

Autor: Wunden, Wolfgang.

Titel: Berufsbild „MedienpädagogIn“: ein Meilenstein der Professionalisierung des Berufs.

Quelle: Norbert Neuß (Hrsg.): Beruf Medienpädagoge. Selbstverständnis – Ausbildung – Arbeitsfelder. München 2003. S. 27- 40.

Verlag: kopaed verlagsgmbh.

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Verlags.

Wolfgang Wunden

Berufsbild „MedienpädagogIn“: ein Meilenstein der Professionalisierung des Berufs

Inhaltsverzeichnis

1.„Medienkompetenz“- Vermittlung: ein Beruf.....	2
2.Dimensionen der Professionalisierung der Medienpädagogik.....	3
2.1Professionalisierung als Prozess der Entstehung spezifischer Dienstleistungen.....	4
2.2Professionalisierung als permanenter Prozess der Selbstverständigung....	5
2.3Professionalisierung als Qualitäts- Prozess.....	5
2.4Professionalisierung als Statuserringung bzw. –konsolidierung.....	6
3.Berufsbild: Bewerbung auf dem Arbeitsmarkt.....	7
3.1Inhalt und Funktion eines „Berufsbilds“.....	7
3.2Kompetenzen und Tätigkeitsfelder der MedienpädagogIn.....	8
3.3Ausbildung zur MedienpädagogIn.....	9
4.Kritik von Gegenargumenten.....	10

4.1 Arbeitsmarkt	10
4.2 Professionalisierung	11
Literatur	13

1. „Medienkompetenz“- Vermittlung: ein Beruf

Wie immer man Medienkompetenz genauer definieren mag (Beispiele bei Baacke passim, Kübler 1999, knapper Winterhoff- Spurk 1999, 131- 136, Aufenanger 1999), stellen sich Fragen nach der Vermittlung dieser Kompetenz im Rahmen medienpädagogischen Handelns. Solche Fragen lauten etwa: Wie wird diese Kompetenz vermittelt? Wer vermittelt sie? Ist diese Vermittlungsleistung eine berufliche Leistung? Wenn sie auch eine Leistung von PädagogInnen ist: Gibt es dann Medienpädagogik als Beruf? Was muss man lernen, wenn man Medienkompetenz vermitteln will? Um Medienkompetenz zu erwerben und sie kompetent weiterzuvermitteln: Gibt es dazu Ausbildungs- und Studiengänge? Welches sind die Tätigkeitsfelder von MedienpädagogInnen? Wie differenzieren sie sich in der dynamischen Entwicklung des Mediensystems unter den Aspekten von Technologie und Inhalten, die wir heute beobachten? Wo finden MedienpädagogInnen Arbeit, wo können sie ihr Brot verdienen? Haben sie das Ansehen, das der öffentlich bekundeten Wertschätzung der Aufgabe entspricht? Wie kann ihre Tätigkeit verbessert, qualifiziert werden? Gibt es Evaluation, Coaching und Beratung? Welche Verfahren und Methoden sollen dafür gelten? Und wie steht es um das Selbstverständnis der MedienpädagogInnen, sowohl in der Selbstbeobachtung als auch in der Fremdbeobachtung, etwa durch Wissenschaft oder Politik?

Das sind lauter Fragen, die eng miteinander zusammenhängen, aber doch je für sich zu diskutieren sind, um künftig Missverständnisse zu vermeiden, die um das „Bielefelder Forum“ der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) am 26./27. Oktober 1988 mit dem Thema: „Beruf: Medienpädagoge!“ entstanden. Die GMK kam mit dieser Tagung – initiiert durch ihre Fachgruppe „Erwachsenenbildung“ – einer Anforderung in ihrer Satzung

nach. Zum „Vereinszweck“ heißt es darin: „Entwicklung und Förderung medienpädagogischer Qualifikationen durch Erarbeitung von Vorschlägen für Qualifikationsanforderungen und Berufsbilder und Unterstützung beruflicher Interessen von Medienpädagogen“ (de Haen 1984, 186). Berichte über das Forum ließen erkennen, dass eine intensive Diskussion für die Weiterentwicklung der Medienpädagogik in der Bundesrepublik notwendig und hilfreich wäre. Während Medienpädagogik-Wissenschaftler wie Schorb, Theunert und Aufenanger damals ein Berufsbild für – im Moment zumindest – nicht möglich und erwünscht hielten oder überhaupt ablehnten (s. Wunden 2001; Hugger 2001a, 69ff.), stellte die Journalistin Dreifert (1989) klar fest: „Entscheidend für die Zukunft der Medienpädagogen wird sein, ob sich ein Markt für deren Leistungen etabliert“.

Der Impuls wurde in der Erziehungswissenschaft bemerkt (Hornstein/Lüders 1989). In der Medienpädagogik selbst verstummte die Diskussion in den neunziger Jahren: Während Wunden die damalige Diskussion in Veröffentlichungen der Nürnberger Anstalt für Arbeit und dann auch im medienpädagogischen Handbuch von Hiegemann/Swoboda resümierte (Wunden 1994) und seine Forderung wiederholte, ein Berufsbild zu formulieren, verschwand das Thema in anderen wichtigen enzyklopädischen Handbüchern: Das Stichwort „Beruf“ kommt in dem renommierten Handbuch „Grundbegriffe Medienpädagogik“ (Hüther et al. 1997) nicht vor, weder als Stichwort (was wichtig wäre) noch im Register (was das völlige Verschwinden belegt). So auch im Handbuch Medienkompetenz (Schell et al. 1999): Obschon ein Dutzend Artikel die Aus- und Fortbildung von Medienkompetenz-VermittlerInnen fachkundig beschreiben, wird der „Beruf“ nicht eigens thematisiert; nicht einmal das Wort kommt vor, ebenso wenig wie das „Berufsbild“.

