Bundesinstitut für Berufsbildung BIBB

Forschen
Beraten
Zukunft gestalten

Forschungsprojekt **4.2.417** (JFP 2013)

Medien anwenden und produzieren – Entwicklung von Medienkompetenz in der Berufsausbildung

Zwischenbericht

Dr. Heike Krämer
Gabriele Jordanski
Miriam Mpangara
Ursula Schraaf
unter Mitarbeit von
Dr. Lutz Goertz (MMB-Institut)

Laufzeit I/2013 bis IV/2014

Bundesinstitut für Berufsbildung
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn

Telefon: 0228 / 107 – 2431
Fax: 0228 / 107 - 2986
E-Mail: kraemer@bibb.de

www.bibb.de

Bonn, Februar 2014

Inhaltsverzeichnis

1. Problemdarstellung 3

2. Projektziele, Forschungsfragen und forschungsleitende Annahmen 4

3. Methodische Vorgehensweise 5

3.1 Literaturanalyse zum Medienkompetenzbegriff 6

3.2 Experteninterviews 6

3.3 Betriebliche Fallstudien 7

3.4 Analyse von Stellenanzeigen sowie der BIBB/BAuA-Erwerbstätigenbefragung 8

3.5 Projektbeirat 9

4. Ergebnisse 9

4.1 Ergebnisse der Literaturanalyse 9

4.2 Experteninterviews 12

4.2.1 Weiterentwicklung einer Definition zur Medienkompetenz in der Ausbildung 13

4.2.2 Stellenwert von Gruppen und Institutionen bei der Vermittlung und dem Erwerb von Medienkompetenz 14

4.2.3 Schnittmengen und Grenzen zwischen Berufen der Medienproduktion und der Medienanwendung 16

4.3 Ergebnisse der Stellenanzeigenanalyse und der BIBB-BAuA- Erwerbstätigenbefragung 17

5. Zielerreichung 19

6. Ausblick und Transfer 21

„Das Wichtigste in Kürze“

Bereits seit mehr als 20 Jahren wird das Thema Medienkompetenz in Forschungsprojekten unterschiedlicher Disziplinen untersucht. Insbesondere der Umgang mit Medien in Familien, Freizeit und allgemeinbildenden Schulen wurde aufgrund zahlreicher Programme des Bundes und der Länder in den vergangenen Jahren umfangreich analysiert. Auch im Bereich der beruflichen Bildung gab es zahlreiche Entwicklungsprojekte, die jedoch eher die Implementation technischer Innovationen in der Aus- und Weiterbildung zum Gegenstand hatten und häufig eher technikzentriert ausgerichtet waren. Eine mehrdimensionale Betrachtung von Medienkompetenz, die systematisch auch ökonomische, rechtliche, soziale und ethische Komponenten einbezieht, erfolgte in diesem Bereich bisher nicht. Ziel des Projektes ist es, diese Forschungslücke zu schließen und aus den Ergebnissen Hinweise für die Ordnungsarbeit zur Bedeutung und Entwicklung von Medienkompetenz abzuleiten. Ebenso sollen Hinweise für Bildungsgänge erarbeitet werden, wie Medienkompetenz im Rahmen der Kompetenzdimensionen für den Referenzrahmen des DQR operationalisiert werden kann.

Im Projekt wird ein Mehrmethodendesign aus einer Kombination qualitativer und quantitativer Methoden der empirischen Sozialforschung eingesetzt. Im Berichtszeitraum von Januar bis Dezember 2013 erfolgten zunächst Sekundäranalysen einschlägiger Literatur in Print- und Internetquellen. Daraus resultierend wurde ein Leitfaden zur Durchführung von Experteninterviews erstellt und insgesamt 14 Experteninterviews durchgeführt. Die Ergebnisse von Sekundäranalysen und Experteninterviews wurden dann zur Entwicklung von Leitfäden für Interviews von Auszubildenden, Ausbildern und Personalverantwortlichen im Rahmen betrieblicher Fallstudien genutzt. Parallel zu den genannten Untersuchungen wurde mit der Analyse relevanter Ausbildungsordnungen, von Stellenanzeigen sowie der BIBB/BAuA-Erwerbstätigenbefragung begonnen. Zur Unterstützung bei der Durchführung der Forschungsaufgaben wurde ein Drittmittelauftrag an das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung in Essen vergeben. Ein Fachbeirat wurde gegründet und tagte im Oktober 2013.
Im Jahr 2014 stehen neben der Fortsetzung der begonnen Untersuchungen schriftliche Befragungen von Auszubildenden, Ausbildenden und Berufsschullehrer/-innen sowie ein Validierungsworkshop mit Expertinnen und Experten im Mittelpunkt des Projektes. Veröffentlichungen in Fachliteratur bzw. -foren sowie in referierten Zeitschriften sind geplant. Zum Abschluss des Projektes ist eine Einzelpublikation vorgesehen.

1. Problemdarstellung

In den Ausbildungsordnungen, die in den vergangenen Jahren neu geschaffen oder novelliert wurden, finden sich insbesondere in den Abschnitten der berufsprofilgebenden Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten auch Lernziele, die die Nutzung von Medien beinhalten. Dies gilt sowohl für Berufe, die Medien nutzen, um Informationen zu beschaffen und Probleme zu beruflichen Zwecken zu lösen (= Medienanwender) als auch für Berufe, die als Kernaufgabe sowohl analoge als auch digitale Medien konzipieren, gestalten und produzieren (= Medienproduzenten). Jedoch sind diese Lernziele meist eher technikzentriert und beziehen sich auf die Nutzung und Verarbeitung von Informationen und Wissen.
Doch gerade die neueren Entwicklungen, die durch Visualisierung, Interaktivität und Vernetzung entstanden sind, z.B. Web 2.0 mit vielfältigen Angeboten des Social Media und dem Einsatz mobiler Endgeräte, erfordern eine erweiterte Betrachtung. Dazu gehört auch, neben den technischen ebenso rechtliche, soziale, ethische und ökonomische Aspekte in die Definition von Medienkompetenz zu integrieren, damit Auszubildende rechtzeitig lernen, ihr eigenes Medienhandeln kritisch zu reflektieren und verantwortungsvoll zu handeln.

Deshalb hat sich das Projekt zum Ziel gesetzt, auf Grundlage einer mehrdimensionalen Definition von Medienkompetenz, Empfehlungen für die Ordnungsarbeit und für Bildungsgänge zur Formulierung von Lernergebnissen bezogen auf die verschiedenen DQR-Niveaus zu erarbeiten. Dazu werden drei Untersuchungsgruppen gebildet, differenziert nach Berufen der Medienproduktion, Berufen der Medienanwendung mit einem größeren Anteil an Medienanwendung (geschätzt mehr als 25 Prozent der Arbeitszeit) und einem geringeren Anteil der Medienanwendung (geschätzt weniger als 25 Prozent der Arbeitszeit).

2. Projektziele, Forschungsfragen und forschungsleitende Annahmen

Im Rahmen des Projektes sollen folgende **Ziele** verfolgt werden:

1. Erarbeitung einer mehrdimensionalen Definition von Medienkompetenz für die berufliche Bildung unter Einbeziehung technischer, ökonomischer, rechtlicher, sozialer und ethischer Komponenten.
2. Ermittlung der von den Unternehmen erwarteten und der bei den Auszubildenden vorhandenen Medienkompetenz in unterschiedlichen Berufen der Medienproduktion und Medienanwendung.
3. Entwicklung von Erfassungsmethoden zur Einschätzung von Medienkompetenz.
4. Erarbeitung von Hinweisen für die Ordnungsarbeit zur Bedeutung und Entwicklung von Medienkompetenz, Empfehlungen zur Formulierung von berufsprofilgebenden Lernzielen für Berufe der Medienproduktion sowie für Lernziele im Rahmen der integrativen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten von Ausbildungsordnungen für Berufe der Medienanwendung.
5. Erarbeitung von Hinweisen für Bildungsgänge zur Formulierung von Lernergebnissen für die Medienanwendung und -produktion bezogen auf die verschiedenen DQR-Niveaus. Im Einzelnen ist zu klären, in welcher Breite und Tiefe Fach-, Sozial- und Selbstkompetenzen für das jeweilige Profil zugrunde zu legen sind, um das Niveau zu bestimmen.

