



Medienimpulse  
ISSN 2307-3187  
Jg. 61, Nr. 1, 2023  
doi: 10.21243/mi-01-23-08  
Lizenz: CC-BY-NC-ND-3.0-AT

# Die Öffentlichkeit der Medienpädagogik. Eine realistische Utopie aus dualistischer Perspektive

Christian Swertz

*Medienbildung und Medienkompetenzvermittlung erfordern die Gestaltung heterogener Öffentlichkeiten als vielfältiges Medienensemble. Im Beitrag wird vorgeschlagen, zu diesem Zweck Freie Medien, öffentlich-rechtliche Medien, kommerzielle Medien, Staatsmedien und wissenschaftliche Medien klar differenziert zu gestalten.*

*Media education and the teaching of media literacy require the shaping of heterogeneous publics through a diverse media ensemble. In the article, it is suggested that for this purpose free media, public media, commercial media, state media and scientific media should be clearly differentiated.*

## 1. Einleitung

Mediengestaltung ist ein unstrittig relevantes Ziel medienpädagogischer Praxis und wesentlicher Gegenstand medienpädagogischer Theorie (Iske/Barberi 2022). Dabei geht es meist darum, Menschen dazu anzuregen, Medien aktiv und kreativ zu gestalten (Schmölz 2020). Eine aktive und kreative Gestaltung von Medienstrukturen wird dagegen selten vorgeschlagen.

Der Mangel an Vorschlägen zur Gestaltung von Medienstrukturen ist problematisch, wenn der Aufbau des Vermögens der Medienkritik gefordert wird (Niesyto 2020). Denn wenn nur die kritische Reflexion von Medieninhalten und Medienstrukturen als Ziel gesetzt wird, ist das Ergebnis vermutlich Hoffnungslosigkeit, Verzweiflung und Frustration, weil mit Kritik ohne kreative Optionen keine Aussicht auf Verbesserungen verbunden werden kann. Das kann eine schwere Mediendepression auslösen, die sich etwa in einem Vertrauensverlust in Medien äußert. Wegen dieses Risikos wird eine kritische Reflexion in dualistischen Medienpädagogiken (Meder 1986; Baacke 1997) immer mit einer handlungsorientierten Gestaltung verbunden. Damit wird die kritische Reflexion zur Grundlage einer kreativen Gestaltung gemacht.

Bei der Gestaltung von Medien geht es in der medienpädagogischen Praxis meist um die Gestaltung von individuellen Medienprodukten (Hug 2011). Zur Gestaltung von Medienensembles finden sich dagegen keine Vorschläge; wie Öffentlichkeit als Medienensemble gestaltet werden sollte, wird selten diskutiert. Auch Bürger:innenmedien kommen allenfalls am Rande vor (Trültzsch-

Wijnen 2012): Freie Radios (Hostnig 2012) werden in der wissenschaftlichen Medienpädagogik nur selten, freie Fernsehsender (Lindner 2014) oder freie Zeitungen (Grubescic 2014) nur sehr selten und freie Kinos überhaupt nicht thematisiert.

Diese Lücke ist problematisch, weil damit zwar die Kritik von Medieninhalten auf eine kreative Gestaltung bezogen wird, die Kritik von Medienstrukturen aber nicht. Das ist theoretisch unbefriedigend, weil mit einer Kritik von Medienstrukturen, mit der keine Vorschläge für Medienstrukturen verbunden werden, nur die Reproduktion, nicht aber die Gestaltung von Entwicklungen möglich ist. Damit werden praktische Projekte nachhaltig ausgebremst. Es ist daher erforderlich, nicht nur die Kritik von Medienstrukturen, sondern auch die Gestaltung von Medienstrukturen als Arrangement eines Medienensembles zur Gestaltung von Öffentlichkeit zum Gegenstand medienpädagogischer Theorie und Praxis zu machen.

Dazu wird hier eine realistische Utopie (Swertz 2012) für die Gestaltung von Medienstrukturen aus medienpädagogischer Sicht in demokratischer Absicht (Barberi/Swertz 2020) vorgeschlagen. Der Vorschlag wird mit einem Vorschlag zur Positionierung der Medienpädagogik gegenüber diesen Strukturen ergänzt. Der Vorschlag ist erstens, Medienstrukturen als Medienensemble aus freien Medien, öffentlich-rechtlichen Medien, Staatsmedien und kommerziellen Medien zu gestalten und zweitens eine professionalisierte medienpädagogische Praxis in erster Linie auf Freie Medien zu beziehen.

Methodisch wird der Vorschlag am Beispiel von Österreich durch eine problematisierende Beschreibung der bestehenden Medienstrukturen und den Bezug auf den realdialektischen Medienbildungsbegriff (Meder 2016) sowie das demokratische Prinzip der Gewaltenteilung (Hardt/Negri 2013) begründet.