Nach einer mehr als zehnjährigen Pause kommt seit dem Jahr 2000 die Frage nach einem Berufsbild „MedienpädagogIn“ wieder auf die Tagesordnung, seit das „Forum Kommunikationskultur“ 2000 der GMK in München dazu eine Podiumsveranstaltung durchführte (in der Tagungsdokumentation vertreten durch den Initiator der Veranstaltung, Hugger 2001a). Es geht nun darum, die

Missverständnisse aufzuarbeiten, die damals offensichtlich um die Begriffe „Beruf“ und „Berufsbild“ sowie ihre Konnotationen entstanden sind. So soll eine weiterführende Diskussion erleichtert werden.

Vorweg die Festelegung, dass „Profession“ als der umfassendere Begriff „Beruf“ einschließt: Beruf kann zur Profession werden, muss es aber nicht (das gilt für den Beruf des Medienpädagogen. Er wird nie „Profession“ werden und sollte es auch nicht). „Als Professionen gelten nämlich in der soziologischen Theorietradition Berufe, die besondere Leistungen für die Gesellschaft sowie für die einzelnen Klienten erbringen, und dabei einer spezifischen Handlungslogik folgen, die sie von anderen Berufen deutlich unterscheiden. Als klassische Professionen werden in der Regel Geistliche, Ärzte und Juristen verstanden; in der erziehungswissenschaftlichen Professionalisierungsdiskussion werden gewöhnlich die Sozialpädagogen, Weiterbildner und Lehrer als die am weitest entwickelten pädagogischen Professionen bezeichnet“ (Hugger 2001b,9).

2. Dimensionen der Professionalisierung der Medienpädagogik

Am besten scheint der Begriff bzw. das Konstrukt „Professionalisierung“ den Gesamtkomplex zu charakterisieren, in den das Thema „Beruf“ und „Berufsbild“ einzuordnen ist, obschon damit gerade *nicht* der Gedanke verbunden ist, den Beruf „MedienpädagogIn“ zu einer „Profession“ zu machen – ein Verständnis, das der Begriff nahe legt. Schon ein oberflächlicher Blick in jüngste wissenschaftliche Veröffentlichungen zum Thema zeigt aber, dass der Begriff „Professionalisierung“ durchaus sehr verschieden gebraucht wird (s. Nickolaus 2001). In diesem Abschnitt werden hier die wichtigsten Dimensionen von Professionalisierung kurz behandelt, um dann im folgenden, 3. Abschnitt das Vorlegen eines „Berufsbilds“ als ein spezielles Teilelement von Professionalisierung zu beschreiben und diesem Vorgang im Konstrukt „Professionalisierung“ einen bestimmten Platz zuzuweisen. Entscheidend scheint mir dabei zu sein, dass es bei „Professionalisierung“ nicht, jedenfalls nicht in erster Linie, um die Etablierung

eines Berufs als Profession geht, sondern um die Optimierung von Dienstleistungen zur Erreichung erwünschter Zwecke.

Eine Professionalisierungsdebatte in der Pädagogik entstand Ende der 1960er Jahre, eine starke Modifikation der ersten Modelle wurde vor fünf Jahren vorgelegt (Kurtz 1997). Kurtz unterscheidet vier „klassische“ Positionen: indikatorisch-merkmalstheoretische, machttheoretische, strukturfunktionalistische und interaktions-theoretisch-problembezogene Ansätze, und fügt zwei Positionen hinzu: eine, in der die Frage nach der Handlungslogik der Professionellen im Blickpunkt steht, und eine gesellschaftstheoretisch argumentierende (Nickolaus 2001, 23-28). Die aktuelle professionspolitische Debatte in der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft im Blick (1999 in Dortmund – einige Gedankengänge daraus in Apel et al. 1999), mag es für eine Aufarbeitung der Berufs-Diskussion in der Medienpädagogik seit dem Bielefelder Forum von 1988 hilfreich sein, die folgenden Dimensionen von Professionalisierung zu unterscheiden.

2.1 Professionalisierung als Prozess der Entstehung spezifischer Dienstleistungen

Dass die Frage nach einem Berufsbild „MedienpädagogIn“ sich im ausgehenden 20. Jahrhundert so dringlich stellt, ist kein Zufall. Es konvergieren unter historischem Blickwinkel vielmehr Entwicklungslinien im technischen, gesellschaftlichen und politischen Bereich sowie im Bereich der Medienentwicklung (Löffelholz 2002), die mit einer gewissen inneren Plausibilität die Frage nach medienbezogenen pädagogischen Tätigkeiten und mit Medien zusammenhängenden sozio-kulturellen Dienstleistungen gerade jetzt akut werden lassen.

