

Hartmann, Thomas

## Junge Erwachsene und das Bildungs- und Teilhabepotential digitaler Medien

Forum Erwachsenenbildung 52 (2019) 4, S. 35-38



Quellenangabe/ Reference:

Hartmann, Thomas: Junge Erwachsene und das Bildungs- und Teilhabepotential digitaler Medien - In: Forum Erwachsenenbildung 52 (2019) 4, S. 35-38 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-259982 - DOI: 10.25656/01:25998

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-259982>

<https://doi.org/10.25656/01:25998>

in Kooperation mit / in cooperation with:



**WAXMANN**  
[www.waxmann.com](http://www.waxmann.com)

<http://www.waxmann.com>

### Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

### Kontakt / Contact:

peDOCS  
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Mitglied der

  
Leibniz-Gemeinschaft

# » Junge Erwachsene und das Bildungs- und Teilhabepotential digitaler Medien

## I. Zerstreung, Ablenkung, Berieselung

Unter dem Titel „Unboxing YouTube“ veröffentlichte die Otto-Brenner-Stiftung im Frühjahr 2019 eine Studie, die der Frage nachgeht, ob es sich bei der größten und meistgenutzten Videoplattform im Internet um ein basisdemokratisches Medium zur kulturellen Selbstermächtigung oder um eine durchkommerzialisierte Werbeplattform handelt. Dafür wurden die 100 deutschen YouTube-Kanäle mit den höchsten Abonnentenzahlen ausgewertet. Im Ergebnis fanden die Forscher/innen heraus, dass die Mehrheit der Kanäle „inhaltlich von anspruchsloser, oft sogar platter und stark emotionalisierter Unterhaltung geprägt und zudem von Produktwerbung durchzogen“<sup>1</sup> sei. Nur vier der insgesamt 100 untersuchten Kanäle beschäftigten sich im weitesten Sinne mit Politik oder Wissen, der Rest widmete sich den Themen Musik, Gaming, Beauty und Lifestyle sowie schlichter Unterhaltung. Der Befund ist sicher richtig und besorgniserregend, leistet aber im Subtext auch den weit verbreiteten Vorurteilen über das Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen Vorschub, die nachweislich zu den Hauptnutzern der Videoplattform gehören. Wieder einmal geraten junge Menschen damit unter Generalverdacht, digitale Medien ausschließlich zur Ablenkung, Zerstreung und Berieselung zu nutzen. Wissenschaftlern wie dem Hirnforscher Manfred Spitzer spielen derlei Befunde in die Hände. Seit Jahren weist er darauf hin, dass „digitale Medien prinzipiell als geistige Nahrung für Kinder ungeeignet“<sup>2</sup> seien. Das von ihm empfohlene Gegenmittel zum stetig steigenden Medienkonsum lautet: Verzicht. „Meiden Sie die digitalen Medien. Sie machen (...) dick, dumm, aggressiv, einsam, krank und unglücklich“<sup>3</sup>, so Spitzers unmissverständliches Fazit. Ist das wirklich eine geeignete Strategie?

## II. Digitale Selbstbestimmung und Automatisierung

Digitale Medien sind zum festen Bestandteil unseres Alltags geworden. Vor allem das Smartphone hat unser aller Leben fundamental verändert. Im Einzelnen hat sich Vieles vereinfacht, doch insgesamt ist unsere Gesellschaft dadurch deutlich komplexer geworden. Der Medienkonsum, die Medienproduktion und die Mediendistribution haben sich grundlegend verändert. Das klassische Kommunikationsmodell mit nur einer Richtung, vom Sender zum Empfänger, ist längst passé. Durch die sozialen Medien sind wir alle zu Sendern, Empfänge-

