



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 20.12.2007
KOM(2007) 833 endgültig

**MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN
RAT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND
DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN**

Ein europäisches Konzept für die Medienkompetenz im digitalen Umfeld

**MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN
RAT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND
DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN**

Ein europäisches Konzept für die Medienkompetenz im digitalen Umfeld

1. MEDIENKOMPETENZ IM DIGITALEN UMFELD

Die Medienkompetenz erlangt einen immer größeren Stellenwert auf der politischen Tagesordnung der EU und ihrer Mitgliedstaaten im Bereich der Medien und der Kommunikation. So sieht die neue Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) beispielsweise eine Berichterstattungspflicht für die Kommission in Bezug auf das Niveau der Medienkompetenz in allen Mitgliedstaaten vor¹.

Die Medien sind und bleiben zwar ein wichtiger Faktor, der es dem europäischen Bürger ermöglicht, die Welt besser zu verstehen und am demokratischen und kulturellen Leben teilzunehmen, die Art der Mediennutzung verändert sich jedoch. Die Mobilität, von den Benutzern selbst erzeugte Inhalte, das Internet und die stark zunehmende Verbreitung digitaler Produkte führen zu einem radikalen Wandel der Medienwirtschaft. Deshalb ist es von größter Bedeutung, die Kenntnis und das Verständnis davon zu verbessern, wie die Medien in der digitalen Welt funktionieren, wer die neuen Akteure in der Medienwirtschaft sind und welche neuen Möglichkeiten – und Herausforderungen – die Nutzung der digitalen Medien mit sich bringt. Hiervon hängt weitgehend das Vertrauen der Nutzer in digitale Technologien und Medien und damit auch die Verbreitung der IKT und der Medien ab – ein vorrangiges Anliegen der Europäischen Kommission, das sie in ihrem strategischen Rahmen „i2010“² bekräftigt hat. Es ist allgemein auch wichtig, dass die Bürger die wirtschaftliche und kulturelle Dimension der Medien verstehen und dass eine Diskussion darüber stattfindet, welche Bedeutung starken und weltweit wettbewerbsfähigen Medien, die Pluralismus und kulturelle Vielfalt garantieren, für die europäische Wirtschaft zukommt.

Eine größere Medienkompetenz kann beträchtlich zur Erfüllung der im Jahr 2000 auf der Tagung des Europäischen Rates in Lissabon für die Europäische Union gesetzten Ziele beitragen. Sie ist von besonderer Bedeutung für den Aufbau einer stärker auf Wettbewerb und Integration ausgerichteten Wissensgesellschaft durch Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit des IKT- und Mediensektors, für die Vollendung des europäischen Informationsraums und für die Förderung der digitalen Integration, besserer öffentlicher Dienste und der Lebensqualität.

Entwickelt wurde dieses europäische Konzept der Medienkompetenz im digitalen Umfeld als Antwort auf Forderungen des Europäischen Parlaments³ sowie der Medien- und IKT-

¹ Artikel 26: Die Kommission übermittelt „einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie und macht erforderlichenfalls Vorschläge zu ihrer Anpassung an die Entwicklungen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste, und zwar insbesondere im Lichte neuerer technologischer Entwicklungen, der Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors und des Niveaus der Medienkompetenz in allen Mitgliedstaaten“.

² Siehe: http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm

³ In einer Entschließung vom 6. September 2005 zur Richtlinie 89/552/EWG „Fernsehen ohne Grenzen“ forderte das Parlament den Rat und die Kommission auf, „Medienkompetenz-Programme zu entwickeln

Wirtschaft. Es ergänzt die laufende Initiative der EU zum Medienpluralismus⁴, die Modernisierung des Rechtsrahmens für audiovisuelle Mediendienste und die elektronische Kommunikation, die strategischen Initiativen zum mobilen Fernsehen⁵ und zu kreativen Online-Inhalten sowie die kommende Initiative zur digitalen Integration.

