

Werte- und Medienbildung in der Schule – endlich ein erfolgreiches Tandem?

1. Einleitung

Die rasante Entwicklung und Verfügbarkeit von digitalen Technologien haben die Art und Weise, wie Menschen miteinander kommunizieren, Informationen austauschen, Wissen erwerben und Handel treiben, grundlegend verändert. Die Omnipräsenz vielfältiger Medienprodukte und digitaler Artikulationsmöglichkeiten hat überdies einen tiefgreifenden Einfluss auf die Bildung und Sozialisation von Individuen und somit auch auf die Entwicklung von Wertvorstellungen und -haltungen. Kinder und Jugendliche sehen sich im Internet in vermeintlich gleichrangiger Weise mit einer Vielzahl an Meinungen und Wertvorstellungen (aus der Erwachsenenwelt) konfrontiert. Nicht alle davon entsprechen ethischen Maßstäben und können teilweise sogar als „Unwerte“ bezeichnet werden (vgl. Schorb/Wütscher 2015, S. 6–8). Hinzu kommt, dass Wertepriorisierungen sich in unserer Zeit auch innerhalb einer Generation zunehmend schneller wandeln (vgl. Rath 2015, S. 14). Nach welchen Kriterien sollen (junge) Menschen entscheiden, welche Werte für sie im Umgang mit Medien handlungsleitend sein sollen? Und wie können wir Erwachsenen sie dabei angemessen unterstützen, wobei wir doch auch selbst unsere diesbezüglichen Werthaltungen immer wieder auf ihre individuelle und gesellschaftliche Zeitgemäßheit hin überprüfen sollten?

2. Wertebildung versus Wertevermittlung

Wertevermittlung bezieht sich auf den bewussten Akt der Übertragung von vorgegebenen Wertvorstellungen und Normen von einer Generation zur nächsten, häufig durch autoritäre Instanzen wie Eltern oder Bildungseinrichtungen. Im Gegensatz dazu betont Schubarth den dynamischen Prozess der Wertebildung, der individuelle Erfahrungen, Reflexion und die Auseinandersetzung mit verschiedenen Einflüssen einschließt. Wertebildung geht über bloße Übernahme hinaus und ermöglicht es Individuen, ihre eigenen Wertvorstellungen zu entwickeln sowie kritisch zu hinterfragen. „Wertebildung betont im Unterschied zu ‚Wertevermittlung‘ und auch zu ‚Werteerziehung‘ den aktiven Anteil des Individuums bei der Aus-

einandersetzung mit der Umwelt und deren vielfältigen, zum Teil widersprüchlichen Werteangeboten“ (Schubarth et al. 2017, S. 53). Es handelt sich in Anlehnung an Hurrelmanns Sozialisationsbegriff (2012) um einen Prozess, in dessen individuellem Verlauf Werthaltungen und Wertekompetenzen erworben werden.

Wertekompetenz beschreibt ein Bündel an Wissen, Motivation und bestimmten kognitiven, motivationalen, volitionalen, sozialen und emotionalen Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein reflexives Denken über wertbezogene Situationen erlauben (vgl. Schubarth et al. 2017, S. 55). „Wertekompetenz ist die Fähigkeit, sich mit unterschiedlichen, mitunter auch konkurrierenden Werten und Werthaltungen konstruktiv auseinanderzusetzen und dabei ein eigenes handlungsleitendes Wertesystem auszubilden, mit Wertevielfalt und Wertekonflikten umzugehen sowie die Fähigkeit zu besitzen, wertorientiert zu denken, zu urteilen und zu handeln (Handlungskompetenz)“ (ebd., Hervorhebung im Original). Rath und Anselm führen in diesem Kontext die Begriffe der Werturteilskompetenz bzw. Wertereflexionskompetenz ein, da Werte „sich immer erst in konkreten Werturteilen“ (Rath 2015, S. 14) aktualisieren.

Vor allem die Schulen haben das Potenzial, die individuelle Wertebildung im Kontext der Medienbildung zu beeinflussen. Kinder und Jugendliche sind im institutionellen Rahmen des Schulsystems über einen längeren Zeitraum zu erreichen, wodurch Kontinuität geschaffen werden kann. Analog zu Spanhels Ansatz einer integrativen wertorientierten Medienerziehung (vgl. Spanhel 2011, S. 246 ff.) mit Ziel der Medienbildung wies Matthes bereits 2008 darauf hin: „Kein Fach darf sich also der Aufgabe des wertorientierten Unterrichtens entziehen; hierfür sind nicht Spezialfächer und auch nicht Spezialstunden verantwortlich“ (Matthes 2008, S. 39). Folglich bietet sich im schulischen Kontext der Begriff „Wertebildung“ im Gegensatz zu „Wertvermittlung“ an (vgl. Schubarth et al. 2017, S. 51–56). „Durch die anvisierte Auseinandersetzung mit und die Reflexion von Werten in pädagogischen Kontexten und vor allem durch den nur begrenzt pädagogisch beeinflussbaren Aneignungsprozess grenzt sich der hier präferierte, komplexere Begriff der ‚Wertebildung‘ von einer eher instrumentell-technokratischen Auffassung der ‚Wertvermittlung‘ ab“ (Schubarth/Gruhne/Zylla 2017, S. 53). Jedoch stellt sich die Frage, inwiefern die Wertebildung und Wertekompetenz im Gegensatz zu anderen Aspekten der Medienkompetenz bzw. Medienbildung überhaupt pädagogisch beeinflussbar ist. Auf der einen Seite sind z. B. durch die bayerische Verfassung klare Werte vorgegeben, die in der Schule *vermittelt* werden sollen. Auf der anderen Seite ist