r/inne/n und Produzent/inn/en von Medienbotschaften geworden. Zugleich hat die zunehmende Technisierung erheblichen Einfluss darauf, wie wir leben und arbeiten. Im Zusammenwirken mit vernetzten Haushaltsgeräten verwandeln digitale Assistenten unsere Häuser und Wohnungen in sogenannte „Smart-Homes“; skaliert auf einen größeren Maßstab werden ganze Städte so zu „Smart-Cities“. In ähnlicher Weise automatisiert sich auch unsere Arbeitswelt. Maschinen, Anlagen und Logistik kommunizieren und kooperieren direkt miteinander und machen menschliche Arbeitsleistung in vielen Produktionsbereichen praktisch überflüssig – eine Entwicklung, die sich unter dem Schlagwort „Industrie 4.0“ vollzieht. Auch die Monopolbildung der großen Internetkonzerne und ihr geschicktes Bemühen, die mit Hilfe ihrer Dienste gesammelten persönlichen Nutzerdaten gezielt auszuwerten und wirtschaftlich nutzbar zu machen, stellt uns vor neue Herausforderungen. Hinsichtlich digitaler Selbstbestimmung konfrontiert uns „Big Data“ mit ethischen und moralischen Grundsatzfragen einer neuen Dimension. Führt man sich die weitreichenden Folgen der beschriebenen Veränderungen vor Augen, dann wird klar, warum Fachleute die Digitalisierung als einen ähnlich einschneidenden kulturellen Wandel bezeichnen wie die Entstehung der Sprache, die Erfindung der Schrift und die Verbreitung des Buchdrucks.

## III. Hohe Ansprüche und enger Blickwinkel

Inmitten dieser tiefgreifenden Umbrüche wachsen Kinder und Jugendliche heute auf. Anders als die Generation ihrer Eltern oder Großeltern kennen sie keine Welt ohne digitale Medien – dementsprechend sind sie ihnen gegenüber auch kaum von Vorbehalten geprägt. Stattdessen machen sie sich die technologischen Errungenschaften wie selbstverständlich zu Nutze. Sie unterscheiden auch nicht zwischen Realität und Virtualität, denn beide Welten bilden für sie zwei Seiten derselben Medaille. Eltern, Lehrende und Erzieher/innen können ein Lied davon singen. Es scheint, als wären Kinder und Jugendliche heute permanent abgelenkt, weil sie so oft auf irgendwelche Bildschirme starren. Zu wenig neh-



Thomas Hartmann

Projektleitung Deutscher Jugendfilmpreis/Bundesfestival.Film./Deutscher Multimediapreis mb21  
Deutsches Kinder- und Jugendfilmzentrum (KJF)  
hartmann@kjf.de

<sup>1</sup> Frühbrodt, L. (2019): Unboxing YouTube – Im Netzwerk der Profis und Profiteure. Hrsg.: Otto Brenner-Stiftung, Frankfurt am Main, S. 6. Online verfügbar unter: [www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user\\_data/stiftung/02\\_Wissenschaftsportal/03\\_Publikationen/AH98\\_YouTube.pdf](http://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH98_YouTube.pdf)

<sup>2</sup> Spitzer, M. (2012): Digitale Demenz – Wir wir uns und unsere Kinder um den Verstand bringen, München, S. 135.

<sup>3</sup> S. o. A., S. 325.



Preisträger/innen 32. bundes.festival.film 2019

men wir dabei wahr, dass soziale Medien und digitale Plattformen ein substanzieller Bestandteil von Jugendkulturen geworden sind. Wir blenden auch allzu gern aus, dass Erwachsene sich kaum anders verhalten. Indes:

Wenn wir von Kindern und Jugendlichen einen kompetenten, kritischen und bisweilen auch enthaltsamen Umgang mit digitalen Medien einfordern, dann sind wir als erwachsene Vorbilder dazu angehalten, ebenso reflektiert damit umzugehen.

Eine der wesentlichen Herausforderungen der Medienpädagogik liegt derzeit darin, diese Disproportionalität auszutarieren. Das traditionelle Mantra der Medienpädagogik, die Vermittlung von Medienkompetenz, ist dabei fast zu einem Heilsversprechen geworden.

