

# Medienkompetenz

Kurz-Statement zur öffentlichen Anhörung Medienkompetenz am 13. Dezember 2010 von Kathrin Demmler (Direktorin JFF – Institut für Medienpädagogik)

Kinder und Jugendliche wachsen heute in einer konvergenten Medienwelt auf. Dies bedeutet, dass sie ihr Medienhandeln in einer vielschichtig aufeinander bezogenen Medienwelt gestalten. Sie nutzen Medien und mediale Inhalte um sich zu informieren, um zu kommunizieren und um sich zu präsentieren. Dabei sind vor allem die elektronischen Medien ein zentraler Bestandteil ihrer Lebenswelt und eröffnen neue Lern- und Erfahrungsbereiche. Sie bieten Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung sowie zur kulturellen und gesellschaftlichen Teilhabe und liefern wichtige Impulse zur Identitätsentwicklung. Im Gegensatz zu vielen Erwachsenen, gehen Heranwachsende viel selbstständiger und unvoreingenommener mit den sich schnell verändernden Medien und Kommunikationsformen um, sind sich aber häufig der negativen Folgen nicht bewusst. Die Herausforderungen, die sich vor dem Hintergrund sich ständig wandelnder Medienumgebungen stellen, werde ich in fünf Punkten skizzieren:

## Erstens:

**Um Kindern und Jugendlichen ein gelingendes Leben mit Medien zu ermöglichen, ist Medienkompetenzförderung von Anfang an und lebenslang notwendig.**

Die Förderung von Medienkompetenz ist erfolgreich, wenn Wissen und Reflexion über die Mediensysteme, eine kritische Positionierung gegenüber medialen Angeboten und der eigentätige und selbstbestimmte Gebrauch von Medien als Mittel der Artikulation und Partizipation vermittelt werden. Diese Verzahnung von reflexiven und handlungsorientierten Fähigkeiten bedarf eines ganzheitlichen Ansatzes. Dabei sind alle Medien relevant, die Kinder und Jugendliche in Gebrauch haben.

Da Kinder heute schon sehr früh mit Medien in Berührung kommen, muss Medienpädagogik bereits die ersten Erfahrungen mit Medien thematisieren und Eltern Informationen zum Medienumgang von Kindern bereitstellen. Sobald Kinder Medien als Bestandteil ihres Lebensumfelds begreifen, sind medienpädagogische Konzepte im gesamten Erziehungsfeld gefragt, die Medienkompetenz fördern. Diese Konzepte sind kontinuierlich zu erweitern und im Jugendalter auf das Medienspektrum Jugendlicher

anzupassen. Dies schließt auch mit ein, sich mit der Faszination von Computerspielen auseinander zu setzen. Erwachsene können diese Faszination häufig nicht nachvollziehen und werten deshalb die ganze Gattung ab. Computerspiele sind aber wie alle Medien vielschichtig und können auch positive Effekte auf Kinder und Jugendliche haben.

### **Zweitens:**

**Um Räume zur Reflexion und Diskussion medialer Phänomene zu schaffen, sind handlungsorientierte Ansätze wichtig.**

Handlungsorientierte Methoden gewährleisten, dass einerseits die Faszination Heranwachsender an Medien aufgegriffen wird und andererseits Impulse gesetzt werden, das Gelernte zu reflektieren. Das Medienspektrum heutiger Heranwachsender ist sehr groß. Von Radio und Fernsehen über Computerspiele bis hin zum Internet nutzen sie eine breite Palette an Informations-, Kommunikations- und Präsentationsmöglichkeiten. Dementsprechend müssen auch medienpädagogische Maßnahmen angelegt sein, die Räume zur Reflexion und Diskussion eröffnen. Gerade im Umgang mit Web2.0-Angeboten haben sich Werkstatt-Konzepte bewährt. Hier schaffen Medienpädagoginnen und Medienpädagogen die Rahmenbedingungen, in denen Jugendliche Projekte zu Themen, die sie besonders interessieren, in die Tat umsetzen. Ein Beispiel für eine handlungsorientierte Auseinandersetzung mit sozialen Netzwerken, ist das Projekt „Webhelm: Selbstverantwortung im Web 2.0“. Im Rahmen dieses Projekts produzierten Jugendliche thematische Filme, Comics und Fotostories für andere Schülerinnen und Schüler. Dieses Material kann von Lehrkräften zu den Themen Privatheit, Datenschutz und Urheberrechten im Web 2.0 benutzt werden.

