anlehnung an den angelsächsischen Begriff der ‚media orientation‘ verstanden als Zuwendung bzw. Hinwendung an die Medien, etwa im Sinne des Nutzenansatzes, der dieser Zuwendung eine zu erwartendes Mehr an soziale Anerkennung zuschreibt. Diesem eher deskriptiven Gebrauch des Begriffes soll hier die umfassendere Bestimmung entgegengesetzt werden, wie sie Fromm (1989) entwickelt hat. Im Anschluss an Fromm soll hier Orientierung verstanden werden als Richtungsweiser im Prozess der Sozialisation. Die Orientierung legt fest, in welcher Weise sich der Mensch in Beziehung zur Welt und in dieser zu den Medien setzt. Lauber hat zwei Bestimmungen herausgearbeitet, die für die Orientierung im Kontext der Mediatisierung von zentraler Bedeutung sind. Er stellt fest, dass Orientierung für das Subjekt eine leitende – im Wortsinne – Funktion hat, in den Bereichen des Denkens, Fühlens und Handelns, und er stellt heraus, dass Orientierungen immer Bewertungen implizieren (Lauber 2003. S. 41).

In Bezug auf Medien sind Orientierungen aus zwei Richtungen wirksam und ergo zu betrachten. Zum einen bilden Medien Orientierungen im Sinne von Anleitungen für den Umgang der Subjekte mit ihrer Welt. Orientierungen sind hier Inhalte, Normen und Werte, die über und durch die Medien angeeignet werden. Zum anderen benötigen die Subjekte für den Prozess der Aneignung von Medien Orientierungen, die sie im Aneignungsprozess leiten oder auch verleiten.

Orientierungen als Anleitungen für den Umgang mit Welt und Prädispositionen individuellen wie sozialen Handelns werden von den Medien nicht intentional, aber höchst erfolgreich und in einem weiterhin zunehmendem Maße vermittelt. Sie ergänzen die durch intentionale Erziehung vermittelten Orientierungen der Heranwachsenden und treten gar in Konkurrenz zu ihnen. Orientierungen bezogen auf Wissensbestände werden als Informationen den Massenmedien ebenso wie dem Internet entnommen. Aber auch Wertorientierungen, als Prädispositionen und Leitmotive subjektorientierten wie sozialen Handelns, werden von den Heranwachsenden in den Medien gesucht und aus den unterschiedlichen dort auffindbaren Angeboten extrahiert. Die Dimension der Orientierung gewinnt ihre Bedeutung in erster Linie als Einflussgröße medialer Inhalte auf diejenigen, die diese Inhalte rezipieren. Medialen Inhalten kommt heute eine zentrale ‚Lehrfunktion‘ zu. Die Sicht auf das soziale Umfeld ist ebenso wie die

Auseinandersetzung mit den individuellen Entwicklungsanforderungen oder die Bewertung globaler Phänomene wie beispielsweise Krieg oder Armut durch Medienrezeption entscheidend mit beeinflusst.

Neben den durch inhaltliche Angebote der Medien bedingten Orientierungen der Menschen ist die Orientierung durch das mediale Ensemble von zunehmender Wichtigkeit. Die tendenziell unbegrenzten Möglichkeiten, menschliches Denken und Handeln medial zu simulieren, partiell zu übertreffen und in immer weiteren Lebensbereichen zu ersetzen, beeinflusst aktuelle und prospektive Orientierungen der Menschen.

