



# Medienbildung: ein Weg zur digitalen Arbeitswelt

## Anforderungen und Perspektiven

Andreas Büsch

*Digitalisierung ist unbestritten DER Megatrend, gerade weil der digitale Wandel alle Lebensbereiche durchdringt und ebenso evolutionäre wie revolutionäre oder gar disruptive Veränderungsprozesse mit sich bringt. Das gilt auch für die Arbeitswelt, die unter dem Schlagwort Industrie 4.0 ihre vierte Revolution durchläuft. Aber wie steht es eigentlich um die Qualifikation der Menschen, die künftig in dieser neuen Arbeitswelt ihren Platz finden und diese gestalten sollen? Welche Anforderungen stellt die Wirtschaft an Medienbildung in Zeiten der Digitalisierung?*

*The digital transformation is clearly a so called (in German) megatrend, as it entails all aspects of human life in evolutionary, revolutionary or even disruptive processes of*

*innovation. This includes the work sphere, which is facing its fourth revolution (industry 4.0). But how about the qualification of the people who shall fit in and shape this new working environment? What kind of skills does the economy require in matters of media literacy in these times?*

Diesen und anderen Fragen ging eine Tagung unter dem Titel "Digital 2020: Unterwegs zur digitalen Arbeitswelt" nach, die am 2. und 3. März 2016 in Fulda stattfand. Die mittlerweile sechste Veranstaltung einer Tagungsreihe wurde in Kooperation vom Bonifatiushaus – Akademie des Bistums Fulda – mit der Arbeitsgemeinschaft katholisch-sozialer Bildungswerke in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (AKSB), der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz, dem Institut für Medienpädagogik und Kommunikation Hessen (MuK) und der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) ausgerichtet. Das bewährte Konzept der Tagung sieht eine Zweiteilung in einen durch fachlichen Input in Form von Vorträgen und Podien geprägten ersten Tag sowie einen zweiten Tag, der in Workshops die praktische Umsetzung des Themas beleuchtet, vor.

Einleitend stellte Prof. Dr. Jutta Rump, Direktorin des Instituts für Beschäftigung und Employability in Ludwigshafen, die Frage nach Bildung und Beschäftigung 4.0: Wie sieht die Arbeits- und Bildungswelt der Zukunft aus? Sie verdeutlichte, dass die technische Innovation ubiquitär ist, aber die damit notwendigen Prozessinnovationen stets kulturell gebunden sind, weshalb Innovationen aus dem Silicon Valley nicht einfach übertragbar sind. Ganz abgesehen von der Frage, ob die derzeitigen Berufe überhaupt digitalisierungstauglich sind, steht die Frage nach einem realistischen Zukunftsszenario im Raum. Insofern es keine Option ist, bei den technischen Innovationen nicht mitzugehen, müssen mit entsprechender Bildung die notwendigen Grundlagen für eine veränderte Arbeitswelt so früh wie möglich gelegt werden. Die zahlreichen Auswirkungen – Entkoppelung von Erreichbarkeit und Verfügbarkeit, Ausdifferenzierung von Zeit und Raum der Arbeit, Verdichtung von Arbeit usw. – drängen die Frage nach der Kommunikations-Kultur – wie wir also

in Arbeitsbezügen miteinander umgehen – auf. Letztlich ist es eine wichtige Frage, wie wir angesichts des Erodierens der Mittelschicht mit der Polarisierung zwischen Innovationsgewinnern und -verlierern umgehen.

Sowohl in den Beiträgen von Peter Holnick, Geschäftsführer des MUK Hessen, zur Lebenssituation heutiger Jugendlicher, als auch von Walter Lorz, Leitung & Head of Expertise OB//CC Online Business und Community Communication GmbH & Co. KG Fulda, wurde deutlich, dass Schule derzeit nur sehr bedingt in der Lage ist, auf die veränderten bzw. gesteigerten Anforderungen an die Medienkompetenz zu reagieren. Zahlreiche Studien belegen, dass Lehrende zwar zunehmend Erfahrungen im Umgang mit digitalen Medien mitbringen, aber nicht die Kompetenz zu deren didaktischer Nutzung. Dies fällt letztlich auf die Hochschulen zurück, die in der Mediennutzung auch deutlich hinterherhinken und Medienbildung immer noch nicht in alle Lehramts- und anderen pädagogisch relevanten Studiengänge implementiert haben. Lorz betonte mit Blick auf Arbeitgeber im Bereich Medien, dass Medienkompetenz auch ein Auftrag der Medienhäuser sei; sie dürfe nicht einfach vorausgesetzt werden.

