

Überblick verschiedener Angebote für Schüler,
Eltern und Lehrer

► Förderung der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen

Von *Hanna Puffer**

**Mediensozialisation
spielt beim
Heranwachsen
eine große Rolle**

Sich in der vielfältigen Angebotswelt zu orientieren, Medien privat sowie beruflich zu nutzen und mit den Vorzügen und Risiken der Digitalisierung umzugehen, kann eine Herausforderung sein – allein schon aufgrund der stetig wachsenden Anzahl an Innovationen bei Endgeräten und Inhalten. Beim Heranwachsen spielt der Prozess der Mediensozialisation eine bedeutende Rolle. Er beschreibt die soziale Entwicklung unter dem Einwirken von Medien (vgl. hierzu auch den Beitrag von Ingrid Paus-Hasebrink in diesem Heft). Entsprechend ist neben der Ausbildung der persönlichen Identität die Entwicklung von Medienkompetenz unter den gegebenen gesellschaftlichen Bedingungen ein wichtiger Baustein, um an der digitalisierten Gesellschaft vollumfänglich teilhaben zu können. (1) Damit sie Medienangebote effektiv nutzen können, eignen sich bereits Kinder und Jugendliche verschiedene Medienkompetenzen an. Auch wenn sie, je nach Alter, erst einmal nur bedingt Zugang zu Medien haben, spielen diese Kompetenzen bei der Entwicklung von Kindern eine zentrale Rolle. Vom ersten Buch bis zum Fernsehgerät im eigenen Zimmer oder einem Social-Media-Account vergeht meist nicht viel Zeit, und mit steigendem Alter nimmt die Bedeutung von Medien im Alltag der Kinder zu.

Zu den wichtigsten Medienbeschäftigungen von Sechs- bis 13-Jährigen zählen laut KIM-Studie 2018 Fernsehen (95 % schauen mindestens einmal wöchentlich), die Nutzung von Handy bzw. Smartphone (60 %) und Internet (55 %). (2) Auch Radio hören (54 %) und Videos online schauen (40 %) sind neben anderen Aktivitäten wie Spielen und Freunde treffen wichtige Freizeitbeschäftigungen für Kinder. Mit zunehmendem Alter werden fast alle Onlineanwendungen für jungen Nutzer wichtiger. Mindestens wöchentlich verwenden 17 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen WhatsApp, unter den Acht- bis Neunjährigen schon 36 Prozent und bei den Zwölf- bis 13-Jährigen 83 Prozent (vgl. Tabelle 1). Filme oder Videos sehen 38 Prozent der jüngsten ausgewiesenen Altersgruppe auf Videoplattformen an, mit zwölf bis 13 Jahren sind es bereits 64 Prozent.

Kurz und knapp

- Das Bedienen eines Mediengeräts ist für Kinder und Jugendliche meist schnell erlernt. Der Umgang mit Datenschutz, Social Media oder Cybermobbing bedarf jedoch weit mehr Kompetenzen.
- An der Förderung von Medienkompetenz sind verschiedene Akteure beteiligt. Bund, Länder, Kommunen, Vereine und Medienanbieter selbst engagieren sich in diesem Bereich.
- Kinder und Jugendliche, deren Eltern und Lehrer werden in Workshops, über Medienangebote oder Onlineplattformen vielfältig geschult.
- Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind vielfältig engagiert, um Medienbildung voranzutreiben.

Die Schulbildung und die elterliche Erziehung spielen beim Erwerb von Kompetenzen in Bezug auf die (technische) Bedienung von Geräten bzw. Medienangeboten und im Umgang mit persönlichen Daten bedeutende Rollen. Zunächst sind die Erziehungsberechtigten gefragt, um ihre Kinder an Medienangebote heranzuführen, ab dem Kindergarten bzw. der Schule unterstützen dabei auch Pädagogen. Auch Gleichaltrige sind wichtige Vermittler von Medienkompetenzen, sei es über den Austausch über Medienangebote im Freundeskreis, über Mentor-Projekte an Schulen oder in Erklärvideos im Internet. Wichtig zu bedenken ist, dass der Prozess der Ausbildung von Medienkompetenz unter Beteiligung vieler Instanzen geschieht und etwa für Lehrer und Eltern eine große Herausforderung darstellen kann. Daher ist Unterstützung vonnöten, sei es durch Informationsangebote der Medien selbst, politischer Institutionen, Vereine oder andere (vgl. Tabelle 2). Im vorliegenden Beitrag wird erläutert, welche Bildungsangebote verschiedene Instanzen bereitstellen und wie speziell dafür gestaltete Inhalte zur Medienkompetenz von Kindern beitragen können, indem sie entweder auf Eltern und Lehrer ausgerichtet oder direkt auf Kinder und Jugendliche zugeschnitten sind. Hierbei wird der Fokus auf den Angeboten öffentlich-rechtlicher Medien und anderer, beispielhaft ausgewählter, Institutionen und Initiativen liegen.