Hier sind drei Prozesse im Kontext von Technik, Wirtschaft, Information und massen- und multimedialer Kommunikation, Bildung und Erziehung zu unterscheiden und zu beschreiben (ohne dies hier leisten zu wollen): das Entstehen sozialer Berufe seit Mitte des 19. Jahrhunderts, die dynamische

Entwicklung der Kommunikations- und Informationssysteme seit dem Ende des 19. Jahrhunderts, die vermehrte Nachfrage nach medienbezogenen pädagogischen Dienstleistungen in mehreren Schüben im 20. Jahrhundert.

Zu dem dritten Aspekt nur einige kurze Hinweise: Waren es lange Zeit engagierte Pädagogen, die sich sozusagen „nebenbei“ auch mit Medien befassten, so differenzierten sich im Lauf der Zeit und im Zuge der Differenzierung der Medien auch diese medienbezogenen Tätigkeiten nach Adressatengruppen und Medien. Während aber lange Zeit die in diesen pädagogischen Feldern Tätigen sehr zerstreut und separiert, allenfalls in sektoralen Zusammenschlüssen, z.B. im technisch- didaktischen Bereich, zusammenarbeiteten, wurde erst in jüngerer Zeit ein Zusammenschluss angestrebt. Und man versuchte, Überblicke zu erreichen über die verschiedenen Tätigkeitsfelder, über Aktivitäten für unterschiedliche Adressatengruppen, über Projekte und Handlungsfelder. In den 1980er Jahren ist dafür die Gründung und Entwicklung der GMK ein anschauliches Beispiel. So wurde schon bei dem die Gründung vorbereitenden ersten „Forum Kommunikationskultur“ im November 1984 in Berlin ein Überblick über die Tätigkeits- und Handlungsfelder der Medienpädagogik versucht (de Haen 1984), und es entstanden im Lauf der Zeit immer präzisere Überblicke (s. die Hinweise unten, 3.2).

2.2 Professionalisierung als permanenter Prozess der Selbstverständigung

Die Kontroverse um ein Berufsbild „MedienpädagogIn“ von 1988 zeigt im Rückblick, dass Erziehungswissenschaftler sie primär als eine Debatte über das Selbstverständnis von MedienpädagogInnen verstanden: Was macht denn eigentlich die MedienpädagogIn aus? So argumentierte Aufenanger, fast allen entstandenen Teildisziplinen der Pädagogik fehle eine theoretische und pädagogische Begründung ihres Tätigkeitsfeldes – so auch der Medienpädagogik. „Erst wenn wir so etwas wie eine medienpädagogische Theorie entwickelt haben, können wir m. E. darüber reden, wie medienpädagogisches Handeln in der Praxis umgesetzt werden sollte. Daraus ergäbe sich dann auch eine Konkretisierung des

medienpädagogischen Berufsfelds und die Beschreibung des Berufs eines/ einer Medienpädagogen/in.“ Dies setze jedoch die Klärung der Frage voraus, was eigentlich pädagogisches Handeln sei (dies und weitere Zitate s. Wunden 2001, 149- 151).

Was ist medienpädagogisches Handeln? Was ist daran das Spezifische, das es von anderem professionellen pädagogischen Handeln unterscheidet? Diese Diskussion fortzuführen, ist ein grundlegendes, unverzichtbares Element der Professionalisierung. Zu fragen bleibt jedoch, wie diese Diskussion konkreten Anforderungen medienpädagogischer Praxis und Arbeitsmarkterfordernissen zuzuordnen ist.

2.3 Professionalisierung als Qualitäts- Prozess

Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen aller Art gehören in einer Marktwirtschaft zu den wesentlichen Voraussetzungen für das Überleben. Dies gilt nicht nur für industrielle Produkte und Handelswaren, sondern auch für kulturelle und soziale Dienstleistungen. Wer nicht nach „professionellen“ Kriterien seine (Kern-) Kompetenzen formuliert und die darauf bezogenen Prozesse umfassend evaluiert, wird schnell von der Bildfläche verschwinden. Zielformulierung und -vereinbarung, Qualitätsmanagement und -controlling gehören unabdingbar zu professioneller Arbeit.

Dazu muss ein leistungsfreundliches Umfeld geschaffen werden. Qualität der Ausbildung, Qualität der Arbeit, Qualität der Umfeldbedingungen müssen gesichert sein und ständig optimiert werden, will man sich behaupten (s. als Beleg für diese Diskussion in anderen Bereichen als den pädagogischen: Held/Russ- Mohl 2000; bezogen auf Journalismus: Bucher/Altmeppen 2002, auf Redaktionen: Wyss 2002); der Nachweis effizienten Ressourceneinsatzes muss erbracht werden. Diesem Qualitätsdruck muss sich die Medienpädagogik stellen, will sie sich wirklich professionalisieren.

2.4 Professionalisierung als Statuserringung bzw. – konsolidierung

Die Erfahrungen, die MedienpädagogInnen in den letzten 25 Jahren machen mussten, waren nicht selten unerfreulich. Die Politik rief sie in öffentlichen Debatten (vor allem beim Thema „Gewalt“ in allen möglichen Varianten, oder zur Legitimation der Medienpolitik bei der Einführung neuer Medien) als Nothelfer herbei und stattete sie auch mit Aufträgen aus; wenn sich die Aufregung gelegt, die Wogen in der Öffentlichkeit wieder geglättet hatten, liefen die kurzfristigen Verträge aus, und die Betroffenen mussten sehen, wo sie neue Aufgaben finden konnten. Nicht selten geschah es, dass MedienpädagogInnen, die sich an Fachschulen für Sozialpädagogik oder Pädagogischen Hochschulen in diesem Feld spezialisiert hatten, in einem fremden pädagogischen Beruf oder einem Medienberuf landeten – wenn sie Glück hatten.

