

**Beantwortung ausgewählter Fragen  
zur öffentlichen Anhörung Medienkompetenz (13.12.2010)  
der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft  
des Deutschen Bundestages**

**Mechthild Appelhoff (Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen)**

**Einordnung der Institution:**

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) ist eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland, die neben der Zulassung und Aufsicht von Rundfunkveranstaltern und der (Jugendschutz-)Aufsicht über Internetangebote auch den gesetzlichen Auftrag hat, Medienkompetenz zu fördern. Dabei soll die LfM die Medienerziehung unterstützen und zum selbstverantwortlichen Umgang mit allen Formen analoger und digitaler Medienkommunikation sowie zur gleichberechtigten Teilhabe an ihr beitragen. Darüber hinaus zählt der Mediennutzerschutz zu ihren gesetzlichen Aufgaben.

**1) Wie definieren Sie die Begriffe Medienkompetenz und Medienbildung und welche Inhalte und Fähigkeiten sollten vermittelt werden?/Leitbilder der Förderung von Medienkompetenz**

Unter dem Begriff „Medienkompetenz“ wird eine Schlüsselqualifikation verstanden, die einen Mediennutzer dazu befähigt, mit allen Medien selbstbestimmt, reflektiert, kritisch, kreativ und verantwortlich umzugehen. Dabei geht es sowohl um den Umgang mit neuen Medien wie Computer, Internet, Handy etc. als auch um die Nutzungs- und Anwendungskompetenzen von traditionellen Medien wie Buch, Zeitung, Radio und Fernsehen. Dabei müssen Chancen und Risiken der Medien gleichermaßen Beachtung finden.

Der Medienkompetenz-Begriff erfasst damit ein ganzes Bündel von Fähigkeiten, die ein Mediennutzer benötigt, um medienkompetent handeln zu können. In Anlehnung an Prof. Dr. Dieter Baacke, Prof. Helga Theunert und andere sollte der Nutzer z. B.

- instrumentell-qualifikatorische Fähigkeiten haben, um (neue) Geräte bedienen zu können,
- über Hintergrundwissen über Medien(systeme) und ihre Funktionsweisen verfügen,
- Medien und ihre Inhalte kritisch hinterfragen, einordnen und reflektieren können,
- Medien zu persönlichen Zwecken wie z. B. gezielte Recherchen u. ä. einsetzen können sowie
- in der Lage sein, selbst Medien kreativ zu gestalten bzw. zu produzieren, um damit an der Informationsgesellschaft partizipieren zu können.

Grundsätzlich ist eine Definition von Medienkompetenz nicht von der Frage zu trennen, warum und wozu Medienkompetenz notwendig ist. Diese Frage lässt sich auf der Basis der Leitbilder beantworten, die die LfM der Planung und Umsetzung ihrer medienkompetenzfördernden Aktivitäten zugrunde legt.

### Bildung

Das Lernen, der Erwerb von Wissen und der Zugang zu Information ist in unserer Gesellschaft ohne die kompetente Nutzung aller Medien, insbesondere von Online-Medien, heute kaum mehr vorstellbar. Medienkompetenz wird deshalb auch als vierte Kulturtechnik bezeichnet – neben dem Lesen, Rechnen und Schreiben. Eine Technik, die nicht nur Kinder, sondern auch Erwachsene beherrschen müssen, wie das Konzept des lebenslangen selbstständigen Lernens, mit dem Berufstätige heute konfrontiert werden, zeigt. In der Informations- und Wissensgesellschaft entscheidet somit die Frage, ob Kinder, Jugendliche oder Erwachsene mit Medien kompetent umgehen können, in hohem Maße darüber, welche Bildungschancen und damit welche Entfaltungs- und Entwicklungschancen sich ihnen eröffnen. Die ökonomische und soziale Integration des Einzelnen in der Gesellschaft ist auch von seiner Medienkompetenz abhängig. Deshalb sollen die Förderaktivitäten in diesem Bereich einen Beitrag dazu leisten, dass möglichst viele, Kinder wie Erwachsene, in der Lage sind, sich die Bildungspotenziale der Medien zunutze zu machen.

### (Jugendmedien-/Mediennutzer-)Schutz

Von Medien können insbesondere für Kinder und Jugendliche, aber auch für Erwachsene Gefährdungspotentiale ausgehen. So können Kinder und Jugendliche durch die Konfrontation mit problematischen Inhalten wie beispielsweise Pornografie oder Verherrlichung von Gewalt in ihrer Entwicklung beeinträchtigt oder gefährdet werden. Deshalb sollen in Ergänzung zu dem gesetzlichen Jugendmedienschutz, die Förderaktivitäten im Bereich der Medienkompetenz das Ziel verfolgen, Kinder und Jugendliche so zu qualifizieren, dass sie mit den Medien und ihren Inhalten kompetent und selbstbestimmt umgehen können. Hierzu sollen auch Eltern und Pädagogen befähigt werden, Kinder und Jugendliche beim Erwerb von Medienkompetenz zu unterstützen.

Erwachsene können im Internet unter anderem durch Viren, Würmer, Phishing- Attacken, durch sog. Abzockeangebote oder aber durch die Verletzung von Persönlichkeitsrechten und des Datenschutzes gefährdet sein. Daher sollten auch für diese Zielgruppen Informations- und Qualifikationsangebote zur Verfügung gestellt werden.

Allen Aktivitäten im Sinne des Jugendmedienschutzes sowie des Mediennutzerschutzes liegt das Anliegen zugrunde, durch Kompetenzentwicklung und Information potentielle Risiken, die von Medien ausgehen können, zu minimieren.

