

UPJ e.V.

Brunnenstr. 181, 10119 Berlin

Fon: +49 (0)30 2787406-15

Fax: +49 (0)30 2787406-19

Mail: info@diskutiere.de

Web: www.diskutiere.de

Web: www.upj.de



unternehmen. verbinden. gestalten

diskutiere – Gesellschaftliche Verantwortung

**Abschlussveranstaltung zur Online-Diskussion
„Sind Jugendliche ausreichend auf die „digitale Zukunft“ vorbereitet?“**

initiiert von Telefónica O₂ Germany

O₂ Tower, München am 25. Juni 2009



Diskutiere-Abschlussveranstaltung „Sind Jugendliche ausreichend auf die „digitale Zukunft“ vorbereitet?“ am 25. Juni in München

Online-Diskussion als Grundlage

Im Rahmen der Diskutiere-Abschlussveranstaltung wurden die Zwischenergebnisse der Online-Diskussion „Sind Jugendliche ausreichend auf die „digitale Zukunft“ vorbereitet?“, die vom 27. April bis zum 30. Juni 2009 lief, vorgestellt und von profilierten Experten auf dem Podium diskutiert und vertieft.

Eingeladen in den O₂ Tower hatten Telefónica O₂ Germany und UPJ e.V. Telefónica O₂ Germany ist Initiator der Online-Diskussion „Sind Jugendliche ausreichend auf die „digitale Zukunft“ vorbereitet?“ und Mit-Initiator der Online-Plattform diskutiere – Gesellschaftliche Verantwortung. Das gemeinnützige deutsche Corporate Citizenship und CSR Netzwerk UPJ e.V. ist Mit-Initiator und Betreiber von www.diskutiere.de.

Profilierte Experten auf dem Podium

Experten auf dem Podium der Abschlussveranstaltung waren

- **Jutta Croll**
Geschäftsführerin der Stiftung Digitale Chancen
- **Prof. Dr. Lutz Frühbrodt**
Fachhochschule Würzburg, Medienwissenschaft
- **Dr. Florian Herrmann, MdL**
Mitglied der Datenschutzkommission des Bayerischen Landtags
- **André Krause**
Managing Director Finance bei Telefónica O₂ Germany

Aktive Beteiligung eines Vaters

Im Publikum saß auch A. Kurzka, engagierter Vater von Kindern im Grundschulalter, der zuvor auch an der Online-Diskussion teilgenommen hatte. Er wurde aktiv in die Podiumsdiskussion einbezogen.

Ebenen der Medienkompetenz

Prof. Frühbrodt unterscheidet zunächst folgende Ebenen bzgl. der Medienkompetenz:

Individuelle Ebene: Fähigkeit einer Person,

- sich überhaupt einen Überblick über die Medienlandschaft und die einzelnen Medien und ihre Funktion zu verschaffen (Überbegriff: Medienkunde),
- Medien zu nutzen (geht in den Bereich Technik),
- an ihnen teilzunehmen,
- die Gefahren von Medien zu erkennen und zu reflektieren, was sie für das soziale Ich bedeuten (besonders wichtiger Bereich: Medienkritik).

Gesamtgesellschaftliche Ebene: Fähigkeit der Gesellschaft, von der individuellen Ebene auf eine gesamtgesellschaftliche Ebene, also zu einer gesamtgesellschaftlichen Aufgabe hin, zu extrapolieren.

Kompetenz von Jugendlichen und Kindern v.a. im technischen Bereich

In der Diskussion wird deutlich, dass die Jugendlichen technisch versierter als die vielen Erwachsenen sind. Dabei fehle jedoch eine systematische Beschäftigung mit dem Thema – auch im Sinne beruflicher Kompetenz. Das Kernproblem sei, dass sich die Jugendlichen oftmals aus der technischen Überlegenheit eine Gesamtüberlegenheit in der Mediennutzung ableiten und darüber die inhaltliche Komponente vernachlässigen... Dies spiegele sich bspw. auch darin wider, dass die Qualität der Informationen aus dem Netz (bspw. Seriosität eines Informationsmediums, Cybermüll oder PR-geleitete Information vs. Journalistische Information, vs. wissenschaftliche Information etc.) von den meisten Jugendlichen nicht überprüft werde. Alle Informationen würden für „bare Münze“ genommen und die Jugendlichen „zimmern“ sich daraus dann unreflektiert ihr Weltbild. Das heißt, Mediennutzung und -teilnahme sei vielfach ausgeprägt, es fehle jedoch der Überblick über die Medienlandschaft und vor allem auch die Reflektion (Medienkritik). Nur eine individuelle Medienkompetenz mit allen vier Teilaspekten sei letztendlich jene Schlüsselkompetenz, die auch im Hinblick auf die Zukunftsfähigkeit des Standortes Deutschland entscheidend sei.

Gerade im Hinblick auf diese Problematik sei die Bildungspolitik gefragt.

Rolle von Erwachsenen

Um als Ratgeber akzeptiert zu werden (im Augenblick habe diese Funktion eher die Peergroup), müssten die Erwachsenen sich auf das jugendliche Nutzungsverhalten, auf das jugendliche Medienhandeln einlassen.

Als Beispiel für ein entsprechendes Konzept wird die Stiftung Digitale Chancen genannt, in deren Pro-

jekten mit Jugendlichen gearbeitet werde, die entsprechend ernst genommen würden. Diese agierten dann als Multiplikatoren.

Medienkompetenz als Querschnittsaufgabe

Die Teilnehmer sind sich weitgehend einig, dass die Vermittlung von Medienkompetenz eine gesellschaftliche Querschnittsaufgabe ist:

Das **Elternhaus** spiele eine zentrale Rolle, genauso wie in vielen anderen Erziehungsfeldern auch. Hier sei ein erster Ansatzpunkt für konkrete Projekte und konkretes Engagement von Staat und Unternehmen.