Forschungsfragen

Im Rahmen des Projektes sollen folgende Fragen beantwortet werden:

1. Welche Kompetenzen zur Nutzung und Erstellung von Medien besitzen Auszubildende zu Beginn der Ausbildung aufgrund von privater Mediennutzung oder des Unterrichts an allgemeinbildenden Schulen?
2. Welche Anforderungen werden an die Medienkompetenz von Auszubildenden gestellt, die in ihrem Beruf Medien nutzen, um Informationen zu beschaffen und Probleme zu beruflichen Zwecken zu lösen (= Medienanwender)?
3. Welche Anforderungen werden an die Medienkompetenz von Auszubildenden gestellt, die als Kernaufgabe Medien konzipieren, gestalten und produzieren (= Medienproduzenten)?
4. Wie unterscheiden sich die Anforderungen an die Medienkompetenz von Medienanwendern und Medienproduzenten? Gibt es Schnittmengen oder erwerben Medienproduzenten eher aufbauende Kompetenzen gegenüber den Medienanwendern?
5. Lassen sich berufsübergreifende Anforderungen im Rahmen der Produktion von Medien und im Rahmen der Anwendung von Medien am Arbeitsplatz identifizieren?
6. Wie lassen sich diese Anforderungen in der Ausbildung und weitestgehend unabhängig von technischen Entwicklungen erfassen?
7. Wie lässt sich die vorhandene Medienkompetenz von Auszubildenden (auch aus privater Nutzung) einschätzen? Gibt es geschlechtsspezifische Unterschiede?
8. Wie unterscheidet sich die Einschätzung der Medienkompetenz von Auszubildenden aus der Selbstperspektive (Auszubildender) und der Fremdperspektive (Ausbildende, Vorgesetzte)?

9. Wie lassen sich Anforderungen an die Medienkompetenz für Ausbildungsordnungen für Berufe der Medienproduktion und der Medienanwendung beschreiben?
10. Wie lässt sich Medienkompetenz für medienanwendende und medienproduzierende Tätigkeiten im Verständnis des DQR beschreiben und wie können entsprechende Kompetenzbündel den DQR-Niveaus zugeordnet werden?

Forschungsleitende Annahmen

Zur Beantwortung dieser Fragen gibt es aufgrund der bisherigen Forschung erste Annahmen, die im Projekt geprüft werden sollen:

1. Die privat oder schulisch erworbene Medienkompetenz reicht nicht hin, um Medien auch im Beruf souverän zu nutzen und zu produzieren. Sie ist aber im Rahmen der Ausbildung ausbaufähig.
2. Medienkompetenz, die im Rahmen von Tätigkeiten als Medienanwender erworben wird, qualifiziert mit einer entsprechenden Anpassungsqualifizierung auch zu Kerntätigkeiten in der Medienproduktion.
3. Die Selbst- und Fremdeinschätzung der Medienkompetenz von Auszubildenden unterscheidet sich. Die Einschätzung ihrer Medienkompetenz wird sich bei den Auszubildenden an der eigenen privaten und schulischen Nutzung von Medien orientieren; bei den Ausbildenden und Berufsschullehrer/-innen wird die berufliche Verwertbarkeit der Medienkompetenz der Auszubildenden meinungsbildend sein.
4. Die Anforderungen an Medienanwender und Medienproduzenten weisen große Schnittmengen auf. Medienanwender übernehmen Aufgaben, die auch Medienproduzenten bewältigen müssen. Bei den Produzenten kommen allerdings Aufgaben in der grundlegenden Erstellung von Medienprodukten und die Lösung komplexer fachbezogener Probleme hinzu.
5. Die Anforderungen an die Medienkompetenz von Auszubildenden lassen sich in zwei Gruppen unterscheiden:
    a. Anforderungen an Kompetenzen zur unmittelbaren Produktion von Medienprodukten (z.B. Gestaltung eines Flyers oder einer Website, Kalkulation eines Marketingprojekts)
    b. Anforderungen an Kompetenzen zur Lösung allgemeiner arbeitsbezogener Probleme am Arbeitsplatz (z.B. Recherche in Datenbanken, Nutzung von Communities of Practice).

3. Methodische Vorgehensweise

Um die Anforderungen der Unternehmen an die Medienkompetenz ihrer Auszubildenden zu ermitteln, ist ein mehrstufiges Forschungsdesign notwendig. Zunächst erfolgte eine Literaturanalyse zur Begriffsklärung. Resultierend aus dieser Analyse wurden Abgrenzungen zu verwandten Begrifflichkeiten vorgenommen sowie Kriterien zur Definition von Medienkompetenz, wie sie von anderen Autoren beschrieben wurden, extrahiert. Die Ergebnisse dieser Sekundäranalyse bildeten die Grundlage zur Entwicklung eines Leitfadens für Experteninterviews. Nach Abschluss und Analyse dieser Interviews wurden zur Durchführung betrieblicher Fallstudien Interviewleitfäden für die Befragungen von Auszubildenden, Ausbildern und Personalverantwortlichen in Unternehmen erstellt. Ein zentraler Bestandteil dieses Designs ist ein iterativ entwickeltes Modell der beruflichen Medienkompetenz, dessen Elemente in diesem Projekt als „Kompetenzbündel“ bezeichnet werden.

Weitere Untersuchungen im Rahmen des Forschungsprojektes beziehen sich auf die Analyse von Ausbildungsordnungen der Berufe, die für diese Untersuchung ausgewählt wurden, von Stellenanzeigen sowie die BIBB/BAuA-Erwerbstätigenbefragung. Diese Untersuchungen wurden bereits begonnen und werden in den nächsten Monaten fortgesetzt.

Die Methoden, die einen wesentlichen Anteil der bisherigen Untersuchung ausmachten, werden im Folgenden konkreter beschrieben.

3.1 Literaturanalyse zum Medienkompetenzbegriff

Ziel des ersten Untersuchungsteils waren zum einen die Abgrenzung des Begriffs der Medienkompetenz von verwandten Begriffen anderer Forschungsansätze, wie z.B. IT- bzw. Computerkompetenz, Computer Literacy, Informationskompetenz, Medienbildung und Media Literacy, zum anderen die theoretisch gestützte Formulierung einer Medienkompetenzdefinition, die in den Experteninterviews als „Startmenge" für die Diskussion über den Medienkompetenzbegriff dient. Die Definition ist somit ein Ausgangspunkt für alle Expertinnen und Experten, um auf dieser Basis ihre eigene Sicht von „Medienkompetenz" darzustellen. Grundlage für die Entwicklung ist eine umfassende Literaturanalyse zum Thema Medienkompetenz. Untersucht wurden ca. 20 Quellen, die sich eingehender mit Medienkompetenz beschäftigen. Durch Literaturrecherche in Bibliotheken und dem Internet wurden zunächst jüngere Quellen der Jahre 2008 bis 2013 analysiert. Ältere Quellen, die in der ausgewählten Literatur häufiger zitiert wurden, wurden dann ebenfalls in die Untersuchung einbezogen. Berücksichtigt wurden auch internationale Quellen; jedoch ergab sich das Problem, dass insbesondere im anglo-amerikanischen Raum hauptsächlich mit dem Begriff der Media Literacy gearbeitet wird, der sich aber vom Begriff der Medienkompetenz deutlich unterscheidet (vgl. Kapitel 4.1).
Einige der Beschreibungen und Definitionen der untersuchten Quellen nahmen aufeinander Bezug. Ermittelt wurden schließlich sechs Medienkompetenz-Definitionen, die sich klar voneinander unterscheiden und die in die weitere Analyse eingehen:

- Baacke 1996
- Tulodziecki 1998
- Groeben 2002
- Hoffmann 2003
- BMBF 2010
- EAVI 2010.

Diese Definitionen wurden in ihre sinntragenden Begriffe zerlegt und hieraus einzelne Dimensionen der Medienkompetenz ermittelt. Im nächsten Schritt wurde geprüft, inwieweit diese Dimensionen im Zusammenhang mit Medienkompetenz im Rahmen von beruflicher Bildung relevant sein könnten. Das Ergebnis dieser Analyse ist u.a. eine Sammlung unterschiedlicher Kriterien von Medienkompetenz. Diese Kriterien wurden dann im nächsten Untersuchungsschritt Expertinnen und Experten in Interviews vorgelegt, um die Bedeutung der einzelnen Kriterien insbesondere in Hinsicht auf die Berufsausbildung zu werten.

3.2 Experteninterviews

Um das Thema Medienkompetenz nun konkret auf das Thema der Berufsausbildung zu fokussieren, wurde im nächsten Schritt eine leitfadengestützte Expertenbefragung durchgeführt. Ziel war es, mit Blick auf die späteren betrieblichen Fallstudien eine mehrdimensionale Definition von Medienkompetenz zu formulieren, die insbesondere den Belangen der dualen Ausbildung genügen kann.
Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde Wert darauf gelegt, dass es sich um ausgewiesene Expertinnen und Experten auf dem Gebiet der Medienkompetenz handelt, darunter Hochschullehrer/-innen, Vertreter/-innen von Branchenverbänden, Gewerkschaften und Kammern sowie Ausbildungs- und Personalverantwortliche aus verschiedenen Unternehmen.

