

Vorlage an den Fernsehrat – FR 2/10

ZDF-Jugendmedienschutz in der Gemeinwohlbindung

Ich bitte, den Fernsehrat zu beschließen:

1. Der Fernsehrat begrüßt die in der Vorlage FR 2/10 dargestellten zahlreichen und vielfältigen gemeinwohlorientierten Aktivitäten und Initiativen des ZDF im Bereich des Jugendmedienschutzes.
2. Der Fernsehrat unterstreicht insbesondere den hohen Stellenwert, den die Medienkompetenzvermittlung im Gefüge des ZDF-Jugendmedienschutzes inne hat.
3. Der Fernsehrat nimmt im Anschluss an seine Beratungen zur Vorlage FR 4/09 „Stand und Perspektiven des ZDF-Jugendmedienschutzes“ den ergänzenden Bericht des Jugendschutzbeauftragten vom Juni 2009 zur Kenntnis.

Begründung:

Kinder- und Jugendschutz ist ein Thema, das alle angeht. Die gesamtgesellschaftliche Bedeutung dieses Themas erschließt sich schon daraus, dass dem Kinder- und Jugendschutz ein unmittelbar aus den Grundrechten abgeleiteter verfassungsrechtlicher Rang zukommt. Er beruht nämlich auf Artikel 1 und Artikel 6 unseres Grundgesetzes. Außerdem wird er in Artikel 5 GG erwähnt. Beim ZDF hat der Jugendmedienschutz als ein Unterfall des allgemeinen Jugendschutzes eine lange und gute Tradition. Das ZDF ist dem gesamtgesellschaftlichen Anliegen des Jugendmedienschutzes in sogar besonderer Weise verbunden.

Schon der Gründungsstaatsvertrag des ZDF aus dem Jahre 1962 enthielt eine gesetzliche Regelung zum Jugendmedienschutz unseres Senders. Demzufolge ist sich das ZDF seit jeher seiner besonderen sozialen Verantwortung und Verpflichtung im Bereich des Jugendmedienschutzes bewusst. Der Schutz unserer Kinder und Jugendlichen, die Wahrung und Achtung menschlicher Würde sowie die Förderung humaner und gesellschaftlicher Werte wurden schon immer als grundlegende Aspekte unserer Gemeinwohlbindung und als Qualitätsmerkmal unserer gesamten Arbeit angesehen.

Die nachfolgenden Beispiele sollen in diesem Zusammenhang zunächst verdeutlichen, dass das ZDF mittels seiner vielfältigen Initiativen, Veranlassungen und Projekten im Bereich des medialen Jugendschutzes immer wieder neue und aktuelle Impulse für Politik, Wissenschaft und Praxis setzt. Es wirkt dadurch konstruktiv und nachhaltig an der Fortentwicklung sowie an der zeitgemäßen Ausgestaltung des gesamtgesellschaftlichen Anliegens „Jugendmedienschutz“ mit.

- Den gesellschaftlichen Diskurs um einen effektiven, modernen, vor allem den technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen Rechnung tragenden Jugendmedienschutz immer wieder entfacht oder neu befruchtet haben vor allem die Jugendmedienschutztagungen, die das ZDF – gemeinsam mit der ARD, der Medienarbeit der katholischen Deutschen Bischofskonferenz sowie dem Rundfunkbeauftragten der Evangelischen Kirche Deutschlands – seit vielen Jahren regelmäßig veranstaltet.

Im Jahre 2003 befasste sich die Jugendmedienschutztagung mit dem damals wie heute aktuellen Thema „Jugendmedienschutz und gesellschaftliche Wertentwicklungen“. 2004 schloss sich mit „Besonders WERTvoll: Fernsehen und Jugendmedienschutz zwischen Wirklichkeit und Vision“ eine perspektivische, die sich abzeichnende Konvergenz der Medien, die neuen Verbreitungswege und die nutzergenerierten Inhalte schon mit im Blick habende Fragestellung an. Im Jahre 2006 behandelte die Jugendmedienschutztagung das Thema „Medienkompetenz – Zauberwort oder Leerformel des Jugendmedienschutzes?“, um sich im Jahre 2008 dem aktuellen Thema „Jugendmedienschutz 2.0: Neue Medienwelten – Neue Herausforderungen“ anzunehmen.

Die Jugendmedienschutztagungen sind auf ein jeweils breites Interesse der Öffentlichkeit gestoßen. Sie haben durchgängig 200 bis 300 Teilnehmer - Medienexperten, Wissenschaftler, Politiker, Lehrer und auch Schüler – erreicht. Mit dem Tagungsbericht zur Veranstaltung des Jahres 2006 hat die Nomos Verlagsgesellschaft schließlich sogar eine eigene Schriftenreihe „Jugendme-

dienschutz und Medienbildung“ eingeleitet. Regional als auch bundesweit haben die Jugendmedienschutztagungen in Rundfunk und Presse Medienresonanz gefunden.

Zurzeit laufen die Vorbereitungen für die fünfte Jugendmedienschutztagung. Sie wird sich unter dem Titel „Tabubrüche und Medienexhibitionismus als Herausforderung für den Jugendmedienschutz“ einer ebenfalls neuen jugendschutzrechtlichen Fragestellung widmen.

Ein wesentliches Merkmal der Jugendkultur ist nämlich der Umgang mit Tabus und Grenzen. Es gehört zum Erwachsenwerden seit jeher dazu, dass man seine eigene Identität findet, indem man Grenzen, die in der Gesellschaft gezogen werden, austestet. Dabei sind es allerdings nicht die absoluten Tabus, um die es in der Jugendkultur geht, sondern eher Verstöße gegen etablierte Konventionen, d.h. gegen Regeln, über was man beispielsweise sprechen darf, wie man sich kleiden und verhalten soll etc.

Solche gesellschaftlichen Grenzziehungen unterliegen aber einem ständigen Wandel. Was gestern noch als unthematisierbar galt, steht heute schon auf den Bestsellerlisten. Auch Werbung arbeitet zunehmend und bewusst mit Tabubrüchen. Sei es in Talkshows oder in anderen Formaten bestimmter Sender: Selbst Privates und Intimes wird schließlich freimütig geschildert und ausgebreitet, - von Prominenten, Erwachsenen, Jugendlichen und Heranwachsenden. Die Bereitschaft, im Fernsehen Haut, Privatheit oder Intimität zu Markte zu tragen oder in sonstiger Weise vorgeführt zu werden, wird den Zuschauern und Mitwirkenden häufig sogar als Einstieg in die Berühmtheit und als Schritt zur beruflichen Karriere suggeriert.