Umgang mit Medien in der Schulzeit

Im Rahmen der Schulbildung verwenden Kinder auf verschiedene Art und Weise Angebote von Massenmedien. Sie werden an Printprodukte, Fernsehsendungen oder Radioprogramme herangeführt und nutzen diese zum Teil im Unterricht oder in Eigenarbeit, zum Beispiel zu Recherchezwecken. Auch digitale Mediendienste gehören zum Schulalltag, etwa die Benutzung von Programmen für schulische Aufgaben oder der Umgang mit dem Internet. Lehrern kommt also eine nicht zu vernachlässigende Verantwortung bei der Medienerziehung zu, wie Walter Staufer von der Bundeszentrale für politische Bildung bei der Tagung „Künstliche Intelligenz, Big Data und digitale Gesellschaft – Herausforderungen für die politische Bildung“ im März 2018 betonte: „In dem Moment, wo es um die di-

**Vermittlung von
Medienkompetenz
durch Eltern, Schule,
Medien**

**Lehrkräfte über-
nehmen großen Teil
der Verantwortung**

* *Media Perspektiven.*

Tab. 1 Internettätigkeiten bei Kindern 2010 bis 2018
Internetnutzer, mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt					2018					
	2010 (n=687)	2012 (n=742)	2014 (n=766)	2016 (n=805)	2018 (n=833)	Jungen (n=427)	Mädchen (n=406)	6-7 J. (n=104)	8-9 J. (n=171)	10-11 J. (n=256)	12-13 J. (n=302)
Suchmaschinen nutzen	68	75	71	70	64	65	64	36	46	66	83
WhatsApp-Nachrichten hin und her schicken	n.e.	n.e.	n.e.	58	62	62	62	17	36	73	83
Filme/Videos anschauen, zum Beispiel bei YouTube, MyVideo etc.	46	48	55	50	56	53	58	38	45	60	64
Internetseiten nutzen, die speziell für Kinder gemacht sind	46	53	50	46	42	39	44	53	54	44	28
einfach so drauflos surfen	44	51	43	40	37	33	41	14	26	36	52
über das Internet Musik hören	n.e.	n.e.	21	26	32	27	37	16	17	33	44
Facebook nutzen	n.e.	n.e.	n.e.	30	27	27	26	7	12	25	43
Wikipedia nutzen	38	34	27	26	26	25	27	11	13	26	37
E-Mails verschicken	40	37	32	28	24	23	25	12	16	21	36
Snapchat nutzen	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	21	17	26	3	6	20	38
Instagram nutzen	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	17	12	22	2	2	14	32
Fernsehsendungen im Internet ansehen	11	11	8	12	15	14	16	11	13	14	20
Musically nutzen	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	12	8	17	5	7	13	17
über das Internet Radio hören	9	11	3	5	8	9	8	2	6	8	12
Skype nutzen	n.e.	n.e.	n.e.	9	7	7	7	2	6	5	10

Quelle: KIM-Studien 2010-2018.

Tab. 2 Medienkompetenz-Förderung: Akteure und Aktivitätsfelder

Akteure	Aktivitätsfelder
Medienanbieter	Beiträge in TV/Radio/Internet, Unterrichtsmaterial, Onlineplattformen (z.B. Contentnetzwerk funk), Medienforschung, Veranstaltungen, Apps, Wettbewerbe
Staatliche Initiativen	Fördermittel/technische Ausstattung, Konferenzen/Fachtagungen, Informationsportale (online), Datenbanken, Stiftungen, Projekte (z. T. auf EU-Ebene), Fortbildungen
Private Initiativen und Vereine	Kinder-Suchmaschinen, Informations-Hotlines, Wettbewerbe, Onlineportale, Broschüren, Workshops, Fortbildungen, Beratung

Quelle: Eigene Darstellung.

gitale Welt geht, [...] hat man den Eindruck, Lehrerinnen und Lehrer meinen, die Kinder können doch alles, die haben das mit der Muttermilch eingesogen, sie kommen noch aus der analogen Welt, und die Kinder sind im Digitalen schon aufgewachsen, die sind da besser als sie.“ (3) Häufig eignen sich Kinder und Jugendliche das Bedienen verschiedenster Geräte und Software zwar weit aus rascher an als ihre Eltern oder Lehrkräfte. Aber Themen wie Datenschutz und Regelungen im Umgang mit Medien müssten laut Stauffer durch Lehrkräfte vermittelt werden. Auch Datenschützer empfehlen auf Fachtagungen, wie zum Beispiel dem jährlichen „Safer Internet Day“, (4) schon länger ein eigenes Schulfach Medienkunde. Lehrkräfte selbst äußerten in der Befragung Jugendmedien-schutzindex 2018, dass Kompetenz im Umgang mit Medien und der Schutz vor negativen Erfahrungen mit (Online-)Medien essenziell seien. (5) Kinder und Jugendliche müssten vor ungeeigneten Inhalten bewahrt bzw. dahingehend geschult wer-

den, dass sie nicht zu viele Informationen über sich selbst preisgeben, zu viel Zeit mit Onlinemedien verbringen und dass ihre Kommunikation mit anderen über Mediendienste nicht zu Mobbing führt. In der Befragung gaben 86 Prozent der Lehrer an, dass unter den Kindern, mit denen sie arbeiten, bereits Mobbing im Internet vorgekommen sei. Ein Großteil der befragten Lehrkräfte gab außerdem an, dass Heranwachsende bei der Onlinenutzung und Bewältigung von möglichen Risiken ihre Unterstützung bräuchten.

Generell wird die Implementierung von Medienkompetenzkonzepten an Schulen auf mehreren Ebenen gestaltet (vgl. Abbildung 1). (6) Die Makroebene bildet die Politik – hier werden Richtlinien

Etablierung von Konzepten bedarf Zusammenarbeit mehrerer Instanzen

Abb. 1 Prozess der Implementierung von Medienkompetenzkonzepten in Schulen



Quelle: Kommunikationswissenschaft interdisziplinär (TU Ilmenau), Band 7, S. 10.

und Strategien entwickelt. Auf der Mesoebene werden diese Strategien administrativ betreut und zum Beispiel in Lehrplänen verfestigt sowie die notwendige technische Ausstattung bereitgestellt. Die Mikroebene im Prozess der Implementierung umfasst den Unterricht selbst, in dem die Lehrkräfte für die Umsetzung von Plänen und Regelungen verantwortlich sind.