Ein weiterer Aspekt ist die Vernetzung der Medien. Sie greift in tradierte Wahrnehmungs- und Verhaltensstrukturen der Menschen ein. Raum und Zeit beispielsweise verlieren ihre restriktive, aber auch ihre ordnende Kraft, wenn Informationen zu jedem Zeitpunkt parallel an jedem Punkt der Welt ausgetauscht werden können. Die Vernetzung der Medien macht es möglich, dass jedes Subjekt zu jeder Zeit an jedem Ort, also global, virtuell anwesend ist und kommunikativ agiert. In allen Bereichen mentaler Steuerung und Beeinflussung werden die Grenzen von Raum und Zeit verschoben und tendenziell beseitigt. Damit verbunden ist der Verlust an hergebrachten Konstanten von Denken und Handeln, die ihre Grenzen im Raum-Zeit-Kontinuum erfahren haben. Dies wiederum erfordert Neuorientierungen, die bislang kaum erforscht und in ihrer Reichweite noch unbekannt sind. Orientierung unter diesem Aspekt stellt sich als Bewältigungsanforderung heraus, die an alle Subjekte, besonders aber an die Heranwachsenden gerichtet ist. Sie stellt sich als Notwendigkeit dar, Verhaltensstrukturen zu entwickeln, die den sich durch die Medien ändernden Bedingungen angemessen sind. Damit ist mediale Orientierung, wie in den Konzepten der Medienkompetenz expliziert (vgl. Schorb 2007; Theunert 2009), gerichtet auf die bewertend reflexive Aneignung der Medien als dem Subjekt gegenüber tretende Erscheinungen und Gegenstände .

Orientierung ist in diesem Zusammenhang gefasst als die Fähigkeit, die Kompetenzdimensionen Wissen und Bewerten zusammenzuführen. Orientierung in der medialen Welt wird schlicht benötigt, um sich im medialen Überangebot zurechtfinden zu können. Komplexer gesehen dient Orientierung den Subjekten dazu, auf der Basis historischer, ethischer und politischer Einsichten und Kenntnisse die materiellen und geistigen Produkte der Informations- und Kommunikationstechnologie bewerten, annehmen, ablehnen, transformieren, selektieren usw. zu können. Orientierung, als Kompetenz wird sie erweitert zu Orientierungswissen, gibt den Subjekten die Grundlage, innerhalb eines Medienensembles voller Chancen und Zwänge ihre je eigene Position zu finden. Die Verbindung

von ethischer Positionierung und Wissen um die Medien ermöglicht es den Subjekten, gestaltend in die Medienentwicklung einzugreifen, quasi die Spreu vom Weizen zu trennen und das zu befördern, was unter human-ethischen Perspektiven einen Fortschritt erbringt. Orientierungswissen ist ein Wissen, das es erlaubt, zweckrationales Erfolgshandeln kritisch einzuschätzen und mediales Handeln an humanistischen Prinzipien auszurichten.

## 4. Integrale Medienpädagogik

Wenn wir die Prozesse der Mediatisierung, der Medienaneignung als Aneignung von Welt und der Orientierung der Subjekte innerhalb des Aneignungsprozesses betrachten, so wird durchgängig deutlich, dass sich all die genannten Prozesse, wiewohl sie als mediale benannt sind, nicht exklusiv auf Medien beziehen, sondern umfassend auf die Welt und das Handeln der Menschen in dieser. Die fortschreitende Inkorporation der Medien in die Welt bzw. Durchdringung der Welt durch die Medien stellt auch die Frage nach der Aufgabe und Bedeutung der Medienpädagogik im Rahmen dieser Entwicklung. Zugespitzt ließe sich postulieren, dass der pädagogische Nachvollzug des Prozesses der Mediatisierung zum Ergebnis hat, dass Medienpädagogik (wieder? – endlich?) in einer allgemeinen Pädagogik aufgeht. Das Gegenteil aber ist notwendig. Eine Pädagogik, die auf eine gelingende Aneignung der Welt durch souveräne Menschen ausgerichtet ist, kann nicht auf Medienpädagogik verzichten. Die oben skizzierte Bedeutung der Orientierung der Subjekte im Prozess der Medienaneignung impliziert die Notwendigkeit der medienpädagogischen Unterstützung. Nur eine Medienpädagogik, die sich kritisch reflexiv mit den Medien ebenso wie der Medienaneignung auseinandergesetzt hat, wird den Subjekten die Hilfestellungen anbieten können, die sie zur sozial ausgerichteten und zugleich autonomen Bewältigung des Medienwandels befähigt.