## 2. Die Öffentlichkeit

In Österreich, das hier als Exempel verwendet wird, ist auf den ersten Blick eine dem Vorschlag entsprechende Medienstruktur vorhanden. Denn es gibt Freie Medien, öffentlich-rechtliche Medien, Staatsmedien und kommerzielle Medien. Allerdings erhalten die kommerziellen Medien in Österreich jährlich etwa 50 Millionen Euro aus Steuermitteln ([https://www.rtr.at/medien/was\\_wir\\_tun/foerderungen/Startseite.de.html](https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/Startseite.de.html)) sowie etwa 210 Millionen Euro aus staatlichen Werbeschaltungen (<https://www.derstandard.at/story/2000141824287/regierung-wirbt-fuer-33-5-millionen-euro-im-jahr>). Darum handelt es sich bei kommerziellen Medien vor allem um staatliche Medien. Das ist bei Social Media, die ebenfalls über Werbeschaltungen staatlich subventioniert werden, ebenfalls, wenn auch in geringem Umfang, der Fall. Im Falle von Social Media wird jedoch die technische Infrastruktur mit erheblichen Steuermitteln aufgebaut. Die einzige Ausnahme von solchen Subventionen ist die in Wien erscheinende Obdachlosenzeitung „Augustin“, die ihre Einnahmen nur durch Verkäufe und Spenden erzielt.

Gleichzeitig werden in Staatsmedien, etwa der „Wiener Zeitung“, deren Eigentümer der Staat ist, Werbeschaltungen von kommerziellen Unternehmen akzeptiert (<https://www.wienerzeitung.at/mediasales/>). Der Umfang der erzielten Einnahmen ist vermutlich gering (genauere Daten sind nicht bekannt), erzeugen aber ein gewisses kommerzielles Moment. Das gilt auch für die für kommerzielles Denken entscheidende Auflagenziffer, die in der aktuellen Diskussion relevant gemacht wurde (<https://www.derstandard.at/story/2000139738449/die-wiener-zeitung-hat-ausgedruckt-erste-ausgabe-aus-1703-zum>). Damit unterliegt die „Wiener Zeitung“ als Staatsmedium zumindest in diesen Hinsichten auch kommerziellen Momenten.

Ähnliches gilt für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ORF). Der ORF muss nach meiner Rechnung etwa 35% der Kosten durch Werbung und Verkäufe decken (<https://der.orf.at/kundendienst/gebuehren/index.html>). Daher ist der ORF nicht nur ein gebührenfinanziertes, sondern auch ein kommerzielles Medium. Durch den mehrheitlich von der Regierung bestellten ORF-Stiftungsrat, der die Chefredakteur:in ernennt, besteht zugleich ein Einfluss der Regierung, durch den die Struktur eines Staatsmediums implementiert wird. Dazu kommt, dass Teile der Rundfunkgebühren für eine Kulturförderung verwendet werden, die mit öffentlichem Rundfunk wenig zu tun hat (<https://www.gis.at/gebuehren>), so dass die Gebühren teilweise wie Steuern verwendet werden. Damit handelt es sich beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk auch um ein kommerzielles Staatsmedium.

Freie Medien werden in Österreich durch Steuermittel finanziert, und zwar im Bereich der Sach- und der Personalkosten. Darüber hinaus sind manche Freie Medien in Österreich als GmbH organisiert; eine Organisationsform, mit der weder eine freie, geheime und gleiche Wahl der Geschäftsführung bzw. der Chefredaktion vorgesehen wird noch die Bilanz offen gelegt werden muss. Immerhin wird in Bürger:innenmedien, soweit bekannt, auf Werbeeinnahmen verzichtet und eine institutionalisierte Steuerung durch staatliche Institutionen gibt es nicht. Wegen der Finanzierung durch Steuermittel ist aber die Vermutung naheliegend, dass es sich um Staatsmedien handelt; produziert wird jedenfalls im staatlichen Auftrag.

Wissenschaftliche Medien werden durch den Staat finanziert und sind zugleich oft als kommerzielle Medien organisiert (Ortelbach/Seidenfaden/Hagenhoff 2006). Kommerziellen Medien ist es sogar gelungen, den durch die Open Science-Bewegung (<https://ocsdnet.org/>) formulierten und praktizierten Anspruch freier Wissenschaftskommunikation (Rummler 2021) durch Article Processing Charges (APC) zu kommerzialisieren (Hagner 2018) und damit die Idee freier Wissenschaftsmedien zu korrumpieren. Die Kommerzialisierung geht so weit, dass kommerzielle Kennziffern wie der Impactfactor für die Bewertung wissenschaftlicher Praxis selbst im Zuge der Besetzung von Stellen im Forschungsbereich herangezogen werden. Insofern sind wissenschaftliche Medien meistens keine wissenschaftlichen, sondern kommerzielle Medien.