„Vermittlung von Medienkompetenz“ meint also, insbesondere junge Menschen zu einem verantwortungsvollen und selbstbestimmten Umgang mit Medienangeboten zu befähigen – und zwar nicht nur hinsichtlich ihres Medienkonsums, sondern vor allem auch hinsichtlich ihrer aktiven Mediennutzung. Diese Unterscheidung ist wichtig, denn welche Art

von Medienangeboten Kinder und Jugendliche nutzen und wie oft sie das tun, lässt noch keine klaren Rückschlüsse darüber zu, was sie mit Medien machen. Es lohnt sich in diesem Sinne darauf zu schauen, wie junge Menschen digitale Medien zum Ausdruck eigener Ideen und Sichtweisen nutzen.

#### IV. Kreative Mediennutzung durch Wettbewerbe fördern

Die Potentiale aktiver Mediennutzung zeigen sich zum Beispiel in den Jugendmedienwettbewerben, zu denen das Deutsche Kinder- und Jugendfilmzentrum (KJF) jedes Jahr einlädt. Bereits seit den 1970er Jahren schafft das Institut mit seinen Plattformen für Film, Fotografie und Multimedia Rahmenbedingungen für eine gezielte Förderung der aktiven Mediennutzung. Alle, die mit diesen Medienformaten experimentieren und nicht älter als 25 Jahre sind, können sich mit ihren Arbeiten an den Wettbewerben beteiligen – egal ob als Anfänger/in oder angehender Profi, mit einer Gruppen- oder Einzelarbeit, als Schulklasse oder Hochschulprojekt.

Die vielen Wettbewerbseinreichungen zeugen nicht nur von einem hohen technischen Verständnis der Teilnehmenden, sondern auch von deren gestalterischer Kreativität und inhaltlichem Anspruch. Mit ästhetischen Bildern, professionellen Filmproduktionen und interaktiven Anwendungen artikulieren die jungen Menschen eigene Sichtweisen und wirken ganz konkret auf gesellschaftliche Zustände und Prozesse ein. Beispielhaft dafür steht die Einreichung eines Neunzehnjährigen zum „Deutschen Multimediapreis“, der mit Hilfe eines kom-

Der Begriff „Medienkompetenz“ geht zurück auf die Theorien des Erziehungswissenschaftlers Dieter Baacke und umfasst im Wesentlichen vier Bereiche: Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung. (D. Baacke, Medienpädagogik. Tübingen 2007, (1. Aufl. 1997) (Grundlagen der Medienkommunikation 1))

plexen Online-Tools seine Heimatstadt bei der Abwicklung von Sachspenden für Geflüchtete effektiv unterstützte. In der Summe zeugen die eingereichten Medienproduktionen von einem ausgeprägten Reflexionsvermögen – und zwar nicht nur gegenüber der jeweils eigenen Lebenswelt, sondern auch gegenüber den Medien selbst. Damit sind die prämierten Arbeiten nicht nur Spiegel der medientechnischen Entwicklungen ihrer Zeit, sondern vor allem auch Ausdruck jugendkultureller Sichtweisen und Haltungen.

