

Stellungnahme der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) zum Thema Medienkompetenz

1) Allgemeine Fragen

1. Medienkompetenz wird definiert als die Fähigkeit, Bilder, Töne und Informationen, mit denen wir täglich konfrontiert werden und die ein wichtiger Teil der Gegenwartskultur sind, zu nutzen, ihren Einfluss zu analysieren und zu bewerten und mit der Hilfe der im Alltag verfügbaren Medien selbst kompetent zu kommunizieren. Stimmen Sie dieser Definition zu? Geben Sie bitte an, ob in Ihrem Land bzw. in Ihrer oder einer anderen Institution (ggf. angeben, welche) eine andere Definition verwendet wird.

Die vorliegende Definition ist an sich richtig, jedoch fehlt ihr unseres Erachtens der Aspekt des aktiven Medienhandelns, welcher nicht nur auf das Nutzen der Medien, sondern auch das aktive Gestalten medialer Produkte beinhaltet, z. B. Erstellung einer Homepage, eines Blogs, einer Schülerzeitung, Produktion von Hörfunkbeiträgen etc.

Medienkompetenz bezeichnet allgemein die Fähigkeit, Medien und deren Inhalte für eigene Ziele erfolgreich nutzen zu können. Dies erfordert zum einen das Wissen über das Vorhandensein der vielfältigen Medien und das Wissen über die Funktionsweise der verschiedenen Medien (**Strukturwissen**¹).

Des Weiteren beinhaltet der Begriff „Medienkompetenz“ die Fähigkeit zur kritischen Betrachtung der durch die Medien vermittelten Inhalte und die dafür grundlegend benötigte Sensibilisierung für rechtswidrige und jugendgefährdende Inhalte bzw. Fehlinformationen (**Medienbewertung**²).

Medienkompetenz bezeichnet weiterhin – wie bereits erwähnt – nicht nur die allgemeine Nutzung von Medien, sondern auch die Fähigkeit zur aktiven Mitgestaltung bei der Erstellung medialer Produkte. (**Medienhandeln**³)

2. Welches Ziel und welche Zielgruppen sollten Initiativen zur Medienkompetenz Ihrer Ansicht nach verfolgen? Sollte eine besondere Aufmerksamkeit den digitalen Diensten gewidmet werden, da diese insbesondere von jungen Menschen vielseitig genutzt werden? Sollten Initiativen zur Medienkompetenz mit Initiativen verbunden werden, die die Mediennutzung fördern oder sollten diese getrennt bleiben?

Initiativen sollten zum Ziel haben, die Bürger umfassend über Medien, deren Nutzen, deren Nutzung und die Möglichkeiten zur Mitgestaltung aufzuklären. Außerdem sollten sie für rechtswidrige und problematische Inhalte sensibilisiert werden und lernen, wie sie sich selbst und andere, v.a. Kinder und Jugendliche, vor entsprechenden Inhalten schützen bzw. wie sie dagegen vorgehen können.

¹ Hütter/Schorb (Hrsg.) (2005): Grundbegriffe Medienpädagogik, S. 261-262, kopaed (München)

² Ebd.

³ Ebd.

Als Zielgruppe wird meist nur auf Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene verwiesen. Dies macht zwar Sinn, da vor allem diese Altersgruppen eine höhere Affinität zu modernen Medien aufweisen als z. B. ältere Menschen, und Kinder und Jugendliche zunehmend in einer von Medien durchdrungenen Welt aufwachsen. Doch genau hier muss auch ein weiteres Ziel von Initiativen zur Medienkompetenzförderung ansetzen: Gerade älteren Menschen fällt es sehr schwer, mit der schnelllebigen Technik Schritt zu halten. Da jedoch neue Medientechnologien einen immer größeren Raum im Alltagsleben einnehmen, sollte es auch einem 55-Jährigen möglich sein, beispielsweise seine Steuererklärung per Internet abzuwickeln oder mit dem Handy eine MMS aus dem Urlaub zu verschicken. Entsprechend ist es jedoch notwendig, auch Projekte zur Medienkompetenzförderung für ältere Menschen anzubieten.