Darüber hinaus ist diese Mitteilung ein weiterer Baustein der europäischen Politik im audiovisuellen Bereich. Sie steht insbesondere in Verbindung mit den Bestimmungen der AVMD-Richtlinie (die Kommission wird die Ermittlung von Kriterien für die Beurteilung der Medienkompetenz als ersten Schritt zur Erfüllung der Berichterstattungspflicht nach Artikel 26 fördern)⁶ und dem Programm Media 2007. Im zuletzt genannten Programm wird die große Bedeutung von Initiativen zur Erhöhung der Medienkompetenz und zur Förderung der Fähigkeit, die Sprache der Bilder zu verstehen, für den Zugang zu europäischen audiovisuellen Werken und die Aufwertung des europäischen kinematografischen und audiovisuellen Erbes betont. Das Hauptziel besteht darin, die vorbildliche Verfahren in Bezug auf die Medienkompetenz auf europäischer Ebene hervorzuheben und zu fördern und Vorschläge für weitere Maßnahmen zu unterbreiten. Die Mitteilung beruht auf den Arbeitsergebnissen der 2006 eingesetzten Sachverständigengruppe „Medienkompetenz“, den Ergebnissen der im Oktober 2006 eingeleiteten öffentlichen Konsultation und den Erfahrungen aus den früheren und derzeitigen Initiativen der Kommission in Bezug auf die Medienkompetenz.

Diese Mitteilung hat über die im Finanzrahmen 2007–2013 bereits vorgesehenen und festgesetzten Beträge hinaus keine finanziellen Auswirkungen auf den Gemeinschaftshaushalt.

und durchzuführen, um eine aktive und bewusste Bürgerschaft in Europa zu fördern“. In einem Bericht vom 22. November 2006 (A6-0399/2006) zum gleichen Thema wird die Medienkompetenz als eine grundlegende Kompetenz bezeichnet. Am 27. April 2006 nahm das Europäische Parlament eine Entschließung zum Übergang vom analogen zum digitalen Rundfunk an (2005/2212(INI)). Auf Unionsebene „fordert [es] die Kommission auf, eine Mitteilung über die Förderung der Medienkompetenz vorzulegen“. In den Fragen, die Frau Reding 2004 anlässlich der Anhörung des Europäischen Parlaments vorgelegt wurden, kamen mehrere Themen dieser Mitteilung wie Integration und Zugänglichkeit bereits zur Sprache. In ihrer Antwort auf eine Frage zur Sicherheit der Kinder im Internet sagte Frau Reding ferner, dass „Medienkompetenz- oder Medienbildungsprogramme“ geeignete Mittel seien, um die Fähigkeiten Minderjähriger zu verbessern und ihr Problembewusstsein zu schärfen.

⁴ Die Kommission nahm am 16. Januar 2007 ein Konzept zum Medienpluralismus in drei Schritten in Angriff. Der erste Schritt war ein Arbeitspapier der Kommissionsdienststellen, der zweite Schritt eine unabhängige Studie zur Aufstellung und Erprobung konkreter und objektiver Indikatoren für die Beurteilung des Medienpluralismus in den EU-Mitgliedstaaten (die Ergebnisse werden für Anfang 2009 erwartet). Dem folgt als dritter Schritt eine die für 2009 geplante Mitteilung der Kommission über Indikatoren für den Medienpluralismus in den EU-Mitgliedstaaten. Siehe: http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm

⁵ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen – Stärkung des Binnenmarkts für das Mobilfernsehen, KOM(2007) 409 endg.