Dr. Jörg Friedrich, Geschäftsführer des Landesverbandes Mitte und Abteilungsleiter Bildung im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau, wies darauf hin, dass ungeachtet widersprüchlicher Studien zu den Arbeitsmarkteffekten der Digitalisierung klare Konsequenzen für den Bildungssektor absehbar sind. So nimmt die Bedeutung von Prozessorientierung zu, kombinierte Studiengänge und Ausbildungsberufe werden Ingenieurwissenschaften und Informatik integrieren und das Management von Komplexität ist eine logische Folge der Vernetzung und Integration von Prozessen in künftiger Arbeit. Damit ergeben sich klare Anforderungen an Schulen, Medienkompetenz zu vermitteln.

Was unter diesem schillernden Begriff zu verstehen sei, erläuterte Prof. Andreas Büsch, Leiter der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz, indem er sieben Teilkompetenzen

ausdifferenzierte und den Begriff auf den Bezugsrahmen der kommunikativen Kompetenz nach Habermas rückbezogen. Letztlich geht es, so Büsch, bei Medienkompetenz um Kommunikation und Partizipation in unterschiedlichen Medienwelten in einer individuell sinnvollen und sozial verantwortlichen Mediennutzung als Rezipient und Produzent.

Wie dies zu vermitteln sei, war Gegenstand zweier Statements von Mathias Rust, Geschäftsführer der Landesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT Hessen, sowie Felix Münch, Referatsleiter in der Hessischen Landeszentrale für politische Bildung: es bedarf neuer Kollaborationen im Bildungsbereich, um die Innovation auch in Schulen zu implementieren, denn Schule ist als System eher ein Innovationshemmer. Ob die Wirtschaft selbst die Schule unterstützen darf wurde aufgrund der möglichen inhaltlichen Einflussnahme kritisch diskutiert. In jedem Fall müssen Lehrer selbst Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien erwerben.

Dass Schule aber der Unterstützung dringend bedarf, war auch Ergebnis eines Talks mit zwei Schülern und einem Berufsschullehrer zu Beginn des zweiten Tages: Medienbildung spielt sowohl in Schulen als auch in der Lehrerbildung bislang eine viel zu geringe Rolle. Wenn Medien in der Schule überhaupt Thema sind, dann geht es meist um eher technische Aspekte wie die Bedienung von Office-Programmen. Selten bis gar nicht wird die Dimension des verantwortlichen Umgangs mit digitalen Medien angesprochen.

Ansätze für eine Auseinandersetzung mit den angesprochenen Herausforderungen zeigten zwei Workshops auf, die von den Teilnehmenden der Tagung nacheinander besucht werden konnten: Michael Serr, Medien- und Sozialpädagoge im MOK Rhein-Main, stellte Konzept und Ergebnisse des Projekts "Mit Videoclips neue Perspektiven schaffen", einem Medienprojekt mit sozial benachteiligten Jugendlichen im Rahmen der Ausbildungsinitiative Joblinge in Offenbach, vor. In selbst gedrehten Filmen übernehmen Jugendliche ohne Ausbildungsplatz darin Rollen und erweitern damit neben ihrer Medien- auch ihre Sozialkompetenz.

Unter dem Titel "realtimecomic – digitale Bildgeschichten im Comicstyle" vermittelte Mitsch Schulz, freier Medienpädagoge aus Südhessen [www.realtimecomic.de], mit Kreativität, Sprache und digitaler Technik Medienkompetenz an SchülerInnen. Mittels der Software Comic Life können niedrigschwellig Comics zu verschiedensten Themen erstellt werden, was sowohl als kreatives Medienprojekt wie auch als Projektprüfungsaufgabe an Hauptschulen eingesetzt werden kann.