Die **Politik** müsse einerseits unterstützen, d.h. bei Eltern und in der **Bildungspolitik** entsprechend aktiv werden. Andererseits müsse sie darüber hinaus auch klare **Rahmenbedingungen** schaffen. Dazu gehörten bspw. die Gefahren aus Gewalt verherrlichenden, rassistischen und pornographischen Inhalten.

Es sei notwendig, sicher zu stellen, dass sich die Medienkompetenz so dynamisch entwickelte, wie auch die Medien sich dynamisch entwickelten. Dies könne nur durch eine gesamtgesellschaftliche Anstrengung erreicht werden.

Schulfach Medienkompetenz?

Die Diskutanten wurden sich während des Diskussionsverlaufs nicht darüber einig, ob ein Schulfach Medienkompetenz sinnvoll ist. Einerseits sei es eben Querschnittsthema und müsse daher in allen Fächern eingebettet sein. Wie bei allen Querschnittsthemen bestehe dann jedoch die Gefahr, dass sie stiefmütterlich behandelt und dann im Endeffekt doch untergehen werde.

Andererseits sei es ggf. hilfreich die Schüler in einem Fach ganz gezielt auf die Mediennutzung vorzubereiten, wobei so ein Schulfach ja nicht für alle Jahrgangsstufen umgesetzt werden müsse. Dabei sei jedoch klar, dass dabei beachtet werden müsse, welche pädagogischen Konzepte am besten funktionieren, wie gelernt werde und dass das Lernen v.a. durch Anwendung erfolge. Mit Theorie trocken Medienkunde zu vermitteln, könne nicht die gleichen Lerneffekte erzielen, wie es tatsächlich in den einzelnen Schulfächern anzuwenden. Bestimmte Aspekte (konkrete Nutzung, technisches Verständnis) könnten in einem entsprechenden Fach beigebracht werden, v.a. Medienkritik müsse jedoch in allen Fächern Bestandteil des Lehrens und Lernens sein. Dabei sei zu beachten, dass die Menschen selbst

**Bedarf an konsekuen-
ter Lehrerfortbildung
im Bereich der Medien-
kompetenz**

immer stärker auch Teilnehmer des Medienprozesses würden und deshalb auch ihr eigenes Handeln reflektieren müssten.

Als Beispiel für die mangelnde politische Durchsetzbarkeit eines entsprechenden Fachs wird der Europäische Computerführerschein angeführt: In Hessen sei er beispielhaft an einigen Schulen eingeführt aber letztendlich nirgendwo richtig verankert.

Zentral sei, dass Lehrkräfte, Erzieherinnen, Pädagoginnen der außerschulischen Jugendarbeit sich für die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen interessierten. Und da seien die Medien ein ganz, ganz elementarer Bestandteil.

Die Lehrerausbildung wird als wesentliches Handlungsfeld identifiziert. Es sei teilweise erschreckend, mit wie wenig Medienkompetenz Lehrer ausgestattet seien. Als gutes Beispiel aus dem Publikum wird das Engagement von Intel in der Lehrerfortbildung aller 16 Bundesländer genannt. Eine diesbezügliche Kooperation von O₂ und Intel wird angeregt.

**Gefahren von Online-
Sucht**

Zur Medienkompetenz gehöre auch der vernünftige Umfang der Mediennutzung, nämlich bspw. zu erkennen, „jetzt ist genug“ und zu wissen, was mache ich im Vorfeld, dass die Grenze nicht überschritten wird.

Die Teilnehmer weisen darauf hin, dass die Drogenbeauftragte der Bundesregierung „Online-Sucht“ in ihren Katalog aufgenommen habe. Es sei dringend geboten, in diesem Bereich deutlich mehr Forschung zu betreiben als bisher. Auch der Begriff der Internet- oder Online-Sucht sei einfach noch zu vage. Auch könne man heute noch nicht fundiert sagen, was deutliche Suchtsignale seien und welcher Umfang noch eine gesunde Mediennutzung sei und was nicht mehr.

Der Vertreter von O₂ macht deutlich, dass es in diesem Zusammenhang den Mobilfunkunternehmen nicht darum geht, kurzfristig möglichst hohe Umsätze mit Jugendlichen zu generieren, sondern dass die Kunden idealerweise ein ganzes Leben lang zufriedener Kunde sind. Und wenn diese den Eindruck gewinnen, dass ein Mobilfunkanbieter nicht der Anbieter ist, der verantwortlich mit diesen Themen umgeht, sondern ihn im Gegenteil eher verleitet hat, dann wäre das eher geschäftsschädigend in der

Wirkung von SMS und Instant Messaging

längerfristigen Perspektive.

Dass es um mehr geht, als die oben genannten Aspekte der Medienkompetenz, wird deutlich als die Diskutanten über SMS und Instant Messaging sprechen. Zwar gebe es aus der Forschung noch keine belastbaren empirischen Ergebnisse, jedoch sei anzunehmen, dass je stärker diese zum wichtigen Kommunikationskanal würden, sich dadurch auch die Diskursformen zwischen den Menschen veränderten. Es bestehe auch eine gewisse Gefahr der Verrohung: es fehlten Anreden oder bestimmte andere Formen der Höflichkeit oder Freundlichkeit, dies könne durchaus entsprechende Auswirkungen haben.

Die Jugendlichen müssten lernen, in welchen Zusammenhängen (und Medien) sie welche Sprache nutzen könnten. SMS-artige Abkürzungen und grammatikalische Verkürzungen bspw. wären unpassend in einer Bewerbung. Auch dies sei ein Stück Medienkompetenz.