### Demokratiekompetenz/Partizipation

Medien organisieren nicht nur den Zugang zu Wissen und Information einer Gesellschaft. Die Auseinandersetzung mit und die Entwicklung von gesellschaftlichen Werten und politischen Zielen findet im Wesentlichen über Medien statt. Die selbstbestimmte Begleitung dieser Prozesse sowie deren aktive Mitgestaltung setzen den kompetenten Umgang mit Medien voraus, insbesondere die Fähigkeit zur kritischen Reflexion von Medieninhalten, das Wissen um die Macht- und Wirkungsstrukturen, die den Medien zugrunde liegen und die eigenen Kompetenzen, sich (medien-)öffentlich zu artikulieren. In diesem Kontext sind die Bürgermedien von wesentlicher Bedeutung. Die von Landesmedienanstalten geförderten Bürgermedien sollen Bürgerinnen und Bürgern ermöglichen, sich an der Schaffung und Veröffentlichung von Inhalten in Medien zu beteiligen. Die Medienkompetenz bestimmt in einem hohen Maße die sozialen und politischen Ausdrucks- und Partizipationsmöglichkeiten des Einzelnen in der Gesellschaft. Durch die Förderung von Medienkompetenz soll ein Beitrag zur größtmöglichen Teilhabe des Einzelnen am gesellschaftlichen und politischen Leben geleistet werden.

### Chancengleichheit

Im Sinne einer gleichberechtigten und barrierearmen Teilhabe an der Informationsgesellschaft gilt es zu berücksichtigen, dass große Teile der Bevölkerung nicht oder nur eingeschränkt Zugang zu den Medien und ihren Bildungs- und Partizipationspotenzialen finden. Ursachen für diesen eingeschränkten Zugang können sein: Behinderung, Alter, sozialer Status, Geschlechts- und Migrationshintergrund. Die Warnungen vor der so genannten „Neuen Digitalen Spaltung der Gesellschaft“ oder Redewendungen wie die vom „User versus Looser“ machen dieses Problem sehr anschaulich. Sie verdeutlichen zugleich, dass der eingeschränkte Zugang zu den Nutzungspotenzialen der Medien zur gesellschaftlichen Ausgrenzung und/oder zur Verstärkung der Benachteiligung der Betroffenen beitragen kann. Deshalb ist allen Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz das Ziel gemeinsam, dass möglichst viele Menschen, unabhängig von Behinderung, Alter, Geschlecht, Herkunft und materieller Ausstattung, an den Medien und den neuen Kommunikationstechniken partizipieren und die von ihnen ausgehenden Chancen nutzen können. Medienkompetenz soll in der Gesellschaft verstärkt etabliert und es soll ein Beitrag zur Chancengleichheit geleistet werden.

Auf der Basis dieser Leitbilder hat die LfM unterschiedliche Maßnahmen und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz konzipiert und realisiert. Eine Übersicht über die LfM-Aktivitäten bietet der Medienkompetenzbericht 2009 (<http://www.lfm-nrw.de/lfm/publikationen.html>).

## **2) Einmal von Kindern und Jugendlichen abgesehen – welche Personengruppen sollten vorrangig Ziel von Medienkompetenzvermittlung sein und warum?**

Wie unter dem letzten Leitbild „Chancengleichheit“ (vgl. Frage 1) ausgeführt, sollte sich die Medienkompetenzförderung an *alle* Menschen richten. Insbesondere mit Blick auf die rasante Entwicklung der digitalen Medien spielt das Prinzip des „lebenslangen Lernens“ eine immer größere Rolle. Medienkompetenz ist keine Kompetenz, die einmal erworben wird und dann vorhanden ist, vielmehr muss diese Kompetenz aufgrund der Veränderungen in der Medienwelt unabhängig vom Alter immer weiter entwickelt werden. Um entsprechende Grundlagen zu schaffen, sollten Heranwachsende zwar im Fokus der Aktivitäten stehen, darüber hinaus können jedoch folgende Personengruppen benannt werden, die es ebenfalls zu adressieren gilt.

### **a) Kinder und Jugendliche**

Kinder nutzen bereits frühzeitig zunächst die eher traditionellen Medien, wie Bilderbücher, das Fernsehen oder Hörbücher, aber nur geringfügig später auch die digitalen Medien, wie den Computer, das Internet oder das Handy. Medien sind zentraler Bestandteil ihrer Lebenswelt. Die Frage, ob Kinder und Jugendliche diese Medien kompetent nutzen können, entscheidet in hohem Maße darüber, welche Entwicklungs-, Entfaltungs- und Bildungschancen sich ihnen eröffnen. Insofern besteht die Notwendigkeit einer altersgerechten Medienkompetenzförderung bereits sehr frühzeitig. Kinder und Jugendliche sind vor diesem Hintergrund die zentrale Zielgruppe der Medienkompetenzvermittlung.

Bei der Entwicklung von Unterstützungsmaßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz ist zu berücksichtigen, dass sich diese an den unterschiedlichen Lebenssituationen der Kinder und Jugendlichen orientieren. So ist beispielsweise besonders zu berücksichtigen, dass Kinder und Jugendliche aus sozial- und bildungsbenachteiligten Milieus und Heranwachsende mit Migrationshintergrund besonders gefördert werden sollten, um zu gewährleisten, dass sie die Bildungs- und Partizipationspotenziale der Medien gleichberechtigt nutzen können.