⁶ In Erwägungsgrund 37 der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste heißt es: „Die „Medienkompetenz“ bezieht sich auf die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse sowie das nötige Verständnis für eine wirksame und sichere Nutzung der Medien durch die Verbraucher. Medienkompetente Menschen sind in der Lage, fundierte Entscheidungen zu treffen, das Wesen von Inhalt und Dienstleistungen zu verstehen und das gesamte Spektrum der durch die neuen Kommunikationstechnologien gebotenen Möglichkeiten zu nutzen. Sie sind in der Lage, sich und ihre Familien besser vor schädlichen oder anstößigen Inhalten zu schützen. Daher sollte die Entwicklung der Medienkompetenz in allen Gesellschaftsschichten gefördert werden, und die dabei erzielten Fortschritte sollten genau beobachtet werden.“ Siehe auch Fußnote 1.

2. EINE EUROPÄISCHE DEFINITION DER MEDIENKOMPETENZ

Medienkompetenz wird im Allgemeinen definiert als die Fähigkeit, die Medien zu nutzen, die verschiedenen Aspekte der Medien und Medieninhalte zu verstehen und kritisch zu bewerten sowie selbst in vielfältigen Kontexten zu kommunizieren. Diese Definition traf bei der großen Mehrheit der Konsultationsteilnehmer sowie bei den Mitgliedern der Sachverständigengruppe „Medienkompetenz“ auf Zustimmung⁷. Massenmedien sind die Medien, die in der Lage sind, ein breites Publikum über unterschiedliche Verbreitungskanäle zu erreichen. Medienbotschaften sind informative und kreative Inhalte, die in Text, Ton und Bild enthalten sind und in unterschiedlichen Kommunikationsformen übertragen werden, beispielsweise über Fernsehen, Film, Video, Webseiten, Hörfunk, Videospiele und virtuelle Gemeinschaften.

Ein europäisches Konzept für die Medienkompetenz sollte alle Medien einbeziehen. Die verschiedenen Niveaus der Medienkompetenz sind:

- souveräner Umgang mit allen vorhandenen Medien, von der Zeitung bis zu virtuellen Gemeinschaften;
- aktive Mediennutzung, u. a. durch interaktives Fernsehen, Benutzung von Internet-Suchmaschinen und Beteiligung an virtuellen Gemeinschaften, bessere Nutzung des Potenzials der Medien für Unterhaltung, Zugang zur Kultur, interkulturellen Dialog, Lernen und Alltagsanwendungen (z. B. durch Bibliotheken, Podcasts);
- kritischer Umgang mit den Medien sowohl in Bezug auf die Qualität und Richtigkeit der Inhalte (z. B. Fähigkeit, Informationen einzuschätzen, mit Werbung in verschiedenen Medien umzugehen, Suchmaschinen klug zu nutzen);
- kreative Mediennutzung: mit der Weiterentwicklung der Medientechnologien und der zunehmenden Präsenz des Internet als Verbreitungs kanal sind immer mehr Europäer in der Lage, eigene Bilder, Informationen und Inhalte zu schaffen und zu verbreiten;
- Verständnis der Medienwirtschaft und des Unterschieds zwischen Pluralismus und Medieneigentum;
- Bewusstsein für Urheberrechtsfragen als unverzichtbare Grundlage einer „Kultur der Legalität“, vor allem der jüngeren Generation in ihrer doppelten Eigenschaft als Verbraucher und Inhaltsproduzenten.

Diese Mitteilung soll nicht auf alle diese Aspekte eingehen, von denen viele Gegenstand laufender Initiativen sind, sondern einige davon in den Mittelpunkt rücken.

3. BISHERIGE INITIATIVEN

Im Jahr 2006 wurde eine **Sachverständigengruppe „Medienkompetenz“** mit dem Ziel eingesetzt, Ziele und Entwicklungstendenzen im Bereich der Medienkompetenz zu analysieren und zu definieren, vorbildliche Verfahren auf europäischer Ebene herauszustellen und zu fördern sowie Maßnahmen auf diesem Gebiet vorzuschlagen. Ferner befasste sich die Gruppe mit der Analyse und Bewertung früherer Maßnahmen der Europäischen

⁷ Siehe: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

Kommission (z. B. mit Medienkompetenzprojekten, die innerhalb des Programms eLearning gefördert wurden). Die Gruppe setzte sich aus einer Reihe europäischer Medienkompetenzfachleute zusammen. Sie vereinte unterschiedliche Kompetenzen und Arbeitsschwerpunkte aus dem universitären Bereich und den Medienberufen. Die Gruppe trat 2006 dreimal und 2007 zweimal zusammen.