die Ausbildung von Werten eine zu einem hohen Grad individuelle Aufgabe. So wird in der Erziehungswissenschaft von einer pädagogischen Differenz gesprochen, die ein Technologiedefizit zur Folge hat. Dieses beschreibt, dass pädagogisches Handeln immer mit einer gewissen Wirkungsunsicherheit einhergeht, die sich in der sozialen Dimension des Erziehens begründet. „Die These vom Technologiedefizit der Pädagogik besagt nicht nur, dass sich pädagogisches Handeln – wie das Handeln in allen anderen Professionen auch – als deutlich interaktives Handeln technischer Rationalisierung entzieht, sondern dass die Spezifität des Einzelfalls theoretisch-systematisches Wissen, auch wenn es in Erfahrung eingelassen ist, randständig werden lässt und das Fallverstehen zum Kern pädagogischer Kompetenz macht“ (Baumert/Kunter 2006, S. 471). Da erzieherisches Handeln zwei einzelne Operationen umfasst, nämlich die des Erziehens und die des Lernens, die wiederum Bildung überhaupt erst ermöglichen (vgl. Lederer 2013, S. 17 f.), besteht kein direkter Kausalzusammenhang zwischen diesen beiden Handlungen. So kann die lehrende Person zwar Angebote machen. Ob diese pädagogischen Bemühungen jedoch angenommen und umgesetzt werden, obliegt den Lernenden. Sie können „wählen“, ob auf das Handeln der Lehrkräfte reagiert wird oder nicht. Entscheidend sind die Fähigkeit und Bereitschaft der erziehenden Person (Lehrkraft), zu vermitteln, und die der lernenden Person (Schüler:in), die pädagogischen Bemühungen und Hilfen anzunehmen und umzusetzen (vgl. Prange 2011, Prange/Strobel-Eisele, 2006). „Die pädagogische Differenz lässt nicht zu, was der pädagogische Wille bewirken möchte“ (Prange/Strobel-Eisele 2006, S. 28). Das Konzept der Wertebildung mit dem Ziel der Wertereflexionskompetenz (vgl. dazu auch den Beitrag von Anselm in diesem Sammelband) hat große Chancen, die pädagogische Differenz in diesem Themenfeld zu minimieren. Dieses Konzept muss laut Rath mit der Kompetenz zur „Medienkritik“ verknüpft werden (vgl. Rath 2015, S. 17), denn „Medienkritik ist als ethische Dimension konstitutiv für Medienkompetenz überhaupt“ (ebd.).

3. Lehrkräfteprofessionalität als Voraussetzung für eine erfolgreiche werteorientierte Medienbildung

Diese Fragen sind nicht neu und werden in der (Medien-)Pädagogik immer wieder aufgegriffen (vgl. Rath 2015, S. 14). Die permanente Verfügbarkeit von Informationen und die hohe Relevanz sozialer Netzwerke stellen die traditionellen Wege der Wertebildung, z. B. im Rahmen des Religions- oder Ethikunterrichts oder im Elternhaus, vor große Herausforderungen. Häufig sind soziale Normen in einer pluralistischen Gesellschaft wider-