Das Experteninterview gliedert sich in zwei Teile. Im ersten Teil wurden den Befragten auf Kärtchen einzelne Kriterien der Medienkompetenz vorgelegt. Diese Methode wurde aus der Struktur-Lege-Technik abgeleitet (vgl. BONATO, 1990; HACKEL, KLEBL, 2008; SCHEELE, GROEBEN, 1984). Ziel war es, zum einen die Bedeutung der jeweiligen Kriterien für die Berufsausbildung aus Sicht der Experten zu ermitteln. Zum zweiten sollten durch die Auswertung aller Interviews „Kompetenzbündel" entwickelt werden, indem die Kärtchen durch die Experten in eine symbolische Nähe zum Begriff Medienkompetenz (dargestellt durch einen Kreis in der Mitte) gebracht und anschließend bei Bedarf nach thematischer Nähe gruppiert wurden. Den Experten wurde dabei auch die Möglichkeit gegeben, eigene Aspekte neu hinzuzufügen. Die so entstandene Visualisierung wurde mittels Fotoprotokoll dokumentiert. Im zweiten Teil des Interviews wurden Fragen zu den Themenbereichen Vermittlung und Erwerb von Medienkompetenz sowie Entwicklungen im Bereich der Medienkompetenz bei Medienanwendern und -produzenten gestellt.

Nach Durchführung der Interviews wurden diese anhand von Tonaufzeichnungen protokolliert und in eine Ergebnismatrix übertragen. Die Visualisierungen des Begriffs Medienkompetenz wurden ausgewertet, indem sie zunächst in einer Matrix erfasst wurden. Die relative Nähe der Aspekte zu dem Begriff der Medienkompetenz wurde im Rahmen der Auswertung eingestuft und die Häufigkeit einzelner Gruppierungen zwischen einzelnen Aspekten in einer weiteren Matrix erfasst. Dadurch konnten insgesamt sechs „Kompetenzbündel" identifiziert werden, die als Grundlage der weiteren Untersuchungsschritte dienen.

Insgesamt wurden im Zeitraum von Juni 2013 bis Dezember 2013 14 qualitative leitfadengestützte mündlich-persönliche Interviews durchgeführt. Die Interviews dauerten im Schnitt ca. 90 Minuten.

3.3 Betriebliche Fallstudien

Auf der Basis der Ergebnisse der Experteninterviews werden in den folgenden Monaten betriebliche Fallstudien mit leitfadengestützten Interviews von Auszubildenden und Ausbildern bzw. Ausbildungsverantwortlichen durchgeführt. Dazu wurden zwei Interviewleitfäden erstellt, die in den betrieblichen Fallstudien eingesetzt werden. Die Befragung von Auszubildenden und Ausbildenden soll unterschiedliche Perspektiven auf die Arbeit mit und die Erstellung von Medien in unterschiedlichen Phasen der Berufsausbildung erfassen sowie einen Abgleich von Selbst- und Fremdwahrnehmung ermöglichen. Unter anderem soll so ermittelt werden, wie Auszubildende ihre eigene Medienkompetenz einschätzen, wie die Einschätzung der Ausbilder aussieht und welche Differenzen sich dabei ergeben.

Zur Durchführung dieses Untersuchungsteils wurden entsprechend der gebildeten Untersuchungsgruppen (Berufe der Medienproduktion, Berufe der Medienanwendung mit einem Anteil über 25 Prozent der Arbeitszeit (Medienanwendung >25 %), Berufe der Medienanwendung mit einem Anteil unter 25 Prozent der Arbeitszeit (Medienanwendung <25 %)) exemplarisch jeweils gewerblich-technische, kaufmännische und handwerkliche bzw. dienstleistungsorientierte Ausbildungsberufe ausgewählt, die in den letzten Jahren neu geordnet wurden. Dabei wurde auch darauf geachtet, dass Berufe mit großen Ausbildungszahlen genauso vertreten sind wie solche mit geringen Zahlen.

	Gewerblich-technischer Beruf	*Kaufmännischer Beruf*	*Handwerks- bzw. Dienstleistungsberuf*
Medienproduktion	Mediengestalter/in Digital und Print	Medienkaufleute Digital und Print	Fotograf/in
Medienanwendung >25 Prozent	Technische/r Produktdesigner/in	Kaufleute für Bürokommunikation[1]	Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung
Medienanwendung <25 Prozent	Papiertechnologe/-technologin	Kaufleute im Einzelhandel	Buchbinder/in

Da dieser Untersuchungsteil zum Zeitpunkt der Erstellung des Zwischenberichtes gerade erst begonnen wurde, werden das methodische Vorgehen und die Ergebnisse erst im Abschlussbericht differenzierter dargestellt werden.

Ziel ist es, bis zum Sommer 2014 für jeden Beruf drei Fallstudien, d.h. insgesamt 27 Fallstudien in Unternehmen durchzuführen. Die Ergebnisse der Fallstudien dienen als Grundlage zur Erarbeitung von Fragebögen für schriftliche bzw. onlinegestützte Befragungen von Auszubildenden, Ausbildern und Berufsschullehrer/-innen sowie zur Entwicklung von Erfassungsmethoden zur Einschätzung von Medienkompetenz.

3.4 Analyse von Stellenanzeigen sowie der BIBB/BAuA-Erwerbstätigenbefragung

Zur Analyse von Stellenanzeigen kann das Bundesinstitut für Berufsbildung auf schwach anonymisierte Stellenanzeigen von Arbeits-und Ausbildungsstellen der Bundesagentur für Arbeit zurückgreifen. Anhand der Berufskennziffern und Berufsbezeichnungen der neun im Projekt zu untersuchenden Ausbildungsberufe wurde zunächst die Gesamtzahl der hierzu vorliegenden Anzeigen ermittelt. Eine erste Auswertung dieser Anzeigen erfolgte in Form einer Wortsuche von zehn Schlagworten, die einen engen Zusammenhang zu Medienkompetenz aufweisen. In einem nächsten Schritt sollen nun insgesamt 600 Stellenanzeigen (200 pro Untersuchungsgruppe), die über Zufallsauswahlverfahren aus den vorliegenden Stellenausschreibungen gezogen werden, mit Hilfe qualitativer Verfahren der Text- und Inhaltsanalyse untersucht werden.

Für das vorliegende Projekt wurden die neueren BIBB/BAuA-Erwerbstätigenbefragungen von 2006 und 2011/2012 herangezogen. Befragt wurden dabei 20.000 Erwerbstätige. Das Thema Medienkompetenz hat in diesen beiden Befragungen keine ausdrückliche Rolle gespielt. Es wurden jedoch Fragen nach Tätigkeiten gestellt, die im weiteren Sinne Medienkompetenz berühren. Die Ergebnisse zu den hier interessant erscheinenden Fragen wurden zusammengestellt und analysiert.

[1] Der Ausbildungsberuf „Kaufmann/Kauffrau für Bürokommunikation“ wurde im Laufe der Untersuchung novelliert. Ab 1. August 2014 löst der Beruf „Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement“ diese bisherige Ausbildungsordnung ab. Im Rahmen der Untersuchung wurde für die Fallstudien und die schriftlichen Befragungen der bisherige Beruf untersucht, zur Analyse der Ausbildungsordnung wurde die neue Verordnung herangezogen.

3.5 Projektbeirat

Das Projekt wird durch einen Projektbeirat unterstützt, der das Projekt begleitet und berät. Dem Projektbeirat gehören Vertreter und Vertreterinnen folgender Organisationen, Unternehmen und Institutionen an:

- Beuth Hochschule für Technik Berlin
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
- Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM)
- Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB)
- Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
- Grimme-Institut
- Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg
- Norddeutscher Rundfunk
- Universität Würzburg
- Ver.di Bundesvorstand
- W. Bertelsmann Verlag

Der Projektbeirat tagte im Oktober 2013 und wird im Jahr 2014 voraussichtlich noch zwei Mal zusammen kommen.

4. Ergebnisse

4.1 Ergebnisse der Literaturanalyse

Bevor der Begriff der Medienkompetenz weiter ausdifferenziert wurde, mussten zunächst „Nachbarbegriffe“ definiert und vom Begriff der Medienkompetenz abgegrenzt werden. Die theoretische Auseinandersetzung der Nutzung und des Einsatzes von Computern und Medien ist in den letzten zwanzig Jahren von verschiedenen Fachdisziplinen mit unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet worden. Im Mittelpunkt standen dabei folgende Begriffe:

- IT- bzw. Computerkompetenz
- Informationskompetenz
- Media Literacy
- Medienbildung.

IT- und Computerkompetenz

Wer von Medienkompetenz spricht, denkt dabei häufig an den Umgang mit dem Computer im Büro oder an die Nutzung von Netzwerken im Internet. Ist Medienkompetenz demnach mit IT-Kompetenz gleichzusetzen? Um hier eine sinnvolle Abgrenzung zu schaffen, können wir auf eine Differenzierung des Informatikbegriffs zurückgreifen, die DÖRGE (2012) vorstellt. Sie unterscheidet in ihrer Dissertation technische, theoretische, praktische und angewandte Informatik.

Folgt man der Systematik nach RECHENBERG (1991), so werden Programmieraufgaben, die auch im Zusammenhang mit Medientätigkeiten anfallen, durch die praktische und die angewandte Informatik abgedeckt, z.B. Computergrafik, Textverarbeitung oder die Entwicklung von Algorithmen. IT-Kompetenzen, die für das Beherrschen der technischen und theoretischen Informatik relevant sind, umfassen hingegen Aufgaben wie die Konzeption von Datennetzen oder Mikroprozessoren sowie die Entwicklung von Informatik-Theorien, die nicht im Zusammenhang mit Medientätigkeiten auftreten.