Medienpädagogik wird dem Medienwandel dadurch Rechnung tragen müssen, dass sie ihre Methoden und die Erkenntnisse in eine elaborierte soziale Pädagogik einbringt. In einem solchen Zusammenhang ist auch der Begriff der integralen Medienpädagogik neu zu bestimmen, nämlich nicht nur in der Richtung, dass Medienpädagogik die Erkenntnisse der Disziplinen, die sich zentral mit Mediatisierung auseinandersetzen bzw. ihren Beitrag zu dieser leisten, aufnimmt und analytisch be- und verarbeitet, sondern auch in der Weise, dass Erkenntnisse der Medienpädagogik von den Disziplinen aufgenommen werden, die sich vor allem mit den sozialen Implikaten des Medienwandels beschäftigen.

Eine integrale Medienpädagogik setzt sich also einerseits ins Verhältnis zu den beiden Disziplinen Medien- und Erziehungswissenschaft – und andererseits bedürfen diese Disziplinen im Kontext der Mediatisierung ihrer Theorie, Forschungsergebnisse und Handlungsmodelle (vgl. Schorb 2006). Medienpädagogik ist als Gesellschaftswissenschaft an die historische und aktuelle Entwicklung in allen sozialen Bereichen gebunden. Die Bindung an die Prozesse im sozialen Raum spiegelt sich auf der wissenschaftlichen Ebene in der Weise, dass Medienpädagogik die Ergebnisse humanwissenschaftlicher Disziplinen in ihre Theorie und Praxis einbezieht, so wie sie selbst diesen Disziplinen Wissen um den Konnex von Subjekt, Medien und Gesellschaft zur Verfügung stellt. Als Teil der Humanwissenschaften profitiert sie von deren Erkenntnissen ebenso wie sie zu ihrem Erkenntnisgewinn beiträgt. Ihre beiden Mutterdisziplinen, die Pädagogik und die Medienwissenschaft, bedürfen gerade heute der Integration der Medienpädagogik in ihre Disziplinen, so wie die Medienpädagogik die Erkenntnisse – nicht nur – dieser Disziplinen einbezieht.

Die Erziehungswissenschaft benötigt Medienpädagogik, um in der Welt anzukommen, die inzwischen eine Medienwelt geworden ist. Dieses Faktum ist aber in der Wahrnehmung der Mehrzahl der Erziehungswissenschaftler noch nicht angekommen, so dass sie den trivialen Wahlspruch der Erziehungswissenschaft: *Non scholae sed vitae discimus* nicht Wirklichkeit werden lassen können. Die Kommunikationswissenschaft benötigt den breiten empirischen Ansatz der Medienpädagogik, um erstens aus ihrer engen Bindung an Statistik und Experiment herauszukommen und Einblicke in soziale Zusammenhänge zu gewinnen, und um zweitens ihren Fokus, der primär auf die Medien und deren Produzenten gerichtet ist, zu erweitern und der konstitutiven Bedeutung der Subjekte durch deren Aneignung Medien erst zu solchen werden, Rechnung zu tragen (Schorb 2002).

Medienpädagogik agiert im sich stets verändernden sozial-medialen Raum. Die Praxis der Medienpädagogik kennzeichnet die Integration von Medienalltag und Medienhandeln, d.h. die Vermittlung von den Medien als Manifestationen im sozialen Raum und vom Umgang der grundsätzlich aktiven Subjekte mit diesen Medien. „Medienpädagogik ist die Vermittlungsebene zwischen Medienalltag und Medienhandeln. Die Zielperspektiven der Medienpädagogik sind aus diesem Spannungsfeld zu entwickeln. Pädagogische Erklärungen und Modelle beziehen ihre inhaltlichen Schwerpunkte und methodischen Vermittlungsprinzipien einerseits aus dem vorgegebenen Medienalltag und andererseits aus der subjektiven Aufnahme und Ausprägung dieses Alltags, dem Medienhandeln der Subjekte“ (Schorb 1995, S. 10).