sprüchlich und zusätzlich in einer medialen Vermittlung oft nicht transparent (vgl. Trunk 2018, S. 78). Die vielfältigen Möglichkeiten der zunehmenden Digitalisierung aller Gesellschaftsbereiche macht es notwendig, sich vermehrt mit ethischen Aspekten zu beschäftigen. Nur so kann eine harmonische respektive angemessene Koexistenz zwischen technologischem Fortschritt und individuellen Werten gefunden werden. Die Entwicklungen im digitalen Bereich sowie deren Auswirkungen sollten im Einklang mit moralischen, ethischen und persönlichen Werten stehen, um sicherzustellen, dass technologischer Fortschritt nicht auf Kosten der Menschlichkeit geschieht (vgl. Grimm et al. 2019, S. 13). Die stetige Verfügbarkeit von Informationen und die hohe Relevanz sozialer Medien beeinflussen beispielhaft die traditionelle Wertevermittlung und können zu einem Spannungsverhältnis zwischen digitaler Interaktion und individuellen Werten führen. Werte sind das, was uns und anderen als erstrebenswert gilt. Sie manifestieren sich in sozialen Normen sowie Moralvorstellungen und werden in Gesetzen verbindlich festgeschrieben. Sie können materieller oder immaterieller Natur sein sowie Selbstzweck oder Mittel zum Zweck (Debatin 2016, S. 53–58). Dabei sind Werte vom jeweiligen Zeitgeist und Kulturkreis geprägt und können verschiedene Funktionen einnehmen (vgl. Grimm et al. 2019, S. 20). Es bedarf also eines gewissen Konsenses, um Werte definieren und vergleichen zu können. Gleichzeitig ermöglicht erst die Vielfalt an Wertesystemen und Lebensweisen eine freiheitlich-demokratische Gesellschaft. Wertepräferenzen konsolidieren sich dabei auch generationenspezifisch durch eine Orientierung an der Peergroup im Sozialisationsprozess (vgl. Rath 2015, S. 14 f). Somit ist es beispielsweise unvermeidbar, dass es zwischen Lehrkräften, Erziehungsberechtigten und Schüler:innen zu unterschiedlichen Werthaltungen kommt. Es wird deutlich, dass Werte interindividuell differenziert, wahrgenommen und gewichtet werden. Sie dienen als Leitlinien für Handlungen und Entscheidungen. Gleichzeitig beeinflussen sie Verhalten und Einstellungen von Menschen, sowohl bewusst als auch unbewusst. Gerade deshalb ist eine Beschäftigung mit Werten, vor allem im Zusammenhang mit Überlegungen zu digitalen sozialen Räumen, unabdingbar. Medien spielen im Sozialisationsprozess von Kindern und Jugendlichen eine zentrale Rolle. Sie werden als Hilfestellung zur Bewältigung von Entwicklungsaufgaben, wie z. B. Konfliktbewältigung, Identitätsbildung, Körperbild oder Geschlechterrollen, genutzt (vgl. Süß et al. 2018, S. 19). Insbesondere die sozialen Medien fungieren in diesem Kontext einerseits als Artikulationsinstrumente, indem sie Werthaltungen anbieten (vgl. Gebel/Wütscher 2015, S. 5), andererseits können sie selbst Werte schaffen (wie z. B. „Verfügbarkeit“, „Zugang zu Wissen“)

oder als materieller Wert fungieren (z. B. ein teures Smartphone) (vgl. Debatin 2016, S. 53–58). Sie liefern somit Handlungsangebote und -vorbilder, die in die individuelle Wertewelt Eingang finden können, aber nicht zwangsläufig müssen (vgl. Rath 2015, S. 16).

Die Ziele einer werteorientierten Medienbildung sind somit, Jugendliche zur Analyse und reflektierten Auseinandersetzung mit eigenen und fremden Werten zu befähigen, Heranwachsende bei der Bewältigung von inter- und intrapersonellen Wertekonflikten zu unterstützen und für die handlungsleitende Funktion von Werten zu sensibilisieren, um bei ihnen eine ethische Verantwortungshaltung gegenüber den Medien aufzubauen und zu stabilisieren (vgl. Spanhel 2011, S. 192 f.). Dies gilt heutzutage insbesondere für den Umgang mit Social Media, Online-Games und Konsumangeboten. Insgesamt trägt eine werteorientierte Medienbildung dazu bei, dass sich Jugendliche zu mündigen und kritischen Medienkonsument:innen und -produzent:innen entwickeln, die in der Lage sind, Medieninhalte im Kontext ihrer individuellen und gesellschaftlichen Wertekonstellation zu reflektieren, zu bewerten und aktiv mitzugestalten (vgl. ebd.).

Aufgrund der dargestellten zentralen Rolle, die digitale Medien als Sozialisationsinstanz für Kinder und Jugendliche einnehmen, ist die Schlussfolgerung naheliegend, dass Werte- und Medienbildung untrennbar miteinander verknüpft sind. Die Ausbildung von Wertekompetenz geht dabei mit der Möglichkeit zur gesellschaftlichen Partizipation im digitalen Raum Hand in Hand. Wichtig ist, Jugendliche dabei nicht in „hermetisch abgeschlossene Wertesysteme“ zu drängen, sondern sie in ihrem Prozess der Wertebildung zu begleiten und zur eigenständigen, reflektierten, tragfähig begründeten und zukunftsweisenden Entscheidungsfindung zu befähigen.

