

## Medienkompetenz bei ARD und ZDF

Bei ARD und ZDF sitzt nun auch die Medienkompetenz in der ersten Reihe. Gleich neben ihr hat Dieter Baacke Platz genommen, dessen Gedanken zur Definition wegweisend für die Etablierung des Begriffs waren und auf den sich die Herausgeber des Buches, eine Projektgruppe der ARD/ZDF-Medienkommission unter Leitung von Inge Mohr, ausdrücklich beziehen. In gut strukturierter Form legen sie nun die längst überfällige Zusammenstellung der zahllosen medienpädagogischen Initiativen und Projekte vor, an der Rundfunkanstalten beteiligt waren und sind. Die Dokumentation ist aus Platzgründen nicht komplett. Sie legt den Schwerpunkt auf die Zeit ab 1995 und orientiert sich bei den älteren Maßnahmen an deren grundsätzlicher Bedeutung. Sieben Kapitel erleichtern den gezielten Zugriff:

1. Sendungen und Angebote im Fernsehen, Radio und Internet zur Förderung von Medienkompetenz sowie Begleitmaterialien,
2. Projekte,
3. Rundfunk zum Anfassen,
4. Veranstaltungen,
5. Wettbewerbe,
6. Forschung,
7. Netzwerke und Institutionen.

Innerhalb der Kapitel wird noch einmal nach Medien differenziert, die Projekte im Internet werden dabei getrennt berücksichtigt. Die dokumentierten Maßnahmen richten sich überwiegend an die Zielgruppen Kinder, Jugendliche und Multiplikatoren, an die Fachöffentlichkeit, aber auch allgemein an die „interessierte Öffentlich-

keit“ und den Branchennachwuchs, wie beispielsweise „quantum – die Fernsehwerkstatt“, die sich speziell an „kreative Autoren, junge Talente und innovative Produktionsfirmen“ wendet (S. 114).

Viele der vorgestellten Projekte dürften der Fachöffentlichkeit aus ganz anderen Zusammenhängen bekannt sein. Das liegt an den zahlreichen Kooperationspartnern, die mittlerweile an einem einzigen Projekt beteiligt sind. Die Dichte der Verflechtungen und Vernetzungen wird anschaulich dargelegt, indem die Kooperationspartner wie z. B. Kommunen, Behörden, Bildungsträger oder Firmen für jedes Projekt genannt werden. Dabei ist nicht zu übersehen, dass auch die Zusammenarbeit zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, den Landesmedienanstalten und privaten Sendern keine Ausnahme mehr darstellt. Ein Beispiel dafür ist der *Goldene Spatz* (S. 168): Die *Stiftung Goldener Spatz* wurde 1993 von dem Mitteldeutschen Rundfunk (MDR), RTL, ZDF und der Stadt Gera ins Leben gerufen, um das 1979 in der DDR gegründete Kinderfilm-Festival *Goldener Spatz* fortzuführen. Inzwischen hat sich der Kreis der Stifter erweitert um die Landeshauptstadt Erfurt, die Mitteldeutsche Medienförderung (MDM), die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) und andere. Perspektivisch, so auch das Fazit auf S. 239, wird die Förderung von Medienkompetenz als Aspekt des präventiven Jugendmedienschutzes gesehen und gleichermaßen als Aufgabe der Landesmedienanstalten und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks betrachtet. Das sehr interessante Nachschlagewerk belegt auch – sicher nicht unbeabsichtigt –,

dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk seine Verantwortung für Medienpädagogik schon ernst nahm, bevor das Wort „Medienkompetenz“ seinen Siegeszug antrat. Dafür stehen das Schulfernsehen und die Funkkollegs mit ihren breiten Themenspektren und pädagogischen Begleitmaterialien, um nur zwei Beispiele zu nennen. Doch es ist ein eher neuer Trend, dass sich öffentlich-rechtliche Sendeanstalten mit medienpädagogischen Projekten direkt an Kinder und Jugendliche wenden – und dafür von höchster Ebene Rückenwind erhalten: „Gerade in unserer heutigen Gesellschaft, in der die Bewertung nahezu unendlicher Informationsmengen erst die Meinungsbildung und damit die qualifizierte Teilnahme am demokratischen Prozess ermöglicht, ist die Förderung der Medienkompetenz eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und trifft sich hier mit dem Verfassungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Deshalb muss es das Ziel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sein, Medienkompetenz zu fördern.“ So formuliert es Markus Schächter, der Intendant des ZDF (Klappentext). Die Chancen stehen also gut, dass die Förderung der Medienkompetenz von öffentlicher Seite weiter vorangetrieben wird. Dabei ist es erklärtes Ziel, nicht „um die Anzahl der Angebote zu wetteifern, sondern Projekte zu initiieren und zu organisieren, die in ihrer Differenziertheit möglichst vielen Menschen die Möglichkeit der Teilhabe an der aktiven Wahrnehmung gesellschaftlicher Aufgaben und Pflichten eröffnen“ (S. 239). Das sind erfreuliche Nachrichten.

Susanne Bergmann



**Inge Mohr / Christian Breunig / Sabine Feierabend / Christiane Nolting / Ekkehardt Oehmichen (Hrsg.):** *Medienkompetenz bei ARD und ZDF. Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.* München 2003: Kopaed. 14,90 Euro, 248 Seiten.