

**Öffentliche Anhörung der Enquetekommission zur Erarbeitung von Vorschlägen für eine effektive Präventionspolitik in Nordrhein-Westfalen am 21. August 2009**

**Thema: „Medien als potentieller Risikofaktor für Kinder- und Jugenddelinquenz – was ist zu tun?“**

**Stellungnahme der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)**



12. August 2009



- (1) **Welche Daten liegen vor zum Umgang von Kindern und Jugendlichen mit elektronischen Medien im Hinblick auf Nutzungshäufigkeit/Nutzungsdauer und Inhalte? Welche Rolle spielen sonstige Medien im Leben von Kindern und Jugendlichen?**

Es gibt verschiedene Studien, die sich mit der Mediennutzern von Kindern und Jugendlichen befassen. An dieser Stelle sollen die beiden einschlägigen Langzeituntersuchungen des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs) hervorgehoben werden, die repräsentative Ergebnisse zur Mediennutzung von Kindern (KIM-Studie) und Jugendlichen (JIM-Studie) liefern. Insbesondere zu der Computer- und Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen gibt es darüber hinaus tiefergehende Einzelstudien (z. B. die LfM-Studie „Heranwachsen im Social Web“).

KIM-Studie

In der aktuellen „KIM-Studie 2008. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger“ wird deutlich, dass bei Kindern die Interessen „Freunde“ und „Freundschaft“, „Sport“ und „Schule“ vor der Mediennutzung rangieren. Welchen Beschäftigungen die Kinder in ihrer Freizeit nachgehen und welchen Stellenwert hierbei Medien zukommt, untersuchte die KIM-Studie anhand von 33 vorgegebenen Tätigkeiten. Dabei wurde abgefragt, ob diese Freizeitaktivitäten jeden/fast jeden Tag, ein- oder mehrmals pro Woche, seltener oder nie stattfinden. Unter den häufigsten Tätigkeiten, die regelmäßig durchgeführt werden, befinden sich Hausaufgaben machen oder Lernen, Fernsehen und mit Freunden treffen. Auch drinnen oder draußen spielen, spielt für einen Großteil der Kinder eine zentrale Rolle. Drei Viertel der befragten Kinder treiben regelmäßig Sport oder unternehmen etwas mit der Familie.

Den Computer nutzen ca. zwei Drittel der 6- bis 13-Jährigen regelmäßig. Über die Hälfte liest mindestens einmal pro Woche Bücher oder greift zu einer tragbaren Spielkonsole. Die Hälfte der Kinder hört regelmäßig Radio und sieht zumindest wöchentlich Videos oder DVD's. Diffe-

renziert nach Geschlecht wird deutlich, dass Jungen das Treffen mit Freunden, draußen spielen und Sport treiben, aber auch Computer sowie Computer- und Konsolenspiele bevorzugen. Im Vergleich dazu haben Mädchen größere Vorlieben für Haustiere, unternehmen häufiger etwas mit der Familie, bevorzugen Bücher und haben eine größere Vorliebe für kreative Tätigkeiten.

- **Fernsehen:**

Das Fernsehen gilt für Kinder zwischen 6 und 13 nach wie vor als Leitmedium. Es ist die Medientätigkeit, die nicht nur am häufigsten ausgeübt wird, sondern die bei Kindern am beliebtesten ist. Nach Angaben der Haupterzieher wenden sich 6- bis 13-Jährige 91 Minuten täglich dem Fernsehen zu (Computer: 40 Minuten, Radio: 37 Minuten, Lesen: 23 Minuten). 42 % der befragten Erziehungsberechtigten geben an, dass ihre Kinder ein eigenes Fernsehgerät im Zimmer haben.

Bei den Kindern rangiert der Fernsehsender Ki.Ka auf Platz 1 gefolgt von Super RTL, RTL, RTL 2 und ProSieben. Mit Blick auf Lieblingssendungen geben Kinder sowohl spezielle Kindersendungen an, als auch Formate, die eigentlich für ältere Zielgruppen geeignet sind. Besonders beliebt sind die Formate „SpongeBob – Schwammkopf“, die Daily-Soap „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“ und das Animationsformat „Die Simpsons“.

- **Radio:**

Während jedes zweite Kind regelmäßig, 20 % sogar jeden Tag, Radio hört, liegt laut Einschätzung der Haupterzieher die tägliche Radionutzung bei Kindern bei 37 Minuten. Kinder hören meist massenattraktive Pop-Programme (insbesondere vor dem Hintergrund, dass es explizit auf Kinder zugeschnittene Radioprogramme bislang in Deutschland nur vereinzelt gibt).

- **Bücher:**

Bücher spielen nach wie vor eine Rolle in der Freizeitgestaltung von Kindern. 50 % interessieren sich für Bücher und lesen mindestens einmal in der Woche ein Buch. Der Anteil der Nicht-Leser beträgt im Jahr 2008 17 % und weist somit im Vergleich zu den vergangenen Jahren eine deutlich steigende Tendenz auf (2006: 14 %, 2005: 7 %). Allerdings zeigen sich hier deutliche Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen. Während ca. 60 % der Mädchen gerne oder sehr gerne lesen, trifft dies gerade einmal auf 38 % der Jungen zu. Auch der Anteil der Nichtleser ist bei Jungen deutlich höher. Beliebte Titel bei Kindern sind die Harry Potter-Reihe, Tierbücher, „Die drei ???“, „Die wilden Kerle“ oder „Pippi Langstrumpf“.

- **Computer:**

Laut Auskunft der Erziehungsberechtigten beträgt die durchschnittliche tägliche Computernutzung 40 Minuten. In der Altersgruppe der 6- bis 13-Jährigen zählen 76 % der Mädchen und 80 % der Jungen zu den Computernutzern. Allerdings gehört bei den jüngeren Kindern die Computernutzung seltener zum Alltag. Bei den 12- bis 13-Jährigen macht die Nutzung bereits 95 % aus. Während ein knappes Drittel der Kinder fast jeden Tag den Computer nutzt, tun dies etwa 50 % ein- oder mehrmals pro Woche. Weitere 15 % nutzen den Computer seltener als einmal pro Woche. Mit Blick auf die Frage, zu welcher Tageszeit der Computer genutzt wird, wird deutlich, dass die Nutzung am Nachmittag zu

Hause deutlich überwiegt im Vergleich zu der Nutzung in der Schule. Das Spielen zählt zu den häufigsten Tätigkeiten, die am Computer ausgeübt werden (62 % spielen mindestens einmal pro Woche). An zweiter Stelle rangiert das Surfen im Internet (49 %) gefolgt von Arbeiten für die Schule (44 %) oder der Beschäftigung mit Lernprogrammen (42 %).

- **Computerspiele:**

Computerspiele zählen zu den am meisten genutzten Tätigkeiten, denen Kinder am PC nachgehen. 70 % der Kinder spielen zumindest selten, 13 % jeden/fast jeden Tag, 43 % ein- bis mehrmals pro Woche, 14 % seltener und 30 % nie. Während bei den jüngeren Zielgruppen (6- bis 7-Jährige) 41 % zu den Spielern zählen, sind dies bei der Altersgruppe der 12- bis 13-Jährigen bereits 86 % die zumindest selten spielen. Die Tendenz sowohl mit Blick auf die Anzahl der Spieler als auch auf die, die intensiv spielen, nimmt zu. Dabei wird nicht nur am Computer, sondern auch an mobilen Konsolen gespielt. Mit Blick auf die Dauer wird angegeben, dass 23 % der Kinder ihre tägliche Nutzungsdauer von Computerspielen auf bis zu 30 Minuten einschätzen. 42 % gehen davon aus, 30 bis 60 Minuten zu spielen. 21 % geben an, mehr als eine Stunde am Tag dem Computerspielen nachzugehen. Insbesondere für die Jüngeren ist eine Einschätzung der Spieldauer schwieriger.

Grundsätzlich spielen Jungen häufiger und länger als Mädchen. Aber nicht nur Computerspiele fallen in den Tätigkeitsbereich der Kinder: ca. 75 % der Kinder mit Computererfahrung nutzen Lernprogramme zumindest selten. Bei ca. 42 % kann von einer regelmäßigen Nutzung einmal pro Woche oder häufiger gesprochen werden (Mädchen: 47 %, Jungen: 38 %).

- **Internet:**

Laut der KIM-Studie nutzen 59 % der Kinder das Internet (mindestens selten). Auch hier zeigt sich – wie bei der Nutzung des Computers – eine Steigerung mit Blick auf das Alter. Bei den 6- bis 7-Jährigen haben ca. 20 % Erfahrungen mit der Internetnutzung. Bei der Gruppe der 8- bis 9-Jährigen bereits 50 %, in der Gruppe der 10- bis 11-Jährigen liegt die Nutzungszahl bei 79 %, in der Gruppe der 12- bis 13-Jährigen bei 86 %. Zwei Drittel der Internetnutzer gehen mindestens einmal pro Woche online, 17 % fast jeden Tag. Mit Blick auf die Tätigkeiten der Kinder im Internet weist die KIM-Studie aus, dass die Nutzung von Suchmaschinen am häufigsten erfolgt. Weiterhin spielt die Recherche bzw. Informationssuche für die Schule (45 %) eine wichtige Rolle sowie die Nutzung von speziellen Kinderangeboten (41 %). Es folgt das Spielen von Onlinespielen (33 %) oder einfach „darauf los surfen“ (24 %).