In Thüringen gibt es bereits seit 2002 einen Kursplan zur Medienkunde

Da Bildung Ländersache ist, gibt es derzeit keine bundesweiten Regelungen. In Thüringen gibt es zwar, wie in den anderen Bundesländern, kein für alle Schulen verpflichtendes Unterrichtsfach zur Medienkompetenzförderung, aber es war das erste Bundesland, das bereits 2002 einen Kursplan zur Medienkunde für die Klassen fünf bis sieben einführte, der als integrativer Ansatz vorgab, entsprechende Themen in reguläre Schulfächer einzubinden. (7) Seit 2009 werden ab der Klassenstufe fünf bis zur zehnten Klasse unter anderem Medienproduktion, Kommunikation, Mediengesellschaft oder Jugendmedienschutz in Leitfächer integriert. Auch in Thüringer Grundschulen gibt es seit 2017 verpflichtende Kurspläne ab der ersten Klasse. Seit 2017 wird an jeder thüringischen Schule mindestens ein Fortbildungstag jährlich durchgeführt, der die schulinternen Planungsprozesse im Bereich Medienkompetenz unterstützen soll. In Hessen und Brandenburg weist das „Basiscurriculum Medienbildung“ darauf hin, dass in den Klassenstufen eins bis zehn Wissen über alle Medien vermittelt werden soll, zum Beispiel über den fächerübergreifenden Einsatz von Medien im Unterricht.

Auch in anderen Bundesländern gibt es Modellschulen, an denen Fächer wie Medienkompetenz, Informatik und Medienkunde oder Computer- und Medientraining unterrichtet werden, jedoch ist dies kein flächendeckender Standard. Die Kultusminister der Länder haben sich im Jahr 2016 auf die „Strategie Bildung in der digitalen Welt“ verständigt, die konkrete Ziele formulierte und bildungspolitische Schwerpunkte der Länder verankerte. Im Jahr 2018 haben sie sich erneut auf eine gemeinsame Erklärung geeinigt, in der die Wichtigkeit der Vermittlung von Medienkompetenz zur Teilhabe an der Gesellschaft und die Verantwortung von Schulen betont werden. (8) Die Kultusministerkonferenz und der Verband Bildungsmedien wollen gemeinsame Rahmenbedingungen abstecken, um den digitalen Wandel in Schulen herbeizuführen. Die Länder sollen für die Weiterbildung der Lehrer verantwortlich sein. Bund, Länder und Kommunen sollen gemeinsam die technischen Voraussetzungen dafür bereitstellen.

Kultusminister einigen sich auf Strategien für digitalen Wandel an Schulen

Ein konkretes Beispiel für eine bedeutsame Entscheidung für den digitalen Wandel an Schulen seitens des Bundes und der Länder ist der am 4. April 2019 in Kraft getretene DigitalPakt Schule. Er soll innerhalb der nächsten fünf Jahre mit rund 5,5 Mrd Euro (aus dem Digitalinfrastrukturfonds) für eine bessere Ausstattung mit digitaler Technik an Schulen sorgen und so neue pädagogische Konzepte und Lernformen fördern. (9) Pro Schule könnten etwa 137 000 Euro verwendet werden. Da die Fördermittel beim jeweiligen Bundesland beantragt werden müssen und jedes Land eigene Förderrichtlinien festlegen muss, gibt es derzeit noch keinen Starttermin für die Investitionen.

DigitalPakt Schule: Fördermittel müssen auf Landesebene beantragt werden

In der Studie Monitor Digitale Bildung gaben im Jahr 2017 rund 57 Prozent der Lehrkräfte an, dass an ihrer Schule ein Medienkonzept verfolgt wird. (10) In vielen Schulen ist allerdings keine einheitliche Strategie für den Einsatz moderner Medienangebote vorhanden. Auch entsprechende Weiterbildungsmaßnahmen müssen Lehrkräfte eigener Aussage nach zum großen Teil selbst organisieren, sodass sie zum Teil allein verantwortlich sind für den digitalen Wandel an Schulen. Dies gilt teilweise auch für die Systemadministration. Auch in der Befragung Jugendmedienschutzindex 2018 gaben 68 Prozent der befragten Lehrkräfte an, sich medienpädagogische Inhalte selbst angeeignet zu haben, 59 Prozent in Fortbildungen (vgl. Tabelle 3). (11) Dies führt zu sehr unterschiedlichen Herangehensweisen je nach Bundesland bzw. Schule und dem jeweiligen Lehrer. Letztlich hängt das Niveau von einzelnen engagierten Lehrern ab.

Im Schulunterricht selbst werden mittlerweile in vielen Fällen digitalisiert, was zum Teil auch Medienkompetenzen fördern kann, zum Beispiel den Umgang mit Webclouds und Chatdiensten. Hausaufgaben, Berichte oder auch Mitteilungen für Eltern können über Clouddienste ausgetauscht bzw. von Schülern und Lehrern können Dokumente hoch-

Digitalisierter Unterricht bisher an wenigen Schulen etabliert

und heruntergeladen werden und im Unterricht wird mit PCs oder Tablets, Whiteboards und Beamer gearbeitet. Dies ist aber längst nicht in allen weiterführenden Schulen der Fall, weit weniger noch in Grundschulen. Laut einer Studie der Bertelsmann Stiftung werden digitale Medien nur von 2 Prozent der Grundschullehrer eingesetzt, bei den Sekundarschulen verwenden 11 Prozent solche Angebote (29 % an Gesamtschulen, 20 % an Gymnasien). (12) Präsentationsprogramme wie Powerpoint werden der Untersuchung zufolge am häufigsten verwendet (76 % der Lehrkräfte machen davon Gebrauch), die anderen gängigen Office-Programme werden von 73 Prozent regelmäßig im Unterricht verwendet. Zur Unterrichtsvorbereitung nutzen viele Lehrer auch Chatdienste (56 %), Clouddienste (35 %) und Videoangebote im Internet (60 %). Laut der Untersuchung liegen bayerische Schulen bei der täglichen Nutzung digitaler Medien mit 31 Prozent vorn, gefolgt von Brandenburg, Berlin und Baden-Württemberg. Schlusslicht beim Ranking nach der täglichen Verwendung digitaler Medien ist Niedersachsen mit 11 Prozent, auch Sachsen, Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen kommen nur auf 13 Prozent tägliche Nutzung.