Zu Unrecht steht das Wettbewerbsformat dabei in Verdacht, Konkurrenzsituationen heraufzubeschwören oder Elitenförderung zu betreiben. Zum einen garantiert die Bewertung der Einreichungen in verschiedene Altersgruppen und Sonderkategorien Chancengerechtigkeit für alle Teilnehmenden. Zum anderen geht es in den Wettbewerben nur vordergründig um den Gewinn eines Geldpreises. Bei näherer Betrachtung zeigen sich die wirklich relevanten Lerneffekte für die Kinder und jungen Erwachsenen. So sind am Ende alle Nominierten zu einem Abschluss-Event eingeladen. Ihre Bilder werden bei der „photokina“, der weltgrößten Messe für Fotografie, ausgestellt und prämiert; Filmproduktionen werden im Rahmen eines Filmfestivals auf großer Kino-Leinwand gezeigt; ihre Multimediaprojekte lassen sich bei einem Festival für digitale Medienkultur bestaunen und ausprobieren. In diesem Rahmen lernen sich die Medienschaffenden nicht nur untereinander kennen, sondern stellen sich auch mutig den Fragen und Rückmeldungen von Besucherinnen und Besuchern. Die Veranstaltungen vermitteln so nicht nur Anerkennung und Wertschätzung für die eingereichten Arbeiten, sondern fördern auch kritische Diskurse darüber. Wer unmittelbar erleben kann, welche Wirkung seine Arbeit auf ein Publikum hat, der macht wichtige Selbstwirksamkeitserfahrungen. So gesehen bilden die Veranstaltungen ein gutes Korrektiv zu Chat-Kommunikation, Online-Kommentaren und virtuellen Filterblasen. „Bei Wettbewerben verdichten sich gewissermaßen die ‚guten Nebenwirkungen‘ der Kulturellen Bildung: das Erfahren von Lebensfreude und die Stärkung persönlicher Fähigkeiten und Kompetenzen“,<sup>4</sup> fasst Kirsten Witt von der Bundesvereinigung Kultureller Kinder- und Jugendbildung (BKJ) deren Potentiale zusammen. Sven Taddicken, einst selbst Teilnehmer beim „Deutschen Jugendfilmpreis“ und heute erfolgreicher Filmregisseur, beschreibt seine Erinnerungen rückblickend so: „Wenn man in einem Kino mit lauter fremden Menschen sitzt, während der eigene Film läuft, fängt man an, sich in die Köpfe und Gedanken dieser Menschen zu denken. Ich konnte meinen Film zum ersten Mal ‚mit neuen Augen‘ sehen – und auf einmal wusste ich, was ich da eigentlich gemacht hatte. Diese Erfahrung werde ich nie vergessen“.

#### Informationen zu den Medienwettbewerben des KJF

##### Deutscher Jugendfotopreis

1961 gegründet, entdeckt und fördert der *Deutsche Jugendfotopreis* junge Fototalente und unterstützt sie in Form von Auszeichnungen, Workshops, Ausstellungen und Veröffentlichungen dabei, die Fotografie als eine persönliche und künstlerische Ausdrucksform zu entwickeln.

[www.deutscher-jugendfotopreis.de](http://www.deutscher-jugendfotopreis.de)

##### Deutscher Jugendfilmpreis

Der *Deutsche Jugendfilmpreis* ist ein bundesweites Forum für die Filmproduktionen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Der Wettbewerb wird seit 1988 ausgeschrieben und zählt mit jährlich über 600 Einreichungen zu den reichweitenstärksten Veranstaltungen seiner Art.

[www.deutscher-jugendfilmpreis.de](http://www.deutscher-jugendfilmpreis.de)

##### Deutscher Generationenfilmpreis

Seit 1998 ist der *Deutsche Generationenfilmpreis* eine Plattform für Filmschaffende unterschiedlicher Generationen. Er richtet sich vor allem an ältere Filmemacher/innen und generationengemischte Teams. Jungen Filmemacher/innen bietet er ein Forum für die Themenbereiche „Alter und Altern“ und fördert so den Dialog zwischen den Generationen.

[www.deutscher-generationenfilmpreis.de](http://www.deutscher-generationenfilmpreis.de)

##### Deutscher Multimediapreis mb21

Der 1998 gegründete Wettbewerb zeichnet die digitalen, netzbasierten und interaktiven Arbeiten und Projekte junger Mediantalente aus. Egal, ob Website oder Blog, App oder Game, Podcast oder Video-Kanal: Alle, die digitale Medien nutzen, um ihre kreativen Ideen zu realisieren, können sich am Wettbewerb beteiligen.

