TELEVIZION

33/2020/2

Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

MEDIENKOMPETENT DURCH DIE KRISE?

Manchmal sind es vor allem die Bildschirme, die uns am Leben halten

sagt ein 12-jähriger Junge über den gestiegenen Medienkonsum während der Covid-19-Krise

EDITORIAL



Dr. Maya Götz Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL

»Keine Bildung ohne Medien!« formuliert u. a. die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) schon seit Jahren. Spätestens durch die Coronapandemie hat sich die Dringlichkeit dieser Forderung mehr denn je bewahrheitet. Gewohnte schulische Abläufe mussten innerhalb kürzester Zeit über Plattformen und Lernmanagementsysteme organisiert werden, um Distanzlernen zumindest im Ansatz zu ermöglichen. Wohl den Schulen und Bildungseinrichtungen, die bereits vor der Krise ein Gesamtkonzept zum Lernen in der Digitalität entwickelt hatten, doch auch alle anderen wurden zum Nachziehen in Sachen Digitalisierung gezwungen. Die Krise könnte so zur Inkubationsphase für Neues werden, eine »Jahrhundertchance«, wie Michael Schratz es nennt. Wie notwendig dies gerade für Deutschland wäre, zeigen internationale Vergleichsstudien (vom Orde). Neben ausreichender technischer Ausstattung ist hier vor allem die Förderung von Medienkompetenz bei Lernenden und Lehrenden notwendig. Was unter dem komplexen Konstrukt Medienkompetenz konkret zu verstehen ist und wie ein Rahmenkonzept hierzu aussehen kann, erläutert Bardo Herzig. Neben Information und Lernen, so Herzig, stellt dabei die Kategorie »Unterhaltung und Spiele« eine besondere Herausforderung in Zeiten von Corona dar. Einer der großen Gewinner hinsichtlich der Nutzungszeiten bei Kindern und Jugendlichen ist das soziale Netzwerk TikTok, das neben einem großen Unterhaltungswert auch diverse medienpädagogische Problembereiche in sich trägt, wie eine IZI-Studie zeigt (Götz et al.). Nichtsdestotrotz haben Medien für Heranwachsende besonders in Pandemiezeiten eine große Bedeutung, die von Lernen und Unterhaltung bis zur Kommunikation mit Freund*innen reicht. Dies gilt insbesondere für Kinder, die in besonderen Lebenssituationen leben, z. B. weil sie aufgrund einer chronischen Krankheit selbst zu einer Risikogruppe gehören. Wie hoch die Anforderungen dann beispielsweise an US-amerikanische Kinder und deren Medienkompetenz in einer u. a. von »alternativer Realität« gezeichneten Medienwelt sind, zeigt eine qualitative Studie der Universität von Cincinnati (Jennings & Caplovitz). Inwieweit es Kindern und Jugendlichen in Deutschland in der Krise gelingt, selbstreflexive Medienkompetenz zu entwickeln (Götz), welche typischen Problembereiche sich in der Informationssuche und Einschätzung von Fake News zeigen (Harnischmacher) und was »so geht MEDIEN«, die Medienkompetenzplattform von ARD, ZDF und Deutschlandradio, hier anbietet (Kramliczek), fasst diese Ausgabe der TelevIZIon zusammen.

Reya Got

Medienkompetenz

Der Autor erläutert das Konzept von Medienkompetenz und beleuchtet deren Bedeutung vor dem Hintergrund der Coronapandemie.

Lesen Sie weiter auf Seite 15

Faszination TikTok

Der Artikel fasst die Ergebnisse einer IZI-Studienreihe zusammen, in der mittels Repräsentativbefragung, Medienanalysen sowie Einzelfallstudien der »Faszination TikTok« bei jungen Nutzer*innen nachgegangen wurde.

Lesen Sie weiter auf Seite 21



Pädagogisches Handeln in disruptiven Zeiten – Sondierungen zwischen Empirie und praktischen Erfahrungen

Lesen Sie weiter auf Seite 4

TELEV**IZI**ON

MEDIENKOMPETENT DURCH DIE KRISE?

FORSCHUNG

Bardo Herzig

Michael Schratz	
Pädagogisches Handeln in	
disruptiven Zeiten	

FORSCHUNGSDOKUMENTATION

Heike vom Orde
Kompetent lernen im Lockdown
mit digitalen Medien10

PROGRAMM

INTERVIEW

Michael Harnischmacher »Mobile Natives«: Gutes Medienwissen, Schwächen beim Medienhandeln und der Medienkompetenz 33

Impressum 14



Mit »so geht MEDIEN« kritisch durch die Coronakrise

Lesen Sie weiter auf Seite 35

»Die Bildschirme halten uns am Leben«

In einer Studie wurden 27 9- bis 13-Jährige mit chronischen Krankheiten aus den USA zu Beginn der Covid-19-Krise zu ihrer Mediennutzung, Medienkompetenz und ihren Bewältigungsstrategien im Umgang mit der Krise befragt.

Lesen Sie weiter auf Seite 26

»Mobile Natives«: Gutes Medienwissen, Schwächen beim Medienhandeln und der Medienkompetenz

Ein Gespräch mit Michael Harnischmacher

Lesen Sie weiter auf Seite 33