Medienexhibitionismus und Tabubrüche können jugendschutzrelevant sein, wenn eine sozialetische Desorientierung angenommen werden kann. Wann aber ist das angesichts des ständigen Wandels gesellschaftlicher Grenzen der Fall? Was ist im Rahmen jugendlicher Identitätsfindung als Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten (auch grenzverletzenden) menschlichen Handelns zu akzeptieren? Was ist Jugendkultur und wo werden Provokation und Grenzverletzung jugendschutzrechtlich problematisch?

- Eine ebenso aktuelle wie für den Jugendmedien- und Datenschutz elementare Fragestellung griff das ZDF mit dem am 28.01.2009 unter dem Titel „Ach, wie gut, dass jeder weiß...“ veranstalteten Symposium zum Datenouting von Heranwachsenden in Netz-Communities auf, das der ZDF-Jugendschutzbeauftragte gemeinsam mit dem ZDF-Datenschutzbeauftragten sowie dem Landesbeauftragten für den Datenschutz Rheinland-Pfalz initiiert und durchgeführt hatten.

Rund 300 Teilnehmer diskutierten an diesem Europäischen Datenschutztag im ZDF über die jugendschutz- und datenschutzrechtlichen Gefahren der leichtfertigen Datenpreisgabe von Heranwachsenden auf Internetplattformen wie beispielsweise SchülerVZ, StudiVZ, Facebook und Spickmich sowie über die praktischen Möglichkeiten, den damit für die Kinder und Jugendlichen verbundenen Gefahren zu begegnen.

- Als Mitträger des Mainzer Medieninstituts e.V. hat sich das ZDF auch dort immer wieder für den öffentlichen Diskurs jugendschutzrechtlich relevanter, neuer und aktueller Themenfelder eingesetzt.

So befasste sich im Jahre 2007 auf Vorschlag des ZDF das 8. Mainzer Mediengespräch des Mainzer Medieninstituts e.V. mit den ökonomischen und psychologischen, vor allem aber auch jugendschutzrechtlichen und politischen Aspekten des Internet-Metaversums „Second Life“.

Das im Jahre 2009 vom Mainzer Medieninstitut e.V. veranstaltete 10. Mainzer Mediengespräch war - gleichermaßen auf Initiative des ZDF - unter dem Titel „Jung, dynamisch, erfolgreich – süchtig?“ dem eSport als einer Jugendkultur des 21. Jahrhunderts gewidmet.

Gerade an Hand des eSports konnten nämlich die vielfältigen und ambivalenten Aspekte der Computerspiele exemplarisch dargestellt und diskutiert werden: Computerspiele gehören einerseits zu den mittlerweile beliebtesten Anwendungen des PC. Sie sind inzwischen weitaus mehr als bloße Spielerei. Sie besitzen eine erhebliche wirtschaftliche Dimension. Ob neue Grafik-Hardware, Parallelprozessoren für neue Spielekonsolen oder Innovationen im Bereich des Users Interface – Computerspiele sind außerdem ein treibender Faktor in der Weiterentwicklung von Computertechnologien und damit ein vor allem für Forschung und Technik überaus bedeutsames Thema.

Computerspiele stehen andererseits aber auch im Verdacht jugendgefährdender Gewaltsimulationen und insbesondere des möglichen Anreizes von Sucht. Sie werden damit zugleich als spezifische Herausforderung für den Jugendmedienschutz angesehen.

Das Symposium zum Datenouting von Heranwachsenden, aber auch die erwähnten Mainzer Mediengespräche haben – ebenso wie die Jugendmedienschutztagungen – zu aktuellen Themen Impulse gesetzt und die öffentliche Debatte ihrerseits befördert.

Jugendmedienschutz beschränkt sich beim ZDF allerdings nicht auf die Einhaltung der gesetzlichen Jugendschutzvorgaben und auf das stets neue Anstoßen und Beleben der gesellschaftlichen Diskussion um einen effektiven und modernen Jugendmedienschutz. Zum Jugendmedienschutz gehört für das ZDF vor allem auch die Förderung von Medienkompetenz.

Medienbildung hat dabei angesichts unserer Informations- und Wissensgesellschaft mit ihrer schier unerschöpflichen Bilder- und Textflut inzwischen den Charakter einer Sozial-, Kommunikations- und Wertekompetenz erlangt, die weit über die private und berufliche Qualifikation hinausgeht. Sie ist ihrerseits ein Anliegen von demokratisch-gesamtgesellschaftlicher Bedeutung, das schon bei den Heranwachsenden zu beginnen hat.

In welcher ebenso vielfältigen wie umfassenden Weise das ZDF inzwischen auf dem Gebiete der Medienkompetenzvermittlung tätig sind, veranschaulichen die nachfolgenden Beispiele.

- Im Zusammenhang mit der langen Tradition des ZDF auf dem Gebiet der Medienkompetenzvermittlung ist zunächst die - seit mittlerweile über 20 Jahren bestehende - enge Zusammenarbeit zwischen dem ZDF und der Stiftung Lesen zu erwähnen, die bereits mit der Vorläuferorganisation der seit 1988 bestehenden Stiftung, der Deutschen Lesegesellschaft e.V., begründet wurde und aus der folgende gemeinsame Projekte der Medienkompetenzvermittlung hervorgehoben werden sollen:

Medienverbundprojekte

1978/79: "Buch - Partner des Kindes": Acht Sendungen des ZDF gab es, dazu ein Begleitbuch und Begleitveranstaltungen in Volkshochschulen.

1980: "Immer dieses Fernsehen". Sechs Sendungen des ZDF gab es, dazu ein Begleitbuch und Begleitveranstaltungen.

