

# Handbuch der Erziehungswissenschaft

Im Auftrag der Görres-Gesellschaft zur Pflege der Wissenschaft  
herausgegeben von

Gerhard Mertens, Ursula Frost, Winfried Böhm, Volker Ladenthin

## Band III

Wissenschaftliche Redaktion:  
Prof. Dr. Dr. Gerhard Mertens (Leitung),  
Dr. Michael Obermaier, Dr. Wolfgang Krone

### Hinweis

Das Handbuch erschien 2009 im Verlag Ferdinand Schöningh. Die Veröffentlichung des Beitrags von Horst Niesyto als Online-Dokument erfolgt mit Genehmigung des Verlags Ferdinand Schöningh. Der Text ist unter der Creative- Commons- Lizenz CC-BY-NC-ND 4.0 international verfügbar (vgl. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>).

Bitte weisen Sie bei der Verwendung des Online-Dokuments auf das Gesamtwerk, die Herausgeber und den Verlag hin.

Band III/1

# FAMILIE – KINDHEIT – JUGEND – GENDER

Bearbeitet von  
Hildegard Macha und Monika Witzke

Band III/2

# UMWELTEN

Sozialpädagogik / Medienpädagogik /  
Interkulturelle und Vergleichende  
Erziehungswissenschaft / Umweltpädagogik

Bearbeitet von  
Norbert Meder, Cristina Allemann-Ghionda, Uwe Uhlendorff,  
Gerhard Mertens

FERDINAND SCHÖNINGH  
Paderborn · München · Wien · Zürich

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;  
Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nd.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: Anna Braungart, Tübingen

Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem und alterungsbeständigen  
Papier ∞ ISO 9706

© 2009 Ferdinand Schöningh, Paderborn  
(Verlag Ferdinand Schöningh GmbH & Co. KG, Jühenplatz 1, D-33098 Paderborn)

Internet: [www.schoeningh.de](http://www.schoeningh.de)

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk sowie einzelne Teile sind urheberrechtlich geschützt.  
Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen ist ohne vorherige schriftliche  
Zustimmung des Verlages nicht zulässig.

Printed in Germany. Herstellung: Ferdinand Schöningh, Paderborn

ISBN 978-3-506-76550-5

## **Kapitel 3: Pädagogisch-gesellschaftliche Praxis in Medien**

*HORST NIESYTO*

### **B: Aktive Medienarbeit**

#### *1. Gegenstand und historische Entwicklung*

Aktive Medienarbeit ist ein wichtiges Teilgebiet der handlungsorientierten Medienpädagogik. Die aktive Gestaltung mit Medien bietet insbesondere Kindern und Jugendlichen Chancen, um eigene Bedürfnisse und Interessen mittels Druck- und Tonmedien, Foto, Video/Film und digitalen Medien in verschiedenen Öffentlichkeiten zu artikulieren. Der Prozess des Erstellens eigener Medienprodukte ermöglicht es, sich mit medialen Ausdrucksformen intensiver zu befassen, Mediengestaltung mit Medienkritik zu verbinden und im gemeinsamen Produzieren und Öffentlichmachen von Medien soziale und kommunikative Kompetenzen zu erwerben bzw. zu vertiefen. In den vergangenen 30 Jahren bildeten sich im Bereich der aktiven Medienarbeit verschiedene Konzepte und Praxisfelder heraus. Mit der Digitalisierung der Medien und den damit verknüpften interaktiven und produktiven Möglichkeiten eröffnen sich neue Potenziale für medialen Selbstaussdruck und Kommunikation, die über die bisherige Eigenproduktion mit analogen Medien in pädagogischen Kontexten weit hinaus reichen.

Jahrzehntelang näherten sich viele Pädagoginnen und Pädagogen den jeweils neuen Medien mit jugendschützerischen Vorbehalten und äußerten primär eine bewahrpädagogische Kultur- und Medienkritik. Die Intention war es, Kinder und Jugendliche vom ‚passiven Medienkonsum‘ abzubringen und sie vor ‚verderblichen‘ Medieneinflüssen zu bewahren. Dieses Konzept scheiterte, weil es Kinder und Jugendliche letztlich als unmündige Rezipienten verstand. Auch ästhetisch-kulturorientierte Formen der Medienerziehung, die sich in den 1960er Jahren vor allem im Filmbereich herausbildeten (‚Film als Kunstform‘), konnten Kinder und Jugendliche nur begrenzt erreichen, weil sie sich auf künstlerische Ausdrucksformen konzentrierten und die unterschiedlichen Bedürfnisse junger Menschen an Film und Filmerleben zu wenig im Blick hatten. Hinzu kamen einseitig sprachorientierte Formen der Auseinandersetzung wie z. B. Filmanalysen und Filmgespräche. Auch ideologiekritische Ansätze, die in durchaus emanzipatorischer Absicht auf die Manipulationsmöglichkeiten von Medien hinwiesen, konnten die Adressaten letztlich nicht überzeugen.

