



Standards in der Medienbildung

Stand: 8.2.2016

Vorbemerkungen

Wir leben in einer medial geprägten Gesellschaft, in der heute über „digital natives“ und „digital immigrants“ geredet wird. Diese Wissenslücke in Umgang, Handhabung und Reflexion wird als „digital gap“ bezeichnet und ist eine der größten Herausforderungen in der medial- kulturellen Bildung. Aus diesem Grund ist es verstärkt notwendig, ein Augenmerk auf medial-bildende Prozesse zu werfen.

In diesem Sinne lässt sich auch von einem gesellschaftlichen Paradigmenwechsel von der gedruckten Überlieferung hin zur digitalen Überlieferung sprechen. Der Aufbruch in diese Form der Kommunikations- und Überlieferungskultur fand mit der Entwicklung von Netzen (Telefon-/Datennetze) innerhalb des 20. Jahrhunderts statt und trifft mit der massenhaften gesellschaftlichen Nutzung auf die Notwendigkeit einer Bildungsstrategie für alle Generationen sowie Bevölkerungsschichten.

Mit deren spezifizierten Bedarfen und Lebensumständen bleiben nur geringe formale und nonformale Lernfenster für aktive Bildungsstrategien. Der überwiegende Teil der Aneignung von Medienhandlungsstrategien findet auf informellen Wegen statt und kann zu den unterschiedlichsten Herausforderungen für die betroffene Person sowie deren soziales oder gesellschaftliches Umfeld führen.

Mittels einer umfassenden sowie crossmedialen Bildung im Umgang mit Medien (den Trägern von Informationen) und diesbezüglich eigens entwickelter Standards soll, aus dem Netzwerk Medienbildung Dresden heraus, ein erster Versuch unternommen werden, um den gewachsenen medialen Bildungsbedarfen Rechnung zu tragen.

Gelingende Medienbildung wird allen Generationen auf ihre zielgruppenspezifischen Anforderungen ausgerichtet sein müssen.

Vereinfacht gesagt gilt es:

- Kindern und Jugendlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten für den reflektiven Umgang mit Medien zu vermitteln,
- Eltern und Pädagog_innen soweit fit zu machen, dass für eine gelingende Begleitung gesorgt ist und
- Senior_innen in medienkulturelle Prozesse einzubeziehen.

Hinzu kommen inzwischen weit ausdifferenzierte Formen des künstlerischen Umgangs mit den neuen Medien – von der digitalen Fotografie, digital Gaming, Online-Publikationen bis hin zur digitalen Animation und kommende weitere Entwicklungen.

Diese permanenten neuen Entwicklungen auf dem Mediensektor generieren einen wachsenden Bedarf an medienbildnerischen Strategien und Prozessen besonders auf den pädagogischen Arbeitsgebieten in Bezug auf Handhabung, Anwendung und rechtlicher Sicherheit. Medienbildung soll nicht mehr „Pi mal Daumen“ nebenher passieren, sondern es sollen konkrete Konzepte und Strategien Anwendung finden.

Präambel

Zur Qualitätssicherung und Qualitätsmessung sind aus der Perspektive des Netzwerkes Medienbildung Dresden Standards in der Medienbildung erforderlich. Wir haben 3 Abstufungen formuliert:

- Der niedrigste zu erfüllende Standard beinhaltet alle **MUSS** Anforderungen (Diese sind mit der **Farbe MAGENTA** gekennzeichnet)
- Der zweithöchste zu erfüllende Standard beinhaltet alle **MUSS** und möglichst viele **SOLL** Anforderungen. (**SOLL** Anforderungen sind mit der **Farbe GRAU** gekennzeichnet)
- Der höchste zu erfüllende Standard beinhaltet alle **MUSS**, alle **SOLL** und möglichst viele **KANN** Anforderungen. (**KANN** Anforderungen sind mit der **Farbe TÜRKIS** gekennzeichnet)

Neben den formulierten Standards findet sich jeweils ein farbiges Feld (für **MUSS**, **KANN** und **SOLL**). Durch Abhaken der zutreffenden Felder kann der jeweilige Level festgestellt werden.

Alle magentafarbenen Felder **MÜSSEN** abgehakt werden, um den Mindeststandard zu erfüllen.

