

Mediale Redlichkeit. Wahrheitsstreben und suggestive Berichterstattung

3. Termin *wie*__wirlebenwollen

SPIELRAUM für Alle, Innsbruck am 8. Jänner 2017

Digitale Medienkultur. Kommunikationsmedien im 21. Jahrhundert

- Verwechslungen. Die Rolle von Medien
- Medienkultur und Mündigkeit
- Medien und Glaubwürdigkeit



Verwechslungen. Die Rolle von Medien

Medienhistorische Perspektive

Technikdeterminismus

Medientechnologien eröffnen Möglichkeitsräume

Gesellschaftliche Aushandlung von Funktion und Medienpraktiken

Digitale Medienkultur in eben diesem Aushandlungsprozess

Plädoyer für Unaufgeregtheit

Euphorie und Kulturpessimismus begleiten jeden Medienumbruch

Herbert Marshall McLuhan (1964): Orale Zeitalter – das gesprochene Wort; Gutenberg Galaxis – das Buch; elektrische Medien – Massenmedien (Radio, TV, Zeitung) -> heute Zeitalter der Netzwerkmedien (keine unidirektionalen Massenmedien, jedoch Wechselwirkungen))

Medien der Bedürfnisse und der Sehnsucht

Medientechnologien als gesellschaftliche Wunschmaschinen (Hartmut Winkler (1997): Docuverse – Zur Medientheorie der Computer)

Heutiger Kontext:

Kehrseite der Erosion von Wahrheitsmonopolen

Sehnsucht nach

- * Orientierung, Stabilität und Einfachheit angesichts von Dynamik, Verunsicherung und Veränderung
- * Selbstvergewisserung
- * Kontakt und Bezugnahme aufeinander/Spiegelung und Geselligkeit -> Echoraum Internet
- * Sofortige Umweltresonanz (Martin Altmeyer (2016): Auf der Suche nach Resonanz)
- * Selbstwirksamkeit

Medien und Lebenswelt: Medienkultur

„Wie wir leben wollen“ – Fragen der allg. Lebensführung,
Frage nach dem guten Leben

Medienkultur zentral, da maßgeblich für Identitätsbildung,
Wissenskulturen, Geschichtsbewusstsein (Archiv) u.v.a.m.

Grundlage des Verstehens heutiger Gesellschaften

Aktuelle online-Nutzung

2016: 84% der Deutschen* sind online. 65% täglich. Tendenz ‚always on‘

Meistgenutzt: Smartphone 66% (98% der 12-19 J.)

Online-Tätigkeiten: Suchmaschine nutzen, Instant-Messaging (z.B. Whatsapp/Threema), Nachschlagewerke (Wikipedia), online communities (Facebook), Fotocommunities (Instagram), Blogs

Beliebteste Dienste: Whatsapp (bereits 35% der 10-11J., wichtigste App bei über 90% der Jugendlichen) und Facebook (41% Onliner ab 14 J.)

*Aktuelle repräsentative Nutzungsstudien:
Mini-KIM, KIM und JIM-Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest
ARD/ZDF-Onlinestudie

Medienfunktionen

Institut für Medienforschung



Universität Siegen

Medienwandel

Produkte

- Äußerungen (mdl., schriftl.)
- Artikel
- Buch
- Radio-Beitrag
- TV-Beitrag
- Internet-Beitrag
- ...

Kognition

- Kreativität
- Wahrnehmungsstile
- Denkstile
- Verhaltensmuster
- Erwartungen / Ziele
- Wünsche
- Vorlieben
- Abneigungen
- ...

Politik

- Gesetze / Förderung
- Kunstfreiheit
- Steuerprivileg
- Preisbindung
- Zulassung
- Kontrolle
- ...

**Praktiken der
PRODUKTION
DISTRIBUTION
REZEPTION**

Technik

- Kommunikation
- Ton
- Bild / Bewegtbild
- Telekommunikation
- ...

Ökonomie

- Geschäfts-Modelle
- Kostenstrukturen
- Ressourcenverfügbarkeit
- Wirtschaftlichkeit
- Markt
- ...

Kultur

- Lebensstile
- Ästhetiken
- Werteinstellungen
- Umweltgestaltung
- ...

- Startups
- Etablierte
- Berufe
- Agenturen
- Organisationen
- Verlage
- Rundfunk-Anstalten
- INDUSTRIEN



Medienkultur und Mündigkeit

Medienbildung: Wissen* um...

- * Verhältnis von Medien und Wirklichkeit, Wirklichkeitsdarstellung sowie Virtualität
- * Produktion und Distribution -> Interessen und Absichten
- * Mediensprachen
- * Nutzung und Wirkung (z.B. Aufmerksamkeitsökonomie; aktuell Matthew Crawford (2016): Die Wiedergewinnung des Wirklichen)

* Wissen <-> Information

Medienbildung: Analyse und Bewertung

- ✿ von medialen Wirklichkeitsdarstellungen
- ✿ Quellenkritik
- ✿ Reflexion der eigenen Medienproduktion
- ✿ Formensprache und Gestaltungsmittel von Medientexten und medialen Inszenierungen
- ✿ Reflexion der Wirkung auf das Selbst- und Weltbild und damit auf Werte und Verhaltensweisen

Medienbildung: Handeln

- * Bewusste Angebotsauswahl in der eigenen Mediennutzung
- * Reflektierte Beteiligung an medialen Inhaltserstellungen
- * Kreative Nutzung medialer Möglichkeiten

Aktuelle Herausforderungen

- ✿ Informationelle Selbstbestimmung
- ✿ Rechtliche Unsicherheiten, Anbieter in die Pflicht nehmen
- ✿ Bewusste Auswahl von Software, z.B.
 - Google-Alternativen Startpage, Duckduck u.a.
 - Chrome oder IE-Alternativen Tor-Browser, Firefox
 - doodle-Alternativen wie foodle
 - Whatsapp-Alternativen wie Threema oder Signal
- ✿ Breite gesellschaftliche Diskursbeteiligung um Technisierungsprozesse (intelligente Software, internet of things, Robotik etc.)



Medien und Glaubwürdigkeit

Diskussionsausblick

Einschätzung Jugendlicher*

Glaubwürdigkeit der Medien bei widersprüchlichen Berichten:

41% Tageszeitung

25% Fernsehen

18% Radio

15% Internet

Mit steigendem Alter der Befragten wird das Internet als seriöser bewertet. Wer im Zweifel auf das Internet setzen würden (n=176) orientiere sich an Spiegel Online (20 %), gefolgt von Google (13%), Platz drei belegt Facebook (11%).

*JIM-Studie 2016

Aufdecken von Falschmeldungen

<http://hoaxmap.org/> - Neues aus der Gerüchteküche

<http://www.mimikama.at/> - Online-Fakes

<http://www.foxsearch.com/> - Suchmaschine für Falschmeldungen im Internet

<http://www.bildblog.de/> - begonnen 2004 mit Hinterfragen von deutschen Bild-Artikeln

<http://www.factcheck.org/> - US

Thesen zur Diskussionsüberleitung

1. Teil des Aushandlungsprozesses um den digitalen Strukturwandel und der Neuorganisation von Gatekeeper-Rollen
2. Verantwortungsübertragung auf Einzelperson (notwendiger Grad der Informiertheit jedoch sozialromantische Verklärung)
3. Problematisch: Komplexitätsreduktion und Legitimität
4. Medienkompetenz unerlässlich
5. Relevanz von Medienbildung