Der entscheidende Schritt zur Überwindung der genannten Begrenzungen speiste sich aus sozialisations- und medientheoretischen Überlegungen (→ Mediensozialisation / Medienbildung, Mediale Selbstsozialisation), die die *eigenaktive* Leistung von Kindern und Jugendlichen bei der Mediennutzung betonen. Dieses Verständnis grenzt sich von monokausalen Medienwirkungstheorien (→ Medium und Medientheorien) ab und korrespondiert mit dem Ansatz in der allgemeinen Sozialisationsforschung, dass Kinder und Jugendliche Subjekte sind, die die Realität aktiv und

produktiv verarbeiten. Mediennutzung wird als Teil sozialen Handelns verstanden, es wird nach der Bedeutung der Medien im Alltag und für die Lebensbewältigung gefragt. Bedürfnis- und Lebensweltorientierung, Situations- und Erfahrungsorientierung, Projekt- und Kommunikationsorientierung entwickelten sich zu Leitkategorien einer handlungsorientierten Medienpädagogik und Medienarbeit.

Erste Überlegungen und Praxisprojekte zu einer aktiven, handlungsorientierten Medienarbeit entstanden im deutschsprachigen Raum in den 1970er Jahren. Sie bezogen sich auf frühere theoretische und praktische Ansätze aktiver Medienverwendung wie z. B. dem ‚operativen Medienkonzept‘ der Sowjetrussen Dziga Vertov und Sergeji Tretjakov, der Arbeiterradiobewegung der frühen 1930er Jahre, der ‚Radiotheorie‘ von Bertolt Brecht, den medienkritischen Überlegungen von Walter Benjamin und Hans-Magnus Enzensberger sowie den Überlegungen von Oskar Negt und Alexander Kluge zur Herstellung von Gegenöffentlichkeiten (vgl. Schell 2003). Alle diese Ansätze hatten letztlich zum Ziel Medien in handhabbarer Form zur Verfügung zu stellen, damit Kinder, Jugendliche und Erwachsene eigene Bedürfnisse und Interessen unabhängig von der Selektions- und Steuerungsmacht der Massenmedien öffentlich artikulieren können. In pädagogischen Kontexten entstanden in den 1970er Jahren vor allem in der außerschulischen Bildungsarbeit an verschiedenen Orten Medienzentren und Jugendfilminitiativen, z. B. *Jugendfilmclub Köln*, *Jugendfilmstudio Berlin*, *Medienpädagogik Zentrum Hamburg e.V.*, regionale Mediengruppen des *Instituts JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis* (ehemals Institut Jugend Film Fernsehen). Das JFF in München ist die älteste medienpädagogische Einrichtung in Deutschland (gegründet 1949) und gab der aktiven Medienarbeit im Schnittfeld von Theorie und Praxis wesentliche Impulse.

Seit Mitte der 1980er Jahre kamen sog. ‚Offene Kanäle‘ hinzu. Hier besteht im Fernseh-/Videobereich seither die Möglichkeit, eigene Filme kabelgebunden ohne Zensur oder Vorabkontrolle werbefrei zu senden; im Radiobereich können Eigenproduktionen über spezielle UKW-Frequenzen verbreitet werden. Aktive Medienarbeit umfasst nicht nur das eigene Gestalten mit Ton, Foto und Video, sondern integriert auch Printmedien und verschiedene Medienkombinationen.

