

## ARD young reporter und ARD Jugendmedientag – zwei Praxisbeispiele

# Auftrag und Verantwortung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Medienkompetenz als gesamtgesellschaftliche Aufgabe

Von Dietmar Schiller\* und Nikos Seele\*\*

Medienkompetenz und Medienbildung als Aufgaben für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Der immer noch gültige Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 8. März 2012 sieht die Entwicklung von Medienkompetenz durch Medienbildung als eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe an. Unter anderem beschränke „mangelnde Medienkompetenz“ (1) die Möglichkeiten des Einzelnen zur politischen Mitwirkung und kulturellen Partizipation. Zu diesem Ergebnis kommt auch die Studie „Quelle: Internet“?. (2) Die These von Alexander Sänglerlaub, einem Autor der Studie: Je schlechter Nutzer Nachrichten verstehen und einordnen können, desto empfänglicher sind sie für Fake News und Populismus. Das birgt Risiken, die zur Gefahr für die Demokratie werden könnten. (3)

Die „selbstbestimmte, aktive und demokratische Teilhabe an Politik, Kultur und Gesellschaft“ bildet eine Schnittstelle zur Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. (4) Gemäß dem Programmauftrag hat dieser „als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen“. (5)

Der Begriff „Medienkompetenz“ selbst wird im Medienstaatsvertrag (MStV) im Kontext der Telemedienangebote eingeführt. Es gelte, die „technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten“ zu fördern. (6) Dazu gehören unter anderem Angebote, die der Vermittlung von Medienkompetenz dienen, wie zum Beispiel die Aufklärung über Möglichkeiten und Gefahren der Internetnutzung und die praktische Heranführung an Funktionsweisen. (7) Außerdem gilt es, insbesondere Kinder auf die Internetnutzung vorzubereiten. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat damit nicht nur die Aufgabe, verlässliche Informationen anzubieten. Er soll gleichzeitig kundiger, medienkompetenter Begleiter und Ausbilder für die generelle Nutzung des Internets sein.

Vor dem Hintergrund dieses Handlungsrahmens bedeutet Medienkompetenz für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Förderung gesellschaftlicher Teilhabe im Kontext einer verantwortungsvollen Pro-

gramm- und Mediennutzung. Daraus erwächst ein wichtiges Aufgabenspektrum.

### Kurz und knapp

- Medienkompetenz ist eine wichtige Voraussetzung für die politische und kulturelle Partizipation.
- Zahlreiche nationale und internationale Initiativen widmen sich deshalb der Vermittlung von Medienkompetenz in allen gesellschaftlichen Gruppen.
- Mit dem ARD-Jugendmedientag und den ARD young reporter sowie einer Vielzahl weiterer Angebote widmet sich die ARD diesem Thema.
- Der öffentlich-rechtliche Rundfunk nimmt damit den im Medienstaatsvertrag formulierten Auftrag wahr, mediale Teilhabe zu ermöglichen.

Mit der Differenzierung und Vervielfachung der Medienangebote und Ausspielwege stellt sich verstärkt die Frage nach neuen Vermittlungsformen von Medienwissen, das die Medienkompetenz in den Mittelpunkt rückt. Denn um aktiv an der Gestaltung unserer demokratischen Gesellschaft mitwirken zu können, sind mediale und digitale Teilhabe zentrale Voraussetzungen.

Der sinngemäß wiedergegebene Leitsatz von Niklas Luhmann von 1995, dass alles, was wir über unsere Gesellschaft wissen, wir durch die Massenmedien wissen, hat in der digitalen Mediengesellschaft enorm an Bedeutung gewonnen. Luhmann ergänzt allerdings: „Andererseits wissen wir über die Massenmedien, dass wir diesen Quellen nicht trauen können. Wir wehren uns mit einem Manipulationsverdacht, der aber nicht zu nennenswerten Konsequenzen führt, da das den Massenmedien entnommene Wissen sich wie von selbst zu einem selbstverstärkenden Gefüge zusammenschließt.“ (8)

Der daraus erwachsende Umstand ist für die Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz als gesamtgesellschaftliche Aufgabe zentral. Nur durch das Zusammenwirken unterschiedlicher verantwortungsvoller Akteure und Institutionen kann dieser medialen Herausforderung begegnet werden. Die zahlreichen Angebote der Landesmedienanstalten und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks tragen hierzu in besonderer Weise bei.

Neue Vermittlungsformen von Medienwissen gesucht

\* rbb Unternehmensplanung.

\*\* ARD-Medienkompetenzprojekte (SWR).

Jugendliche als zentrale Zielgruppe der Medienkompetenzvermittlung

Medienkompetenz im öffentlich-rechtlichen Rundfunk bezieht sich dabei auch auf ein speziell an Jugendliche gerichtetes Angebot, das „inhaltlich die Lebenswirklichkeit und die Interessen junger Menschen als Zielgruppe in den Mittelpunkt stellt und dadurch einen besonderen Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags nach § 26 leisten“ soll. (9) Weiterhin heißt es im Medienstaatsvertrag: „Das Jugendangebot soll journalistisch-redaktionell veranlasste und journalistisch-redaktionell gestaltete interaktive Angebotsformen aufweisen und Inhalte anbieten, die die Nutzer selbst zur Verfügung stellen.“ (10) Insofern liegt ein Programmschwerpunkt in der Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz für Jugendliche. Deshalb haben ARD und ZDF ihre Angebote und Vermittlungswege – vorwiegend für junge Menschen – stetig ausgebaut und den wachsenden Herausforderungen angepasst. Das Content-Netzwerk funk für 14- bis 29-jährige und der KiKa für die Altersgruppe von drei bis 13 Jahren tragen zur Erfüllung des Auftrags maßgeblich bei.

Das journalistische Nachwuchs- und Medienkompetenzangebot ARD young reporter für Schülerinnen und Schüler ab 14 Jahren im Rahmen der ARD-Themenwoche „WIR – Was die Gesellschaft zusammenhält“ (5. bis 12. November 2022) und der ARD-Jugendmedientag (JMT) am 15. November 2022 sind zwei Beispiele, mit denen die ARD Medienkompetenz fördert.

Was ist Medienkompetenz?

Die ARD bezieht sich in ihrem Medienkompetenzbegriff auf den Medienpädagogen Dieter Baacke, der vier Unterbereiche definiert hat: Medienkunde, Medienkritik, Mediennutzung und Mediengestaltung. (11) Mit Medienkunde ist das Wissen über Medien gemeint, das auch die technische Bedienkompetenz einschließt. Medienkritik meint vor allem die Fähigkeit, Medien einschätzen und beurteilen zu können. Mit am wichtigsten ist für Baacke die Mediennutzung im Sinne einer aktiven und produktiven Medienarbeit. Mediengestaltung meint schließlich die kreative Dimension. Für den Bildungssoziologen Joachim Weiner indes ist die von den Bürgerinnen und Bürgern eingeforderte Medienkompetenz inhaltlich und begrifflich derart unbestimmt, dass niemand genau wisse, was ihm eigentlich abverlangt werde. (12) Die unterschiedlichen Definitionen und Ansätze zur Medienkompetenz tragen sicherlich dazu bei. (13) Das sieht der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen ähnlich und möchte zunächst die gesellschaftliche Bildungsherausforderung, die aus der Digitalisierung erwächst, verstanden wissen. Er ruft dazu auf, sich von den „kleinformatigen Didaktik- und Medienkompetenz-Programmen zu lösen“. (14) Es gelte vielmehr, mithilfe eines eigenen Faches an Schulen (Mediengeschichte, Medienpraxis, Machtanalyse und angewandte Irrtumswissenschaft), ein

„redaktionelles Bewusstsein“ zu schaffen. Die Ideale des Qualitätsjournalismus müssten zur Ethik der Allgemeinheit werden. (15) Hier setzt das Projekt „Digitales Deutschland“ des Instituts für Medienpädagogik (JFF) an. Es erhebt und verarbeitet Daten darüber, welche Medien- und Digitalkompetenzen die Bevölkerung angesichts der Digitalisierung für ein souveränes Leben benötigt. (16)

Einen sehr pragmatischen Zugang zur Vermittlung von Medienkompetenz wählt die Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW). Es gehe vor allem darum, dass junge Menschen „sicher durch die digitale Informationsflut navigieren, Fake News erkennen und verantwortungsvoll mit Daten umgehen können“. (17)

