

medienkompetenz | NRW

Lars Gräßer / Friedrich Hagedorn (Hrsg.)

Medien nachhaltig nutzen

Beiträge zur Medienökologie und Medienbildung

Schriftenreihe Medienkompetenz
des Landes Nordrhein-Westfalen

kopaed

11

Lars Gräßer/Friedrich Hagedorn (Hrsg.)

Medien nachhaltig nutzen.

Beiträge zur Medienökologie und Medienbildung

Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen

Band 11



Lars Gräßer/Friedrich Hagedorn (Hrsg.)

Medien nachhaltig nutzen

Beiträge zur Medienökologie und
Medienbildung

Düsseldorf – München
www.kopaed.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86736-211-5

In der Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen vertreten die Autorinnen und Autoren ihre eigene Meinung, ohne dass diese notwendigerweise die Meinung des Landes Nordrhein-Westfalen widerspiegelt.

Die Veröffentlichung entstand mit freundlicher Unterstützung der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen.

Verlag: kopaed verlagsgmbh
Redaktion: Cathrin Bengesser und Christina Quast
Umschlaggestaltung: Georg Jorczyk
Satz und Layout: buchgestaltung.de

© Grimme-Institut – Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH, Marl 2012

Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung ist dem Grimme-Institut anzuzeigen und mit ihm abzustimmen.

Inhalt

Vorwort	7
Lars Gräßer, Friedrich Hagedorn: Warum Medienökologie? Eine Einleitung	11
Siegfried Behrendt: Entlastend und belastend zugleich. Der ökologische Fußabdruck unserer digitalen Medienwelt	19
Sherry Turkle im Interview: Über das digitale „Verschwinden“	31
Christian Schicha: Kommunikations-, Medien- und Sozialökologie – Postulate an eine nachhaltige Mediennutzung	39
Sabria David: Der Beitrag des Nutzers. Über den nachhaltigen Medienkonsumenten	55
Dirk von Gehlen im Interview: Über „digitale Ökosysteme“	65
Joachim Borner: Das Medium ist die Botschaft. Nachhaltigkeitskommunikation als Gestaltungsaufgabe	71
Bernd Flessner: Das Ende grüner (Medien-)Utopien?	85
Lars Gräßer, Friedrich Hagedorn: Medienkompetenz und Medienökologie – ein Fazit	105
Autor(inn)en	111
Kontakte	115

Vorwort

Medienkompetenz zielt nicht nur auf den kompetenten Umgang mit den informativen und kommunikativen Potenzialen neuer Medientechnik, sondern ebenso auf das Erkennen und Berücksichtigen sozialer, ethischer und auch ökologischer Implikationen. So geht es (auch) um folgende Fragen:

Wie mit dem Informationsüberfluss umgehen? Wie die richtigen Informationen herausfiltern? Wann für wen erreichbar sein? Wie Medien nicht nur passiv konsumierend, sondern auch (aktiv und) produktiv nutzen? Wie das Zusammenleben (medial) organisieren? Wie Beteiligung sichern? Wie (gesundheits)gefährdend kann die elektronische Kommunikation sein? Diese (und andere) Fragen stellen sich vor dem Hintergrund aktueller wirtschaftlicher, sozialer und eben auch ökologischer Herausforderungen. Vernetzung und Kommunikation „total“ tragen mittlerweile in erheblichem Maße zum materiellen und ideellen Ressourcenverbrauch bei – Emissionen inklusive. Auch Mediennutzung muss sich dem Megathema Klimaschutz stellen. Ebenso werden gesundheitliche Auswirkungen auf Mediennutzung zurückgeführt. Trends wie das Cloud-Computing werden diesen Anteil eher noch erhöhen, denn sie verlagern das Leben, Lernen und Arbeiten weiter ins elektronische Netz.

Die Industrie sucht unter dem Etikett „Green IT“ bereits nach Lösungen, aber auch in den privaten Haushalten findet ein Umdenken statt, das teils ökonomisch, teils ökologisch und teils sozial motiviert ist. Anders formuliert: Formen nachhaltiger Mediennutzung geraten zunehmend in den Blick. Dieses betrifft auch mögliche Gesundheitsgefahren, die aus der Allgegenwart elektromagnetischer Felder – eine Voraussetzung für die mobile Nutzung – und der permanenten Erreichbarkeit resultieren oder von ihnen unterstützt werden.