- **Handy:**

In der Altersgruppe der 6- bis 13-Jährigen haben 52 % der Kinder ein eigenes Handy (6- bis 7-Jährige: 19 %, 8- bis 9-Jährige: 34 %, 10- bis 11-Jährige: 66 %, 12- bis 13-Jährige: 86 %). Dabei wird das Handy überwiegend dazu genutzt, um Eltern oder Freunde anzurufen bzw. angerufen zu werden oder SMS zu verschicken oder zu bekommen.

## JIM-Studie

Mit Blick auf die Medienbeschäftigung der Jugendlichen in ihrer Freizeit im Jahr 2008 weist die „JIM-Studie 2008. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger“ bezogen auf eine Nutzung täglich/mehrmals pro Woche auf, dass Computer und Fernsehen jeweils gleich auf mit 89 % am häufigsten genutzt werden. In dieser Häufigkeit beschäftigen sich 84 % mit den Handy oder gehen ins Internet. Mindestens mehrmals pro Woche werden MP3-Player (82 %), Radio (72 %) und Musik-CD's/Kassetten (68 %) genutzt. Mit Blick auf die klassischen Medien ist zu konstatieren, dass 43 % regelmäßig eine Tageszeitung lesen (29 % täglich), 40 % lesen Bücher (23 % täglich) und 29 % wenden sich Zeitschriften/Magazinen zu (11 % täglich). Zudem lesen 10 % der Jugendlichen Zeitschriften bereits online.

Computerspiele werden von 30 % der Jugendlichen regelmäßig gespielt und Spielekonsolen von 26 % der Jugendlichen genutzt. Hinsichtlich der geschlechtsspezifischen Mediennutzung wird deutlich, dass Medien wie Computer, Internet und MP3-Player von Jungen häufiger genutzt werden. Vor allem bei Computerspielen zeigt die JIM-Studie auf, dass 47 % der Jungen täglich/mehrmals pro Woche Computerspiele nutzen, während diese im Jahre 2008 nur bei 13 % der Mädchen der Fall war. Im Vergleich dazu nutzen Mädchen das Handy häufiger als Jungen; sie hören mehr Radio und CD und lesen häufiger ein Buch. Bezogen auf die Nutzung des Fernsehens liegen die Jugendlichen unabhängig vom Geschlecht gleich auf. Bei der Medienbindung (Frage: Auf welches Medium kannst du am wenigsten verzichten?) zeigt sich, dass hier inzwischen das Internet an erster Stelle steht, gefolgt von Computern, dem Fernsehen, MP3-Playern, Büchern, Radio, Zeitschriften/Zeitungen.

- Bücher:  
Mit Blick auf die inhaltlichen Präferenzen geben die Jugendlichen an, dass die Harry Potter-Reihe, die Eragon-Serie, „Herr der Ringe“ und die Vampir-Serie „Bis(s) zum ...“ bei den Jugendlichen die größte Zuwendung erfahren.
- Fernsehen:  
Die Präferenz der Jugendlichen liegt bei Fernsehprogrammen der privaten Sender. Der beliebteste Sender ist Pro Sieben gefolgt von RTL, MTV, VIVA und RTL 2. Jedoch werden den Sendern verschiedene Kompetenzen in unterschiedlichen Genre zugewiesen. So liegt RTL bei Daily-Soaps vorne, ProSieben bei Filmen, Super RTL bei Zeichentrickfilmen, MTV bei Musiksendungen, das Erste/ARD bei Nachrichten, KIKA bei Sendungen für Kinder, Sat.1 bei Comedy und Pro Sieben bei Sendungen für Jugendlichen.
- Radio:  
Jugendliche nutzen das Radio nicht nur über UKW, sondern auch online. Die Radionutzung ist laut Angaben der Jugendlichen sehr rückläufig. Im Mittelpunkt steht für die Jugendlichen bei der Radionutzung das Musikhören.
- Computer:  
97 % der 12- bis 19-Jährigen gehören zu den Computernutzern (mindestens einmal im Monat). Es gibt wenige Differenzen in der generellen Nutzung zwischen Mädchen und Jungen, den unterschiedlichen Altersgruppen oder dem formalen Bildungshintergrund.

Die Abweichungen hier sind nur marginal. Mit Blick auf die Tätigkeiten, die täglich/mehrmals pro Woche durchgeführt werden, liegt an erster Stelle das Arbeiten für die Schule, an zweiter Stelle Computerspiele spielen (Mädchen: 13 %, Jungen: 48 %) gefolgt von Texte schreiben, Musik-CD's zusammenstellen, Bild-/Fotobearbeitung, DVD's anschauen usw.

- **Computer- und Konsolenspiele:**  
Computer- und Konsolenspiele haben insbesondere bei Jungen eine bedeutende Rolle. 60 % der Jungen besitzen eine Spielkonsole für Computer und Fernsehgerät (Mädchen: 29 %), 45 % verfügen über eine tragbare Spielkonsole (Mädchen: 33 %). Bei den Jungen zählen 27 % zu den Nicht-Nutzern von Computerspielen, bei Mädchen sind es 52 %. Mit Blick auf die Inhalte liegen bei Mädchen Spiele wie „Die Sims“, „Solitär“ und „SingStar“ an vorderster Stelle. Bei Jungen dominieren das Fußballspiel FIFA, „Need for Speed“ oder das Actionspiel „Grand Theft Auto“. 14 % geben an, dass „Counterstrike“ zu den liebsten Spielen zählt. Bei 9 % gilt dies für „World of Warcraft“.
- **Internetnutzung:**  
97 % der 12- bis 19-Jährigen nutzen das Internet mindestens selten. Weder zwischen den Altersgruppen noch zwischen dem Geschlecht gibt es hier gravierende Unterschiede. Auch bezogen auf die formale Bildung ist der Unterschied weitgehend gering. 96 % der Jugendlichen haben einen Internetzugang zu Hause, fast 50 % im eigenen Zimmer. Nach eigener Einschätzung der Jugendlichen verbringen sie pro Tag 120 Minuten im Internet. Bei den 12- bis 13-Jährigen liegt diese Zeit bei 84 Minuten. Bezogen auf die Aktivitäten im Internet, die täglich/mehrmals pro Woche durchgeführt werden, liegt die Nutzung von Suchmaschinen (73 %) vorne, gefolgt von der Nutzung von Instant Messaging (73 %), Online Communities (57 %), E-Mails (49 %) und Chats (29 %). Die Kommunikation steht damit deutlich im Mittelpunkt der Online-Aktivitäten. Musikhören (47 %), einfach „darauf los surfen“ (44 %) gehört ebenfalls zu den häufig ausgeübten Tätigkeiten. Die regelmäßige Suche nach Informationen für Schule/Beruf oder sonstige Lebensbereiche geben 39 % als regelmäßig an. Nachrichten werden von 33 % regelmäßig abgerufen. 26 % schauen sich online Filme oder Videos an.
- **Handy:**  
95 % der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren besitzen ein eigenes Handy. Diese Zahlen gelten unabhängig von Geschlecht oder Bildungshintergrund. Mit Blick auf die Tätigkeiten, die täglich oder mehrmals pro Woche ausgeübt werden, liegen der Empfang von SMS (79 %), angerufen werden (75 %), SMS versenden (73 %) oder jemanden anrufen (60 %) weit vorne. Abgeschlagen sind Tätigkeiten wie Fotos/Filme machen, diese verschicken, Radio hören, Handyspiele etc.

Die KIM- und JIM-Studie enthalten neben den hier zitierten Zahlen darüber hinaus weitere tiefgehende Informationen zu einzelnen Aspekten, wie der Nutzung von Social Communities, die Weiterverbreitung von Pornografiefilmen über Handys etc. bereit und führen zu den einzelnen Mediennutzungen von Kindern und Jugendlichen die oben angesprochenen Aspekte tiefgehender aus. Darüber hinaus beinhalten die Studien umfangreiche Übersichtstabellen. Die entsprechenden Studien sind unter [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de) abrufbar.

**(2) Welche inhaltlichen Botschaften sind auf Grund ihrer psychologischen Effekte als problematisch anzusehen und wie verbreitet sind diese?**

Rundfunk

Der vielleicht inzwischen „traditionellste“ Teil der modernen Medienvielfalt ist der Rundfunk - Fernsehen und Radio. Auch im Hinblick auf ihre Verbreitung und Zugänglichkeit dürften diese Medien nach wie vor an erster Stelle stehen.