In der Medienbildung gilt der Bildungsansatz der Ganzheitlichkeit. Sie ist eine Querschnittsaufgabe für jedes Alter, reicht von der Wahrnehmung über das Verstehen bis hin zur Produktion.

Die Formulierung der Standards ist Inhalt dieses Papiers

Ziele der Medienbildung und der Formulierung von Standards

Übergeordnetes Ziel einer Medienbildung in kommunalen Kontexten ist es, Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten zu vermitteln, welche die Teilhabe an medialen Phänomenen und Prozessen befördern. Angesichts einer fortschreitenden medial-digitalen Vernetzung und Fundierung von immer mehr Bereichen sind derartige Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine aktive Teilhabe an Kultur und Gesellschaft sowie für die Handlungsfähigkeit des Einzelnen per se essenziell.

Mit Handlungsfähigkeit und Teilhabe ist in diesem Zusammenhang sowohl ein qualifizierter, vorrangig rezeptiver Zugang zu medial vermittelten Phänomenen und Prozessen gemeint wie auch die Selbstwirksamkeit des Einzelnen, indem mit Medien eigenständig Produkte geschaffen werden. Adäquate Methodenkompetenzen bilden letztendlich für beides grundlegende Voraussetzungen. Sie zu vermitteln und somit dazu beizutragen, dass sich die Artikulationsfähigkeit der Teilnehmenden verbessert, ist eines der wichtigsten Anliegen einer gelungenen Medienbildung bzw. Medienkompetenzförderung. Artikulationsfähigkeit meint in diesem Zusammenhang das Vermögen, sich vermittels geeigneter Medienanwendungen angemessen ausdrücken zu können.

Nicht zuletzt gilt es in diesem Zusammenhang zu betonen, dass die Beschäftigung mit Medien kein Selbstzweck ist. Vielmehr stehen bei der Medienbildung die Orientierung an den Inhalten und die Vermittlung von Befähigungen im o. g. Sinne sowie insbesondere auch die Vermittlung sozialer Kompetenzen im Vordergrund.

Die vorab vorhandenen Medienkompetenzen von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen weichen teils stark voneinander ab. Zu den Gründen gehören die Zugehörigkeit zu divergierenden Herkunftsmilieus, Bildungsorientierungen und -voraussetzungen, verschieden ausgeprägte kognitive Befähigungen etc. Mit einer zunehmenden Migration nach Deutschland werden zudem voneinander abweichende kulturelle Orientierungen und Voraussetzungen an Bedeutung gewinnen. Verstärkt Angehörigen aus Herkunftsmilieus entsprechende Medienkompetenzen zu vermitteln, denen der Zugang zu Kultur und diversen Medienanwendungen schwerer fällt, ist ein bedeutendes Anliegen der Medienbildung. Infolgedessen sind so genannte niedrighschwellige Zugänge aber auch die Berücksichtigung der jeweiligen Lebenswirklichkeit der Zielgruppen maßgeblich.

Dabei sollte - auch mit Blick auf Menschen mit Behinderungen - weniger das Vorhandensein ggf. vorhandener Defizite, medizinischer, psychischer, mentaler oder anderer Art im Vordergrund stehen, sondern vielmehr die vorhandenen, durch die Teilnehmenden einbringbaren Ressourcen. Letztendlich muss im Mittelpunkt stehen, die Teilnehmenden unter Berücksichtigung des vorhandenen kognitiven Vermögens und bereits vorhandener Fähigkeiten und Fertigkeiten „abzuholen“ und darauf aufzubauen. Insbesondere infolge der teils stark voneinander abweichenden Ausgangslagen der Teilnehmenden ist die Zielgruppenorientierung der Medienbildung wichtig.

Die nachfolgend formulierten Standards tragen Leitfadeneigenschaften. Sie geben demzufolge mehr oder weniger einen Korridor von Einflussgrößen wieder, die zu

beachten empfohlen wird. Eine Kanonisierung im Sinne eines streng abzuarbeitenden Kriterienkataloges ist infolgedessen nicht intendiert. Vielmehr soll den in der Medienbildung Tätigen aber auch den relevanten Förderinstitutionen eine Art Richtschnur zur Orientierung - aber auch für die Weiterbildung - gegeben werden. Dies beinhaltet durchaus, dass damit grundlegende Anforderungen für eine qualifizierte Medienbildung formuliert werden.