Neben der Vermittlung von Wissen und Kompetenzen hat die Schule als formale Bildungsinstanz explizit den Auftrag, zur Persönlichkeitsbildung beizutragen, das heißt Schüler:innen auch bei der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben zu unterstützen. Dies schließt eine Werteorientierung ausdrücklich mit ein. So ist beispielsweise in Artikel 131 der Bayerischen Verfassung der Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schulen beschrieben, der in großem Maß auf einen seit vielen Jahrzehnten statischen, spezifischen Wertekanon abzielt (vgl. Nida-Rümelin 2020, S. 120).

Reicht die bloße Vermittlung der in der Bayerischen Verfassung angesprochenen Werte auch als Fundament für eine adäquate Medienbildung in der Schule aus, insbesondere da sich auch die Entwicklungsaufgaben von Heranwachsenden in den letzten Jahrzehnten in vielerlei Hinsicht gewandelt haben (vgl. Quenzel/Hurrelmann 2022, S. 23–50)? Soll im Rahmen einer

werteorientierten Medienbildung somit eher einer deskriptiven oder normativen Ethik gefolgt werden (vgl. Nida-Rümelin 2020, S. 121)? Die Antworten hängen stark davon ab, inwieweit Lehrkräfte im Rahmen ihrer Tätigkeit überhaupt professionell dazu befähigt sind, Medienkompetenz bzw. besser Medienbildung in Kombination mit Wertebildung unter Wahrung einer nach Art. 7 Grundgesetz unabdingbaren Erziehungspartnerschaft mit den Erziehungsberechtigten adäquat umzusetzen. Baumert und Kunter (2006) verweisen in ihrem Modell professioneller Handlungskompetenzen von Lehrkräften auf die zentrale Rolle einer Wertebildung im schulischen Kontext. So nennen sie „professionelle Werte und Überzeugungen“ als einen von vier Kompetenzaspekten, welche die Kernelemente der Lehrer:innenbildung darstellen. Und auch im Ergänzungsdokument zum Strategiepapier „Bildung in der Digitalen Welt“ (2016) mit dem Titel „Lehren und Lernen in der digitalen Welt“ der Kultusministerkonferenz (KMK) aus dem Jahr 2021 wird unter 3.3 *Kompetenzen der Lehrkräfte* die „ethische Kompetenz“ (KMK 2021, S. 23) explizit als zunehmend wichtiger Bestandteil der Lehrkräfteprofessionalität im Zeitalter der Digitalität genannt (vgl. ebd.).

In der ersten Phase der Lehrer:innenbildung in Bayern wird dieser Forderung zunehmend Rechnung getragen. So gibt es z. B. seit Kurzem an der Universität Augsburg für Lehramtsstudierende die Möglichkeit, ein „Zertifikat Wertebildung“ zu erwerben. „Medienbildung und Digitalisierung“ ist hierin einer von drei Schwerpunktbereichen.¹ Auch an der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) gibt es seit dem Sommersemester 2022 ein „Zertifikat Werteerziehung und Lehrer:innenbildung“, dessen Curriculum die werteorientierte Auseinandersetzung mit medialen Inhalten mit dem übergeordneten Ziel des Erwerbs von „Wertereflexionskompetenz“ beinhaltet.²

4. Wertebildung und ihre Herausforderungen in einer digitalen Welt

Unsere Gesellschaft steht im Zeitalter der Digitalität vor neuen Herausforderungen, wenn es um die Vermittlung von Werten geht. Traditionelle

1 Weitere Informationen zum Zertifikat Wertebildung finden Sie unter: <https://www.uni-augsburg.de/de/fakultaet/philsoz/fakultat/schulpadagogik/zertifikat-wertebildung-das-sokrates-protokoll/>, letzter Zugriff: 28.09.2023.

2 Weitere Informationen zum Zertifikat Werteerziehung und Lehrer:innenbildung finden Sie unter: <https://www.mzl.lmu.de/de/aktuelles/newsuebersicht/news/zertifikat-werte-erziehung-und-lehrer-innenbildung.html>, letzter Zugriff: 28.09.2023.

Wertebildung liegt nicht mehr ausschließlich in der Hand von direkten Sozialisationsinstanzen, sondern wird zunehmend auch von digitalen Medien beeinflusst, wodurch neue Herausforderungen entstehen.

