



VZnet Netzwerke Ltd., Saarbrücker Straße 38, 10405 Berlin

Deutscher Bundestag
Enquete-Kommission
Internet und digitale Gesellschaft
Der Vorsitzende

Ihr Zeichen:	
Ihre Nachricht:	
Unser Zeichen:	
Unsere Nachricht:	
Name:	Philippe Gröschel
Telefon:	030 – 4050427 – 313
Telefax:	
Email:	pgroeschel@vz.net

Berlin, 8. Dezember 2010

A. Einleitende Zusammenfassung – Persönliche Worte

Zunächst danke ich der Enquete Kommission Internet und Digitale Gesellschaft sehr für die Einladung, als Sachverständiger am 13.12.2010 über den Status von Medienkompetenzvermittlung und Medienpädagogik in Deutschland sprechen zu dürfen.

Als Jugendschutzbeauftragter der VZnet Netzwerke Ltd. befasse ich mich seit 2007 täglich mit dem Thema Medienkompetenz und war auch an der Gründung von schülerVZ¹ beteiligt. Die Bearbeitung des Fragenkatalogs ist folglich stark von der praktischen Arbeit eines Betreibers Sozialer Netzwerke geprägt.

Der vorgelegte Katalog enthält sehr umfangreiche, sich zum Teil auch überschneidende Fragen. Bitte haben Sie deswegen dafür Verständnis, dass ich nicht jeden Fragenblock detailliert beantwortet habe. Meinen Antworten möchte ich folgende, aus meiner Sicht besonders wichtige Punkte voranstellen:

- Medienkompetenz ist eine Schlüssel- und Querschnittskompetenz, die essentiell ist, um politische und gesellschaftliche Zusammenhänge verstehen und aktiv an öffentlichen Diskursen teilnehmen zu können.
- Medienkompetenz ist ein komplexes Gebiet und umfasst mehrere Einzelkompetenzen, z.B. die Fähigkeit, mit technischen Gegebenheiten umzugehen, oder den kritischen Umgang mit personenbezogenen Daten im Internet. Bei der Vermittlung von Medienkompetenz müssen alle Facetten berücksichtigt werden.

¹ schülerVZ ist Deutschlands größtes Soziales Netzwerk für Kinder und Jugendliche ab 12 Jahren mit insgesamt rund 6 Millionen Nutzern.

- Informationelle Selbstbestimmung setzt Medienkompetenz voraus.
- Vom Kindergartenkind bis zum Senior – jeder Mensch in Deutschland muss über Grundfähigkeiten im Umgang mit Medien verfügen, da alle tagtäglich mit verschiedensten Medien konfrontiert sind.
- Viele Rechtsgeschäfte werden heute im digitalen Rechtsverkehr geschlossen. Medienkompetenz ist deswegen auch eine wichtige Säule der Verbraucherkompetenz.
- Medien (Bücher, Zeitung, Internet usw.) sind Grundlage der Vermittlung von Bildung und Wissen. In Medien wird Wissen geteilt und weiterentwickelt. Ohne Medienkompetenz kann Bildung nicht funktionieren.
- Medien sind „die vierte Macht im Staat“. Medienkritik als eine wichtige Säule der Medienkompetenz ist eine Grundfähigkeit um diese Macht verstehen zu können.
- Kommunikation ist die Basis sozialer Systeme. Ein Großteil der wirtschaftlichen, politischen und zwischenmenschlichen Kommunikation findet in Medien statt. Kommunikation setzt daher Medienkompetenz voraus.
- Medienkompetenz ist auch ein wichtiger Faktor für die Internetwirtschaft, denn nur Kunden / Nutzer², die Onlineangebote verstehen, werden diese richtig, sicher und ausgiebig nutzen.
- Für ein rohstoffarmes Land wie Deutschland sind Bildung und Forschung besonders wichtig. Für viele Innovationen und Exportgüter sind Informations- und Kommunikationstechnologie unerlässlich. Medienkompetenz ist deswegen auch ein Faktor für Innovationskultur und volkswirtschaftlichen Erfolg.
- Die Vermittlung von Medienkompetenz kann auch unmittelbar in den Medien stattfinden. Hierzu eignen sich Soziale Netzwerke aufgrund interaktiver und kollaborativer Elemente besonders gut.
- Die Verantwortung für die Vermittlung von Medienkompetenz muss von vielen Schultern getragen werden. Hier sind Staat, Familie und Wirtschaft gleichermaßen gefragt.

² Bitte haben Sie dafür Verständnis, dass ich aus Gründen der besseren Lesbarkeit auf feminine Formen personenbezogener Nomen verzichtet habe.

B. Fragenkatalog für die Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ am 13.12.2010

I. Themenkomplex Vermittlung von Medienkompetenz und deren Rahmenbedingungen

1. Frage: Welche Chancen bietet und welche Herausforderung stellt das Internet an die Medienpädagogik? Welche Bedeutung besitzt Medienkompetenz in der pädagogischen Ausbildung? Wie und in welcher Form kann vor diesem Hintergrund die Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen in Familie, Schule und Ausbildung noch besser gefördert werden?

Das Internet erweitert das Spektrum medienpädagogischer Arbeits- und Wirkungsfelder erheblich. Weitgehend kostenlos oder kostengünstig und nahezu barrierefrei können Zielgruppen der Wissensvermittlung erreicht werden, was insbesondere für die Medienkompetenzvermittlung von Vorteil ist. Aufgrund hoher viraler und sozialer Effekte können Nutzer im Rahmen der Aufklärungsarbeit zudem selbst zu Multiplikatoren werden. Die aktive Mediengestaltung (eine wichtige Komponente von Medienkompetenz) ist im Internet besonders einfach. Nutzer können lernen, selbst zu Anbietern bzw. Sendern von Inhalten zu werden. Die Mitgliedschaft in Sozialen Netzwerken, das Bloggen oder das Verbreiten eigener Videos im Internet stellen eine aktive und bewusste Teilnahme an der Medienwelt dar.

Natürlich gehen mit den neuen Arbeitsfeldern auch **neue Herausforderungen** einher. Die zu vermittelnden Themen werden vielfältiger und breiter, Sachzusammenhänge auch aufgrund der sich fortentwickelnden Technologie komplexer. Auf dem Gebiet der Medienkompetenzvermittlung Aktive müssen stets mit neuen Entwicklungen Schritt halten. Zudem haben sich viele neue medienpädagogische Forschungsfelder entwickelt, auch darin ist aber eine große Chance zu sehen. Medienkompetenz ist in jeder schulischen, beruflichen und universitären **Ausbildung** von hoher **Bedeutung**, selbstverständlich auch / oder insbesondere in der pädagogischen Ausbildung. In nahezu jedem Beruf werden in Deutschland inzwischen Fähigkeiten im Umgang mit Medien und IKT vorausgesetzt. Insbesondere Pädagogen müssen über fundierte Kenntnisse und ein umfassendes Verständnis von Medien verfügen. Sie müssen vor allem den kritischen und reflektierten Umgang mit Medien vermitteln können und Kinder und Jugendlichen dabei stets auf Augenhöhe und mit Grundverständnis für Medien und Technik gegenüberreten. **Schule und**

Elternhaus sind wichtige Akteure bei der Medienkompetenzvermittlung und tragen eine entsprechend wichtige Verantwortung. Darüber hinaus kann Medienkompetenzvermittlung aber auch direkt an den Medien stattfinden und so Nutzer im Moment der Mediennutzung erreichen.