### **Drittens:**

**Um potentielle Gefahren frühzeitig zu erkennen und pädagogische Möglichkeiten nutzbar zu machen, ist eine kontinuierliche, begleitende medienpädagogische Forschung nötig.**

Medien liefern für Kinder und Jugendliche wichtige Orientierungs-, Handlungs- und Identifikationsräume. Für pädagogische Bemühungen ist es zentral, zu verstehen, welche Funktionen Medien, bzw. bestimmte mediale Angebote für Kinder und Jugendliche haben. Medienpädagogische Forschung dazu hat eine jahrzehntelange Tradition. Was

aber bis heute fehlt sind Längsschnittstudien, die einen kontinuierlichen Überblick über die Mediensozialisation von Kindern, Jugendlichen, ihren Bezugspersonen und ihrem Milieu geben. Des Weiteren mangelt es vor allem an aktuellen Studien zur Medienaneignung von Kindern im Vor- und Grundschulalter.

**Viertens:**

**Medienkompetenzförderung ist dann erfolgreich, wenn Maßnahmen langfristig angelegt und strukturell verankert sind.**

In den letzten Jahren wurden zahlreiche Modelle der medienpraktischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen entwickelt, die die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen stärken. Um auf neue Medienentwicklungen adäquat zu reagieren, sind diese Konzepte kontinuierlich weiterzuentwickeln und zu evaluieren. Als Modelle müssen sie schließlich Eingang in allen Einrichtungen der Elementarpädagogik sowie der Jugend-, Familien- und Elternbildung finden und als Querschnittsaufgabe in den schulischen Alltag integriert werden. Für eine erfolgreiche nachhaltige Verankerung ist es notwendig, formelle und informelle Lernformen zu verbinden und die Medienerfahrungen von Kindern und Jugendlichen in ihren Szenen und Gleichaltrigengruppen einzubeziehen.

**Fünftens.**

**Um den Herausforderungen der heutigen Medienwelt gerecht zu werden, bedarf es gemeinsamer Aktivitäten, die regionale, bundesweite und internationale Aktivitäten verschiedener Träger vernetzen.**

Alle Akteure, Institutionen und Einrichtungen, insbesondere die bildungspolitisch Verantwortlichen der Familien-, Jugend-, Schul- und Kulturpolitik sind aufgefordert, gemeinsame fachlich qualifizierte, strukturell verankerte und langfristig angelegte Initiativen und Maßnahmen der Medienkompetenzförderung zu etablieren. Eine zentrale Voraussetzung für eine erfolgreiche medienpädagogische Arbeit ist die Vernetzung von Fachkräften. Im medienpädagogischen Alltag bedeutet dies auch die enge Verzahnung von Theorie, medienpädagogischer Forschung und Praxis. Die Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen sollte jedoch nicht nur bundesweit, sondern auch europaweit oder international angestrebt werden.

**Diese fünf Aspekte sollten bei jeder Diskussion über Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz Grundlage sein.** Abschließend möchte ich noch zusätzlich die zentrale Forderung des medienpädagogischen Manifests aufgreifen. Das medienpädagogische Manifest wurde im März 2009 von mehreren medienpädagogischen Einrichtungen in Deutschland unter dem Titel „Keine Bildung ohne Medien“ veröffentlicht. Sie fordern darin eine dauerhafte und nachhaltige Verankerung der Medienpädagogik in allen Bildungsbereichen. Konkret heißt es: „Notwendig ist eine umfassende Förderung der Medienpädagogik in Wissenschaft und Forschung sowie auf allen Ebenen der Erziehungs- und Bildungspraxis. Dies verlangt nicht nur programmatische Überlegungen sowie eine auf Jahre angelegte strategische Planung, sondern insbesondere auch personelle, infrastrukturelle und finanzielle Investitionen auf Länder- und Bundesebene. Dabei müssen alle Erziehungs- und Bildungsbereiche und deren Institutionen, aber auch die außerschulische Kinder- und Jugendarbeit, die berufliche Aus- und Fortbildung sowie Erwachsenen-, Familien- und Altenbildung berücksichtigt werden.“ Dieser Forderung schließe ich mich an.