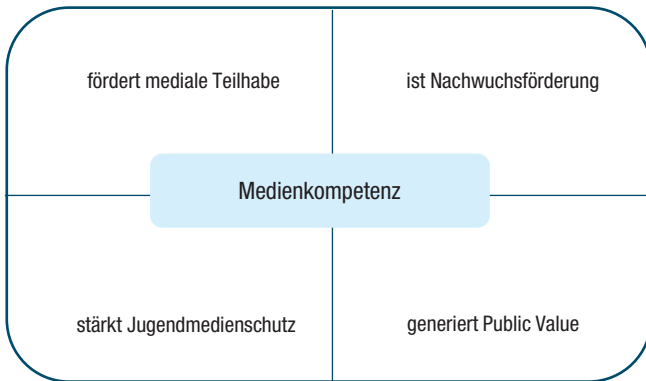
Die Clearingstelle Medienkompetenz sieht überdies in der aktiven Medienarbeit (18) den „Königsweg der Medienpädagogik“. (19) Wer selbst ein Medienprodukt erstellt, gewinnt einen vertieften Einblick in die Gestaltungsprozesse. Wichtige Bestandteile der aktiven Medienarbeit seien ferner ein Gruppenerlebnis, an deren Ende die Präsentation eines selbst erstellten Medienproduktes steht. Für Bernd Schorb hat die aktive Medienarbeit zudem zahlreiche positive Auswirkungen auf die Persönlichkeit und führt zu einem „umfassenderen Verständnis von gesellschaftlicher Wirklichkeit“. (20)

Trotz unterschiedlicher Vorstellungen darüber, wie der Weg zur Medienkompetenz gestaltet sein muss, ist ein Einvernehmen erkennbar, insbesondere junge Menschen auf ihrem Weg in die Medienmündigkeit zu begleiten und diese Aufgabe gesamtgesellschaftlich zu begreifen. Die Vielzahl und Vielfalt der Medienkompetenzangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks lassen erkennen, dass sich auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Verantwortung sieht, einen Beitrag zu leisten.

Die Vermittlung von Medienkompetenz ist gleichermaßen eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung und Aufgabe, zumal der bewusste und kompetente Umgang mit Medien ein wichtiger Zugang zur medialen Teilhabe ist. (21) Beide, mediale wie digitale Teilhabe, sind Grundvoraussetzungen für gesellschaftliche Teilhabe. Durch die grundlegende und mitunter asynchrone digitale Umwälzung gesellschaftlicher Prozesse und Bereiche bedarf es großer Anstrengungen, die ohnehin schon bestehende digitale Kluft nicht größer werden zu lassen. (22) Gesellschaftliche Teilhabe bedeutet, dass möglichst viele Menschen aktiv an der Gestaltung unseres demokratischen Gemeinwesens mitwirken können – lokal, regional, landesweit oder auf europäischer Ebene. Medienkompetenz als Schlüssel zur medialen und somit zur gesellschaftlichen Teilhabe kommt dabei eine herausragende Rolle zu, um den Zusammenhalt innerhalb des Gemeinwesens zu stärken.

Medienkompetenz als Schlüssel zur medialen und gesellschaftlichen Teilhabe

Abbildung 1  
Medienkompetenz als gesamtgesellschaftliche Aufgabe –  
strategische Zielsetzungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk



Quelle: Eigene Darstellung.

Jürgen Habermas stellt 2022 in seiner Neubewertung des 1962 erschienenen „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (23) fest: „Die Selbstermächtigung der Mediennutzer ist der eine Effekt; der andere ist der Preis, den diese für die Entlassung aus der redaktionellen Vormundschaft der alten Medien bezahlen, solange sie den Umgang mit den neuen Medien noch nicht hinreichend gelernt haben. Wie der Buchdruck alle zu potenziellen Lesern gemacht hatte, so macht die Digitalisierung heute alle zu potenziellen Autoren. Aber wie lange hat es gedauert, bis alle lesen gelernt hatten?“ (24) Diese hypothetische Frage unterstreicht die Relevanz, flächendeckend und niedrigschwellig Medienkompetenz zu fördern. Was unter Medienkompetenz verstanden werden kann und welche Dimensionen sie umfasst, wurde eingangs dargelegt. Verkürzt kann unter Medienkompetenz die Fähigkeit verstanden werden, eigenständig, selbstverantwortlich und kritisch Medien und deren Inhalte einzuordnen und zu nutzen. Medienkompetenz umfasst verschiedene Dimensionen: kognitiv, moralisch, sozial, affektiv, ästhetisch und handlungsbezogen. (25)

Zielvorgaben für Medienkompetenzförderung im ö.-r. Rundfunk

Auf Grundlage der Aufgabenstellung und der Dimensionen von Medienkompetenz lassen sich folgende vier strategische Zielsetzungen ableiten, die insbesondere für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk relevant sind: Mediale Teilhabe, Nachwuchsförderung, Jugendmedienschutz und Public Value (vgl. Abbildung 1).

Public Value ist unmittelbar mit dem Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verbunden, weil dessen originärer Integrationsauftrag die Herstellung von Gemeinsinn und Gemeinwohl ist. (26) Der dadurch generierte Mehrwert (Public Value) erfolgt vorwiegend über das Programm und den damit verbundenen Dialog und Partizipationsmöglichkeiten. Me-

dienkompetenzangebote fördern konkret und nachhaltig mediale Teilhabe und generieren somit einen Mehrwert für die Gesellschaft, weil dadurch Meinungsppluralismus und die demokratische Kommunikation gestärkt werden. Hierzu trägt maßgeblich auch die journalistische Nachwuchsförderung bei, die bei den Landesrundfunkanstalten der ARD auf vielfältige Weise betrieben wird. Beispiele für journalistische Nachwuchsangebote sind WDR grenzenlos Talentwerkstatt (27), MDR fresh (28) oder rbb Sommerakademie Vielfalt. (29)

Ziel und Aufgabe des Jugendmedienschutzes in Deutschland ist es, „Einflüsse der Erwachsenenwelt, die nicht dem Entwicklungsstand der Minderjährigen entsprechen, von diesen fernzuhalten und Kinder und Jugendliche so bei ihrer Persönlichkeitsentwicklung zu unterstützen“. (30) Dabei ist der unterschiedliche Grad der Beeinträchtigung bzw. Gefährdung der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu berücksichtigen. Im Bereich des Jugendschutzes wird von erzieherischem, (31) strukturellem (32) und gesetzlichem (33) Jugendschutz gesprochen, was sich auch auf den Jugendmedienschutz übertragen lässt. Während der strukturelle Jugendschutz darauf ausgerichtet ist, Gefährdungen durch wirksame Vorsorgemaßnahmen zu unterbinden, versucht der erzieherische Jugendschutz über Gefährdungen aufzuklären und zur Bewältigung anzuleiten. (34) Der Jugendschutz zielt also nicht nur darauf ab, Kinder und Jugendliche vor Gefahren zu „bewahren“, sondern sie auch im Umgang mit Gefahren zu wappnen und zu „befähigen“. (35) Der Bereich des erzieherischen Jugendschutzes bildet damit eine Schnittmenge zur Entwicklung und Förderung von Medienkompetenz. Und schließlich sollen Jugendschutzgesetze Rechtssicherheit geben und auch durchsetzbar sein. (36)

Instrumente des institutionellen Jugendmedienschutzes

Bei der Kategorisierung lassen sich schwer jugendgefährdende Medieninhalte bzw. absolut unzulässige Inhalte, (37) die mit Ausnahme der einfachen Pornografie auch Erwachsenen nicht zugänglich gemacht werden dürfen, von den relativ unzulässigen Inhalten (nur für Erwachsene zulässig) und den jugendbeeinträchtigenden bzw. entwicklungsbeeinträchtigenden Medieninhalten (38) unterscheiden. Die Zuständigkeiten sind so aufgeteilt, dass der Bund für die Trägermedien (Kino, DVD, Computerspiele) zuständig ist und Fernsehen, Internet und Online-spiele in den Kompetenzbereich der Länder fallen. (39)

Im Gegensatz zu klassischen Medienanbietern scheinen die Sicherheitsvorkehrungen im Internet noch nicht ausreichend zu sein. Im Kino bedarf es im Zweifel eines Ausweises, im Fernsehen dürfen bestimmte Sendungen erst zu einem späteren Zeitpunkt (20 Uhr und 22 Uhr) ausgestrahlt werden. Ton-

und Bildträger sowie Computerspiele verfügen immerhin über Alterskennzeichen, auch wenn sie nicht mit pädagogischen Empfehlungen verwechselt werden dürfen. (40) Der Jahresbericht 2021 von Jugendschutz.net stellt dagegen fest, dass es bei den untersuchten Social-Media-Diensten immer noch keine verlässliche Altersprüfung gibt. (41) Und die Untersuchung von vier Parental-Control-Apps habe ergeben, „dass deren Funktionen keinen wirksamen Schutz bieten“ und sich „Erziehungsverantwortliche in einer Scheinsicherheit“ wägen. (42) Hinzu kommt, dass Internetangebote aus dem Ausland die Arbeit deutscher Jugendschutzinstitutionen zusätzlich erschweren. Die Reform des Jugendschutzgesetzes soll hier eine konsequentere Rechtsdurchsetzung ermöglichen. (43)

#### Internationale Medienkompetenzinitiativen

Medienkompetenz ist seit längerem zu einem eigenständigen medienpolitischen Handlungsfeld angewachsen mit zahlreichen internationalen und nationalen Akteuren. (44) Die UNESCO fördert Medienkompetenz (Media and Information Literacy) auf globaler Ebene. (45) Auf europäischer Ebene sind verschiedene Institutionen aktiv, unter anderem der Europarat, (46) die Europäische Kommission, (47) die EBU (48) (European Broadcasting Union) und die EPRA (European Platform of Regulatory Authorities) (49), in der unter anderem die Landesmedienanstalten organisiert sind.