2. Frage: Welchen Einfluss hat die technische Ausstattung bei Kindern und Jugendlichen auf die Erlangung von Medienkompetenz? Wie viele Kinder und Jugendliche haben Zugang zu einem Computer? Können eigene Laptops Bildungschancen eröffnen und den Unterricht unterstützen? Ist die Ausstattung mit Computern oder Spielkonsolen abhängig vom Milieu der Familie? Sind die Bildungschancen in Haushalten geringer, die nur über Spielkonsolen verfügen? Wie kann dem ggf. seitens des Staates entgegengewirkt werden?

Haushalte in denen Kinder und Jugendliche aufwachsen, sind heutzutage nahezu vollständig mit Computern (100%) und Internet (98%) ausgestattet, mehr als die Hälfte (52%) der 12 bis 19 Jährigen verfügt selbstbestimmt über einen eigenen Zugang zum Internet.³ Auch unabhängig vom Computer verfügen viele Geräte, die Kinder und Jugendliche nutzen über Zugangsmöglichkeiten zum Internet (z.B. Handys, mobile und stationäre Spielkonsolen, Tablet-Computer). Der einfache Zugang zum Internet ist essentiell für Kinder und Jugendliche, um den bewussten und kritischen Umgang mit dem Medium erlernen zu können. **Zudem sind Internet und insbesondere Soziale Netzwerke zu wichtigen Kommunikationswerkzeugen geworden,** die dem Telefon in nichts nachstehen. Jugendliche nutzen Soziale Netzwerke zum Beziehungs- und Kontaktmanagement, das Medium Internet spielt in ihrer Sozialisierung eine ausgesprochen wichtige Rolle.⁴

Laptops können unterstützend im Unterricht eingesetzt werden, sind aber nicht für jedes Fach gleich tauglich. In den Schulunterricht integrierte und vielfältige Mediennutzung ist aber zweifelsohne ratsam. Dennoch dürfen auch die bisherigen Kulturtechniken wie insbesondere Lesekompetenz und Handschrift sowie der Einsatz von Büchern, Tageszeitungen und weiteren Medien im Unterricht nicht verdrängt werden. Laptops oder vergleichbare Geräte dürfen das Spektrum der eingesetzten Unterrichtsmedien nur erweitern, nicht ersetzen.

³ Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, JIM-Studie 2010, S. 25.

⁴ vgl. Hans-Bredow-Institut, Studie Heranwachsen im Social Web 2009, Zusammenfassung S. 8ff.

Viele **Spielkonsolen** haben sich inzwischen zu **Multimediazentren** entwickelt, die selbstverständlich auch über die Möglichkeit verfügen, uneingeschränkt auf das Internet zuzugreifen. Ein kausaler Zusammenhang zwischen dem Besitz von Spielkonsolen und dem Bestehen von Bildungschancen oder Möglichkeiten der Medienkompetenzaneignung kann nicht pauschal erfasst werden. Bildungschancen sind von vielen sozial-ökologischen Faktoren abhängig und lassen sich nur schwer auf einen einzelnen Faktor beschränken. Zudem sei zu bedenken, dass die aktive Auseinandersetzung mit einem Medium (das Spielen) den Nutzer häufig mehr fordert als das bloße Rezipieren (z.B. Fernsehschauen). Spiele an Computer und Konsole werden häufig nicht alleine, sondern gemeinsam mit Freunden offline oder im Verbund mit anderen online gespielt, es besteht also zudem oft eine soziale Komponente im Spiel.

Frage 3: Welche Instrumente der Medienkompetenzförderung sind erfolgversprechend? Wie können noch mehr Kinder und Jugendliche beispielsweise direkt in sozialen Netzwerken erreicht werden, welche Rolle können dabei virale Kampagnen spielen und gibt es bereits erfolgreiche Beispiele?

Als erfolgversprechende **Maßnahmen der Medienkompetenzförderung** stellen sich insbesondere solche dar, die sich explizit und direkt an Kinder und Jugendliche richten und diese aktiv mit einbeziehen. Die direkte Vermittlung von Wissen und Fähigkeiten an Jugendliche - zum Beispiel im **schülerVZ** - scheint effektiver zu sein als Aufklärungsarbeit über den Umweg von Elternabenden und Lehrerfortbildungen.

Jugendliche verfügen in der Regel über eine hohe Technikkompetenz, während die meisten Erwachsenen eine gefestigtere Sozialkompetenz haben. In kollaborativen Lernansätzen können Jugendliche und Erwachsene auf dieser Basis das Thema Medienkompetenz gemeinsam erarbeiten und dabei erheblich voneinander profitieren. Zudem bietet gerade die Arbeit mit Medien vielfältige Möglichkeiten innerhalb der Peergroup zu lernen und von Gleichaltrigen zu profitieren.

Direkt in Sozialen Netzwerken können Jugendliche besonders gut über den sicheren Umgang mit Web 2.0-Medien aufgeklärt werden. **Für schülerVZ arbeitet ein MediaEducation-Team beständig daran, Aufklärungsmaßnahmen für Nutzer zu erarbeiten.** Die jugendliche Kommunikation zwischen Betreiber und Nutzern auf Augenhöhe hilft dabei, wichtige Inhalte niederschwellig zu vermitteln. Apps in Form von Quiz und Lernspielen, Kreativwettbewerbe, aktive Hinweise und Hilfestellungen, Aufklärungsvideos, virale Kampagnen, usw. haben sich als

gute Tools zur Wissensvermittlung erwiesen.

Beispiele:

- Der schülerVZ-Verhaltenskodex wurde im Rahmen eines Videowettbewerbs innerhalb der Community von Schülern in Kurzfilmen visualisiert. So können sich die Nutzer jederzeit niederschwellig mit den wichtigen Verhaltensregeln auseinandersetzen. (siehe www.schuelervz.net/verhaltenskodex)
- Die Bedeutung der *Allgemeinen Geschäftsbedingungen* und der *Datenschutzerklärung* wird im schülerVZ in Videos erklärt. (siehe www.schuelervz.net/1/terms_new und www.schuelervz.net/1/policy_new/declaration).
- Die von VZnet gestartete Kampagne „Respekt im Netz“ wird im schülerVZ von über 1,2 Millionen Nutzern unterstützt, die sich mit einem entsprechenden Logo in ihrem Profil aktiv gegen Mobbing bzw. Cyberbullying aussprechen.
- Die Sensibilisierungskampagne „Soziale Netzwerke gegen Nazis“ konnte in nur einer Woche über 30.000 Unterstützer im schülerVZ verzeichnen.
- Ebenso erfolgreich war die Aufklärungskampagne „Watch Your Web“ vom BMELV und BMFSFJ, die im schülerVZ über 70.000 Unterstützer verzeichnen konnte.
- Interaktive Leitfäden vermitteln zudem wichtiges Wissen. Exemplarisch sei hier der schülerVZ-Bewerbungsleitfaden genannt, der Tipps zur Profilgestaltung für Nutzer bereit hält, die sich gerade in einer Bewerbungsphase befinden. (siehe www.schuelervz.net/1/security/3)
- Kollaboratives Lernen und der Peer-to-Peer-Ansatz sind sehr gut bei dem Projekt „schülerVZ-Scouts“ des Elsa-Brandström-Gymnasiums in Oberhausen umgesetzt worden⁵.
- Auch das Projekt juuuport der Landesmedienanstalten Niedersachsen, Bremen, Hamburg-Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt ist ein tolles Beispiel, wie Jugendliche selbst als Berater und Streitschlichter bei Problemen im Internet weiterhelfen können.⁶