## Literatur

- Fromm, Erich. 1989. Psychoanalyse und Ethik. Bausteine zu einer humanistischen Charakterologie. In: Erich Fromm. Gesamtausgabe Bande 2. München: dtv S. 1 - 102
- Fromme, Johannes & Jörissen, Benjamin. 2010. Medienbildung und Medienkompetenz: Berührungspunkte und Differenzen zweier nicht ineinander überführbarer Konzepte. In: merz (Medien + Erziehung) 5/2010. S. 46 – 54
- Hartung, Anja. 2010. Biographischer Ansatz. In: Ralf Vollbrecht & Claudia Wegener (Hrsg.). Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden. VS Verlag
- Holzkamp, Klaus. 1984. Zum Verhältnis zwischen gesamtgesellschaftlichem Prozeß und individuellem Lebensprozeß. Konsequent, Diskussions-Sonderband 6. Berlin. S. 29 - 40
- Goffman, Erving. 1997. The Goffman Reader. (Charles Lennert & Ann Branaman Hrsg). Cambridge. Blackwell
- Krotz, Friedrich. 2007. Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag
- Lauber, Achim. 2003. Die Rezeptionsanalyse. In: Bernd Schorb et. al. Was guckst du, was denkst du? Der Einfluss des Fernsehens auf das Ausländerbild von Kindern und Jugendlichen. Kiel: ULR S. 34 - 42
- Leontjew, A. N. 1971. Probleme der Entwicklung des Psychischen. Berlin (DDR): Volk und Wissen
- Schorb, Bernd. 1995. Medienalltag und Handeln. Medienpädagogik in Geschichte, Forschung und Praxis. Opladen: Leske und Budrich
- Schorb, Bernd. 2002. Medienpädagogik und Kommunikationswissenschaft. Eine notwendige und problematische Verbindung. In: Ingrid Paus-Haase, Claudia Lampert & Daniel Süß (Hrsg.). Medienpädagogik in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag S. 17 – 21
- Schorb, Bernd. 2006 Argumente für eine integrale Medienpädagogik. In: Helga Theunert. (Hrsg.) Bilderwelten im Kopf. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag S. 206 - 217
- Schorb, Bernd. 2007. Zur Bedeutung und Realisierung von Medienkompetenz. In: Bernd Schorb, Niels Brüggem & Anke Dommaschk (Hrsg.) Mit eLearning zu Medienkompetenz. München: kopaed S. 15 – 34
- Schorb, Bernd. 2009. Gebildet und kompetent. Medienbildung statt Medienkompetenz? merz (Medien + Erziehung) 5/2009. S. 50 – 56
- Schorb, Bernd, Kießling, Mathias, Würfel, Maren & Keilhauer, Jan. 2010. Medienkonvergenz Monitoring. Soziale Online-Netzwerke-Report 2010. Leipzig. [www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo\\_SON10.pdf](http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_SON10.pdf)
- Schorb, Bernd & Theunert, Helga. 2000. Kontextuelles Verstehen der Medienaneignung. In Ingrid Paus-Haase & Bernd Schorb (Hrsg.), Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. München: kopaed S. 33 - 57
- Spanhel, Dieter. 2010. Medienbildung statt Medienkompetenz? In: merz (Medien + Erziehung) 1/2010. S. 49 – 54
- Theunert, Helga. 2009. Medienkompetenz. In: Bernd Schorb, Günther Anfang & Kathrin Demmler (Hrsg.). Grundbegriffe Medienpädagogik Praxis. München: kopaed S. 199 - 204
- Tulodziecki, Gerhard. 2010. Medienkompetenz und/oder Medienbildung? In: merz (Medien + Erziehung) 3/2010. S. 48 – 53