Öffentlich-rechtliche Angebote

Da Medien im Alltag nahezu aller Menschen eine bedeutende Rolle spielen, gehört es unter anderem auch zum Bildungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Sender, den bewussten Umgang mit ihnen zu unterstützen. (13) Diese Kompetenzförderung kann in verschiedene Bereiche unterteilt werden: inhaltliche Angebote in den jeweiligen Medien selbst, Projekte und Veranstaltungen der Rundfunkanstalten oder gemeinsam mit Kooperationspartnern, Einblicke in die Medienproduktion, Wettbewerbe, Medienforschung und die Bildung von Netzwerken. Die Landesrundfunkanstalten der ARD und das ZDF bieten unter anderem Aufklärungskampagnen, Wettbewerbe, Schultouren, Radiospecials, Aktionstage und eine Vielzahl an Fernsehsendungen mit Bezug zu Medienkompetenz sowie Informationsmaterialien für Kinder, Lehrkräfte und Eltern an. In den 1990er-Jahren wurden viele Angebote nach der Ausstrahlung im Fernsehen oder Radio auf CD-ROM, später entsprechend auf anderen Datenträgern bzw. vermehrt auf Webseiten bereitgestellt.

Bei jüngeren Kindern steht für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zunächst eher die altersgerechte Gestaltung der für sie bestimmten Medieninhalte im Vordergrund, darüber hinaus werden grundlegende Kompetenzen, wie zum Beispiel das Zuhören, über Angebote der gemeinsamen Stiftung Zuhören gefördert. (14) Für ältere Kinder, Jugendliche und Erwachsene wird Medienwissen und kritische Auseinandersetzung mit Inhalten, Quellen oder dem eigenen Nutzungsverhalten wichtiger. Entsprechend werden in Fernseh- und Radiosendungen und im Onlineangebot der Landesrundfunkanstalten der ARD und des ZDF aktuelle Ent-

Tab. 3 Medienpädagogische Bildung von Lehrkräften in %

Wo haben Sie medienpädagogische Inhalte kennengelernt? (Mehrfachantworten)	
habe ich mir selbst angeeignet	68
in Fortbildungen	59
im Studium	35
in zertifizierten Weiterbildungen	13
in der Berufsausbildung	10

Basis: n=296.

Quelle: Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (Hrsg.): Jugendmedienschutzindex 2018, S. 25.

wicklungen und Diskussionen im Medienbereich aufgegriffen. Über den Internetauftritt der Sender werden in Rubriken wie „Medienpädagogik“, „Medienkompetenz“ oder „Umgang mit Medien“ Beiträge, Links, Videos und Audios bereitgestellt. Über die Suchfunktion können auch Hinweise auf künftige oder bereits ausgestrahlte Sendungen in Radio und Fernsehen gefunden werden. Dass die Themen Medienwissen und -kompetenz in so vielen verschiedenen Formaten aufgegriffen werden, verstärkt deren Präsenz und offenbart die Dringlichkeit, junge Menschen und deren Erziehungsbeauftragte bzw. zuständige Pädagogen und Erziehungspersonen in diesem Bereich aufzuklären. Im Folgenden werden einige ausgewählte Beispiele aus dem Angebot einiger Landesrundfunkanstalten der ARD und seitens des ZDF vorgestellt. Auch alle anderen ARD-Landesrundfunkanstalten bieten den hier vorgestellten Angeboten ähnliche an.

Der Mitteldeutsche Rundfunk fasst in dem Portal MEDIEN360G verschiedene Medienthemen zusammen. (15) Nutzer finden hier neben verschiedensten Informationen, zum Beispiel zu Barrierefreiheit im Bereich Medien oder Datenschutz in der EU, auch den Online-Radiosender MDR Tweens, der mit Medienthemen Acht- bis 13-Jährige anspricht und Medientechnik, Umgang mit Messengern, Cybermobbing oder Internet-Fallen zum Anhören bereitstellt. In der Rubrik Medienwissen gibt es Beiträge, die sich mit der Mediennutzung von Kindern auseinandersetzen, die Funktionsweise von Algorithmen erklären oder sich mit journalistischer Ethik befassen. Außerdem ist der MDR an der Ausrichtung des Wettbewerbs „Medienkompetenzpreis Mitteldeutschland“ beteiligt, in dessen Rahmen im Jahr 2019 zum dritten Mal seit 2015 Initiativen oder einzelne Projekte zu diesem Thema aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen geehrt wurden. (16) In Zusammenarbeit mit Schülern, Lehrern und Eltern entwickelten Institutionen, wie zum Beispiel das Thüringer Medienbildungszentrum, Projekte für den Wettbewerb.