Mit der Initiierung der ersten „Global Media and Information Literacy Week“ 2011 setzte die UNESCO Medienkompetenz auf die Agenda. (50) Die Europäische Kommission veranstaltet seit 2019 eine European Media Literacy Week, zeitgleich zur UNESCO-Medienkompetenzwoche. (51) Bereits 2016 hatte die EU für eine umfassende Studie zur Medienkompetenzförderung rund 550 Medienkompetenzprojekte EU-weit identifiziert und bewertet. (52)

Ein wegweisendes Beispiel für Medienkompetenzvermittlung als gesamtgesellschaftliche Aufgabe ist die Australian Media Literacy Alliance (AMLA), an der sich auch ABC Education, das von der ABC verantwortete öffentlich-rechtliche Bildungsangebot, beteiligt. (53) Die AMLA, 2020 gegründet, betont in ihrem Selbstverständnis die damit verbundenen Anstrengungen für ein lebenslanges Lernen, vor allem für jene, die anfällig für Desinformation oder digitale Exklusion sind. (54) Die AMLA führt parallel zur jährlichen UNESCO-Woche australienweit Workshops und Diskussionsveranstaltungen durch. (55) Für Anfang 2023 ist in Zusammenarbeit mit META Australia ein Australian Media Literacy Summit geplant. (56)

Die genannten Beispiele zeigen den hohen Bedarf und die große Aktivität bei der Förderung und Vermittlung von Medienkompetenz. Medienkompetenz ist überall erforderlich und muss die Menschen dort

erreichen, wo sie medial unterwegs sind. Präsenzangebote vor Ort sind genauso wichtig wie virtuelle Angebote. Sie sollten gleichermaßen niedrigschwellig, barrierefrei und diversitätssensibel sein.

Auch wenn ein Großteil der Angebote Kinder und Jugendliche in den Blick nimmt, um jungen Menschen den eigenständigen und reflektierten Umgang mit Medien nahezubringen, muss Medienkompetenz als gesamtgesellschaftliche Aufgabe prinzipiell alle Menschen erreichen. Aus diesem Verständnis umfasst Medienkompetenzvermittlung unterschiedliche Angebote für alle Altersgruppen, für Menschen mit physischen, psychischen und kognitiven Beeinträchtigungen ebenso wie für Personengruppen mit Einwanderungsgeschichte und unterschiedlichen Sprachniveaus. Angebote von Volkshochschulen, Bibliotheken und Senioreneinrichtungen sind hierbei wichtige Bausteine, um Menschen mit geringeren Zugangschancen und Fertigkeiten die digitale und mediale Teilhabe zu ermöglichen. (57) Initiativen wie Schau Hin, (58) Stiftung Zuhören (59) und Stiftung Lesen (60) bilden mit ihren Angeboten und Diskussionsbeiträgen wichtige Brücken zwischen Medienkompetenz und Jugendmedienschutz.

Das ist auch bei den Landesmedienanstalten der Fall. Sie führen zahlreiche Projekte zur Förderung von Medienkompetenz durch und verfügen mit der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) über ein eigenes Organ. (61) Im „Jugendschutz- und Medienkompetenzbericht“ finden sich eine Reihe von Best-Practice-Beispielen aus allen Bundesländern sowie wissenschaftliche Einordnungen zu aktuellen Fragestellungen. Zudem werden Einblicke in die Regulierungspraxis gegeben. (62) Die Voraussetzung dafür, dass sich die Medienanstalten im Bereich der Medienkompetenzförderung engagieren können, schafft der Medienstaatsvertrag, der eine Verwendung der Mittel aus dem Anteil der Rundfunkbeitragsbeiträge vorsieht. (63)

#### Angebote zur Förderung von Medienkompetenz in der ARD

Alle in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten widmen sich auf vielfältige Weise der Vermittlung von Medienkompetenz. Mit „so geht MEDIEN“ hat der Bayerische Rundfunk zudem eine gemeinsame Medienkompetenzinitiative von ARD, ZDF und Deutschlandradio ins Leben gerufen. (64) Auf der Internetseite von „so geht MEDIEN“ finden sich Unterrichtsmaterialien, Erklärvideos und -audios für Schülerinnen und Schüler im Alter von 12 bis 16 Jahren zum kostenlosen Download. Neu sind Unterrichtsmaterialien für Grundschulen, die in Kooperation mit KiKA (Team Timster) entstanden sind. (65) Auch Planet Schule (66) und der KiKA beteiligen sich mit eigenen und gemeinsamen Medienkompetenzprojekten.

Medienkompetenzvermittlung für alle gesellschaftlichen Gruppen relevant

Zahlreiche Angebote im ARD-Senderverbund

Tabelle 1  
Medienkompetenzangebote der ARD für verschiedene Zielgruppen  
Beispiele

	Medienkunde	Medienkritik	Mediennutzung	Mediengestaltung	Unterrichtsmaterialien für Lehrerinnen und Lehrer
Primarbereich/Grundschule	Checker Tobi: Der Radio-Check (KiKA)	Mama, Papa: Legt das handy weg! (BR)	Sendung mit der Maus zum Krieg in der Ukraine (WDR)	Der Fotografie-Check (KiKA)	"so geht MEDIEN" Grundschule (BR)
	SWR Dschungeltour Online (SWR)	Betrug im Netz (KiKA)	1 x 1 für tolle Bilder (BR)	Hörspiel zum Selbermachen (NDR)	Dschungeltour: Material für Medienkompetenz (SWR)
	Geschichten erfinden mit der Knieztsche-App (SWR/WDR)	Cybermobbing (KiKA)	Der Internet-Check (KiKA)	Wie entsteht ein Podcast? (rbb)	SWR Mediendetektive im Grundschulalter (SWR)
	Wissen macht Ah! Zum Thema Algorithmen (WDR)	NDR Info MIKADO macht Schlau! (NDR)	Altersfreigabe für Spiele (KiKA)	Ohrenspitzer (SWR)	Medientrixx: Medienbildung in der Grundschule (SWR)
	Die Sendung mit der Maus erklärt Medienbegriffe (WDR)	SWR Fakefinder Kids (SWR)	Handykameras (KiKA)	Hörspielbaukasten (SWR/WDR)	Medienrechte für Kinder (SWR)
			Elli Online erkundet die Medienwelt (SWR/WDR)	Programmieren mit der Maus (WDR)	Elli Online: Unterrichtsmaterial (SWR/WDR)
					Medien selber machen mit Tablets (SWR/WDR)
					WDR Kinderführung (WDR)
				WDR Kinderstudio (WDR)	
Weiterführende Schulen	Einfach erklärt: Social-Media-Inhalte, Influencer Business (NDR)	ZAPP-Serie "Unboxing Media" (NDR)	Krieg in den sozialen Medien („Tagesschau“)	Krieg in den sozialen Medien („Tagesschau“)	BR macht Schule – Lehrerfortbildungen (BR)
	Moderieren (SWR3, KiKA, Tigerenten Club)	In-App-Käufe (NDR)	Fakt oder Fake (BR)	Fakt oder Fake (BR)	Der funk Lehrkraft-Newsletter (funk)
	Nachrichtenmachen bei "Logo" und der „Tagesschau“ (SWR)	Nachrichtenprofis in der Schule (SWR)	Unterrichtseinheit Handy (BR)	Unterrichtseinheit Handy (BR)	Unterrichtsmaterial-Module von einfach-Medien (NDR)
	„Tatort“: Wie der Krimi entsteht (SWR/WDR)	SWR Jugendworkshop: #WasMitMedien (SWR)	Jugendmedienschutz: What's Web (hr)	Jugendmedienschutz: What's Web (hr)	SWR Virtuell (SWR)
	so geht MEDIEN (BR)	Cyborg: Chancen + Risiken technischer Implantate (SWR/WDR)	Sichere Passwörter (NDR)	Sichere Passwörter (NDR)	SWR Mediendetektive (SWR)
	MDR Tweens (MDR)	Hass im Netz (WDR)	Datenschutz im Internet (SWR)	Datenschutz im Internet (SWR)	Medienrechte für Kinder (SWR)
		Von Cybermobbing bis Smartphone-Sucht (funk)	Urheberrecht (SWR)	Urheberrecht (SWR)	Fakefinder School (SWR)
		MDR MEDIEN360G – Portal für Medienthemen (MDR)	Spielsucht (SWR/WDR)	Spielsucht (SWR/WDR)	Medien selber machen mit Tablets (SWR/WDR)
				Berufseinblicke: Journalisten/-innen im Fokus (WDR)	
				WDR STUDIO ZWEI – Die Medienwerkstatt (WDR)	

(Fortsetzung)

Zwei Beispiele für ARD-übergreifende Medienkompetenzangebote sind das journalistische Nachwuchs- und Medienkompetenzangebot ARD young reporter für Schülerinnen und Schüler ab 14 Jahren sowie der ARD Jugendmedientag (JMT), der 2022 bereits zum vierten Mal stattfinden konnte, und damit auch während der Pandemie (vgl. Tabelle 1).