In Zusammenhang mit gesellschaftlichen Pluralisierungsprozessen sowie der Ausdifferenzierung und Globalisierung von Medienangeboten (Kabel- und Satellitentechnologien) erhielt in den 1980er und 1990er Jahren die Förderung ästhetisch-kultureller Ausdrucksformen mit Medien ein großes Gewicht. In der Medienpädagogik verstärkten sich sozialästhetische und wahrnehmungsorientierte Ansätze, die den Selbsta Ausdruck mit Medien betonen, um Kindern und Jugendlichen symbolische Probe- und Handlungsräume mit Medien zu eröffnen und ihre Medienkompetenzen (→ Medienkompetenz) zu erweitern (Röll 1998; Niesyto 2003; Witzke 2004). Ansätze der kulturellen Medienbildung akzentuieren die kreative und ästhetische Gestaltung mit Medien und integrieren auch andere Ausdrucksformen wie z. B. Theaterspiel und Musik (Zacharias 2000; Anfang u. a. 2004). Insgesamt erlebte die aktive Medienarbeit seit Mitte der 1980er Jahre einen deutlichen Aufschwung; in dieser Zeit wurde auch die *Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V.* (GMK; [www.medienpaed.de/](http://www.medienpaed.de/)) gegründet, ein Dachverband der Medienpädagogik, dessen langjähriger Vorsitzender Dieter Baacke war. Es entstanden mehrere Medienwettbewerbe und -festivals auf regionaler und bun-

desweiter Ebene, die bis heute die aktive Medienarbeit von Kindern und Jugendlichen fördern. Zu nennen ist u. a. das Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF; [www.kjf.de](http://www.kjf.de)), das in den Bereichen Foto und Video jährlich mehrere Wettbewerbe durchführt. Auch Landesmedienzentren, kirchliche Medienstellen, Landesanstalten für Medien u. a. Einrichtungen auf regionaler und lokaler Ebene unterstützen Projekte aktiver Medienarbeit. Die vielfältigen Praxisaktivitäten werden auch in Fachzeitschriften dokumentiert und reflektiert, vor allem in *medien+erziehung* und in *medienconcret* (bis 2004 auch in *medien praktisch*).

Digitale Medien, Internet und Web 2.0 veränderten erneut die Situation für die aktive Medienarbeit: Kinder und Jugendliche erhalten potenziell unbegrenzten Zugang zu interaktiven Produktions- und Kommunikationsformen – unabhängig von pädagogischen Arrangements. So existieren mit Web 2.0 vorgefertigte Tools und ästhetische Strukturmuster für unterschiedliche Funktionen und Verwendungszwecke. Die Nutzer können diese nach eigenen Geschmackspräferenzen aussuchen und darin ihre Inhalte platzieren; ästhetische Kompilationen und Modifikationen nach eigenen Kriterien sind prinzipiell möglich. Die variable Verknüpfung verschiedener medialer ‚Textsorten‘ (Schrift, Grafik, Stehbild, Bewegtbild, Sprache, Musik etc.) auf der Basis digitaler Bearbeitung begünstigt z. B. collageartige Formen der symbolischen Weltaneignung. Web 2.0 ermöglicht in bislang nicht bekanntem Maße Selbstaussdruck, Kommunikation und Partizipation mittels (technischer) Medien auf der Basis individueller Artikulation. Diese massenhafte, multimediale Individualkommunikation eröffnet zugleich Chancen für neue soziale Netzwerkbildungen. Die Potenziale sind technisch vorhanden; ob und wie sie von den Mitgliedern der Gesellschaft genutzt werden, ist kein technischer ‚Selbstläufer‘, sondern hängt wesentlich von den soziokulturellen Kontexten und Ressourcen ab, über die die Individuen verfügen. Kritisch ist anzumerken, dass die vorgefertigten Tools auch Formen ästhetischer Standardisierung hervorbringen, die bislang in (medienpädagogischen) Diskursen kaum thematisiert wurden.

## *II. Ziele, Arbeitsprinzipien und Grundrichtungen*

Aktive Medienarbeit fördert die Eigenproduktion mit Medien für unterschiedliche Ziele: Medien als Mittel für kulturellen Selbstaussdruck, soziale Kommunikation und Erfahrungsaustausch, als Möglichkeit zur Wahrnehmungserweiterung, als Mittel der Reflexion von Einstellungen, Verhaltens- und Handlungsweisen, als Möglichkeit zur Exploration sozialer Realitäten und zur Herstellung von Öffentlichkeiten, als Mittel der Analyse und kritischen Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Medienangeboten (vgl. Schell 2003). Aktive Medienarbeit geht von den Lebenswelten und der Lebenswirklichkeit der jungen Menschen aus. Sie betont Erfahrungs- und Lernprozesse, die Lernen als Freude auf Selbstentdeckung verstehen. Medien werden nicht primär als technische Mittler, sondern als ästhetisches und symbolisches Material für Selbstaussdruck und Kommunikation betrachtet. Aktive Medienarbeit knüpft an den vorhandenen Medienkompetenzen bei Kindern und Jugendlichen an und entwickelt pädagogische Arrangements, um diese zu erweitern und zu vertiefen. Hierfür sind Lernsituationen notwendig, die genügend Zeit- und