Da die digitalen Dienste die Zukunft darstellen und vor allem im Internet zunehmend die klassischen Medien miteinander verschmelzen, sollte ihnen erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt werden. Jedoch sollten die herkömmlichen Medien nicht aus dem Blickfeld der Initiativen verschwinden, denn sie stellen auch vor dem Hintergrund der zunehmenden Medienkonvergenz nach wie vor den Ursprung der derzeitigen Entwicklungen dar und finden sich – wenn auch in abgewandelter Form, wie z. B. Podcast – auch weiterhin wieder.

Eine Verbindung zwischen Initiativen zur Medienkompetenz- und Mediennutzungsförderung erscheint sinnvoll, da eine kompetente Mediennutzung unabdingbare Voraussetzung für die Herausbildung von Medienkompetenz ist. Erhöhte Mediennutzung ist wiederum nur dann sinnvoll, wenn medienkompetent mit Medium und Inhalt umgegangen werden kann. Zwar fördert zum Beispiel die Ausstattung einer Schule oder eines Jugendclubs mit Computern die Mediennutzung, sie stellt jedoch nicht den medienkompetenten Umgang mit den Geräten sicher. Hierfür sind eine fachliche Anleitung und Einweisung sowie eine Begleitung durch das Lehrpersonal unabdingbar.

3. Kreativität im Umgang mit Medien bezeichnet die zunehmende Fähigkeit aller Bürger, Inhalte zu erzeugen und an ein Publikum beliebiger Größe zu verbreiten (benutzergenerierte Inhalte). Sollte nach Ihrer Ansicht Fertigkeiten in Bezug auf Medienproduktion ein wesentliches Merkmal der Medienkompetenz sein? Haben Sie Beispiele von vorbildlicher Praxis in diesem Bereich?

Fertigkeiten in Bezug auf Medienproduktion sind unseres Erachtens ein wichtiger Aspekt von Medienkompetenz. So muss z.B. ein Blogbetreiber wissen, wie man eine Homepage generiert und wartet. Andererseits muss er auch Kenntnis darüber haben, was er in seinem Block veröffentlichen darf und was nicht.

Ein gelungenes Beispiel zur Förderung der Fähigkeiten, Inhalte selbst zu erzeugen, ist die Sprachlernseite Lingoland (<http://www.lingoland.net>), welche durch die Europäische Kommission im Rahmen des Projektes LINGUA 2 für drei Jahre gefördert wurde. Das Angebot hält neben der Vermittlung von Fremdsprachenkenntnissen auch einen Homepagebaukasten bereit. Dieser Baukasten ist einfach strukturiert und leicht verständlich. Kinder haben die Möglichkeit, sich eine eigene Homepage zu bauen.

Positiv sind weiterhin die Regeln zu erwähnen, welche man vor dem eigentlichen Beginn des Homepage-Baus lesen kann. Diese Regeln beziehen sich auf die Herausgabe persönlicher Informationen, einen freundlichen Umgang mit anderen Menschen im Internet und das Einbeziehen der Eltern in die Nutzung des Internet. Nur wenn alle Regeln eingehalten werden, wird die Website durch die Administratoren freigeschaltet für andere Communitymitglieder.

4. Sollte Ihrer Ansicht nach Medienkompetenz vor allem im schulischen Umfeld vermittelt werden? Bitte skizzieren Sie kurz, wie in Ihrem Land/ Ihrer Region/ Ihrem Umfeld Medienkompetenz im Rahmen des formalen Bildungssystems gelehrt wird.

In der heutigen multimedialen Gesellschaft ist Medienkompetenzvermittlung nicht mehr nur ein „KANN“, sondern ein „MUSS“. Die Einbindung in die Lehrpläne der Schulen ist zwingend erforderlich, erscheint aber nicht ausreichend, da die Schulen in der Regel nicht die Möglichkeiten haben, sich intensiv einzelnen Schülern zu widmen und einen entsprechenden Praxisbezug einzubringen. Dies ist die Aufgabe der außerschulischen Initiativen und der Eltern, wobei hier einschränkend anzumerken ist, dass manche Eltern selbst nur unzulängliche Kenntnisse in diesem Bereich besitzen.