# Fragen zur öffentlichen Anhörung Medienkompetenz am 13. Dezember 2010

Antworten von Kathrin Demmler (Direktorin des JFF – Institut für Medienpädagogik)

*Der vorliegende Katalog ist eine Zusammenstellung der aus den Fraktionen des Deutschen Bundestages eingereichten Fragen zur Öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ am 13. Dezember 2010. Jeder/jedem Sachverständigen obliegt es selbst, daraus die Schwerpunkte auszuwählen, zu denen sie/er vorab Beiträge verfassen will.*

## I. Vermittlung von Medienkompetenz und deren Rahmenbedingungen

1. 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 hat für Kinder und Jugendliche vielfältige Funktionen. Sie nutzen es, um sich zu informieren, zu kommunizieren und sich zu präsentieren. Damit spielt das Internet im Heranwachsen eine große Rolle und begleitet Kinder und Jugendliche kontinuierlich. Dem muss die Pädagogik Rechnung tragen und die Medieninteressen und -vorlieben der Kinder und Jugendlichen aufgreifen und in pädagogischen Prozessen nutzbar machen. Gleichzeitig gilt es aber auch, zur Reflexion anzuregen und Medienkompetenz ganzheitlich zu fördern. Dieser Herausforderung für die Pädagogik trägt die Aus- und Weiterbildung pädagogisch Tätiger noch nicht Rechnung. Im Gegenteil: Während medienpädagogische Fragestellungen zunehmen, nimmt bundesweit die Anzahl einschlägiger Lehrstühle ab. Im Bereich der Fachakademien und Hochschulen für angewandte Wissenschaften gibt es einzelne Initiativen für eine Integration von Medienpädagogik, die sehr gut nachgefragt sind. Die Pädagogik der Zukunft ist ohne Medien nicht mehr denkbar. Die Medien sind Lerngegenstand und Wissensvermittler zu gleich. Aber vor allem prägen sie die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen so entscheidend, dass es für einen erfolgreichen Bildungsprozess „schulisch wie außerschulisch“ unabdingbar ist, die Medienwelten mit einzubeziehen.

2. 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?

Aktuell sind in Deutschland 100% der Haushalte, in denen Jugendliche ab 12 Jahren leben, mit einem PC oder Laptop ausgestattet (JIM 2010, <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf10/JIM2010.pdf>). 79 % besitzen ein eigenes Gerät. Zu den Kindern gibt es leider noch keine ganz aktuellen Zahlen. Die neue KIM erscheint Anfang 2011. Aber bereits im Jahr 2008 hatten 88% der Haushalte, in denen Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren leben, einen PC oder Laptop. Ein eigenes Gerät hatten ca. 15% der befragten Kinder. Hinsichtlich des Bildungshintergrunds gibt es keinen signifikanten Unterschied in der Ausstattung mit Computer und Internet in der Familie. Einen Unterschied gibt es im Vergleich von Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund, im Vergleich von Jungen und Mädchen und in der Ausstattung mit dem Internet. Fundierte Daten zu diesem Thema bietet die Studie „Medienhandeln in Hauptschulumilieus des JFF“ ([http://www.jff.de/?BEITRAG\\_ID=5647](http://www.jff.de/?BEITRAG_ID=5647)). Die Ergebnisse der Studie verweisen darauf, dass im alltäglichen Medienhandeln von Jugendlichen, die in bildungsbenachteiligten Verhältnissen aufwachsen, Ansatzpunkte liegen, um erstens pädagogisch organisierte Bildungsprozesse über Medien anzustoßen und zweitens Bildungsprozesse mit Medien zu initiieren, die sowohl medienbezogene Fähigkeiten als auch bspw. die Sozialkompetenz fördern. Zentral dabei ist, dass der Medienbesitz kein Zugangskriterium zu Bildungsprozessen sein darf.

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?

Für eine nachhaltige Vermittlung von Medienkompetenz haben sich handlungsorientierte Methoden bewährt. Damit kann einerseits die Faszination Heranwachsender an Medien aufgegriffen werden und andererseits ergeben sich neue Impulse zur Reflexion von Medien. Ein Beispiel für eine handlungsorientierte Auseinandersetzung mit sozialen Netzwerken, ist das Projekt „Webhelm: Selbstverantwortung im Web 2.0“ (<http://www.webhelm.de>). Das Projekt ist ein partizipatives Modell zur Sensibilisierung von Jugendlichen für den Wert von Privatheit, Datenschutz und Urheberrechten im Web 2.0. In vier modellhaften Web 2.0-Werkstätten entwickelten Jugendliche bisher multimediale Produktionselemente, die so gestaltet sind, dass sie aus ihrer Sicht die zentralen Themenbereiche für andere Jugendliche attraktiv aufgreifen. Die Medienprodukte der Jugendlichen sind Bestandteil eines umfangreichen Materialpakets für pädagogische Fachkräfte, das sowohl online, als auch als

Broschüre vertrieben wird. Für Jugendliche wurde die Plattform [www.webhelm.de](http://www.webhelm.de) als Informationsangebot aufgebaut, für pädagogisch Tätige ist sie eine didaktische Unterstützung beim Aufbau von Peer-to-Peer-Lernangeboten.