Wenn wir also von „Medienkompetenz“ sprechen, sind damit angewandte IT- und Computerkompetenzen für Programmieraufgaben eingeschlossen, ausgeschlossen sind hingegen IT-Kompetenzen in der Theoriebildung und der technischen Entwicklung.

Informationskompetenz

Der Begriff der Informationskompetenz hat große Schnittmengen mit dem Begriff der Medienkompetenz. Ursprünglich entstanden im Fachgebiet der Bibliothekswissenschaften, stellt „Informationskompetenz“ eher den souveränen und reflektierten Umgang mit *Inhalten* in den Vordergrund, beispielsweise beim Umgang mit Büchern, Katalogen, in der weiteren Entwicklung auch mit EDV-basierten Daten. Aus Sicht der Informationswissenschaften bezeichnet Medienkompetenz hingegen den Umgang mit *Medien*.

BALCERIS macht die Abgrenzung bzw. die Schnittmengen zwischen den Begriffen abhängig vom jeweiligen fachdisziplinären Blickwinkel: „Stammt der Autor vorwiegend aus dem Bibliothekswesen bzw. aus der Informationswissenschaft, gilt Informationskompetenz als übergreifendes Konzept. Vertritt der Autor eine medienpädagogische Position, wird von dem umfassenderen Konzept Medienkompetenz aus argumentiert.“ (2011). BALCERIS selbst sieht Informationskompetenz im Sinne der Fähigkeit, sinnvoll und reflektiert aus Informationen auszuwählen, als integralen Bestandteil der Medienkompetenz. Außerdem orientiert sich die Informationskompetenz eher an arbeitsökonomischen (Recherche-) Prozessen, während die Medienkompetenz stärker die „Zielvorstellung des mündigen Bürgers“ in den Vordergrund rückt.

Media Literacy

„Media Literacy“ aus dem angelsächsischen Raum entspricht im Grunde unserem Begriff der „Medienkompetenz“. Es gibt allerdings einige graduelle Unterschiede. Im englischen Sprachraum beschreibt „Media Literacy“ eher basale Kompetenzen bzw. „Grundqualifikationen“, um überhaupt am Mediengeschehen teilzuhaben (vgl. DEWE und WEBER 2007 und JENKINS 2003). Der Begriff ist damit eng verwandt mit „Literacy“ im Sinne der Alphabetisierung. Ähnlich wie im deutschen Sprachraum wurde der Begriff „Media Literacy“ in den letzten Jahren um digitale Aspekte erweitert (vgl. JENKINS 2007). JENKINS betont in seiner Auffassung auch die Identität stiftende Funktion von Medien und ihre Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe speziell bei Jugendlichen (vgl. JENKINS 2009).

Medienbildung

Ende der 1990er Jahre wurde der Medienkompetenzbegriff von Dieter Baacke als „funktional“ und „technikorientiert“ kritisiert (vgl. PIETRAß 2006). Vorgeschlagen wurde stattdessen das umfassendere Konzept der „Medienbildung“ mit einer stärkeren theoretischen Fundierung (vgl. ZORN 2011). Nach MAROTZKI (2004) fördert „Medienbildung“ nicht nur Verfügungswissen, sondern auch Orientierungswissen. Damit wird die kritische Reflexion des Umgangs mit Medien noch stärker betont als dies bei BAACKE (1996) der Fall ist (vgl. ZORN). PIETRAß (2006) sieht die Förderung von Medienkompetenz eher im Bezug zum Umgang mit Medien, „Medienbildung“ hingegen eher grundsätzlich als „Umgang mit der Welt“. Inzwischen haben sich die Positionen der Vertreter der beiden Konzepte angenähert: „Insofern sind Medienkompetenz und Medienbildung nicht als substitutiv, sondern als komplementär zu denken.“ (PIETRAß 2011).

Explikation des Begriffs „Medienkompetenz“

Nach dieser Abgrenzung von anderen Disziplinen wurde der Begriff der „Medienkompetenz“ genauer untersucht. In vielen Definitionen zeigt sich ein großer Einfluss des Bielefelder Pädagogen Dieter Baacke, der basierend auf seiner Habilitation von 1973 zur Kommunikationskompetenz in den 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts eine erste Definition zur Medienkompetenz formuliert hat (BAACKE 1996). Zu den an BAACKES Ausführungen anknüpfenden Autoren gehören u.a. TULODZIECKI (1998), GROEBEN (2002) und HOFFMANN (2003).

Neben diesen eher allgemeingültigen Definitionen für unterschiedliche Zielgruppen gingen zwei Definitionen in die Analyse ein, die sich mit der Medienkompetenz im Beruf beschäftigen: Der Bericht der BMBF-Expertenkommission aus dem Jahr 2010 sowie eine europäische Studie aus demselben Jahr, durchgeführt vom belgischen Non-Profit-Konsortium EAVI (European Association for Viewer's Interests) für die Europäische Kommission, die Generaldirektion Informationsgesellschaft und Medien und die Media Literacy Unit.

Mit dem Bericht der BMBF-Expertenkommission „Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur. Medienbildung für die Persönlichkeitsentwicklung, für die gesellschaftliche Teilhabe und für die Entwicklung von Ausbildungs- und Erwerbsfähigkeit" (2010) wurde die landläufige Auffassung beruflicher Medienkompetenz deutlich erweitert. Medienkompetenz wird dort verstanden als Konstrukt aus den vier Themenfeldern:

- Information und Wissen
- Kommunikation und Kooperation
- Identitätssuche und Orientierung
- Digitale Wirklichkeiten und produktives Handeln

Ziel der EAVI-Studie mit dem Titel "Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels"[2] (EAVI 2010), ist es:

- das Konzept der Medienkompetenz darzustellen
- aufzuzeigen, wie die Medienkompetenzlevel in Europa bestimmt werden sollten
- ein Tool zu bieten, das die Medienkompetenzlevel der einzelnen europäischen Staaten berechnen kann
- anhand einer Prioritätenliste Empfehlungen für die Umsetzung von Strategien auszusprechen, die Medienkompetenz auf EU Level fördern können.

Diese Studie versteht mit dem Anspruch einer empirischen Operationalisierung Medienkompetenz als „Kommunikative Fähigkeiten", „Kritisches Verständnis" und die Fähigkeit zur „Mediennutzung".

Die genannten Definitionen wurden nun, in ihren Kriterien untergliedert, visualisiert (vgl. Abb. 1).

[2] http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

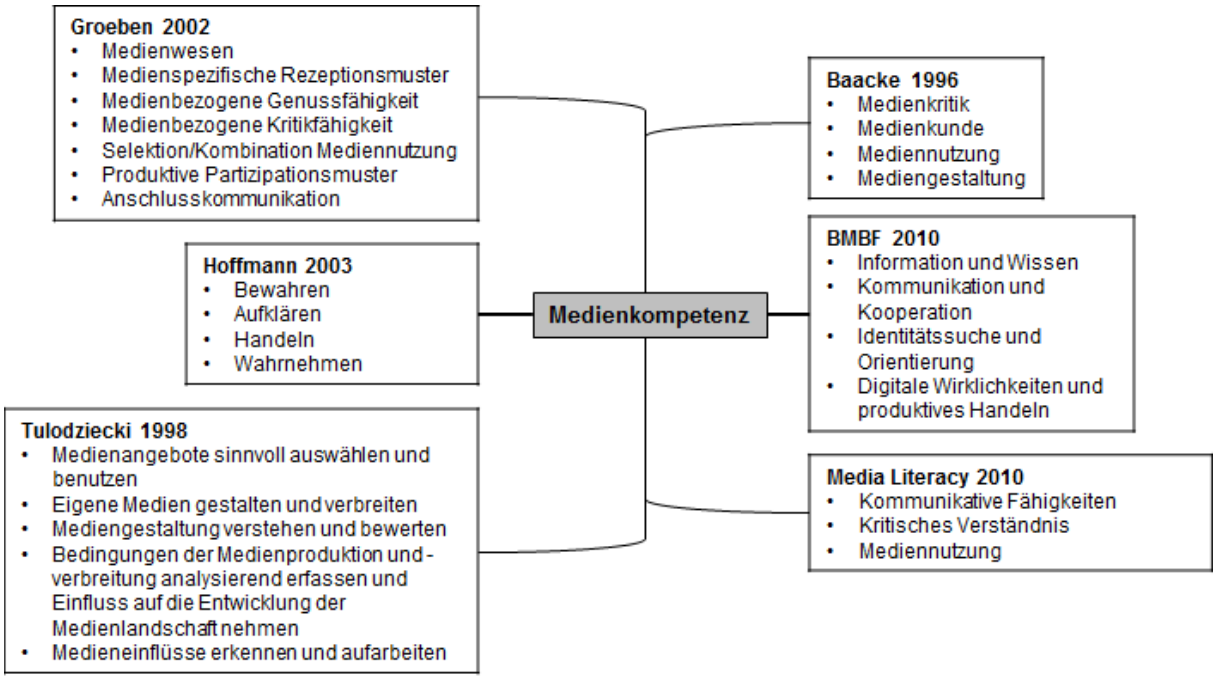

Abb. 1: Analyse von Definitionen zur Medienkompetenz

Anschließend wurden einzelne sinntragende Bestandteile der Definitionen zusammengefasst, wenn sie vergleichbare Kompetenzaspekte abdecken. Im Ergebnis der Analyse wurden folgende Aspekte extrahiert, die für die weitere Untersuchung zugrunde gelegt wurden:

- Medienauswahl: Medienvielfalt überblicken und geeignete Medien entsprechend der Aufgabenstellung und Zielgruppen auswählen
- Technische Kompetenzen der Mediennutzung: Medien unter technischen Aspekten auswählen und nutzen
- Innovative Kompetenzen: Medien optimieren und im Rahmen der eigenen Arbeit weiterentwickeln
- Sprachlich-kommunikative Aspekte: Sich sprachlich zielgerichtet auszudrücken unter Berücksichtigung allgemeiner Regeln
- Kooperation und soziale Wechselwirkungen: Mediale Möglichkeiten zur Kooperation nutzen und sozial verantwortlich agieren
- Partizipation: Sich an Wissensaustausch und -entwicklung in Gemeinschaften aktiv beteiligen
- Ökonomische Aspekte: Medien nutzen unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Ressourcen
- Rechtliche Aspekte: Rechtliche Rahmenbedingungen bei der Mediennutzung berücksichtigen
- Ethische Aspekte: Beurteilen können, was gesellschaftlich akzeptiert und in den Medien angebracht ist und entsprechend das eigene Handeln danach ausrichten

Diese Kompetenzen wurden nun im Rahmen von Experteninterviews genutzt, indem sie den Befragten zur Wertung als Kärtchen vorgelegt wurden.

4.2 Experteninterviews

Die Experteninterviews gliederten sich in mehrere Abschnitte. Zunächst sollte die Definition des Begriffes Medienkompetenz für den Bereich der Ausbildung weiterentwickelt werden. Daran anschließend folgten Fragen zu den Themengebieten Vermittlung und Erwerb von Medienkompetenz sowie zu Medienkompetenz bei medienanwendenden und medienproduzierenden Berufen.

4.2.1 Weiterentwicklung einer Definition zur Medienkompetenz in der Ausbildung

Im ersten Teil der Befragung wurden anknüpfend an die Ergebnisse der Literaturanalyse (vgl. S. 12) den Expertinnen und Experten verschiedene Kriterien zur Beschreibung von Medienkompetenz vorgelegt. Die Befragten wurden gebeten, ihre Meinung zur Bedeutung der einzelnen Kriterien zu äußern, anschließend eine symbolische Nähe dieser Kriterien zur Medienkompetenz herzustellen und eventuell Gruppierungen vorzunehmen. Dazu wurde der Begriff „Medienkompetenz in der Ausbildung“ als Scheibe in die Mitte eines Tisches gelegt und den Experten Kärtchen mit den einzelnen Kriterien überreicht. Diese Kärtchen sollten dann entsprechend ihrer Bedeutung der Medienkompetenz zugeordnet und bei Bedarf gruppiert werden.

Anschließend wurde den Befragten die Möglichkeit gegeben, die vorhandenen Kriterien zu ergänzen. Insgesamt acht weitere Aspekte haben die Experten der „Startmenge“ hinzugefügt:

- Kritische und souveräne Mediennutzung
- Recherchefähigkeit: Fragen angemessen formulieren, Suchbegriffe auswählen
- Veränderungskompetenz: Sich Wellen oder Trends bei Medien nicht verschließen, „aktuell“ sein, am aktuellen Geschehen interessiert sein
- Kollaboration: an Inhalten gemeinsam arbeiten
- Gestaltung: Zielgruppe und Gestaltungsrichtlinien beachten (aktiver Part), aber auch Mediengestaltungen und -wirkungen verstehen und bewerten (passiver Part)
- Persönlichkeitsbildung
- (Selbst-)Lernkompetenz
- Sprachlich-kognitive Aspekte: Inhalte verstehen und nach Relevanz und Glaubwürdigkeit einordnen

Zur Einschätzung, welche Bedeutung all diese Aspekte für die Medienkompetenz in der Ausbildung haben, wurden zur Analyse entsprechend des Ansatzes der Struktur-Lege-Technik die Fotos aller „Kärtchenkonstellationen“ ausgedruckt und ihre „Nähe“ bzw. „Weite“ zum Medienkompetenzbegriff in der Mitte analysiert.
Sehr eng am Thema Medienkompetenz liegen folgende Aspekte:

- Medienauswahl
- Technische Kompetenzen der Mediennutzung
- Kritische und souveräne Mediennutzung
- Recherchefähigkeit
- Sprachlich-kommunikative Aspekte
- Sprachlich-kognitive Aspekte

Diese Begriffe deuten auf grundlegende Kompetenzen bei der Mediennutzung hin.

Bei den Aspekten Partizipation und (Selbst-)Lernkompetenz polarisieren die Meinungen der Experten: einige ordnen die Begriffe sehr dicht beim Thema Medienkompetenz an, andere vergleichsweise weit davon entfernt.

Hier merkten einige Experten an, dass diese beiden Aspekte gemeinsam mit „Persönlichkeitsbildung“ und „Sprachlich-kommunikativen Aspekten“ Kompetenzen darstellen, die man generell zum Zusammenleben mit anderen benötigt und nicht nur zur Medienproduktion und -anwendung; andere Experten haben sie als „Kulturtechniken“ bezeichnet.

Eher einen mittleren bis großen Abstand zum Begriff Medienkompetenz erhalten ethische und ökonomische Aspekte sowie innovative Kompetenzen. Vor allem bei den letzten beiden Aspekten wurde die Nähe zur Medienkompetenz stark von der Art des Ausbildungsberufes abhängig gemacht. Je stär-

ker die Berufe in der Medienproduktion angesiedelt sind, umso wichtiger werden ökonomische und innovative Aspekte für die berufliche Medienkompetenz.

In einem weiteren Analyseschritt wurden die Gruppierungen der einzelnen Aspekte zueinander ausgewertet. Aspekte, die von den Experten vergleichsweise häufig miteinander in Bezug gesetzt wurden, wurden zusammengefasst. Dabei ergaben sich folgende sechs Kompetenzbündel[3]:

Medien zielgruppengerecht nutzen • **Recherchefähigkeit*** • **Technische Kompetenzen** • **Medienauswahl** • **Gestaltung** • Kritische und souveräne Mediennutzung • Ökonomische Aspekte	**Lernbedarf erkennen und eigenes Lernen vorantreiben** • Persönlichkeitsbildung • (Selbst-)Lernkompetenz • Ethische Aspekte	**Rahmenbedingungen beachten** • **Ethische Aspekte** • **Rechtliche Aspekte** • Ökonomische Aspekte
Zusammenarbeit verantwortungsvoll gestalten • **Ethische Aspekte** • **Kooperation und soziale Wechselwirkungen** • **Partizipation** • **Kollaboration** • Sprachlich-kommunikative Aspekte	**Medienentwicklung aufgreifen und vorantreiben** • Innovative Kompetenz • Veränderungskompetenz • Gestaltung • (Selbst-)Lernkompetenz • Technische Kompetenz	**Sprache zielgerichtet nutzen und (Medien-) Inhalte bewerten** • Sprachlich-kommunikative Aspekte • Sprachlich-kognitive Aspekte • (Selbst-)Lernkompetenz • Medienauswahl

*Fett dargestellte Begriffe wurden von mindestens der Hälfte der Experten im Zusammenhang dargestellt

Abb. 2: Kompetenzbündel zur Definition von Medienkompetenz

Diese Kompetenzbündel sollen im Folgenden zur Durchführung der Interviews von Auszubildenden und Ausbildungsverantwortlichen in den Betrieben genutzt werden. Dabei sollen die Befragten ihre Meinung zur Bedeutung der einzelnen Bündel äußern, um dadurch ein realistischeres Bild von der Bedeutung der unterschiedlichen Kompetenzdimensionen in der Praxis der Ausbildung zu erhalten.

