

MMB-Studie untersucht 52 Förderprojekte des BMBF

Rolle der Medienkompetenz im Berufsleben wird weitgehend unterschätzt

Essen/Berlin, 26. September 2011

Wenn Auszubildende oder Berufstätige mit Medien und IT zu tun haben, müssen sie oft noch lernen, mit diesen Werkzeugen souverän umzugehen. Ihr Alltagswissen aus der privaten Nutzung reicht dazu häufig nicht aus. Dies ist eines der Ergebnisse, die das MMB-Institut in einer Bestandsaufnahme von Förderprojekten des Bundesministeriums für Bildung und Forschung ermittelt hat.

Wenn heute von Medienkompetenz die Rede ist, sprechen wir in erster Linie über den bewussten Umgang von Kindern und Jugendlichen mit dem Internet. Viel seltener ist hingegen von Medienkompetenz für den beruflichen Alltag die Rede – und wie man Mitarbeiter dazu motiviert, ihre Medienkompetenz zu verbessern. Das Essener MMB-Institut hat in diesem Zusammenhang 52 Förderprojekte aus dem Programm „Neue Medien in der beruflichen Bildung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung daraufhin untersucht, welche Rolle das Thema Medienkompetenz hier spielt und welche Maßnahmen zur Erfassung und Förderung von Medienkompetenz ergriffen wurden. Ausgangspunkt und Anstoß für diese Untersuchung waren erste Ergebnisse zum Stand der Medienkompetenz in dem Förderprojekt „Mediencommunity 2.0“, an dem MMB als Partner mitwirkt.

Die Projekte richten sich an ein breites Spektrum von Adressaten, darunter auch Berufsgruppen, die nur über geringe Medienkompetenz verfügen. Bei Projekten, die sich an Auszubildende richten, zeigt sich zum Beispiel, dass Jugendliche nicht unbedingt die Medienkompetenz mitbringen, die sie für den Beruf benötigen. So nutzen sie zum Beispiel im Privatleben souverän die Sozialen Netzwerke, können diese Fertigkeiten aber oft nicht direkt auf das Arbeitsleben übertragen.

Die Förderprojekte haben zahlreiche Maßnahmen entwickelt, um die Medienkompetenz ihrer Zielgruppen zu fördern. Häufig bieten sie hierfür Präsenzschulungen oder „Blended Learning“-Kurse an, also einen Mix aus Lernen im Klassenraum und Online-Lernen. Eine Verwendung von digitalen Lernformen, beispielsweise mit Instrumenten des „Web 2.0“, ist seltener, wird aber von den Projektverantwortlichen durchweg positiv bewertet.

PRESSEMITTEILUNG

Wie die Medienkompetenzschulung der Zukunft aussieht, wenn die Anforderungen an die Mitarbeiter zum souveränen Umgang mit IT und Medien weiter steigen, da sind sich die Experten noch nicht einig. Ein Teil baut nach wie vor auf den Erwerb ausreichender Medienkompetenz in der Freizeit, ein anderer Teil sieht hier Schulen und Ausbildungsinstitutionen in der Pflicht. Eine wichtige Grundlage hierfür ist auf jeden Fall, dass „Medienkompetenz“ systematisch erfasst wird. Hierfür bieten die befragten Experten aus den Förderprojekten zahlreiche konkrete Vorschläge. Die MMB-Studie liefert letztlich auch eine weitere Bestätigung für die neue Förderrichtlinie des BMBF zur Stärkung der digitalen Medienkompetenz in der beruflichen Bildung.

Die Studie „Bestandsaufnahme zur Medienkompetenz in Förderprojekten des BMBF“ steht zum Download unter http://www.bmbf.de/pubRD/bestandsaufnahme_zur_medienkompetenz.pdf bereit.

Erarbeitet wurden die Ergebnisse im Rahmen des Projekts „Mediencommunity 2.0“, einem Projekt zum Aufbau eines Branchen-Lernportals für die Druck- und Medienbranche (www.mediencommunity.de).

Projektförderung:



Ansprechpartner:

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung

Dr. Lutz Goertz

Folkwangstraße 1
45128 Essen

Telefon: 0201 / 72027-0

Telefax: 0201 / 72027-29

E-Mail: goertz@mmb-institut.de

Internet: www.mmb-institut.de

Das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung wurde 1996 von Dr. Lutz P. Michel als "MMB – Michel Medienforschung und Beratung" in Essen gegründet. Das Institut beteiligt sich an der Gestaltung des Wandels zur Wissensgesellschaft – auf Basis verlässlicher Daten, die im Rahmen von Projekten, Studien und empirischen Untersuchungen mit innovativen Instrumenten erhoben werden. Die Ergebnisse präsentieren aktuelle Themen und Trends und bieten eine fundierte Grundlage nachhaltiger Empfehlungen für Entscheider in Politik und Wirtschaft. Als unabhängiges, privates Forschungsinstitut ist MMB u.a. im Auftrag von Unternehmen, Institutionen, Verbänden und öffentlichen Einrichtungen tätig.

Die aktuellen Forschungsthemen des MMB-Instituts beziehen sich auf die Verknüpfung von Arbeitswelt und Medien, auf Berufsbilder sowie auf die Entwicklung und Optimierung von Bildungskonzepten. Im Einzelnen arbeitet MMB derzeit auf den folgenden Themenfeldern:

- Arbeitsmarktforschung
- Qualifikationsbedarfs- und Berufsforschung
- Standortanalysen
- Digitales Lernen
- Begleitforschung / Evaluation
- Medienforschung
- Bildungs- und Kompetenzforschung

In deren Rahmen führt MMB empirische Untersuchungen durch, veranstaltet Expertenhearings und Workshops, moderiert Gesprächsrunden und leitet daraus Handlungsempfehlungen und Konzepte ab.