Darüber hinaus führte die Kommission im letzten Quartal 2006 eine **öffentliche Konsultation**⁸ durch. Die Antworten auf diese Konsultation waren sowohl hinsichtlich der Anzahl und Qualität als auch der Vielfalt der Beteiligten zufriedenstellend. Es äußerten sich Medienunternehmen und die Industrie, formelle und informelle Bildungseinrichtungen, Inhaltsanbieter und Inhaltsproduzenten, Forschungs- und Kultureinrichtungen, Regulierungsbehörden sowie Bürger- und Verbraucherverbände. Wie sich aus der Auswertung der Antworten ergibt, ist die Hervorhebung und Verbreitung der auf örtlicher und nationaler Ebene bestehenden vorbildlichen Verfahren das geeignete Mittel, um schnell Fortschritte auf dem Gebiet der Medienkompetenz zu erzielen. Ferner wurde deutlich, dass es an Kriterien oder Normen für die Bewertung der Medienkompetenz mangelt und dass es nicht für alle Aspekte der Medienkompetenz bewährte Verfahren gibt. Daher sieht die Kommission eine dringende Notwendigkeit, groß angelegte, längerfristige Forschungsarbeiten über neue Bewertungskriterien und neue vorbildliche Verfahren in Angriff zu nehmen.

Im Mai 2006 wurde eine **Studie** über aktuelle Trends und Konzepte der Medienkompetenz in Europa in Auftrag gegeben. Sie umfasst eine Bestandsaufnahme der gegenwärtigen Praxis beim Aufbau der Medienkompetenz in Europa, bestätigt die bereits in der öffentlichen Konsultation sichtbar gewordenen Entwicklungstendenzen und empfiehlt Maßnahmen, die auf Gemeinschaftsebenen durchgeführt werden sollten, um die Medienkompetenz zu festigen und auszubauen. Schließlich wird kurz auf mögliche wirtschaftliche und soziale Auswirkungen eingegangen, die sich aus dem Eingreifen der EU auf diesem Gebiet ergeben. Der Abschlussbericht der Studie kann von den Webseiten der Europäischen Kommission⁹ abgerufen werden.

Im Beschluss über das Programm **MEDIA 2007**¹⁰ wird betont, welche große Bedeutung Medienkompetenz- und Filmerziehungsinitiativen haben, besonders wenn diese im Rahmen von Festivals für ein junges Zielpublikum und in Zusammenarbeit mit Schulen organisiert werden. Aufgrund einer Anfang 2007 veröffentlichten Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen, die ein besonderes Vergabekriterium in Bezug auf die Filmerziehung enthielt, wurden mehrere derartige Projekte ausgewählt¹¹.

Das Programm „**Mehr Sicherheit im Internet**“ (2004–2008) soll Eltern, Lehrern und Kindern geeignete Instrumente für einen sichereren Umgang mit dem Internet an die Hand geben. Es bezieht sich auch auf andere Medien wie Videos. Im Rahmen dieses Programms wurde im Mai 2007 eine qualitative Studie¹² durchgeführt, die ausgehend von einer

⁸ Sie auch den Bericht über die Ergebnisse der öffentlichen Konsultation zur Medienkompetenz: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

⁹ Siehe: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm

¹⁰ Beschluss Nr. 1718/2006/EG.