⁵ siehe http://neuneinhalb.wdr.de/sendungen/2010/05/2010_05_29.php5

⁶ siehe www.juuuport.de

Darüber hinaus verfügen Betreiber in der Regel über exponiertes Expertenwissen, von dem nicht nur die Nutzer direkt auf den jeweiligen Plattformen profitieren können.

- Die umfangreichen schülerVZ-Lehrmaterialien können direkt im Unterricht eingesetzt werden und sind so konzipiert, dass auch Lehrer ohne fundiertes Wissen über neue Medien damit arbeiten können. (siehe www.schuelervz.net/lehrer-materialien)
- In gesonderten Telefonsprechstunden können sich Eltern und Lehrer vom MediaEducation-Team von VZ beraten lassen oder Probleme besprechen. (siehe www.schuelervz.net/lehrer-kontakt bzw. www.schuelervz.net/eltern-kontakt)
- Umfangreiche Informationen für Eltern und Lehrer helfen, einen Einblick in die Themen Medienkompetenz, Datenschutz und Soziale Netzwerke zu bekommen. (www.schuelervz.net/eltern bzw. www.schuelervz.net/lehrer)

Frage 4: Wie kann Medienkompetenz besonders erfolgreich vermittelt werden? Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein? Welche neuen Strategien zur Vermittlung von Medienkompetenz zeichnen sich ab? Ist die Vermittlung von Medienkompetenz in jedem Alter gleich erfolgreich? Welche altersspezifischen Unterschiede sind bei der Vermittlung von Medienkompetenz zu berücksichtigen?

Besonders erfolgreich ist es, die **Medienkompetenzförderung unmittelbar in den Medien** stattfinden zu lassen. So erreiche Inhalte ohne Umwege die Jugendlichen und neues Wissen kann sofort aktiv angewendet werden. In altersangemessener Form und Sprache, auf Augenhöhe und mit Elementen des spielerischen Lernens können Kinder und Jugendliche für einen bewussten und sicheren Umgang mit Medien begeistert werden (siehe dazu auch die Beispiele zu Frage 3). Selbstverständlich bestehen in verschiedenen **Altersgruppen** auch verschiedene Wissensstände. Das technische und inhaltliche Verständnis ist bei Kindern in der Regel weniger stark ausgeprägt als bei Jugendlichen. **Essentiell ist aber, dass die Medienkompetenzvermittlung schon möglichst frühzeitig, bestenfalls im Kindergarten beginnen muss.** Kinder wachsen heute umgeben von Medien auf, die Zahl der qualitativ hochwertigen Webseiten für Kinder steigt rapide, Angebote wie die Kindersuchmaschine **Frag Finn**⁷ oder die Initiative **Ein Netz für**

⁷ siehe www.fragfinn.de

Kinder⁸ bieten den jüngsten Surfern einen sicheren Einstieg. Der Umgang mit Mobiltelefonen, Computern, Digitalkameras und auch die tägliche Konfrontation mit dem Fernseher erfordern schon von Kindergartenkindern ein Grundmaß an Medienkompetenz.

Eine Strategie, die sich bewährt hat, ist die Ausbildung von Jugendlichen zu Medienscouts, also Experten auf den Gebieten der Medienkompetenz, die ihr Wissen an Mitschüler oder Freunde weitergeben. (siehe Frage 3 schülerVZ-Scouts des Elsa-Brandström-Gymnasiums)

Frage 5: Welche Methoden und/oder Ansätze halten Sie bei der Vermittlung von Medienkompetenz für besonders zielführend und warum?

Die Aneignung von Medienkompetenz ist ein komplexer Lernvorgang, deswegen ist zu Beginn immer die Vermittlung von Grundlagen nötig (und zwar schon in möglichst jungem Alter). Das Lernen in der praktischen Anwendung und Auseinandersetzung (**Learning by Doing**) scheint bei der Medienkompetenzvermittlung besonders effektiv zu sein.

Im **kognitivistischen Ansatz** lernen Kinder und Jugendliche zudem, vorhandene Schemata und Prozesse auf neue Sachverhalte aus eigener Initiative anzuwenden. Dabei kann die Wahrnehmung des Lernenden von außen gesteuert werden, sodass alle Lernenden den gleichen Blick auf eine Aufgabenstellung erhalten; dafür eignet sich praktisches Lernen und Anwenden von im Vorfeld vermittelten theoretischen Grundlagen entweder mit der gesamten Klasse oder in Gruppenarbeit im Unterricht.

Der **konstruktivistische Ansatz** basiert auf dem Kognitivismus, jedoch ist dabei die äußere Wahrnehmung nicht steuerbar. Das bedeutet also, jeder Lernende hat eine individuelle Wahrnehmung einer Aufgabenstellung. Als passende Lernmethode könnte hier das E-Learning dienen. Dabei kann sich jeder Lernende selbständig und eigenverantwortlich Wissen aneignen und eine individuelle Perspektive auf die Aufgabenstellung einnehmen.

Frage 6: Wo sehen Sie die bislang größten Defizite in der Vermittlung von Medienkompetenz? Wenn sich die Anforderungen an die Fähigkeiten der Nutzerinnen und Nutzer stetig verändern, was sind dann die Basis-Fähigkeiten, die notwendig sind, um später auf diesen weiter aufzubauen?

⁸ siehe www.ein-netz-fuer-kinder.de

Aktuell gibt es keine bundesweit einheitlichen Programme zur Vermittlung von Medienkompetenz. Das ist auch nicht zwingend nötig, aufgrund des föderalen Systems und insbesondere des Bildungsföderalismus in der Bundesrepublik wohl auch schwer umzusetzen. Die Qualität der Medienkompetenzvermittlung unterscheidet sich in den einzelnen Bundesländern, Kindergärten, Schulen und Familien derzeit erheblich. Deswegen sollte man offen darüber nachdenken, welche Möglichkeiten es gibt, die Medienkompetenzvermittlung in allen Teilen Deutschlands auf einem ähnlich hohen Niveau zu etablieren. Analogien könnten hier z.B. zur Verkehrserziehung gezogen werden, die an Schulen in ganz Deutschland in Kooperation mit der Deutschen Verkehrswacht durchgeführt wird.⁹

Es sollte Konsens sein, dass Medienkompetenz in allen Altersgruppen eine besonders wichtige Fähigkeit für eine aktive und reflektierte Teilhabe in unserer Gesellschaft ist. Zu den **Basisfähigkeiten** zählen Technikkompetenz, das Beherrschen von Recherchetechniken (Bibliotheken, Suchmaschinen und Wikipedia nutzen können) bzw. Propädeutik, Offenheit für neue Entwicklungen, generelle Sozialkompetenz, Medienkritik, Risikoeinschätzung und auch das Wissen, dass Medien echtes soziales Leben nicht ersetzen, sondern nur bereichern können.