Häufigster Adressat für Medienkompetenzprojekte sind Lehrkräfte an weiterführenden Schulen und Grundschulen. Wobei viele der Projekte sowohl im schulischen als auch im außerschulischen Bereich eingesetzt werden können. Unterrepräsentiert sind explizite Medienkompetenzangebote für über 20-Jährige mit Ausnahme der Lehrkräfte und Eltern. Andererseits werden Medienthemen im Programm behandelt, zum Teil mit eigenen Sendungen und Re-

Schulischer Schwerpunkt



Tabelle 1  
Medienkompetenzangebote der ARD für verschiedene Zielgruppen (Fortsetzung)  
Beispiele

	Medienkunde	Medienkritik	Mediennutzung	Mediengestaltung
Medienkompetenz für Eltern	Kinder & Medien (WDR)	Verschwürungsmythen (BR)	Unterrichtseinheit Handy (BR)	Videos drehen wie ein Medienprofi (BR)
	Meinungsvielfalt für die Demokratie (BR)	Fakefinder School (SWR)	Soll ich mit meinem Kind über Krieg sprechen? (SWR)	Tutorial: Moderieren vor der Kamera (BR)
	Team Timster – Medienwissen für Eltern (KiKA)	Faces, Filmreihe gegen Mobbing (SWR/WDR)	Wunderwiegwam – der Kinderpodcast (hr)	How to Instagram (hr)
	Meiner, deiner, unser Rundfunk (MDR)	Cyborg: Chancen + Risiken technischer Implantate (SWR/WDR)	Kindheit digital (MDR)	How to Video (hr)
	Knietzsche-App (SWR/WDR)	Hass im Netz (WDR)	Digital Detox (MDR)	
	„Tatort“: Wie der Krimi entsteht (SWR/WDR)	Television – Studien rund um TV, Medien, Kinder (BR)	Smartphone-Regeln (SWR)	
	Unterrichtsmaterial Medienberufe (WDR)			
	Augmented Reality (WDR)			
Medienkompetenz für alle	Sicher online einkaufen (BR)			
	Kritik an Video-Tools wie Skype und Zoom (Deutschlandradio)			
	Machen Medien gewalttätig? (ARD.de)			
	Extremismus im Netz erkennen (BR)			
	Cybermobbing (BR)			
	Darknet (MDR)			
	Instagram-Algorithmus (NDR)			
	Tik Tok: Erfolg auch China (Deutschlandradio)			
	Zoom und Co. schaden unseren Großeltern (Deutschlandradio)			
	Für Ältere fehlen digitale Angebote (Deutschlandradio)			
	Partnersuche im Internet: Tipps gegen Abzocke (NDR)			

Quelle: Darstellung auf Basis der ARD-Seite „Medienkompetenz stärken“:  
<https://www.ard.de/die-ard/medienkompetenz/Gemeinsam-Medienkompetenz-staerken-Ein-Angebot-der-ARD-100/>

daktionen. Beispielhaft seien hier das „Medienmagazin“ von radioeins des rbb aufgeführt, „Nach Redaktionsschluss“ und „@mediasres“ vom Deutschlandfunk oder „ZAPP“, das Medienmagazin des NDR-Fernsehens genannt.

ARD young reporter | Das journalistische Nachwuchsangebot rbb „young reporter“ für Jugendliche ab 14 Jahren gibt es seit 2020. Es fördert einerseits Medienkompetenz und mediale Teilhabe von jungen Menschen, andererseits ist es ein agiles Programmprojekt. 2021 kam der Bayerische Rundfunk (BR) hinzu. 2022 haben sich im Rahmen der ARD-Themenwoche „WIR – Was hält uns zusammen?“ vom 6. bis 12. November 2022 sechs Sender an ARD young reporter beteiligt. (67) Rund 30 Beiträge sind in diesem Jahr ARD-weit entstanden, abrufbar in der ARD Mediathek, (68) über die Webseite ARD.de (69) und die Onlineauftritte der teilnehmenden Sender. (70)

Mit dem Projekt young reporter macht die ARD junge Menschen ab 14 Jahren zu Reporterinnen und Re-

portern, die aus ihrer Perspektive und ihren Lebenswelten crossmedial zum Themenfeld Gemeinschaft und Zusammenhalt berichten konnten. Dafür stellten die Rundfunkanstalten Sendeplatz zur Verfügung – im Fernsehen, Radio, Online und in den sozialen Netzwerken.

Die Idee zu young reporter stammt von der British Broadcasting Corporation (BBC), die seit 2018 landesweit Schülerinnen und Schüler dazu aufruft, einen spannenden Beitrag für die BBC zu machen. Die Beitragsideen („Me and My World“) entstammen der Lebenswirklichkeit der Jugendlichen, die sich vom Alltag und von den Erfahrungen in vielfacher Hinsicht von der Welt der Erwachsenen unterscheiden. Deshalb ist BBC Young Reporter ein innovatives Format zur Abbildung gesellschaftlicher Vielfalt. BBC Young Reporter ist als Wettbewerb organisiert und heißt „BBC Young Reporter Competition“. Seit vier Jahren ersetzt BBC Young Reporter den langjährigen „BBC School Report“, um die diversen Lebenswelten junger Briten noch enger mit dem Programm zu

Tabelle 2

## Übersicht: ARD young reporter – Entwicklung und programmliche Verankerung 2020 bis 2022

	Beteiligung LRA	„Anzahl Bewerbungen“	young reporter	Ausspielweg (crossmedial)	Beitragsform	Themenvielfalt im Kontext der ARD Themenwoche	Sendezeit
2020	rbb	20	11	Fernsehen, Radio, Social Media	Magazin, Reportage, Podcast	#WIE LEBEN. BLEIBT ALLES ANDERS (rbb); Motto für young reporter: In welcher Welt willst Du leben?	Regionalprogramm
2021	BR, rbb	17	12	Fernsehen, Radio	Reportage, Magazin	Stadt.Land.Wandel (BR); Motto für young reporter: Happy places (BR), Stadt.Land.Wandel (rbb)	Regionalprogramme; Das Erste (Check Eins); Zulieferung BR
2022	BR, NDR, Radio Bremen, rbb, SWR, SR	100	30	Fernsehen, Radio, Social Media, Online	Magazin, Reportage, Social Media-Formate	WIR GESUCHT – Was hält uns zusammen? (SWR); Motto für young reporter: Deutschlandweit erzählen ARD young reporter von ihrem WIR-Gefühl	Regionalprogramme; Das Erste (Check Eins); Zulieferung BR, rbb, SR

Quelle: Eigene Darstellung.

verknüpfen. Beitragsideen der BBC Young Reporter (11 bis 18 Jahre) können über eine Upload-Plattform eingereicht werden. (71) Bewerben können sich die Schülerinnen und Schüler in zwei Alterskategorien: 11 bis 15 und 16 bis 18 Jahre. Preisgekrönt werden die besten Geschichten, die einen überraschenden und unverstellten Blick auf die Gesellschaft haben. Die steigende Zahl an Bewerbungen (2019: 1 500; 2020: 2 000; 2021: 2 500) belegt die hohe Resonanz dieser Initiative, die partizipativen Journalismus in den Mittelpunkt rückt und dadurch den Public Value fördert. Zusammen mit dem Vorgänger „School Report“ wurden bislang rund eine halbe Million Schülerinnen und Schüler erreicht. (72) Ein gestuftes Auswahlverfahren mit der BBC-Jury aus Programmverantwortlichen stellt sicher, dass die spannendsten Geschichten der Young Reporter ausgewählt wurden. Drei Kriterien sind hierfür besonders relevant: redaktioneller Wert, persönlicher Hintergrund, Originalität. Die Beitragsideen der Jugendlichen werden nach BBC-Standards und gemeinsam mit den jungen Ideengebern realisiert, die somit zugleich journalistisches Handwerkszeug und Medienkompetenz vermittelt bekommen.