¹¹ Zum Beispiel: Thessaloniki Film Festival (Griechenland), Festival Premiers Plans (Angers, Frankreich), Festival Européen du Film Court de Brest (Frankreich), Festival Internacional de cine para jóvenes (Gijón, Spanien), Internationales Kurzfilmfestival Berlin (Deutschland), Crossing Europe Filmfestival Linz (Österreich) und das 20. Europäische Jugendfilmfestival von Flandern (Belgien).

¹² http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/eurobarometer/index_en.htm#overall_report

Eurobarometerumfrage die Internet- und Mobiltelefonnutzung der Kinder, ihr Online-Verhalten sowie ihr Risikobewusstsein und andere sicherheitsbezogene Fragen beleuchten sollte.

Der für die Inhalte geltende **EU-Rechtsrahmen** bezieht sich auch auf die Medienkompetenz. So wurde beispielsweise am 20. Dezember 2006 eine **Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates über den Schutz Minderjähriger und den Schutz der Menschenwürde** und über das Recht auf Gegendarstellung im Zusammenhang mit der Wettbewerbsfähigkeit des europäischen Industriezweiges der audiovisuellen Dienste und Online-Informationsdienste¹³ verabschiedet. Darin wird hervorgehoben, wie wichtig es ist, dass die Mitgliedstaaten Medienkompetenzprogramme auflegen, und es werden zahlreiche Maßnahmen empfohlen, die von den Mitgliedstaaten und der Kommission auf diesem Gebiet ergriffen werden sollten. Dazu gehören beispielsweise: die Ermunterung der Branche der audiovisuellen Dienste und Online-Informationsdienste, unter Wahrung der Meinungs- und Pressefreiheit jede Diskriminierung aus Gründen des Geschlechts, der Rasse oder der ethnischen Herkunft, der Religion oder der Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Ausrichtung zu vermeiden und zu bekämpfen; die Abfassung eines Verhaltenskodex in Zusammenarbeit mit Berufsgruppen und Regulierungsbehörden auf nationaler und gemeinschaftlicher Ebene; die Förderung von Maßnahmen zur Bekämpfung aller illegalen Aktivitäten im Internet, die für Minderjährige schädlich sein könnten. Die Kommission möchte außerdem darauf hinweisen, dass – mit einer Ausnahme – alle Mitgliedstaaten sowie die Europäische Gemeinschaft das Übereinkommen der Vereinten Nationen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen unterzeichnet haben. Es sieht in Artikel 21 die Pflicht vor, die Massenmedien, einschließlich der Anbieter von Informationen über das Internet, dazu anzuhalten, ihre Dienstleistungen für behinderte Menschen zugänglich zu machen.

Im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip tragen die nationalen Behörden die Hauptverantwortung für die Berücksichtigung der Medienkompetenz in den Lehrplänen der Schulen auf allen Ebenen. Auch die örtlichen Behörden spielen dabei eine wichtige Rolle, denn sie sind näher am Bürger und unterstützen auch Initiativen im Bereich der informellen Bildung. Die kürzlich verabschiedete **AVMD-Richtlinie** enthält einen Erwägungsgrund zur Medienkompetenz¹⁴. Überdies wird in Artikel 26 festgelegt, dass die Kommission über das über das Niveau der Medienkompetenz in allen Mitgliedstaaten berichten muss.

Im Mai 2007 war die Medienkompetenz Thema einer Sitzung des vom deutschen Ratsvorsitz in Leipzig organisierten Fachseminars „Mehr Vertrauen in Inhalte“. Auf einer von der UNESCO im Juni 2007 veranstalteten Konferenz zum Thema Medienkompetenz hoben UNESCO, Europarat und Kommission gemeinsam die Notwendigkeit hervor, die internationale Zusammenarbeit zu verbessern.

4. MEDIENKOMPETENZ IM DIGITALEN UMFELD – VORBILDICHE VERFAHREN

In dieser Mitteilung geht es hauptsächlich um drei Bereiche: kommerzielle Kommunikation, audiovisuelle Werke und Online-Medien.

¹³ Empfehlung 2006/952/EG.