Frage 7: Wir haben in der Vergangenheit immer erlebt, dass die Aneignung neuer Fähigkeiten dazu geführt hat, dass andere – bereits vorhandene – Fähigkeiten in den Hintergrund gerückt sind (z.B. das Auswendiglernen, nachdem die Schrift erfunden worden ist). Gibt es bei den neuen Informationstechnologien Hinweise darauf, dass „alte“ Fähigkeiten zusehends bedeutungslos werden? Lässt sich – im Gegenzug – erkennen, dass sich durch neue Technologien bei den Menschen auch neue kognitive Fähigkeiten herausbilden?

Fähigkeiten die sich in einem Kulturkreis über hunderte oder gar tausende Jahre ausgebildet haben werden sicherlich in der Regel nie völlig bedeutungslos. Manche Fähigkeiten treten in den Hintergrund, andere alte/traditionelle Fähigkeiten entwickeln sich weiter.

Beispiele:

- Auswendiglernen – Wissen kann stets im Netz abgerufen werden, die Notwendigkeit etwas auswendig zu lernen nimmt also ab..

⁹ fast 95% aller Viertklässler legen in Deutschland die „Fahrradprüfung“ ab, siehe www.deutsche-verkehrswacht.de/home/projekte-und-aktionen/jugendverkehrsschulen.html

- Konfliktfähigkeit – Konflikte werden per SMS, Email oder Nachrichtendienst geklärt, nicht mehr von Angesicht zu Angesicht.
- Erinnerung – Der elektronische Kalender oder das elektronische Notizbuch helfen uns, uns nicht mehr an alles erinnern zu müssen.
- Konzentration auf eine Aufgabe – Die parallele Mehrfachnutzung von Medien oder Computerprogrammen und die ungefilterte Informationsflut stören die Konzentration.
- Multitasking – Die Fähigkeit, sich mit mehreren Aufgaben gleichzeitig zu befassen, wird immer wichtiger.
- Propädeutik – Wissen ist jederzeit für jedermann abrufbar, ein Zugang zu Bibliotheken oder einer Brockhaus Enzyklopädie ist nicht nötig.

Frage 8: Halten Sie es für sinnvoll, Medienkompetenz zusätzlich zu Lesen, Schreiben und Rechnen als vierte Kulturtechnik zu verstehen und unterrichten oder favorisieren sie ein integriertes Modell, das Medienkompetenz als Querschnittsthema versteht und sich durch alle Lern- und Lebensbereiche zieht?

Für den Begriff *Kulturtechniken* existieren unterschiedliche Definitionen. **Die klassischen Kulturtechniken Lesen, Schreiben und Rechnen sind Methoden, die es ermöglichen, Inhalte einer Kultur zu codieren und zu decodieren sowie diese Inhalte anderen mitteilen und für folgende Generationen dauerhaft sichern zu können.**¹⁰ Das Internet, Fernsehen, Video- & Tonaufnahmen usw. ermöglichen es Menschen, Inhalte ihrer Kultur zu erfassen und dauerhaft zu speichern, um diese mit anderen zu teilen oder für folgende Generationen zu bewahren. Daraus folgt, dass der Umgang mit Medien eine Kulturtechnik ist. Der Umgang mit diesen Medien muss ebenso wie Schreiben, Lesen und Rechnen erlernt werden, hier setzt die Medienpädagogik an! Medienkompetenz ist also eine Kulturtechnik, möglicherweise keine im klassischen Sinne, zumindest aber eine spezielle Kulturtechnik (auch Buchdruck, Papierherstellung, Architektur, usw. sind spezielle Kulturtechniken). Medienkompetenz ist aber auch eine Querschnittskompetenz, die wir in allen Bereichen unseres Lebens benötigen (beim Kaufen einer Fahrkarte am Automaten ebenso wie beim Lesen der Zeitung oder Surfen im Internet) und die andere Kulturtechniken wie Lesen und Schreiben voraussetzt.

¹⁰ vgl. Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Kulturtechniken und Medien – 10 Antworten, 2009.

Frage 9: Die Etablierung von Medien als „Massenmedien“ hat immer verschiedenste Anforderungen mit sich gebracht. Mit der Entstehung der alphabetisierten Schrift und (später) des Buchdrucks wurde z.B. eine Alphabetisierung notwendig. Bei der Etablierung des Rundfunks hat man entsprechende technische Gerätschaften benötigt. Welche Anforderungen werden die internetbasierten Medien mit sich bringen (von den technischen Anforderungen einmal abgesehen)?

Internetbasierte Medien stellen **spezielle Anforderungen** an ihre Nutzer:

- Spezielle Technikkompetenz (Umgang mit Endgerät und Browser auch in Hinblick auf IT-Sicherheit, Verständnis von Cookies und anderen elementaren Internettechnologien)
- Kompetenz im Umgang mit nutzergenerierten Inhalten (kritische Bewertung von Inhalten, bewusstes und überlegtes Verbreiten eigener Inhalte, Grundverständnis von Urheberrecht und Persönlichkeitsrecht)
- Kompetenz im Umgang mit eigenen Daten (Informationelle Selbstbestimmung bewusst und gesteuert ausleben, Konsequenzen der eigenen Datenverbreitung und –speicherung verstehen)

Frage 10: In welchen Bereichen bestehen strukturell Defizite für Bürgerinnen und Bürger, sich aktiv der für sie wertvollen internetbasierten Dienste selbstbestimmt zuzuwenden?

Frage 11: Für welche der bestehenden Defizite existieren bislang keine adäquaten (qualitativ, räumlich, zielgruppengerecht etc.) Angebote?

Frage 12: Gibt es strukturelle Defizite bei der Förderung von Medienkompetenz (Wissensmangel, Geldmangel, Kompetenzkonflikte) und wie könnten sie ggf. behoben werden? Empfiehlt es sich, ein lernfähiges System zu etablieren, das frühzeitig neuen Bedarf erkennen und möglichst

adäquate Lösungen entwickeln hilft, und wie könnte es ggf. aussehen?

Viele wichtige Projekte zur Vermittlung oder Förderung von Medienkompetenz an Schulen oder in anderen Jugendeinrichtungen bestehen nur als Pilot- oder Leuchtturmprojekte oder sog. Modellversuche. Es empfiehlt sich, das Stadium der Versuche alsbald zu verlassen und **eine nachhaltige Medienkompetenzförderung unabhängig von Projektphasen** zu institutionalisieren.