[www.deutscher-multimediapreis.de](http://www.deutscher-multimediapreis.de)

Alle Medienwettbewerbe richten sich an Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene bis 25 Jahre. Das Deutsche Kinder- und Jugendfilmzentrum schreibt sie im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) aus und führt sie in Kooperation mit verschiedenen bundesweiten Partnern und Institutionen durch.

## V. Nicht nur technisch investieren

Im Grunde greift hier das elementarste Prinzip pädagogischer Praxis: *Beziehungsarbeit*. In Zeiten wachsender virtueller Erfahrungsräume, wird der direkte und unmittelbare Austausch miteinander wichtig wie nie. Der Soziologe Hartmut Rosa weist prominent auf das menschliche Bedürfnis nach „Resonanzenerfahrungen“, die er als Momente umschreibt, in denen unser Draht zur Welt „intensiv zu vibrieren“ und unser „Weltverhältnis zu atmen beginnt“.<sup>5</sup> Es wäre allerdings ein Fehler, virtuelle und reale Erfahrungsräume dabei gegeneinander auszuspielen. In Wissenschaft und Forschung wird längst vom „postdigitalen Zeitalter“ gesprochen. Nicht etwa, weil wir die Digitalisierung hinter uns gelassen hätten, sondern weil wir uns vergegenwärtigen müssen, dass das Digitale inzwischen zu einem ebenso elementaren Bestandteil unseres Le-

<sup>4</sup> Witt, K. (2013): Bundeswettbewerbe und Preise kultureller Bildung. Online verfügbar unter: <https://www.kubi-online.de/artikel/bundesweite-wettbewerbe-preise-kultureller-bildung>

<sup>5</sup> Rosa, H. (2016): Resonanz – Eine Soziologie der Weltbeziehung. Suhrkamp-Verlag, Berlin, S. 34.



DMP Filmfestival

bens geworden ist, wie die Luft zum Atmen – und deshalb immer mitzudenken ist. „Digitalität wird zum Hintergrund des Alltags. Sie muss nicht mehr explizit als „Digitalisierung“ thematisiert werden“<sup>6</sup> erläutert die Medienwissenschaftlerin Felicitas Macgilchrist. Nimmt man diesen Gedanken ernst, dann führen Einlassungen, die Verzicht und Verbot predigen, in die Irre, denn sie ignorieren die tatsächlichen Herausforderungen der Gegenwart.

Natürlich registriert auch die Medienpädagogik die negativen Begleiterscheinungen des Internets und der digitalen Medien, doch sie zieht daraus kaum noch restriktive Schlüsse, denn gerade vor diesem Hintergrund braucht es versierte, kritische und mündige Nutzer/innen. „Wir haben das Problem, dass das Internet eigentlich relativ kaputt ist, wir es neu aufbauen müssten und die ganze Zeit eine Operation am offenen Herzen durchführen“<sup>7</sup> beschreibt Markus Becketdahl, Gründer und Chefredakteur von *netzpolitik.org*, das gegenwärtige Dilemma. Angesichts seiner Diagnose wird deutlich,

warum es so entscheidend ist, gerade junge Menschen im selbstbestimmten Umgang mit digitalen Medien zu fördern: Nur so können wir sicherstellen, dass kommende Generationen in der Lage sind, eine digitale Gesellschaft souverän mitzugestalten. Es gilt, junge Menschen vor allem dabei zu unterstützen, die Potentiale digitaler Medien zu entdecken und in die Rolle aktiver Nutzer/innen zu finden, anstatt nur passive Konsument/inn/en und Datenlieferant/inn/en zu werden. Wie wichtig die Fähigkeit zum kreativen Denken und Handeln dabei ist, wird deutlich, wenn man den Worten von Laszlo Bock, einst Personalchef von *Google*, lauscht, der sagt: „Wir brauchen Leute mit Lust darauf, Antworten auf Fragen zu finden, die keine offensichtliche Antwort haben“.<sup>8</sup>