**Beispiel:
Mitteldeutscher
Rundfunk**

**ARD und ZDF
thematisieren
Medienkompetenz
im Fernsehen, Radio
und Internet**

**Aktuelles
Angebotportfolio**

Beispiel: In Hessen haben der Hessische Rundfunk und das Hessische Kultusministerium ein Netzwerk zur Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Medienbildung gegründet. Das Netzwerk Rundfunk und Schule fördert die Zusammenarbeit zwischen Schulen und dem Bildungsprogramm des Senders. Die Einrichtung koordiniert und unterstützt die verschiedenen Projekte, wie Fortbildungen, die hr-Medientage, Bildungsreihen und Wettbewerbe. Die Aktionen werden zum Teil aus Landesmitteln gefördert. Auf der Webseite des Hessischen Rundfunks werden unter der Rubrik WissenPlus+ die verschiedenen Angebote überblicksartig vorgestellt. (17) Zum Beispiel werden bei hr@schule Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte angeboten. Auch Fortbildungen sowie andere Projekte und Veranstaltungen bietet der hr gemeinsam mit dem Hessischen Kultusministerium und der Hessischen Lehrkräfteakademie für Lehrer und Schüler an. Beim jährlichen „Medientag“ im hr werden Lehrkräfte ab der Sekundarstufe I zu Medienthemen geschult, im Rahmen des Projekts School.Fm werden Schulradios gemeinsam mit Schülern und Lehrern an ausgewählten Schulen entwickelt. Auch neue Erzählformen, wie multimediales Storytelling wurde in verschiedenen Projekten umgesetzt. (18) Außerdem initiiert der hr verschiedene weitere Angebote, wie Onlinekurse zum Funkkolleg von hr-INFO, Fachdiskussionen und Materialien für Unterrichtsthemen. Ein Beispiel hierfür ist What's Web, ein Videoangebot zum präventiven Jugendmedienschutz. In Kooperation mit einer YouTuberin werden zu verschiedenen Schwerpunkten, wie Hatespeech, Computerspiele oder Datensicherheit, Informationsclips und weiterführendes Material erstellt, die auf der Webseite abgerufen werden können. Im Sommer 2019 startete das Projekt „COME On-Tour – Wir checken Medien“. hr-Experten, wie Moderatoren und Redakteure, werden Workshoptage an Schulen betreuen, an denen zum Beispiel Magazinsendungen produziert werden oder die Faktenrecherche geübt werden soll.

Ähnliche Angebote gibt es auch seitens anderer Landesrundfunkanstalten der ARD, wie etwa beim Rundfunk Berlin Brandenburg und Radio Bremen: Die Sender bieten Workshops und Projektwochen zur kreativen Medienerziehung an Grundschulen und an weiterführenden Schulen an (19), der Bayerische Rundfunk betreut eine eigene Koordinierungsstelle für Medienkompetenzprojekte für Schüler und Lehrer. (20) Der NDR erörtert in der Radiosendung Bildungsreport Entwicklungen an Schulen und Hochschulen, zum Beispiel im Bereich Digitalisierung. (21)

Senderübergreifende Projekte Am 11. und 12. November 2019 findet in allen ARD-Anstalten der „Jugendmedientag“ zu Beginn der ARD-Themenwoche „Zukunft Bildung“ statt. (22) Er wird gemeinsam vom ARD-Generalsekretariat und dem Bayerischen Rundfunk koordiniert. In den ARD-Häusern sind Schüler eingeladen, hinter die

Kulissen zu schauen und gemeinsam mit den Medienprofis selbst Programm zu gestalten. Die verschiedenen Prozesse bis zur fertigen Fernseh- oder Radiosendung können die Kinder und Jugendlichen in Workshops genauso kennenlernen wie verschiedene Berufe in der Medienbranche. Insgesamt rund 2 000 Schülerinnen und Schüler werden am ARD-Jugendmedientag in den Landesrundfunkanstalten erwartet.

Ein gemeinsames Bildungsangebot von Deutschlandradio, Rundfunk Berlin-Brandenburg, Südwestrundfunk, ZDF und Bayerischem Rundfunk ist das Onlineprojekt „so geht MEDIEN“. Es wird bewusst auf das Medium Internet gesetzt, um vor allem junge Onliner anzusprechen. (23) Lehrer können Aufgaben aus dem Onlineauftritt für den Unterricht verwenden und den Schülern Aufgaben daraus stellen, wie zum Beispiel Quizze, die heruntergeladen oder online gelöst werden können. Auf der Webseite, die beim Bayerischen Rundfunk angegliedert ist, werden verschiedene Medienthemen aufbereitet und Unterrichtsmaterial bereitgestellt. In der Rubrik Medien-Basics gibt es Informationsvideos und kurze Texte zu verschiedenen journalistischen Darstellungsformen, Influencern, Urheberrecht oder korrekter Recherche. In der Rubrik ARD und ZDF wird über das duale Rundfunksystem in Deutschland aufgeklärt. Das Projekt „so geht MEDIEN“ ist auch mit einer Video-Playlist bei YouTube vertreten. Da YouTube bei Kindern und Jugendlichen mittlerweile ein fester Bestandteil im Medienrepertoire ist, reagieren auch die Öffentlich-Rechtlichen darauf und stellen ihre Inhalte dort bereit, wo sie mit großer Wahrscheinlichkeit von der entsprechenden Zielgruppe aufgefunden werden. So sind viele weitere Inhalte zum Medienwissen bei YouTube platziert, etwa aus dem Multi-Channel-Netzwerk funk, dem Angebot für die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen von ARD und ZDF. Themen wie Hacking, Sexualität im Internet, Umgang mit sozialen Medien und Mobbing werden in den verschiedenen Formaten, die zu dem Content-Network zählen, aufgegriffen.