Medienkompetenzförderung wird in Deutschland dezentral und auf unterschiedlichen Niveaus durchgeführt. Eine stärkere Harmonisierung der Arbeit kann zu erheblichen Synergien führen (siehe auch Frage 6).

Frage 13: Wie definieren Sie die Begriffe Medienkompetenz und Medienbildung und welche Inhalte und Fähigkeiten sollten vermittelt werden? Plädieren Sie für ein bestimmtes Alter, ab dem mit der Vermittlung von Medienkompetenz begonnen werden sollte und auf welche Art und Weise sollte dies erfolgen?

Nach der etablierten **Definition**¹¹ von Dieter Backe besteht Medienkompetenz aus

1. Medienkritik
2. Medienkunde
3. Mediennutzung
4. Mediengestaltung

Die spielerische **Vermittlung von Medienkompetenz sollte schon möglichst früh beginnen**, da auch kleine Kinder in unserer Gesellschaft regelmäßig mit den verschiedensten Medien in Kontakt kommen. **Insbesondere die Medienkritik ist von besonderer Bedeutung** (und steht deswegen bei der Definition ganz bewusst an erster Stelle). Nur ein Bürger, der Medien, deren Funktionsweisen und Inhalte verstehen und reflektieren kann, kann Zusammenhänge, Ereignisse und Entwicklungen in unserer Gesellschaft richtig deuten und verstehen. Ein kritischer und reflektierter Umgang mit Medien führt zudem zu einer aktiven Auseinandersetzung mit ihnen und folglich zu einer überlegten und vorsichtigen Nutzung.

¹¹ weitere Ausführung zur Definition siehe Gutachten des WD Deutscher Bundestag, Medienkompetenz bei Schülern, Lehrern und Multiplikatoren, S. 4, 2010.

Frage 14: Wie beurteilen Sie die Vermittlung von Medienkompetenz in der Europäischen Union sowie vor allem in Deutschland und in den einzelnen Bundesländern? Gibt es einen gemeinsamen und vergleichbaren „Mindeststandard“ bei der Vermittlung von Medienkompetenz? Wie und mit welchen Maßnahmen kann das aktuelle Vermittlungsdefizit behoben werden, bevor Reformen bei der Lehreraus- und Weiterbildung flächendeckend Wirkung zeigen können?

In der Europäischen Union wird durch gemeinsame und europaweite Projekte und Initiativen wie zum Beispiel dem **Safer Internet Day** und dem **Ins@fe** Programm Medienkompetenzvermittlung gefördert. Davon profitiert auch die Medienkompetenzvermittlung in Deutschland erheblich. Zum Safer Internet Day werden jährlich viele Veranstaltungen und Aktionen in Deutschland angeboten, der Deutsche Stützpunkt der ins@fe Initiative **Klicksafe** leistet hierzulande sehr gute Arbeit.

Unter dem Dach der europäischen Kommission haben inzwischen 21 Betreiber Sozialer Netzwerke die **Safer Social Networking Principles** gezeichnet, eine Selbstverpflichtungserklärung, in der sich die Betreiber auch zu umfangreichen Aufklärungsmaßnahmen verpflichten. VZ gehörte im Februar 2009 zu den Erstunterzeichnern dieser Selbstverpflichtung und war bis Oktober 2010 das einzige deutsche Unternehmen, das diesen Verhaltenskodex als Grundsatz anerkannt hat.

Die Qualität der Medienkompetenzvermittlung in den einzelnen Bundesländern unterscheidet sich sehr. Dies zeigt sich auch in der praktischen Arbeit und im Kontakt mit Schulen und Schülern aus ganz Deutschland. In manchen Bundesländern existieren umfangreiche Lehrerfortbildungsprogramme, medienpädagogische Ansprechpartner für Schulen, Elternabendprogramme uvm., während in anderen Bundesländern das Thema Medienkompetenzvermittlung bisher kaum angekommen zu sein scheint.

VZ bietet bundesweit an, im Rahmen des „**schülerVZ macht Schule**“-Projekts Schulen zu besuchen, um in Workshops mit Klassen den richtigen Umgang mit Sozialen Netzwerken zu erarbeiten. Darüber hinaus bieten wir **Unterrichtsstunden via Skypekonferenz** an, in denen wir mit den Schülern über sicheres Social Networking diskutieren. Hier zeigt sich, dass Anfragen für solche Angebote bzw. Besuch idR. immer aus den gleichen Bundesländern kommen (Baden-Württemberg, Saarland, Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Sachsen).

Frage 15: Wie beurteilen Sie die aktuelle Medienkompetenzvermittlung in der Bundesrepublik? Findet sie ausreichend Berücksichtigung in Aus- und Fortbildung? Werden die Angebote ausreichend koordiniert zwischen den verschiedenen Bildungsformen, zwischen einzelnen Anbietern, zwischen Bund, Ländern und Kommunen? Medienkompetenz wird durch andauernden Medienwandel zu einem kontinuierlichen und gesamtgesellschaftlichen Lernprozess. Was sollte die Politik tun, um diesen Lernprozess für alle zu ermöglichen?

Die Verantwortung für die Vermittlung von Medienkompetenz wird auf vielen Schultern getragen. Betreiber und Medienunternehmen müssen ihre Nutzer transparent und verständlich aufklären, auch Schulen und Elternhaus tragen bei der Vermittlung von Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche eine wichtige Verantwortung.

Die Kulturtechnik Medienkompetenz muss in allen Bundesländern auf gleich hohem Niveau auch in der Schule vermittelt werden. Hier besteht noch viel Verbesserungs- und Harmonisierungsbedarf.

Auch der Bund kann – fernab von Bildungspolitik – die Medienkompetenzvermittlung stärker fördern. Sensibilisierungs- und Aufklärungskampagnen können bundesweit Kinder, Jugendliche und Eltern erreichen (vgl. „Der siebte Sinn“ von WDR und Deutscher Verkehrswacht). In der Vergangenheit wurde über massenfähige Internet-Innovationen in Politik und Öffentlichkeit oft sehr undifferenziert und unsachlich diskutiert (z.B. Diskussion zu Sozialen Netzwerken oder zu georeferenzierten Panorama-Bild-Diensten). Eine Verunsicherung der Bevölkerung kann nicht nur zu wirtschaftlichen Schäden für Betreiber führen, sondern vor allem auch das Interesse und die eigene reflexive Auseinandersetzung der Bürger mit einem Medium stören.

Frage 16: Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Rahmenbedingungen gesellschaftlich; rechtlich; staatlich / föderalistisch; (netz-)politisch; technisch; wissenschaftlich; wirtschaftlich für erfolgreiche Medienkompetenzvermittlung?