Ein lokales Beispiel für die Stadt Berlin:

Die Vermittlung von Medienkompetenz soll nach den Plänen der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Sport Berlin in die vorschulische, die schulische und die außerschulische Bildungsarbeit integriert werden. Im so genannten eEducation-Masterplan Berlin vom August 2005 sind alle Vorhaben bezüglich Ausstattung der Schulen mit multimedialen Geräten, Änderung der Lehrer-Fortbildung und Änderung der Curricula aufgezeigt und terminiert worden:

(http://www.it-bildungsnetz.de/fileadmin/media/eEducation-Masterplan-Berlin_2005.pdf)

Einige Projekte, deren Durchführung, und die damit verbundenen Erfahrungen sind in einem Bericht der Senatsverwaltung festgehalten. Weiterhin wird bereits resümiert, dass 141 Server mit Filtersoftware im Rahmen des eEducation-Masterplans an Pilotschulen ausgeliefert wurden, dass die Qualifizierung des pädagogischen Personals um den Bereich „Multimedia-Teacher“ erweitert wurde (Pflichtmodul), und dass der Themenbereich Medienkompetenz in die Curricula ab Klassenstufe 1 eingebunden wurde.

(http://www.berlin.de/imperia/md/content/sen-jugend/kinder_und_jugendschutz/bericht_jugendmedienschutz.pdf)

5. Sollte Medienkompetenz Ihrer Ansicht nach als eigenes Fach gelehrt oder in das vorhandene Fächerangebot eingebunden werden?

Medienkompetenz/ Medienkunde als eigenes Fach in den Lehrplan zu integrieren, hätte den Vorteil, dass das Thema sehr ausführlich bearbeitet werden könnte und auch genug Zeit bleiben würde, praktische Elemente aufzunehmen. Die Einbindung von Medienkompetenzvermittlung in andere Unterrichtsfächer, z. B. Sachkunde, ist jedoch

auch möglich. Hier könnte beispielsweise anhand von Rechercheaufträgen zu bestimmten Themen die Nutzung von Suchmaschinen geübt werden.

Durch die zunehmende Durchdringung des Alltages mit den neuen Medien und deren immer stärkere Nutzung durch Kinder und Jugendliche erscheint jedoch die Einrichtung eines eigenen Unterrichtsfachs Medienkompetenz/ Medienkunde als sinnvoller, da die Vielzahl der zu behandelnden Themen innerhalb anderer Fächer eventuell zu kurz kommen könnte.

6. Bitte geben Sie einen kurzen Überblick über die Initiativen zur Medienkompetenz außerhalb des Schulsystems, z. B. von Kulturzentren und Filmschulen, sowie in Programmen des Bereichs Lebenslanges Lernen und bei Online-Foren zu Fragen der Ethik in den Medien, der Werbung, der Medienindustrie, der Presse usw.

In diesem Bereich gibt es allein in Berlin und Brandenburg eine Vielzahl an Initiativen, die an dieser Stelle nicht einzeln aufgeführt werden können, da der Tätigkeitsschwerpunkt der FSM auf dem Bereich Internet liegt und unsere Interessen entsprechend auf dieses Medium fokussieren.

Innerhalb der FSM selbst bildet Medienkompetenzvermittlung einen zentralen Tätigkeitsbereich. Der Verein stellt Informationen und Materialien für Kinder, Eltern und Pädagogen zur Verfügung. In Kooperation mit dem Deutschen Kinderhilfswerk wird beispielsweise kostenfrei ein Internetguide für Kinder herausgegeben. Auch die Website der FSM hält verschiedenste Informationen und Tipps bereit.

