

## 1.1 Ästhetische Medienbildung

*Ästhetik* beschreibt wörtlich die Lehre der Wahrnehmung. Da Subjekte über ihre Sinne die Umwelt wahrnehmen, kann das als ästhetisch bezeichnet werden, was unsere Sinne anregt, Empfindungen und Gefühle auslöst. Die Ästhetik lässt sich darüber hinaus auch als „Weltbezug des Menschen“ beschreiben, der durch subjektive Wahrnehmung die Eigenschaften der Außenwelt aufnimmt (Röll 2007, S. 201). Damit schlägt die Ästhetik in die Kerbe des Konstruktivismus, in der die Konstruktion von Wirklichkeit individuell – von der eigenen sinnlichen Wahrnehmung ausgehend – geschieht. Da sich durch unsere Umwelt hervorgerufene Empfindungen und Gefühle selten aktiv steuern lassen, kann die Ästhetik auch als reflexhafte Auseinandersetzung mit uns und unserer Lebenswelt betrachtet werden.

Sinnliche Erfahrungen bilden den Kern der ästhetischen Bildung. „Kennzeichnend für die ästhetische Erfahrung ist die Vermischung von Kulturaneignung und Kulturproduktion“ (Röll 2007, S. 201). Nun könnte es als Wortklauberei abgetan werden, die ästhetische Bildung um den Medienbegriff zur „ästhetischen Medienbildung“ zu erweitern. Schließlich ist ästhetische Bildung ohne Medien kaum möglich. Es geht bei dem Begriff also primär um die Einbeziehung einer weiteren Perspektive und der Bewusstmachung weiterer Kontexte – und zwar der der Medien. Hierbei überschneiden sich die Praxisfelder Medien, Ästhetik und Bildung in vielen Bereichen, während sie zugleich ihre eigenen „Argumentationslinien“ behalten. Durch die rasante technologische Entwicklung werden die Schnittmengen der drei Praxisfelder ständig neu gesteckt (Zacharias 2013, S. 278). Der Gedanke, dass Lebenswelten zugleich Medienwelten sind, lässt den Rückschluss zu, dass auch Medienwelten durch die sinnliche Auseinandersetzung erfahrbar sein können und lebensweltliche Bezüge zu dieser hergestellt werden können.

## 1.2 Die Bedeutung ästhetischer Medienbildung

Nachdem in den vorherigen Kapiteln sowohl die Ästhetik wie auch die Medienbildung beschrieben wurden, gilt es nun zu betrachten, was die Kombination aus beiden Feldern, also die ästhetische Medienbildung, so bedeutend macht. Reiht man beide Definitionen aneinander ergibt sich für die ästhetische Medienbildung eine mediale und subjektiv sensorische Umweltwahrnehmung mit individuellem Selbstbezug und Schaffensraum.

Der Einfluss der ästhetischen Medienbildung strahlt dabei weit über seine definitorischen Grenzen hinaus. Die Sinneseindrücke stehen auf den ersten Blick im Vordergrund. „Dahinter“ offenbart sich der Raum als ebenso bedeutendes Element der ästhetischen Medienbildung, schließlich ermöglicht er den Übergang einer passiven, konsumierenden Haltung zu einer ausführenden, gestaltenden Tätigkeit. Der mediale Raum lässt sich dann als „...Potential von partizipativer Wirklichkeitsgestaltung“ verstehen (Zacharias 2013, S. 278). Damit kann die Ästhetik als eine Schlüsselkompetenz in der Medienbildung angesehen werden. Durch sie ist



es möglich die Welt in ihrer Struktur besser zu verstehen, sich selbst im Verhältnis zur Welt zu verorten und durch das eigene Schaffen zum besseren Verständnis der Weltsicht anderer beizutragen (Röll 2007, S. 201).

### **1.2.1 Die Ästhetische Medienbildung als produktive Auseinandersetzung mit der Zukunft**

Der ästhetische Einsatz von Medien eröffnet neue Erfahrungsräume. Diese befinden sich häufig abseits der messbaren Dimensionen unserer Welt. Anstatt der Frage, um welchen Prozentsatz der Internetkonsum von Jugendlichen im Vergleich zum Vorjahr gestiegen oder gefallen ist, ließe sich mit einer Zielgruppe durch die ästhetischen Medienbildung beispielsweise die Frage bearbeiten, inwiefern sich Begegnungen im digitalen Raum von denen im analogen Raum unterscheiden. Die Zielgruppe benötigt hierfür ein nicht geringes Maß an Reflexionsfähigkeit und muss „in sich hinein“ fühlen. Ästhetische Medienbildung kann damit – obwohl es um Gefühle und Sinne geht – sehr wohl analytisch sein. Die Analyse ist dabei in der Regel keine quantitative Analyse, sondern vielmehr eine emotionale, sinnhafte. Mit dem „In-sich-Hineinfühlen“ und dem Anstoß von Reflexionsprozessen fördert die ästhetische Bildung die Einbildungskraft und führt im Schaffensprozess zu symbolischen Entwürfen, Alternativen, Visionen und Utopien – mit dem Ziel „...jenseits existenter Wirklichkeiten anderes zum Erscheinen zu bringen, in gestalteten Ausdrucksformen, eben ästhetisch“ (Zacharias 2013, S. 277). Diese ästhetischen – und im Kontext dieser Arbeit vor allem medialen – Ausdrucksform spiegeln eine Momentaufnahme der inneren Befindlichkeit wider und eignen sich dadurch vor allem auch als Reflexionswerkzeug zur Thematisierung von Sinnfragen. Die Reflexion endet dabei nicht abrupt „vor der eigenen Tür“, sondern stellt gesellschaftliche Bezüge her. „Wer sich selbst als veränderbar und nicht statisch erfährt, erlebt auch die soziale Umgebung als veränderbaren Raum“ (Röll 2007, S. 203). Dieser „veränderbare Raum“ kann durch die ästhetische Medienbildung mit symbolischen Entwürfen, Alternativen, Visionen, Dystopien und Utopien gefüllt werden (Zacharias 2013, S. 276).

Mit dem Entwurf eigener Utopien und einer fiktiven Verortung der eigenen Person in der eigenen Zukunftsskizzierung geht das Potential einer hohen Identifikation mit dem Inhalt des Bildungsprozesses einher. Schließlich geht es um die Ausgestaltung der *eigenen* Zukunft. Produkte und Erkenntnisse ästhetischer Bildungsprozesse können demnach auch als kreative, sinnhafte und reflektierte Ich-Botschaften verstanden werden.

Im folgenden Kapitel soll es um die Überführung der theoretischen Überlegungen in die Praxis und damit um die methodische Ausgestaltung des Weges zu ebendiesen Ich-Botschaften gehen.

## 2 Literaturverzeichnis

- Röll, Franz Josef (2007): Ästhetik in der zielgruppenorientierten Medienausbildung.  
In: Kompetenzzentrum Informelle Bildung (Hg.): Grenzenlose Cyberwelt?  
Zum Verhältnis von digitaler Ungleichheit und neuen Bildungszugängen für  
Jugendliche. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Zacharias, Wolfgang (2013): Kulturell-ästhetische Medienbildung 2.0. In: Z  
*Erziehungswiss* 16 (S3), S. 273–296. DOI: 10.1007/s11618-013-0439-4.