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?

Eine erfolgreiche Vermittlung von Medienkompetenz setzt handlungsorientierte Methoden und eine Orientierung an der Lebenswelt der Zielgruppe voraus. Das Medienspektrum heutiger Heranwachsender ist sehr groß. Von Radio und Fernsehen über Computerspiele bis hin zum Internet nutzen sie eine breite Palette an Informations-, Kommunikations- und Präsentationsmöglichkeiten. Dementsprechend müssen auch medienpädagogische Maßnahmen angelegt sein. Gerade im Umgang mit sogenannten Web2.0-Angeboten haben sich Medien-Werkstätten bewährt. Hier schaffen Medienpädagoginnen und Medienpädagogen die Rahmenbedingungen, in denen Heranwachsende sich gemeinsam interessengeleitet Inhalte aneignen und Produktionsprozesse selbsttätig initiieren. Die Grundlagen medienpädagogischer Arbeit sind über alle Altersgruppen, angefangen von Kindern über Jugendlichen, bis hin zu Seniorinnen und Senioren, dieselben. Unterschiede gibt es hinsichtlich der einzusetzenden Medien und der didaktischen Aufbereitung. Aber gerade auch in altersübergreifenden Gruppen sind medienpädagogische Bildungsprozesse sehr erfolgreich und gewinnbringend. Beispiele dafür liefern die Modellprojekte des JFF mit dem Titel „Generationen im Dialog“ ([www.generationenimdialog.de](http://www.generationenimdialog.de)). Im Projekt „Generationen im Dialog“ werden die Potenziale der aktiven Medienarbeit für die Vermittlung von Medienkompetenz und die Förderung des Generationendialogs erprobt und evaluiert. Gefördert von der Aktion Mensch, können Heranwachsende und ältere Menschen gemeinsam mit Medien unter Anleitung von erfahrenen Medienpädagoginnen und Medienpädagogen kommunizieren und produzieren. Angesprochen werden Jugendliche im Alter von 14 bis 20 Jahren sowie Seniorinnen und Senioren. Der Dialog findet beim gemeinsamen Produzieren von multimedialen Produkten, bei der Auseinandersetzung mit Medien, Medieninhalten und Medienerfahrungen, bei der Veröffentlichung von Themen und Produkten auf der Internetplattform, z.B. in Chats und über Blogs, und in der Be- und Erarbeitung von Themen statt. Die Themen werden von den Beteiligten selbst gewählt.

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

Vgl. Fragenbündel 3

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? 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?

Bisher findet die Vermittlung von Medienkompetenz eher punktuell statt. Punktuell sowohl in Bezug auf die Orte, an denen Maßnahmen angeboten werden, als auch in Bezug auf das Heranwachsen einzelner Kinder. Um der Bedeutung von Medien im Alltag Rechnung zu tragen und eine solide Basis für einen kompetenten Umgang mit verschiedenen Medien und medialen Erscheinungsformen zu schaffen, sind kontinuierliche Angebote, die Schule und Freizeit vernetzen, zur Produktion befähigen und Reflexionsprozesse anstoßen, erforderlich. Um dies zu begleiten und frühzeitig Veränderungen in der Medienaneignung wahrzunehmen, sind langfristige Forschungsprojekte nötig. Nur durch ein kontinuierliches Monitoring kann eingeschätzt werden, wie sich Hyperlinkstrukturen, mobile Medien, individualisierte Angebote und zeitnahe Berichterstattung auf Individuen auswirken. Hierfür bedarf es verstärkter medienwissenschaftlicher und medienpädagogischer Forschung, vor allem mit qualitativem Design.

7. 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?