Zum hundertjährigen Bestehen der BBC 2022 lud der britische Sender einhundert Schülerinnen und Schüler ein, im Rahmen von BBC Young Reporter ihre Geschichten zu realisieren. Mit mehr als 2 500 Bewerbungen war die Resonanz sehr groß. (73) Die Gewinner wurden live in der populären „The One Show“ im Beisein des BBC Director General Tim Davie bekannt gegeben. Hinzu kam ein einwöchiges BBC Young Reporter Festival mit Medienkompetenz- und Programmworkshops. (74) Weitere Programmideen werden im Laufe des Jahres programmlich umgesetzt. Integriert ist BBC Young Reporter in BBC

Teach, der Medienkompetenz- und Schulplattform der BBC. (75)

Im Vergleich zur BBC befindet sich das junge ARD-Angebot noch in der Konsolidierungsphase. Bis auf den Namen unterscheiden sich beide agile Programm- und Medienkompetenzprojekte sowohl in der programmlichen Verankerung als auch in der organisatorischen Umsetzung voneinander. Im Gegensatz zur BBC liegt bei ARD young reporter die Verantwortung bei den einzelnen Landesrundfunkanstalten. Dadurch wird die regionale Vielfalt gestärkt. Zudem besteht eine große Spannweite bei der operativen Durchführung dieses journalistischen Medienkompetenz- und Nachwuchsangebots und – damit verbunden – der programmlichen Anbindung. Dies bezieht sich beispielsweise auf die angebotenen Workshops, Medientrainings, die redaktionelle Betreuung und Themenvielfalt (vgl. Tabelle 2).

Mit dem ARD Jugendmedientag rief der Senderverbund erstmals am 11. und 12. November 2019 eine deutschlandweite Medienkompetenzaktion aus. Teilnehmen konnten Schülerinnen und Schüler aller Schulformen ab der achten Jahrgangsstufe. Die Jugendlichen sollten hinter die Kulissen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks blicken und eigene, praktische Medienerfahrungen sammeln können. In der ARD-Pressemitteilung vom 27. November 2019 heißt es: „In allen neun Landesrundfunkanstalten gaben Medienprofis hunderte Workshops. Die Jugendlichen produzierten ganze Fernsehbeiträge selbst, standen hinter der Kamera, arbeiteten als Social-Media-ReporterInnen, recherchierten, nahmen Hörspiele auf, hatten Live-Schalten zu ARD-Auslandskorrespondenten und vieles mehr.“

ARD-Jugendmedientag

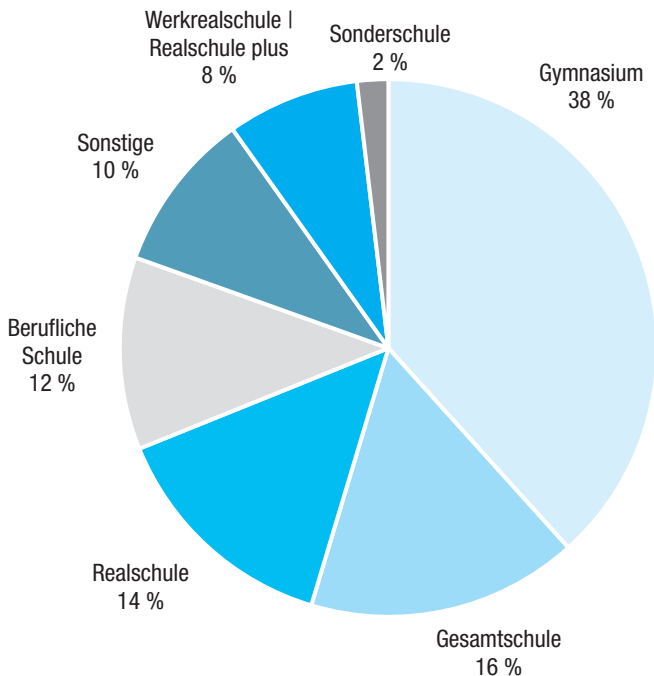
**Tabelle 3**  
**Beteiligung am ARD Jugendmedientag 2019 bis 2022**

ARD Jugendmedientag	Workshops ARD-weit	Präsentationskonzept
2019 11.-12.11.	Workshops vor Ort bei den neun ARD-Landesrundfunkanstalten ca. 2.500 Schüler und Schülerinnen <sup>1)</sup>	Präsenz
2020 10.11.	Präsenz- und Webworkshops sowie zwölf Webtalks mit bekannten Moderatorinnen und Moderatoren der ARD wie Pinar Atalay und Ranga Yogeshwar. ca. 15 Schüler und Schülerinnen <sup>2)</sup>	vorwiegend digital, vereinzelt Präsenz
2021 18.11.	Präsenz- und Webworkshops sowie drei Webtalks über Liebe, Wahrheit und „Behind the scenes“: Hauptstadtstudio, Weltspiegel, Tagesschau, Dahoam is Dahoam. ca. 17.000 Schüler und Schülerinnen <sup>3)</sup>	hybrid: Präsenz/digital
2022 15.11.	Präsenz- und Webworkshops sowie drei Webtalks über Vielfalt in den Medien, Pressefreiheit, Datensicherheit oder den Traumjob Influencing. ca. 12.500 Schüler und Schülerinnen <sup>4)</sup>	hybrid: Präsenz/digital

- 1) ARD-Pressemeldung vom 27.11.2019: <https://www.presseportal.de/pm/29876/4451759>, Basis; ARD-interne Auswertung.
- 2) <https://www.br.de/medienkompetenzprojekte/inhalt/jugendmedientag/jugendmedientag-2020-rueckblick-webtalks-web-praesenz-workshops-100.html>; Basis: ARD-interne Auswertung.
- 3) <https://www.br.de/medienkompetenzprojekte/inhalt/jugendmedientag/ard-jugendmedientag-2021-die-ard-war-live-im-klassenzimmer-100.html>; Basis: ARD-interne Auswertung.
- 4) <https://www.br.de/medienkompetenzprojekte/inhalt/jugendmedientag/ard-jugendmedientag-november-2022-fakten-fakes-deepfakes-100.html>; Basis: ARD-interne Auswertung.

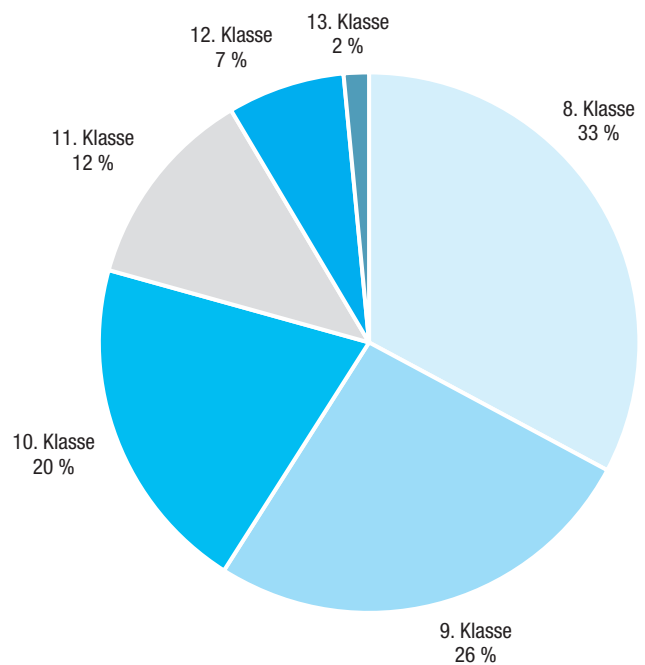
Quelle: Eigene Darstellung.

**Abbildung 2**  
**Jugendmedientag 2022 - Teilnehmende nach Schulart**



Quelle: ARD-interne Auswertung.

**Abbildung 3**  
**Jugendmedientag 2022 - Teilnehmende nach Klassenstufen**



Quelle: ARD-interne Auswertung.

Während der Pandemie gelang es, die Präsenzveranstaltung mit Webworkshops und Webtalks vorrangig ins Netz zu verlagern. (76) Auf diese Weise konnte der ARD-Jugendmedientag 2020 bis 2022 durch-

gängig stattfinden. Es ist davon auszugehen, dass die hybride Form aus Online- und Präsenzangeboten beim Jugendmedientag beibehalten wird (vgl. Tabelle 3 sowie Abbildungen 2 und 3).



Tabelle 4  
ARD Jugendmedientag und ARD young reporter im Vergleich

	ARD Jugendmedientag	ARD young reporter
Reichweite	hoch/viele	niedrig/wenige
Aufwand/Betreuungsintensität	hoch	hoch
Kontakt	virtuell, Kleingruppe	individuell, persönlich
Programmlicher Content	Nein	Ja
Schwerpunkt	Medienkompetenz/Medienwissen	Journalistische Kompetenz/Nachwuchsförderung
Fokus	bundesweit	regional

Quelle: Eigene Darstellung.