#### Beispielhafte Maßnahmen der LfM/der Landesmedienanstalten:

- Klicksafe [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)
- Internet ABC, [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)
- Handysektor, [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de)
- Medienkompetenzförderung in der Ganztags Hauptschule, [www.lfm-nrw.de/medienkompetenz](http://www.lfm-nrw.de/medienkompetenz)
- Radioprojekte in der Schule, [www.lfm-nrw.de/buergermedien](http://www.lfm-nrw.de/buergermedien)
- Podk Nast, [www.podk Nast.de](http://www.podk Nast.de)
- Medienkompetenzprojekte der Landesmedienanstalten, [www.alm-medienkompetenz.de](http://www.alm-medienkompetenz.de)

## **b) Eltern/Familie**

Die Mediennutzung von Kindern beginnt häufig bereits im frühen Kindesalter. Der erste Kontakt mit Medien findet in der Familie statt und die Familie ist die erste und wesentliche Instanz, durch die Grundmuster der Mediennutzung geprägt und beeinflusst werden. Dabei kommt den Eltern eine besondere Bedeutung zu: Einerseits sind sie die maßgebliche Instanz für die Medienerziehung ihrer Kinder. Zugleich nutzen sie selbst Medien auf vielfältige Weise, wobei die eigenen Mediennutzungsmuster Auswirkungen auf die Medienerziehung der Kinder haben.

Bereits vor dem Eintritt in andere Sozialisationsinstanzen – Kindertagesstätten oder später die Schule – haben Kinder demnach in unterschiedlichem Maße Kompetenzen für den Umgang mit Medien erworben. Auch wenn bei Heranwachsenden der Freundeskreis und die entsprechende Peergroup für die Zuwendung zu bestimmten Medien wichtiger werden, bleibt doch die Familie die Grundinstanz. Dies lässt sich allein schon daran festmachen, dass die individuelle Medienausstattung der Kinder von den Eltern bestimmt wird.

Vor diesem Hintergrund ist es von besonderer Bedeutung, Eltern für die Notwendigkeit der Medienerziehung zu sensibilisieren und zu qualifizieren. Dies ist um so notwendiger, als festzuhalten ist, dass Eltern sich aufgrund der elementaren Veränderungen der Medienlandschaft, mit ihren Veränderungen der Medientechnik, der angebotenen Medieninhalte, der Mediennutzungsgewohnheiten und der Nutzungsrisiken zunehmend verunsichert und überfordert fühlen. Insbesondere mit Blick auf technische Kompetenzen fühlen sich Eltern ihren Kindern gegenüber oft unterlegen.

Unterstützungsmaßnahmen sind – dies zeigen die Erfahrungen der LfM aus den abgeschlossenen Projekten – auf die unterschiedlichen Lebenssituationen der Familien auszurichten. So sind für eine Vielzahl interessierter und problembewusster Eltern Informationsmaterialien, wie der Ratgeber „Mit Medien leben lernen“ hilfreich. Auch Elternabende, wie sie von der „Initiative Eltern+Medien“ der LfM durchgeführt werden, stoßen bei Eltern auf große Akzeptanz. Eltern – insbesondere im Kontext sozialer Benachteiligung und Migration – erreichen solche Informationsangebote jedoch oft nur eingeschränkt. Insbesondere für diese Zielgruppe sollten Maßnahmen entwickelt werden, die den Familien im Alltag beim Umgang mit den Medien helfen. Hierbei sollen Institutionen, die die Aufgabe haben, Eltern in ihrer Erziehungsverantwortung insgesamt zu stärken und zu beraten, eingebunden werden.

Daher sind zum einen Informations- und Beratungsangebote unmittelbar für Eltern von Bedeutung. Zugleich ist es aber wichtig, insbesondere Fachkräfte der Familienberatung und Familienbildung so zu qualifizieren, dass sie Fragen der Medienerziehung in der Familie zunehmend in ihre Arbeit mit Familien integrieren können.

Beispielhafte Maßnahmen der LfM/ der Landesmedienanstalten:

- Initiative Eltern und Medien, [www.elternundmedien.de](http://www.elternundmedien.de)
- Flimmo – Programmberatung für Eltern, [www.flimmo.de](http://www.flimmo.de)
- Klicksafe, [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)
- Internet ABC, [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)
- Rucksack KiTA, vgl. Medienkompetenzbericht 2009 der LfM, S. 85 f., Kap. „Unterstützung von aufgabenverwandten Netzwerken“, <http://www.lfm-nrw.de/lfm/publikationen.html>
- Diverse Broschüren und Ratgeber rund um Medienthemen, <http://www.lfm-nrw.de/lfm/publikationen.htm>
- Medienkompetenzprojekte der Landesmedienanstalten, [www.alm-medienkompetenz.de](http://www.alm-medienkompetenz.de)

**c) Pädagogischen Fachkräfte – insbesondere im Vorschulbereich und Lehrkräfte**

Um sicherzustellen, dass Kinder und Jugendliche neben der Familie auch im vorschulischen, schulischen und außerschulischen Bereich Medienkompetenz entwickeln und erlernen können, sind darüber hinaus pädagogischen Fachkräfte – insbesondere im Vorschulbereich - und Lehrkräfte als weitere relevante Zielgruppen der Medienkompetenzvermittlung zu benennen. Sie müssen, um Kinder im Vorschulbereich und Schüler adäquat begleiten und qualifizieren zu können, nicht nur in der Lage sein, selbst medienkompetent zu handeln, sie müssen zudem in der Lage sein, Medienkompetenz an Schüler und Jugendliche zu vermitteln (Vermittlungskompetenz). Voraussetzung hierfür ist zudem, dass sie es als relevante Aufgabe betrachten, Kindern und Jugendlichen Medienkompetenz zu vermitteln. Verschiedene wissenschaftliche Studien verdeutlichen, dass diese Kompetenzen zur Vermittlung von Medienkompetenz nicht ausreichend vorhanden sind. Nicht zuletzt, weil sie in den jeweiligen Ausbildungsgängen nicht oder nicht ausreichend vermittelt wurden und/oder entsprechende Fortbildungsangebote nicht vorhanden waren. (vgl. hierzu Frage 4): Bedeutung der Medienkompetenz in der pädagogischen Aus- und Fortbildung).