Ein Blick ins Programm der Fernsehveranstalter zeigt, dass viele aktuelle Fernsehformate problematische Themen enthalten. Spielfilme und Serien, die inzwischen einen Großteil des Tagesprogramms ausmachen, können gerade für junge Altersgruppen problematisch sein. Eine Vielzahl gewalt- und actionbetonter Szenen können in ihrer Drastik, Fülle und Massivität die problemlose Verarbeitung des Filmgeschehens bei jüngeren Kindern erheblich erschweren. Gewalt wird oft als legitimes Handlungsmittel zum Erreichen eigener Ziele bzw. zur Konfliktlösung dargestellt - massive Waffenpräsenz und eine Reihe von beiläufigen und emotionslos-kaltblütigen Tötungen beispielsweise können eine sozialetische Desorientierung fördern und bilden somit ebenfalls ein Gefährdungspotenzial.

Immer mehr Fernsehformate haben zudem in der letzten Zeit für eine Diskussion über ihre Wirkung auf Kinder und Jugendliche gesorgt – von „Deutschland sucht den Superstar“ bis hin zu „Frauentausch“ oder „Erwachsen auf Probe“. Dabei geht es immer wieder auch um die Frage, welchen Einfluss auf die persönliche Entwicklung die Darstellung bestimmter Verhaltensweisen haben kann – bzw. ob die in bestimmten Fernsehformaten präsentierten Inhalte desorientierend auf Kinder und Jugendliche wirken können. Nicht zuletzt geht es aber auch um die Frage der Vermittlung von (negativen) Werten als Orientierungspunkt für eigenes Verhalten.

Auch die Berichterstattung in Nachrichten- und Boulevardmagazinen ist nicht in allen Fällen unproblematisch. In einem Beispiel der Vergangenheit wurde von einem Wohnungsbrand berichtet, bei dem Mutter und Sohn in panischer Angst vom Balkon sprangen. Beide wurden fortwährend von der Kamera verfolgt, Leiden und Verzweiflung der Betroffenen in einer wohl nur noch als voyeuristisch zu bezeichnenden Art und Weise abgebildet – was den Schutzbereich der menschlichen Würde tangiert. Auch in solchen Fällen ist eine Beeinträchtigung von Kindern und Jugendlichen nicht auszuschließen.

Immer breiter diskutiert wird – aufgrund ihrer Verbreitung durch Musiksender im Fernsehen und im laufenden Radioprogramm – der Einfluss auf die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen durch sog. „Porno- und Gangsterrap“. In jüngster Zeit waren immer wieder Songs von Rappern wie Sido, Bushido, Frauenarzt oder King Orgasmus One Thema einer kritischen Diskussion – einige Songs wurden von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien sogar indiziert und dürfen weder öffentlich verbreitet noch beworben werden. Die in Rede stehenden Titel müssen stets in einem Balanceakt zwischen Kunst- und Informationsfreiheit - inklusive der Akzeptanz und Verständnis für jugendkulturelle Ausdrucksformen - auf der einen Seite und der Verantwortung Kindern und Jugendlichen gegenüber auf der anderen Seite bewertet werden. Viele Experten stehen zumindest einigen Titeln kritisch gegen-

über, da sich durch sie nach ihrer Auffassung bei Kindern und Jugendlichen u. a. problematische Einstellungen zur eigenen Partnerschaft und zur eigenen Sexualität entwickeln können.

Die Landesmedienanstalten sind über die Kommission für Jugendmedienschutz und im Dialog mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen sowie den Fernseh- und Hörfunkveranstaltern bemüht, Problemfälle zu thematisieren und Verstöße gegen die geltenden Jugendschutzbestimmungen zu ahnden. Dabei nutzen sie insbesondere die durch den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag zur Verfügung stehenden Instrumente – wie Sendezeitbeschränkungen, aber auch Geldbußen. Weitere Einzelheiten hierzu vgl. Ausführungen zu Frage 8.

### Internetangebote

Das Internet ist hinsichtlich seiner Inhalte nahezu unbegrenzt. Nicht nur die Inhalte selbst sind vielfältig – auch die technischen Standards und Nutzungsmöglichkeiten sind einer konstanten Entwicklung unterworfen. Aus der Befassung der Landesmedienanstalten mit bedenklichen Inhalten des Internets heraus können beispielhaft die folgenden Aspekte als besonders problematische „inhaltliche Botschaften“ im Sinne der Fragestellung benannt werden:

- **Pornografie:**  
Das Internet hat sich seit langem zum bedeutendsten Verbreitungsweg für pornographische Inhalte entwickelt. In Bezug auf in Deutschland ansässige Anbieter gibt es für die Verbreitung von pornographischen Inhalten klare Vorgaben – ohne wirksame Altersüberprüfung, für die es wiederum strenge Auflagen gibt, ist sie unzulässig. In solchen Fällen werden regelmäßig durch die Landesmedienanstalten und die KJM Maßnahmen ergriffen; neben dem Einschalten der Strafverfolgungsbehörden werden zum Teil erhebliche Geldstrafen verhängt. Dennoch sind unzählige Inhalte ausländischer Anbieter frei zugänglich, auf denen alle denkbaren Facetten pornographischer Inhalte abrufbar bleiben.
- **Gewalt:**  
Gewaltdarstellungen im Internet sind häufig Importe aus anderen Medien (Filme, Spiele). Es gibt aber auch internettypische Angebote, die in ihrer Drastik in anderen Massenmedien so nicht vorstellbar sind und die zunehmend vor allem über Tauschdienste verbreitet werden. Über die Relevanz von Gewaltdarstellungen im Internet für Kinder und Jugendliche und ihre möglichen Wirkungen weiß man derzeit wenig. Es gibt aber Hinweise, dass insbesondere Tasteless-Sites (s. u.) von Kindern ab etwa 12 Jahren im Rahmen von virtuellen Mutproben genutzt werden. Obwohl diese Sites unzulässig, im Regelfall indiziert sind und in Deutschland deshalb nicht beworben werden dürfen, werden die Adressen per Mund-zu-Mund-Propaganda weiter verbreitet.
- **Gewalt im sexuellen Kontext:**  
"Echte" gewaltpornografische Darstellungen sind im Internet relativ selten, Gewaltdarstellungen im Bereich der SM, BDSM oder Bizarre-Szene jedoch weit verbreitet. Die "Amateure" dieser Szene sind eher mit einzelnen Gratiswebseiten und auf kleineren Onlineportalen zu finden. Jugendbeeinträchtigende Gewaltdarstellungen mit sexuellen Zusammenhängen sind aber auch in den deutschen Erotik-Sektionen von Internet-Portalen oder in sog. BDSM-Magazinen durchaus zu finden.

- „Tasteless-Angebote“:  
 Internettypisch sind Foto- und Videosammlungen von verletzten, verunstalteten, toten und getöteten Menschen. Dort werden beispielsweise so genannte WTC-Jumper (Menschen, die am 11.09.01 aus dem brennenden World-Trade-Center gesprungen sind) und verschiedene Aufnahmen und Videos von Unfallopfern präsentiert. „Tasteless“-Darstellungen und Snuff-Videos (die die Tötung von Menschen darstellen – zumindest täuschend ähnlich simuliert) sind auch in „Filesharing-Systemen“, also Tauschbörsen für Computerdateien, problemlos zu finden. Gegenüber den in den klassischen Medien gezeigten Gewaltdarstellungen sind diese naturgemäß deutlich expliziter, ihre zu vermutenden Effekte bieten dementsprechend noch mehr Anlass zur Sorge.
  
- Darstellungen von Kriegsgreuel:  
 Im Zusammenhang mit kriegerischen Auseinandersetzungen werden zunehmend Darstellungen von Kriegsgreuel als Propagandawaffe ins Netz gestellt. Während sich die traditionellen Medien bei der Präsentation von getöteten und misshandelten Menschen meist beschränken und den Schutz der Menschenwürde berücksichtigen, werden auch brutalste Darstellungen im Internet zugänglich gemacht – oft wiederum über die geschilderten „Tasteless“-Angebote, bisweilen aber auch auf eigenen Propagandaseiten. Auch hier sind Auswirkungen auf Kinder und Jugendliche in noch stärkerem Maße zu befürchten, als dies bei den mildereren Darstellungen in klassischen Medien der Fall ist.
  
- Gewalthaltige Computerspiele via Internet:  
 Im Internet sind unzählige Vorschauvideos, kostenlose Demo-Versionen oder von Spielern angefertigte Videos zu Computerspielen abrufbar. Über das Internet werden zunehmend auch indizierte und Spiele ohne Jugendfreigabe vertrieben. Zum Teil sind Spiele unmittelbar aufrufbar, ohne dass eine Installation auf dem Rechner vorgenommen werden muss. In einigen der Spiele wird Gewalt in einem Umfang dargestellt, der problematisch sein kann. Es gibt darüber hinaus eine ganze Reihe von Internetseiten, die z. B. Anweisungen oder so genannte „Blut-Patches“ verbreiten, mit deren Hilfe Entschärfungen von Spielen für den deutschen Markt (z. B. Verzicht auf Mordszenen in großem Umfang) rückgängig gemacht werden können.
  