### Fazit

Breites Angebot an Medienkompetenzinitiativen bei der ARD

Der „ARD Jugendmedientag“ und „ARD young reporter“ vermitteln gleichermaßen, jedoch auf sehr unterschiedliche Weise, Medienkompetenz. ARD young reporter bringt deutschlandweit Medienprofis und junge Menschen ab 14 Jahren zusammen, die sich vorstellen können, als Journalistin oder Journalist zu arbeiten. Gemeinsam realisieren sie in unterschiedlichen Redaktionen crossmediale Beiträge, durch die ein authentischer Einblick in die Lebenswelten der Jugendlichen vermittelt wird. Im Gegenzug lernen die ARD young reporter, wie öffentlich-rechtlicher Journalismus funktioniert und wie wichtig dieser für die Gestaltung der pluralistischen Mediendemokratie ist.

Im Vergleich zu dieser spitzen Zielgruppe richtet sich der ARD Jugendmedientag an die breite Masse der Schülerinnen und Schüler. Nicht die Nachwuchsförderung steht im Vordergrund, sondern die Ausbildung eines „redaktionellen Bewusstseins“ der Jugendlichen. (77) Auf Seiten der ARD stellen sich Redakteurinnen und Redakteure sowie Medienverantwortliche an einem gemeinsamen Tag in den Dienst der Medienkompetenz und zeigen, wie sie arbeiten. Auf diese Art sollen Qualitätskriterien vermittelt werden, die Jugendliche bei der Medienproduktion und -rezeption selbst anwenden können (vgl. Tabelle 4).

Medienkompetenzangebote der ARD tragen zur gesellschaftlichen Teilhabe bei

Der ARD Jugendmedientag und ARD young reporter, vor allem aber die Vielzahl öffentlich-rechtlicher Angebote und Maßnahmen zur Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz, stärken den im Medienstaatsvertrag verankerten Auftrag, mediale Teilhabe zu ermöglichen. Trotz oder vielleicht auch aufgrund dieser öffentlich-rechtlichen Angebotsvielfalt fehlt es mitunter an Orientierung, passgenaue Angebote zu finden.

Ausbau weiterer Angebote wünschenswert

Denkbar wäre in diesem Zusammenhang die Bereitstellung einer ARD-Datenbank nach Vorbild der Medienkompetenzdatenbank der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb). (78) Dabei darf nicht vergessen werden, dass es auch Menschen gibt, die

nicht internetaffin sind und denen es dadurch schwerfällt, die passenden Angebote zu finden. Hierfür wäre ein „Medienkompetenzfinder“, der nicht nur online, sondern auch in gedruckter Form und in leichter Sprache erscheint, zu empfehlen, um auch auf weniger bekannte und diversitätssensible Angebote hinzuweisen und diese übersichtlich zu bündeln.

### Anmerkungen:

- 1) Vgl. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 8.3.2012: Medienbildung in der Schule, S. 4. Online abrufbar unter: [https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2012/2012\\_03\\_08\\_Medienbildung.pdf](https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2012/2012_03_08_Medienbildung.pdf) (abgerufen am 9.1.2023).
- 2) Vgl. Meßmer, Anna-Katharina/Alexander Sänglerlaub/ Leonie Schulz: Studie „Quelle: Internet“?, März 2021, Stiftung Neue Verantwortung. Online abrufbar unter: [https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/studie\\_quelleinternet.pdf](https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/studie_quelleinternet.pdf) (abgerufen am 9.1.2023).
- 3) Vgl. Videobeitrag von Lars Sänger, MDR 360G: „Medienkompetenz. Wie wenig Deutsche über Medien & Journalismus wissen“, 9.3.2022, Min 3:49 - 4:02. Online abrufbar unter: <https://www.mdr.de/medien360g/medienwissen/medienkompetenz-der-schluesel-zur-welt-102.html> (abgerufen am 9.1.2023).
- 4) Vgl. Beschluss der Kultusministerkonferenz (Anm. 1).
- 5) Vgl. Medienstaatsvertrag (MStV), § 26 Auftrag, Absatz 1, Satz 1. Online abrufbar unter: <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/dokumentation/> (abgerufen am 9.1.2023).
- 6) Vgl. ebd., § 30, Abs. 3, Satz 1: „Durch die zeitgemäße Gestaltung der Telemedienangebote soll [...] die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden.“
- 7) Vgl. Held, Thorsten: In: Beck'scher Kommentar zum Rundfunkrecht, 4. Auflage, München, 2018, S. 595, RN 15 und S. 609, RN 82.
- 8) Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. Opladen (Westdeutscher Verlag), S. 9.
- 9) Vgl. Medienstaatsvertrag (Anm. 5), § 33 Jugendangebot, Absatz 1 und 2.
- 10) Vgl. Medienstaatsvertrag (Anm. 5), § 33 Jugendangebot, Absatz 1, Satz 4 sowie Absatz 2: „Zur Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Zielgruppe ist das Jugendangebot inhaltlich und technisch dynamisch und entwicklungssoffen zu gestalten und zu verbreiten. Dazu soll auch durch eine zielgruppengerechte interaktive Kommunikation mit den Nutzern sowie durch verstetigte Möglichkeiten ihrer Partizipation beigetragen werden.“
- 11) Vgl. ARD – Vermittlung von Medienkompetenz. Online abrufbar unter: <https://www.ard.de/die-ard/>