Wertebildung beginnt bereits in der Kindheit und stellt einen lebenslangen Prozess dar, der eng mit der Sozialisation und den Erfahrungen im familiären Umfeld verknüpft ist. Bereits im Kindergartenalter werden erste Grundlagen für die Entwicklung von moralischen Kompetenzen gelegt, die später das Verhalten und die Interaktionen des Kindes beeinflussen, wobei die vielfach empirisch belegte Werteskala von Shalom Schwartz und Kolleg:innen (1994, 1995) gemäß neueren Studien auch bereits die Wertestruktur von Fünf- bis Zwölfjährigen adäquat erfassen kann (vgl. Döring/Ciecuch 2018, S. 24 f.; vgl. Döring et al. 2016, S. 473 f.). Wertebildung ist nicht nur ein grundlegender Prozess der frühen Kindheit, sondern hat auch langfristige Auswirkungen auf die Persönlichkeitsentwicklung und das Verhalten (vgl. ebd.). Der Wertebildungsprozess wird im Wesentlichen durch diverse Einflussfaktoren wie Familie, Schule, Gleichaltrige und Medien gestaltet. Gerade wegen der zunehmenden Relevanz des letztgenannten Punkts ist es notwendig, in der Diskussion um eine erfolgreiche Wertebildung einen Blick auf Mediensozialisation zu werfen. Gleichzeitig sind alle Sozialisationsinstanzen längst durch mediale Kommunikation (mit)bestimmt. Mediensozialisation lässt sich von allgemeiner Sozialisation nicht separieren (vgl. Süss et al. 2018, S. 19). Unter Sozialisation im Allgemeinen verstehen wir nach Hurrelmann (2006) einen Prozess, „in dessen Verlauf sich der mit einer biologischen Ausstattung versehene menschliche Organismus zu einer sozial handlungsfähigen Persönlichkeit bildet, die sich über den Lebenslauf hinweg in Auseinandersetzung mit den Lebensbedingungen weiterentwickelt. Sozialisation ist die lebenslange Aneignung von und Auseinandersetzung mit den natürlichen Anlagen, insbesondere den körperlichen und psychischen Grundlagen, die für den Menschen die ‚innere‘ Realität bilden, und der sozialen und physikalischen Welt, die für den Menschen die ‚äußere‘ Realität bilden.“ Ziel von Sozialisation bzw. von Sozialisationsprozessen ist die Bewältigung von Entwicklungsaufgaben. Eine gelingende Sozialisation versetzt das Subjekt dabei in die Lage, grundlegende soziale Rollen und Wertvorstellungen der Bezugskultur und -gesellschaft zu erlernen und zu akzeptieren, andererseits jedoch auch Normen und Werte reflektierend zu hinterfragen (vgl. Vollbrecht 2014, S. 115). Mediensozialisation in Anlehnung an Hurrelmann „kann als die aktive Auseinandersetzung von Menschen mit Medienangeboten in einer medial geprägten Welt, die selbst wieder Denken und Handeln derselben beeinflussen kann, verstanden werden“ (Aufenanger 2022, S. 60). Theunert und

Schorb ergänzen in diesem Kontext, dass Kinder und Jugendliche „in den Prozessen der Produktion und des Feedbacks auf ihre Produkte eine breite Palette von identitätsrelevanten Erfahrungen machen [können]. Das gilt auch für diejenigen, die sie betrachten; sie können darüber Einblicke in persönliche, kulturelle und soziale Lebenswelten, in Sichtweisen, Werthaltungen und Gefühlslagen erhalten, auch wenn diese nicht in verbalen Formen expliziert sind“ (Theunert & Schorb 2010, S. 247). Mediensozialisation stellt dabei keine eigene, zusätzliche Sozialisation neben der „eigentlichen“ Sozialisation dar, sondern ist als Spezifikation zu verstehen (vgl. Vollbrecht 2014, S. 117). Medien kommen nicht sekundär in eine primär medienlose Welt hinein, die sie dadurch verändern – vielmehr sind Medien selbst Teil des Weltzugangs und damit der Erkenntnis (vgl. Süß et al. 2018, S. 19). Mediensozialisation umfasst alle Aspekte, bei denen Medien für die psychosoziale Entwicklung der Heranwachsenden eine Rolle spielen (ebd.). Differenziert wird dabei in eine „innere“ und eine „äußere“ Realität. Während Erstere den Einfluss von Medien auf Persönlichkeitsmerkmale durch deren Gebrauch und zugleich auch die Befähigung zur Auseinandersetzung mit Medien beschreibt, spiegelt Zweitere Mediensozialisationsprozesse wider, die eine Gesellschaft zu einem bestimmten historischen Zeitpunkt durchläuft und mit der sich die Menschen in Form von Aneignungsprozessen auseinandersetzen müssen. Es wird deutlich, dass Mediensozialisation als Grundbegriff der Medienpädagogik fungiert und dabei zwei Forschungsfelder fokussiert: erstens den Einfluss der Medien auf die Persönlichkeitsentwicklung von Menschen und zweitens die Entwicklung von Fähigkeiten für einen angemessenen Umgang mit Medien in einer durch diese geprägten Welt (vgl. Aufenanger 2022, S. 59).