Beispielhafte Maßnahmen der LfM/ der Landesmedienanstalten

- Medienkompetenznetzwerk NRW, [www.mekonet.de](http://www.mekonet.de)
- Medienkompetenzportal NRW, [www.medienkompetenzportal-nrw.de](http://www.medienkompetenzportal-nrw.de)
- Medienkompetenz-Kitas NRW, [www.kita-nrw.de](http://www.kita-nrw.de)
- Initiative Eltern und Medien, [www.elternundmedien.de](http://www.elternundmedien.de)
- Klicksafe, [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)
- Internet ABC, [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)
- Medienkompetenzförderung in der Ganztags Hauptschule, [www.lfm-nrw.de/medienkompetenz](http://www.lfm-nrw.de/medienkompetenz)
- Auditorix-Hörspielwerkstatt, [www.auditorix.de](http://www.auditorix.de)
- Best-Practice-Kompass Computerspiele im Unterricht, [www.lfm-nrw.de](http://www.lfm-nrw.de)
- JAM-Jugendliche als Medienforscher, [www.projekt-jam.de](http://www.projekt-jam.de)
- ZeitungsZeit, [www.zeitungszeit.de](http://www.zeitungszeit.de)

- Informationssystem Medienpädagogik ISM, [www.ism-info.de](http://www.ism-info.de)
- Medienpädagogischer Atlas NRW, [www.medienkompetenz-atlas-nrw.de](http://www.medienkompetenz-atlas-nrw.de)
- Datenbank Medienkompetenzprojekte in NRW, [www.medienkompetenz-projekte-nrw.de](http://www.medienkompetenz-projekte-nrw.de)
- Diverse Broschüren, Ratgeber und Unterrichtsmaterialien rund um Medienthemen, <http://www.lfm-nrw.de/lfm/publikationen.htm>
- Medienkompetenzprojekte der Landesmedienanstalten, [www.alm-medienkompetenz.de](http://www.alm-medienkompetenz.de)

#### **d) Jeder Mediennutzer**

Jeder Mensch, der Medien nutzt, sollte über entsprechende Medienkompetenzen verfügen. Nur Nutzer, die medienkompetent sind, können sich vor eventuellen Risiken (z. B. Verletzung von Datenschutz- oder Persönlichkeitsrechten) adäquat schützen (Stichwort: Mediennutzerschutz) und sich die Bildungspotentiale der Medien erschließen (z. B. Konzept des lebenslangen Lernens). Nur Nutzer die medienkompetent sind, können die Partizipationspotentiale, die Möglichkeiten zur Teilhabe am politischen und gesellschaftlichen Leben voll erschließen, können sicherstellen, dass sie ihre Chancen mit Blick auf ihre persönliche Entwicklung wahren (vgl. auch Leitbilder der LfM unter Frage 1).

Insofern besteht für jeden Bürger insbesondere vor dem Hintergrund der sich schnell entwickelnden Medien die Notwendigkeit, seine Medienkompetenz ständig (weiter-) zu entwickeln. Medienkompetenz ist keine Kompetenz, die einmal erworben wird und dann vorhanden ist, vielmehr muss diese Kompetenz aufgrund der Veränderungen in der Medienwelt unabhängig vom Alter immer fortgebildet werden. Zu diesem Zweck ist es notwendig, dem Bürger entsprechende Informations- und Qualifizierungsangebote zu machen.

Beispielhafte Maßnahmen der LfM/der Landesmedienanstalten:

- Broschüre Mediennutzerschutz, <http://www.lfm-nrw.de/lfm/publikationen.htm>
- Diverse Broschüren und Ratgeber rund um Medienthemen z.B. Ratgeber Neue Medien, <http://www.lfm-nrw.de/lfm/publikationen.htm>
- Klicksafe, [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)
- Medienkompetenzprojekte der Landesmedienanstalten, [www.alm-medienkompetenz.de](http://www.alm-medienkompetenz.de)

Neben den ausführlich beschriebenen Zielgruppen, die die LfM zur Zeit im besonderen Fokus hat, sind natürlich auch weitere Gruppen denkbar, für die eine gesonderte Adressierung je nach Themenschwerpunkt und Zielsetzung sinnvoll erscheinen kann.

**3) 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?**

Lesen, Schreiben und Rechnen sind Techniken, die es dem Einzelnen erlauben, zu kommunizieren, sich das Wissen über die Welt zu erschließen und dies – auch über Generationen hinweg – durch die Verwendung von Zahlen und Formeln mitzuteilen. In diesem Sinne ist Medienkompetenz als vierte Kulturtechnik zu betrachten. Wer sie nicht beherrscht, kann an der Informations- und Wissensgesellschaft nur eingeschränkt teilhaben. Deshalb kommt der Vermittlung von Medienkompetenz gerade im schulischen Umfeld eine zentrale Bedeutung zu. Dabei muss die Vermittlung der Medienkompetenz nicht in einem gesonderten „Medien“-Fach geschehen. Vielmehr kann die Vermittlung auch als Querschnittsaufgabe über alle Fächer hinweg erfolgen. Von hervorgehobener Bedeutung ist es jedoch, altersbezogene Bildungsstandards für Medienkompetenz zu entwickeln und entsprechend hierzu die Aufgabe der Förderung von Medienkompetenz verbindlich in die Curricula zu integrieren.

Beispielhafte Maßnahmen der LfM/der Landesmedienanstalten

Die LfM und auch die Landesmedienanstalten in anderen Bundesländern sehen in den Schulen einen bedeutenden Akteur und Partner für die Medienkompetenzförderung. Vor diesem Hintergrund werden unterschiedliche Aktivitäten zur Medienkompetenzförderung im schulischen Kontext unternommen, wie beispielsweise:

- die Entwicklung medienpädagogischer Unterrichtsmaterialien für unterschiedliche Schulformen und Altersstufen,
- das Initiieren von (Pilot-)Projekten mit verschiedenem Medienbezug,
- die Förderung der Weiterbildung und Ausbildung von Lehrerinnen und Lehrern und
- die Unterstützung von Schulen, Elternabende zur Medienerziehung durchzuführen.