Das größte und Reichweitenstärkste Projekt der FSM sind derzeit die Internauten. Das Online-Portal www.internauten.de richtet sich an acht- bis 13-Jährige Kinder und klärt auf spielerische Weise über den Umgang mit dem Internet und anderen Kommunikationsdiensten sowie den entsprechenden Schutz vor möglichen Gefahren auf. Die Internauten sind ein Gemeinschaftsprojekt der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM e.V.), des Deutschen Kinderhilfswerks (DKHW) und von MSN Deutschland, das im Rahmen der Initiative „Deutschland sicher im Netz“ entstand. Diese Initiative verfolgt das Ziel, mit zahlreichen Einzelaktivitäten das Sicherheitsbewusstsein von Anbietern und Internetnutzern beim Umgang mit dem Medium zu erhöhen. Sie richtet sich sowohl an Privatanwender, z. B. Kinder, Jugendliche und deren Erziehungsberechtigte, als auch an Behörden, Institutionen und Klein- und Mittelständische Unternehmen. Im Rahmen von Handlungsversprechen werden verschiedene Maßnahmen umgesetzt, mit denen die beteiligten Partner ihren individuellen Beitrag zur Erhöhung der Sicherheit bei der Nutzung des Internet leisten. Zu den Koalitionspartnern des Initiators Microsoft Deutschland gehören neben MSN Deutschland, der FSM und dem Deutschen Kinderhilfswerk Computer Associates, der Deutsche Sparkassen-Verlag, der Deutsche Städte- und Gemeindebund, Ebay, der Verband der deutschen Internetwirtschaft eco, e. V. die Deutsche Gesellschaft für IT-Sicherheit Mcert, SAP, der Teletrust e. V., die Deutsche Telekom AG, T-com und die VeriSign Deutschland GmbH.

Begleitend zur Website www.internauten.de wird seit Dezember 2005 der Internauten Medienkoffer herausgegeben. Die Unterrichtsmaterialien sind für den Einsatz in den Klassenstufen drei bis sechs konzipiert. Im Medienkoffer enthalten sind verschiedenste Materialien, z. B. ein Lehrerhandbuch, Comichefte, Poster und eine CD-ROM mit einer

offline-Version der Website. Der Medienkoffer kann über den Eltern- und Lehrerbereich der Website bestellt werden. Als erstes Bundesland hat Rheinland-Pfalz weitgehend flächendeckend 400 Grundschulen mit den Materialien ausgestattet. Der Medienkoffer wurde dort gezielt über Lehrerfortbildungen verteilt.

Beispielhaft sei hier weiterhin die Landesarbeitsgemeinschaft Multimedia Brandenburg genannt (Jugendserver-Brandenburg: <http://www.jugendinfo.com>). Diese bietet Jugendlichen medienpädagogische Angebote, ergänzt durch aufbereitete Informationen über Angebote der Jugendhilfe. Die Angebote werden von Jugendinformations- und Medienzentren (JIM) vorgehalten. Ziel dieser Einrichtungen ist es vor allem, den Jugendlichen und auch jungen Erwachsenen den kompetenten Umgang mit Medien und deren effektive Nutzung zu vermitteln.

Unter Trägerschaft der Stiftung SPI (<http://www.stiftung-spi.de>) wurde beispielsweise im Jugendzentrum „Offi“ in Bad Freienwalde ein solches Jugendinformations- und Medienzentrum eingerichtet. Dort wird in Form von Workshops der kreative Umgang mit Medien, die berufsorientierte Internetnutzung, die Nutzung des Microsoft Office – Paketes und auch Bildbearbeitung vermittelt.

Auf Initiativen zur Werbekompetenzvermittlung wird unter Frage 11 noch detailliert eingegangen werden.

7. Wie sollte Ihrer Ansicht nach die finanzielle Förderung von Initiativen zur Medienkompetenz aussehen? Wird die finanzielle Förderung durch Medienorganisationen thematisiert?

Da Medienkompetenzvermittlung unserer Ansicht nach als elementarer Bestandteil des Bildungssystems eines Landes etabliert werden sollte, sollte auch eine finanzielle Förderung in erster Linie durch die öffentliche Hand erfolgen. Auf diese Weise sollte zumindest eine „Grundversorgung“ gewährleistet werden.