Medienkompetenz ist durchaus als vierte Kulturtechnik anzusehen, kann aber nicht in herkömmlicher Form wie Lesen, Schreiben und Rechnen vermittelt werden. Dazu bedarf es eines ganzheitlichen Ansatzes, bei dem Kindern und Jugendlichen Erfahrungsräume eröffnet werden, in denen Medienkompetenz gefördert wird. Somit muss die Förderung von Medienkompetenz auch als Querschnittsaufgabe von Bildung gesehen werden, bei der Schülerinnen und Schüler vielfältige Anregungen gegeben werden, im Rahmen aktiver medienpädagogischer Projekte Medienkompetenz zu erwerben.

8. 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)?

Die internetbasierten Medien erfordern eine intensive Auseinandersetzung mit Kommunikationsprozessen und sozialer Interaktion sowie mit Informationsbeschaffung und -verbreitung.

9. In welchen Bereichen bestehen strukturell Defizite für Bürgerinnen und Bürger, sich aktiv der für sie wertvollen internetbasierten Dienste selbstbestimmt zuzuwenden?
10. Für welche der bestehenden Defizite existieren bislang keine adäquaten (qualitativ, räumlich, zielgruppengerecht etc.) Angebote?
11. 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?

Eine zentrale Voraussetzung für eine langfristig erfolgreiche medienpädagogische Arbeit ist die Vernetzung von Fachkräften. Im medienpädagogischen Alltag bedeutet dies vor allem die enge Verzahnung medienpädagogischer Forschung und Praxis. Die Ergebnisse der Forschung sind Grundlage für pädagogische Modelle in der Erziehungs-, Bildungs- und Kulturarbeit mit Kindern und Jugendlichen. Aus der pädagogischen Praxis wiederum erhält der wissenschaftliche Bereich wichtige Impulse. Dieses Zusammenspiel ist beispielhaft und garantiert ein frühzeitiges Erkennen neuer Anforderungen und die schnelle Entwicklung adäquater Lösungen. Um ein solches Modell erfolgreich praktizieren zu können, ist aber neben einzelnen Projektmitteln eine langfristige Finanzierung notwendig. Nur so kann jenseits laufender Aufgaben und Themen auf aktuelle Fragestellungen reagiert werden. Auf der strukturellen Ebene ist ein Zusammenspiel der Institutionen aus dem Bildungs-, dem Sozial- und dem Kulturbereich wichtig, um Aktivitäten zu vernetzen und gemeinsame Prozesse zu initiieren.

12. 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?

Die Abgrenzung bzw. Definition der Begriffe Medienkompetenz und Medienbildung wird in der medienpädagogischen Fachszene gerade heftig diskutiert. Jenseits der Begriffsdebatten steht fest, dass es sich um Zieldimensionen von Bildungsprozessen handelt, die ein Bündel von Fähigkeiten und Fertigkeiten beinhalten. Weiter ausgelegt ist dabei der Begriff der Medienkompetenz, da diese als Teil der kommunikativen Kompetenz begriffen wird. Im Sinne eines umfassenden Kompetenzbegriffes geht es bei der Medienkompetenz um die Reflexion und Kenntnis medialer Strukturen und Inhalte, um die eigene Orientierung in der Mediengesellschaft und um die Fähigkeit, mit Medien zu handeln.

Medienkompetenzförderung ist heute von Anfang an wichtig. Ab dem Zeitpunkt, ab dem Kinder mit Medien in Berührung kommen (und das ist heute in den meisten Fällen von Geburt an der Fall), müssen Medien zuerst in Prozessen der Elternbildung, dann in allgemeinen pädagogischen Prozessen und schließlich in gezielten medienpädagogischen Angeboten thematisiert werden. Zentral dabei ist die Verbindung medienpädagogischer Methoden mit allgemeinen pädagogischen Zielen. Beispielhaft dafür ist das Projekt *erzählkultur*, das die Vermittlung von Medienkompetenz mit der Förderung der Sprachkompetenz verknüpft ([www.erzaehlkultur.info](http://www.erzaehlkultur.info)).

13. 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?