Leseempfehlungen für Fernsehzuschauer

Seit dem Jahre 1979 sind gemeinsam von der Stiftung Lesen und verschiedenen ZDF-Redaktionen zu unterschiedlichsten Themen und Sendeformaten weit über 100 gemeinsame Broschüren bzw. Flyer mit Leseempfehlungen entstanden. Aktuell sind insoweit die Jubiläums-Broschüre „logo! Die Welt und ich“ zum Thema Partizipation sowie die Leseempfehlungen „Biblische Plagen“ zu erwähnen. Im Jahr 2008 war es unter anderem der Informationsflyer „Sicher durch den Internetschunegel“, ein medienpädagogischer Ratgeber mit Tipps für Eltern, Kinder und Lehrer.

Welttag des Buches

Seit dem Jahre 1999 ist das ZDF Medienpartner der bundesweiten, 30.000 weiterführende Bildungseinrichtungen umfassenden Schul- und Öffentlichkeitskampagnen der Stiftung Lesen. In verschiedenen Sendeformaten, beispielsweise in „hallo Deutschland“, bei ZDF tivi-Formaten und auch im KI.KA wird dabei das Thema „Lesen“ auf vielfältige Art und Weise aufgegriffen und in eignen TV-Spots (ca. 25 in 2009) bekannt gemacht. In diesem Jahr wurden rund um den 23. April, dem Welttag des Buches, außerdem 1,1 Mio. Welttagskinderbücher, bei denen das ZDF Mitherausgeber ist, bundesweit verteilt. Ergänzt wurde die Aktion schließlich durch eine flächendeckende Schulkampagne in allen 17.000 Grund- und 13.000 weiterführenden Schulen.

Bundesweiter Vorlesetag

Seit fünf Jahren richtet die Stiftung Lesen - gemeinsam mit der Wochenzeitschrift „Die Zeit“ und der Deutschen Bahn-AG - im November den bundesweiten Vorlesetag aus. Viele Tausende Menschen lesen an diesem Tag Kindern vor. Zahlreiche Politiker und Prominente unterstützen diese groß angelegte Leseförderungskampagne, darunter auch ZDF-Moderatoren wie Marietta

Slomka, Gundula Gause, Cherno Jobatey, Wolf-Dieter Poschmann, Ingo Mommsen oder die logo!-Moderatoren.

Theaterkanal

Seit 2005 gibt es schließlich eine Kooperation der Stiftung Lesen mit dem ZDF.theaterkanal: Auf ihrer Website informiert die Stiftung Lesen über die aktuellen Projekte – in diesem Jahr zum Thema „Sturm und Drang, eine Epoche des 18. Jahrhunderts“ - und informiert die 15.000 Lehrkräfte ihres Lehrerclubs über diese literarische Bewegung im Vorfeld der Französischen Revolution.

- Soweit es hinsichtlich der Vermittlung von Medienkompetenz um Kleinkinder in Kindergärten sowie um Grundschüler geht, hat das ZDF – gemeinsam mit dem KI.KA, dem NDR, der Fernseharbeit der Katholischen Kirche beim ZDF sowie dem Rundfunkbeauftragten der Evangelischen Kirche in Deutschland – mit dem „KI.KA-Medienpaket“ aus dem Jahre 2004 medienpädagogische Informationen und praktische Anleitungen für Erzieher, Lehrer und interessierte Eltern herausgegeben. Kindergartenkinder und Grundschüler können sich mittels verschiedener, in dem „Paket“ enthaltener Programmbeispiele aus den Sendungen „Sesamstrasse“ (NDR), „Siebenstein“ (ZDF) und „Teletubbies“ (KI.KA) u.a. über die Themenbereiche „Wasser und der Schutz von Wasser als Lebensquelle“, „Tiere und Tierkinder“, „Ich und meine Familie“, „Kinder aus anderen Ländern“ und „Gefühle“ altersgerecht informieren und sich mit ihnen auseinander setzen. Dies wird in einer Einführung, die über das Internet frei verfügbar ist, pädagogisch aufbereitet und mit vielen praktischen Tipps und didaktischen Anleitungen für die Erzieher, Lehrer und Eltern versehen.
- Soweit es um die medienpädagogische Arbeit in Schulen und sonstigen Bildungsinstitutionen, insbesondere aber auch in Kindergärten geht, erschien im Übrigen bereits im Jahre 1997 ein „ZDF-Katalog für Unterricht und Medienarbeit“, der sämtliche damaligen Programme vorstellte, die in den Redaktionen des ZDF entstanden waren und die für solche Bildungsarbeit damals wie heute zur Verfügung stehen. Sämtliche verzeichneten Titel konnten schon seinerzeit von entsprechend interessierten Einrichtungen über Medienzentralen und Bildstellen als VHS-Kassette und/oder als 16-mm-Film ausgeliehen werden.

In ständig vom Sender aktualisierter Fassung steht der „ZDF-Katalog für Unterricht und Medienarbeit“ inzwischen auch online über den Deutschen Bildungsserver zur Verfügung und gibt vor allem Lehrern und Lehrerinnen Anregungen, um mit ausgewählten ZDF-Programmen in der Schule medienpädagogisch arbeiten zu können.

- Seit 1972 ist das ZDF schließlich aktives Mitglied der „Gemischten Kommission“ der Kultusministerkonferenz, bestehend aus Vertretern der 16 Kultusministerien sowie Vertretern von ARD, ZDF, dem Medieninstitut der Länder (FWU) sowie DeutschlandRadio. Bei den Sitzungen, die 2 x jährlich stattfinden, werden bildungsrelevante Themen, die für Rundfunkanstalten und die Bildungspolitik gleichermaßen von Interesse sind, wie Fragen des Jugendmedienschutzes oder des verantwortungsvollen Umgangs mit Medien, von den Teilnehmern/innen oder externen Referenten und Referentinnen vorgestellt und diskutiert.