4.2.2 Stellenwert von Gruppen und Institutionen bei der Vermittlung und dem Erwerb von Medienkompetenz

Im Weiteren wurden die Expertinnen und Experten dazu befragt, wer am stärksten zur Mediensozialisation und damit zur Entwicklung von Medienkompetenzen vor bzw. während der Berufsausbildung beiträgt? Im Vorfeld der Berufsausbildung ordnen die meisten Expertinnen und Experten diese Rolle der Familie zu, im Laufe der Pubertät ergänzt oder abgelöst durch die Peer Groups der Jugendlichen. Im Rahmen der familiären Sozialisation denken die Expertinnen und Experten zum Beispiel an den Spracherwerb in frühester Kindheit, aber auch an Haushalte mit Tagespresse und Büchern, in denen Jugendliche wie selbstverständlich zur Zeitung greifen, während dieses Medium Kindern aus Haushalten ohne Tageszeitung auch in späteren Lebensabschnitten meist nur schwer nahe gebracht werden kann. Einen Einfluss hat die Familie auch auf Sender- und Genrepräferenzen sowie auf Gewohnheiten im Umgang mit Computer und Fernseher. Die Expertinnen und Experten merken hierzu an, dass die Mediensozialisation in der Familie nicht kontrollierbar ist. Die Gesellschaft könne hier nur einen mit-

[3] Der Begriff Kompetenzbündel wurde in diesem Zusammenhang als Arbeitstitel gewählt, um deutlich zu machen, dass es sich hierbei noch nicht um die Beschreibung umfassender Kompetenzdimensionen oder sogar Kompetenzen handelt.

telbaren Einfluss ausüben, beispielsweise durch Aufklärungskampagnen wie die EU-Initiative "klicksafe".

Peer Groups spielen zum Ende der Kindheit eine wichtige Rolle beim Erwerb von Medienkompetenzen, weil Jugendliche Medien als Teil ihrer Selbstverwirklichung und Selbstdefinition verstehen. Der Besitz von Endgeräten wie Smartphone, Spielkonsole oder Computer dient als Statussymbol. Genau über diese Themen tauschen sich Jugendliche in Cliquen aus. Durch das „Social Web“ erweitern sich Freundeskreise noch und insbesondere Netzwerke wie Facebook tragen zur Bildung von medialen Kommunikationsgewohnheiten bei. Wie die Mediensozialisation in Peer Groups erfolgt, ist nach Meinung der Experten ein Zufallsprodukt, denn eine direkte Beeinflussung dieser Gruppen ist nicht möglich. Im Gegenteil, es ist sogar eher mit negativen Reaktionen zu rechnen, wenn man als Außenstehender Gewohnheiten verändern möchte. Familie und Peer Groups bieten daher wenig Ansatzpunkte, um auf die Bildung von Medienkompetenzen einzuwirken.

Interessant sind zwei weitere Instanzen, die von einigen Expertinnen und Experten erwähnt werden: Zum einen die Freizeit- und Jugendeinrichtungen, die mit ihren Angeboten Jugendlichen auch Erfahrungen im Erstellen und Beurteilen von Medien vermitteln, zum anderen die Medien selbst, die nicht zuletzt durch ihr Image und ihre Eigenwerbung ihre Bedeutung bei Jugendlichen steuern. Allerdings haben diese Faktoren nach Ansicht der Befragten nur einen geringen Einfluss auf die Medienkompetenzbildung.

Von besonderem Interesse im Rahmen dieser Studie waren vor allem die Sozialisierungsinstanzen allgemeinbildende Schulen, Berufsschulen und Unternehmen und ihre Rolle bei der Vermittlung von Medienkompetenz. Den allgemeinbildenden Schulen wird von Seiten der Expertinnen und Experten attestiert, dass Lehrerinnen und Lehrer zwar meist gute Mediennutzer seien, die Vermittlung von Medienkompetenz aber häufig noch entwicklungsfähig wäre. So sei der Einsatz von Medien häufig nicht gut vorbereitet und häufig losgelöst von den eigentlichen Inhalten einzelner Fächer, z. B. indem es separate Fächer für Medienkunde gäbe. Zwar sei der Umgang mit Computern in den letzten Jahren deutlich ausgebaut worden, aber die sinnvolle Nutzung von Internet und Social-Media-Angeboten ist noch nicht immer selbstverständlicher Bestandteil von Unterricht. Es wird empfohlen, den Umgang mit Medien nicht als eigenes Fach zu gestalten, sondern integrativ in allen Lehrplänen zu verankern. Digitale Medien sollten in allen Fächern als Hilfsmittel zur Verfügung stehen und so selbstverständlich wie Bücher genutzt werden können. Schülerinnen und Schüler sollten mit Medien praxisorientiert arbeiten, z.B. indem sie Zeitungen oder Blogs erstellen. Dabei sollte berücksichtigt und genutzt werden, dass beim Umgang mit diesen Medien, Schülerinnen und Schüler insbesondere voneinander lernen. Auch sollten Verantwortliche für und in Schulen jetzt schon Diskussionen führen, wie mit der Vision der zukünftigen Nutzung hauptsächlich sprachbasierter Medien umgegangen werden soll und welchen Stellenwert Schrift und Schriftsprache dann haben werden.

Auch Berufsschulen weisen nach Expertenmeinungen einen ähnlich niedrigen Standard bei der Vermittlung von Medienkompetenz auf wie die allgemeinbildenden Schulen. Oft mangele es immer noch an entsprechender Technologie, ausreichenden Arbeitsplätzen und der Qualifikation der Lehrenden. Eine Ausnahme bilden jedoch viele Berufsschulen, die medienproduzierende Berufe ausbilden. Hier besteht der Wunsch, dass Berufsschulen Hand in Hand mit den Betrieben zukünftig verlässliche Grundlagen und bei Bedarf Vertiefungen zum Umgang mit den unterschiedlichen Medien schaffen. Berufsschulen sollten dabei auch die Vermittlung von Medienkompetenz ergänzen, die in einigen, insbesondere kleineren oder spezialisierten Betrieben nicht geleistet werden kann. Auch sollte die Qualifizierung der Berufsschullehrer und -lehrerinnen überprüft werden. So sollen sie nicht unbedingt den Schülerinnen und Schülern technologisch immer einen Schritt voraus sein, vielmehr sollen sie offen für Innovationen sein und den Lernenden einen zielgerichteten Umgang mit analogen und digitalen Medien vermitteln. Ziel sollte es darüber hinaus sein, länderübergreifende Standards festzu-

legen, die die Ausstattung der Schulen mit Medien sowie die Inhalte von Lehrerausbildung und Curricula zur Entwicklung von Medienkompetenz festlegen, damit der Unterricht in allen Bundesländern auf einem einheitlichen Niveau erfolgen kann.

Wie stellt sich die Situation in den Unternehmen dar? Dort wird nach Ansicht der Expertinnen und Experten häufig davon ausgegangen, dass Auszubildende ausreichend Medienkompetenz mitbringen. Und auch viele Auszubildende halten sich für entsprechend medienkompetent, um den Anforderungen in den Betrieben zu genügen. Oft werde jedoch nicht erkannt, dass es bei der Medienkompetenz der Auszubildenden Defizite gebe, die die Produktivität hemmen könnten oder sogar dem Erscheinungsbild der Unternehmen schaden können. Beispielhaft sind hier die angemessene Ausdrucksweise in der schriftlichen Kommunikation oder die Präsentation der Auszubildenden in Social-Media-Angeboten, wie Facebook genannt.

In den Unternehmen selbst ist die Kompetenz zum Umgang mit Medien sehr heterogen verteilt und stark von Geschäftsfeldern und Aufgaben abhängig. Die Kompetenz ist meist stark praxis- und aufgabenbezogen und häufig eher auf die momentanen Anforderungen ausgerichtet. Eine Qualifizierung für zukünftige Anforderungen findet meist nicht statt oder dann erst, wenn konkrete Probleme auftreten. Die Entwicklung von Medienkompetenz bleibt somit für viele Unternehmen auch weiterhin eine große Herausforderung. Hier sehen die Expertinnen und Experten auch die Aufgabe der Politik, Unterstützungen und Orientierungen in der Entwicklung von Medienkompetenz der Unternehmen zu geben. Dazu könnte auch gehören, die Medienkompetenzvermittlung in die Ausbildung der Ausbilder aufzunehmen. Und auch die konkrete Abstimmung zwischen Betrieben und Berufsschulen vor Ort könnte eine gezielte und berufsspezifische Medienkompetenzvermittlung fördern.
In Betrieben mit medienproduzierenden Berufen hat Medienkompetenzbildung einen höheren Stellenwert, jedoch sind auch hier viele Betriebe durch das Tagesgeschäft so gebunden, dass sie nicht immer die Möglichkeit haben, Innovationen rechtzeitig zu erkennen und umzusetzen.

4.2.3 Schnittmengen und Grenzen zwischen Berufen der Medienproduktion und der Medienanwendung

In diesem Teil des Interviews sollten Meinungen der Experten zu verschiedenen Aspekten der Medienkompetenz in Berufen der Medienanwendung und der Medienproduktion erfasst werden. Zunächst ging es um die Unterschiede von *Ausbildungsplatzbewerbern* dieser Untersuchungsgruppen. Bewerber für Berufe der Medienproduktion brauchen nach Ansicht der Experten auf jeden Fall erst einmal alle Kompetenzen, die auch von Medienanwendern erwartet werden. Hier gibt es insbesondere Überlappungen in der Bedienung von Computerprogrammen (z.B. Word, Excel, PowerPoint) bis hin zum Umgang mit grafischen Benutzeroberflächen, der im Freizeitbereich z.B. durch Computerspiele erlernt wurde und später für die Arbeit an Steuerungsanlagen weiterentwickelt werden kann. Wichtig war den Experten für alle Berufe die Fähigkeit zum kritischen Umgang mit Medien und der Reflexion des eigenen Handelns als Querschnittskompetenz.