Derart formulierte Anforderungen ermöglichen es zudem, Angebote der Medienbildung einzuschätzen. Zum Anliegen der „Standards“ gehört es demzufolge, perspektivisch Indikatoren bzw. Instrumentarien zu entwickeln, die es erlauben, die Qualität der entsprechenden Offerten zu bewerten. Damit soll die Entwicklung qualitativ hochwertiger Angebote befördert und nachhaltig zur Qualitätssicherung der Medienbildung beigetragen werden. So ist beispielsweise die Qualifikation der Medienbildung Vermittelnden ein wichtiges Kriterium. Sie sollten über einen entsprechenden medien- bzw. kulturpädagogischen Abschluss oder zumindest über mehrjährige einschlägige Berufserfahrung verfügen. Damit ist nicht zuletzt die Verbesserung der Vermittlungskompetenz avisiert.

Die Standards

1 **Technische Anforderungen**

2 *Ausstattung*

3 Ein gelingendes medienpädagogisches Angebot muss sowohl räumliche als auch
4 technische Gegebenheiten in die Planung, Finanzierung und Durchführung
5 einbeziehen. Eine der Teilnehmerzahl und den Methoden angepasste Raumgröße
6 sowie Erreichbarkeit sind ebenso wichtig wie eine dem Kursziel entsprechende Hard-
7 und Softwareausstattung

8 *Technologienutzung*

9 Da im Medienbereich die Technik stetig weiter entwickelt wird und es auch im
10 medienpädagogischen Bereich ständig neue Entwicklungen gibt, muss diesen
11 Entwicklungen Rechnung getragen werden.

12 Es sollte, in Abhängigkeit von der Zielstellung, ein möglichst großer Bogen von
13 grundlegenden / alten Technologien bis hin zu neuesten Technologien geschlagen
14 werden. Die basisgebende Kenntnis dieser Technologien sollte beim
15 Medienpädagogen vorhanden sein.

16 *Alternativplan*

17 Für den Fall von technischen oder organisatorischen Problemen sollte stets ein
18 Alternativplan für das Unterrichtsangebot vorgehalten werden. Dies gilt zum Beispiel
19 bei nicht vorhandener bzw. nicht funktionierender Hard- und Software oder Problemen
20 bei der räumlichen Ausstattung.

21 *Ressourcen*

22 Als Arbeitsmaterialien sollten stets frei verfügbare Ressourcen (OER) genutzt werden.

23 **Medienpädagogische Anforderungen**

24 *Mediendefinition*

25 Als Medien gelten alle Träger von Informationen, von Druckerzeugnissen bis hin zu
26 digitalen Medien. Die technischen sowie technologischen Grundlagen, wie Scripting,
27 Programmieren und Hardwarekenntnisse sind Teil der Medienbildung.

28 *Crossmedialität*

29 Bei allen medienpädagogischen Angeboten muss ein möglichst hohes Maß an
30 Crossmedialität erreicht werden.

31 *Ganzheitlichkeit*

32 Medienbildung umfasst, abhängig vom Thema und Ziel des jeweiligen Angebotes,
33 sowohl die Vermittlung von praktischen Inhalten, z.B. Bedienung von Software und
34 Medienproduktion, als auch die Vermittlung theoretischer Inhalte, z.B. das Verstehen
35 technischer und gestalterischer Grundlagen. Teil medienpädagogischer Angebote
36 sollten Reflexion und Medienkritik ebenso sein wie das Verstehen von
37 Wahrnehmungen.

38 *Lernziele*

39 Es müssen eindeutige, dem medienbildnerischen Angebot entsprechende, Lernziele
40 definiert werden. Die Pflege einer Lernkultur ist essentiell.

41 *Künstlerisch-kreativer Ansatz*

42 Bei medienbildnerischen Angeboten sollte nach Möglichkeit ein kreativer und/oder
43 künstlerischer Umgang mit Medien implementiert werden.