Eine Untersuchung des Rats für kulturelle Bildung zur Bedeutung von YouTube für Zwölf- bis 19-Jährige empfiehlt, dass Konsequenzen aus dem breiten Angebot für digitales Lernen über Webvideos (in verschiedenen Lebensbereichen) gezogen werden und auch schulische Lerninhalte stärker über YouTube aufbereitet werden sollten. (24) Außerdem wünschten sich in der Befragung 60 Prozent der Jugendlichen eine kritische Auseinandersetzung mit YouTube im Unterricht, um Vor- und Nachteile besser einschätzen zu können. Rund die Hälfte der befragten Schülerinnen und Schüler gab an, dass sie die Bedeutung von YouTube für schulische Belange als hoch einstufen. Da der Algorithmus der Videoplattform auf die maximale Sehdauer abzielt und weniger auf pädagogische Werte, müsste laut der Studie seitens der Politik ein Rahmen für nichtkommerzielle Räume digitaler Kultur geschaffen werden.

**Onlineprojekt
„so geht MEDIEN“
spricht junge Onliner
an**

**Nachfrage nach
kritischer
Auseinandersetzung
mit Youtube**

Angebote des ZDF Das ZDF bietet neben seinen Engagements gemeinsam mit der ARD und anderen Partnern, den verschiedenen Magazinsendungen, die immer wieder Medienthemen aufgreifen, Kindern und Jugendlichen außerdem unter der Online-Rubrik App+on verschiedene Beiträge zum Medienverständnis und Umgang mit Medien an, vor allem mit dem Internet. (25) In kurzen Videos und Texten werden Themen wie Bodyshaming im Internet, Kommunikation in sozialen Netzwerken oder Datenschutz erläutert. Das Kinder-Onlineportal ZDFtivi vermittelt gezielt Medienwissen zu Fernsehen und Internet, zum Beispiel durch interaktive Lernanwendungen. Beim Verlassen des Portals wird der Nutzer gezielt gefragt, ob er den Kinderbereich verlassen möchte, was möglicherweise der Nutzung von nicht jugendfreien Inhalten vorbeugt.

ZDF-Mediathek: Streams zu Medienthemen Über die Mediathek des ZDF werden Nutzern Streams verschiedener Sendungen und Nachrichten mit Bezug zu Medienthemen sowie kurze Artikel zum Beispiel zu Quellen-Verlässlichkeit, Cybermobbing oder Onlinespiele angezeigt. Auf der Unternehmenswebseite des ZDF sind die verschiedenen Richtlinien zum kinder- und jugendgerechten Medienangebot, rechtlichen Rahmenbedingungen (Jugendmedienschutzstaatsvertrag) und andere Themen im Rahmen von Medienwissen aufgeführt. Das ZDF ist außerdem offizieller Medienpartner des deutschen Kindersoftwarepreises TOMMI, der innovative deutschsprachige PC- und Konsolenspiele sowie Apps auszeichnet. (26)

Studien fördern Transparenz im Medienmarkt Neben inhaltlichen Angeboten sind ARD und ZDF auch an Studien beteiligt, die den Medienmarkt insgesamt, die Nutzung von Medieninhalten und deren Wirkung beleuchten. Medienforschungsabteilungen der Rundfunkanstalten bieten mit Untersuchungsergebnissen zum Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung in Deutschland eine Diskussionsgrundlage für Entscheider im Bereich Pädagogik und Politik. Unter anderem tragen die seit 1997 jährlich erscheinende ARD/ZDF-Onlinestudie und die Langzeitstudie Massenkommunikation (27) oder die (eingangs erwähnte) KIM- bzw. JIM-Studie (an denen der Südwestrundfunk beteiligt ist) mit jeweils aktuellen Erkenntnissen zur Mediennutzung verschiedener Zielgruppen zu mehr Transparenz und zur Versachlichung der Diskussion um den Stellenwert der Medienangebote im öffentlich-rechtlichen Rundfunk bei.

Angebote öffentlicher Institutionen und Ämter Neben den öffentlich-rechtlichen Medien engagieren sich auch die Landesmedienanstalten zum Thema Medienbildung. Beispiele hierfür sind der Medienkompetenzbericht zu Gemeinschafts- und landesweiten Projekten (28) oder die Webseite Internet-ABC, auf der für Kinder, Lehrkräfte und Eltern zugeschnittene Angebote zur Verfügung stehen. (29) Alle Landesmedienanstalten Deutschlands gehören dem Verein Internet-ABC an. Auch Institutionen des Bundes oder einzelner Bundesländer

sind im Bereich Medienkompetenzförderung aktiv. In Rheinland-Pfalz werden zum Beispiel anhand eines sogenannten „10-Punkte-Programms“ verschiedene Projekte initiiert, die die Unterrichtsqualität mit digitalen Lernmethoden verbessern, die Achtsamkeit der Eltern für Daten- und Jugendschutzthemen forcieren und die Kooperation mit Partnern und der Landesanstalt für Medien und Kommunikation ausbauen sollen. (30)

Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) fördert ebenso diverse Initiativen, die sich der Stärkung von Medienkompetenz verschrieben haben, wie das Angebot „Gutes Aufwachsen mit Medien“, das Informationsmaterial für Eltern und Lehrer bereitstellt und lokale Netzwerke der Elternberatung betreut. (31) Auch Vereine werden vom BMFSFJ gefördert. Ein Beispiel hierfür ist der Verein, der die Kinder-Suchmaschine Blinde Kuh betreibt, oder Initiativen für Eltern, zum Beispiel „Schau hin! – Was Dein Kind mit Medien macht“ (hier sind ARD und ZDF sowie die Programmzeitschrift TV Spielfilm Partner) oder „Surfen ohne Risiko“. Auf der Webseite für Eltern und Kinder, die vom Kompetenzzentrum jugendschutz.net geführt wird, werden geeignete Inhalte empfohlen und zu verschiedenen Medienthemen Broschüren zum Download angeboten.