Haben sich in den letzten Jahren Verschiebungen zwischen den Anforderungen in Berufen der Medienproduktion und denen der Medienanwendung ergeben? Die Anforderungen verlagern sich insbesondere dort, wo Software ohne großen Aufwand Anwender in die Lage versetzt, Aufgaben von Berufen der Medienproduktion zu erledigen. Hierzu gehört z.B. der Umgang mit Bildbearbeitungsprogrammen oder anderen Tools, die ursprünglich für die professionelle Medienproduktion entwickelt wurden. So übernehmen Medienanwender in zunehmendem Maße Tätigkeiten von Medienproduzenten. Zwar sind qualitativ immer noch Unterschiede zwischen Anwender und Produzent erkennbar, doch die technologische Entwicklung ermöglicht hier eine immer stärkere Professionalisierung

der Anwendungsberufe. Medienproduzenten werden zukünftig dort ihr Tätigkeitsfeld finden, wo es um qualitativ hochwertige Produkte und/oder ein hohes Maß an Spezialisierung geht.

Nicht nur zwischen den Berufen, sondern auch zwischen den Lebensstationen Schule, Ausbildung und Beruf gibt es Verschiebungen. Heute hat insbesondere die Schule (neben Familie und Freundeskreis) die PC-Grundbildung übernommen. Insbesondere das Recherchieren mit elektronischen Hilfsmitteln und das selbstständige Erarbeiten von Inhalten haben heute in der Schule einen vollkommen anderen Stellenwert als noch vor einigen Jahren. Davon profitieren dann später auch die Unternehmen. Betriebe der Medienproduktion honorieren darüber hinaus auch Kompetenzen ihrer zukünftigen Auszubildenden, die sie aus der Erstellung von Schülerzeitungen oder auch von Websites oder Apps erworben haben. Von den Auszubildenden wird heute eher erwartet, dass sie die breiten Anwendungsmöglichkeiten neuerer Technologien schon während ihrer Ausbildung nutzen – Kompetenzen, die sich Facharbeiter früherer Jahre erst im Laufe einer längeren Berufstätigkeit angeeignet haben.

Abschließend wurden die Expertinnen und Experten nach ihren Vorstellungen über die Zukunft der Medien und deren Rolle in der Arbeitswelt befragt. Demnach wird die Nutzung sozialer Netzwerke in alle Lebenswelten integriert. Der Umgang mit unterschiedlichen Medien wird auch im Beruf selbstverständlicher und neue Entwicklungen, wie z.B. Augmented Reality oder die Nutzung von „Google Glass“[4], werden schon in der Ausbildung einen Beitrag zur Qualifizierung leisten können. Dadurch wird Medienkompetenz insgesamt einen höheren Stellenwert erhalten. In vielen Bereichen werden sich auch die Innovationszyklen von Hard- und Software weiter verkürzen. Die Zunahme sprachgesteuerter Endgeräte und -systeme wird darüber hinaus neue Anforderungen auch an Auszubildende und Ausbilder stellen. Deshalb, so schlussfolgern die Expertinnen und Experten, muss Medienkompetenzbildung gemeinsam mit der Entwicklung der Selbstlernkompetenz in den Schulen einen noch höheren Stellenwert erhalten. Grundsätzlich ist es vielen Experten wichtig, die Anforderungen an die Medienkompetenz nicht an kurzlebige Medien- und IT-Innovationen zu koppeln, sondern an die *Funktionen*, die diese erfüllen.

Die aus den Experteninterviews gewonnenen Erkenntnisse fließen nun in die folgenden Untersuchungen ein, insbesondere die betrieblichen Fallstudien mit leitfadengestützten Interviews von Auszubildenden und Ausbildern bzw. Personalverantwortlichen sowie daran anschließend die schriftlichen Befragungen von Auszubildenden, Ausbildern und Berufsschullehrern.

4.3 Ergebnisse der Stellenanzeigenanalyse und der BIBB-BAuA- Erwerbstätigenbefragung

Für eine erste Analyse der Stellenanzeigen wurde auf Daten aus dem Jahr 2011 zurückgegriffen. Insgesamt sind dies 702.492 Stellenanzeigen, davon 182.367 Stellen für Auszubildende. Diese Stellen wurden nach den für das Projekt relevanten Untersuchungsgruppen gefiltert. So wurden insgesamt 25.108 Anzeigen (darunter 10.480 Anzeigen für Ausbildungsstellen) identifiziert, die in die Wortsuchen einbezogen wurden. Auf die medienproduzierenden Berufe fielen 3.286, auf die über 25 Prozent medienanwendenden 10.245 und die gering medienanwendenden Berufe 11.576 Anzeigen.

Die Ergebnisse der Wortsuche zeigen deutliche Unterschiede hinsichtlich der Anforderungen der einzelnen Berufsgruppen. So findet sich der Begriff „Medien“ am häufigsten bei den Medienprodu-

[4] Unter Augmented Reality versteht man die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Dazu gehört z.B. die visuelle Darstellung von Informationen, also die Ergänzung von Bildern oder Videos mit computergenerierten Zusatzinformationen oder virtuellen Objekten mittels Einblendung und Überlagerung. Google Glass ist der Markenname eines am Kopf getragenen Miniaturcomputers. Er ist auf einem Brillenrahmen montiert und blendet Informationen in das Sichtfeld ein. Dazu können Daten aus dem Internet unmittelbar einbezogen und versendet werden.

zenten. Bei den Medienanwendern hingegen hat er bei lediglich ein bis zwei Prozent der Anzeigen nur marginale Bedeutung. Ein anderes Verhältnis zeigt sich beim Schlagwort „Office“: Es wird in 33 Prozent der Anzeigen für medienanwendende Berufe >25% genannt und in 22 Prozent der Medienproduzenten. Bei den Medienanwendern <25% spielt das Thema Office eine nur sehr geringe Rolle. Der Begriff „Social Media“ findet bei allen drei Berufsgruppen nahezu keine Erwähnung; selbst bei den medienproduzierenden Berufen findet er sich in lediglich 0,3 Prozent der Anzeigen. Dies kann jedoch der Tatsache geschuldet sein, dass diese technische Entwicklung erst seit wenigen Jahren eine größere Bedeutung erlangt hat. Im Gegensatz dazu ist das Schlagwort „Kommunikation“ in jeder der zu untersuchenden Berufsgruppen von Bedeutung.

Die rein quantitativ angelegte Wortsuche ist nur eingeschränkt aussagekräftig, da die Zusammenhänge der Nennungen nicht berücksichtigt und Umschreibungen von Anforderungen nicht erfasst werden**.** Im Rahmen der geplanten qualitativen Stellenanzeigenanalyse soll dies jedoch genauer untersucht werden.

Die Analyse der BIBB-BAuA-Erwerbstätigenbefragung ergab auf die Frage nach Tätigkeiten, die im weiteren Sinne Medienkompetenz berühren, deutliche Unterschiede zwischen den Berufsgruppen. So finden sich „Recherchetätigkeiten und Computernutzung nicht nur als Anwender“ überdurchschnittlich häufig bei den Medienproduzenten und Medienanwendern >25%, bei den Medienanwendern <25% hingegen unterdurchschnittlich. Betrachtet man die Entwicklung des durchschnittlichen Anteils der am Computer verbrachten Arbeitszeit von 2006 zu 2012 zeigen sich gegenläufige Richtungen bei den Berufsgruppen. Bei den Medienproduzenten sank er von 66,3 auf 57,0 Prozent, im Gegensatz dazu hat er sich bei den Medienanwendern <25% von 27,5 auf 66,3 Prozent mehr als verdoppelt. Die Einführung von neuen Computerprogrammen fand sich in 2006 in allen Berufsgruppen in ähnlichem Umfang, in 2012 hingegen in den medienproduzierenden überdurchschnittlich häufiger als bei den Medienanwendern. Webseitengestaltung und/oder -betreuung kommt bei allen Berufsgruppen vor, jedoch in unterschiedlichem Ausmaß. So finden sich diese Tätigkeiten bei über zwei Dritteln der Medienproduzenten, bei knapp einem Drittel der Medienanwender >25% und immerhin knapp 18 Prozent bei Medienanwendern <25%. Diese Ergebnisse zeigen, dass der Umgang mit digitalen Technologien nun in fast allen der untersuchten Berufe zur beruflichen Tätigkeit gehört. Diese Erkenntnis soll im Laufe der Untersuchung mit den Erkenntnissen insbesondere aus den betrieblichen Fallstudien und den schriftlichen Befragungen gespiegelt werden.