Die „Gemischte Kommission“ hat dabei angesichts der durch das Internet in den letzten Jahren veränderten Bildungsinfrastruktur in und für Schulen vor allem den direkten Zugriff auf Online-Medien für immer wichtiger erachtet

Das ZDF kommt auch dieser veränderten Situation, soweit wie möglich entgegen. Die Redaktion Zeitgeschichte und die HR Kultur und Wissenschaft entwickelten z.B. gemeinsam mit dem Geschichtslehrerverband zu der historischen Reihe: „Die Deutschen“ ein Onlineangebot auf zdf.de, das umfangreiche Materialien für den Einsatz im Unterricht bereitstellte. In der HR Kinder und Jugend wurde anlässlich des „20. Jubiläums der Kindernachrichtensendung logo“ im Vorfeld der Bundestagswahl ein Onlineangebot „Wahlcity“ entwickelt, das Kindern einen spielerischen Zugang zu politische Abläufen und Wahlen eröffnet hat. Ergänzend zum interaktiven Onlinespiel wurden Lehrern didaktisch aufbereitete Unterrichtsmaterialien mit dem Titel "Demokratie erleben" für Schüler der 5. bis 7. Klasse angeboten und so die Möglichkeit geschaffen, sich mit den Themen „Wahlen“ und „Demokratie“ anhand von alltagsnahen Beispielen auseinanderzusetzen.

Die Zusammenarbeit der „Gemischten Kommission“ entwickelt sich somit unter maßgeblicher Mitarbeit des ZDF über die Jahre hinweg kontinuierlich weiter und trägt entscheidend zu einem wechselseitigen Informationsaustausch, im Bereich Medienkompetenzvermittlung zwischen der Kultusministerkonferenz und den Rundfunkanstalten bei.

- Hinsichtlich der Medienkompetenzvermittlung an Schulen ist schließlich die ZDF-Schülerzeitungswerkstatt „good2cu“ sowie die Zusammenarbeit mit der Jungen Presse e.V., die sich im vergangenen sowie in diesem Jahr beispielsweise durch die Ausrichtung des „JugendMedienEvent“ im ZDF dokumentiert hat, zu erwähnen. Bei der Jungen Presse e.V. handelt es sich um einen selbst organisierten, ehrenamtlichen Jugendmedienverband mit Medienmachern zwischen 12 und 27 Jahren, der sich vor allem der Aus- und Fortbildung von Schülerzeitungsredakteuren widmet.

Zur Förderung der Medienkompetenz an Schulen durch das ZDF gehört gleichermaßen die Initiative Schul@ktiv, die sich um die Ausstattung von Bildungseinrichtungen mit geeigneter Medientechnik und dabei vor allem um den Aufbau einer jeweils leistungsfähigen Informations-, Kommunikations- und Lern-Infrastruktur bemüht. Sie wurde schon im Jahre 1998 von „WISO“ und dem Software-Unternehmen Lotus ins Leben gerufen. Mittels dieser Initiative sind inzwischen Hunderttausende von PCs sowie Spenden in mehrfacher Millionenhöhe zur Einrichtung von Computerarbeitsplätzen in Bildungseinrichtungen zur Verfügung gestellt worden.

- Soweit es um die Medienkompetenzvermittlung von Eltern geht, unterstützt das ZDF mit den ihm zur Verfügung stehenden Möglichkeiten die Aktion „SCHAU HIN!“. Diese Initiative wurde im Jahre 2003 gegründet. Zu den Partnern der Initiative gehören neben dem ZDF das Bundesministerium für Familie, Frauen, Senioren und Jugend, die ARD, Vodafone und TV Spielfilm. Pro-

minente Botschafter der Aktion sind die „Mona Lisa“-Moderatorin Susanne Kronzucker sowie Jörg Pilawa.

Inhaltlich arbeitet „SCHAU HIN!“ mit zahlreichen medienpädagogischen Institutionen und Verbänden aus der Kinder-, Jugend- und Familienpflege zusammen. In Kooperation mit „SCHAU HIN!“ stehen zum Beispiel der Deutsche Volkshochschulverband, jugendschutz.net, Landes- und Bundeselternbeiräte, Lfm mit klicksafe und internet-abc, Computerprojekt Köln, FragFinn, Flimmo Fachportal, Erfurter Netcode, Landes- und Bundeszentralen für Politische Bildung sowie verschiedene Kultusministerien mit deren Landesbildungsservern.

„SCHAU HIN!“ bietet umfassende Informations-, Bildungs- und Beratungsangebote für Eltern, um deren Bewusstsein zu stärken, ihre Kinder beim maßvollen und verantwortungsbewussten Umgang mit Medien sowie bei der Verarbeitung von Medienerlebnissen zu unterstützen.

Die Initiative wurde 2008 neu aufgestellt und informiert Eltern über die sinnvolle Handhabung von Fernsehen, Internet, Handy und Computerspielen inzwischen sowohl auf der Website im Internet, als auch mit Printprodukten, wie Flyern und Ratgebern, die beim „SCHAU HIN!“ Servicebüro kostenlos angefordert werden können.

Seit 2008 wird die Initiative außerdem von einem wissenschaftlichen Beirat unterstützt, dem u.a. Prof. Dr. Norbert Neuss, Vorsitzender der GMK, Prof. Dr. Ulrike Six von der Universität Landau, Dr. Claudia Lampert vom Hans-Bredow-Institut, Walter Stauer von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien, Carola Witt, Vorsitzende der Jugendmedienschutzbeauftragten von ARD und ZDF, Susanne Rieschel, Sprecherin der Initiative und Redakteurin in der ZDF-Hauptredaktion Kinder und Jugend, angehören.

Im Jahr 2009 organisierte die Initiative zwei öffentlichkeitswirksame Kampagnen zu den Themen: „Schutz der persönlichen Daten von Kindern im Internet“ und „Spiele gemeinsam entdecken – Computerspielsucht vermeiden“. Dazu wurden jeweils spezielle Themenflyer und ausführliche, informative Ratgeber mit alltagstauglichen Tipps erstellt, die mit Unterstützung des Beirates erarbeitet wurden. Die Printprodukte wurden zunächst an den „SCHAU HIN!“ Verteiler verschickt und können von interessierten Eltern und Erzieher/innen im Servicebüro kostenlos angefordert werden. Auf www.schau-hin.info stehen sie im Übrigen zum Download bereit. Die Website bietet darüber hinaus zu beiden Themen ein spezielles Angebot, wie die „10 Goldenen Regeln“ und weitere FAQs zum verantwortungsvollen Umgang mit persönlichen Daten im Internet sowie mit Computer – und Konsolenspielen. In kurzen Videostatements äußern Experten und Eltern ihren Standpunkt zum Thema Games und in einem „SCHAU HIN!“ Forum auf Facebook können sich Eltern und andere Interessierte direkt mit Medienpädagogen austauschen. Darüber hinaus wurden bundesweit Schulen von der Initiative angeschrieben und auf die Angebote und Materialien hingewiesen. Dazu wird auf der „SCHAU HIN!“ Website ein Elternbrief zum Download angeboten, der hilft, Elternabende zu organisieren.