Es gibt in Deutschland bereits zahlreiche Initiativen, in deren Rahmen Unternehmen Medienkompetenzprojekte finanziell unterstützen. So fördern die der FSM angeschlossenen Unternehmen die medienpädagogische Tätigkeit des Vereins. Eine flächendeckende Grundversorgung kann jedoch nicht von den Unternehmen geleistet werden. Sie können lediglich einzelne Projekte unterstützen oder Materialien kostenfrei zur Verfügung stellen.

8. Denken Sie, dass heute bereits Kriterien für die Bewertung der Medienkompetenz von Jugendlichen vorliegen? Was wird gegenwärtig in Ihrem Land/Ihrer Region/Ihrer Institution zur Entwicklung quantitativer und qualitativer Indikatoren getan, um die Wirksamkeit der Aktivitäten und Regelungen im Bereich Medienkompetenz zuverlässig zu prüfen und zu bewerten?

Nach unserem Kenntnisstand wird die Wirksamkeit der Aktivitäten im Bereich der Medienkompetenzvermittlung bisher überwiegend anhand quantitativer Indikatoren gemessen.

So wird beispielsweise im bereits erwähnten Bericht der Berliner Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Sport der Erfolg von vier Maßnahmen im vorschulischen, im schulischen und im außerschulischen Bereich anhand der Anzahl geschulter Personen (Erzieherinnen, Lehrer) und der damit erreichbaren Kinder und Jugendlichen gemessen⁴.

Dies sind jedoch nach unserer Auffassung keine hinreichenden Bewertungskriterien. Um feststellen zu können, ob das vermittelte Wissen auch von den Kindern und Jugendlichen aufgenommen und in ihr weiteres Handeln übernommen wurde, wären Langzeituntersuchungen notwendig. So könnte beispielsweise anhand einer repräsentativen Umfrage einige Monate nach Behandlung eines Themas aus dem Bereich Medienkompetenz festgestellt werden, ob die Nachhaltigkeit einer Maßnahme oder eines Lehrinhaltes gegeben ist oder inhaltlich etwas verbessert oder verändert werden müsste.

9. Was wird gegenwärtig in Ihrem Land/ Ihrer Region/ Ihrem Umfeld getan, um geeignete Maßnahmen zu ermitteln, zu fördern und zu verbreiten?

Es gibt vor allem auf regionaler Ebene zahlreiche Einrichtungen, welche Maßnahmen ermitteln, fördern und verbreiten. Beispielhaft seien hier die Landesarbeitsgemeinschaften der einzelnen Bundesländer genannt, welche das Ziel verfolgen, Medienkompetenz durch verschiedene Maßnahmen und Initiativen zu fördern und Angebote zu verbreiten.

Ein Beispiel aus unserem näheren Umfeld ist die Landesarbeitsgemeinschaft Multimedia Brandenburg (<http://www.lag-multimedia.de>). Sie ist ein freiwilliger Zusammenschluss aus Vereinen, Institutionen und Verbänden zur Förderung von Medienkompetenz. Die LAG Multimedia bietet neben Webhosting, e-Learning und Qualifikationsangeboten im Bereich Medienkompetenz auch u.a. Laptops für den mobilen Einsatz in verschiedenen bei der LAG beantragten Projekten an.

Derzeit größtes Projekt dieser Landesarbeitsgemeinschaft ist der Jugendserver Brandenburg (<http://www.jugendinfo.com>). Mit dieser Website wird Jugendlichen die Möglichkeit geboten, sich über das Thema Medienkompetenz zu informieren und die verschiedenen in ihrer Region angesiedelten Projekte kennen zu lernen. Jugendvereine aus Brandenburg haben die Möglichkeit, über diese Plattform ihre Projekte anzubieten und somit den Bekanntheitsgrad zu erhöhen und neue Teilnehmer zu gewinnen.

Es werden neben den medienpädagogischen Angeboten auch Informationen zu allgemeinen aktuellen und für Jugendliche relevanten Themen bereitgehalten, beispielhaft seien hier Informationen zu Zivildienst und Wehrdienst, Arbeitslosigkeit und Berufsorientierung genannt.