- Rechtsextremismus:  
 Die rechtsextreme Szene nutzt das Internet immer wieder und immer stärker als Propagandainstrument. Neonazistische Kameradschaften mobilisieren auf Web-Angeboten Interessierte für Aufmärsche und unterbreiten Kontaktangebote, rechtsextreme Bands bewerben ihre rassistische Musik und einschlägige Versandhändler vertreiben über das Web neonazistische "Devotionalien". Auch rechtsgerichtete Parteien haben ihre Internet-Auftritte modernisiert. Immer wieder und immer deutlicher werden Jugendliche gezielt angesprochen und somit das Internet zur Rekrutierung des jugendlichen Nachwuchses rechter Organisationen instrumentalisiert. Die erhöhte Flüchtigkeit der Angebote erschwert eine genaue Aussage darüber, wie viele rechtsextreme Websites existieren.
  
- Verherrlichung von Magersucht, selbstzerstörerischem Verhalten und Suizid:  
 Eine wachsende Zahl junger Menschen leidet an Essstörungen. Anorexie und Bulimie können schwere Gesundheitsschäden verursachen oder sogar tödlich enden. Verschärft

wird das Problem in vielen Fällen durch das Internet, wo diese Erkrankungen auf Websites, in Foren, sozialen Netzwerken oder auf Videoplattformen verharmlost, verherrlicht oder als erstrebenswerter Lifestyle präsentiert werden.

- **Selbstverletzendes Verhalten:**  
Selbstverletzendes Verhalten (SVV) hat in den vergangenen Jahren vor allem unter jungen Menschen stark zugenommen. Parallel dazu entwickeln sich immer mehr SVV-, Cutting- oder Ritzer-Sites, die selbstverletzendes Verhalten idealisieren. Viele Jugendliche ritzen sich Sätze wie "My heart is bleeding" oder Wörter wie "suicide" in die Haut, fotografieren ihre Wunden und stellen sie ins Internet - wo sie auf viele Nachahmer treffen.
- **Suizidforen:**  
Über ihre Suizidgedanken tauschen sich Menschen auch im Internet aus. Einige Foren bieten tatsächlich Hilfe, andere sind gefährlich, weil sie Betroffene in ihrer Lebensmüdigkeit bestätigen, Selbsttötungen verherrlichen und geeignete Tötungsmethoden diskutieren.

- (3) Welche Aussagen können zum Zusammenhang von Medienkonsum und Persönlichkeitsentwicklung getroffen werden und welche Erklärungsansätze liegen dem zugrunde? Wie sind die Aspekte soziale Isolation und soziale Inkompetenz in diesem Zusammenhang zu beurteilen?**
- (4) Gibt es wissenschaftliche Erkenntnisse zu den kurz- und langfristigen Effekten des Medienkonsums im Hinblick auf die Gewaltbereitschaft von Kindern und Jugendlichen?**
- (5) Welche Formen des Mediengebrauchs und -konsums zeigen nachweislich positive und sozial gewünschte Wirkungen?**

Medien spielen eine zentrale Rolle im Leben von Heranwachsenden. Doch generelle Aussagen zu Zusammenhang von Medienkonsum und Persönlichkeitsentwicklung sowie nachteiligen und positiven, insbesondere in Form von Monokausalitäten, können nicht getroffen werden. Es gibt jedoch verschiedene Ansatzpunkte, die geeignet sind, sich den genannten Fragestellungen zu nähern:

Im gesetzlichen Jugendmedienschutz wird grundsätzlich von einem potentiellen Wirkungsrisiko für Heranwachsende ausgegangen. Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag spricht so unter anderem von einer möglichen entwicklungsbeeinträchtigenden Wirkung medialer Angebote (§ 5 JMStV). Die Basis stellt dabei die Annahme dar, dass Medienwirkungen durch das Zusammenwirken vieler Faktoren entstehen und sich in der Regel nicht auf einzelne Ursachen zurückführen lassen. Bereits die Aufnahme eines derartigen Tatbestandmerkmals durch die Staatsvertragsgeber in den Gesetzeswortlaut zeigt, dass bestimmte Ausprägungen von Medieninhalten und Medienkonsum eine Auswirkung auf die Persönlichkeitsentwicklung zumindest nicht unwahrscheinlich erscheinen lassen.

Bei der Bewertung einer möglichen Entwicklungsbeeinträchtigung müssen die Persönlichkeit des Rezipienten, aber auch situative Bedingungen oder die formalen Merkmale des Mediums berücksichtigt werden. Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote sind dabei geeignet,

die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen. Entwicklungsbeeinträchtigungen werden zum Einen auf der individuellen Ebene (Ängstigungen, psychische Destabilisierungen) und zum Anderen auf der sozialen Ebene (Möglichkeit zur Einfügung in Gesellschaft mit ihrer Werteordnung) betrachtet. Entsprechende Angebote dürfen verbreitet werden, wenn Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe sie nicht wahrnehmen können. Dazu müssen im Rundfunk entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte bestimmte Sendezeitgrenzen einhalten, bei Internetangeboten sind Altersverifikationen möglich.

Neben dem gesetzlichen Jugendmedienschutz bietet das Feld der medienpädagogischen Forschung Hinweise auf Wirkungszusammenhänge zwischen Medienkonsum und sozial erwünschtem bzw. unerwünschtem Verhalten. Ein Beispielfeld ist in der Gewaltforschung zu sehen. Zwar ist, so der Projektbericht „Medien und Gewalt. Befunde der Forschung seit 1998“ für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, eine Verallgemeinerung der bisherigen Befunde aufgrund widersprüchlicher und methodisch problematischer Studien nur eingeschränkt möglich. Unter Berücksichtigung dessen lässt sich die Forschungslage jedoch wie folgt zusammenfassen:

„Auswirkungen von Mediengewalt auf Aggressionsverhalten sind am ehesten bei jüngeren, männlichen Vielsehern zu erwarten, die in Familien mit hohem Fernseh(gewalt)konsum aufwachsen und in ihrem unmittelbaren sozialen Umfeld (d. h. in Familie, Schule und Peergroups) viel Gewalt erleben (so dass sie hierin einen „normalen“ Problemlösungsmechanismus sehen), bereits eine violente Persönlichkeit besitzen und Medieninhalte konsumieren, in denen Gewalt auf realistische Weise und/oder in humorvollem Kontext gezeigt wird, gerechtfertigt erscheint und von attraktiven, dem Rezipienten möglicherweise ähnlichen Protagonisten mit hohem Identifikationspotenzial ausgeht, die erfolgreich sind und für ihr Handeln belohnt bzw. zumindest nicht bestraft werden und dem Opfer keinen sichtbaren Schaden zufügen („saubere Gewalt“). Es ist allerdings zu berücksichtigen, dass die genannten Faktoren nicht unabhängig voneinander sind, sondern miteinander interagieren können (indem z. B. Eigenschaften des Rezipienten sowie dessen Erfahrungen in seinem sozialen Umfeld die Wahrnehmung von Gewaltdarstellungen beeinflussen usw.).“<sup>1</sup>

Das zentrale Ergebnis valider wissenschaftlicher Beschäftigung mit der Frage nach der Wirkung von Medien auf das soziale Verhalten von Kindern und Jugendlichen ist, dass es keine monokausalen Erklärungen gibt. Auch die aktuelle Studie zu Computerspielabhängigkeit im Kindes- und Jugendalter des Kriminologischen Forschungsinstituts Niedersachsen (KFN), das für seine kritische Forschungshaltung gegenüber jugendlichem Medienkonsums bekannt ist, konstatiert für die Entstehungsbedingungen von Computerspielabhängigkeit, „dass diese aus einer Wechselwirkung von Merkmalen auf Seiten des Spielers und Merkmalen auf Seiten des genutzten Computerspiels entsteht.“<sup>2</sup> In einer ebenfalls aktuellen Studie des Instituts zum Thema Jugendgewalt kommen die Forscher zu dem – vor dem Hintergrund der öffentlichen Wahrnehmung und Zunahme des Mediengebrauchs von Heranwachsenden eher über-

---

<sup>1</sup> Zipfel, Astrid und Kunczik, Michael (2004): Medien und Gewalt. Befunde der Forschung seit 1998. Projektbericht für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, S. 289 f., <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Abteilung5/Pdf-Anlagen/medien-und-gewalt-lang,property=pdf,bereich=,rwb=true.pdf> (13.07.2009)

<sup>2</sup> Florian Rehbein, Matthias Kleimann, Thomas Mößle (2009): Computerspielabhängigkeit im Kindes- und Jugendalter: Empirische Befunde zu Ursachen, Diagnostik und Komorbiditäten unter besonderer Berücksichtigung spielimmanenter Abhängigkeitsmerkmale (KFN-Forschungsbericht; 108), S. 1, <http://www.kfn.de/versions/kfn/assets/fb108.pdf> (13.07.2009)

raschenden – Befund, dass die Jugendgewalt seit 1998 eine rückläufige Tendenz aufweist.<sup>3</sup> Der Medienkonsum in Verbindung mit dem Verhalten von Heranwachsenden ist immer im individuellen Lebenskontext zu sehen. Zur Beurteilung müssen insbesondere sowohl die familiäre, soziale und schulische Situation als auch die Persönlichkeitsstruktur einbezogen werden.