Mit diesen Bemerkungen ging es zunächst darum, das Problem vor Augen zu führen. Das Problem besteht darin, dass die Strukturen des Medienensembles eine erhebliche Konvergenz aufweisen (Schorb u. a. 2008). Insbesondere ist eine Konvergenz von kommerziellen, staatlichen und öffentlich-rechtlichen Medien zu beobachten. Diese Medienkonvergenz, die in Medienkonvergenztheorien bisher vernachlässigt worden ist, legt es nahe, das Ensemble der bestehenden Medienstrukturen als staatlich-industriellen Medienkomplex (Hug/Madritsch 2020) zu bezeichnen.

Diese Gestaltung des Medienensembles als staatlich-industrieller Medienkomplex – der auch als bürgerliche Öffentlichkeit (Habermas 1990) bezeichnet wird – hat den Effekt, dass mit dem Mediensystem zwar ein Schein von Vielfalt erzeugt wird. Tatsächlich sind die materialen Strukturen der meisten Institutionen aber so ähnlich, dass die Vielfalt zu einer Einfalt wird. Zu vermuten ist, dass in allen Strukturen die monetarisierbare Aufmerksamkeit, ausgedrückt als Einschaltquote, Klickrate oder Auflagenhöhe, das entscheidende Kriterium ist, und alle Werte in diesen Wert inkludiert werden, der damit zum Wert der Werte gemacht wird.

Zwar spricht an anderen Stellen nichts gegen ein inklusives Medienensemble. Für die Gestaltung der Öffentlichkeit sind exklusive Strukturen aber konstruktiver, denn die Medienkonvergenz von kommerziellen, staatlichen und öffentlich-rechtlichen Medien verhindert Medienbildung, weil mit dem Umstand, dass material nur eine Medienrealität existiert, die Bewegung zwischen Medienrealitäten verhindert wird.

### 3. Medienbildung und Medienkompetenz

Medienbildung könnte durch die Gestaltung des Medienensembles, mit dem Öffentlichkeit produziert wird, angeregt werden, indem Anlässe für die Bewegung zwischen verschiedenen Medienrealitäten geschaffen werden (Swertz 2021). Dazu muss eine Bewegung zwischen Medienstrukturen ermöglicht werden.

Die Bewegung zwischen verschiedenen Medienstrukturen ist eine Bewegung zwischen den Strukturen von Medienrealitäten, und eine solche Bewegung kann zu einem Anlass für Medienbildung werden.

Ein Medienensemble, in dem viele Medien ähnliche materiale Strukturen aufweisen, ist dagegen kaum dazu geeignet, Medienbildung anzuregen. Mit einem homogenen Medienensemble wird Heteronomie in bewahrpädagogischer Absicht durchgesetzt, aber keine Autonomie im Sinne der Medienbildung gefördert. Denn durch ein homogenes Medienensemble wird eine Bewegung von Menschen zwischen Medienstrukturen und damit Medienbildung verhindert.

Das wirkt sich in der Medienkompetenzvermittlung aus, weil durch den Umstand, dass die Bewegung von Menschen verhindert wird, Partizipation blockiert und der Medienkompetenzvermittlung dadurch die Gestaltungsperspektive genommen wird. Die Medienkompetenzvermittlung kann angesichts eines homogenen Medienensembles nur auf die Akzeptanz dieser einen Medienstruktur (Habermas 2022) konzentriert werden, und wenn



dabei auf Differenzen etwa zwischen kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medien aufmerksam gemacht wird, ohne daran zu erinnern, dass diese Differenzen weniger substantiell als marginal sind, dann führt das nur zu einer Reproduktion der bestehenden Verhältnisse, regt aber kaum die autonome Gestaltung von Medien an.

#### 4. Medienstrukturen

Sinnvoller ist aus medienpädagogischer Perspektive eine Öffentlichkeit, die so gestaltet wird, dass ein heterogen strukturiertes Medienensemble erzeugt wird (Barberi/Swertz 2017); mit einem heterogenen Medienensemble wird zugleich dem demokratischen Prinzip der Gewaltenteilung (Hardt/Negri 2013) im Medienbereich entsprochen. Ein heterogenes Medienensemble, mit dem eine Bewegung zwischen Medienrealitäten ermöglicht und Medienbildung angeregt werden kann, kann in Österreich schon durch kleine Veränderungen der bestehenden Medienstrukturen erreicht werden. Erforderlich ist dafür

1. die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausschließlich über Gebühren (eine Gebührenerhöhung ist dafür, wenn die verfügbaren Daten zutreffend sind, nach meiner Rechnung nicht nötig; die erhobenen Gebühren müssten nur vollständig an den ORF gehen) bei Fortführung der Weisungsfreiheit der Journalist:innen und Abschaffung der politischen Kontrolle.