5. Die Verknüpfung von Medienbildung und Wertebildung in Medienkompetenzmodellen und -rahmen in Deutschland

Medienbildung umfasst die Förderung von Medienkompetenz, um Menschen in die Lage zu versetzen, Medienangebote zu verstehen, zu nutzen, zu gestalten und kritisch zu hinterfragen. Ziel ist es, die Fähigkeiten zu entwickeln, sich in der digitalen Welt sicher zu bewegen, Informationen zu bewerten und Medien verantwortungsbewusst zu nutzen. Es handelt sich dabei kurz um den „Oberbegriff für alle bildungsrelevanten Aspekte mit Medienbezug“ (Tulodziecki et al. 2021, S. 192). Dieter Baacke hat bereits seit den 1990er Jahren mehrfach betont, dass die Kompetenz der „Medienkritik“ die Fähigkeit beinhaltet, Medien in drei Dimensionen bewerten zu

können: analytisch, reflexiv und ethisch (vgl. Baacke 2007, S. 98). Betrachtet man den aktuell gültigen Kompetenzrahmen zur Medienbildung an bayerischen Schulen des Staatsinstituts für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB), so werden zwar die Dimensionen „Analysieren und Reflektieren“ explizit als eigener Kompetenzbereich genannt, die ethische Dimension findet sich hingegen nur in Ansätzen im Kompetenzbereich 3 *Kommunizieren und Kooperieren* wieder, in dem es unter 3.4 heißt: „Umgangsregeln, ethisch-moralische Prinzipien sowie Persönlichkeitsrechte bei digitaler Interaktion und Kooperation berücksichtigen“ (vgl. ISB [Hrsg.] 2017). Ein expliziter Wertebezug oder eine eigene ethische Dimension ist darüber hinaus darin nicht zu finden. Hier folgt dieser Kompetenzrahmen sowie beispielsweise die Pendanten der Bundesländer Sachsen-Anhalt und Baden-Württemberg noch den „Minimalvorgaben“ des KMK-Strategiepapiers „Bildung in der digitalen Welt“ aus dem Jahr 2016 (vgl. KMK [Hrsg.] 2016, S. 14, 17). Im von der Kultusministerkonferenz herausgegebenen Ergänzungspapier „Lehren und Lernen in der digitalen Welt“ aus dem Jahr 2021 wird allerdings als „Prioritäre Maßnahme“ Folgendes formuliert: „Bei der Weiterentwicklung von Kompetenzrahmen sind [...] medienethische Fragestellungen sowie medienkritische Aspekte zu berücksichtigen“ (KMK [Hrsg.] 2021, S. 26). Im „Orientierungsrahmen Medienbildung in der allgemeinbildenden Schule“ des Bundeslands Niedersachsen findet sich dieser Aspekt bereits 2020 umgesetzt. Hier heißt es in den vorangestellten Erläuterungen: „Wir nehmen die Welt über Medien wahr. Medien liefern Material für die Konstruktion von Weltbildern und Lebensentwürfen. Medien beeinflussen unsere Vorstellung von Werten und Normen“ (vgl. Niedersächsisches Kultusministerium [Hrsg.] 2020, S. 5). Wertebildung und Medienbildung sind an zwei Stellen des Kompetenzrahmens explizit miteinander verknüpft:

„... analysieren und reflektieren den Einfluss von Medien auf gesellschaftliche Prozesse und Werte

... orientieren ihre Mediennutzung an (z. B. durch das Grundgesetz formulierten) Werten“ (vgl. ebd. S. 15).

Ebenso weisen die aktuell gültigen Medienkompetenzrahmen und Konzepte zur Medienbildung der Bundesländer Nordrhein-Westfalen, Saarland, Sachsen, Thüringen, Berlin-Brandenburg, Bremen, Hamburg und

Schleswig-Holstein bereits einen deutlicheren Wertebezug auf.³ Keine eindeutigen Ergebnisse lieferte die Recherche zu den Bundesländern Hessen, Rheinland-Pfalz und Mecklenburg-Vorpommern.⁴

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass der Grad an Verknüpfung von Werte- und Medienbildung in den Kompetenzrahmen der Länder noch stark variiert, insgesamt vonseiten der Kultusministerkonferenz seit 2021 aber eine noch deutlichere Verankerung in *allen* Bundesländern angestrebt wird, die es in den nächsten Jahren sowohl theoretisch als auch praktisch umzusetzen gilt. Inwieweit im Sinne einer integrativen, werteorientierten Medienbildung in den Lehrplänen der Bundesländer jenseits der Fächer Ethik und Religion konkrete Bildungsziele zu finden sind und welche spezifischen Werthaltungen dabei explizit und implizit im Vordergrund stehen, lohnt es sich künftig noch weiterführend zu untersuchen, beispielsweise aufbauend auf den Ergebnissen von Osterrieder und Banze (2022) (vgl. dazu auch den Beitrag von Osterrieder in diesem Band). Ebenso interessant ist diesbezüglich eine eingehendere Untersuchung der bereits zu diesem Zweck erstellten Bildungsmedien, z. B. von Klicksafe.de, dem Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF), der Stiftung Medienpädagogik oder dem Bayerischen Rundfunk sowie von flankierenden Programmen, wie z. B. „Werte machen Schule“ in Bayern.