Der Grundsatz der Multikausalitäten von Medienkonsum und Wirkung erstreckt sich damit auch auf sozial gewünschte Wirkungen. Dies mitgedacht, lassen sich dennoch Kompetenzen ausmachen, die Heranwachsende für einen adäquaten Umgang mit Medien benötigen. Aus Sicht der LfM erfordern alle Medien Handlungskompetenzen in zwei Bereichen: In der Nutzung vorhandener Medienangebote und in der eigenen Gestaltung medialer Aussagen. Medienübergreifende, gemeinsame Grundsätze orientieren sich im Wesentlichen an den Dimensionen von Medienkompetenz wie z. B.

- mündiger Auswahl und Nutzung von Medienangeboten,
- Gestalten und Verbreiten von eigenen Medienbeiträgen,
- Verstehen und Bewerten von Mediengestaltungen,
- Erkennen und Aufarbeiten von Medieneinflüssen,
- Durchschauen und Beurteilen von Bedingungen der Medienproduktion und -verbreitung.

Um sich im Alltag, der zugleich Medienalltag ist, zurechtfinden zu können, müssen insbesondere Heranwachsende in die Lage versetzt werden, Medienangebote mit Blick auf die eigenen Bedürfnisse und Interessen auszuwählen und zu nutzen. Das Gestalten und Verbreiten eigener Medienbeiträge ist wichtig, um einerseits die ausschließliche Rezipientenrolle verlassen und andererseits eine kritische Einordnung medialer Angebote vornehmen zu können. Um Medienaussagen einordnen zu können (z. B. inszenierte Fotorealitäten), müssen der Umgang mit medialen Gestaltungsmitteln (wie z. B. Bild, Schrift und Ton) erlernt werden. Hier anknüpfend sollen Mediennutzer dafür sensibilisiert werden, den Einfluss, den Medien ausüben, zu erkennen, einzuordnen und damit umzugehen. Eng damit verbunden ist die Fähigkeit, die Bedingungen der Medienproduktion und -verbreitung durchschauen und beurteilen zu können. Die Analyse und die Kritik von Medien tragen dazu bei, die eigene Position in der Mediengesellschaft zu verstehen, kritisch zu reflektieren und zu verbessern. Einige exemplarische Beispiele für entsprechende Medienkompetenzprojekte der LfM, die sich gezielt an Kinder und Jugendliche richten, sind in der Antwort zu Frage 10 aufgeführt.

**(6) Woher stammen problematische Inhalte und wie kann der Verbreitung über Internet und Handy entgegengewirkt werden (insbesondere Problematik des privaten Weiterverkaufs im Internet ohne Altersbeschränkung)?**

Problematische Inhalte können einer Reihe von Quellen entstammen. Neben den „klassischen“ Internetseiten, von denen Fotos und Texte kopiert und Filme heruntergeladen werden können, werden immer mehr Inhalte in Diskussionsforen und vor allem dem sog. „Web 2.0“

---

<sup>3</sup> Vgl. Dirk Baier, Christian Pfeiffer, Julia Simonson & Susann Rabold: Jugendliche in Deutschland als Opfer und Täter von Gewalt: Erster Forschungsbericht zum gemeinsamen Forschungsprojekt des Bundesministeriums des Innern und des KFN (KFN-Forschungsbericht ; Nr. 107), S. 10 f. und S. 92 ff., <http://www.kfn.de/versions/kfn/assets/fb107.pdf> (13.07.2009)

angeboten. „Web 2.0“ ist das Schlagwort, um den Wandel von „großen“, klassischen Internetseiten hin zu einem „Mitmach-Medium“ zu beschreiben. Jeder kann und darf seine Inhalte auf Angeboten des Web 2.0 veröffentlichen, wobei mit Inhalten sowohl Texte als auch Videos, Audio-Dateien oder Fotos gemeint sind. Diese von Internetnutzern erstellten Inhalte innerhalb des Internet werden als „user-generated-content“ bezeichnet.

So zahlreich wie die interaktiven Möglichkeiten, die „Web 2.0“-Plattformen (Musiktauschbörsen, soziale Netzwerke etc.) ihren Nutzern bieten, sind auch die Risiken, denen sich Kinder und Jugendliche dort aussetzen. Neben den Gefährdungen durch ungeeignete Inhalte sollten auch sexuelle Belästigungen und die Gefahr des Online-Mobbings nicht außer Acht gelassen werden.

Auf Video-Plattformen wie „YouTube“ werden regelmäßig unzählige Filme veröffentlicht – nicht wenige von Ihnen per eigener (Handy-)Kamera von Jugendlichen gefilmt. In Social Communities wie „schülerVZ“ werden täglich hunderte Profile angelegt, Fotoalben erstellt und Diskussionsgruppen gegründet. Dabei finden sich auch immer wieder unzulässige Inhalte, die von pornografischen Darstellungen über rechtsextreme Propaganda bis hin zu Beiträgen reichen, die Gewalt gegen andere oder selbstgefährdendes Verhalten propagieren – und über die Plattformen in Umlauf geraten. Da viele der Nutzer anonym agieren, sind sie in der Regel nicht zu belangen, wenn sie Unzulässiges bereitstellen. Deutsche Betreiber einer Web 2.0-Plattform sind gesetzlich verpflichtet, zumindest die unzulässigen Beiträge zu löschen, von denen sie Kenntnis haben.

Unzulässige Beiträge in deutschen Web 2.0-Plattformen werden bei einer Nachricht an den Anbieter in der Regel schnell gelöscht, so dass bisher kaum aufsichtsrechtliche Verfahren gegen deren Betreiber eingeleitet wurden. Bei ausländischen Web 2.0-Plattformen gibt es keine vergleichbaren gesetzlichen Regelungen – mit Ausnahme von Selbstverpflichtungen, die die meisten Betreiber zumindest bei schweren Verstößen (z. B. rechtsextreme Propaganda, Exekutionsvideos) in der Regel auch zur umgehenden Löschung von derartigen Inhalten führen – sobald sie von diesen Inhalten Kenntnis erhalten.

In der Tat sind die Inhalte jedoch mitunter bis zu diesem Zeitpunkt im In- und Ausland bereits vielfach verbreitet – und haben nicht selten ihren Weg auf mobile Medien wie Handy oder MP3-Player gefunden. Mit einer Besitzrate von 94 % unter den 12- bis 19-Jährigen (JIM-Studie 2007) ist das Handy das am weitesten verbreitete Medium bei Jugendlichen und aus der heutigen Jugendkultur nicht mehr wegzudenken. Mit dem Handy können Kinder und Jugendliche nicht nur SMS schreiben oder telefonieren, sondern auch Musik hören, filmen, fotografieren, chatten oder unmittelbar im Internet surfen. Durch die Mobilität des Handys können Heranwachsende leicht, egal wo sie sich gerade aufhalten, mit ungeeigneten Inhalten, Belästigungen oder gar mit Übergriffen konfrontiert werden. Für Eltern – und Lehrer – wird es daher zunehmend schwieriger, den Überblick über die Handynutzung zu behalten und ggf. einzugreifen.

Die in der Fragestellung angesprochene Problematik des (Weiter-)Verkaufs im Internet ohne Altersbeschränkung bzw. -kontrolle ist sowohl ein innerdeutsches, als auch ein nationales Problem. Relativ eindeutig ist die nationale Situation bei Produkten, die erst ab 18 erworben werden dürfen. Hier verlangen nahezu alle gewerblichen Anbieter entsprechende Nachwei-

se. Die Altersabgrenzungen unterhalb der „18-er“-Grenze werden unterschiedlich überprüft, meist schon, um eine reibungslose Abwicklung der Bezahlung zu garantieren – da z. B. unter 16-Jährige nicht über nutzbare Bankverbindungen oder Kreditkarten verfügen dürften. Im privaten Bereich ist eine Kontrolle schwierig – nach hiesigem Kenntnisstand überprüfen zumindest führende Internetplattformen (bzw. Auktionshäuser) die aktuellen Angebote in Stichproben.

Ein weiteres Problem ist von der Kommission für Jugendmedienschutz unlängst angegangen worden. So wurden zu österreichischen und anderen ausländischen Onlinehändlern, die in Deutschland von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien indizierte Artikel anbieten, ihrerseits Indizierungsanträge gestellt. Damit würde zumindest in Deutschland eine Bewerbung der Angebote untersagt.

**(7) Welche Erkenntnisse gibt es zum Mobbing von Kindern und Jugendlichen im Internet? Wie kann ein angemessenes Problembewusstsein geschaffen werden?**

Von Cybermobbing spricht man, wenn Kinder und Jugendliche Medien vermittelt, d. h. über E-Mails, SMS, Telefonanrufe oder über Chats und Social Communities beleidigt, belästigt oder bedroht werden. Demütigungen und Drohungen finden somit nicht nur in der unmittelbaren persönlichen Kommunikation statt, sondern über Medien. Das Mobbing über Medien hat eine besondere Dimension, da die Belästigung von einer wesentlich größeren Zahl von Personen, wesentlich massiver über unterschiedliche Kanäle ausgeübt werden kann und die Beleidigungen/Bedrohungen im Netz wesentlich länger zur Verfügung gestellt und eine wesentlich breiteren Zielgruppe zur Kenntnis gegeben werden.