Ein anzunehmender Einwand gegen diesen Vorschlag ist, dass Journalist:innen dann willkürlich verfahren würden. Genau das ist aber die Absicht – es geht nicht darum, ein Staatsmedium zu

etablieren, sondern darum, ein journalistisches Medium zu etablieren. Ein politisches Problem entsteht dadurch nicht, weil Journalist:innen keine Machtbefugnisse zugestanden werden. Anders als weisungsfreie Richter:innen, denen die Macht zugestanden wird, Menschen die Freiheit entziehen zu lassen, haben Journalist:innen keine Macht über Menschen. Gleichzeitig sind auch weisungsfreie Journalist:innen an Gesetze wie etwa das Urheberrecht oder den Persönlichkeitsschutz gebunden, so wie auch Artikel 19 der Deklaration der Menschenrechte (Medienfreiheit) unter dem Vorbehalt von Artikel 1 der Deklaration der Menschenrechte (Würde des Menschen) steht, womit Willkür von vornherein ausgeschlossen ist. Ein zweiter anzunehmender Einwand ist, dass damit unfaire Wettbewerbsvorteile des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gegenüber kommerziellen Medien errichtet werden. Auch das ist Absicht, denn es ist in der Tat das Ziel des Vorschlags, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk dem Markt zu entziehen. Weil der öffentlich-rechtliche Rundfunk dann aber überhaupt nicht in die Marktkonkurrenz eintritt, können für Unternehmen, die im Medienmarkt aktiv sind, auch keine Nachteile entstehen.

Da die erwähnten Gesetze bereits geltendes Recht sind, ist lediglich eine kleine Änderung der Gebührenordnung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und die Abschaffung des ORF-Stiftungsrates erforderlich – die Leitung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sollte statt dessen in freier, geheimer und gleicher Wahl durch alle Mitarbeiter:innen gewählt werden.

Ergänzend könnte ausprobiert werden, ob es sinnvoll ist, Grundsätze der journalistischen Arbeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk in einer Art Medienprozessordnung gesetzlich zu fixieren. Grundlage für die Formulierung einer Medienprozessordnung liegen mit Theorien der Medienethik und dem vom Presserat veröffentlichten Ehrenkodex für die österreichische Presse vor. Nötig erscheint das bisher jedoch nicht.

2. die Finanzierung kommerzieller Medien ausschließlich über Verkäufe und Einnahmen aus nichtstaatlicher Werbung. Die

staatliche Förderung kommerzieller Medien sowie die staatlichen Anzeigenaufträge sorgen für eine Marktverzerrung, die in Österreich zu einem Marktversagen des Medienmarktes führt. Damit wird Innovation im Medienmarkt nachhaltig verhindert. Zugleich wird der Marktzugang für innovative Unternehmen blockiert, weil die Förderung auf etablierte große Unternehmen ausgerichtet ist. Das derzeit bestehende Oligopol, das durch diese Strukturen erzeugt und von Oligarch:innen beherrscht wird, ist jedenfalls keine wettbewerbsfähige Struktur.

Es ist auch wenig überzeugend, wenn die staatliche Förderung kommerzieller Unternehmen gelegentlich mit der Beobachtung gerechtfertigt wird, dass manche Medienunternehmen sich ohne Förderung nicht länger im Markt halten können, weil das Prinzip freien Unternehmer:innentums auf diesem Weg substantiell untergraben wird. Dass es in einem freien Markt auch zu Marktaustritten kommt, ist durchaus zu erwarten; vor allem, wenn es Unternehmen nicht gelingt, sich an Marktentwicklungen anzupassen.

Eine Rechtfertigung für staatliche Interventionen liefern solche Entwicklungen jedenfalls nicht. Es ist vielmehr erforderlich, Innovationen im Mediensystem durch den Rückbau staatlicher Marktmanipulationen und Marktverzerrungen zu ermöglichen. Staatliche Förderungen kommerzieller Medien müssen daher abgebaut werden. Eine Anregung der Anpassung von Medienunternehmen an Veränderungen im Markt ist jedenfalls erforderlich, damit die österreichischen Medienunternehmen wieder wettbewerbsfähig werden.

Mit dem Begriff der kommerziellen Medien sind hier Tendenzmedien mitgemeint. Das sind Medien, die von Interessengruppen produziert werden (Arbeiter:innenkammern, Wirtschaftskammern, Kirchen etc.). Auch in diesen Fällen ist eine staatliche Beteiligung, Subventionierung oder Werbeschaltung auszu-

schließen. Das Gleiche gilt selbstverständlich auch für andere kommerzielle Medien wie Social Media.

3. die Finanzierung staatlicher Medien ausschließlich über Steuermittel. Staatliche Medien sind Medien, die im Staatsbesitz sind. Das gilt in Österreich für alle Produkte der für die Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Abteilungen von Behörden und Ministerien sowie die für die Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Abteilungen von Regierungen auf der Ebene von Kommunen, Ländern und des Bundes und für die „Wiener Zeitung“. Dafür sind keine Änderungen erforderlich, denn diese Medien werden bereits staatlich finanziert.