Die „SCHAU HIN!“ Kampagnen zielen nicht auf eine Generalkritik an den Medien, sondern bieten Eltern Anregungen, sich mit der Begeisterung und dem

Interesse ihrer Kinder für elektronische Medien auseinanderzusetzen. Gleichwohl müssen Eltern ihre Kinder über mögliche Gefahren aufklären und für den Umgang mit Medien klare Regeln vereinbaren, sowie die Nutzung zeitlich begrenzen und darauf achten, dass die Vereinbarungen eingehalten werden. Denn mehr als 70 Prozent der Kinder zwischen 6 und 13 Jahren spielen nach Angaben von SCHAU HIN! mindestens einmal pro Woche am Computer – ein Viertel der Jungen sogar täglich, bei den Mädchen sind es 11 Prozent. Ebenso beliebt sind tragbare Spielkonsolen.

Schließlich wurde von der ZDF-Trailerredaktion im Jahre 2008 ein neues Konzept für themenbezogene „SCHAU HIN!“ Trailer entwickelt, die regelmäßig bei ARD und ZDF eingesetzt werden. Sehr erfolgreich ist dabei vor allem der Spot zum „Schutz der persönlichen Daten“, der seit dem 4. Oktober auf beiden öffentlich-rechtlichen Systemen gesendet wird, was durch die positive Entwicklung bei den Zugriffszahlen auf der „SCHAU HIN!“ Website belegt wird. Dort liegen die TV-Spots ebenfalls als Download bereit.

Der Trailer „Computerspielsucht vermeiden“ wird seit dem Kampagnenstart am 23. November von ARD und ZDF ausgestrahlt. Er vermittelt die zentrale Botschaft der Kampagne: Eltern sollen sich mit den elektronischen Spielen ihrer Kinder auseinandersetzen und sich kümmern – so bringt Spielen Spaß und Sucht wird vermieden.

Beide Spots liegen als Videostream bei dem ZDF „SCHAU HIN!“ Angebot auf heute.de vor. Außerdem sind mehrere Internetartikel über neue Entwicklungen und Erkenntnisse zum Umgang von Kindern mit elektronischen Medien eingestellt und zahlreiche TV-Berichte über die zdf mediathek abrufbar. Insbesondere zum aktuellen Thema „Computerspielsucht vermeiden“ gibt es dort ein informatives Angebot.

Die aktuellen Sendungen des ZDF unterstützen die Initiative mit ihrer Berichterstattung – z.B. war die ZDF Moderatorin und „SCHAU HIN!“ Botschafterin Susanne Kronzucker zu Gast im ZDF-Mittagsmagazin, um über alltagstaugliche Tipps für den verantwortlichen und sicheren Umgang mit persönlichen Daten von Kindern im Internet zu informieren und den „SCHAU HIN!“ Ratgeber vorzustellen.

Die ZDF-Service-Sendung „Volle Kanne“ der HR Kultur und Wissenschaft hat in verschiedenen Berichten über den Umgang von Kindern mit Fernsehen, Internet, Handy und Computerspielen ebenfalls auf die Angebote der Initiative verwiesen.

Seit Oktober 2009 gibt es auf der „SCHAU HIN!“ Website Teile des Angebotes auch auf Türkisch, wie die Flyer mit praktischen Tipps für den Umgang mit Fernsehen, Internet, Handy und Computerspielen sowie die Themenflyer: „Schutz persönlicher Daten im Internet“ und „Computerspielsucht vermeiden“. Die Flyer können alle beim Servicebüro kostenlos als Printprodukte angefordert werden.

Am 30. November 2009 wird in der Deutschlandausgabe der türkischen Tageszeitung Hürriyet in einer Beilage (16 Seiten) die Initiative vorgestellt und ausführlich das aktuelle Thema Computerspielsucht behandelt.

- Unterstützt das ZDF folglich in vielfältiger und umfassender Weise - von den Kindergärten, über die Schulen bis hin zu den Eltern - die medienpädagogische Erziehungsarbeit, so gilt gleiches für die medienpädagogische Lehre, Ausbildung und Forschung:

Seit geraumer Zeit ist das ZDF beispielsweise Mitträger einer Professur für Medienpädagogik am Fachbereich Philosophie/Pädagogik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Seit 2005 ist das ZDF außerdem Fördermitglied der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK). Die GMK will die Medienpädagogik, Medienkompetenz und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik und in Europa fördern und verantwortlich mitgestalten. Hierzu sieht sie sich besonders durch neue Kommunikations- und Informationstechnologien, die Internationalisierung des Medienmarktes, das erweiterte Programmangebot und die neuen Anbieter herausgefordert. Die GMK bemüht sich dabei nachdrücklich um die aktive Beteiligung aller gesellschaftlichen Gruppen an der öffentlichen Kommunikation. Medien sollen kulturell-kommunikativen Bedürfnissen und Interessen von Erwachsenen, Jugendlichen und Kindern dienen und als Ausdrucks-, Erfahrungs- und Gestaltungsmittel genutzt werden.

Neben diesen Unterstützungen führt das ZDF seit Jahrzehnten auf dem Gebiet der Medienforschung aber auch eigene Maßnahmen und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz durch. Ein zentraler Aspekt der Medienkompetenz ist nämlich das Medienwissen, d.h. das Wissen über heutige Medien, über Medienwirkung und Mediensysteme. Durch entsprechende Studien, Forschungsprojekte und wissenschaftliche Publikationen stellt das ZDF daher seit jeher entsprechende Basisinformationen bereit, die oftmals auch Eingang in medienpädagogische Konzepte finden.

In diesem Zusammenhang geben beispielsweise die auf kontinuierlichen Messungen im Rahmen der AGF/GfK-Zuschauerforschung basierenden Analysen des Fernsehverhaltens von Kindern und Jugendlichen Aufschluss darüber, wie lange, wie häufig und wann sie fernsehen und welche Fernsehgenres, Sendungen und Sender sie favorisieren.