¹⁴ Siehe Fußnote 6.

4.1. Medienkompetenz im Bereich der kommerziellen Kommunikation

Werbung gehört zum Lebensalltag und ist einer der festen Bestandteile der Marktwirtschaft. Allen Zuschauern und Zuhörern sollte daher die wichtige Rolle der kommerziellen Kommunikation in der Wertschöpfungskette der audiovisuellen Industrie bewusst gemacht werden. Dies gilt insbesondere für das frei empfangbare Fernsehen, denn Werbung und andere Formen der kommerziellen Kommunikation wie Sponsoring, Teleshopping oder Produktplatzierung ermöglichen es den Rundfunkveranstaltern, hochwertige Inhalte zu erwerben. Außerdem ist es wichtig, ein negatives Erscheinungsbild älterer oder behinderter Menschen in den Medien zu vermeiden. In dieser Hinsicht hat die Medienkompetenz für die kommerzielle Kommunikation mindestens drei Aspekte:

- Unterstützung junger Menschen, damit sie einen **kritischen Ansatz** gegenüber kommerzieller Kommunikation entwickeln und sich sachkundig entscheiden können¹⁵;
- Sensibilisierung und Aufklärung aller interessierten Seiten über Maßnahmen und Mechanismen der Selbst- und Koregulierung und über die Aufstellung und Anwendung von Verhaltenskodizes¹⁶;
- Förderung der öffentlich-privaten Finanzierung auf diesem Gebiet unter hinreichender Wahrung der Transparenz¹⁷.

Angesichts der in der AVMD-Richtlinie vorgesehenen Berichterstattungspflicht, hält es die Kommission für dringend notwendig, vorbildliche Verfahren im Bereich der kommerziellen Kommunikation zu entwickeln und auszutauschen (z. B. durch Beiträge zur Entwicklung von Verhaltenskodizes), damit diese dann als Alternative zur Beschränkung und zum Verbot bestimmter Praktiken vorgeschlagen werden können.

4.2. Medienkompetenz im Bereich der audiovisuellen Werke

Dank digitaler Technologien und verbreiteter Breitbandanschlüsse wird der Zugang zu audiovisuellen Werken ganz erheblich vereinfacht, und es entstehen neue Verbreitungskanäle wie Video auf Abruf und Mobilfernsehen. Dadurch wiederum bilden sich neue Märkte für Kataloginhalte und Inhalte des Kulturerbes heraus. Außerdem senken digitale Technologien die Zugangsschranken für die Schaffung und Verbreitung audiovisueller Werke und erleichtern den Aufbau eines audiovisuellen Markts ohne Grenzen. In diesem Zusammenhang bedeutet Medienkompetenz:

¹⁵ Beispielsweise bietet *Mediakompassi*, ein vom finnischen Rundfunkveranstalter YLE's entwickeltes Medienkompetenzangebot im Internet, einen Bereich zur Werbung, der sich an Jugendliche, Eltern und Lehrer gleichermaßen wendet. Die schwedische Verbraucherbehörde hat mehrere Bücher herausgegeben und Schulungsmaterial über Fernsehwerbung mitfinanziert.

¹⁶ Der *Consell Audiovisual de Catalunya* (CAC) unterstützt beispielsweise Dialog-Plattformen zur Aufstellung von Vorgaben für die Selbst- und Koregulierung.

¹⁷ Z. B. ist *Media Smart* ein gemeinnütziges Medienkompetenzprogramm für Schüler im Alter von 6 bis 11 Jahren, dessen Schwerpunkt auf der Werbung liegt. Das Programm startete im November 2002 im Vereinigten Königreich und läuft nun in Belgien, Deutschland, den Niederlanden, dem Vereinigten Königreich, Finnland und Schweden. Außerdem wird es derzeit in Italien, Portugal und Ungarn aufgebaut. Es wird von britischen Werbeunternehmen finanziert und von den Regierungen des Vereinigten Königreichs und anderer Mitgliedstaaten unterstützt.