Kompetente Mediennutzung und Fragen der Nachhaltigkeit zusammenzubringen, das versucht die Medienökologie. Dahinter steckt das Ziel, als Organisation oder Individuum eine bewusste Haltung zum Medieneinsatz zu gewinnen. Der vorliegende Band 11 der „Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes NRW“ knüpft hier an und versucht die Diskussion um gesellschaftliche

Verantwortung durch neue Aspekte zu bereichern. Das Land NRW, immerhin das bevölkerungsreichste Bundesland mit einer umfassenden Medienausstattung und Mediennutzung, hat sich die Förderung einer ganzheitlichen Medienkompetenz auf seine Fahnen geschrieben – im Sinne der Bildung für nachhaltige Entwicklung. Einige Projekte, Veranstaltungen und Broschüren, die teils über die Landesgrenzen hinausweisen, geben beispielhaft einen Einblick in diese gesellschaftliche Aufgabe:

- *mekonet*, das Medienkompetenz-Netzwerk NRW, eine Initiative des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, ist ein Beispiel für die Förderung von Medienkompetenz für Multiplikator(inn)en in der Medienbildung. *mekonet* bietet Nachrichten, Broschüren, unterschiedliche Veranstaltungsformate, diverse Informationsdienste und eine Hotline zum Thema an. Zu den *mekonet*-Themen zählen beispielsweise Daten- und Verbraucherschutz, Rechtsfragen in der digitalen Welt sowie inklusive und interkulturelle Medienbildung. (vgl. www.mekonet.de).
- Der „Social Community Day“ thematisiert das Phänomen der sozialen Online-Netzwerke und bietet alljährlich ein Podium, mit ihnen verbundene Chancen und Risiken zur Sprache zu bringen: neue Wege und Formen von Kommunikation und Partizipation, kreative Möglichkeiten im Umgang mit Social Communitys, aber auch Fragen des Jugend- und Verbraucherschutzes (vgl. soccomday.mixxt.de).
- Was machen die Frauen, die in NRW in einem der vielen Medienberufe arbeiten? Was haben sie erreicht – und wie kommt man dahin? Bei der Veranstaltung „Medienfrauen NRW“ geht es um den chancengleichen Zugang zur Medienwirtschaft. Eine interaktive Ausstellung bietet vertiefende Informationen und Möglichkeiten, selbst aktiv zu werden (vgl. www.medienfrauen-nrw.de).
- Die Broschürenreihe IM BLICKPUNKT befasst sich mit aktuellen Themen der Wissensgesellschaft. Ziel der Publikationen ist, die Bürgerinnen und Bürger über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von (Neuen) Medien und über die Herausforderungen der Mediengesellschaft zu informieren. Nachhaltigkeit und Medien waren hier bereits Thema einer Ausgabe (vgl. www.grimme-institut.de/imblickpunkt).

- „NRW denkt nach(haltig)“ ist ein Internetportal zur „Bildung für Nachhaltige Entwicklung in NRW“. Das offizielle UN-Weltdekade-Projekt 2012/2013 bietet verschiedene Service- und Unterstützungsleistungen, einen Veranstaltungskalender, Informationen zu lokalen wie regionalen Projekten und Aktionen wie Weiterbildungen, Lesungen, Workshops und vieles mehr zum Thema Nachhaltigkeit. Einrichtungen, die im Bereich der Nachhaltigkeit tätig sind, werden in ihrer Öffentlichkeitsarbeit unterstützt, z. B. mit Workshops zur Nutzung von sozialen Onlinemedien. Am Ende des Jahres werden gute Beispiele – Veranstaltungen, Beiträge oder Einrichtungen – ausgezeichnet (vgl. www.nrw-denkt-nachhaltig.de).

Der vorliegende Band 11 der „Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes NRW“ wäre ohne das Engagement der Autorinnen und Autoren nicht möglich gewesen. Ihnen danke ich an dieser Stelle für ihre Mitwirkung und wünsche ihnen und der Schriftenreihe insgesamt viel Resonanz.

Frauke Jacobsen
Staatskanzlei NRW

Lars Gräßer, Friedrich Hagedorn: Warum Medienökologie? Eine Einleitung

1 Von der analogen zur digitalen Mobilität

„Wie das Internet die Zivilisation retten kann“, lautete im September 2011 ein Beitrag von David Eagleman in Spiegel Online, mit dem dieser u. a. die globalen Informations-, Demokratisierungs- und Energieersparniseffekte des Internets für eine bessere Welt hervorhob (Eagleman 2011). Und in der Tat haben Internet und andere neue Medien immense Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten eröffnet. Doch das digitale Zeitalter bereitet nicht nur und vor allem nicht automatisch den Weg zum besseren Leben, es zeigt auch eine andere Seite. Aber beginnen wir mit einem Blick zurück.