- Gemeinsam-Medienkompetenz-staerken-Ein-Angebot-der-ARD-100/ sowie dies.: Medienkompetenz: Über uns. Online abrufbar unter: <https://www.ard.de/die-ard/medienkompetenz/Medienkompetenz-Ueber-uns-100>. (abgerufen am 9.1.2023).
- 12) Vgl. Weiner, Joachim: „Medienkompetenz“ – Chimäre oder Universalkompetenz? In: Aus Politik und Zeitgeschichte 3/2011, S. 42, 17. Januar 2011, Online abrufbar: <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/33537/jugend-und-medien/> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 13) An dieser Stelle sei auf weitere klassische Definitionen von Medienkompetenz nach Stefan Aufenanger, Dieter Spanhel, Bernd Schorb, Bernd und Gerhard Tulodziecki verwiesen, die als Grundlage für die Entwicklung von Medienkompetenzprojekten dienen können. Vgl. Landesmedienzentrum Baden-Württemberg: Definitionen von Medienkompetenz. Online abrufbar unter: <https://www.lmz-bw.de/medienbildung/themen-von-f-bis-z/medienbildung-theoretische-grundlagen/definitionen-von-medienkompetenz-und-methoden/definitionen-von-medienkompetenz> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 14) Vgl. Pörksen, Bernhard: Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung, München 2018 und Bernhard Pörksen im Gespräch mit Marie-Christine Werner. In: SWR2 Zeitgenossen, 8.9.2019, Online abrufbar unter: <https://www.swr.de/swr2/leben-und-gesellschaft/swr2-zeitgenossen-2019-10-19-100.html> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 15) Vgl. Pörksen, Bernhard.: „Ideale des Qualitätsjournalismus müssen zur Ethik der Allgemeinheit werden“, Presse-Blog, 15.11.2022 Online abrufbar unter: <https://www.presse-blog.com/2022/11/15/poerksen-ideale-des-qualitaetsjournalismus-muessen-zur-ethik-der-allgemeinheit-werden/>(abgerufen am 9.1.2023).
  - 16) Vgl. Digitales Deutschland: Ein Projekt von JFF – Institut für Medienpädagogik in Kooperation mit der Universität Siegen und der PH Ludwigsburg. Die Seite bündelt aktuelle Kompetenzmodelle und Studienergebnisse zur Medien- und Digitalkompetenz: <https://digid.jff.de/> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 17) Vgl. GEW: Medienkompetenz junger Menschen stärken. Online abrufbar unter: <https://www.gew.de/aktuelles/detailseite/medienkompetenz-junger-menschen-staerken> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 18) Der Begriff der Aktiven Medienarbeit wurde von Fred Schell als methodischer Ansatz der Handlungsorientierten Medienpädagogik geprägt. Vgl. Rösch, Eike: Aktive Medienarbeit. In: Grundbegriffe Medienpädagogik. München 2017.
  - 19) Vgl. Clearingstelle Medienkompetenz: Aktive Medienarbeit – Königsweg der Medienpädagogik. Online abrufbar unter: <https://medienkompetenz.katholisch.de/aktive-medienarbeit/> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 20) Vgl. Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (Anm. 13).
  - 21) Vgl. Puffer, Hanna: Förderung der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen. In: Media Perspektiven 7-8/2019; relevant für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Begriff der medialen Teilhabe. Vgl. DFG-Forschungsgruppe FOR 2252 „Mediale Teilhabe“. Online abrufbar unter: <https://www.litwiss.uni-konstanz.de/medienwissenschaft/forschung/dfg-forschungsgruppe-for-2252-mediale-teilhabe/> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 22) Vgl. Mohr, Inge/Dietmar Schiller: Mediale und digitale Teilhabe: Barrierefreiheit und Medienkompetenz im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Best Practice im In- und Ausland. In: Media Perspektiven 1/2022, S. 18-28, hier S. 21. Online abrufbar unter: [https://www.ard-media.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2022/detailseite-2022/?tx\\_frspublication\\_pi5%5Bbid%5D=2965&tx\\_frspublication\\_pi5%5Baction%5D=index&tx\\_frspublication\\_pi5%5Bcontroller%5D=Detail&Hash=a1109ec130534e755fad5f8dfee77a52](https://www.ard-media.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2022/detailseite-2022/?tx_frspublication_pi5%5Bbid%5D=2965&tx_frspublication_pi5%5Baction%5D=index&tx_frspublication_pi5%5Bcontroller%5D=Detail&Hash=a1109ec130534e755fad5f8dfee77a52) (abgerufen am 22.12.2022); grundlegend vgl. Van Dijk, Jan: The Digital Divide. Cambridge 2020. Zwei Beispiele sollen dies illustrieren: Während E-Tickets auf dem Smartphone für Veranstaltungen und Reisen zunehmend zum einzigen Standard werden, kann – vorwiegend im ländlichen Raum – eine Grundversorgung mit Telekommunikationsdiensten, wie in einigen Gemeinden in Niedersachsen – nicht immer gewährleistet werden. Auch der Umstand, dass im öffentlichen Nahverkehr der Kauf von Fahrscheinen mit Bargeld, wie in z. B. in Berlin, nicht mehr möglich ist, schließt Menschen, die weder eine Kreditkarte noch ein geeignetes Smartphone besitzen, um bargeldlos zu bezahlen, von der Beförderung aus. Vgl. [https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2022/20220908\\_UnterversorgungTK.html](https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2022/20220908_UnterversorgungTK.html) sowie <https://www.rbb24.de/panorama/beitrag/2022/09/bvg-bus-ticket-bargeldbefoerederungsregelung-schwarzfahren.html> (beide abgerufen am 9.1.2023)
  - 23) Vgl. Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt/Main 1990.
  - 24) Habermas, Jürgen: Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik. Berlin 2022, S. 46.
  - 25) Vgl. Mohr/Schiller (Anm. 22), hier S. 24.
  - 26) Vgl. Mohr, Inge/Dietmar Schiller: Diversity und Public Value – gesellschaftliche Vielfalt als Mehrwert für alle. Strategie und Best Practice des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im In- und Ausland. In: Media Perspektiven 1/2020, S. 2-15, hier S.6. Online abrufbar unter: [https://www.ard-media.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2020/detailseite-2020/diversity-und-public-value-gesellschaftliche-vielfalt-als-mehrwert-fuer-alle/?tx\\_frspublication\\_pi5%5Baction%5D=index&Hash=325d21be9a1be7d79d93d707357048a2](https://www.ard-media.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2020/detailseite-2020/diversity-und-public-value-gesellschaftliche-vielfalt-als-mehrwert-fuer-alle/?tx_frspublication_pi5%5Baction%5D=index&Hash=325d21be9a1be7d79d93d707357048a2) (abgerufen am 22.12.2022).
  - 27) Vgl. Westdeutscher Rundfunk: WDR grenzenlos Talentwerkstatt. Online abrufbar unter: <https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/karriere/grenzenlos/talentwerkstatt-wdr-grenzenlos-100.html> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 28) Vgl. Mitteldeutscher Rundfunk: MDR fresh, das Nachwuchs-Talente-Programm. Online abrufbar unter: <https://www.mdr.de/talenteprogramm/index.html> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 29) Vgl. Rundfunk Berlin-Brandenburg: Für Medienmacher\*innen der Zukunft. Online unter: <https://www.rbb-online.de/bildung/sommerakademie/> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 30) Vgl. Wegweiser Jugendmedienschutz, S. 3. Bonn 2016. Online abrufbar unter: <https://www.bzjk.de/resource/blob/130158/19c4103cc2199187e047d769f1803ef0/bpjm-thema-wegweiser-data.pdf> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 31) Vgl. Sozialgesetzbuch (SGB), Aches Buch (VIII) – Kinder und Jugendhilfe, §14. Online abrufbar unter: [https://www.gesetze-im-internet.de/sgb\\_8/](https://www.gesetze-im-internet.de/sgb_8/) (abgerufen am 9.1.2023).
  - 32) Vgl. ebd. §§ 1, 8, 79, 80 u.a. sowie SGB VIII und Kinder- und Jugendhilfegesetz des Landes Sachsen-Anhalt (KJHG-LSA), § 16. Online abrufbar unter: <https://www.landesrecht.sachsen-anhalt.de/bsst/document/jlr-KJHGStP16> (abgerufen am 9.1.2023)
  - 33) Vgl. Medien.rlp, Institut für Medien und Pädagogik e. V.: Gesetzlicher Jugendschutz (Jugendschutzgesetz, Jugendarbeitsschutzgesetz): <https://jugend.rlp.de/recht/kinder-und-jugendschutz/gesetzlicher-jugendschutz-jugendschutzgesetz-jugendarbeitsschutzgesetz>; Servicestelle Kinder- und Jugendschutz: <https://www.servicestelle-jugendschutz.de/servicestelle/jugendschutz/> sowie Kommission für Jugendmedienschutz: <https://www.kjm-online.de/ueber-uns/auftrag> (alle abgerufen am 9.1.2023).
  - 34) Vgl. Kommission für Jugendmedienschutz (Anm. 33).
  - 35) Vgl. Medienradar: Jugendmedienschutz in Deutschland – Zwischen Bewahren und Befähigen. Online abrufbar unter: <https://www.medienradar.de/dossiers/jugendmedienschutz-in-deutschland-zwischen-bewahren-und-befaeihigen> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 36) Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ): Zweites Gesetz zur Änderung