Medienkompetenz gehört zu den grundlegenden Fähigkeiten, um das politische und gesellschaftliche Leben verstehen und aktiv an ihm teilhaben zu können. Wissen wird vor allem über Medien (z.B. Bücher, Computer, Internet) vermittelt und geteilt. **Ohne Medien und Medienkompetenz ist die Vermittlung von Wissen und Bildung also nur schwer umzusetzen.**

Bund und Länder müssen dies erkennen:

- Die Vermittlung von Medienkompetenz muss in jedem Bundesland als wichtige Querschnittsaufgabe in Curricula verankert werden.¹²
- Medienpädagogische Grundlagen müssen in der Ausbildung von Pädagogen, Erziehern und Sozialarbeitern selbstverständlich sein.¹³
- Medienkompetenz bedeutet, den Zugang zu Wissen und Kommunikation zu beherrschen. Deswegen müssen insbesondere Kinder und Jugendliche aus bildungsferneren Milieus im sicheren Umgang mit Medien gezielt gefördert werden.¹⁴

Das Internet lässt sich als weltweites Medium nur schwer durch nationale Gesetze regulieren. Es existieren unzählige Webseiten, die über .de-Domains erreichbar und vollständig in deutscher Sprache gehalten sind, aber nicht von deutschen Betreibern stammen und sich nicht an deutschem Recht orientieren. VZnet spricht sich deswegen insbesondere in Bezug auf die Geltung und Durchsetzbarkeit des deutschen **Datenschutzrechts** für außereuropäische Unternehmen dafür aus, die Anwendbarkeit von deutschem Recht nicht vom Sitz des Betreibers (sog. Herkunftslandprinzip), sondern vom Sitz des Nutzers (sog. Verbrauchersitzprinzip) abhängig zu machen. Dies ist insbesondere aus Medienkompetenzsicht wichtig, damit Nutzer eigenverantwortliche Entscheidungen zum Schutz ihrer Daten treffen können. Aktuell bestehen für Nutzer erhebliche Unsicherheiten, ob ein Unternehmer mit Sitz außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums sich an deutsches Datenschutzrecht halten muss oder nicht. Eine vermeintlich deutsche Webseite wird – in Unkenntnis der komplizierten und nutzerunfreundlichen Rechtslage – als vertrauenswürdig eingestuft (aufgrund von Sprache, .de Domains, usw.), obwohl der Betreiber sich nicht an deutsches Recht gebunden fühlt. Diesem Problem kann sowohl regulatorisch als auch medienpädagogisch entgegengewirkt werden (es handelt sich hierbei aber auch um eine Frage der Verbraucherkompetenz).

Frage 17: Wie beurteilen Sie die Forschungslage auf dem Gebiet der Medienkompetenz und ihrer Vermittlung? Welche Forschungsvorhaben wären Ihres Erachtens noch nötig, um Handlungsempfehlungen für die Medienkompetenzvermittlung abzuleiten?

¹² siehe dazu ausführlich Medienpädagogisches Manifest, www.keine-bildung-ohne-medien.de

¹³ siehe dazu ausführlich Medienpädagogisches Manifest, www.keine-bildung-ohne-medien.de

¹⁴ siehe dazu ausführlich Medienpädagogisches Manifest, www.keine-bildung-ohne-medien.de

Frage 18: Wie verändert die Digitalisierung die Voraussetzungen gesellschaftlich-demokratischer Teilhabe und was hat das für Folgen für die Medienbildung? Welche rechtlichen Grundlagen sollten in der Medienbildung vermittelt werden?

Der direkte Austausch zwischen Politik und Bürger kann eine Möglichkeit sein, politisches Geschehen für Bürger erlebbarer und zugänglicher zu gestalten. Erste Projekte haben gezeigt, dass die Partizipation von Bürgern an politischen Entscheidungsprozessen funktionieren und zu einer erhöhten Akzeptanz von politischen Entscheidungen führen kann.¹⁵

Flächendeckende Breitbandanschlüssen sowie die millionenfache Nutzung von Sozialen Netzwerken und Messaging Services haben auch zu einer **Veränderung der Kommunikationskultur** geführt. Bisherige Massenmedien wie TV oder Zeitungen verlieren an Bedeutung, **die Gatekeeperfunktion der Meinungsmacher wird durch das Internet geschwächt**. Für viele Bürger werden interaktive Kommunikation und bewusste Teilhabe selbstverständlich. Dementsprechenden werden Möglichkeiten der politischen Beteiligung im Internet in den kommenden Jahren immer stärker genutzt, aber auch erwartet werden.

II. Themenkomplex Zielgruppen und Schutzbedürfnisse: Kinder und Jugendliche, Eltern und Familien, "Silver Surfer"

Frage 1: Welche Inhalte und Angebote im Internet übersteigen bei Kindern und Jugendlichen die Fähigkeit sich selbst zu schützen? Lässt sich dies auf einzelne Kategorien von Inhalten eingrenzen? Wie und in welcher Form kann dabei die Zusammenarbeit von Jugendschutz und Medienpädagogik verbessert werden?

Prinzipiell kann nahezu jedes Angebot für einen Nutzer ungeeignet sein, solange er nicht über die Fähigkeit verfügt, sich damit kritisch auseinanderzusetzen. Darüber hinaus ist die

¹⁵ siehe hierzu Abschlussbericht des ThinkTanks Collaboratory, als dessen Mitglied ich mich umfassend mit dem Thema eParticipation beschäftigt habe. Im vorliegenden Abschlussbericht finden Sie ab Seite 37 eine „Best Cases“-Liste besonders gelungener eParticipation-Projekte www.collaboratory.de/open-government/abschlussbericht2

individuelle Gefährdungsneigung stark von Alter, sozialem Umfeld, Bildung, Empathie und Kenntnisstand des Nutzers abhängig.

Eine Kategorisierung in jugendgefährdende und entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte scheint sinnvoll zu sein, wird aber nie trennscharf funktionieren. Unbestritten ungeeignet sind Inhalte, die in § 4 I JMStV aufgelistet sind.

Als Betreiber eines Sozialen Netzwerks ist man täglich mit Inhalten aller Art beschäftigt. Die Bandbreite der Themen umfasst Magersuchtsforen, Selbstmordankündigungen, Pornografie, politischen Extremismus und vieles mehr. Wichtig bei der Bewertung dieses Phänomens ist, dass all diese Inhalte nur deswegen im Internet auftauchen, weil sie auch Teil unserer Gesellschaft sind. **Soziale Netzwerke und vergleichbare Medien stellen einen Spiegel der realen Welt dar**, sie machen idR Inhalte auffindbar, zu denen auch im realen Leben Zugang besteht.

Jugendschutz im Internet ist kompliziert, weil jeder Nutzer jeden erdenklichen Inhalt selbstständig veröffentlichen oder suchen kann. Hinzu kommt, dass im WWW als weltweitem Medium viele verschiedene Kultur- und Rechtskreise aufeinandertreffen. Mit sicheren Surfräumen oder dem Einsatz von Jugendschutzprogrammen können speziell Kinder an die Internetnutzung herangeführt werden. Jugendliche wird man hingegen nicht immer effektiv vor der Konfrontation mit gefährdenden Inhalten schützen können. Medienkompetenz muss da ansetzen, wo formaler oder gesetzlicher Jugendmedienschutz sich nicht mehr als effektiv erweisen.