Die Beauftragte für Kultur und Medien der Bundesregierung Monika Grütters ist für die Förderung verschiedener Angebote für Kinder und Erwachsene im Bereich Medienbildung verantwortlich. (32) Beispiele hierfür sind die Initiative „Nachgefragt – fragFINN-Kinderreporter“ klären Kinder und Jugendliche Gleichaltrige mit kurzen Videos über Medienthemen auf. Auch die Stiftung Lesen, das Projekt „RISE – Jugendkulturelle Antworten auf islamistischen Extremismus“ und die Stiftung Digitale Spielkultur (die z.B. Spiele, die für Fake News sensibilisieren, entwickeln lässt) werden vom Staatsministerium unterstützt.

Das BMFSFJ ist auch an Projekten der Europäischen Union beteiligt. Bereits im Jahr 1999 startete die EU das „Safer Internet Programme“. Der Aktionsplan zur Eindämmung von illegalen oder schädlichen Inhalten im Internet beinhaltet Aufklärungskampagnen und Webseiten, die über verschiedene Projekte informieren, wie klicksafe.de. (33) Im Jahr 2014 wurde das Nachfolgerprojekt „Connecting Europe Facility“ initiiert. Außerdem gibt es in 31 europäischen Ländern ein Safer Internet Centre, das jeweils Projekte zur Förderung von Medienkompetenz umsetzt, eine Hotline für die Meldung illegaler Inhalte und eine Helpline als Beratungsstelle für Eltern, Kinder und Lehrer bereitstellt.

Initiativen der Bundesregierung

EU-Projekte

Medienkompetenz-Projekte der Bundeszentrale für politische Bildung

Auch die Bundeszentrale für politische Bildung hebt das Thema Medienkompetenz als zentralen Baustein für die aktive Teilhabe an Gesellschaft und Politik und stellt auf ihrer Webseite zum Beispiel eine Medienkompetenz-Datenbank zur Verfügung. Hier kann thematisch je nach Medium und Art des Angebots gesucht werden, sodass man Seminarangebote, Onlineprojekte, Links zu anderen Informationsportalen oder Vereinen für Kinder, Jugendliche und Erwachsene angezeigt bekommt. (34) So wird ein Überblick geschaffen über die Vielfalt der länderübergreifenden bzw. überregionalen und regionalen nichtkommerziellen Angebote. Die Schriftenreihe Medienkompetenz ist online abrufbar und befasst sich mit verschiedenen Themen rund um die Herausforderungen für die politische Bildung im Zusammenhang mit Medienbildung.

Fazit

Die Bedeutung von Angeboten zur Förderung von Medienkompetenz wird spätestens dann deutlich, wenn man die Vielzahl an beteiligten Akteuren betrachtet. Bund, Länder, Vereine, Institutionen und Medien selbst sind bemüht, den adäquaten Umgang mit Medien und deren Inhalten zu unterstützen. Die Medien befinden sich fortwährend im Wandel, weshalb bereits im Kindes- und Jugendalter der Umgang damit geübt werden sollte. Auch in der Erwachsenenbildung spielt die sich mit entwickelnde Medienkompetenz eine große Rolle, jedoch muss besonders in Bezug auf Datensicherheit und adäquate Inhalte früh in der Kindheit angesetzt werden. Besonders die Eltern, aber auch Lehrer und andere Pädagogen sind hierbei gefragt. Je mehr die Kinder und Jugendlichen selbst Medienangebote nutzen, desto eher dienen auch Medieninhalte selbst zur Förderung von Medienkompetenz, wie etwa die vielfältigen Angebote von ARD und ZDF.

Viele Akteure bei Medienkompetenzförderung beteiligt

Nachholbedarf bei schulischen Konzepten

Wie die verschiedenen erwähnten Befragungen zeigten, sollte künftig seitens des Bundes mehr Anreiz dazu geschaffen werden, an Schulen einheitliche Konzepte zur Medienkompetenzförderung zu etablieren. Der DigitalPakt ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung, denn bisher scheint die Entwicklung der Mediengeräte und -angebote der technischen Ausstattung und auch der Etablierung von Konzepten für Pädagogen voraus zu sein.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Theunert, Helga/Bernd Schorb: Sozialisation, Medienaneignung und Medienkompetenz in der mediatisierten Gesellschaft. In: Hartmann, Maren/Andreas Hepp (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden 2010, S. 243-254.
- 2) Vgl. Feierabend, Sabine/Thomas Rathgeb/Theresa Reutter: Kindheit, Internet und Medien. Ergebnisse der KIM-Studie 2018. In: Media Perspektiven 4/2019, S. 146-155.