Es könnte im Blick auf staatliche Veröffentlichungen allerdings sinnvoll sein, das Urheberrecht anzuwenden. Derzeit werden staatliche Veröffentlichungen von kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medien gelegentlich wörtlich reproduziert. Das ist eine Urheberrechtsverletzung, mit der die Unterscheidung von Medienstrukturen im Medienensemble erschwert wird, weil Rezipient:innen daran gehindert werden ohne Weiteres zu erkennen, von wem eine Information stammt. Das wäre viel einfacher, wenn Mitteilungen der Regierung in den Mitteilungen der Regierung erscheinen – und nicht in anderen Medien. Insofern könnte es sinnvoll sein, Staatsmedien Veröffentlichungen unter freien Lizenzen zu untersagen und sie dazu zu verpflichten, auf der Einhaltung des Urheberrechts zu bestehen.

Praktisch wäre es sinnvoll, wenn alle Bürger:innen (also alle Menschen, die im Staat leben) Staatsmedien kostenlos (bzw. durch Steuern bezahlt) abonnieren könnten. Dann können die Mitteilungen von Regierungen ohne Weiteres rezipiert und unproblematisch als Mitteilungen von Regierungen identifiziert werden.

4. die Bereitstellung der Produktions- und Distributionsmittel für Bürger:innenmedien bei gleichzeitigem Verbot von Einnahmen und der Bezahlung von Mitarbeiter:innen. Eine Ausnahme im

Blick auf die Bezahlung von Mitarbeiter:innen könnte eventuell die Wartung der Technik sein.

Diese Produktions- und Distributionsmittel (Print inkl. Plakate, Radio, TV, Streaming, Blogs etc.) sollen allen Bürger:innen zur Verfügung stehen. Ungünstig ist es, einen solchen Kanal nur einer Redaktion, nur einem Verein oder nur einem (gemeinnützigen) Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Denn dann können nicht alle Menschen den Kanal frei nutzen. Wenn nur ausgewählte (und nicht frei gewählte) Menschen über die Auswahl der Inhalte bestimmen können, wird die Struktur der Idee der freien Meinungsäußerung nicht gerecht. Besser ist es, wenn die Kanäle allen Bürger:innen zur Verfügung stehen. Gedruckt, gesendet und gestreamt werden soll alles, was von Bürger:innen eingereicht wird.

Es ist anzunehmen, dass eine solche Infrastruktur von Interessengruppen als Mittel für die Kommunikation ihrer jeweiligen Zwecke instrumentalisiert werden wird. Genau das ist die Absicht: Es soll allen Bürger:innen (nicht aber juristischen Personen) ermöglicht werden, sich an die Öffentlichkeit zu wenden – unabhängig von der vertretenen Meinung.

Allerdings sind Grenzen schon durch das Beschäftigungsverbot gesetzt. So wäre es z. B. nicht zulässig, dass Unternehmen oder staatliche Institutionen diese Kanäle verwenden, um Nachrichten zu verbreiten, die von lohnabhängig Beschäftigten oder Kapitalist:innen im Interesse von Unternehmen produziert worden sind, weil die Freien Medien nur für Inhalte verwendet werden dürfen, die von Menschen produziert worden sind, die für diese Tätigkeit nicht bezahlt werden und die damit keine Einnahmen erwirtschaften.

Ein Grenzfall sind Kapitalist:innen, die sich nicht im Interesse ihrer Unternehmen, sondern als Bürger:innen äußern, was selbstverständlich möglich sein sollte. Die Grenze zu ziehen ist ein empirisches Problem, das anhand einer sich entwickelnden Praxis leicht bearbeitet werden kann.

Unproblematisch sind beleidigende oder verleumdende Inhalte, Verstöße gegen das in Österreich bestehende Wiederbetätigungsverbot und Ähnliches, denn das ist bereits gesetzlich untersagt und es ist klar, dass Menschen, die Beiträge veröffentlichen, im Sinne des Presserechts für diese Beiträge verantwortlich sind.

Problematisch ist die Verteilung der Kanalkapazitäten im Falle knapper Ressourcen. Dafür müssen Lösungen in Abhängigkeit vom Kanal entwickelt werden – es ist klar, dass Plakate hier andere Lösungen erfordern als Streamingserver.

Ein Sonderfall der Freien Medien ist die Bereitstellung einer wissenschaftlichen Kommunikationsinfrastruktur durch Universitäten im Wege der Universitätsbibliotheken. Es ist klar, dass die Kommerzialisierung wissenschaftlicher Kommunikation fatal ist, weil es in der Wissenschaft um Wahrheit (Kant 1968) und nicht um Profit oder Macht gehen muss.

