

Medientreff und Jahresempfang
der Medienanstalt
Mecklenburg-Vorpommern

**Mit Facebook, Casting-Shows und
Computerspielen durch den Alltag?
Mediennutzung und Jugendkultur im Wandel**

Donnerstag, 14. Juni 2012

Städtischer Barocksaal und Restaurant „Lokschuppen“
in Rostock

Dokumentation

Impressum

Herausgeber

Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV)
Anstalt des öffentlichen Rechts
Bleicherufer 1
19053 Schwerin
Telefon: 0385 55881-12
Fax: 0385 55881-30
info@medienanstalt-mv.de
www.medienanstalt-mv.de

V. i. S. d. P: Dr. Uwe Hornauer, Direktor der
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern

Redaktion

Bert Lingnau, Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern

Gestaltung und Herstellung

Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern

Bildnachweis

Fotos: Christian Hecker (im Auftrag der MMV)
Grafiken und Illustrationen: Prof. Dr. Christian Schicha (Seite 11, 12), Thomas Rathgeb (Seite 15, 16, 17), Prof. Dr. Roland Rosenstock (Seite 23, 24, 25)

Tagungsprogramm

	Seite
Eröffnung	5
Dr. Uwe Hornauer, Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern	
Innovative Programmformate und interaktive Kommunikationstechniken. Neue Herausforderungen an die Medienethik	8
Prof. Dr. Christian Schicha, MEDIADESIGN HOCHSCHULE für Design und Informatik, Düsseldorf	
Die digitalen Eingeborenen. Wie nutzen Kinder und Jugendliche die multimediale Welt?	14
Thomas Rathgeb, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest/Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Stuttgart	
Schöne neue Medienwelt. Im Rausch des Virtuellen	21
Gesprächsrunde mit Prof. Dr. Christian Schicha, MEDIADESIGN HOCHSCHULE, Düsseldorf Thomas Rathgeb, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest/Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Stuttgart Jan Krienke, Student, Greifswald Moderation: Dr. Friederike Grothe, Grothe Medienberatung, Hamburg	
Vom Wert des Spielens. Online-Games als Ausdruck der Jugendkultur	22
Prof. Dr. Roland Rosenstock, Universität Greifswald	
„Mediale Monster“. Vermitteln Ego-Shooter soziale Kompetenzen?	26
Abschlussdiskussion mit Anja Schweiger, ComputerSpielSchule Greifswald Alexander Buschner, Schüler, Greifswald Armin Möller, Lokalradio Rostock André Dobrig, Evangelische Suchtberatung Rostock gGmbH Moderation: Dr. Friederike Grothe, Grothe Medienberatung, Hamburg	
Impressionen vom Medientreff und dem anschließenden Jahresempfang	28



Eröffnung

Jugendkultur im Wandel

Von Dr. Uwe Hornauer, Direktor der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen hier im Barocksaal der Hansestadt Rostock zum diesjährigen Medientreff der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern.

Das Thema, mit dem wir uns heute hier beschäftigen wollen, ist ein spezifischer Aspekt von „Jugendkultur im Wandel“. Sicherlich könnte man an dieser Stelle gleich einwerfen: Jugendkultur unterliegt immer einem Wandel, wer, wenn nicht die Jugend setzt Trends, Moden, prägt in geschmacklichen Überlegungen die Moderne – den Zeitgeist. Jugendkultur grenzt sich dabei a priori von der Welt der Erwachsenen ab, mal mehr und mal weniger zum Ärgernis der Älteren:



Dr. Uwe Hornauer

„Die Jugend liebt heutzutage den Luxus, sie hat schlechte Manieren, verachtet die Autorität, hat keinen Respekt vor älteren Leuten und schwatzt, wo sie arbeiten sollte.“ Dieses Zitat ist mehr als 2000 Jahre alt und wird dem griechischen Philosophen Sokrates zugeschrieben.

Dennoch: Jugendkultur ist nicht a priori etwas Negatives, aber eben auch nicht a priori etwas Positives. Ob eine Jugendkultur etwas nachhaltig prägen kann, so wie etwa die Jugendkultur der 68iger Generation, zeigt sich immer erst sehr viel später.