6. Fazit

Eine erfolgreiche Medienbildung kann dazu beitragen, eine Generation heranzubilden, die Medien bewusst und kritisch nutzt, Falsch- und Desinformation erkennt sowie soziale Medien verantwortungsbewusst mitgestaltet. Der werteorientierte Zugang steht allen Lehrkräften als technologisch niederschwelliger Weg in die integrative Medienerziehung offen, unabhängig von der eigenen Medienaffinität, sofern ihnen genug Hilfestellungen in Form von professionell erarbeitetem Unterrichtsmaterial sowie entsprechende Aus- und Weiterbildungsangebote zur Verfügung gestellt werden. Die zunehmende Digitalisierung stellt die Bildungsinstitutionen vor Herausforderungen, da sie mit der Dynamik und Vielfalt digitaler Medien Schritt halten müssen. Zudem können negative Medieneinflüsse und

3 Die Recherche wurde über die auf dem Dt. Bildungsserver verlinkten Konzepte der Bundesländer durchgeführt. Dafür wurden die jeweils dort verlinkten Inhalte nach den Schlagworten „Wert(e)“ und „Ethik/ethisch“ durchsucht. Deutscher Bildungsserver (Hrsg.) (2023): Konzepte und Portale der Bundesländer zur Medienerziehung. Abrufbar unter: <https://www.bildungsserver.de/Konzepte-und-Portale-der-Bundeslaender-2884-de.html>, letzter Zugriff: 28.09.2023.

4 Vgl. ebd.

Abhängigkeiten von digitalen Medien die Wertebildung beeinflussen. Lehrkräfte müssen sich ihrer Vorbildfunktion bewusst sein und eine wertheorientierte Auseinandersetzung mit Medien vorleben. Eine ganzheitliche Medienbildung ist ohne Einbezug von Werten nicht mehr denkbar. Das Modell professioneller Lehrkompetenz nach Baumert und Kunter beinhaltet beispielsweise die Kompetenzfacetten „Überzeugungen und Werthaltungen“ sowie „Professionswissen“. In der Begleitung von Jugendlichen in der komplexen mediatisierten Lebenswelt sind kontinuierliche Weiterbildung, Wertheorientierung und Empathie unverzichtbar. Die Vermittlung von Medienkompetenz in Kombination mit Wertebildung sollte daher auch laut KMK (2021) integraler Bestandteil von Bildungseinrichtungen sein, um eine verantwortungsbewusste und wertheorientierte Gesellschaft im Zeitalter der Digitalität zu formen. Es ist notwendig, die Wechselwirkungen zwischen Medienbildung und Wertebildung noch besser zu verstehen und zu erforschen, um noch eine größere Anzahl an effektiven Bildungsstrategien sowie an professionellen und aktuellen Unterrichtsmaterialien und Weiterbildungsangeboten für Lehrpersonen entwickeln zu können, die einer mediatisierten Lebenswelt gerecht werden. Nur so können die Potenziale digitaler Medien genutzt und gleichzeitig kann eine nachhaltige Wertebildung gewährleistet werden.

Literatur

- Aufenanger, Stefan (2022): Mediensozialisation. In: Sander, Uwe/von Gross, Friederike/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: Springer VS, S. 59–66.
- Baacke, Dieter (2007): Medienpädagogik. Tübingen: Niemeyer.
- Baumert, Jürgen/Kunter, Mareike (2006): Stichwort: Professionelle Kompetenz von Lehrkräften. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, H. 4, Jg. 9, S. 469–520.
- Debatin, Bernhard (2016): Welche Werte vermitteln digitale Medien Heranwachsenden? In: merz, H. 1, Jg. 60, S. 53–58.
- Döring, Anna K./Cieciuch, Jan (2018): Die Theorie menschlicher Werte nach Shalom H. Schwartz und ihre Relevanz für die Erforschung der Werteentwicklung im Kindes- und Jugendalter. In: Döring, Anna K./Cieciuch, Jan (Hrsg.): Werteentwicklung im Kindes- und Jugendalter, Warschau: Liber Libri, S. 21–28.