Daher ist es naheliegend, wissenschaftliche Kommunikation in Bürger:innenmedien zu integrieren. Die Prinzipien und Praktiken der Kommunikationskulturen von Wissenschaftsmedien nutzenden Wissenschaftler:innen unterscheiden sich aber so deutlich von der anderer Nutzer:innen von Medien, dass es sinnvoll sein könnte, eigene Wissenschaftsmedien einzurichten. Der Aufwand dafür ist gering, denn die nötige Infrastruktur stellen die wissenschaftlichen Bibliotheken in Österreich bereits zur Verfügung; erforderlich ist lediglich die Einrichtung von Layoutdiensten in den Universitätsbibliotheken, die allerdings weniger Kosten verursachen als die derzeit von Verlagen verlangten Abonnementgebühren.

In allen Medienstrukturen des Medienensembles müssen alle verfügbaren technischen Kanäle berücksichtigt werden. Für Bürger:innenmedien müssen etwa Hard- und Software für die digitale Produktion, Distribution und Konsumtion mit dem Internet ebenso bereit gestellt werden wie eine Infrastruktur für die analo-

ge Produktion, Distribution und Konsumtion von Printmedien wie Plakaten oder Zeitungen. Konkret ist etwa zu vermuten, dass die Etablierung einer steuerfinanzierten Bürger:innenzeitung, die von allen Bürger:innen ohne über die ohnehin gezahlten Steuern hinausgehenden Kosten abonniert werden kann, für alle Beiträge ausreicht. Dazu sei ergänzend die Bemerkung erlaubt, dass die Umsetzung der Vorschläge in Österreich nicht mehr Steuermittel oder Gebühren erfordert als die bestehenden Strukturen.

Wenn Menschen sich durch dieses Medienensemble und die Medienstrukturen in der Möglichkeit der freien Meinungsäußerung oder der politischen Partizipation eingeschränkt fühlen, sollte es mit den Medienstrukturen zumindest möglich sein, die Einwände öffentlich zu kommunizieren und so bei Bedarf Änderungen herbeizuführen.

Dass die Produktion einer Öffentlichkeit durch die Schaffung eines heterogenen Medienensembles eine öffentliche Diskussion der Medienstrukturen, des Medienensembles und eine regelmäßige Weiterentwicklung erfordert, ist selbstverständlich.

## 5. Die Öffentlichkeit der Medienpädagogik

Es ist zwar nur eine Vermutung, dass die vorgeschlagene Struktur des Medienensembles die Entwicklung verschiedener Medienrealitäten begünstigt. Aber schon die materialen Grundlagen der vorgeschlagenen Medienstrukturen des Medienensembles unterscheiden sich so deutlich, dass anzunehmen ist, dass die Unter-

schiede der mit den Strukturen erzeugten Medienrealitäten deutlich wahrnehmbar sein werden.

Mit dieser Gestaltung des Medienensembles wird ein Anlass zur Medienbildung geschaffen, weil die Heterogenität der Strukturen eine Bewegung zwischen den so angeregten Medienrealitäten ermöglicht. Entscheidend ist dabei, dass die Bewegung zwischen den Medienrealitäten nicht medial eingeholt, sondern nur subjektiv vollzogen werden kann. Es geht um eine Bewegung zwischen Medien, nicht um eine Bewegung in Medien. Wenn die Medien sich deutlich wahrnehmbar unterscheiden, dann kann die Bewegung zum Anlass werden, sich zu den Medienrealitäten und damit zu den Strukturen der Medien in ein Verhältnis zu setzen. Das ist eine Voraussetzung dafür, dass Menschen sich gegenüber den Medienrealitäten selbst bestimmen können.

Die vorgeschlagenen Strukturen ermöglichen auch die Vermittlung von Medienkritik im Blick auf Mediengestaltung, weil die Vermittlung von Medienkritik in der Absicht der Beteiligung an der Diskussion über die Medienstrukturen und im Blick auf öffentliche Äußerungen erfolgen kann.

Nun besteht derzeit in Österreich die Verpflichtung von Freien Medien, öffentlich-rechtlichen Medien und kommerziellen Medien, einen Beitrag zur Medienbildung zu leisten. Freie Medien wurden dabei nicht nur vom Staat damit beauftragt, Medienbildung zu vermitteln, sondern verstehen sich mitunter selbst als Medienbildungsanstalten.



Theoretisch und empirisch ist allerdings recht gut belegt, was passiert, wenn religiöse Institutionen (Grandt/Grandt 1997), Unternehmen (Wischmann u. a. 2022) oder Staaten (Vogel 1982) Bildungsinstitutionen betreiben: Die Menschen in den Bildungsinstitutionen kommunizieren die Interessen der Auftraggeber:innen. Es ist nicht anzunehmen, dass das im Falle von Medien anders ist. Vielmehr ist zu erwarten, dass die Ziele, Inhalte und Methoden der medienpädagogischen Arbeit den jeweiligen Strukturen des Mediums entsprechend gewählt werden (Herman/Chomsky 2008). Von Mitarbeiter:innen von Medien betriebene Medienbildung ist daher nicht sinnvoll, weil Medienbildung damit von vornherein unter Manipulationsverdacht steht und die Interessen der Lernenden kaum in den Mittelpunkt gestellt werden können. Der Ort professioneller Medienpädagogik sollte daher nicht im Medienensemble sein.