In Sozialen Netzwerken werden täglich millionenfach Inhalte von Jugendlichen publiziert und rezipiert. Das Bewerten bzw. Sichten von Inhalten ist hier wenig zielführend und unter ökonomischen Gesichtspunkten ab einer bestimmten Nutzerzahl auch nicht realisierbar. Stattdessen können die Nutzer durch die Gestaltung der Plattform gezielt gestärkt werden. VZ hat gemeinsam mit anderen Betreibern Sozialer Netzwerke in Deutschland unter dem Dach der Freiwilligen Selbstkontrolle für Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM) 2009 einen **Verhaltenskodex für Betreiber von Social Communities**¹⁶ gezeichnet, in dem wichtige Maßnahmen für Jugend-, Daten- und Verbraucherschutz in Sozialen Netzwerken festgelegt werden. So können Nutzer bei VZ z.B. jederzeit auf eine Meldefunktion zurückgreifen und so ungeeignete Inhalte schnell an den Betreiber melden (sog. Alarmbuttons). Eine Ignorierfunktion hilft den Nutzern, unerwünschte Kontakte zu unterbinden.

Darüber hinaus sind bei neu registrierten Nutzern auf allen Plattformen von VZ die

¹⁶ siehe www.fsm.de/de/Web_2_0

Standeinstellungen zum Schutz der Privatsphäre immer absolut streng voreingestellt (sog. Defaults). Das bedeutet, das Nutzerprofil ist im Netzwerk unsichtbar, der Nutzer muss sich erst mit seinen Privatsphäre-Einstellungen auseinandersetzen und sich aktiv für die Profilsichtbarkeit entscheiden.

Frage 2: Bei jedem neuen Medium hat es Versuche von einzelnen Gruppen gegeben, die Gesamtheit davon auszuschließen und das Medium nur auf einen exklusiven Kreis zu beschränken – so z.B. im Mittelalter, wo sich das Schrifttum eine Zeit lang nur auf Vertreter des Klerus beschränkt hat. Sind solche Tendenzen auch bei den internetbasierten Techniken erkennbar?

Solche Tendenzen sind nicht ersichtlich.¹⁷ **72% der deutschen verfügen über einen Zugang zum Internet, pro Jahr steigt die Quote der Nutzer aktuell um ca. 3%.**¹⁸ Bei Haushalten, in denen Kinder und Jugendliche leben, entspricht die Quote mit 98% sogar nahezu einer Vollabdeckung.¹⁹

Frage 3: Einmal von Kindern und Jugendlichen abgesehen - welche Personengruppen sollten vorrangig Ziel von Medienkompetenzvermittlung sein und warum? Welche Erfahrungen bei der Medienkompetenzvermittlung gibt es mit verschiedenen Zielgruppen?

Medienkompetenz ist eine Schlüssel- und Querschnittskompetenz, die jedem Bürger in Deutschland vermittelt werden muss. Besonders wichtige Zielgruppen - neben Kindern und Jugendlichen - sind Eltern und Lehrer, da sie ihr Wissen und Verständnis wiederum an Kinder weitergeben können. Darüber hinaus kann die interaktive Teilhabe an Medien auch bei der Integration benachteiligter Milieus in gesellschaftliche Prozesse hilfreich sein.

Frage 4: Welche wissenschaftlichen Erkenntnisse gibt es über die Erfahrungen von Kindern und Jugendlichen mit Inhalten, von denen im Allgemeinen angenommen wird, dass diese für Minderjährige nicht zugänglich sein sollten?

¹⁷ auf ebenso wichtige, die Medienkompetenzvermittlung aber nur peripher betreffende Themen wie Netzneutralität, Breitbandausbau, usw. möchte ich hier bewusst verzichten.

¹⁸ Initiative D21, (N)Onliner-Atlas 2010, S. 10.

¹⁹ Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, JIM-Studie 2010, S. 25.

Frage 5: Wie schätzen Sie die präventive Wirkung von Medienkompetenzvermittlung im Hinblick auf Mediensucht bei Kindern/Jugendlichen und Erwachsenen ein?

Frage 6: Welche Verantwortung haben Medienanbieter gegenüber Nutzerinnen und Nutzern? Welche Art von Werberichtlinien sind für welche Alterszielgruppe sinnvoll? Wie bewerten Sie Micropayment und Abomodelle im Hinblick auf Kinder und Jugendliche? Halten Sie die Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung insbesondere in digitalen Medien für ausreichend? Sind Nutzungsbedingungen von Medienangeboten ausreichend verständlich gehalten? Wenn Sie eine stärkere Verantwortung von Medienanbietern für nötig erachten, wie soll diese erreicht werden? Reichen hier Selbstverpflichtungen der Anbieter aus oder müsste so etwas gesetzlich festgeschrieben und sanktionierbar werden?

Anbieter tragen bei der Vermittlung von Medienkompetenz eine wichtige Verantwortung.

Sie haben idR über ihre Produkte (z.B. Plattformen, TV-Sender) direkten Zugang zu Kunden/Nutzern und können diese gerade im Moment des Medienkonsums mit wichtigen Informationen zur Mediennutzung versorgen. Darüber hinaus hat sich bei **schülerVZ** gezeigt, dass der Anbieter von der Medienkompetenz seiner Nutzer auch erheblich profitieren kann. Kompetentere Nutzer können komplexe und innovative Produkte besser nutzen und benötigen weniger personalkostenintensive Betreuung/Support.

Werbung ist in unserer Gesellschaft allgegenwärtig und ein besonders wichtiger Wirtschaftszweig. Durch Werbung werden Tageszeitungen und Zeitschriften, Fernsehsender und Radioprogramme, Webseiten aller Art, Kulturangebote und Kongresse finanziert. In einer pluralistischen und vielfältigen Medien- und Kulturwelt ist Werbung ein wichtiger Motor. Kinder werden schon im frühen Alter mit Werbung konfrontiert und müssen früh erlernen, diese zu erkennen und zu verstehen. Für Werbung in Telemedien haben sich die in § 6 JMStV festgelegten Gestaltungsvorgaben als effektiv und sinnvoll bewiesen, um einen Schutz minderjähriger Nutzer zu gewährleisten. Dabei wird die in § 6 IV JMStV festgelegte Trennung von Werbung von Inhalt

von deutschen Betreibern idR gut umgesetzt. Es muss aber bedacht werden, dass im weltweiten Medium Internet nur ein Bruchteil der Webseiten deutschem Recht unterliegen. In Folge dessen sind Kinder und Jugendliche häufig auch Werbegestaltung im Netz ausgesetzt, die dem Trennungsgebot nicht entspricht.

Das deutsche Zivilrecht kennt einen umfassenden Minderjährigenschutz, der gerade darauf abzielt, dass diese die Beteiligung im Rechtsverkehr erlernen können und gleichwohl geschützt sind. Dazu gehört auch, dass Kinder und Jugendliche unter sicheren Rahmenbedingungen Verträge im elektronischen Rechtsverkehr schließen können. Mit **Mircopayment** können Bezahlmodelle entwickelt werden, die es Kinder und Jugendlichen ermöglichen, taschengeldübliche Beträge für virtuelle Güter auszugeben. Dabei sollte es sich tatsächlich um kleinere Beträge handeln, die sofort bewirkt werden können und auch auf rechtsgeschäftlicher Ebene kein Dauerschuldverhältnis begründen. Eine geeignete Umsetzung für Micropayment ist zum Beispiel die sofortige Bewirkung der Leistung über Mobilepayment oder sog. Paysafe Cards.