- Döring, Anna K./Daniel, Ella/Knafo-Noam, Ariel (2016): Value development from middle childhood to early adulthood – New insights from longitudinal and genetically informed research. Introduction to the Special Section. In: *Social Development*, H. 3, Vol. 25, S. 471–481. doi: 10.1111/sode.12177.
- Gebel, Christa/Wütscher, Swenja (2015): Social Media und die Förderung von Werte- und Medienkompetenz Jugendlicher. Expertise zu den Potenzialen der Medienarbeit mit Social Media. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. In: https://www.jff.de/fileadmin/user_upload/jff/veroeffentlichungen/PDFs/2018_hochgeladen/Expertise_Jugend-Werte-Medien_Gebel_Wuetscher_jff_Muenchen.pdf [letzter Zugriff: 29.09.2023].
- Grimm, Petra/Keber, Tobias O./Zöllner, Oliver (2019): *Digitale Ethik. Leben in vernetzten Welten*. Bonn: Reclam.
- Hurrelmann, Klaus (2006): *Einführung in die Sozialisationstheorie*. Weinheim: Beltz.
- Lederer, Bernd (2013): Was ist Bildung nicht? Über Ähnliches, aber nicht Gleiches In: Ders. (Hrsg.): „Bildung“: was sie war, ist, sein sollte. Zur Bestimmung eines strittigen Begriffs. Fortführung der Diskussion. Baltmannsweiler: Schneider Hohengehren, S. 11–55. Onlineversion: <https://berndleder.at/wp-content/uploads/2020/04/Bildung.-Was-sie-war-ist-sein-sollte.-Buch-2.pdf> [letzter Zugriff: 29.09.2023].
- Matthes, Eva (2008): Werteorientierter Unterricht. In: Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus (Hrsg.): *Werte machen stark. Praxishandbuch zur Werteerziehung*. Augsburg: Brigg Pädagogik Verlag S. 38–44.
- Osterrieder, Martina/Banze, Anne-Christine (2022): *Kodierhandbuch zur Analyse impliziter Wertvorstellungen in Texten: Übertragung der Schwartzschen Wertekategorien in ein Kategoriensystem für eine strukturierende Inhaltsanalyse*. Otto-Friedrich-Universität Bamberg. <https://doi.org/10.20378/irb-53910>.
- Prange, Klaus (2011): Der didaktische Aspekt der Erziehung: das Zeigen. In: Kenkies, Karsten (Hrsg.): *Zeigen – Lernen – Erziehen*. Jena: Garamond Verlag, S. 21–34.
- Prange, Klaus/Strobel-Eisele, Gabriele (2006): *Die Formen des pädagogischen Handelns. Eine Einführung*. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Quenzel, Gudrun/Hurrelmann, Klaus (Hrsg.)(2022): *Lebensphase Jugend*. 14. überarb. Aufl. Weinheim: Beltz.

- Rath, Matthias (2015): „Werte-volle“ Medien? Medienpädagogik zwischen Wertevermittlung und Werturteilskompetenz. In: merz, Heft 3, Jg. 59, S. 10–18.
- Schorb, Bernd/Wütscher, Swenja (2015): Der Diskurs um Medien und Werte ist weiter zu fassen. Editorial. In: merz, Heft 3, Jg. 59, S. 6–9.
- Schubarth, Wilfried/Gruhne, Christina/Zylla, Birgitta (2017): Werte machen Schule. Lernen für eine offene Gesellschaft. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Schwartz, Shalom (1994): Are there universal aspects in the content and structure of values? In: Journal of Social Issues, Issue 4, Vol. 50, S. 19–45. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x>.
- Schwartz, Shalom/Breyer, Bianka/Danner, Daniel (2015): Human Values Scale (ESS). Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS). <https://doi.org/10.6102/zis234>.
- Spanhel, Dieter (2011): Medienerziehung. 2. unveränd. Aufl. München: kopaed.
- Süss, Daniel/Lampert, Claudia/Trültzsch-Wijnen, Christine (2018): Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. 3. aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS.
- Theunert, Helga/Schorb, Bernd (2010): Sozialisation, Medienaneignung und Medienkompetenz in der mediatisierten Gesellschaft. In: Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: VS Verlag, S. 243–254.
- Trunk, Janine (2018): Bin ich schön? Medienarbeit zu Stilvorbildern und Körperbildern. In medien concret, 1/2018, S. 78–80.
- Tulodziecki, Gerhard/Bardo, Herzig/Grafe, Silke (2021): Medienbildung in Schule und Unterricht. Grundlagen und Beispiele. Bad Heilbrunn: UTB.
- Vollbrecht, Ralf (2014): Mediensozialisation. In: Tillmann, Angela/Fleischer, Sandra/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: Springer VS, S. 115–124.

Über den Autor und die Autorin

Ines Hensch ist Gymnasiallehrerin für Deutsch, Geschichte und Medienpädagogik und aktuell als Lehrkraft für besondere Aufgaben an der Lehrprofessur für Digitale Medien der Universität Augsburg tätig. Forschungsschwerpunkte: Peer-to-Peer-Teaching in der Medienerziehung, wertorientierte Medienerziehung, Kooperation und Kollaboration von Lehrpersonen im digitalen Zeitalter, digitale Bildungsmedien (Schwerpunkt Lehr-/Lernvideos und Gamification / Digital Game-based Learning), mediale Resilienz.

Hannes Großhauser hat Erziehungswissenschaft, Psychologie und Soziologie studiert und ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Pädagogik der Universität Augsburg im Projekt Förderung der Lehrer*innenprofessionalität im Umgang mit Heterogenität (LeHet).