Medienkompetenzförderung ist weiterhin eine zentrale Aufgabe der Landesmedienanstalten. Dieser Auftrag wird in der Regel von den einzelnen Anstalten

⁴ Quelle: http://www.berlin.de/imperia/md/content/sen-jugend/kinder_und_jugendschutz/bericht_jugendmedienschutz.pdf

umgesetzt, indem im jeweiligen Bundesland ansässige Projekte gebündelt und teilweise auch gefördert werden.

Die von der EU geförderte Initiative „Klicksafe“ hat als nationaler Knotenpunkt den Auftrag, Medienkompetenzprojekte und –initiativen aus ganz Deutschland zu vernetzen, um ihre Bekanntheit bei den Zielgruppen zu erhöhen und somit zu einer erhöhten Sensibilisierung und einem besseren Zugang zu Informationsmaterialien beizutragen.

11. Bitte stellen Sie kurz alle wichtigen, wirkungsvollen Initiativen in Ihrem Land/Ihrer Region/ Ihrem Umfeld dar, die Kindern und Jugendlichen dabei helfen sollen, sich die notwendigen Fähigkeiten zur Entschlüsselung und Bewertung von Werbebotschaften und anderen Formen der kommerziellen Kommunikation anzueignen.

Es gibt in Deutschland eine Vielzahl von Initiativen zur Werbekompetenzförderung, die auf verschiedenen Ebenen – lokal, regional, deutschlandweit – und gefördert durch verschiedene Träger – Kommunen, Landesmedienanstalten, Unternehmen – durchgeführt werden. Exemplarisch können an dieser Stelle nur einige dieser Initiativen vorgestellt werden:

www.internauten.de

Neben der allgemeinen Vermittlung eines sicheren Umgangs mit dem Medium Internet wird auf den Internauten auch auf kindgerechte Art und Weise u.a. das Thema Werbung aufgegriffen. Den Kindern und Jugendlichen wird erklärt, was Werbung ist, welche Intentionen sie verfolgt, und welche verschiedenen Arten von Werbung es gibt, vor allem im Internet. Dabei werden die verschiedenen Werbeformen (Pop-Up, Pop-Under, Flash-Layer) erörtert.

Das Thema Werbung ist außerdem zentraler Bestandteil der Unterrichtsmaterialien des Internauten Medienkoffers.

www.klicksafe.de

Diese von der EU im Rahmen des „Safer Internet Action Plan“ geförderte Initiative zur Medienkompetenzvermittlung widmet sich auch der Thematik Werbung im Internet. Werbeformen werden näher erklärt und Möglichkeiten aufgezeigt, wie die Darstellung von Werbung in einem Browser unterbunden werden kann. Des Weiteren gibt es eine kurze Linksammlung zu ähnlichen Internetseiten, die Kindern Online-Werbung erklären.

www.mediasmart.de

Dieses Online-Portal setzt sich fast ausschließlich mit dem Thema Werbung auseinander. Kinder, Eltern und Lehrer können erfahren, wie und wozu Werbung gemacht wird und woran man sie erkennen kann. Die Website wird vom Verein Mediasmart e.V. betrieben, der auch begleitende Unterrichtsmaterialien zur Werbekompetenzvermittlung entwickelt hat.

www.handywissen.info

Diese Initiative der Landesstelle Kinder- und Jugendschutz Sachsen-Anhalt e.V. ist ein Aufklärungsprojekt rund um das Thema Mobiltelefone und thematisiert in diesem

Zusammenhang auch Werbung. Die verschiedenen Formen von Handywerbung werden analysiert und Problembereiche angesprochen.

13. Bitte stellen Sie alle wichtigen, wirkungsvollen Initiativen in Ihrem Land/ Ihrer Region/ Ihrem Umfeld dar, die das Ziel verfolgen, eine kritische Masse von Inhalten, insbesondere Informationsmaterial, das Online zur Verfügung steht zu fördern. , Bitte stellen Sie alle wichtigen, wirkungsvollen Initiativen in Ihrem Land/ Ihrer Region/ Ihrem Umfeld dar, die das Ziel verfolgen, die aktive Beteiligung der Bürger an der virtuellen Informationsgesellschaft, wie beispielsweise nachrichtennahe Diskussionsforen, nutzergenerierte Datenbanken/Nachschlagewerke. zu intensivieren.