- des Jugendschutzgesetzes. Online abrufbar unter: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/gesetze/zweites-gesetz-zur-aenderung-des-jugendschutzgesetzes-147956> (abgerufen am 9.1.2023).
- Gesetze, in denen der Jugendmedienschutz geregelt ist, sind unter anderem: Grundgesetz (GG), Strafgesetzbuch (StGB), Jugendschutzgesetz (JuSchG), Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV), Medienstaatsvertrag (MStV). Dabei sind folgende Institutionen involviert: Automaten Selbstkontrolle (ASK), Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM), Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (BzKJ), Deutscher Presserat, Deutscher Werberat, Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK), Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM), jugendschutz.net, Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), Pan European Game Information (PEGI), Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle Online (USK).
- 37) Vgl. Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) vom 14. Dezember 2021, § 4, Unzulässige Angebote.
  - 38) Vgl. ebd., § 5, Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote.
  - 39) Vgl. Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen: Jugendmedienschutz. Online abrufbar unter: <https://fsf.de/lexikon/jugendschutz/> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 40) Alle digitalen Spiele, die in Deutschland angeboten werden, müssen vorab von der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) geprüft und mit einer Alterskennzeichnung versehen werden. Zusätzlich werden Trägermedien von der Pan European Game Information (PEGI) und der International Age Rating Coalition (IARC) gekennzeichnet. Vgl. Klicksafe: Was ist Jugendmedienschutz? Online abrufbar unter: <https://www.klicksafe.de/digitale-spiele/jugendschutz> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 41) Vgl. jugendschutz.net: Jugendschutz im Internet, Bericht 2021. Online abrufbar unter: <https://www.jugendschutz.net/ueber-uns/jahresbericht> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 42) Vgl. ebd.
  - 43) Reform des Jugendschutzgesetzes tritt in Kraft, 30.4.21. Online abrufbar unter: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/aktuelles/alle-meldungen/reform-des-jugendschutzgesetzes-tritt-in-kraft-161184> (abgerufen am 9.1.2023).
  - 44) Vgl. Tomero, Pérez/José Manuel/Alton Grizzle/Cristina M. Pulido/Sally S. Tayie: The Challenge of Media and Information Literacy for Public Service Media. In: Tüñez-López, Miguel/Francisco Campos-Freire/Marta Rodríguez-Castro (Hrsg.): The Values of Public Service Media in the Internet Society. London 2021, S. 247-273; International Handbook of Media Literacy Education (Edited By Belinha S. De Abreu, Paul Mihailidis, Alice Y.L. Lee, Jad Melki, Julian McDougall). New York 2017.
  - 45) Vgl. Muratova, Nozima, Alton Grizzle, Dilfuza Mirzakhmedova /UNESCO/British Embassy Tashkent: Media and Information Literacy in Journalism: A Handbook for Journalists and Journalism Educators, Tashkent 2019.
  - 46) Vgl. Europäischer Rat: Media Literacy. Online unter: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/media-literacy> (abgerufen am 6.12.2022).
  - 47) Vgl. Europäische Kommission: Gestaltung der digitalen Zukunft Europas. Medienkompetenz. Online abrufbar unter: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/policies/media-literacy> (abgerufen am 6.12.2022).
  - 48) Vgl. Europäische Audiovisuelle Informationsstelle: Analyse von Praktiken und Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz in der EU-28. Online abrufbar unter: <https://www.medienpolitik.net/wp-content/uploads/2017/05/Media-literacy-mapping-report-DE-FINAL.pdf> (abgerufen am 6.12.2022).
  - 49) Vgl. European Platform of Regulatory Authorities (EPRA). Online abrufbar unter: <https://www.epra.org/articles/general-information-on-epra> (abgerufen am 6.12.2022).
  - 50) 2022 war Nigeria Gastgeber dieser weltweiten Medienkompetenzkonferenz, die vom 24. bis 31. Oktober in der Hauptstadt Abuja in Präsenz und virtuell stattfand. Vgl. <https://www.unesco.org/en/weeks/media-information-literacy> (abgerufen am 23.1.2023).
  - 51) Vgl. Bundesministerium des Innern und für Heimat: European Media Literacy Week. Online unter: <https://medialiteracyweek.eu/> (abgerufen am 23.1.2023).
  - 52) Vgl. Europäische Union: Mapping of media literacy practices and actions in EU-28 – Publications Office of the EU. Online abrufbar unter: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/0a387a0a-3e5f-11ea-ba6e-01aa75ed71a1>
  - 53) Vgl. ABC Education. Online abrufbar unter: <https://www.abc.net.au/education/about/13586216> (abgerufen am 22.11.2022).
  - 54) An diesem landesweiten Verbund zur Förderung von Medienkompetenz engagieren sich neben ABC Education weitere Institutionen: Australian Centre for the Moving Image (ACMI), Australian Library and Information Association (ALIA), First Nations media (FNM), Museum of Australian Democracy (MoAD), National Film and Sound Archive of Australasia (NSLA), Queensland University of Technology (QUT), Special Broadcasting Service (SBS) und Western Sydney University (WSU). Vgl. National Agenda for Change – Media Literacy. <https://medialiteracy.org.au/national-agenda-for-change/> (abgerufen am 23.12.2022).
  - 55) Vgl. Australian Media Literacy Alliance (AMLA) Celebrates Media Literacy Week 2022 – Media Literacy. Online abrufbar unter: <https://medialiteracy.org.au/amla-celebrates-media-literacy-week-2022/> (abgerufen am 23.12.2022).
  - 56) Vgl. Australian Media Literacy Summit. Online abrufbar unter: <https://medialiteracy.org.au/australian-media-literacy-summit-register-your-interest-now/> (abgerufen am 23.12.2022).
  - 57) Vgl. Von wegen digitale Inkompetenz. IT-Fachmann unterstützt Senioren am Computer. In: Tagespiegel v. 27.11.2022, S. 28.
  - 58) Vgl. Schau hin! Online unter: <https://www.schau-hin.info/> (abgerufen am 6.12.2022)
  - 59) Vgl. Stiftung Zuhören. Online unter: <https://www.stiftung-zuhoeeren.de/> (abgerufen am 6.12.2022).
  - 60) Vgl. Stiftung Lesen. Online unter: <https://www.stiftunglesen.de/> (abgerufen am 6.12.2022).
  - 61) Vgl. Kommission für Jugendmedienschutz. Online unter: <https://www.kjm-online.de/> (abgerufen am 9.1.23).
  - 62) Vgl. Die Medienanstalten: Fakt oder Fake? Jugendschutz, Medienkompetenz und Desinformation. Online unter: <https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/jugendschutz-medienkompetenzbericht/fakt-oder-fake-jugendschutz-medienkompetenz-und-desinformation> (abgerufen am 23.1.2023).
  - 63) Vgl. Medienstaatsvertrag (Anm. 5), § 112, Absatz 1 in Verbindung mit § 10, Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (RFStV).
  - 64) Vgl. Bayerischer Rundfunk: So geht Medien. Online unter: <https://www.br.de/sogehmedien/footernavi/so-geht-medien/das-projekt/index.html> (abgerufen am 20.1.2023)
  - 65) Vgl. ebd.
  - 66) Vgl. ARD: Planet Schule. Online unter: <https://www.planet-schule.de/fach/medienkompetenz-118.html> (abgerufen am 20.1.2023).
  - 67) Neben dem rbb und dem BR waren dies Radio Bremen, NDR, SR und SWR.
  - 68) Vgl. Video zu den ARD young reportern. Online abrufbar unter: <https://www.ardmediathek.de/sendung/young-reporter/Y3JpZDovL2JyLmRlL2FyZC15b3VuZy1yZXBvcnRlcy> (abgerufen am 20.1.2023).
  - 69) Vgl. ARD: young reporter. Online unter: <https://www.ard.de/die-ard-spezial/ard-young-reporter-100> (abgerufen am 9.12.2022).
  - 70) Vgl. Bayerischer Rundfunk: young reporter – Erzähle uns deine Geschichte! Online unter: <https://www.br.de/medienkompetenzprojekte/inhalt/young-reporter/index.html>; Norddeutscher Rundfunk (NDR): NDR young reporter berichten über ihr „Wir-Gefühl“. Online unter: <https://www.ndr.de/ratgeber/medienkompetenz/NDR-young-reporter-berichten-ueber-ihir-Wir-Gefuehl,youngreporter116.html#:~:>

- text=Was%20macht%20dieses%20Wir%20Gef%C3%BChl,werden%2C%20beim%20NDR%20Medienkompetenzportal%20einfach);  
Radio Bremen: Young Reporter 2022 – Eure Story bei Bremen NEXT. Online unter: [https://www.rbb-online.de/youngreporter/](https://www.radiobremen.de/medienkompetenz/young-reporter-102.html#:~:text=Kolja%20Fach%20ist%2024%20Jahre,f%C3%BCr%20diverse%20Redaktionen%20und%20Sender;Rundfunk Berlin-Brandenburg: Wir machen (Sende-) Platz für dich., rbb young reporter 2022. Online unter: <a href=);  
Saarländischer Rundfunk: SR startet Medienkompetenz-Projekt „Young Reporter“. Online abrufbar unter: [https://www.sr.de/sr/home/nachrichten/politik\\_wirtschaft/sr\\_pm\\_Medienkompetenz\\_Projekt\\_Young\\_Reporter\\_100.html](https://www.sr.de/sr/home/nachrichten/politik_wirtschaft/sr_pm_Medienkompetenz_Projekt_Young_Reporter_100.html);  
Südwestrundfunk: SWR young reporter Eva: Zeitspenden in Trier. Online abrufbar unter: <https://www.swr.de/young-reporter/eva-zeitspenden-in-trier-100.html> (alle abgerufen am 8.12.2022).
- 71) Vgl. BBC Young Reporter Story Search. Online unter: <https://www.bbc.co.uk/teach/young-reporter/story-search/zbp3> (abgerufen am 8.12.2022).
- 72) Vgl. BBC: BBC launches biggest ever Young Reporter search in centenary year – Media Centre. Online unter: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/2022/bbc-young-reporter-centenary-year> (abgerufen am 8.12.2022).
- 73) Vgl. ebd. sowie BBC: BBC Young Reporter Competition 2022: Winners revealed. Online unter: <https://www.bbc.com/news/education-61870681> (abgerufen am 8.12.2022).
- 74) Vgl. BBC: Teach – BBC Young Reporter Festival 2022. Online unter: <https://www.bbc.co.uk/teach/young-reporter/young-reporter-festival-2022/zqbkdp3> (abgerufen am 9.1.2023).
- 75) Vgl. BBC: Teach – Free primary and secondary school teaching resources. Online unter: <https://www.bbc.co.uk/teach> (abgerufen am 8.12.2022).
- 76) Vgl. Bayerischer Rundfunk: Medienkompetenz. Online abrufbar unter: <https://www.br.de/medienkompetenzprojekte/inhalt/jugendmedientag/jugendmedientag-2020-rueckblick-webtalks-webpraesenz-workshops-100.html> (abgerufen am 9.1.2023).
- 77) Vgl. Pörksen (Anm. 14).
- 78) Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung: Medienkompetenz-Datenbank. Online unter: <https://www.bpb.de/lernen/medienpaedagogik/medienkompetenz-datenbank/> (abgerufen am 9.1.2023).