Hinzu kommen Untersuchungen zu den Einstellungen bezüglich der Medien im Allgemeinen und zum Fernsehen im Speziellen sowie zur Akzeptanz von Fernsehgenres und einzelnen Programmformaten. So macht die im Jahre 2003 – wie schon 1979 und 1990 – im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission durchgeführte Studie „Kinder und Medien“ deutlich, wel-

*Inge Mohr, Christian Breunig, Sabine Feierabend, Christiane Nolting, Ekkehardt Oehmichen (Hrsg.): Medienkompetenz bei ARD und ZDF. Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Eine Dokumentation der ARD/ZDF-Medienkommission. Kopaed-Verlag 2003.

che bedeutsame Rolle insbesondere das Fernsehen, aber auch neue Medien wie Computer, Internet, Spielkonsole und Handy im Alltag der Kinder spielen. Familien und Kinder verfügen heute über ein reiches Repertoire an Medien und auch die neuen elektronischen Medieneinstellungen sind schon weit verbreitet. Gut jedes vierte sechs- bis 13-jährige Kind hat ein eigenes Fernsehgerät zur Verfügung, und dieser Anteil nimmt mit dem Alter der Kinder zu. D.h. eine wachsende Zahl von Kindern unterliegt beim Fernsehen zunehmend weniger der Kontrolle der Eltern.

Kinder und Jugendliche wachsen dabei heute in einer multimedialen, von der Konvergenz der Medien geprägten Welt auf. Noch nie nutzten sie nicht nur so viele Medien, wobei das Fernsehen nach wie vor das meistgenutzte und am wenigsten verzichtbare Medium ist. Medien sind darüber hinaus längst keine Einzelmedien mehr, sondern vielfach untereinander vernetzt. Derselbe Inhalt wird meist über verschiedene Medien verbreitet und crossmedial vermarktet.

Vor diesem Hintergrund war es dem ZDF ein besonderes Anliegen, die bislang vernachlässigte Nutzung **konvergenter Medienangebote** durch Kinder und Jugendliche zu untersuchen. Dementsprechend wurde vom ZDF ab 2001 über mehrere Jahre hinweg - gemeinsam mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien und dem Bayerischen Rundfunk - eine entsprechende Grundlagenstudie des JFF, Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, initiiert. Dabei zeigte sich, dass bei zwei Gruppen von Jugendlichen Gefährdungspotentiale für Heranwachsende in Zusammenhang mit der konvergenzbezogenen Mediennutzung zu erkennen sind, nämlich bei den Computerspiele- und den Actionfans. Risiken sind insbesondere zu sehen, wenn Computerspiele-Fans die Verknüpfungen im Medienmarkt intensiv nutzen, um sich ganz in ihrer Spielwelt einzuspinnen, oder wenn Actionfans sich aus den verschiedenen Medien ein einseitiges Weltbild basteln, in der das „Recht des Stärkeren“ gilt. Dies sind elementare neue Erkenntnisse, die wichtige weiterführende Fragestellungen für eine qualifizierte Medienkompetenzvermittlung aufwerfen.

Die seit 1997 jährlich durchgeführte ARD/ZDF-Onlinestudie, die die Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland untersucht, hat sich zu einer Basis- und Referenzstudie entwickelt, auf die sich alle Internet-Forscher in Deutschland beziehen. Repräsentativ für die Erwachsenen ab 14 Jahren ermöglicht sie auch tiefe Einblicke in die Internet-Nutzung Jugendlicher von 14 bis 19 Jahren. Das Internet hat sich zunächst vor allem bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen etabliert. Heute ist fast jeder Jugendliche im Netz unterwegs (97,5%). Rund 73 Prozent der 14-19-jährigen Onliner nutzen das Internet täglich und sie verbringen inzwischen mehr Zeit mit dem Internet (123 Minuten täglich) als mit dem Fernsehen (97 Minuten).

Das Internet hat sich bei ihnen zwischenzeitlich zum Leitmedium entwickelt. Während noch bei der Mehrheit der Onliner die Informationssuche beim Internet im Vordergrund steht, haben sich die Jugendlichen als erste Generation das Internet als Allround-Medium erschlossen, das nahezu alle Medienbedürfnisse – Kommunikation, Information, Unterhaltung – bedient. Besonders in jüngster Zeit ist das Internet für sie immer mehr auch zum Unterhaltungsmedium avanciert. Jugendliche nutzen verstärkt im Netz Audios und Bewegtbilder – letztere überwiegend über Videoportale wie zum Beispiel YouTube. Die

meiste Zeit verbringen die Heranwachsenden jedoch mit Kommunikation (46% des Onlinezeitbudgets) im Internet, wozu u.a. Chats, E-Mails, Instant-Messenger und vor allem die Onlinecommunities wie z.B. schuelerVZ, werkennt-wen.de oder MySpace zählen, die sich bei ihnen großer Beliebtheit erfreuen. So sind knapp drei Viertel der 14-19-Jährigen (74%) Mitglied mindestens eines dieser privaten Netzwerke und 43 Prozent tummeln sich sogar täglich auf diesen Angeboten des Web2.0. Wie aus anderen Untersuchungen bekannt ist, bergen die verschiedenen Kommunikationsplattformen ein gewisses Gefährdungspotential. Unterschätzt wird von Jugendlichen zum Beispiel oftmals die Reichweite, Nachhaltigkeit und Dynamik von Social Web-Angeboten, was eine riskante Nutzung begünstigen kann.