Übertragen auf die pädagogische Praxis bedeutet das, Rahmenbedingungen zu schaffen, in denen jungen Menschen Raum für das kreative Experiment gelassen wird. Diese Erkenntnis ist nicht neu, denkt medienpädagogische Zielsetzungen bislang aber noch zu wenig mit. Der im Mai 2019 beschlossene „DigitalPakt Schule“ soll das zwar ändern, fokussiert sich nach Ansicht vieler Kritiker aber zu sehr auf die technischen Herausforderungen digitaler Bildung.<sup>9</sup> Wichtiger als die modernste medientechnische Ausstattung sind jedoch umsichtige pädagogische Konzepte und Methoden, die von einer aufgeschlossenen Haltung gegenüber den Potentialen digitaler Medien getragen werden. Medienwettbewerbe leisten einen wichtigen Beitrag dazu, denn sie motivieren zur aktiven Mediennutzung, stellen eine Plattform für das kreative Medienhandeln junger Menschen zur Verfügung und setzen ihre Arbeiten öffentlichkeitswirksam in Szene. Solche Prozesse zu unterstützen und zugleich von und mit jungen Menschen zu lernen, darin liegt eine der zentralen Aufgaben von Eltern und Pädagog/inn/en. Anstatt über Verbote zu sprechen, sollten wir also Geboten und gemeinsamen Regeln für ein verantwortungsvolles Medienhandeln mehr Geltung verschaffen. Der Philosoph Richard David Precht bringt die paradoxe Herausforderung dieser Praxis auf den Punkt, wenn er sagt: „Intelligente Maschinen verlangen eine intelligente Nutzung. Und ihre virtuose Beherrschung schließt das Benutzen des Ausschaltknopfes mit ein“.<sup>10</sup>

<sup>6</sup> Macgilchrist, F. (2019): Digitale Bildungsmedien im Diskurs – Wertesysteme, Wirkkraft und alternative Konzepte. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ) – Bildung und Digitalisierung 2019, S. 22f.

<sup>7</sup> Becketdahl, M. (2019): Digital war mal besser. Keynote zur Eröffnung der *re:publica* 2019, online verfügbar unter: [www.youtube.com/watch?v=xDt69e\\_LPyc](http://www.youtube.com/watch?v=xDt69e_LPyc)

<sup>8</sup> Kucklick, C. (2015): Die granulare Gesellschaft – Wie das Digitale unsere Wirklichkeit auflöst, Berlin, S. 210.

<sup>9</sup> Vgl. Stellungnahme der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) vom 30.04.2019; online verfügbar unter: [www.gmk-net.de/wp-content/uploads/2019/04/gmk-stellungnahme\\_zum\\_digitalpakt\\_30042019.pdf](http://www.gmk-net.de/wp-content/uploads/2019/04/gmk-stellungnahme_zum_digitalpakt_30042019.pdf)

<sup>10</sup> Precht, R. D. (2018): Jäger, Hirten, Kritiker – Eine Utopie für die digitale Gesellschaft, München, S. 166.

» **schwerpunkt – Souverän und ohnmächtig in digitalen Zeiten**

*Ludwig A. Pongratz*

Digitalisierung und Neoliberalismus als Problemfelder der Erwachsenenbildung ..... 17

Je mehr sich die Erwachsenenbildung von sozioökonomischen und technologischen Trends in Beschlag nehmen lässt, um so mehr tritt ihr aufklärend-kritischer Impuls, der sie seit ihren Anfängen kennzeichnet, in den Hintergrund. Am Ineinandergreifen von Digitalisierung und Neoliberalismus im Feld der Erwachsenenbildung lässt sich dies beobachten.