Was einem nicht geringen Teil ausgebildeter MedienpädagogInnen auch heute noch fehlt, ist mithin die Anerkennung dessen, was sie professionell tun, und das nicht nur in wohlfeilen Sonntagsreden, sondern durch Tätigkeitsfelder, die nachhaltig finanziert und auf Dauer angelegt sind. Professionalisierung im hier gemeinten Sinne bedeutet wachsende gesellschaftliche Anerkennung des Nutzens, den medienpädagogisches Tun bedeutet; oder auch: die Verringerung der großen Distanz, die immer noch zwischen der öffentlich verkündeten Dringlichkeit von Medienpädagogik und dem tatsächlichen Gelegenheitsarbeiter-Status eines nicht geringen Teils der MedienpädagogInnen besteht.

3. Berufsbild: Bewerbung auf dem Arbeitsmarkt

Oft hatte die aus einem allgemeineren pädagogischen Engagement Jugendlicher entstandene, häufig auch zufällige Begegnung mit den Medien zu einer Spezialisierung geführt – ebenso oft waren diese jungen Menschen am Ende ohne Beschäftigung (Wunden 1987). Es ist wohl eine Illusion anzunehmen, dass sich diese Lage ändert, wenn nicht ein Berufsbild entwickelt und auf dem Arbeitsmarkt präsentiert wird, wie dies bei anderen Berufen auch geschieht.

3.1 Inhalt und Funktion eines „Berufsbilds“

Ein Berufsbild hilft dem, der Berufsorientierung sucht, und möglichen Arbeitgebern, die für definierte Tätigkeiten Arbeitnehmer suchen. Dem Beruf-Suchenden bietet es ein konkretes Ziel in der Beschreibung von Arbeitsfeldern und Tätigkeiten in einem Beruf sowie eine Qualifikations-Liste, aus der hervorgeht, was er/sie können muss und wo er/sie diese Kompetenzen erwerben kann; möglichen Arbeitgebern bietet das Berufsbild eine Garantie dafür, dass der Aspirant sich für diesen speziellen Beruf entschieden hat, indem er eine geeignete Ausbildung begonnen und durchlaufen hat und entsprechende Qualifikationen vorweisen kann.

Dass im Bezug auf den Arbeitsmarkt die Begriffe „Beruf“ und „Berufsbild“ sehr spezifisch gebraucht werden, liegt auf der Hand; trotzdem sind aufgrund der semantischen Tradition der gebrauchten Begriffe Missverständnisse nicht fern. Der Begriff „Beruf“ meint für viele die Qualität, die ein Beruf für ihn hat, das Engagement, mit dem einer seinen Beruf ausfüllt, oder den Sinngehalt der beruflichen Tätigkeit. Der Begriff „Beruf“ ist mithin emotional aufgeladen. Das Wort „Bild“ in der Zusammensetzung „Berufsbild“ bedeutet für viele, die es gebrauchen, soviel wie Idealvorstellung, Ideal; meint also die existentielle Grundlage eines Berufs, oder das aus den Tiefenschichten kommende Engagement für den Beruf, meint Beruf als Teil persönlicher Identität, meint das, was einer in einer beruflichen Tätigkeit verantwortet und zu erreichen hofft. Die vor allem in der evangelischen Sozialethik geführte Diskussion über „Beruf“ liefert dazu einschlägiges Material.

„Berufsbild“ bedeutet aber – wie gesagt – in unserem Zusammenhang etwas viel Profaneres, Objektivere, Empirisches: eine Abbildung dessen, was MedienpädagogInnen tun, und auf welchem Wege sie für dieses Tun qualifiziert werden – eine Beschreibung, die als Werbemittel bei potentiellen Arbeitgebern, als Basis für die Interpretation der Berufsstatistik und als Grundlage für die Berufsberatung benützt werden kann. Ein entsprechendes Berufsbild müsste innerhalb des vorhandenen breiteren beruflichen Spektrums (Pädagogik /

Sozialarbeit / Medienarbeit / Journalismus) den für MedienpädagogInnen offenen Handlungsbereich nach abgrenzbaren Arbeitsaufgaben ausdifferenzieren und diesen jeweils zugeordnete Kombinationen typischer Einzeltätigkeiten zuweisen, die den „Beruf“ unverwechselbar kennzeichnen. Um diese Beschreibung zu erstellen, kann man vorhandene Arbeitsplätze analysieren, die Berufsangehörigen und Arbeitgeber befragen. Dazu werden die entsprechenden Qualifikationen benannt und die Ausbildungsgänge beschrieben, mittels deren man diese Qualifikationen erwerben kann; schließlich werden die Abschlüsse für diese Ausbildungsgänge festgeschrieben. Das Berufsbild wird dann bei den staatlichen Berufs- und Arbeitsmarktinstitutionen katalogisiert, dokumentiert und gepflegt.