Eine von Medienstrukturen unabhängige medienpädagogische Organisation kann durch eine medienpädagogische Institution oder durch die Verortung in bestehenden Institutionen erreicht werden. Sinnvoll erscheint es angesichts der oft argumentierten Relevanz des Medienproblems, beides zu tun und dabei eine Gewaltenteilung durch die Berücksichtigung staatlicher und fachlicher Interessen zu realisieren.

Eine von Medienstrukturen unabhängige medienpädagogische Institution kann durch die Einrichtung medienpädagogischer Zentren erreicht werden. Um die Unabhängigkeit solcher Zentren zu verbessern, wäre ein Recht auf Medienbildung für alle Menschen

denkbar, so dass alle Bürger:innen das Recht hätten, die Einrichtung eines Medienzentrums zu verlangen und dieses in Anspruch zu nehmen. Damit wären die Medienzentren zugleich eher den Teilnehmer:innen als dem Staat verpflichtet. Eine solche Institution dürfte kein eigenes Medium betreiben, den Teilnehmer:innen aber durchaus vorschlagen, Beiträgen etwa in Bürger:innenmedien, wie z. B. einem Bürger:innenkino, zu veröffentlichen.

Bestehende Institutionen, in denen eine Verortung medienpädagogischer Angebote sinnvoll erscheint, sind Jugendzentren, Volkshochschulen und Bibliotheken. Damit wäre eine Verortung außerhalb der Medienstrukturen erreicht (Bibliotheken stehen etwas näher an Medienstrukturen, sind aber in der Regel keine Verlage), durch die eine Unabhängigkeit der Menschen, die Medienkompetenz vermitteln, aber schon deswegen nur teilweise erreicht werden kann, weil alle genannten Institutionen in erheblichem Umfang durch Steuermittel finanziert werden. Die Finanzierung in einem Markt anzustreben wäre in dieser Hinsicht allerdings keine Verbesserung. Günstiger wären Gebühren; der Aufwand scheint aber nicht nötig, weil es andere steuerfinanzierte Organisationen gibt (Gerichte, Universitäten), die trotz Steuerfinanzierung zumindest so weit unabhängig von staatlichen Interessen operieren, dass ein Versuch auf diesem Weg sinnvoll erscheint.

Um die nötige Unabhängigkeit medienpädagogischer Arbeit sicher zu stellen, ist es erforderlich, eine Kammer der Medienpädagog:innen bzw. einen Berufsverband der Medienpädagog:innen

einzurichten, der erstens erforderliche Qualifikationen für die Zulassung als Medienpädagog:in formuliert, zweitens die Zulassung vornimmt und drittens Standards für die medienpädagogische Praxis formuliert. Für professionell tätige Medienpädagog:innen wird damit die Möglichkeit geschaffen, unter Berufung auf fachliche Standards auch gegen die Interessen der jeweiligen Auftraggeber:innen zu handeln. Das Prinzip der Gewaltenteilung kann auch hier für die Selbstbestimmung gegenüber der staatlichen und fachlichen Fremdbestimmung genutzt werden. Das sollte im Übrigen auch Lehrer:innen einschließen, die Medienkompetenz in Schulen vermitteln.

Ähnliche Strukturen in anderen Feldern haben gezeigt, dass von einer solchen Struktur keine revolutionären Änderungen zu erwarten sind, es aber zumindest zu einer Gewaltenteilung kommt. Durch eine Aufteilung der auf die Öffentlichkeit einwirkenden Kräfte werden Freiräume für die medienpädagogische Arbeit geschaffen. Für professionell tätige Medienpädagog:innen entsteht durch die unterschiedlichen Medienstrukturen im Medienensemble ein Anlass dafür, die eigene Position und Aufgabe zu reflektieren. Damit wird die Vermittlung der Reflexion von Medien an eine Reflexion der Vermittlung gebunden – nicht zuletzt im Blick auf die Medien, die zur Vermittlung verwendet werden. Und genau das ermöglicht nachhaltige Medienbildung.

## Literatur

Baacke, Dieter (1997): Medienpädagogik (=Grundlagen der Medienkommunikation, Tübingen: Niemeyer.

Barberi, Alessandro/Swertz, Christian (2017): Strukturwandel der Öffentlichkeit 3.0 mit allen Updates, in: Binder, Ulrich/Oelkers, Jürgen (Hg.): Der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit, Weinheim: Beltz, 151–179.