Wir wissen also nicht wirklich, wie bedeutend der Wandel ist, den wir gegenwärtig beobachten können. Wir können diesen allerdings beschreiben, erleben ihn tagtäglich, fühlen uns herausgefordert, und wir streben ihm nach oder schütteln auch immer wieder den Kopf darüber, gerade auch in dem Bereich, in dem sich der Wandel der Jugendkultur heute in besonderer Weise manifestiert: bei der **Mediennutzung**. Aber selbst das ist nicht neu, denn vor nur etwa 7 oder 8 Generationen klagten die Älteren über die Jugend, wie beispielsweise, dass sie zu viele Romane

lese und dass Bücher und deren übermäßiger Konsum insbesondere dem weiblichen Teil der Jugend ganz fürchterlich den Kopf verdrehen würden.

Heute klagen die Älteren über das Gegenteil und beobachten mit entgeistertem Blick, mit welcher rasender Geschwindigkeit Jugendliche heute sich auf den Tastaturen ihrer Handys bewegen. Zwar texten sie, aber sehr zum Verdruss ihrer Eltern und Lehrer mitnichten in vollständigen und grammatikalischen korrekten Sätzen und nicht einmal zwingend mit immer im Duden nachschlagbaren Worten.

Der Umgang der Jugend mit elektronischen Medien steht sicher schon seit geraumer Zeit im kritischen Blickfeld der jeweiligen erwachsenen Generation. Da die Digitalisierung und die Konvergenz der elektronischen Medien, deren Entwicklung in immer größeren Sprüngen immer schneller vorantreibt, lassen sich eine ganze Reihe von Aspekten der Jugendkultur im Wandel gerade an der Mediennutzung ablesen:

Ließen sich zu Beginn des Zeitalters der elektronischen Medien immer noch Aspekte von Jugend und Jugendkultur auch ohne Handy und Internet beschreiben, muss heute festgestellt werden, dass die Nutzung elektronischer Medien so ein fester Bestandteil jedweder Jugendkultur, der gesamten Jugend geworden ist, dass man sich Jugend ohne elektronischen Medienkonsum gar nicht mehr vorstellen kann. Der Konsum und die Nutzung von elektronischen Medien hat für Jugendliche heute den Stellenwert einer Selbstverständlichkeit – fast schon wie die Nahrungsaufnahme.

Aber ist damit der Medienkonsum auch schon zu einer Art Grundrecht geworden? Und noch etwas Bemerkenswertes ist feststellbar: Waren es früher Erwachsene, die den Jugendlichen den Zugang zur Nutzung elektronischer Medien eröffneten oder sogar beigebracht haben, hat sich dieses Verhältnis so gewandelt, dass wir schon von einer Umkehrung reden müssen. Jugendliche von heute sind ihren Eltern und ihren Lehrern oftmals meilenweit voraus, was die Fähigkeiten im Umgang mit den elektronischen Medien anbelangt, auch was die Dauer, die Einsatzmöglichkeiten und die Vielfältigkeit ihrer Nutzung betrifft.

Aber ergibt sich daraus auch bereits eine höhere Medienkompetenz? Oder sind nicht vielmehr gerade die Dauer der Nutzung oder beispielsweise auch der unkritische Umgang mit den eigenen Daten im Netz der Beweis des Gegenteils? Gerade an der enormen Bedeutung, die heute beispielsweise Computerspiele für Jugendliche haben, zeigt sich die ganze Widersprüchlichkeit der Diskussion. Gerade zu reflexartig wird das Verbot einer ganzen Kategorie von Computerspielern von der Politik gefordert, wenn wieder einmal ein Jugendlicher „Amok laufend“ um sich schießt. Stimmt aber wegen dieses offenkundigen Populismus bereits die Umkehrung der dahinterliegenden These: dass Computerspiele immer auch die Medienkompetenz stärken und damit einen medienpädagogischen Wert darstellen?