5. Zielerreichung

Meilensteinplanung

Nr.	Meilenstein (MS)	Termin Soll	Termin Ist
MS 1	Projektstart	01.01.2013	01.01.2013
MS 2	Projektziele formuliert/Projektplan erstellt	I/2013	I/2013
MS 3	Sekundäranalyse erstellt	II/2013	II/2013
MS 4	1. Sitzung des Projektbeirates	II/2013	05.10.2013
MS 5	Qualitative Primärerhebungen (Experteninterviews)	III/2013	IV/2013
MS 6	Zwischenbericht	I/2014	I/2014
MS 7	2. Sitzung des Projektbeirates	I/2014	15.05.2014
MS 8	Präsentation im Projektkolloquium	II/2014	18.03.2014
MS 9	Präsentation UABBF (Wissenschaftlicher Beirat)	II/2014	
MS 10	Präsentation Wissenschaftlicher Beirat (UABBF)	II/2014	01.04.2014
MS 11	Qualitative Primärerhebungen (Interviews mit Personalverantwortlichen und Mitarbeitern)	II/2014	laufend
MS 12	Quantitative Primärerhebung	III/2014	
MS 13	Workshop zur Validierung	III/2014	
MS 14	3. Sitzung des Projektbeirates	IV/2014	
MS 15	Abschlussbericht erstellt	IV/2014	
MS 16	Transferveranstaltungen durchgeführt	IV/2014	
MS 17	Publikationen erstellt, referierter Beitrag eingereicht	IV/2014	

	2013				2014			
Arbeitspakete/Arbeitsschritte	**I**	**II**	**III**	**IV**	**I**	**II**	**III**	**IV**
Sekundäranalyse								
1. Sitzung des Projektbeirates								
Analyse von Aus- und Fortbildungsordnungen, Einstellungstests und Stellenanzeigen								
Qualitative Primärerhebung (Experteninterviews)								
Qualitative Primärerhebung (Interviews mit Auszubildenden und Ausbildern)								
Zwischenbericht								
2. Sitzung des Projektbeirates								
Projektkolloquium								
UABBF								
Wissenschaftlicher Beirat								
Quantitative Primärerhebung (schriftliche Befragung von Auszubildenden, Ausbildenden und Berufsschullehrer/-innen)								
Validierungsworkshop								
3. Sitzung des Projektbeirates								
Abschlussbericht								
Transfer (Fachtagungen, Workshops etc.)								
Erstellung von Publikationen einschl. referierter Beitrag								

Termin Soll Termin Ist

6. Ausblick und Transfer

Auf Grundlage der Ergebnisse der Literaturanalyse und der Experteninterviews wurden zwei Interviewleitfäden zur Befragung von Auszubildenden und Ausbildern bzw. Personalverantwortlichen in den Unternehmen erstellt, die in den kommenden Monaten im Rahmen betrieblicher Fallstudien durchgeführt werden. Die Auszubildenden werden zu den Themenbereichen Erwerb von Medienkompetenz vor der Ausbildung, Entwicklung von Medienkompetenz während der Ausbildung, Problemlösefähigkeit und ihren Empfehlungen zur Verbesserung der Vermittlung von Medienkompetenz an den beiden Ausbildungsorten Betrieb und Berufsschule befragt. Auch die Ausbilder bzw. Personalverantwortlichen sollen ihre Sicht bezüglich der tatsächlichen Medienkompetenz von angehenden Auszubildenden, der weiteren Entwicklung der Medienkompetenz im Unternehmen, der Problemlösefähigkeit von Auszubildenden sowie ihre Wünsche an Ausbildungsplatzbewerber, allgemeinbildende Schulen, Berufsschulen und das eigene Unternehmen äußern. Abgeschlossen wird die Befragung mit einem Ausblick in die Zukunft und der Frage, welche Auswirkungen die veränderte Mediennutzung voraussichtlich auf die Ausbildung haben wird.

Mit den betrieblichen Fallstudien wurde im Oktober 2013 begonnen. Sie werden voraussichtlich im Juni 2014 abgeschlossen. Die Ergebnisse dieser betrieblichen Befragungen bilden dann die Grundlage für die anschließende schriftliche Befragung von Auszubildenden, Ausbildern und Berufsschullehrern, um die tatsächliche Bedeutung der bis dahin vorgenommenen Definition von Medienkompetenz sowie den Ist-Stand der Medienkompetenz der Befragten zu ermitteln.

Parallel zu den genannten Untersuchungen werden die im Rahmen dieser Untersuchung relevanten Ausbildungsordnungen sowie Einstellungstests einzelner Unternehmen und Branchen analysiert. Des Weiteren werden qualitative Stellenanzeigenanalysen vorgenommen. Die Ergebnisse aller Untersuchungen werden abschließend dazu genutzt, eine umfassende Definition von Medienkompetenz in der Berufsausbildung zu entwickeln. Daraus werden Empfehlungen zur Berücksichtigung von Medienkompetenz in Ausbildungsordnungen und Zuordnungsvorschläge für Bildungsgänge des DQR abgeleitet.

Es wird angestrebt, mit dem Transfer in der zweiten Jahreshälfte 2014, nach Auswertung der betrieblichen Fallstudien, zu beginnen. Dazu gehören Vorträge auf Fachkonferenzen sowie Beiträge in Fachzeitschriften und mindestens einer referierten Zeitschrift. Nach Abschluss des Projektes ist die Erstellung einer Einzelpublikation geplant.

Anhang/Literaturverzeichnis

BAACKE, Dieter: Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. München 1973

BAACKE, Dieter: Medienkompetenz? Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In: VON REIN, Antje (Hrsg.): Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Bad Heilbrunn 1996, S.112-124

BALCERIS, Michael: *Medien- und Informationskompetenz - Modellierung und Messung* von Informationskompetenz bei Schülern. Dissertation: Universität Paderborn 2011

BONATO, Marcellus: Wissensstrukturierung mittels Struktur-Lege-Techniken: Eine graphentheoretische Analyse von Wissensnetzen. Frankfurt am Main 1990

BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG UND FORSCHUNG (Hrsg.): Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur. Medienbildung für die Persönlichkeitsentwicklung, für die gesellschaftliche Teilhabe und für die Entwicklung von Ausbildungs- und Erwerbsfähigkeit. Berlin 2010.-
URL: http://www.bmbf.de/pub/kompetenzen_in_digitaler_kultur.pdf (Stand: 22.10.2012)

DEWE, Bernd; WEBER, Peter-J.: Wissensgesellschaft und Lebenslanges Lernen. Eine Einführung in bildungspolitische Konzeptionen der EU. Bielefeld 2007

DÖRGE, Christina: Informatische Schlüsselkompetenzen –Konzepte der Informationstechnologie im Sinne einer informatischen Allgemeinbildung. Dissertation: Universität Oldenburg 2012

EUROPEAN ASSOCIATION FOR VIEWERS INTEREST EAVI (Hrsg.): *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels - Final Report.* 2010.-
URL: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf (Stand 23.01.2014)

GROEBEN, Norbert: Dimensionen der Medienkompetenz. Deskriptive und normative Aspekte. In: GROEBEN, Norbert; HURRELMANN, Bettina (Hrsg.): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen; Funktionen.: Weinheim/München 2002, S.160-200

HACKEL, Monika; KLEBL, Michael: Qualitative Methodentriangulation bei der arbeitswissenschaftlichen Exploration von Tätigkeitssystemen,Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research (Bd. 9(3)) 2008

HOFFMANN, Bernward: Medienpädagogik. Eine Einführung in die Theorie und Praxis. Paderborn 2003

JENKINS, Henry: Media Literacy Begins at Home. MIT Technology Review, 1-2, 2003

JENKINS, Henry et al.: Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Digital Media and Learning.
URL: http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED536086.pdf (Stand: 23.10.2014)

JENKINS, Henry: Convergence Culture - Where Old and New Media Collide. New York und London, 2009

MAROTZKI, Winfried: Von der Medienkompetenz zur Medienbildung. In: BRÖDEL, Rainer/ KREIMEYER, Julia (Hrsg.): Lebensbegleitendes Lernen als Kompetenzentwicklung. Analysen - Konzeptionen - Handlungsfelder. Bielefeld 2004, S. 63-74.

MOSER, Heinz; GRELL, Petra; NIESYTO, Horst (Hrsg.): Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik. München, 2011

PIETRAß, Manuela: Mediale Erfahrungswelt und die Bildung Erwachsener. Bielefeld, 2006

PIETRAß, Manuela: Medienkompetenz und Medienbildung – zwei unterschiedliche theoretische Positionen und ihre Deutungskraft. In: MOSER, Heinz; GRELL, Petra; NIESYTO, Horst (Hrsg.): Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik. München 2011, S. 121-135

RECHENBERG, Peter: Was ist Informatik? Eine allgemeinverständliche Einführung. München/Wien, 1991

SCHEELE, Brigitte; GROEBEN, Norbert: Die Heidelberger Struktur Lege Technik (SLT). Weinheim 1984

TUDOLZIECKI, Gerhard: Medienkompetenz als Ziel schulischer Medienpädagogik. In: Arbeiten und Lernen. 7, H. 30, S.13-17, 1998

ZORN, Isabel: Medienkompetenz und Medienbildung mit Fokus auf Digitale Medien. In: MOSER, Heinz; GRELL, Petra; NIESYTO, Horst (Hrsg.): Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik: München 2011, S. 175- 210