Laut der JIM-Studie 2008 haben 17 % der Jugendlichen angegeben, dass schon einmal fehlerhafte und beleidigende Inhalte in Social Communities über sie eingestellt wurden. 25 % geben an, dass im Bekanntenkreis schon einmal jemand in einer Community fertig gemacht wurde. Auch in der NLM-Studie von Petra Grimm zur „Gewalt im Web 2.0“ werden entsprechende Zahlen zum Thema Belästigung/Bedrohung im Netz bestätigt. So geben 34 % der befragten Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren an, schon einmal im Internet sexuellen Anspielungen bzw. Belästigungen ausgeliefert worden zu sein. Beleidigt bzw. beschimpft wurden bereits 19 %. Bedroht, auch unter Androhung von Gewalt, wurden laut dieser Studie bereits 4 %. Auch die LfM-Studie „Heranwachsen im Social Web“ macht deutlich, dass nahezu alle befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen bereits in irgendeiner Form Erfahrungen mit Online-Mobbing gemacht haben – entweder in Bezug auf die eigene Person, auf Mitschüler oder Bekannte, oder sie haben zumindest davon gehört, dass Andere derartige Erfahrungen gemacht haben. Zumeist bezieht sich diese Erfahrung auf „peinliche“ oder „blöde Fotos.“

Das Thema Cybermobbing spielt somit im Alltag von Kindern und Jugendlichen durchaus eine Rolle. Dabei muss jedoch festgehalten werden, dass das „fertig machen“ nicht primär ein mediales Problem darstellt, sondern ein gesellschaftliches. Im Mittelpunkt stehen hier Fragen des Respekts und des Umgang miteinander. Durch die Nutzung von Medien nimmt dieses Problem jedoch unter den o. g. Aspekten eine wesentlich größere Dimension ein. Vor dem Hintergrund, dass es sich hier um gesellschaftlich unerwünschtes Verhalten handelt,

geht es sowohl in der Familie als auch in der Schule darum, das Thema Cybermobbing bzw. den Umgang miteinander zu thematisieren und möglicherweise Fälle von Mobbing aufzudecken. Die Thematisierung ist vor allem vor dem Hintergrund wichtig, da bekannt ist, dass Mobbingopfer sich selbst häufig nicht trauen, darauf hinzuweisen, dass sie bedroht oder belästigt werden. Vor allem für die Schule gibt es unterschiedliche Materialien und Angebote, die Lehrer beim Aufgreifen der Thematik unterstützen könnten. Hierzu zählen beispielsweise die Unterrichtsmaterialien „Was tun bei Cybermobbing“ von klicksafe, der Handysektor-Comicflyer „Fertig machen ist tabu“, die Broschüre Cyberbullying des ServiceBureaus Bremen oder das präventive Theaterstück „r@usgemobbt.de“ der Theaterproduktion Comic on!.

Neben der Thematisierung von Mobbing durch Eltern und Lehrer kommt jedoch auch den Anbietern beispielsweise von Chaträumen, Social Communities eine Verantwortung zu. Hier ist es notwendig, dass Jugendliche die gemobbt werden oder Jugendliche die davon mitbekommen, dass ein Teilnehmer gemobbt wird, die Möglichkeit haben, dies dem Anbieter zu melden, sodass dieser den Täter entsprechend von dem Angebot ausschließen kann und auch die diffamierenden Inhalte, die über die gemobbte Person eingestellt wurden, entfernen kann. Dabei ist jedoch immer zu berücksichtigen, dass (1) Inhalte die einmal ins Netz eingestellt wurden, auch wenn sie wieder gelöscht werden, auf anderem Weg bereits weiter verbreitet werden konnten und (2) auch Personen die aus Communities ausgeschlossen werden sich unter anderem Namen erneut anmelden können. Mit der Selbstverpflichtung der drei größten Social Communities haben sich diese u. a. für entsprechende Meldebuttons ausgesprochen. Dies ist als ein Schritt in die richtige Richtung zu werten.

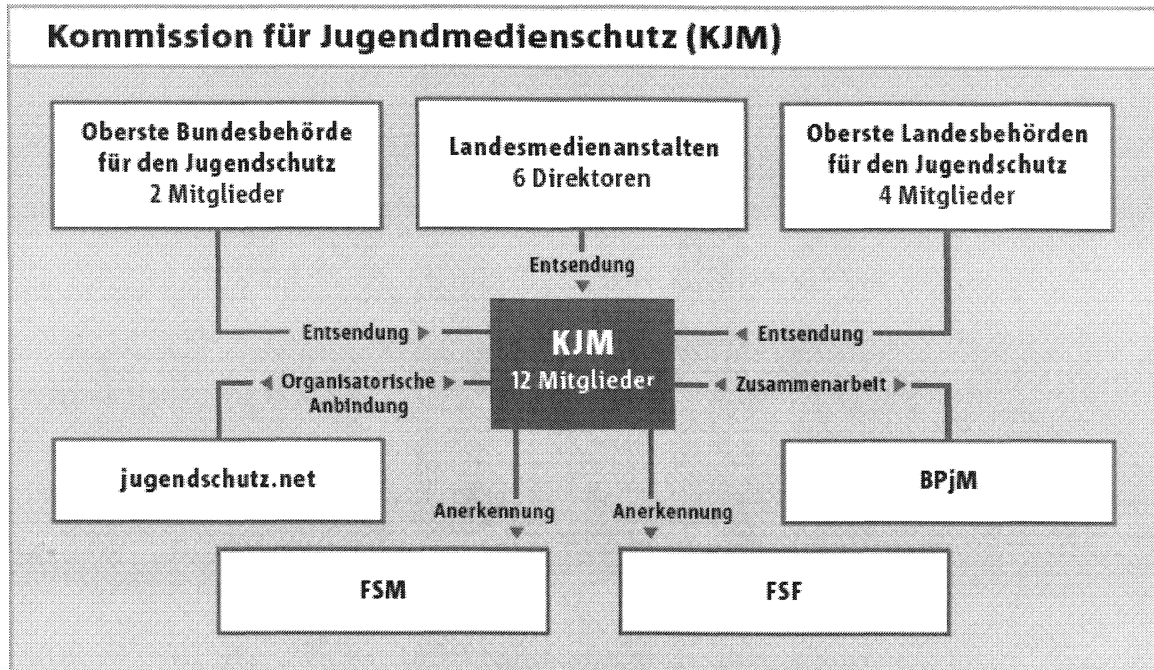
**(8) Wie ist die Durchsetzbarkeit des Jugendmedienschutzes in Nordrhein-Westfalen auf Grundlage der derzeit geltenden Gesetze einzuschätzen? Welche Konsequenzen ergeben sich daraus?**

Organisation des Jugendmedienschutzes seit dem Inkrafttreten des JMStV

Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) ist seit dem Jahr 2003 für die Landesanstalt für Medien NRW die Grundlage ihrer aufsichtlichen Aktivitäten im Bereich des Jugendschutzes in Rundfunk (Fernsehen und Radio) und Telemedien (Internet). Der JMStV sah keine Übergangsfristen zwischen der zuvor herrschenden Rechtslage und dem nun den Landesmedienanstalten obliegenden Aufgabenspektrum – vor allem bei der Internetaufsicht – vor. Ein weiterer neuer Eckpfeiler des JMStV war in diesem Zusammenhang die Schaffung der Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten, in der neben deren Vertretern auch die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien, Vertreter der obersten Landesjugendbehörden und weitere Vertreter der Obersten Bundesbehörden vereint wurden.

Vor Inkrafttreten des JMStV verschiedenen Stellen (Landesmedienanstalten, Landesbehörden) obliegende Entscheidungen sind seitdem bundesweit dem zentralen Gremium KJM vorbehalten. Ein weiteres wesentliches neues Element des JMStV ist die enge Verzahnung von Selbstkontrolle auf der Anbieterseite und der Aufsicht durch die KJM bzw. der Landesmedienanstalten – die sog. „regulierten Selbstregulierung“ bzw. Koregulierung. Als Einrichtung der Selbstkontrolle im Bereich Fernsehen wurde die „Freiwillige Selbstkontrolle Fernse-

hen“ (FSF) von der KJM bereits im Jahr 2003 anerkannt. Das Anerkennungsverfahren für die „Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia“ (FSM) hingegen gestaltete sich sehr komplex und zog sich bis Mitte des Jahres 2005 hin. Zwischenzeitlich ist jedoch auch die FSM von der KJM anerkannt und ist auf dieser Basis tätig.