Hierzu wurden/werden unter anderem folgende Maßnahmen für den schulischen Bereich realisiert:

- Medienkompetenzportal NRW, [www.medienkompetenzportal-nrw.de](http://www.medienkompetenzportal-nrw.de)
- Initiative Eltern und Medien, [www.elternundmedien.de](http://www.elternundmedien.de)
- Klicksafe, [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)
- Internet ABC, [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)
- Medienkompetenzförderung in der Ganztagschule, [www.lfm-nrw.de/medienkompetenz](http://www.lfm-nrw.de/medienkompetenz)
- Auditorix-Hörspielwerkstatt, [www.auditorix.de](http://www.auditorix.de)
- Best-Practice-Kompass Computerspiele im Unterricht, [www.lfm-nrw.de](http://www.lfm-nrw.de)

- JAM-Jugendliche als Medienforscher, [www.projekt-jam.de](http://www.projekt-jam.de)
- ZeitungsZeit, [www.zeitungszeit.de](http://www.zeitungszeit.de)
- Diverse Broschüren, Ratgeber und Unterrichtsmaterialien rund um Medienthemen, <http://www.lfm-nrw.de/lfm/publikationen.htm>
- Medienkompetenzprojekte der Landesmedienanstalten, [www.alm-medienkompetenz.de](http://www.alm-medienkompetenz.de)

#### **4) Findet Medienkompetenzvermittlung ausreichend Berücksichtigung in Aus- und Fortbildung?/Welche Bedeutung besitzt Medienkompetenz in der pädagogischen Ausbildung?**

Die LfM sieht einen dringenden Bedarf, Medienkompetenz in der pädagogischen Aus- und Fortbildung stärker zu verankern. Dies ist durch die Studie „Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten“ (2007) und die Studie „Medienkompetenz in der Schule“ (2010) deutlich zu belegen.

Mit der im Auftrag der LfM durchgeführten Studie zum Thema „Medienkompetenz in der Schule“ wurde die Nutzung von Medien im Unterricht und die Vermittlung von Medienkompetenz an weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen erstmals umfassend untersucht. Auf breiter empirischer Basis – Befragung von Lehrkräften, Schulfallstudien, Gruppendiskussionen – liefert die Studie repräsentative Daten bezogen auf Lehrkräfte, die in den Klassen fünf und sechs unterrichten (Übergang von der Primar- zur Sekundarstufe). Ein Untersuchungsbereich der Studie waren autodidaktische und institutionalisierte Formen des Wissens- und Kompetenzerwerbs durch die Lehrkräfte.

Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, dass eine Qualifizierung der Lehrkräfte für den didaktischen Einsatz digitaler Medien bisher noch zu gering ausgeprägt ist. Wissens- bzw. Kompetenzerwerb findet vornehmlich autodidaktisch oder innerhalb des Kollegiums statt. Weit über die Hälfte aller für die Studie befragten Lehrkräfte qualifiziert sich in allen Feldern der Medienbildung selbsttätig. Das gilt sowohl für den Erwerb grundlegender Medienkompetenzen als auch für den Umgang mit spezifischen Softwareprodukten und die unterrichtliche Mediennutzung. Eine Integration von Medien in den Fachunterricht mit pädagogisch-didaktischer Schwerpunktsetzung liegt damit oftmals im Ermessen der einzelnen Lehrkraft. An zweiter Stelle steht der spontane Austausch mit Kolleginnen und Kollegen. Noch deutlicher wird dies in Bezug auf die Qualifizierung im Rahmen des Studiums oder des Referendariats. Hier hat sich an den Studienseminaren und den Universitäten erst in den letzten fünf Jahren eine deutliche Verschiebung in Richtung eines systematischen didaktischen Einsatzes digitaler Medien im Fachunterricht als auch zur Thematisierung von Medien im Unterricht ergeben. Unter den Lehrkräften mit mehr als fünf Dienstjahren haben nur zehn Prozent diese Inhalte im Referendariat behandelt, im Studium liegt die Zahl noch deutlicher darunter. Eine Integration digitaler Medien in den ausgewählten Studienordnungen an Universitäten mit Lehramtsausbildung in NRW findet zwar statt, jedoch ist diese unterschiedlich ausgeprägt und variiert von Nichtthematisierung bis hin zu starker

Einbeziehung. Medienkompetenz ist nicht systematisch verankert und damit stark von den jeweiligen Hochschul-Lehrenden und Studierenden abhängig.

Von diesen Ergebnissen leitet Prof. Breiter den Ausbau der Lehrerbildung als zukünftig zentrales Handlungsfeld ab. Er fordert, dass digitale Medien in der Lehrerbildung an den Hochschulen praxisorientiert an die Fachdidaktiken angebunden werden müssen, um medienerzieherische Inhalte besser integrieren zu können. In den Studienseminaren bedürfe es nicht nur einer entsprechenden Infrastruktur, sondern auch medienkompetenter Ausbilderinnen und Ausbilder, die ihrerseits wiederum digitale Medien selbstverständlich in ihrem Unterricht einsetzen. Im Kontext der Lehrerfortbildung müssten stärkere Anreize für Fortbildungen zu Medienkompetenz geschaffen sowie passgenaue schulinterne Fortbildungen angeboten werden, die vorrangig auf dem Multiplikatorenprinzip beruhen.