Ein unverfängliches Beispiel sind die Ver- und Entsorger, ein neuerer Facharbeiterberuf im Umweltbereich (Informationen dazu beim Bundesumweltamt im Berlin; Blätter zur Berufskunde: „Ver- und Entsorger / Ver- und Entsorgerin“). Im Berufsbild wird konkret beschrieben, was der tut, der den Beruf ausübt, welche Qualifikationen man erwerben muss und wo man das tun kann, dass man die Meisterprüfung ablegen kann, und was man darauf aufbauend noch zusätzlich an Qualifikationen erwerben kann. Natürlich wird auch mitgeteilt, wo entsprechende Stellen vorhanden oder geplant sind. Auf lange Sicht werde sich ein Ver- und Entsorger auch selbständig machen können, heißt es im Berufsbild.- Näher an den Medien sind z.B. die „FFF“ (Film, Funk und Fernsehen)- Berufe (Artzfeld / Scheidemann 2000).

3.2 Kompetenzen und Tätigkeitsfelder der MedienpädagogIn

Aufgaben der Medienpädagogik und Kompetenzen von MedienpädagogInnen hat Schäfer im Anschluss an das „Bielefelder Forum“ beschrieben (Schäfer 1989). Hier in Stichworten seine Darstellung: Die zentralen Aufgaben der Medienpädagogik bestehen in der Erschließung kommunikativer Problemlagen und deren Übersetzung in Kurskonzepte und Zielgruppen- Programme, in der Aufklärung der Teilnehmer sowie in der Gestaltung von Medienprodukten. Es geht dabei immer um die Auseinandersetzung mit der lebensweltlichen Ganzheit, innerhalb derer Medien zum Gegenstand der Beschäftigung werden.

Die Kompetenzen von MedienpädagogInnen (hier in der Erwachsenenbildung) fasste Schäfer wie folgt: Reflexive Kompetenz, technische Kompetenz; didaktisch-methodische Kompetenz; kreative Kompetenz, soziale Kompetenz; journalistische Kompetenz; Beratungskompetenz; ästhetische Kompetenz; juristische Kompetenz.

Die Tätigkeitsfelder, in denen sich diese Kompetenzen zu bewähren haben, hat die Fachgruppe Erwachsenenbildung der GMK für das „Bielefelder Forum“ wie folgt dargestellt:

1. Berufliche Bildung (Berufsbildungszentren für Schulen; MedienpädagogIn als BeraterIn/ mediendidaktischer Schwerpunkt; gesellschaftliche Konsequenzen der LuK-Techniken; Fortbildung von MultiplikatorInnen)
2. Bibliotheken / Kreis- und Landesbildstellen (Lektorat; Beratung; Veranstaltungen; theoretische und technische Fortbildung; Eigenproduktionen; Verleih, auch kommerziell)
3. Arbeit vor Ort, Artikulationshilfe für Zielgruppen, Medienarbeit mit Zielgruppen – aktiv und rezeptiv – (Medienwerkstätten, Offene Kanäle; Kindergärten; Arbeit mit freien Gruppen)
4. Allgemeine Bildung (Erwachsenenbildung: Senioren/ Gewerkschaft/ Parteien/ Stiftungen ...; schulische und außerschulische Bildung)
5. Fachpublizistik (Medienpolitik/ -kritik; Medienerziehung/ Sozialpädagogik; allgemeine Medienpublizistik; Kultur- und Bildungspublizistik)
6. Medienpädagogische (qualitative) Forschung und Lehre
7. Lehrmittelproduktion AV-Bereich, Bildungs- und Kulturfilmproduktion
8. JournalistInnenaus- und -fortbildung (Lokaljournalismus; Informationsfluss MedienpädagogInnen – Journalistik)
9. Management und Referententätigkeit (Fachverbände; Vereine; Landesanstalten für Kommunikation).

Die Arbeiten von Hertkorn (1979) „Tätigkeitsfelder bei Mediendidaktik und -pädagogik“ und die Kurseinheit 3 von Baackes Studienbrief „Handlungsorientierte Medienpädagogik“ mit dem Titel „Medienpädagogik: Ausbildung – Arbeitsfelder – Projektpraxis“ (1984) sind leider nicht hinreichend rezipiert worden – auch dort findet sich etliches sortierte Grundlagen-Material.

Selbstverständlich verändern und vor allem „differenzieren“ sich die Tätigkeitsfelder (Hugger 2001b). Die eben erwähnten Kataloge und Quellen sind denn heute wohl auch vorwiegend von berufshistorischem Interesse. In diesem Buch findet man die aktuellsten Fortschreibungen. Man kann aber auch die großen Übersichtsdarstellungen zum Thema „Medienkompetenz“ daraufhin lesen und wird fündig (Schell et al. 1999; Baacke et al. 1999; Palme/Basic 2001).