Handlungsspielräume für das Experimentieren und spielerische Ausprobieren mit Medien eröffnen. Die Förderung von Formen subjektiver Stil- und Symbolbildung ist dabei ein wichtiges medienpädagogisches Ziel. Hierzu gehören u. a.:

- Gestaltungsfreiheit bei Themenwahl, Ausdrucksform und Arbeitsweise;
- Balance von Prozess- und Produktorientierung, die Zeit für soziales und emotionales Lernen, für Reflexion und Erfahrungsbildung lassen;
- Stärkung präsentativ-symbolischer Ausdrucksformen – Integration von Bildern, Musik und Körpersprache.

Aktive Medienarbeit ist weit mehr als handwerklich-technisches Produzieren mit Medien. In pädagogischen Kontexten bedeutet Medienarbeit, im Arrangement von Themen, Situationen und Medien Möglichkeiten zur Reflexion und zur Erfahrungserweiterung zu bieten. Hierzu gehören auch die Auseinandersetzung mit Medienbotschaften und ihren ästhetisch-symbolischen Dimensionen, das Erkennen von Medieneinflüssen auf die eigene Orientierung und Identitätsbildung, die Reflexion von gesellschaftlichen Aspekten moderner Medienkommunikation (z. B. der verantwortungsvolle Umgang mit persönlichen Bildern und Daten). Medienproduktion ohne Reflexion der eigenen Aussage-, Gestaltungs- und Präsentationsabsichten verlässt die pädagogische Chance einer emanzipatorischen Medienbildung. Die Produktionsorientierung bietet zugleich Gelegenheiten, um sich medienpezifisches Wissen anzueignen und zu vertiefen, in kleinen Gruppen zusammenzuarbeiten und über das Öffentlichmachen von Eigenproduktionen ein Feedback zu erhalten und neue Kommunikationsräume zu erschließen.

Die Produktionsorientierung entwickelte sich vor allem in der außerschulischen Bildung zu einem bewährten Arbeitsprinzip. Dabei zeigte sich, dass aktive Medienarbeit für Kinder und Jugendliche aus benachteiligten Bildungs- und Sozialmilieus besonders wichtig ist. Sie können ihre lebens- und medienweltlichen Erfahrungen sowie vorhandene Potenziale im visuellen, audio-visuellen und körpersprachlichen Ausdruck gut einbringen. Im schulischen Bereich wurde diese Chance in der Vergangenheit viel zu wenig genutzt und scheiterte u. a. an fehlenden medienpädagogischen Qualifikationen von Lehrkräften. Die Öffnung von Schulen, die Ausbreitung von Ganztagschulen sowie Profilbildungen an Schulen bieten hier neue Möglichkeiten, aktive Medienarbeit in der Kooperation von schulischer und außerschulischer Medienbildung besser zu verankern (Pöttinger u. a. 2004).

In der aktiven Medienarbeit gibt es verschiedene Traditionslinien bzw. Grundrichtungen:

- **Journalistische Orientierung**  
Diese Grundrichtung hatte besonders in den Anfängen der aktiven Medienarbeit in den 1970er Jahren großen Einfluss. Sie ist inhaltsorientiert (,erst die Inhalte klären, dann die Form'), bevorzugt eher dokumentarische Genres (Realitätsbezug) und versteht sich oft als ,eingreifende' Medienarbeit mit einem kultur- und gesellschaftspolitischen Interesse (Artikulation von Interessen, Teilhabe an gesellschaftlicher Kommunikation). ,Journalistisch' meint, dass großer Wert auf vorzeigbare Produkte in Verbindung mit etablierten Medien-Genres

gelegt wird; planerische Arbeitsweisen haben eine wichtige Bedeutung (viel Planungsarbeit vor den Aufnahmen). Das Medienprojekt Wuppertal – eine Einrichtung, die für ihre Arbeit zahlreiche Preise erhielt - ist ein Beispiel für diese Richtung, aber auch Initiativen im Umfeld von ‚Offenen Kanälen‘, lokalen Medienzentren und politisch-kultureller Jugendbildung stehen diesem Konzept nahe.