Trotz der Empfehlungen der Kommission vom 20.8.2009 zur „Medienkompetenz in der digitalen Welt als Voraussetzung für eine wettbewerbsfähigere audiovisuelle und Inhalte-Industrie und für eine integrative Wissensgesellschaft“ hat sich auf europäischer Ebene noch nicht sehr viel getan. Es gibt zwar zahlreiche Möglichkeiten, Projektanträge zu stellen, aber sowohl die Antragstellung als auch die Finanzierung von Projekten ist schwierig. In einer European Charter for Media Literacy [www.euromedialiteracy.eu/charter.php](http://www.euromedialiteracy.eu/charter.php) haben sich viele Einzelpersonen und Institutionen auf ein Konzept geeinigt, das jedoch nicht als Standard für alle Länder gilt. Dies ist nicht verwunderlich, weil die medienpädagogischen Risiken nicht in allen Ländern gleich wichtig sind. So ist z.B. der Aufbau einer unabhängigen Presse in manchen Ländern wichtiger als die Suchtproblematik bei Computerspielern. Außerdem ist das Netz medienpädagogischer Einrichtungen unterschiedlich: Je nach Land sind schulische, kirchliche oder soziale Einrichtungen tonangebend. Dennoch gibt es immer wieder Ansätze, auch auf europäischer Ebene die Dringlichkeit von Medienpädagogik zu unterstreichen z.B. mit neuen Vorschlägen in Form einer Erklärung wie „Brussels

Declaration for lifelong Media Literacy“ [http://www.csem-eu-conference.be/en/homepage\\_objectives.htm](http://www.csem-eu-conference.be/en/homepage_objectives.htm). Die Unterschiede zwischen europäischen Ländern sind sehr viel größer als die Unterschiede zwischen den Bundesländern in Deutschland. Die Kulturhoheit der Länder und verschiedene Traditionen verhindern jedoch ein gemeinsames Vorgehen. Eine Standardisierung in Deutschland könnte gelingen, wenn die Kultus- und Sozialministerien sich auf eine Linie einigen würden. Dabei müssten sie sowohl auf Definitionshoheiten, als auch auf Schwerpunktsetzungen in einem medienpädagogischen Curriculum verzichten. Die Realität hat jedoch die Autonomie der Länder zum Teil überholt. Zum einen werden für viele Vorhaben Bundesmittel aufgelegt, zum anderen gibt es zahlreiche länderübergreifende medienpädagogische Netzwerke, die gut funktionieren. Es existiert ein reger Austausch zwischen Expertinnen und Experten sowohl in wissenschaftlicher, theoretischer als auch in praktischer Hinsicht. Auf diese Weise werden strukturelle Versäumnisse ausgeglichen und überbrückt.

14. 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?

Medienkompetenz setzt in der Tat einen kontinuierlichen und gesamtgesellschaftlichen Lernprozess voraus. Dies kann auf verschiedene Weise geschehen. Wichtig sind jedoch Strukturen, die Medienbildung möglich machen, seien es veränderte Curricula, finanzierte Projekte in Ganztagschulen oder Peer to Peer-Angebote wie MedienmentorInnen oder Medienscouts.

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

Vor allem im schulischen Bereich ist noch einiges nachzuholen. Hier gibt es in Bayern zwar die Initiative des Medienführerscheins, der allerdings in seiner Ausrichtung stärker auf aktive und kreative Medienarbeit ausgeweitet werden müsste. Hier wäre die Einbindung von außerschulischen Einrichtungen sehr wichtig, allerdings auf Augenhöhe und nicht als unbezahlter Dienstleister unter der Regie der Schulbehörde. Im Elementarbereich sind ebenfalls Initiativen notwendig, hier sind sowohl die Erziehenden verstärkt im Bereich aktiver Medienarbeit zu schulen, als auch Kooperationen mit außerschulischen Partnern zu

finanzieren. Ein großer Bedarf besteht auch in der Eltern- und Familienbildung. Hier wäre es sinnvoll, einen ReferentInnenpool einzurichten, der die Nachfrage nach Elternabenden und Lehrerfortbildungen befriedigen kann.

16. 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?

Medienpädagogische Forschung hat eine jahrzehntelange Tradition. Gerade zu Themen, wie Fernsehen, Comic-Helden, Werbung etc., weiß man einiges. Was fehlt, sind Längsschnittstudien, die einen kontinuierlichen Überblick über die Mediensozialisation von Kindern, Jugendlichen und ihren Bezugspersonen geben. Des Weiteren mangelt es vor allem an aktuellen Studien zur Medienaneignung von Kindern.

17. 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?

Die Digitalisierung erweitert die Möglichkeiten gesellschaftlicher Teilhabe, macht es aber gleichzeitig auch schwieriger, den Überblick über die Vielfalt und den Einblick in die Abläufe zu behalten. Das bedeutet, dass eine Aufgabe der Vermittlung von Medienkompetenz die Förderung von Bereitschaft zu Partizipation und Kenntnis von gesellschaftlichen und politischen Strukturen sein muss. Die Faszination, die Medien auf Jugendliche ausüben, kann gleichzeitig genutzt werden, um Jugendliche für Prozesse der Teilhabe zu begeistern und sie zum Mitgestalten anzuregen.