44 *Medienarbeit als Alltagsarbeit*

45 Mediennutzung ist alltäglich geworden und Teilnehmende innerhalb von
46 medienbildnerischen Angeboten weisen häufig Kernkompetenzen in der Nutzung
47 auf. Die alltägliche Nutzung muss innerhalb der Angebote Berücksichtigung finden
48 und es sollen Wissenstransferleistungen aus dem Angebot hin in den Alltag sichtbar
49 gemacht werden.

50 *Leistungslevel*

51 Jedes Angebot muss eine Anspruchsbeschreibung an die Teilnehmenden vorweisen.
52 Das heißt, dass im Angebot die erforderlichen Vorkenntnisse formuliert sein müssen.

53 **Methodische Anforderungen**

54 *Zielgruppengerecht*

55 Angebote der Medienbildung müssen die Zielgruppe, deren Vorkenntnisse und
56 Lernziele des Angebotes benennen. Die Orientierung an der Lebenswelt der
57 Zielgruppe ist der Ausgangspunkt für die Angebotskonzeption und muss sich in
58 modularisierten Formaten abbilden. Die Wahl des Zeitrahmens für Angebote muss
59 dem Inhalt und der Zielgruppe angepasst sein, so dass kein Lernstress entsteht und
60 für Teilnehmende ein maximaler Erkenntnisgewinn gewährleistet ist.

61 Innerhalb der Angebote sollen die Methoden, Sprache und Ergebnisse der Lebenswelt
62 der Zielgruppe angepasst sein. So sollten Angebote für Kinder und Jugendliche zur
63 aktiven Arbeit mit Medien anhalten und den Erfordernissen des Kinder- und
64 Jugendschutzes genügen.

65 *Angebotsbeschreibung*

66 Entsprechende Schemata sollten sichtbar gemacht werden. Die Beschreibung der
67 Angebote sollte nach Möglichkeit vereinheitlicht werden und sich zum Beispiel an den
68 Entwicklungen der LRMI¹ – Initiative orientieren.

69 *Betreuungsschlüssel*

70 Für eine bestmögliche Betreuung der Angebote sollte ein Betreuungsschlüssel in
71 Workshop- Angeboten wie folgt gewährleistet werden.

72 0-10 Jahre :: 1 zu 6

73 11- unendlich :: 1 zu 12

74 Der Betreuungsschlüssel sollte entsprechend sozialpädagogischer, inklusiver,
75 thematischer o.a. Anforderungen angepasst werden.

76 *Vorbereitung und Evaluation*

77 Jedes Angebot muss eine angemessene Vorbereitung aufweisen, diese muss im
78 Finanzierungsplan berücksichtigt sein.

79 Jedes Angebot sollte eine passende Evaluationsmethode aufweisen, diese muss
80 gegebenenfalls im Finanzierungsplan berücksichtigt sein. Die Evaluation sollte sich
81 prozessbegleitend und rückblickend mit dem Lernerfolg und der Nachhaltigkeit der
82 Inhalte auseinander setzen. Sie sollte möglichst interessierten Dritten zur Verfügung
83 gestellt werden.

84 Die Dokumentation der Evaluation muss dem Abschlussbericht zum Projekt beigefügt
85 werden.

86 Eine Evaluation des Angebotes kann periodisch über die Angebotslaufzeit hinweg
87 erhoben werden.

88 *Fehlerkultur*

89 Jedem medienbildnerischen Angebot soll ein angemessener Umgang mit Fehlern aller
90 Beteiligten zu Grunde liegen. Die Inhaltsvermittlung sollte moderierend erfolgen, mit
91 auftretenden Fehlern konstruktiv umgehen und diese auch dokumentieren.

92 *Stärkenorientierung*

93 Alle Teilnehmenden bringen Wissen und Kompetenzen mit! Diese Stärken sollen für
94 eine Weiterentwicklung der Teilnehmenden sorgen sowie in das Angebot eingebunden
95 werden und zum Beispiel Peer-Learning² ermöglichen.

96 Angebote können zur Wertschätzung der Teilnehmenden den Kompetenznachweis
97 Kultur vergeben.

98 **Rechtliche Anforderungen**

99 *Urheberrecht und Nutzungsrecht (Lizenzen)*

100 Neben dem deutschen Urheberrecht, welches bei jeder medialen Produktion greift,
101 müssen innerhalb medienbildnerischer Angebote die wichtigsten Nutzungsrechte,
102 Unterschied zwischen Nutzungsrechten und Nutzungsarten, gängige Einschränkungen
103 von Nutzungsrechten vermittelt werden.