Barberi, Alessandro/Swertz, Christian (2020): Doing Digital – Ein Beitrag zur Medienkompetenzvermittlung für Entscheidungsimpulse setzende Akteurinnen, in: Dander, Valentin/Bettinger, Patrick/Ferraro, Estella/Leineweber, Christian/Rummler, Klaus (Hg.): Digitalisierung – Subjekt – Bildung. Kritische Betrachtungen der digitalen Transformation, Opladen: Budrich, 77–96.

Grandt, Guido/Grandt, Michael (1997): Schwarzbuch Anthroposophie: Rudolf Steiners okkult-rassistische Weltanschauung, Wien: Ueberreuter.

Grubestic, Katharina (2014): Medienproduktionen in der Volksschule: Eine Klassenzeitung entsteht, in: Medienimpulse 52, 3, 1–8.

Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zur einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (2022): Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik, Berlin: Suhrkamp.

Hagner, Michael (2018): Open access, data capitalism and academic publishing, in: Swiss Medical Weekly, Vol. 148 No. 0708, online unter: <https://smw.ch/index.php/smw/article/view/2447/3786> (letzter Zugriff: 01.02.2023).

Hardt, Michael/Negri, Antonio (2013): Demokratie! Wofür wir kämpfen, Frankfurt am Main: Campus.

Herman, Edward S./Chomsky, Noam (2008): Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, London: The Bodley Head.

Hostnig, Helmut (2012): Plädoyer für eine Implementierung von Radio als Lernform, in: Medienimpulse 50, 1, 1–15.

Hug, Theo (2011): Sondierungen im Spannungsfeld von Medienaktivismus und handlungsorientierter Medienpädagogik, in: Medienimpulse 49, 2, 1–19.

Hug, Theo/Madritsch, Reinhold (2020): Globale Bildungsindustrie – Erkundungen zum Stand der Dinge in Österreich, in: Medienimpulse 58, 4, 1–55.

Iske, Stefan/Barberi, Alessandro (2022): Medienkompetenz – ein Beipackzettel, in: Medienpädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung 50, 21–46.

Kant, Immanuel (1968): Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?, in: Weischedel, Wilhelm (Hg.): Immanuel Kant. Schriften zur Anthropologie, Geschichtsphilosophie, Politik und Pädagogik, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 53–61.

Lindner, Georg (2014): Okto, in: Medienimpulse 52, 1, 1–8.

Meder, Norbert (1986): Der Sprachspieler – oder Kreativität als Selbstkonzept im Zeitalter der Information, in: Adam, Konrad (Hg.): Kreativität und Leistung. Wege und Irrwege der Selbstverwirklichung, Köln: Bachem, 140–149.

Meder, Norbert (2016): Philosophische Grundlegung von Bildung als einem komplexen Relationengefüge, in: Verständig, Dan/Holze, Jens/Biermann, Ralf (Hg.): Von der Bildung zur Medienbildung, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 179–210.

Niesyto, Horst (2020): Medienkritik und Medienpädagogik, in: MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung 37, 23–50.

Rummler, Klaus (2021): Open Access Zeitschriften in den Bildungs- und Erziehungswissenschaften. Ausgewählte Aspekte zum Betrieb wissenschaftlicher Fachzeitschriften, in: Schweizerische Zeitschrift für Bildungswissenschaften 43, 1, 116–128.

Schmölz, Alexander (2020): Die *Conditio Humana* im digitalen Zeitalter: Zur Grundlegung des Digitalen Humanismus und des Wiener Manifests, in: MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung 208–234.

Schorb, Bernd/Keilhauer, Jan/Würfel, Maren/Kießling, Matthias (2008): Medienkonvergenz Monitoring Report 2008, Leipzig: Universität Leipzig.

Swertz, Christian (2012): Utopologische Medienpädagogik. Ein Plädoyer für das methodische Bedenken der Zukunft, in: Blaschitz, Edith/Brandhofer, Gerhard/Nosko, Christian/Schwed, Gerhard (Hg.): Zukunft des Lernens. Wie digitale Medien Schule, Aus- und Weiterbildung verändern, Glückstadt: Verlag Werner Hülsbusch, 39–55.

Swertz, Christian (2021): Bildung, Verantwortung und digitale Daten, in: Medienimpulse 59, 3, 1–40.

Trültzsch-Wijnen, Christine (2012): Community Medien: Orte der Partizipation, politischen Bildung und Medienkompetenzförderung, in: Medienimpulse Bd. 50 Nr. 1.

Vogel, Peter (1982): Kritik der Staatspädagogik. Bemerkungen zur Tradition eines Problems, in: Zeitschrift für Pädagogik 28, 1, 123–138.

Wischmann, Anke/Spieker, Susanne/Salomon, David/Springer, Jürgen-Matthias (Hg.) (2022): Neue Arbeitsverhältnisse – neue Bildung (=Jahrbuch für Pädagogik, Weinheim Basel: Beltz Juventa.