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

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?

Im Gegensatz zu anderen Medien ist im Internet das Risiko, dass Kinder und Jugendliche unvorbereitet auf Inhalte stoßen können, die für sie schwer verdaulich sein können, erhöht. Dies lässt sich nicht konkret auf bestimmte Inhalte beschränken, sondern betrifft das ganze Spektrum von crossmedialen Inhalten, konkret entwicklungsbeeinträchtigenden Angeboten, user generated content und Vielem mehr. Dem müssen sowohl der

Jugendmedienschutz, als auch die Medienpädagogik Rechnung tragen. Während die Gesetzeslage hinsichtlich jugendgefährdender Inhalte schon lange klar ist, soll der Umgang mit entwicklungsbeeinträchtigenden Angeboten nun neu geregelt werden.

Erfahrungsgemäß ist der Einsatz von Filtern auf der Seite der UserInnen schwierig. Auf eine umfassende Förderung der Medienkompetenz auf Seiten der Kinder und Jugendlichen und medienerzieherischen Kompetenz auf Seiten der Fachkräfte und Eltern kann nicht verzichtet werden. Gemeinsam mit einem funktionierenden Netzwerk des Jugendmedienschutzes, das sowohl selbst Seiten sichtet als auch auf Anfragen bzw. Beschwerden reagiert, kann dann für Kinder und Jugendliche eine vertrauensvolle und weitgehend sichere Surfumgebung gestaltet werden.

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?

Das Internet ist als Medium für nahezu jeden eingeführt. Es ist DAS Medium, das Meinungsfreiheit garantieren sollte. In den westlichen Industrieländern gilt dies für den Bereich der Informationssuche und Kommunikation weitgehend. Schon heute aber sind viele Länder so schlecht mit Computern und Internet ausgestattet, dass sie von diesen Kommunikations- und Informationswegen deutlich ausgeschlossen sind. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Monopolisierung auf dem Medienmarkt. Das letztendliche Sagen haben einige wenige große Unternehmen, die auch darüber entscheiden können, welche Inhalte ihre Nutzerinnen und Nutzer zu sehen bekommen und welche nicht. Auch unterschiedliche Breitbandzugänge könnten in Zukunft eine soziale Spaltung provozieren, wenn Inhalte schneller oder langsamer, abhängig von der Bezahlung durch Kunden, verfügbar sind.

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?

Hauptzielgruppe der Vermittlung von Medienkompetenz bleiben Kinder und Jugendliche. Wichtig sind aber auch ihre Bezugspersonen. Diese müssen einerseits eigene Medienerfahrungen sammeln und andererseits ihre medienerzieherische Kompetenz stärken. Es liegen viele Erfahrungen aus der Elternarbeit und der Qualifizierung pädagogischer Fachkräfte vor. Allerdings mangelt es auch hier noch an langfristigen Strukturen, die vor allem auch neue Medieninteressen von Kindern und Jugendlichen

aufgreifen und eine große Bandbreite an Eltern erreichen. Besonders großen Erfolg versprechen Maßnahmen, die generationenübergreifend angelegt sind und die Interessen und Fragen von Kindern und Jugendlichen ebenso aufgreifen, wie die von Eltern, Großeltern und pädagogischen Fachkräften. Beispielhaft hierfür ist das Projekt „ICH, WIR, IHR im Netz“, in dem die Auseinandersetzung mit Werten in Communitys reflektiert und forciert wird.

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?

Auch wenn sich in verschiedenen Studien Hinweise auf die Nutzung von Medieninhalten finden, die Minderjährigen nicht zugänglich sein sollten, liegen systematische, valide und repräsentative Studien zu Erfahrungen von Heranwachsenden mit entsprechenden Inhalten unserer Kenntnis nach kaum vor. Die Forschung zu diesem Thema stößt schnell an ethische und praktische Grenzen bzw. bedarf es zur Gewinnung entsprechender Erkenntnisse eines sensiblen und methodisch sorgfältigen Herangehens. Entsprechende Erkenntnisse gibt es aktuell vor allem im Bereich der Rezeption von Gewalt und Pornografie im Internet.