Ende des 19. Jahrhunderts wurde mit dem von Carl Benz entwickelten Motorwagen das Zeitalter des modernen Automobils eingeleitet. Das Auto entwickelte sich seitdem zu dem technischen Gerät, das wohl wie kein anderes die Ökonomie und Kultur des 20. Jahrhunderts geprägt hat. Es ist weit mehr als ein Transportmittel für Güter und Personen, sondern auch ein Symbol für individuelle Mobilität und Unabhängigkeit. Es ist ein Kultobjekt für Freiheit und Wohlstand.

Und doch: Mit der prosperierenden Autogesellschaft sind auch die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Schattenseiten der Auto-Mobilität immer deutlicher hervorgetreten. Das Auto gehört zu den maßgeblichen Klimaschädlingen, hat Landschaften und Städte mit seinen Verkehrswegen durchkreuzt, Beweglichkeit und soziale Kontakte von seiner Verfügbarkeit abhängig gemacht und wirtschaftliches Wohlergehen dominiert. Doch das Ende des automobilen Zeitalters in der bisherigen Form geht – zwangsläufig – zu Ende. „Wenn die Menschheit nicht verhungern will, dann muss sie zu Fuß gehen oder mit dem Fahrrad fahren“, schreibt Sebastian Beck in einer Sonderbeilage der Süddeutschen Zeitung (vom 29.10.2011 anlässlich des Anwachsens der Weltbevölkerung auf sieben Milliarden Menschen) (Beck 2011).

Rund 100 Jahre später prägt nun eine andere Technologie in zumindest vergleichbarem, wenn nicht noch größerem und vor allem weit schnellerem

Maße unser zivilisatorisches Gefüge: Moderne (elektronische) Medien sind inzwischen das technologische Rückgrat für Wirtschaft und Kultur; sie definieren die Verkehrswege der Kommunikation und Information. Berufliches Leben und privater Alltag sind ohne sie nicht mehr vorstellbar.¹

Doch nicht nur die sprachlichen Analogien zum automobilen Zeitalter sind bemerkenswert (von der „Datenautobahn“ bis hin zum „Computerführerschein“). Zunehmend stellen sich auch Fragen nach den Schattenseiten der Informations- und Kommunikationsgesellschaft. Zwar werden bei der Mediennutzung nicht unmittelbar merkbar CO₂ oder andere Abgase freigesetzt, der Energieverbrauch ist zunächst gering, die Verkehrswege der Datenübertragung bleiben zumeist unsichtbar, und die Produktion und Nutzung eines Computers verbrauchen weniger Ressourcen als selbst der bescheidenste Kleinwagen.

Aber die mediale Durchdringung der Informations- und Kommunikationsgesellschaft führt in der Summe eben doch zu erheblichen Größenordnungen: Der Betrieb der Serverparks – quasi das Rückgrat des Netzbetriebs – macht bereits anderthalb bis zwei Prozent des weltweiten Stromverbrauchs aus, bei einer jährlichen Wachstumsrate von zwölf Prozent, (und stammt zu 50 bis 80 Prozent aus fossilen Brennstoffen) (Greenpeace 2011, S. 5). In den USA ist die Infrastruktur des Netzbetriebs sogar mit drei Prozent am nationalen Stromverbrauch beteiligt. Und elektronische Endgeräte verursachen 15 Prozent des privaten Stromverbrauchs, Tendenz steigend (ebenda).

Ganz so weit ist Deutschland noch nicht, aber auch hier verursacht der Stromverbrauch der Informations- und Kommunikationstechnik bereits erhebliche Emissionen. Und die Ressourcennutzung für die Hardware-Produktion kommt noch hinzu. Schnell werden die Produkte im elektronischen Medienbereich erneuert: Allein in Deutschland fallen rund 750.000 Tonnen Elektroaltgeräte im Jahr an (BMU 2008). Ein PC wird schon nach wenigen Jahren aussortiert, ein Handymodell überdauert häufig nicht mal die Laufzeit seines Vertrags. Ursache ist hierfür nicht nur die Abnutzung oder die permanente technische Weiterentwicklung, sondern vielfach ist es die „geplante Obsoleszenz“ heutiger Konsumgüter: Egal ob Computer, Mobiltelefon oder auch Drucker – bei den meisten dieser Produkte ist der Exitus bereits Teil des (oftmals wenig nachhaltigen) Produktdesigns. Die Lebens- bzw. Nutzungsdauer wird bewusst