- Hinwirken auf eine bessere Wahrnehmung und Kenntnis unseres Filmerbes und ein zunehmendes Interesse an diesen Werken sowie an neueren europäischen Filmen, vor allem bei der europäischen Jugend¹⁸;
- Förderung des Erwerbs von Kompetenzen für die Produktion audiovisueller Medien und das kreative Schaffen¹⁹;
- Verständnis der großen Bedeutung des Urheberrechts sowohl aus Sicht der Verbraucher als auch der Inhaltsschöpfer²⁰.

4.3. Medienkompetenz im Online-Bereich

In der sich rasant weiterentwickelnden Informationsgesellschaft ist Medienkompetenz notwendig, um den Anschluss an die technologische, wirtschaftliche und kulturelle Innovation nicht zu verlieren und nicht ausgeschlossen zu werden. Das Internet führt zu einer tiefgreifenden Veränderung des Medienkonsums, denn es bietet eine zusätzliche Möglichkeit des interaktiven Zugangs zu herkömmlichen Medien (z. B. IPTV oder Internetradio) sowie zu Text, Bild und Ton aus aller Welt. Daraus ergeben sich gewaltige Möglichkeiten, z. B. für digitale multimediale Bibliotheken²¹, aber auch große Anforderungen an die Medienkompetenz. Medienkompetenz im Online-Bereich bedeutet:

- Befähigung der Nutzer zu einer kritischen Beurteilung der Online-Inhalte;
- Ausbau der Fähigkeiten des digitalen kreativen Schaffens und Produzierens und Schärfung des Bewusstseins für Urheberrechtsfragen²²;
- Gewährleistung, dass jedermann in den Genuss der Vorteile der Informationsgesellschaft kommen kann, auch Menschen mit Nachteilen in Bezug auf Bildung, Alter, Geschlecht oder ethnische Zugehörigkeit, behinderte Menschen (Barrierefreiheit, „e-Accessibility“)

¹⁸ Ein Beispiel ist *Europa Cinemas*, ein 1992 mit Fördermitteln des EU-Programms MEDIA und des *Centre National de la Cinématographie* gegründetes Netz. *Europa Cinemas* ist das erste Filmtheaternetz mit einem hauptsächlich europäisch ausgerichteten Programm. Es organisiert u. a. Aktionen zur Förderung europäischer Filme für junge Menschen.

¹⁹ Ein Beispiel ist das *Community Media Network* (Irland), das die Bildung von Gemeinschaften und deren Kompetenzen mit Hilfe von Video, Hörfunk, Fotografie, Druck und Internet fördert (www.cmn.ie). *FILM-X* ist das computergestützte interaktive Filmstudio für Kinder und Jugendliche des Dänischen Filminstituts. Es gibt Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen die Möglichkeit, Erfahrungen in der Filmproduktion zu sammeln und hilft ihnen, die unterschiedlichen Arten der Filmkommunikation kennenzulernen (<http://www.dfi.dk/filmx>).

²⁰ Die BBC bietet eine sehr breite Palette an interaktiven Möglichkeiten, von Online-Anschlagtafeln über Kommentarforen und Blogs bis zu Audio- und Videobeiträgen. Die BBC hat kürzlich auch einen Pilotversuch für sein *Creative Archive* (Kreativarchiv) abgeschlossen, bei dem eine erhebliche Beteiligung zahlender Lizenznehmer und beinahe 100 000 regelmäßige Nutzer zu verzeichnen waren. Das Pilotprojekt *Creative Archive* ermöglichte den Nutzern den Abruf, die Bearbeitung, Nutzung und Weitergabe dazu freigegebener Inhalte (Clips) für den eigenen, nichtkommerziellen, kreativen Gebrauch im Rahmen der *Creative Archive*-Lizenz.