- 3) Vgl. https://www.deutschlandfunk.de/digitale-bildung-an-schulen-wo-medienkunde-an-ihre-grenzen.2907.de.html?dram:article_id=412329 (abgerufen am 19.6.2019).
- 4) Der Safer Internet Day wird als Initiative der Europäischen Union in verschiedenen Ländern einmal jährlich durchgeführt. Verbände in den jeweiligen Ländern koordinieren Aktionen an diesem Tag. Quelle: www.saferinternetday.org (abgerufen am 1.7.2019).
- 5) Vgl. Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (Hrsg.): Jugendmedienschutzindex: Der Umgang mit onlinebezogenen Risiken. Ergebnisse der Befragung von Lehrkräften und pädagogischen Fachkräften. Berlin/Hamburg/München 2018.
- 6) Vgl. Wolling, Jens/Priscila Berger: Die Vermittlung von Medienkompetenz in allgemeinbildenden Schulen – Zentrale Ergebnisse eines Evaluationsprojekts. Technische Universität Ilmenau 2018.
- 7) Vgl. https://www.schulportal-thueringen.de/bildung_medien/medienkunde (abgerufen am 19.6.2019).
- 8) Vgl. Gemeinsame Erklärung der Kultusministerkonferenz und des Verbandes Bildungsmedien e.V. zur Zukunft der Bildungsmedien vom 14.6.2018. Quelle: https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/pdf/Gemeinsame_Erklaerung_KMK_VBM_v._14.06.2018.pdf (abgerufen am 27.6.2019).
- 9) Vgl. <https://www.bmbf.de/de/wissenswertes-zum-digitalpakt-schule-6496.php> (abgerufen am 13.6.2019).
- 10) Vgl. Deutsche Telekom Stiftung: Schule digital. Der Länderindikator 2017. Digitale Medien in den MINT-Fächern. Quelle: https://www.telekom-stiftung.de/sites/default/files/files/media/publications/Schule_Digital_2017__Web.pdf (abgerufen am 6.6.2019).
- 11) Vgl. Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V.; Anm. 5.
- 12) Vgl. Bertelsmann Stiftung: Monitor digitale Bildung. Die Schulen im digitalen Zeitalter. Quelle: https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BST/Publikationen/GrauePublikationen/BST_MDB3_Schulen_web.pdf (abgerufen am 6.6.2019).
- 13) Vgl. Mohr, Inge/Christian Breunig/Sabine Feierabend/Christiane Nolting/Ekkehardt Oehmichen (Hrsg): Medienkompetenz bei ARD und ZDF. Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. München 2003, hier S. 8.
- 14) Die Stiftung Zuhören ist eine gemeinsame Stiftung einzelner Landesrundfunk- und Landesmedienanstalten, des Medienkompetenz Forum Südwest und Sennheiser electronic GmbH & Co. KG. Quelle: www.zuhoeren.de (abgerufen am 1.8.2019).
- 15) Vgl. <https://www.mdr.de/medien360g/medienprojekte/index.html> (abgerufen am 7.6.2019).
- 16) Vgl. <https://medienkompetenzpreis.de/preistraeger-2/> (abgerufen am 8.6.2019).
- 17) Vgl. <https://www.hr.de/wissen-plus/index.html> (abgerufen am 29.7.2019).
- 18) Vgl. hierzu zum Beispiel <https://95neuethesen.de/> (abgerufen am 1.8.2019); <https://www.special.hr2.de/eine-hand-voller-sterne> (abgerufen am 1.8.2019)
- 19) Vgl. <https://www.ohrenbaer.de/unterwegs/workshop/> (abgerufen am 7.7.2019); <https://www.radiobremen.de/unternehmen/presse/radio/bremennext152.html> (abgerufen am 7.7.2019).
- 20) Vgl. <https://www.br.de/medienkompetenzprojekte/index.html> (abgerufen am 7.7.2019).
- 21) Im März 2019 wurde die letzte Folge der Radiosendung „Bildungsreport“ ausgestrahlt. Aktuell wird als Pendant ein Podcast erstellt, der das Format ersetzen wird. Quelle: <https://www.ndr.de/info/podcast2984.html> (abgerufen am 8.7.2019).
- 22) Vgl. http://www.ard.de/home/ard/Medienkompetenz_zum_Anfassen_beim_ARD_Jugendmedientag/5424090/index.html (abgerufen am 11.7.2019).
- 23) Vgl. <https://www.br.de/sogehmediem/footer/navi/so-geht-medien/das-projekt/index.html> (abgerufen am 18.7.2019).
- 24) Vgl. Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019. Eine repräsentative Umfrage unter 12- bis 19-Jährigen zur Nutzung kultureller Bildungsangebote an digitalen Kulturorten. Quelle: https://www.rat-kulturelle-bildung.de/fileadmin/user_upload/pdf/Studie_YouTube_Webversion_final.pdf (abgerufen am 19.7.2019).

- 25) Vgl. <https://www.zdf.de/kinder/app-und-on> (abgerufen am 8.7.2019).
- 26) Vgl. <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/kinder-und-jugendschutz-im-zdf-100.html> (abgerufen am 22.7.2019).
- 27) Die ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie wird seit 1964 im Fünf-Jahres-Rhythmus durchgeführt, zuletzt im Jahr 2015. Seit dem Jahr 2017 werden in der Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ jährlich die „MK-Trends“. Diese analysieren Referenzdaten zur Mediennutzung im Intermediavergleich.
- 28) Vgl. <https://www.die-medienanstalten.de/themen/medienkompetenz/> (abgerufen am 29.7.2019).
- 29) Vgl. <https://www.internet-abc.de/> (abgerufen am 1.8.2019).
- 30) Vgl. <https://medienkompetenz.bildung-rp.de/10-punkte-programm.html> (abgerufen am 8.7.2019).
- 31) Vgl. <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/kinder-und-jugend/medienkompetenz/medienkompetenz-staerken/75350> (abgerufen am 9.7.2019).
- 32) Vgl. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/medien/medienkompetenz/netz-fuer-kinder> (abgerufen am 23.7.2019).
- 33) klicksafe wird von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz und der Landesanstalt für Medien NRW betreut. Quelle: <https://www.klicksafe.de/ueber-klicksafe/die-initiative/projektinfo/wer-ist-klicksafe/> (abgerufen am 17.7.2019).
- 34) Vgl. <http://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/medienpaedagogik/206535/medienbildung-com> (abgerufen am 22.7.2019).