Im Rahmen der Studie zur Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten wurden im Jahr 2006 insgesamt 550 repräsentativ ausgewählte ErzieherInnen befragt. Die LfM-Studie dokumentiert, dass Medienpädagogik in Kindergärten allenfalls eine Randerscheinung ist. 29,5 Prozent der ErzieherInnen in Nordrhein-Westfalen bezeichneten sich zum Zeitpunkt der Befragung als gar nicht medienpädagogisch aktiv, nur 20,7 Prozent betrieben eine „relativ intensive“ Medienerziehung. Zwar gaben etwa 70 Prozent der Befragten an, sie würden sich gerne stärker in diesem Bereich engagieren, doch fehle es ihnen an Zeit, Technik und vor allem an der erforderlichen Qualifikation. Was Medienpädagogik bedeutet oder bewirkt, konnten bei der Untersuchung nur wenige ErzieherInnen präzise und zutreffend erklären. Die Gründe dafür liegen auch in einer mangelnden Ausbildung. So heißt es in der Zusammenfassung der Studie, die Befragung habe gezeigt, „dass ein nennenswerter Teil der Befragten weder in ihrer Ausbildung mit medienpädagogischen Themen konfrontiert worden ist noch eine – wie auch immer geartete – medienpädagogische Zusatzqualifikation erworben hat“.

Die Studie macht am Beispiel von Nordrhein-Westfalen deutlich, dass Aus- und Fortbildung von ErzieherInnen in Bezug auf die Förderung von Medienkompetenz optimiert werden muss. Wichtigste Voraussetzungen dafür seien, so Prof. Ulrike Six, eine entsprechende Sensibilisierung von Einrichtungsträgern und PädagogInnen, vor allem aber eine Verankerung von Medienpädagogik in den Lehrplänen der ErzieherInnen-Ausbildung und eine verstärkte Weiterbildung von ErzieherInnen für die Vermittlung von Medienkompetenz.

Es ist davon auszugehen, dass die für Nordrhein-Westfalen ermittelten Erkenntnisse auch für andere Bundesländer in ihrer Kernaussage Relevanz haben, so dass hier sicher bundesweiter Handlungsbedarf zu konstatieren ist. Deshalb muss der Medienerziehung in der Ausbildung in pädagogischen Berufen ein verbindlicher Stellenwert eingeräumt werden. Nur dann wird sich das Thema nachhaltig in Bildungskontexten durchsetzen können.

### Beispielhafte Maßnahmen der LfM

Vor dem Hintergrund der Bedeutung, die der Kindergarten für die Förderung der frühkindlichen Bildung besitzt und angesichts der Tatsache, dass gerade der Kindergarten die elterliche Medienerziehung stützen und ergänzen kann, hat die LfM im Jahr 2009 das Projekt „Medienkompetenz-Kitas NRW“ ([www.kita-nrw.de](http://www.kita-nrw.de)) in Auftrag gegeben, im Rahmen dessen in einem Piloten ErzieherInnen von Kindertageseinrichtungen medienpädagogisch qualifiziert werden. Darüber hinaus beabsichtigt die LfM Maßnahmen zur Qualifizierung von Lehrkräften an Fachschulen für die Sozialpädagogik zu unterstützen.

Darüber hinausgehende Projekte finden sich in der Übersicht unter Frage 2) Punkt c).

### **5) 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?**

Wie in den zuvor gemachten Ausführungen bereits deutlich wurde, erachtet die LfM Forschungsmaßnahmen im Bereich der Medienkompetenz als einen zentralen Baustein, um die thematischen und strukturellen Sachlagen angemessen einschätzen und ihre Aktivitäten im Bereich der Medienkompetenzförderung bedarfsgerecht ausrichten zu können. Forschungen zu Medienkompetenzfragen stellen wissenschaftlich fundierte Informationen zur Verfügung, die medienkompetenzbezogene Entwicklungen und Problemlagen und Lösungsmöglichkeiten aufzeigen bzw. prognostizieren. Dies ist die Voraussetzung für die Entwicklung aktueller, die jeweiligen Entwicklungen der Medienlandschaft aufgreifende Modelle zur Förderung von Medienkompetenz. Zudem zeigen Forschungsprojekte Handlungsbedarfe auf und bieten Planungsgrundlagen insbesondere für die LfM, aber auch für andere Funktionsträger (Gesetzgeber, Bildungsinstitutionen, Verbände etc.). Sie sollen den öffentlichen Diskurs über relevante Themen im Kontext der Förderung von Medienkompetenz anregen, um so die Öffentlichkeit für relevante Fragen zu sensibilisieren.

Durch die rasante Medienentwicklung und die damit zusammenhängenden Herausforderungen ist es aus Sicht der LfM insbesondere wichtig, aktuelle mediale Entwicklungen und ihre (potentiellen) gesellschaftlichen Auswirkungen in den Blick zu nehmen. Rund um die Internetnutzung und damit zusammenhängende Entwicklungen lassen sich eine Vielzahl von interessanten Fragestellungen formulieren. Vor diesem Hintergrund hat die LfM jüngst ein Projekt zum Thema „Datenschutz und Persönlichkeitsrechte in Sozialen Netzwerken und Foren und das Problembewusstsein von Jugendlichen“ ausgeschrieben. Das Projekt setzte bei der zentralen Frage an, ob der oft sorglose Umgang mit persönlichen Informationen (eigener sowie Dritter) allein darauf zurückzuführen ist, dass insbesondere Heranwachsende die Folgen eines möglichen Datenmissbrauchs (noch) nicht abschätzen können oder ob dieses Verhalten vielmehr auch damit zu tun hat, dass Heranwachsende möglicherweise den Schutz der eigenen und fremder Daten als nachrangig ansehen und durchaus bewusst dazu

bereit sind, potentielle Gefährdungen hinzunehmen, weil sie es aus ihrem individuellen Nutzungszusammenhang heraus als wichtiger ansehen, private und persönliche Informationen gezielt im Netz zu kommunizieren (Kosten-Nutzen-Abwägung). Im Rahmen des Projekts soll grundsätzlich untersucht werden, ob diesem Verhalten der Heranwachsenden womöglich eine gänzlich andere Definition dessen zu Grunde liegt, welche Art von Informationen überhaupt als „privat“ bzw. „persönlich“ und somit als „nicht öffentlichkeitstauglich“ eingeschätzt wird. Ziel ist es, die Erfolgsaussichten von Informations- und Aufklärungsangeboten in diesem Bereich besser abschätzen zu können und so zu konzipieren, dass sie bei den Jugendlichen auch tatsächlich ankommen und deren Sensibilität für den Umgang mit eigenen Daten und den Daten Dritter im Netz befördern.