Auch hier muss in erster Linie auf die Initiative „Klicksafe“ verwiesen werden, welche den expliziten Auftrag hat, die deutschlandweiten medienpädagogischen Aktivitäten zu vernetzen. Auf der Website der Initiative werden zu diesem Zweck u.a. online zur Verfügung stehende Materialien einzelner medienpädagogischer Einrichtungen in das eigene Angebot eingebunden bzw. es wird auf die entsprechenden Angebote verlinkt.

Auf Ebene der einzelnen Bundesländer sind hier, wie ebenfalls bereits unter Frage 9 erwähnt, die einzelnen Landesmedienanstalten zuständig.

Im Bereich der Förderung einer aktiven Beteiligung der Bürger durch Diskussionsforen und nutzergenerierte Datenbanken sind uns keine Beispiele bekannt.

14. Sollte Ihrer Meinung nach Medienkompetenz auch Initiativen umfassen, die das Bewusstsein von Urheberrechtsfragen verbessern helfen? (Siehe hierzu: Charter on Film online).

Die Vermittlung von Kenntnissen zum Thema Urheberrecht sollte einen wesentlichen Bestandteil von Projekten zur Förderung von Medienkompetenz bilden. Vor allem im Internet werden regelmäßig – nicht zuletzt aus Unkenntnis - Urheberrechtsverstöße begangen, auch durch Kinder und Jugendliche. Aus diesem Grund werden auf www.internauten.de in der Rubrik „Fair im Netz“ Informationen zum Thema Urheberrecht und ein Comic, der sich mit dem unerlaubten Kopieren von Software beschäftigt, bereit gehalten.

Auch die Materialien des Internauten-Medienkoffers greifen das Thema Urheberrecht auf.

15. Dank der Möglichkeit, Informationen mit Hilfe von Suchmaschinen ausfindig zu machen, ist der Zugang zu Informationsquellen so gut wie unbegrenzt. In der weltweiten Online-Informationsgesellschaft ist es von entscheidender Bedeutung, die Art und Weise wie diese Suchmaschinen (Prioritätensetzung and Einordnung der Quelle) funktionieren, zu verstehen, Informationsquellen zu prüfen und Meldungen und Kommentare, die nicht von bekannt zuverlässigen Websites stammen, entsprechend einordnen zu können. Bitte stellen Sie alle zur kritischen

Nutzung der Suchmaschinen und der Evaluierung der Quellen und Inhalte hilfreichen Projekte kurz dar.

Auch in diesem Bereich hält die Website www.internauten.de wesentliche Informationen für Kinder, Eltern und Lehrer bereit. Es gibt eine eigene Mission zum Thema, die aus einem Comic, Wissenstexten und einer Suchmaschinensimulation besteht, mit der trainiert werden kann, wie Suchmaschinen effektiv genutzt werden können, und worin sich sinnvolle Suchergebnisse von Spam und Links zu Websites mit Dialern o.ä. unterscheiden.

Auch dieses Thema wurde in den Materialien des Medienkoffers berücksichtigt.

Im Februar 2005 wurde unter dem Dach der FSM die Freiwillige Selbstkontrolle Suchmaschinen gegründet. In dieser weltweit einmaligen Initiative haben sich die Unternehmen AOL Deutschland, Google Inc., LYCOS Europe, MSN Deutschland, t-info, Deutsche Telekom AG, T-com und Yahoo! Deutschland zusammengeschlossen, um sich gemeinsam für den Jugendmedien- und Verbraucherschutz einzusetzen. Auf der Website der FSM (www.fsm.de) werden in einer eigenen Rubrik wesentliche Informationen zum Thema Suchmaschinen angeboten. Weiterhin halten die der Selbstkontrolle angeschlossenen Anbieter auf ihren Websites wichtige Suchtipps und Hintergrundinformationen zur Funktionsweise von Suchmaschinen für Nutzer bereit.