3.3 Ausbildung zur MedienpädagogIn

Die Medienpädagogik ist im Begriff, sich einen ziemlich vollständigen Überblick über Ausbildungsangebote in der Bundesrepublik zu verschaffen. Issing, der sich 1987 auf drei Buchseiten dazu äußerte, hat 1989 mit Wichmann, später mit Reinke aktualisierte, über 140 Studien- und Ausbildungsstätten umfassende Übersichten über Ausbildungsangebote zur Medienpädagogik, Bildungstechnologie und Praxis der AV-Medien vorgelegt. Swoboda (1988) hat in einer ausführlichen Studie Medienpädagogik als eine Perspektive für die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft dargestellt. Für die Hochschulen Baden-Württembergs lag früh eine differenzierte Dokumentation der Lehrangebote vor (Kapitel „Hochschul- Training“ in: Wunden/Uhlig 1987, 56- 99). Prinzipiell bieten sich vier Wege an (Schäfer 1989). Erstens: Man schafft ein neues Berufsbild, die MedienpädagogInnen, und richtet einen Studiengang dafür ein. Zweitens: Man gliedert die medienpädagogische Ausbildung an einen schon bestehenden Studiengang an. Drittens: Man bietet eine einheitliche medienpädagogische Zusatzqualifikation für Kommunikationswissenschaftler, Pädagogen, Soziologen, Psychologen etc. an. Viertens: Man unterbreitet ein medienpädagogisches Qualifizierungsangebot in Baukastenform; aus diesem Angebot können InteressentInnen, je nach ihren individuellen Vorkenntnissen, einzelne Elemente auswählen. Schäfer bemerkt dazu, dass, will man den freien Zugang zu den Tätigkeitsfeldern von MedienpädagogInnen auf jeden Fall erhalten, nur die Varianten drei und vier infrage kommen. Wie immer man die Frage aber löst, gilt, was Koszyk für den Journalismus formuliert hat, auch für einen großen Teil der Medienpädagogik: „Verzichten wir auf formalisierte

Berufsausbildung, so besteht die Gefahr der Proletarisierung, die das Schicksal des Handwerkers beim Übergang zum ungelernten Industriearbeiter war“ (Koszyk 1974, 29).

4. Kritik von Gegenargumenten

Lässt man das oben zum Begriff Gesagte Revue passieren und berücksichtigt dabei Einwände, die bislang vor allem aus dem akademischen Bereich kamen, dann bietet sich folgendes Diskussions- Szenario:

4.1 Arbeitsmarkt

Hugger bestätigt heute, was Wunden mehrfach kritisiert hat: „Bemerkenswert ist, dass spezielle Arbeitsmarktstatistiken und systematische Berufsfelduntersuchungen bisher noch wenig oder gar nicht vorhanden sind. Sie könnten über den quantitativen wie qualitativen Entwicklungsprozess der Medienpädagogik als Beruf genauer Auskunft geben“ (2001b, 135). Die Medienpädagogik hat sich – trotz vielfachen Jammers über die unbefriedigende Arbeitssituation – mit dem Thema bislang erstaunlich wenig befasst. Die 1977 durchgeführte Arbeitsmarktstudie der Pädagogischen Hochschule Freiburg (zum Zusammenhang Studiengang – Berufsfeld: Spiering 1988) ist eine seltene Ausnahme geblieben. Sie war überdies beschränkt auf eine Sondierung der Arbeitsplatz- Chancen für AbsolventInnen der Hochschule. Wie eine deutschlandweite umfassende Aufstellung aussähe, kann man sich bei den „Werbeleuten“ anschauen (ZAW 2002, 73- 80).

Erst auf dieser Grundlage wäre letztendlich verantwortlich zu behaupten, es gebe keinen Markt für MedienpädagogInnen und ein Berufsbild sei nicht sinnvoll (und ebenso wenig weitere Ausbildung an Hochschulen). Wobei zu bedenken ist, dass nach meiner Einschätzung gut ausgebildete MedienpädagogInnen auch in anderen Berufen durchaus Chancen hätten. Dort könnten sich allerdings dann, schätzt man den Bedarf an MedienpädagogInnen unrealistisch ein, als Folge solcher Fehleinschätzung die von manchen Kritikern einer Berufsbild- Erstellung

prognostizierten Verdrängungskämpfe und Rivalitäten mit anderen Berufen ergeben.

4.2 Professionalisierung

Im Prozess des Entstehens und der *Differenzierung von Berufen* (s. 2.1) ist der Beruf „MedienpädagogIn“ zwar weitgehend etabliert, leidet aber noch an beträchtlichen Defiziten, die ziemlich hinderlich sind. Es mangelt freilich an dem kollektiven Willen, durch eine berufliche Profilierung diesen Prozess selbst voranzutreiben.

Das *Selbstverständnis* (s. 2.2.) entwickelt sich zusehends, insbesondere in der breiten Debatte über den Begriff „Medienkompetenz“, ist aber offensichtlich noch nicht so ausgereift, dass man von einem Konsens sprechen könnte. Dies bedeutet jedoch keinesfalls, dass man die Kreierung eines Berufsbilds aussetzen müsste, bis „alles klar“ ist. Das Berufsbild hängt wirklich nicht von der Herstellung eines Konsenses über die theoretische Grundlegung medienpädagogischen Handelns ab. Oder in Frageform: Kann das Nachdenken über die Grundlagen des Berufes nicht einhergehen mit der Etablierung eines Berufes auf dem Arbeitsmarkt? Es muss das sogar. Alle Berufe, auch die längst anerkannten, müssen ständig über ihre Grundlagen nachdenken. Was wäre der Beruf eines Arztes oder eines Richters ohne ständige Rückbesinnung auf das, was einen wahren Arzt und einen wahren Richter ausmacht? Und anders herum: Auch etablierte Berufe garantieren nicht, dass der Beruf gut ausgeübt wird. So wie es „furchtbare Juristen“ oder „furchtbare Ärzte“ gab und gibt, wird es auch „furchtbare“ Lehrer und MedienpädagogInnen geben.