Auch erachtet es die LfM vor dem Hintergrund veränderter medialer Nutzungsweisen als notwendig, noch einmal die Situation in der Familie in den Blick zu nehmen. Wie durch eine vorangestellte Machbarkeitsstudie zu diesem Themenfeld deutlich wurde, liegen zu wenige Kenntnisse über Medienerziehungsstile, über elterliches Medienwissen und über die Auswirkungen dieses Wissens auf die Medienerziehung der Kinder vor. Mit Blick auf die Bedeutung, die Familien jedoch in der Förderung der Medienkompetenz zukommt (vgl. hierzu Frage 4) b), sollten hierzu weitere Erkenntnisse erhoben werden, um auch die Angebote, die sich an Eltern wenden, bedarfsgerechter ausrichten zu können. Daher ist die LfM derzeit dabei, ein Forschungsprojekt zur Medienerziehung in der Familie auf den Weg zu bringen.

#### Beispielhafte Forschungsprojekte der LfM zu Medienkompetenzthemen:

- Medienkompetenz in der Schule (2010)
- Chancen und problematische Aspekte von Computerspielen aus medienpädagogischer Perspektive (2011)
- Medienutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund (2010)
- Heranwachsende im Social Web (2009)
- Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung (2007)
- Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten (2007)
- Potentielle Problemkontexte bei der Präsentation und Rezeption von Musikvideos (2006)

Informationen zu den genannten Forschungsprojekten: <http://www.lfm-nrw.de/forschung>

Weitere Forschungsmaßnahmen der Landesmedienanstalten finden sich in der ALM-Forschungsdatenbank: <http://www.alm.de/77.htm>

## **6) Wie schätzen Sie die präventive Wirkung von Medienkompetenzvermittlung im Hinblick auf Mediensucht bei Kindern/Jugendlichen und Erwachsenen ein?**

Digitale Medien sind ein fester Bestandteil der gegenwärtigen Medienwelt, insbesondere von Heranwachsenden. Die medienpädagogische Praxis zeigt, dass ein zunehmend problematischer Aspekt von Computerspielen und Internetnutzung in der exzessiven Nutzung zu sehen ist, was häufig unter dem Begriff der Medien- bzw. Computerspielsucht diskutiert wird. Medienkompetenz will, wie oben ausgeführt, Nutzer dazu befähigen, selbstbestimmt und kritisch-reflektierend mit Medien umgehen zu können. In diesem Sinne kann die Förderung von Medienkompetenz präventive Wirkung mit Blick auf missbräuchliche, exzessive Mediennutzung entfalten. Vor diesem Hintergrund ist es aus Sicht der LfM von zentraler Bedeutung, diese Phänomene in den Blick zu nehmen.

Um bedarfsgerecht handeln und Aufklärungsarbeit leisten zu können, stellen sich aus medienpädagogischer Perspektive insbesondere folgende Fragen: Wie und wo lassen sich medienpädagogisch Trennlinien zwischen unbedenklicher, exzessiver und suchtbedingter Computerspielnutzung ziehen? Welche Spielegenres sind möglicherweise suchtfördernder als andere und warum? Gibt es Korrelationen zwischen exzessiver Computerspielnutzung bzw. Computerspielsucht und Alter, Geschlecht, Bildung und Familie? Mit Blick auf die Potentiale: Welche Kompetenzen können anhand welcher Computerspiele erworben werden? Welche medienpädagogischen Handlungsempfehlungen lassen sich aus den Erhebungen für die praktische Arbeit ableiten? Können solche medienpädagogischen Hinweise auch für medizinische Einrichtungen und Suchtberatungsstellen hilfreich sein?

Um Antworten auf diese Fragen zu erhalten, hat die LfM ein Forschungsprojekt zum Thema „Kompetenzerwerb, exzessive Nutzung und Abhängigkeitsverhalten. Chancen und problematische Aspekte von Computerspielen aus medienpädagogischer Perspektive“ beauftragt. Die Ergebnisse werden voraussichtlich Anfang 2011 vorliegen und sollen im Rahmen einer Veranstaltung im Februar der interessierten Fachöffentlichkeit vorgestellt sowie publiziert werden.

Der Projektausschreibung war ein Expertenworkshop vorgeschaltet worden. Neben ausgewiesenen Medienwissenschaftlern und -pädagogen haben im Bereich der Computerspielsucht spezialisierte Psychiater und Suchthilfeexperten ihre Expertise eingebracht. Unter anderem bildete die Diskussion über den Stellenwert präventiver Maßnahmen einen Workshopschwerpunkt. Alle ExpertenInnen halten wissenschaftlich fundierte Präventionsangebote für dringend erforderlich. Da Kinder, so die einhellige Meinung und durch die Suchtexperten belegt, mit Computerspielen in der Regel sehr früh in Berührung kommen, sollten Präventionsmaßnahmen im Kindergarten- bzw. Grundschulalter ansetzen. Ebenfalls für unbedingt erforderlich wurden Aufklärungsmaßnahmen für Jugendliche bzw. junge Erwachsene benannt.