Veranstalter und Teilnehmende waren sich am Ende einig, dass das Thema Medienbildung und Arbeitswelt weder im fachlichen Kontext noch individualbiografisch isoliert betrachtet werden darf. So gibt es noch erheblichen Nachholbedarf im Bildungssystem, um den Herausforderungen einer digitalen Arbeitswelt wirklich gerecht werden zu können. Dazu bedarf es – ganz analog zu den Entwicklungen in der Industrie 4.0 – einer sowohl horizontalen wie vertikalen Integration im Bildungsbereich, bei der Elternhaus, Schule, außerschulische Einrichtungen und Ausbildungsträger kooperieren müssen, um die notwendige Medienbildung an Jugendliche und junge Erwachsene zu vermitteln. Dies trifft sich mit den Forderungen der Initiative "Keine Bildung ohne Medien", die zuletzt Ende 2014 in einem Positionspapier eine grundständige Verankerung der Medienbildung in allen pädagogisch relevanten Studien- und Ausbildungsgängen fordert. Neben der Überwindung einer föderalen Kleinstaaterei müssten Schulen und Hochschulen dazu stärker als bisher vom politischen Raum entkoppelt und in größere Autonomie entlassen werden. Auch die doppelte Zuständigkeit in der Schulverwaltung für Personal und Inhalte durch die Kultusministerien einerseits und für räumliche und sachliche Ausstattung durch die Schulträger wäre vor diesem Hintergrund nochmals zu hinterfragen. Dies könnte ein wichtiger Schritt sein, um auch die Motivation der Lehrkräfte für eine Beschäftigung mit Medienbildung zu erhöhen.

Offen blieb, wie die Kooperation zwischen Bildungseinrichtungen und Wirtschaft aussehen könnte, wenn letztere zwar ein Interesse und Möglichkeiten hätte, auf die Berufswelt und deren Anforderungen

hinzuweisen, eine direkte oder indirekte Einflussnahme durch Sponsoring oder andere Aktivitäten aber vermieden werden soll.

Inhaltlich werden Fähigkeiten zur Kollaboration, zum Denken in Szenarien und zum Management von Komplexität als logische Folgerung aus den Anforderungen an vernetztes Arbeiten und Denken, wie es für Industrie 4.0 kennzeichnend ist, eine große Rolle spielen.

Deutlich wurde über alle Beiträge hinweg, dass es letztlich auf unsere bewusste und kritisch-konstruktive Haltung zu Medien ankommt, und dass die Frage nach der Wertevermittlung in aller Medienbildung eine erhebliche Rolle spielt. Denn letztendlich stellt Digitalisierung auch eine wesentliche inhaltliche Herausforderung an unsere Bildungsarbeit mit Medien dar, was anhand von Stichworten wie informationelle Selbstbestimmung, Datenschutz und Partizipation unmittelbar deutlich wurde. Schließlich ist die Frage der Bildungsziele nicht unabhängig von deren gesellschaftlichen Rahmenbedingungen zu klären: bleibt der Rahmen einer sozialen Marktwirtschaft, die letztlich auf den polaren Grundwerten der christlichen Soziallehre (Solidarität und Subsidiarität, Personalität und Gemeinwohl) beruht, oder werden wir es mit einer umfassenden Ökonomisierung aller Lebensbereiche zu tun haben?

Dazu passte ein Aufsatz von Constanze Kurz, Sprecherin des CCC in der FAZ vom 2. März 2016, in dem Sie unter der Überschrift "Die neue Reflexionselite bleibt stumm" die derzeitige Ausgestaltung des Studienfachs Informatik kritisiert. Weder werde die wachsende gesellschaftliche Bedeutung der Informatik im Studium reflektiert, noch "die ethische Dimension, die Verantwortung für das eigene Handeln mit den großen Hebeln der modernen Technik."

Dies kann mit Blick auf die Notwendigkeit einer grundständigen Medienbildung gerade vor dem Hintergrund derzeitiger und künftiger Anforderungen einer digitalen Arbeitswelt nur unterstrichen werden.