Die Qualität der **Nutzungsbedingungen** im Internet lässt sich ebenfalls nicht pauschal bewerten. Als Betreiber einer Onlineplattform befindet man sich bei der Formulierung von AGB, usw. stets auf einer Gratwanderung zwischen bestmöglicher Transparenz auf der einen Seite und größtmöglicher Verständlichkeit auf der anderen Seite. Hohe Transparenz und die Umsetzung gesetzlicher Vorgaben haben das Ziel, die Medienkompetenz zu fördern und zu fordern. Dabei kann viel Transparenz und Aufklärung auch zu relativ langen AGB-Texten führen. Daher gehört zu einer guten Vermittlung von Medienkompetenz auch die umfassende Nutzung von Medien. Für schülerVZ wurde daher zu den AGB ein erklärendes Video produziert, dass es Nutzern erleichtern soll, die Relevanz von AGB zu verstehen.²⁰

In den vergangenen Jahren haben sich die Anbieter Sozialer Netzwerke zweier Selbstverpflichtungserklärungen unterworfen: Den **Safer Social Networking Principles** unter dem Dach der Europäische Kommission, sowie dem **Verhaltenskodex für Betreiber von Social Communités** unter dem Dach der FSM. Komplexität, Umfang und Dichte der beiden Selbstverpflichtungen zeigen, dass sich neu entstehenden Märkte oder Dienste am einfachsten, effektivsten und schnellsten über Selbstverpflichtungserklärungen und Selbstregulierungsmodelle regulieren lassen.

²⁰ siehe www.schuelervz.net/l/terms_new

Das Modell der regulierten Selbstregulierung hat sich für den Jugendschutz in Telemedien als besonders effektiv erwiesen. Die FSM – als derzeit einzig anerkannte Einrichtung im Modell der regulierten Selbstregulierung – hat viele große Unternehmen unter ihrem Dach zusammengeführt und über Verhaltenskodices oft mehr erreicht, als gesetzliche Regulierung bewirken könnte. Kodices haben sich nicht nur als ein gutes Instrument erwiesen, einen praktikablen Handlungsleitfaden zu bieten, mit dem ein Ausgleich bezüglich der unterschiedlichen Interessen der Internetwirtschaft und der -nutzer geschaffen wird. Vielmehr bieten Selbstverpflichtungen auch in Rechtsbereichen, in denen Regelungslücken bestehen (z.B. Telemediengesetz) oder häufig Interessensabwägungen notwendig sind, einen klaren Rahmen für Anbieter und Nutzer.

Weitere dienstspezifische nationale gesetzliche Regelungen – gleich ob im Jugendschutz-, Datenschutz-, und Verbraucherschutzrecht – benachteiligen dagegen in erster Linie deutsche Unternehmen, obwohl viele Angebote im Internet gerade nicht aus Deutschland stammen. Die Politik sollte deswegen ihren Fokus in erster Linie stark darauf richten, wie Instrumente geschaffen werden können, deutsches Recht auch auf solche Unternehmen anzuwenden und durchzusetzen, die keinen Sitz in Deutschland haben, wohl aber gezielt auf dem hiesigen Markt operieren.

III. Themenkomplex Instrumente digitalen Lernens

Frage 1: Welche Chancen bieten digitale Spiele sowie insbesondere Serious Games? Wie kann das im Spielerlebnis enthaltene Potential des Lernens ausgeschöpft werden? Welche Voraussetzungen müssen gute Spiele daher erfüllen, um sich erfolgreich beispielsweise in den schulischen Lernprozess oder beim eLearning einzufügen?

Digitale Spiele sind eine gute Möglichkeit für Kinder und Jugendliche, Medienkompetenz auf spielerische Art und Weise zu entwickeln. Einerseits sind technische Fertigkeiten gefragt (Umgang mit Tastatur oder Maus), aber auch kognitive Fähigkeiten werden gefördert, indem der Spieler / Nutzer einzelne Aspekte des Spiels verstehen und in einen übergeordneten Sachverhalt – das Ziel des Spiels – zusammenfügen muss.

Außerdem liegt bspw. Lern-Quizzes ein gewisser Wettbewerbsgedanke zugrunde, der auch bei Kindern und Jugendlichen ausgeprägt ist. Je mehr Wissen sie sich in einem Spiel oder Quiz aneignen, desto weiter kommen sie innerhalb des Spiels. Das bedeutet also, dass durchaus auch mittels digitaler Spiele Medienkompetenz vermittelt werden kann.

Im schülerVZ wurde anlässlich des Safer Internet Days 2010 die sog. App „**Netzspezialist**“ entwickelt. Nutzer können dabei ihr eigenes Wissen über den verantwortungsbewussten Umgang mit persönlichen Daten im Internet testen.

Frage 2: Welche Komponenten der Medienkompetenz können durch Serious Gaming vermittelt werden? Wo besteht im Bereich des Serious Gaming noch Forschungsbedarf und welche Erkenntnisse beim Erfolg der Kompetenzvermittlung durch Serious Gaming können als gesichert angesehen werden?

C. Hintergrund

Über VZ-Netzwerke

Die VZnet Netzwerke Ltd. wurde im Oktober 2005 als studiVZ Ltd. gegründet und gehört seit Januar 2007 zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck.

Als Marktführer in Deutschland verzeichnet VZnet auf den drei Plattformen studiVZ, schülerVZ und meinVZ mehr als 17 Millionen registrierte Mitglieder. Das Wachstum ist dabei ungebremst: Jeden Tag melden sich mehrere Tausend neue Nutzer an.

Das Unternehmen hat seinen Sitz in Berlin und beschäftigt derzeit knapp 300 Mitarbeiter, davon alleine 130 für die Betreuung der Nutzer (Customer Care).

Über Philippe Gröschel

Philippe Gröschel ist Jugendschutzbeauftragter sowie verantwortlich für Medienpolitik bei den VZ-Netzwerken (schülerVZ, studiVZ und meinVZ). Zudem ist er Mitglied im Vorstand der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM).

Seit Anfang 2007 ist er am Aufbau von schülerVZ beteiligt. Die Plattform, deren Dynamik sich allein

aus nutzergenerierten Inhalten ergibt, ist Europas erfolgreichstes Social Network einer minderjährigen Zielgruppe. Für diese speziellen Gegebenheiten entwickelte und kombinierte Philippe Gröschel neue Jugendschutzmaßnahmen basierend auf technischen und medienpädagogischen Ansätzen.

Philippe Gröschel ist 1985 in Regensburg geboren und studiert neben seiner Tätigkeit bei den VZ-Netzwerken Rechtswissenschaften an der Freien Universität Berlin.