Quelle: KJM

### Internet

Aus Sicht der LfM sind die bisherigen Erfahrungen mit dem gesetzlichen Regelwerk des Jugendmedienschutzes grundsätzlich positiv. Nachdem sich insbesondere in den ersten beiden Jahren nach Inkrafttreten des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages, auf dessen Grundlage die LfM in Belangen des Jugendmedienschutzes in der Hauptsache tätig wird, einige praktische Probleme offenbart haben, sind in den letzten Jahren vielversprechende Erfolge bei Verfahren gegen Internetanbieter zu verzeichnen gewesen. Nachdem anfangs im Bereich des Internets vor allem technische Fragen zu Altersverifikationssystemen (Volljährigkeitskontrollen von Webangeboten) eine großen Part einnahmen, aber auch verfahrensrechtlich eine Reihe von bis dato unbekanntem Problemen zu lösen waren, sind zwischenzeitlich durch die LfM unter Beteiligung der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) eine Vielzahl von Verfahren zum Abschluss gebracht worden. Im Ergebnis sind viele Angebotsinhalte nicht mehr bzw. deutlich „entschärft“ abrufbar. In den zurückliegenden Jahren wurden so mehrere hundert Verfahren betrieben, und dabei neben den üblichen Gebühren auch zahlreiche Bußgelder – zum Teil in fünfstelliger Höhe – verhängt.

Sämtliche bisher durchgeführte Verfahren wurden dabei auch unter dem Aspekt angestrengt, Präzedenzfälle für ähnlich gelagerte Fälle zu schaffen. Nach ggf. gerichtlicher Klärung entfalten die jeweiligen Einzelfälle – gerade durch die „Berichterstattung“ in einschlägigen Internetforen – eine erhebliche Breitenwirkung. Bei allen Fällen erfolgt eine enge Zusammenarbeit mit den Strafverfolgungsbehörden in NRW, um auch möglicherweise strafrechtlich relevante

Sachverhalte zu berücksichtigen. Über die zentrale Zusammenarbeit in der KJM ist zudem der kontinuierliche Austausch und die Vernetzung mit anderen Einrichtungen sichergestellt.

### Rundfunk

Zu Hörfunk und (in der Hauptsache) Fernsehen gingen bei der LfM im Jahr 2008 über 300 Anfragen und Beschwerden ein. In Einzelfällen wurden Beanstandungsverfahren eingeleitet, in zwei Fällen wurden jüngst auch Bußgelder gegen Fernsehveranstalter verhängt, da sie mit der Ausstrahlung von Sendungen gegen die gültigen Bestimmungen des Jugendschutzes verstoßen haben. Im Vergleich zum Internet zeigt sich – schon aufgrund des etablierteren Verbreitungsweges – zwar ein deutlicheres Aufkommen von Beschwerden, die Inhalte selbst bieten jedoch insgesamt ein niedrigeres Gefährdungspotential.

- (9) Welche Kompetenzen sind für den Umgang mit problematischen Medieninhalten erforderlich?**
- (10) Über welche Medienkompetenz verfügen Kinder und Jugendliche? Wodurch kann die Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen gefördert werden?**

Medien sind in allen Lebensbereichen von zentraler Bedeutung. Dies hat zur Folge, dass Medienkompetenz insbesondere für Heranwachsende zu einer Schlüsselkompetenz geworden ist, die nachhaltig gefördert werden muss. Kinder und Jugendliche müssen so qualifiziert werden, dass sie mit den Medien und ihren Inhalten kompetent und selbstbestimmt umgehen können.

Die LfM hat vor dem Hintergrund ihrer gesetzlichen Aufgabe Medienkompetenz im Land zu fördern, Medienerziehung zu unterstützen und zum selbstverantwortlichen Umgang mit allen Formen analoger und digitaler Medienkommunikation sowie zur gleichberechtigten Teilhabe an ihr beizutragen (§ 39 LMG NRW), vielfältige Förderaktivitäten entwickelt. Der Planung und Umsetzung dieser Aktivitäten liegen verschiedene Leitbilder zugrunde, welche die Ziele definieren, die mit den Projekten und Förderaktivitäten der LfM erreicht werden sollen:

Insbesondere sollen Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen befähigt werden, Kinder und Jugendliche beim Erwerb von Medienkompetenz zu unterstützen. Somit sollen potenzielle Gefährdungen durch Aufklärung und Kompetenzentwicklung minimiert werden (Leitbild Jugendmedienschutz). Darüber hinaus will die LfM einen Beitrag dazu leisten, möglichst viele Heranwachsende und Erwachsene in die Lage zu versetzen, sich die Bildungspotenziale der Medien zunutze zu machen. Hierbei sollen Zugänge zu Wissen und Information, die von den Medien eröffnet werden, kritisch und umfassend aufgegriffen werden können (Leitbild Bildung). Darüber hinaus soll durch die Förderung von Medienkompetenz, insbesondere von Medienkritik und von Medienproduktionen (z. B. im Kontext der Bürgermedien), ein Beitrag zur größtmöglichen Teilhabe des Einzelnen am gesellschaftlichen und politischen Leben geleistet werden (Leitbild Demokratiekompetenz). Allen Aktivitäten der LfM zur Förderung von Medienkompetenz ist dabei das Ziel gemeinsam, dass möglichst viele Menschen, unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft und materieller Ausstattung, an den Medien und den neuen Kommunikationstechniken partizipieren und die von ihnen ausgehenden Chancen nutzen können (Leitbild Chancengleichheit). Diesem Leitbild entsprechend, sollen die Aktivi-

täten helfen, die „Digitale Teilung unserer Gesellschaft“ zu überwinden. Zudem will die LfM mit ihren Aktivitäten die Vernetzung von institutionellen Akteuren im Bereich Medienkompetenz unterstützen und zur Koordination ihrer Projekte beitragen (Leitbild Vernetzung).

Damit einher geht die Frage, über welche Medienkompetenz Kinder und Jugendliche verfügen, also inwieweit Medienkompetenz messbar ist. Derzeit sind eine Vielzahl von Kriterien für die Bewertung der Medienkompetenz von Heranwachsenden in der Diskussion. Sie orientieren sich im Wesentlichen an den Dimensionen von Medienkompetenz wie z. B. mündiger Auswahl und Nutzung von Medienangeboten, Gestalten und Verbreiten von eigenen Medienbeiträgen, Verstehen und Bewerten von Mediengestaltungen, Erkennen und Aufarbeiten von Medieneinflüssen, Durchschauen und Beurteilen von Bedingungen der Medienproduktion und -verbreitung. Angesichts der rasanten Entwicklung der Medien sind die verschiedenen Kompetenzebenen stets zu überprüfen. Die LfM wirkt in vielfältiger Weise und mit zahlreichen Medienkompetenz- und Medienforschungsprojekten an der Kriterienentwicklung und -überprüfung mit.

Die Kriterienentwicklung wird seitens der Landesmedienanstalten insbesondere durch Forschungsprojekte unterstützt. Quantitative Indikatoren werden beispielsweise durch die u. a. von zwei Landesmedienanstalten, LFK und LMK, beauftragten Langzeitstudien KIM und JIM erhoben, im Rahmen derer gezielt der Medienumgang von Kindern und Jugendlichen untersucht wird. Diese repräsentativen Langzeitstudien können allgemeine Entwicklungen und Trends kontinuierlich abbilden und dokumentieren. Gleichzeitig werden in den einzelnen Wellen spezifische Fragestellungen realisiert, die aktuelle Medienentwicklungen aufgreifen. Zu den untersuchten Themenfeldern zählen Medienausstattung, Medienbindung, Medienfunktionen, Computernutzung, Einstellungen zu Computer und Internet, Computerspiele, Lernprogramme, Computer und Schule, Internetnutzung sowie die Einbindung neuer Medien in den schulischen Kontext. Die so erhobenen Einstellungen und Erfahrungen von Kindern und Jugendlichen können Aufschluss über Kriterien zur Bewertung der Medienkompetenz geben. Indikatoren können insbesondere die Geräteausstattung, die Medienpräferenz, die Medienbindung, die Nutzungspräferenz und -dauer sein.

Darüber hinaus zielen einzelne Studien, wie beispielsweise zur geschlechterspezifischen Medienkompetenzförderung und zum Umgang von Heranwachsenden mit dem Web 2.0, auf die Gewinnung von qualitativen Kriterien für die Bewertung von Medienkompetenz. Die quantitativ und qualitativ gewonnenen Erkenntnisse werden in Modellprojekten erprobt und öffentlich sowie wissenschaftlich zur Diskussion gestellt, um einen Beitrag zur Konsensbildung zu leisten. Überdies wirken die Landesmedienanstalten an der Entwicklung von Qualitätstestierungen in der Weiterbildung mit. Hierbei werden vor allem Testierungsverfahren entwickelt, bei denen der Lernende im Mittelpunkt steht. Um Medienkompetenz fördernde Maßnahmen zielgruppen- und themengerecht konzipieren zu können, ist eine Evaluation im Sinne eines umfassenden Qualitätsmanagements bedeutsam. Bei sämtlichen Projekten erfolgen während des Projektverlaufs und nach Projektabschluss Rückkoppelungen zwischen den Projektbeteiligten. Eine Übersicht der Forschungsaktivitäten findet sich unter <http://www.lfm-nrw.de/forschung>.