104 Dazu sollten z.B. Markenrecht, Namensrecht, Wettbewerbsrecht gehören. Für die
105 Nutzung von medialen Inhalten wird international zunehmend auf die Creative
106 Commons³ zurückgegriffen.

107 Diese stellen eine Art Musterverträge dar, so dass sie zur Erläuterung von
108 Nutzungsrechten, Nutzungsarten und Lizenzen in die Angebote aufgenommen werden
109 können. Eine Besprechung der Verwertungsgesellschaften kann ebenfalls erfolgen.

110 *Motivrecht und Persönlichkeitsrechte*

111 In medienbildnerischen Angeboten muss der Unterschied zwischen Urheberrecht und
112 Recht am Motiv insbesondere dem Recht am eigenen Bild herausgearbeitet werden.
113 Mit diesen Informationen muss ebenfalls das Grundrecht auf informationelle
114 Selbstbestimmung herausgestellt und unterlegt werden.

115

116 Wird inhaltlich mit künstlerischen und kulturellen Exponaten gearbeitet, sollen weitere
117 Motivrechte, wie z.B. Architektur, Kunst und Einschränkungen besprochen werden.
118 Lässt das Angebot eine weiterführende Diskussion zu, kann die Verknüpfung mit dem
119 Datenschutz dargestellt werden.

120 *Datenschutz*

121 Angebote müssen die Teilnehmenden darüber informieren, dass Datenschutz eine
122 Verbotsnorm mit Erlaubnisvorbehalt und die Datenverarbeitung in Deutschland
123 grundsätzlich verboten ist.

124 Weiterhin sollen in medienpädagogischen Angeboten über die wichtigsten
125 Erlaubnisregelungen, die Voraussetzungen einer wirksamen Einwilligung und den
126 Widerruf einer Einwilligung aufgeklärt werden.

127 Mit ausreichend Angebotszeit kann über Datenschutz im Internet, insbesondere
128 Tracking diskutiert werden.

129 *Internetrecht*

130 In Angeboten, welche Webinhalte benutzen, muss das Telemediengesetz als eines
131 der Basisrechte benannt und dessen Inhalte bzw. Auswirkungen dargestellt werden.
132 Diese Inhalte können über Informationen über den Rundfunkstaatsvertrag ergänzt
133 werden.

134 *Jugendmedienschutz*

135 Innerhalb des JuSchG wird der Jugendmedienschutz behandelt und definiert. Neben
136 dem JuSchG gelten für die Belange des Jugendmedienschutzes auch der
137 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag und das Strafgesetzbuch. Angebote für Kinder und
138 Jugendliche müssen sich an die gesetzlichen Regelungen halten und diesbezügliches
139 Wissen im Konzept darlegen.



¹ Learning Resource Metadata Initiative (www.lrmi.net)

² Peer Learning (en.wikipedia.org/wiki/Peer_learning)

³ Creative Commons (de.creativecommons.org)

Liste der Autoren

Diese Handreichung wurde erarbeitet von der AG Standards des Netzwerkes Medienbildung Dresden, bestehend aus Peg Koedel, Klaus Winterfeld und Claus Dethleff.

Ergänzt und überarbeitet wurde das Papier unter Mitwirkung der Teilnehmenden des Fachtags „Standards in der Medienbildung“ in Dresden. Dies waren (in alphabetischer Reihenfolge):

Rolf Birn, Katharina Bluhm, Kai-Thorsten Buchele, Edgar BÜchner, Karsten Fritz, Hubert Garrisch, Anouk Hartmann, Robert Helbig, Anne Martha Hilliger, Julia Huke, Claudia Kralisch, Marsel Krause, Laura Lipfert, Jeannette Milius, Sören Rogoll, Maik Roßmann, Bianca Schachtschneider, Iris Schilke, Katja Schirmer, Petra Schmidt, Andreas Schönherr, Lisa Schönthier, Mark Schulze, Katja Stintz, Max Strohmeier