*Andreas Mayert*

Digitalisierungsfolgen für die Arbeitswelt – und was allgemeine Erwachsenenbildung damit zu tun hat ..... 22

Mit Digitalisierung werden teils Heilserwartungen, teils Ängste vor Arbeitsplatzverlusten verbunden. Zu beobachten ist hingegen neben einer zunehmenden Polarisierung des Arbeitsmarkts in gute und miese Jobs, dass Unternehmen Big Data nutzen, um Fähigkeiten von Arbeitnehmern jenseits formaler Bildungsabschlüsse auf die Spur zu kommen. Der Gesetzgeber geht hingegen den gegenteiligen Weg, nur noch berufliche Erwachsenenbildung zu fördern. Das ist rückschrittlich und geht an den künftigen Erfordernissen der Arbeitswelt vorbei.

*Jan-Hinrik Schmidt*

Soziale Medien – Bühnen der Selbstinszenierung oder Raum authentischer Identitätsarbeit? ..... 27

Fördern soziale Medien mehr die Selbstinszenierung oder helfen sie mehr dabei, sich selbst authentisch auszudrücken? Beides kann stimmen, wie der Beitrag aus kommunikationssoziologischer Sicht erläutert: Die Selbstdarstellung in sozialen Medien ist eine Praxis, Norm und Kompetenz zugleich. Sie wird durch Medientechnologie und soziale Regeln gerahmt, aber eben nicht vorherbestimmt.

*Sebastian Lerch*

Subjektorientierung in digitalen Lebenswelten?  
Neue Herausforderungen und Möglichkeiten für die erwachsenenpädagogische Arbeit am Selbst ..... 31

Innerhalb der Erwachsenen- und Weiterbildung ist die Orientierung am denkenden und handelnden Subjekt ein zentrales Prinzip der Programmarbeit, Organisationsentwicklung und Verbandspolitik. Gegenwärtig verändert die Digitalisierung die Lebenswelten der Subjekte gravierend. Was dies für die erwachsenenpädagogische Arbeit und ihren Anspruch der Subjektorientierung bedeutet, möchte der Beitrag beantworten.

*Thomas Hartmann*

Junge Erwachsene und das Bildungs- und Teilhabepotential digitaler Medien ..... 35

Digitale Medien sind fester Bestandteil unseres Alltags. Gerade zwischen den Generationen führt ihre Nutzung aber immer wieder auch zu Konflikten. Oft sehen sich junge Menschen mit dem Vorwurf konfrontiert, Medien nur zu konsumieren, anstatt sie produktiv zu nutzen. Dass diese Perspektive allenfalls einen Teil der Wahrheit ausmacht, zeigen Medienwettbewerbe für Kinder und Jugendliche.



» **editorial**

*Steffen Kleint*  
Liebe Leserinnen und Leser, ..... 3

» **aus der praxis**

*Katina Tietke*  
Digitalisierung in der Familienbildung: Der Anfang ist gemacht!..... 6

*Janina Stiel*  
Bildung als Schlüssel zu mehr digitaler Teilhabe im Alter ..... 8

*Stefanie Laurion, Birgit Berg*  
„Resonanzräume für Sinnsucherinnen“ –  
Ein Blended-Learning-Angebot aus Niedersachsen ..... 10

*Magdalene Martensen*  
Religiöse Kommunikation in der evangelischen Familienbildung –  
ein Blick in die Praxis ..... 12

*Wolf-Dieter Scheid*  
Wir sind ein virtuelles Mehrgenerationenhaus..... 14

» **europa**

*Ulrike Jahn*  
TCA: Auf dem Weg zum erfolgreichen Projekt in Erasmus+ ..... 16

» **einblicke**

*Andreas Seiverth*  
Subjektorientierung ..... 39

*Ute Müller-Giebeler*  
Elternbildung als niedrigschwellige Erwachsenenbildung für alle ..... 42

» **jesus – was läuft?**

*Hans Jürgen Luibl*  
Oh happy end ..... 40

» **service**

Filmtipps ..... 45

Publikationen ..... 46

Veranstaltungstipps ..... 54

Impressum ..... 58