²¹ Die Initiative für digitale Bibliotheken ist ein Projekt im Rahmen der i2010-Initiative, der Gesamtstrategie der Kommission zur Förderung der digitalen Wirtschaft. Digitale Bibliotheken sind organisierte Sammlungen digitaler Inhalte, die der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Die drei Schwerpunkte der Initiative sind Online-Zugänglichkeit, Digitalisierung sowie Bewahrung und Speicherung.

²² Ein Beispiel ist <http://www.internet-abc.de/kinder/>, wo sich Kinder mit dem Internet und der Schaffung und Produktion von Online-Inhalten vertraut machen können.

sowie Bewohner benachteiligter Gebiete (die allesamt von der digitalen Integration („e-Inclusion“) erfasst werden)²³;

- Aufklärung über die Funktionsweise von Suchmaschinen (Reihenfolge der Suchergebnisse usw.) und deren bessere Nutzung²⁴.

5. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Kommission wird die Entwicklung und den Austausch vorbildlicher Verfahren in Bezug auf die Medienkompetenz im digitalen Umfeld auch weiterhin mit ihren bestehenden Programmen und Initiativen fördern. Außerdem wird sie die Untersuchung der Kriterien für die Beurteilung der Medienkompetenz vorantreiben. In diesem Zusammenhang wird sie 2008 eine entsprechende Studie über Kriterien für die Beurteilung verschiedener Niveaus der Medienkompetenz durchführen. Diese Studie wird in den in der AVMD-Richtlinie vorgesehenen Bericht einfließen, den die Kommission spätestens vier Jahre nach Verabschiedung der Richtlinie vorlegen muss.

Aus diesen Gründen ruft die Kommission das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen auf, die in dieser Mitteilung dargelegten Ziele und Prioritäten zu unterstützen und im Jahr 2008 Veranstaltungen durchzuführen, die dem Austausch der beispielhafter Verfahren in Bezug auf die Medienkompetenz im digitalen Umfeld und die Medienwirtschaft gewidmet sind. Unter Berücksichtigung der von den anderen Institutionen geäußerten Standpunkte und der Stellungnahmen der Betroffenen zu dieser Mitteilung wird die Kommission weiterhin vorbildliche Verfahren zur Geltung bringen und gegebenenfalls eine Empfehlung vorlegen. Auch im Hinblick darauf, dass 2008 des Europäische Jahr des interkulturellen Dialogs sein wird, fordert die Kommission die europäischen Institutionen auf, dem interkulturellen Dialog in ihren Maßnahmen zur Medienkompetenz Rechnung zu tragen.

Die Kommission ersucht die Mitgliedstaaten,

- die für die Regulierung der audiovisuellen und elektronischen Kommunikation zuständigen Behörden zu einem größeren Engagement und zur Zusammenarbeit bei der Verbesserung der oben genannten Niveaus der Medienkompetenz zu ermuntern;
- die systematische Erforschung der unterschiedlichen Aspekte und Dimensionen der Medienkompetenz, deren regelmäßige Beobachtung sowie die Berichterstattung hierüber zu fördern;
- entsprechende Verhaltenskodizes und gegebenenfalls Koregulierungsrahmen in Zusammenarbeit mit allen interessierten Seiten auf nationaler Ebene aufzustellen und einzuführen sowie Selbstregulierungsinitiativen zu unterstützen.

²³ Innerhalb des dritten Schwerpunkts der i2010-Initiative bemüht sich die Kommission mit den ihr zur Verfügung stehenden Mitteln um die die Förderung einer integrativen europäischen Informationsgesellschaft, die auf effizienten und benutzerfreundlichen IKT-gestützten öffentlichen Diensten beruht. Siehe: http://ec.europa.eu/information_society/activities/einclusion/index_en.htm und http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/inclusion/index_en.htm.

²⁴ Siehe beispielsweise die folgende Suchmaschine für Kinder: <http://www.blinde-kuh.de>.