Vor dem skizzierten Hintergrund hat die LfM, oftmals gemeinsam mit ausgewiesenen Partnern, eine Vielzahl von medienpädagogischen Projekten initiiert, begleitet und ausgewertet,

die dazu beitragen, Kinder und Jugendliche zu qualifizieren, mit Medien(-inhalten) kompetent und selbstbestimmt umgehen können. Einige der zentralen, längerfristig angelegten Projekte sind:

- **Internet-ABC ([www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)):**  
Das Internet-ABC, getragen vom Verein Internet-ABC e. V., zu deren Mitgliedern elf Landesmedienanstalten gehören, will Internetkompetenz auf breiter gesellschaftlicher Ebene fördern. Die werbefreie Plattform richtet sich an Kinder von sechs bis zwölf Jahren, Eltern und Pädagogen und bietet zielgruppenspezifisch aufbereitetes Basiswissen sowie konkrete Hilfestellung und Informationen über den sicheren Umgang mit dem Internet an.
- **klicksafe ([www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)):**  
klicksafe.de ist der deutsche Knotenpunkt im „Safer Internet Programm“ der Europäischen Union. klicksafe bietet umfassende Informationen zu verschiedenen Aspekten der sicheren Internetnutzung, darunter beispielsweise zum Umgang mit Urheberrechten, zum Datenschutz und zu „Abzocke-Angeboten“ im Netz sowie zum Thema Chat, Instant Messaging, Onlinespiele und Spielkonsolen. Viele Informationen liegen darüber hinaus als Flyer und Broschüre vor, die kostenlos bestellt werden können.
- **Handysektor ([www.handysektor.de](http://www.handysektor.de)):**  
Das nichtkommerzielle Informationsangebot [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de), getragen von der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und dem Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs), informiert Jugendliche über Risiken bei der Handynutzung. [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de) bietet Tipps zu einer sicheren Anwendung von Handy, Notebook, WLAN sowie Bluetooth, erläutert zielgruppengerecht technische Begriffe und stellt Hinweise und Links zu weiterführenden Informationen zusammen.
- **AUDITORIX – Hören lernen mit Qualität ([www.auditorix.de](http://www.auditorix.de)):**  
„Hören mit Qualität“ heißt das gemeinsam von der Initiative Hören und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in 2006 initiierte Projekt, das – ausgehend von der zentralen Bedeutung des Hörens für die frühkindliche Medienkompetenzförderung – Hör- und Zuhörkompetenzen sowie Kompetenzen zur qualitativen Bewertung von Hörmedien bei Kindern im Grundschulalter vermitteln will. Die Qualität von Hörspielen und Hörbüchern soll für Kinder erkennbarer werden. Sie sollen in die Lage versetzt werden, selber ein Hörbuch oder ein Hörspiel zu bewerten und vielleicht sogar zu produzieren. Die im Rahmen des Projekts entstandene „Hörspielwerkstatt Auditorix“ bietet umfangreiches und didaktisch vielseitig einsetzbares Material rund um das Thema „Hörspiel“, ist speziell für den Einsatz in der Grundschule ausgerichtet und orientiert sich an den curricularen Empfehlungen. Sie bietet sich aber ebenso für den Einsatz im Offenen Ganztage, in Radiowerkstätten und in der freien Medienarbeit mit Kindern an. Die kostenfreie Lernsoftware unterstützt das fächerverbindende und projektorientierte Arbeiten als auch das selbstständige Lernen, Recherchieren und Ausprobieren der Kinder.

Eine Übersicht der Projekte und Angebote zur Förderung von Medienkompetenz in Nordrhein-Westfalen werden im Medienkompetenzportal NRW, <http://www.medienkompetenz-nrw.de>, bereitgestellt.

**(11) Über welche Medienkompetenz verfügen die an der Erziehung beteiligten Personen? Wodurch kann die Medienkompetenz der an der Erziehung beteiligten Personen gestärkt werden?**

Familie

Mit Blick auf die Eltern/Familie lässt sich konstatieren, dass bezogen auf ihre eigene Medienkompetenz und die Medienerziehung davon auszugehen ist, dass sehr unterschiedliche Kenntnisstände und Konzepte vorhanden sind bzw. ein unterschiedliches Problembewusstsein mit Blick auf die Mediennutzung ihrer Kinder vorliegt. Grundsätzlich wird Eltern ein breites Spektrum an Informationsmaterialien in Form von Broschüren, Elternabenden und Internetangeboten (z. B. Internet-ABC, klicksafe.de, flimmo, Initiative Eltern+Medien etc.) zur Verfügung gestellt, um sie über aktuellen Medienentwicklungen zu informieren und die Chancen und Risiken der Mediennutzung aufzuzeigen. Es muss jedoch festgestellt werden, dass entsprechende Maßnahmen überwiegend solche Familien erreichen, die für die Thematik sensibilisiert sind und sich für den Medienumgang ihrer Kinder interessieren.

Um dezidierte Erkenntnisse darüber zu erhalten, über welche Medienkompetenz Eltern konkret verfügen, welche Medienerziehungskonzepte sie theoretisch und auch praktisch verfolgen und welche Maßnahmen darüber hinaus zur Unterstützung bei den unterschiedlichen Elterngruppen benötigt werden, plante die LfM im 2. Halbjahr 2009 eine Studie in Auftrag zu geben, die Aufschluss über die Kompetenzen und Erziehungskonzepte der Eltern im medialen Bereich geben.

Kindergarten

Mit Blick auf die Medienerziehung im Kindergarten durch Erzieherinnen und Erzieher hat die LfM die Studie „Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten“ im Jahr 2007 vorgestellt. Die Studienergebnisse zeigen deutlich, dass sich im Vergleich zu der 10 Jahre zuvor durchgeführten Erhebung die Einstellung der Erzieherinnen zur Notwendigkeit einer Medienkompetenzförderung sowie die Umsetzung von medienpädagogischen Projekten und Maßnahmen im Kindergarten auf gleich bleibend niedrigem Niveau kaum verändert hat. Ursächlich hierfür wird zum einen gesehen, dass an den Kindergarten mit Blick auf den Bildungsauftrag unterschiedliche Anforderungen gestellt werden – bei immer geringeren personellen Ressourcen – und somit dem Thema Medienkompetenzförderung im Vergleich ein geringer Stellenwert eingeräumt wird. Darüber hinaus konnte in der Studie festgestellt werden, dass im Rahmen der Ausbildung von Erzieherinnen nur eine unverbindliche und unspezifische curriculare Verankerung des Themas Medienkompetenz und Medienerziehung vorkommt. Auch die Ausbilderinnen der Erzieherinnen und Erzieher verfügen nicht über ausreichende Kompetenzen, um in diesem Bereich aktiv werden zu können. Auch hier ist die LfM auf dem Weg, eine weitere Fortbildungsinitiative auf den Weg bringen zu können, um Erzieherinnen für die Notwendigkeit der Medienkompetenzförderung zu sensibilisieren. Grundsätzlich notwendig ist jedoch vor allem die Einbindung der Medienkompetenzförderung in die curricularen Rahmenbedingungen der Erzieherinnenausbildung. Auch hier plant die LfM sich mit entsprechenden Maßnahmen einzubinden.

## Schule

Da die Förderung von Medienkompetenz im schulischen Bereich als Querschnittsaufgabe gesehen wird, die bei unterschiedlichen Unterrichtsfächern anknüpft, hängt es je nach Qualifikation und Motivation des Fachlehrers ab, inwieweit Medienkompetenzförderung im Unterricht eine Rolle spielt. Differenziert werden muss hier zwischen drei Bereichen der Thematisierung von Medien: (1) Medien als Lehrmittel, (2) Medien als Lernmitteln und (3) die Thematisierung von Medien als Unterrichtsthema. Durch Studien aus anderen Bundesländern ist bekannt, dass auch hier ein sehr disperses Feld vorherrscht und in den unterschiedlichen Bundesländern unterschiedliche Rahmenbedingungen mit Blick auf den Einsatz und die Thematisierung von Medien vorliegt. Für Nordrhein-Westfalen werden konkrete Ergebnisse mit Blick auf die von der LfM in Auftrag gegebene Studie „Medienkompetenz in der Schule“ erwartet, die die Situation in Nordrhein-Westfalen dezidiert in den Blick nimmt. Diese Studie erfolgt mit Unterstützung des Ministeriums für Schule und Weiterbildung NRW/der Medienberatung NRW.

Unabhängig von ggf. notwendigen strukturellen Veränderungen des Stellewertes der Medienkompetenzförderung in der Schule und in der Lehrerausbildung existieren eine Vielzahl von Unterrichtsmaterialien (z. B. Angebote der LfM: Klicksafe-Unterrichtsmaterialien, Internet-ABC, Handysektor, Auditorix-Hörspielwerkstatt, JAM – Jugendliche als Medienforscher etc., Radio in der Schule), auf die Lehrer, die entsprechendes Interesse haben, zurückgreifen können. Somit mangelt es nicht an Materialien. Vielmehr wird die Notwendigkeit gesehen, die Lehrer für die Medienkompetenzförderung zu Qualifizierung und notwendige strukturelle Rahmungen zu schaffen.