## **7) Halten Sie die Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung insbesondere in digitalen Medien für ausreichend?**

Werbung ist ein zentraler Bestandteil der Lebenswirklichkeit von Erwachsenen, aber insbesondere auch von Heranwachsenden. Da Kinder, wie die medienpädagogische Forschung zeigt, erst mit zunehmendem Alter entwicklungspsychologisch die Fähigkeit herausbilden, Werbebotschaften als solche wahrzunehmen, ist diese Zielgruppe bei der Beantwortung dieser Fragestellung noch einmal mehr in den Blick zu nehmen. Den verschiedenen Untersuchungen auf diesem Gebiet folgend, können Kinder in etwa beginnend mit dem Grundschulalter Werbung und Programm voneinander unterscheiden, was die Basis für die Entwicklung von Werbekompetenz ist. Etwa ab dem Alter von sieben Jahren können Kinder erkennen, dass mit Werbung etwas verkauft werden soll; mit etwa elf Jahren können Kinder diese Verkaufsabsichten auf sich selbst beziehen. Kinder erleben sich also vorher nicht bewusst als Adressaten und somit potentielle Kunden der Werbewirtschaft. Zwar nimmt mit zunehmendem Alter das Vertrauen darauf ab, dass Werbung die Wahrheit sagt, für die Beurteilung von Produkten ist Werbung jedoch für viele Kinder von zentraler Bedeutung.

Da Werbung zugleich ein Element von Medien darstellt, bestimmt sich der Umfang des Werbekonsums nach den Mediennutzungsgewohnheiten. Wie die aktuelle KIM-Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs) zeigt, sehen Kinder zwischen 6 und 13 Jahren im Durchschnitt eineinhalb Stunden täglich fern und knapp die Hälfte der Kinder in dieser Altersgruppe haben ein eigenes Fernsehgerät im Kinderzimmer. Die Fernsehnutzung ist in den vergangenen Jahren in etwa konstant geblieben, zugenommen hat die Nutzung neuer Medien – jedoch nicht im Sinne einer Substituierung. Neben dem Fernseher spielt der Computer eine zunehmende Rolle im Alltag von Kindern. Kinder nutzen den Computer vornehmlich zum Spielen, gefolgt vom Surfen im Internet und von Arbeiten für die Schule oder der Beschäftigung mit Lernprogrammen. Auch die Relevanz des Internets nimmt bei Kindern ebenfalls mit dem Alter zu. Während bei den 6- bis 7-Jährigen ca. 20 Prozent Erfahrungen mit der Internetnutzung haben, sind es bei den 12- bis 13-Jährigen schon 86 Prozent.

Werbung begegnet Kindern somit auf vielfältige Weise. Zudem entstehen immer neue Werbeformen. In der Vergangenheit waren Heranwachsende insbesondere im Bereich der audiovisuellen Medien (insbesondere beim Fernsehen) mit Werbung konfrontiert. Hier setzten die bestehenden Angebote zur Werbekompetenzförderung an. Mit dem Einzug der Digitalisierung und der damit verbundenen zunehmenden Nutzung digitaler Medien jedoch ändern sich auch die Möglichkeiten, Werbung zu platzieren. Die medienpädagogische Praxis zeigt, dass gegenwärtig insbesondere das Internet eine Plattform für neue, sich ändernde Werbeformen bietet. Berücksichtigt man, dass Kinder das Internet vorrangig zum Spielen nutzen, stellen digitale Werbespiele (sog. Ad-Games), aber auch Werbung in Computerspielen (sog. In-Game-Werbung), eine neue Herausforderung sowohl für die Medienpädagogik als auch für die Medienregulierung dar.

Jedes Medium hat seine eigenen, medienspezifischen Erscheinungsformen, die – aufgrund der unterschiedlichen Zuteilung von Medien zu verschiedenen Rechtsgebieten und -ebenen – auch nicht einheitlich juristisch geregelt sind. Während Werbung im Fernsehen durch das Trennungsgebot von Programm und Werbung und die daraus reüssierende Kennzeichnungspflicht von Werbung als solche relativ leicht erkennbar ist, gibt es in Computerspielen verschiedene Erscheinungsformen von Werbung (sog. In-Game-Werbung), bei der für den Spieler nicht immer klar erkennbar ist, ob es sich um werbliche Elemente handelt.

Die exemplarisch vorgenannten neuen Werbformen stellen nicht nur für die Medienaufsicht, sondern auch für die Vermittlung von Medienkompetenz eine Herausforderung dar. Um Erkenntnisse zu erhalten, ob derzeitige pädagogische Konzepte auf diese neuen Herausforderungen reagieren, hat die LfM eine Expertise zum Thema „Aufklärung Kinder und Werbung“ in Auftrag gegeben. In ihr sollen bestehende Projekte und medienpädagogische Modelle, die eine Werbekompetenzförderung zum Gegenstand haben, erfasst und die identifizierten Projekte und Konzepte nach Zielgruppen und Medientypen systematisiert werden. Mit Hilfe der Expertise soll zudem ein knapper Ausblick auf die ggf. eruierten zentralen Desiderate gegeben werden. Darüber hinaus hat die LfM ein Forschungsprojekt zum Thema „In-Game-Werbung – Erscheinungsformen, aufsichtsrechtlicher Regulierungsbedarf und medienpädagogische Handlungsoptionen“ beauftragt. In Bildschirmspielen platzierte Werbung ist ein zentrales Thema für die Spiele- und Werbeindustrie – und somit auch für die Nutzer. Neben der Frage nach den verschiedenen Erscheinungsformen von In-Game-Werbung stellt sich somit die Frage nach dem medienpädagogischen sowie aufsichtsrechtlichen Handlungsbedarf. Im Rahmen einer quantitativ und qualitativ angelegten Studie wird das Phänomen der In-Game-Werbung aus den Perspektiven Medienaufsicht und Medienkompetenzförderung untersucht und es werden Erscheinungsformen sowie Handlungsbedarfe und -möglichkeiten aufgezeigt.

Die Ergebnisse beider Projekte liegen voraussichtlich im Frühjahr 2011 vor.