Die Arbeit an einem Berufsbild „MedienpädagogIn“ wird umgekehrt dazu führen, dass die berufliche Praxis der MedienpädagogInnen sich an die wissenschaftliche Pädagogik zurückbindet, und dass die akademische Medienpädagogik immer wieder die Reflexion auf die Grundlagen des Berufes einbezieht. Ein Nebeneinander von Reflexion auf die Grundlagen auf der einen, von offensiver Propagierung eines Berufsbildes auf der anderen Seite wird zu einer

Professionalität führen, die beides verbindet. Am Ende sollte ein Beruf stehen mit einer Praxis, die ständig auf ihre Grundlagen reflektiert.

Dass sich in der Folge auch die *Qualität* der Medienpädagogik verbessern wird, steht außer Frage; ein Berufsbild ist zwar keine Garantie für die Qualität derer, die den Beruf ausüben, und für die Qualität ihres Tuns; umgekehrt aber wird der Blick direkt auf Qualifizierung der Ausbildung gerichtet – eine wichtige Voraussetzung für Qualitätsverbesserung. Außerdem werden Leistungen, die Lehrer nebenher auch noch im Unterricht zu Medienthemen erbringen, deutlich von dem unterschieden, was MedienpädagogInnen per Beruf anzubieten in der Lage sind. Hier – in Qualitätskontrolle und Qualitäts-Management – ist allerdings noch viel zu tun.

Schließlich zum *Status*: Dass man „besser drauf“, besser motiviert ist, wenn man gesellschaftlich anerkannt ist, einen sicheren Arbeitsplatz hat und seine Arbeit längerfristig planen kann – bei aller Mobilität, die in unserer Gesellschaft beruflich verlangt ist –, dürfte einleuchten. Dabei kann ein Berufsbild große Dienste leisten, in einer Gesellschaft, die sich über Arbeit und Beruf definiert. Ein Berufsbild „MedienpädagogIn“ wäre, so gesehen, ein Element nicht nur der Professionalisierung des Berufs, sondern – gerade in seiner direkten Beziehung zum Arbeitsmarkt – hilfreich für die Integration der MedienpädagogInnen in die Gesellschaft.

Die Diskussion über Medienpädagogik als Beruf sollte auch auf dem Hintergrund der großen Umwälzungsprozesse in unserer Gesellschaft, hin zu einer Dienstleistungs- und Freizeitgesellschaft, gesehen werden. Die Forderung an die MedienpädagogInnen lautet deshalb: Sie müssen sich mehr informieren über arbeitsmarktpolitische Fragen, um auch ihre Berufs-Chancen durch medienpädagogische Professionalisierung zu begreifen.

Literatur

Apel, Hans-Jürgen/ Horn, Klaus P./ Lundgren, Peter/ Sandfuchs, Uwe:
Professionalisierung pädagogischer Berufe im historischen Prozess. Bad
Heilbrunn: Klinkhardt 1999.

Artzfeld, Heidi/ Scheidemann, Angelika: FFF-Berufe in Film, Funk und Fernsehen.
Informationen für die Beratungs- und Vermittlungsdienste 14/00, 5. April 2000.

Aufenanger, Stefan: Medienpädagogik als Beruf? – Ein Diskussionsbeitrag, in:
GMK-Rundbrief Nr. 20/Okttober 1988, 29- 32.

ders.: Medienkompetent bis ins 22. Jahrhundert. Medienkompetenz im digitalen
Zeitalter – was kann das heißen? In: *connex* 3/99, 7- 9.

Baacke, Dieter: Medienpädagogik: Ausbildung – Arbeitsfelder – Projektpraxis
(Medienpädagogik III: Handlungsorientierte Medienpädagogik). Hagen:
Fernuniversität- Gesamthochschule 1984.

Baacke, Dieter/ Kornblum, Susanne/ Lauffer, Jürgen/ Mikos, Lothar/ Thiele,
Günter A. (Hg.): Handbuch Medien: Medienkompetenz – Modelle und Projekte.
Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 1999.

Bucher, Hans-Jürgen/ Altmeyen, Klaus-Dieter (Hg.): Qualität im Journalismus.
Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
2003 (in Vorbereitung).

Dreifert, Barbara: Wie man Vielfalt sinnvoll nutzt. Ein Beruf mit unsicherer
Zukunft: Medienpädagoge. In: *Rheinischer Merkur / Christ und Welt* Nr. 49, 2.
Dezember 1988, 27.

Haen, Imme de (Hg.): Medienpädagogik und Kommunikationskultur. Referate und
Texte nach dem ersten „Forum Kommunikationskultur“ (GEP Medien
Dokumentation, Band 13). Frankfurt: Gemeinschaftswerk der Evangelischen
Publizistik e.V. 1984.

Held, Barbara/ Ruß-Mohl, Stephan (Hg.): Qualität durch Kommunikation sichern.
Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie,
Dienstleistung und Medienwirtschaft. Frankfurt: F.A.Z.-Institut 2000.

Hertkorn, Ottmar: Tätigkeitsfelder bei Mediendidaktik und -pädagogik. In:
Fischer, Heinz-Dietrich (Hg.): Spektrum der Kommunikationsberufe: Zwölf
Konkretisierungen zu publizistischen Tätigkeitsfeldern in der Bundesrepublik
Deutschland. Köln: Deutscher Ärzte Verlag 1979, 123- 149.