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

Wenn es um ein „zu Viel“ an Medien geht, ist es immer wichtig, die Medien selbst in den Blick zu nehmen zu thematisieren. Wichtig ist es, dass Kinder und Jugendliche jederzeit Vertrauenspersonen haben, die sie ansprechen können, und dass Erziehende auf der anderen Seite sensibilisiert werden, die Mediennutzung ihrer Kinder aufmerksam zu begleiten. Darüber hinaus ist Medienkompetenzvermittlung immer in soziale Prozesse eingebunden und beugt somit vielen Faktoren vor, die als besonders gefährdend gelten.

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?

7. 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?

### III. Instrumente digitalen Lernens

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 sehr attraktiv und bieten somit die Möglichkeit, Kinder und Jugendliche auch für Themen zu begeistern, die ihnen sonst eher fremd wären. Computerspiele können die Lernmotivation fördern und ermöglichen es, Lernen spielerisch zu inszenieren. Wichtig dabei ist, dass die Spiele an die Vorlieben der Heranwachsenden anknüpfen und ihre normalen Spielgewohnheiten aufgreifen. Den größten Nutzen birgt der Einsatz herkömmlicher, beliebter Spiele für Bildungsprozesse. So können beispielsweise Schönheitsideale am Beispiel von Avataren diskutiert oder Themen wie Zeitmanagement an Strategiespielen beobachtet werden. Wichtig ist es, Computerspiele in Bildungsprozessen aufzugreifen, auch wenn es nur um Gespräche über Spielvorlieben und das eigene Spielverhalten geht.

2. Welche Komponenten der Medienkompetenz können durch Serious Gaming vermittelt werden?

Welche Komponenten der Medienkompetenz vermittelt werden, hängt immer von dem gestalteten pädagogischen Rahmen ab. Serious Games können in den seltensten Fällen verfestigte Einstellungen aufbrechen. Sie können zur Verfestigung von erwünschten Wertemustern beitragen und den NutzerInnen neue Argumentationsstränge an die Hand geben.

3. Wo besteht im Bereich des Serious Gaming noch Forschungsbedarf und welche Erkenntnisse beim Erfolg der Kompetenzvermittlung durch Serious Gaming können als gesichert angesehen werden?

Im gesamten Forschungsfeld Computerspielen besteht zur Perspektive der Nutzenden ein hoher Forschungsbedarf, so auch bei der Frage nach dem Erfolg von Kompetenzvermittlung durch sogenannte Serious Games bzw. durch Serious Gaming. Nicht nur Lernspiele, auch unterhaltungsorientierte Computerspiele und sogenannten Serious Games bieten in spielspezifisch unterschiedlichem Ausmaß Potenziale zur Kompetenzförderung (vgl. Lampert, Claudia/Schwinge, Christiane/Tolks, Daniel (2009) Der gespielte Ernst des Lebens:

Bestandsaufnahme und Potenziale von Serious Games (for Health), <http://www.medienpaed.com/15/lampertog03.pdf>). Spielanalysen zeigen Potenziale zur Förderung kognitiver, sozialer und persönlichkeitsbezogener Kompetenz sowie bezüglich einiger Dimensionen von Medienkompetenz auf (vgl. Christa Gebel/ Michael Gurt/ Ulrike Wagner, Kompetenzförderliche Potenziale populärer Computerspiele, [http://www.jff.de/?BEITRAG\\_ID=2023](http://www.jff.de/?BEITRAG_ID=2023)). Computerspiele können die Koordination von Wahrnehmung und Motorik fördern, Wissen bereitstellen und potenziell Werte und Einstellungen vermitteln. Diese Potenziale fallen jedoch unterschiedlich aus, je nach konkreter Ausgestaltung der Spiele: ihren Inhalten, ihrem Design, ihrer Struktur und ihren Interaktionsmöglichkeiten. Allerdings ist davon auszugehen, dass diese Potenziale wie auch bei anderen Computerspielen nicht quasi automatisch zum Tragen kommen. Vielmehr hängt die Entfaltung der Potenziale jeglicher Spiele von den Bedingungen und den Aktivitäten der Spielenden selbst ab (ihrer Motivation, ihren Bedeutungszuweisungen, ihren kognitiven Voraussetzungen) sowie von der sozialen Einbettung der Spielhandlung. Hier fehlt es an Untersuchungen, die unterschiedliche Bedingungen der Nutzenden unter Einbezug der tatsächlichen Umgangsweisen mit den Spielen klären und ihre Perspektive systematisch berücksichtigen. Auch zu positiven Effekten von Serious Games gibt es bislang nur wenige Studien.