- **Medienästhetisch-formorientiert**  
Diese Richtung rückt Fragen der Wahrnehmungs- und Persönlichkeitsbildung mit Medien in den Mittelpunkt und betont symbolische Dimensionen stets in enger Verknüpfung mit medienästhetischen Ausdrucksformen. Die ästhetischen Lernprozesse intendieren die Illusion von ‚wahrhafter‘ Wahrnehmung zu irritieren und die Erfahrung der Multioptionalität von Seh- und Handlungsmöglichkeiten zu vermitteln. Ein Schwerpunkt dieses Ansatzes liegt auf der Auseinandersetzung mit medialen Subtexten und archetypischen Mustern. Aktive Medienarbeit ist in dieser Perspektive ein Symbolschaffen im Sinne von Existenzschaffung und imaginären Raumerfahrungen. Übergreifendes Ziel ist die visuelle und audiovisuelle Alphabetisierung (vgl. vor allem Röhl 1998).
- **Alltags- und Lebensweltorientierung**  
Ausgangspunkt ist die Verortung der aktiven Medienarbeit in alltäglichen, sozialräumlichen Zusammenhängen, zu denen auch mediale und virtuelle Räume gehören. Diese oft in sozialpädagogischen Kontexten praktizierte Medienarbeit versteht sich primär als (prozessbezogene) Erfahrungsproduktion mit Medien im Sinne symbolischer Umweltaeignung und der Erschließung neuer Handlungsräume. Es geht um die Vermittlung unterschiedlicher Erfahrungs- und Wirklichkeitsebenen, um die Förderung subjektiver Symbol- und Stilbildung mit Medien und um die Wiederaneignung von Sozialräumen (Niesyto 2003). Eine situationsspezifische Balance von Prozess und Produkt, von Inhalt und Form, von Selbstaneignung und (medienpädagogischem) Impuls sind wichtige Orientierungen.

Die skizzierten Richtungen existieren nicht in Reinform. Heute gibt es einen Mix und eine Vielzahl von Ansätzen, die in unterschiedlicher Weise einzelne Aspekte akzentuieren und miteinander verknüpfen. So haben sich frühere Gegenüberstellungen von produkt- und prozessorientierten Konzeptionen deutlich abgeschwächt bzw. vermischt. Auch bei Medienprojekten, die besonderen Wert auf eine subjekt- und gruppenbezogene Erfahrungsproduktion und kooperative Lernprozesse legen, ist es wichtig, Wahrnehmungsweisen der anvisierten Öffentlichkeit zu bedenken, um Ausdrucksabsichten im jeweiligen Medienprodukt verständlich darzustellen. In den letzten Jahren entstanden auch Überlegungen zur Verbindung von medienpädagogischen und künstlerisch-pädagogischen Ansätzen. Dies belegen diverse Projekte und Publikationen zur kreativen Medienarbeit bzw. zur kulturellen Medienbildung (vgl. Anfang u. a. 2004; Maurer 2004; Pasuchin 2007). Kritisch ist anzumerken, dass es - bis auf wenige Ausnahmen - keine systematische medienpädagogische Theoriebildung und Forschung im Bereich der aktiven Medienarbeit gibt. Eine Expertenbefragung offenbarte eine relativ große Distanz von Medienpraktikern gegenüber medienpädagogischer Theorie und Forschung (vgl. Niesyto 2000). Not-



wendig erscheint eine erhebliche Verstärkung von medienpädagogischer Begleit- und Praxisforschung (vgl. hierzu die Reihe ‚Medienpädagogische Praxisforschung‘ im Verlag kopaed, München).

### III. Praxisfelder und Zielgruppen

Aktive Medienarbeit lässt sich nach verschiedenen Praxisfeldern und Zielgruppen ausdifferenzieren. Konzeptionelle Überlegungen und Praxisprojekte gibt es in der frühkindlichen Bildung, im schulischen Bereich (Grundschule, Sekundarstufe I und II), im außerschulischen Bereich sowie in der Erwachsenen- und Seniorenbildung. In Zusammenhang mit sozialen Problemlagen und verschiedenen Fachdiskursen entstanden zielgruppenspezifische Schwerpunkte. Zu nennen sind vor allem Projekte geschlechtsspezifischer Medienarbeit, interkultureller Medienarbeit sowie aktiv-kreativer Medienarbeit in Kindergärten und im Rahmen von Ganztagsschulen.