Hornstein, Walter/ Lüders, Christian: Professionalisierungstheorie und pädagogische Theorie. Verberuflichung erzieherischer Aufgaben und pädagogische Professionalität. In: Zeitschrift für Pädagogik (Weinheim und Basel), Jg. 35 (1989), H. 6, 749- 769.

Hugger, Kai-Uwe: Verberuflichung der Medienpädagogik – Entwicklungstendenzen und neue Aufgaben. In: GMK (Hg.): Mensch und Medien. Pädagogische Konzepte für eine humane Mediengesellschaft. Bielefeld: GMK 2001 (a), 134- 143.

Hugger, Kai-Uwe: Medienpädagogik als Profession. Perspektiven für ein neues Selbstverständnis. München: KoPäd 2001 (b).

Hüther, Jürgen/ Schorb, Bernd/ Brehm-Klotz, Christiane (Hg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. München: KoPäd 1997.

Issing, Ludwig J.: Ausbildungsangebote für Medienpädagogik. In: ders. (Hg.): Medienpädagogik im Informationszeitalter. Weinheim: Beltz 1987, 233- 235.

ders./ Wichmann, Martina: Ausbildungsangebote zur Medienpädagogik, Bildungstechnologie und Praxis der AV-Medien. Berlin: Institut für Medienforschung 1989.

Koszyk, Kurt: Professionalisierung durch Wissenschaft. Journalistenausbildung zwischen Berufung und Beruf. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament (Bonn), B 24/74, 15. Juni 1974, 27- 37.

Kübler, Hans-Dieter: Medienkompetenz – Dimensionen eines Schlagwortes. In: Fred Schell/ Elke Stolzenburg/ Helga Theunert (Hrsg.): Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. München: KoPäd 1999, 25- 47.

Kurtz, Thomas: Professionalisierung im Kontext sozialer Systeme. Der Beruf des deutschen Gewerbelehrers. Opladen: Westdeutscher Verlag 1997.

Löffelholz, Martin: Von ‚neuen Medien‘ zu ‚dynamischen Systemen‘. Eine Bestandsaufnahme zentraler Metaphern zur Beschreibung der Emergenz öffentlicher Kommunikation. Ilmenau: Universität 2002 (Diskussionsbeiträge, Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft, Nr. 07).

Nickolaus, Reinhold: Professionalisierung – ein tragfähiges Konstrukt für die Optimierung beruflicher Bildungsprozesse? In: Nickolaus, Reinhold (Hg.): Impulse zur Professionalisierung pädagogischer Tätigkeiten im Bildungs- und Beschäftigungssystem. Festschrift Karl-Heinz Sommer. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren 2001, 22- 42.

Palme, Hans-Jürgen/ Basic, Natasa (Hg.): Medienkompetenz Version 2002. Navigationshilfen für Kinder, Jugendliche und Erziehende. Bielefeld: GMK 2001.

Schäfer, Erich: Aufgaben, Kompetenzen und Selbstverständnis von MedienpädagogInnen in der Erwachsenenbildung. In: GMK-Rundbrief (Bielefeld) Nr. 22 (1989), 18- 21.

Schell, Fred/ Stolzenburg, Elke/ Theunert, Helga (Hg.): Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln. München: KoPäd 1999.

Spiering, Theodor: Das Aufbaustudium Medienpädagogik. In: PH/FR, Zeitschrift der Pädagogischen Hochschule (Freiburg), Jg. 1988, H. 1, 12.- 14.

Swoboda, Wolfgang H.: Medienpädagogik – eine Perspektive für die Publizistik und Kommunikationswissenschaft? In: Renate E. Marquardt/ Wolfgang H. Swoboda (Hg.): Publizistik und Kommunikation als Profession. Hochschulausbildung und Berufsfelder der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Bochum: Studienverlag Brockmeyer 1988, 141- 236.

Winterhoff- Spurr, Peter: Medienpsychologie. Eine Einführung. Stuttgart: Kohlhammer 1999.

Wunden, Wolfgang/ Uhlig, Peter (Hg.): Medienpädagogik im Umbruch. Stuttgart: Kohlhammer 1987.

Wunden, Wolfgang: Medienpädagoge von A (= ABM) bis Z (= ZDL). In: medien und erziehung, 31. Jg. (1987), H. 6, 324- 333.

ders.: Medienpädagogik als Beruf. Überlegungen zu einem Berufsbild „MedienpädagogIn“. In: Hiegemann, Susanne/ Swoboda, Wolfgang (Hg.): Handbuch der Medienpädagogik. Opladen: Leske + Budrich 1994, 325- 337.

ders.: Medienpädagoge/Medienpädagogin – Möglichkeiten und Grenzen der Professionalisierung. In: Albers, Hans-Jürgen/ Bonz, Bernhard/ Nickolaus, Reinhold (Hg.): Impulse zur Professionalisierung pädagogischer Tätigkeiten im Bildungs- und Beschäftigungssystem. Festschrift Karl-Heinz Sommer. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren 2001, 143- 158.

Wyss, Vinzenz: Redaktionelles Qualitätsmanagement. Ziele – Normen – Ressourcen. Konstanz: UVK 2002.

ZAW (Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft) (Hg.): Werbung in Deutschland 2002. Bonn: edition ZAW 2002.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Rechteinhabers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.