- Neben solchen vielfältigen Initiativen im Bereich der Medienkompetenzvermittlung nimmt das ZDF seine medienpädagogische Verantwortung gegenüber den Heranwachsenden insbesondere aber auch dadurch wahr, dass es ein inhaltlich farbiges, qualitativ hochstehendes Kinderprogramm sowohl im ZDF selbst als auch im KI.KA anbietet. Dass das ZDF damit maßgeblich ebenfalls zur Medienkompetenz der jungen Generation beiträgt, wurde an anderer Stelle wie folgt begründet:

„Kinderfernsehen ist nicht der Erzieher der Nation, aber es bietet Erziehenden die Chance, sich seiner Anziehungskraft zu bedienen (...) Gutes Kinderfernsehen kann Kinder bis zu einem gewissen Grad medienkompetent machen. Es kann die Möglichkeiten des Mediums aufzeigen. Kinder können unterschiedliche Genres kennen lernen und erfahren, was Qualität bedeutet.“

Diese Qualifikationen erfüllt in besonderer Weise ZDF tivi, das Kinder- und Jugendprogramm des ZDF. Bei ZDF tivi lernen Kinder mit einem breiten Genre- und Formatspektrum die Möglichkeiten des Mediums kennen, angefangen vom Quiz („1, 2 oder 3“) über ein Casting-Format (wie der Songwriter-Wettbewerb „dein song“), Factual Entertainment („JungsWG“) die Wissensendung („Löwenzahn“), die Nachrichtensendung („logo!“), die fiktionalen Serien („Bibi und Tina“ oder „H₂O“) bis hin zum edukativen Format mit bilingualen Lerneinheiten („Marvi Hämmer“). Mit der Kenntnis solcher Genre Vielfalt wird zugleich eine elementare Voraussetzung für das Verständnis der Besonderheiten dieser TV-Formate (und damit Medienkompetenz) geschaffen.

Die Kinder erkennen in den Sendungen von ZDF tivi aber auch eine breite Palette von altersadäquaten, hochwertigen Orientierungshilfen zu Themen, die sie bewegen. Auch insofern löst ZDF tivi Medienkompetenzvermittlung ein. In Ergänzung dazu ist auch das Online-Angebot des ZDF-Kinderfernsehens www.zdftivi.de, das sich an Kinder zwischen sieben und zwölf Jahren richtet, maßgeblich darauf abgestellt, die Medienkompetenz der Kinder für den Bereich „Internet“ zu stärken:

www.zdftivi.de orientiert sich an den Standards des „Erfurter Netcode“, einem in Deutschland herausgehobenen Anforderungskatalog für Online-Kinderseiten. Neben einer ausgeprägten User-Freundlichkeit und -Sicherheit beinhalten die zdftivi.de-Seiten daher einen hohen Gebrauchswert, der die jungen Zuschauer von der Rezeption zur Aktion motiviert und sie via Internet vom „Fernsehen zum Mitmachen“ bringt. Denn die jungen Zuschauer wollen

spielen, aber auch mehr wissen, sich einbringen, nachmachen, mitentscheiden, sich ausprobieren.

Hier sei auf die zahlreichen Wissensanimationen auf www.zdftivi.de verwiesen, bei denen Kinder auf dem Weg des Spielens ganz nebenbei den Umgang mit dem PC und der Maus üben und gleichzeitig ihr Wissen sendungsbezogen aufbessern. Insoweit hervorzuheben ist dabei beispielsweise das Spiel zum ZDF tivi-Rateklassiker „1, 2 oder 3“, in dem Kinder nicht nur Medienberufe kennenlernen können, sondern in dem sie auch die Entstehung einer Studioproduktion erleben.

Und dass sie diese Erwartungen an zielgruppengerechte, auf ihre Interessen, Kompetenzen und Bedürfnisse abgestimmte Inhalte bei ZDF tivi erfüllt sehen, bestätigt zum einen die hohe Inanspruchnahme der Angebote durch die Zuschauer, zum anderen aber auch die Tatsache, dass Inhalte von www.zdftivi.de sowohl von Kinder- als auch von Fachjürs für Preise nominiert und ausgezeichnet werden.

- Aber selbst über das Kinderfernsehprogramm und das Onlineangebot für Kinder hinaus engagiert sich ZDF tivi maßgeblich für Medienkompetenzvermittlung, wie die nachfolgenden Beispiele belegen:
- **ZDF tivi-Programme – Gegenstand von Unterrichtseinheiten**

ZDF-Kinderprogramme als Ausgangsmaterial für Lernmaterial, von Lehrern, Eltern, Erziehern und Kindern genutzt, haben – wie schon dargestellt - eine lange Tradition. So fließen die Inhalte der Sendung „Löwenzahn“ seit über 20 Jahren in eine Vielzahl von Unterrichts- und Lernmaterialien ein, die das Wissen aus den Sendungen festigen, sie zu Recherchen am PC anleiten und dadurch ihre Kenntnisse vertiefen. Diese lange Tradition wird allerdings ständig fortgeschrieben. Aktuell bereitet beispielsweise die „Löwenzahn“-Redaktion in Zusammenarbeit mit der Stiftung „Haus der Kleinen Forscher“ eine „Löwenzahn“-Unterrichtseinheit zum Thema „Artenvielfalt“ vor, die im kommenden Jahr erscheinen wird. Auch die Initiative „Schulen ans Netz“ respektive deren Arbeitsgruppe „Naturwissenschaften entdecken“ erarbeitet, als Kooperationspartner der Redaktion, zu ausgewählten Sendungen crossmedial angelegte Unterrichtseinheiten, die das Wissen der Kinder aus den Sendungen festigen.

Ebenfalls crossmedial sind die Unterrichtseinheiten „Demokratie erleben“ unserer Kindernachrichtensendung „logo!“ angelegt, die, passend zum Wahljahr 2009, sendungs- und portalbegleitend das Thema „Wahlen“ aufgreift. Seit Mai 2009 hält „logo!“ auf www.zdftivi.de das bereits erwähnte erfolgreiche Spiel „Wahlcity“ vor, in dem Kinder spielerisch lernen, wie Wahlen funktionieren. Inhalte des Spiels wie auch Erklärstücke oder –artikel aus den „logo!“-Sendungen sind Rekurrenzobjekte der Unterrichtseinheit, die ebenfalls auf den „logo!“-Seiten für Pädagogen zum Download zur Verfügung steht.

Das Kinderportal www.zdftivi.de hat in 2008 eine Unterrichtseinheit, die in Zusammenarbeit mit Lehrer Online entstanden ist, gezielt die Medienkompetenz seiner User gefördert. Gegenstand dieser Unterrichtseinheit ist die Nutzung des Internets und hat zum Ziel, die jungen User nicht nur mit den Fertigkeiten

einer Internet-Recherche und dem Umgang mit dem PC und seiner Programme vertraut zu machen, sondern sie insbesondere auch bezüglich der Gefahren des Internets zu sensibilisieren. Hierzu hält www.zdftivi.de auch ein eigenes Modul in Form eines eigenen Reiters vor, in der Kinder in das Thema Sicherheit im Internet zielgruppengerecht eingeführt werden.