Praxisfeldbezogene und zielgruppenspezifische Überlegungen sind wichtig, um die Möglichkeiten aktiver Medienarbeit in den jeweiligen soziokulturellen, institutionellen, alters- und geschlechtsspezifischen Kontexten verorten zu können. Wer z. B. Film-/Videoprojekte in Hauptschulumilieus machen möchte, benötigt spezifisches Wissen zu den Lebens- und Medienwelten von Hauptschülern und -schülerinnen und zu geeigneten Arbeitsformen (→ *Medienpädagogik und soziale Benachteiligung*). Inzwischen gibt es in allen Praxisfeldern erprobte Modelle und Erfahrungswerte, die in Buch- und Zeitschriftenbeiträgen sowie im Internet zugänglich sind. Exemplarisch sind für den vorschulischen Bereich das Internetportal *BIBER* ([www.bildung-beratung-erziehung.de/biber.php](http://www.bildung-beratung-erziehung.de/biber.php)), die vielfältigen Aktivitäten des Vereins *Blickwechsel e.V.* ([www.blickwechsel.org/](http://www.blickwechsel.org/)) oder der Einrichtung *SIN-Studio im Netz e.V.* ([www.sin-net.de/](http://www.sin-net.de/)) zu nennen. Im schulischen Bereich vermitteln Internetportale wie *Medi@Culture* ([www.mediaculture-online.de/](http://www.mediaculture-online.de/)) oder *learnline NRW* ([www.learn-line.nrw.de/nav/mitmedienlernen/](http://www.learn-line.nrw.de/nav/mitmedienlernen/)) einen guten Überblick zu realisierbaren Projekten, differenziert nach Medienbereichen, mit zahlreichen Unterrichtsmodulen sowie Hinweisen für Medienarbeit im Kontext von Ganztagsschulen (vgl. hierzu auch die Initiative *medien + bildung.com* in Rheinland-Pfalz). In der außerschulischen Medienarbeit führen Einrichtungen wie das *Medienzentrum München* ([www.medienzentrum-muc.de/](http://www.medienzentrum-muc.de/)), das *JFC Medienzentrum Köln* ([www.jfcmedienzentrum.de/](http://www.jfcmedienzentrum.de/)), das *Gallus Zentrum Frankfurt/Main* ([www.galluszentrum.de/](http://www.galluszentrum.de/)), das *Medienzentrum Parabol* in Nürnberg ([www.parabol.de/](http://www.parabol.de/)) oder die Thüringer Landesmedienanstalt ([www.tlm.de/tlm/medienkompetenz/](http://www.tlm.de/tlm/medienkompetenz/)) seit vielen Jahren Projekte aktiver Medienarbeit erfolgreich durch. Zielgruppenspezifische Schwerpunkte konnten vor allem in der geschlechtsspezifischen Medienarbeit (exemplarisch: Eble/ Schumacher 2005; Netzwerkprojekte *Multiline/* [www.multiline-net.de/](http://www.multiline-net.de/) und *LizzyNet/* [www.lizzynet.de/](http://www.lizzynet.de/)) und in der interkulturellen Medienarbeit bzw. in der Medienbildung in Migrationsmilieus (Überblick: Hugger/ Hoffmann 2006) entwickelt werden. Weiter ausdifferenziert haben sich schließlich Ansätze in einzelnen Medienbereichen wie z. B. die Computermedienpädagogik und die aktive Medienarbeit im Kontext von Internet, Web 2.0 und Handy (exemplarisch: Schindler u. a. 2001; Anfang u. a. 2006). Noch

relativ wenig Aktivitäten und Erfahrungswerte gibt es in der aktiven Medienarbeit mit Kindern und Jugendlichen mit Behinderungen (Michaelis/ Lieb 2006), mit Senioren sowie im intergenerationellen Bereich.

Die rasante Entwicklung der digitalen Medien, die zunehmende Medienkonvergenz und die mobilen Einsatzmöglichkeiten von Medien (insbesondere multifunktionale Handynutzung) stellen die aktive Medienarbeit vor neue Herausforderungen. Erste Studien zur Web 2.0-Nutzung in Deutschland belegen, dass etwa ein Viertel der jugendlichen Internetnutzer (insgesamt sind 95 Prozent der 12- bis 19-Jährigen ans Internet angeschlossen) sich am Web 2.0 beteiligen und mehrmals pro Woche eigene Inhalte mittels Bilder, Videos, Musikdateien, Blogs, Newsgroup-Beiträgen ins Netz stellen; besonders aktiv sind die 14- bis 17-Jährigen (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2007, S. 37). Die konkrete Untersuchung einzelner Web 2.0-Angebote zeigt allerdings, dass die meisten Jugendlichen diese Angebote rezeptiv nutzen und dass es bei der aktiven Nutzung von Web 2.0-Tools Bildungsunterschiede gibt. Die Befunde verdeutlichen, dass eine medienpädagogische Förderung insbesondere in bildungsbenachteiligten Sozialmilieus notwendig ist, um Formen sozialer Benachteiligung im aktiven Mediengebrauch entgegenzuwirken. Die schulische Medienbildung hat hier eine wichtige Aufgabe. Voraussetzung für eine Verstärkung handlungsorientierter Medienpädagogik und Medienarbeit sind Lehrkräfte, die über eine medienpädagogische Grundbildung verfügen. Die Realisierung einer solchen Grundbildung ist eine vorrangige bildungspolitische Aufgabe der kommenden Jahre. Gleichzeitig kommt es darauf an, aktive Medienarbeit in allen Praxisfeldern zu verbreitern. Hierfür ist es notwendig, den Schritt von Einzelprojekten hin zu nachhaltigen Förderstrukturen zu vollziehen, wie dies in anderen Bereichen der kulturellen Bildung bereits seit einiger Zeit angestrebt wird.

### *Literatur*

- Anfang, G./ Demmler, K./ Palme, H.-J./ Zacharias, W. (Hrsg.) (2004): Leitziel Medienbildung. Zwischenbilanz und Perspektiven. München.
- Eble, K./ Schumacher, I. (Hrsg.) (2005): Mädchen mit Medien aktiv. Medienarbeit in der außerschulischen Bildung. München.
- Hugger, K.-U./Hoffmann, D. (Hrsg.) (2006): Medienbildung in der Migrationsgesellschaft. GMK-Schriften zur Medienpädagogik 39. Bielefeld.
- Maurer, B. (2004): Medienarbeit mit Kindern aus Migrationskontexten. München.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2007): JIM-Studie 2007 Jugend, Information (Multi-) Media. Stuttgart.
- Michaelis, E./ Lieb, O. (Hrsg.) (2006): ausdrucksstark. Modelle zur aktiven Medienarbeit mit Heranwachsenden mit Behinderung. München.
- Niesyto, H. (2000): Medienpädagogik und soziokulturelle Unterschiede. Baden-Baden/Ludwigsburg.
- Niesyto, H. (2003): VideoCulture – Video und interkulturelle Kommunikation. München.
- Pasuchin, I. (Hrsg.) (2007): Intermediale künstlerische Bildung. Kunst-, Musik- und Medienpädagogik im Dialog. München.
- Pöttinger, I./ Schill, W./ Thiele, G. (Hrsg.) (2004): Medienbildung im Doppelpack. Wie Schule und Jugendhilfe einander ergänzen können. Bielefeld.

- Röll, F. J. (1998): Mythen und Symbole in populären Medien. Der wahrnehmungstheoretische Ansatz in der Medienpädagogik. Frankfurt a.M.
- Schell, F. (2003): Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Theorie und Praxis. München.
- Schindler, W./ Bader, R./ Eckmann, B. (Hrsg.) (2001): Bildung in virtuellen Welten. Praxis und Theorie außerschulischer Bildung mit Internet und Computer. Frankfurt a.M.
- Witzke, M. (2004): Identität, Selbstaussdruck und Jugendkultur. Eigenproduzierte Videos Jugendlicher im Vergleich mit ihren Selbstaussagen. Ein Beitrag zur Jugend(kultur)forschung. München.
- Zacharias, W. (Hrsg.) (2000): Interaktiv - Medienökologie zwischen Sinnenreich und Cyberspace. München.