Crossmediale Wertevermittlung hat sich das ZDF tivi-Format „Tabaluga tivi“, ebenfalls in Form von Unterrichtseinheiten, zum Thema gemacht. Gemeinsam mit der Hertie-Stiftung hat die Redaktion die Lerneinheiten „Kinder lernen mitzureden mit Tabaluga tivi“ entwickelt, in denen Schüler der Altersgruppe 8 bis 12 mit Grundbausteinen der Rhetorik und Regeln zum fairen Miteinander vertraut gemacht werden. Wie auch in den zuvor genannten Unterrichtseinheiten ist der Medienwechsel als Baustein Garant dafür, dass Kinder sich mit den unterschiedlichen Kommunikationsformen und -mitteln auseinandersetzen.

- **X&Co**

Das Projekt „X&Co.“ verlangt von den jungen Teilnehmern den Umgang und Einsatz von mehreren Medien, um erfolgreich zu sein. Seit Juni 2005 läuft die Kooperation zwischen dem ZDF tivi-Informationsmagazin „pur+“ und der „Aktion Mensch“.

„X&Co“ ist eine Art **Agentenspiel**, bei dem Teams von zwei bis fünf Kindern sich um einen Auftrag von „X&Co“ bewerben. Sämtliche Aufträge müssen im Team gelöst werden, wobei diese alle etwas mit dem direkten Umfeld der Kinder zu tun haben

Im Gewand der Agententätigkeit weckt „X&Co“ die Neugier der jungen Teams für ihr Umfeld und ihre Umwelt. Über die unmittelbare Medienkompetenz hinaus wirkt die Aktion „X&Co“ auch tief in den sozial-kommunikativen Bereich hinein. Der anhaltende Zuspruch und die eingereichten Ergebnisse der Teams, haben die Erwartungen weit übertroffen. Der spielerische Charakter der Aufgaben macht den Kindern Spaß und fördert zur gleichen Zeit ihre soziale und kommunikative Kompetenz.

- **Tommi**

ZDF tivi als Aktionspartner des **Kindersoftwarepreises „Tommi“** unterstützt in besonderem Maße die Aktivitäten, in der Kinder praktisch ihre Medienkompetenz anwenden und erweitern können. Wer Medienkompetenz vermitteln will, muss die Kompetenz auch fördern, fordern und ernst nehmen. Mit diesem Verständnis traf bei ZDF tivi die Einführung einer Kinderjury für „**Tommi**“ auf große Unterstützung. Hier testen Kinder Spiele und Konsolen, geben ihre Wertungen ab und schließlich entscheiden Kinder nach einer Vorauswahl durch eine Fachjury, wer die Preisträger am Ende sind. Die hohe Anerkennung, die dieser Preis als Orientierungshilfe im Kindersoftwaremarkt erfährt, bestätigt die Medienkompetenz, mit der hier Heranwachsende ihre Wertungen und Entscheidungen treffen.

- **Welttag des Buches**

Auch der – schon erwähnte - Welttag des Buches am 24.03. wird jedes Jahr von ZDF tivi aufgegriffen. In **Kooperation mit der Stiftung Lesen** zielen On Air-Beiträge und Off Air-Aktionen an diesem Tag, aber auch das ganze Jahr hindurch darauf ab, Lesen nicht vordergründig als notwendige Grundfertigkeit den Kindern nahe zu bringen, sondern Lesekompetenz als Plattform für Spaß, neue Welten, andere Perspektiven, Einsichten, Information und Wissen herauszustreichen.

Da Lesen nur ein Ausschnitt aus einer umfassenden Medienkompetenz ist, sind bei ZDF tivi enge Verknüpfungen zu anderen Medien nur natürlich. So gehören Literaturverfilmungen zum festen Programm-Repertoire – verwiesen sei in diesem Zusammenhang exemplarisch auf die erfolgreichen Kinofilme, die auf den Werken der erfolgreichen Bestseller-Autorin Cornelia Funke basieren („Hände weg von Mississippi“; „Die wilden Hühner“ etc.) sowie auf die neu produzierenden Märchenverfilmungen.

Weil die potentiellen Gefährdungen von Kindern und Jugendlichen breit gefächert sind, muss auch der Jugendschutz und dabei nicht zuletzt der Jugendmedienschutz breit aufgestellt sein, um Kinder und Jugendliche in voller Bandbreite vor Gefahren für ihr Wohl zu schützen. An dieser gesamtgesellschaftlichen Aufgabe wirkt das ZDF breit aufgestellt und in voller Bandbreite mit seinen Mitteln mit. Sein Beitrag ist dabei relevant und unverzichtbar.

Jugendmedienschutz ist ein Anliegen dynamischer Art. Er muss angesichts des technischen und sozialen Wandels ständig neu überprüft, bewertet und im Interesse des Gemeinwohls zu einem gesamtgesellschaftlichen Konsens verhandelt und strukturiert werden. Der ZDF-Jugendmedienschutz ist in diesem gemeinwohlorientierten Prozess nach wie vor umfassend mit eingebunden. Er trägt damit dem Beschluss des Fernsehrats vom 13.03.2009 Rechnung. Mit diesem Beschluss hatte der Fernsehrat die Programmverantwortlichen, den ZDF-Jugendschutzbeauftragten sowie die Programmleute ausdrücklich ermutigt, auf dem Gebiete des Jugendmedienschutzes und damit in einem gesellschaftlichen Bereich, der der Gemeinwohlbindung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in besonderer Weise entspricht, weiterhin vielfältige und richtungsweise Impulse zu setzen und dadurch zur Fortentwicklung der Standards des medialen Jugendschutzes und der Medienkompetenzvermittlung in Deutschland beizutragen. In Ergänzung der Vorlage FR 4/09, zu der der Fernsehratsbeschluss vom 13.03.2009 erging, füge ich den Bericht des Jugendschutzbeauftragten vom Juni 2009 bei.

Markus Schächter

Anlage