Prof. Dr. Roland Rosenstock von der Universität Greifswald wird uns nachher in seinem Referat den „Wert des Spielens“ erläutern. Wir sind auf seine Thesen besonders gespannt, haben wir von der Medienanstalt ihm doch auch den Auftrag gegeben, einen „Medienkompass“ zur weiteren Förderung der Medienkompetenz in unserem Bundesland zu entwickeln.

Seine Thesen werden sicherlich sehr kontrovers diskutiert werden von einer Verantwortlichen der ComputerSpielSchule Greifswald, einem Mediensuchtberater und einem Vertreter der spielenden Jugend selbst.

Zuvor jedoch wird uns Thomas Rathgeb vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest aktuelle Daten zur Mediennutzung in deutschen Familien erläutern, damit wir präziser wissen, wie sich die Trends dieser Tage wirklich manifestieren. Wie die sogenannten Digital Natives tatsächlich die multimediale Welt von heute nutzen.

Den Anfang der Vortragsreihe allerdings übernimmt Prof. Dr. Christian Schicha von der MEDIADESIGN HOCHSCHULE in Düsseldorf. Er erläutert uns, vor welchen Herausforderungen heute die Medienethik steht. Wie sehr innovative Programmformate und interaktive Kommunikationstechniken Fragen an unsere bisherigen Handlungsnormen stellen und neue Wertschätzungen erfordern.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, erwarten Sie mit mir spannende, möglicherweise kontroverse Redebeiträge und lebhaft Diskussionen.

Ich bedanke mich, dass Sie unserer Einladung gefolgt sind und für Ihre Aufmerksamkeit bis hierher und bitte nun, Herrn Prof. Schicha um sein Eröffnungsreferat.

VIELEN DANK !

Innovative Programmformate und interaktive Kommunikationstechniken.

Neue Herausforderungen an die Medienethik

Von Prof. Dr. Christian Schicha, MEDIADESIGN HOCHSCHULE für Design und Informatik, Düsseldorf

Die Aufgaben der Medienethik

Ethik begründet allgemeingültige Regeln für gutes und gerechtes Handeln. Sie sensibilisiert dafür, dass jeder über die Güte seines Handelns verantwortlich ist. Dieses Verantwortungsbewusstsein bildet die Grundlage einer vernünftigen Innen- bzw. Selbststeuerung der angesprochenen Akteure und Institutionen.

Wer sich mit Ethik beschäftigt, fordert nicht nur moralisches Handeln als unverzichtbare Qualität der Humanität, sondern liefert auch die analytischen und argumentativen Werkzeuge über normative Strukturen und der Anwendung diskursiver Muster der Normenformulierung. Abstrakte normative Leitbilder oder Verfahren müssen sich im Kontext der Anwendung in der konkreten Praxis bewähren.



Prof. Dr. Christian Schicha

Um die Differenz zwischen hohen moralischen Ansprüchen und den menschlichen Unvollkommenheiten und Sachzwängen zu überbrücken, hat sich in der Ethik die Unterscheidung zwischen idealen Normen und Praxisnormen etabliert. Idealnormen formulieren Prinzipien, die recht abstrakt sind. Sie können aus den Menschenrechten, aus allgemeinen Prinzipien oder Maximen, aus institutionellen Rollenerwartungen, aus Vertragsmodellen, aus argumentativen Diskursen, aus religiösen Katechismen oder traditioneller Sittlichkeit heraus begründet werden. Die idealen Voraussetzungen dieser abstrakten Modelle gelten zunächst als Resultat normativ-ethischer Überlegungen, die jedoch nur begrenzt praktische Hilfe bei konkreten Handlungsentscheidungen liefern können. Idealnormen wie beispielsweise der Kategorische Imperativ sind in der Regel zu allgemein, zu unbestimmt und zu rigide, um faktisch als Regeln für die konkrete Praxis dienen zu können. Sie weichen oftmals zu gravierend von den gängigen Gegebenheiten und Konventionen der Lebenspraxis ab, um die Akteure zur Einhaltung entsprechender Prinzipien zu motivieren. Idealnormen müssen deshalb in Praxisnormen übersetzt werden, also in bereichsspezifische „Durchführungsregeln“, die den historischen und sozio-ökonomischen Rahmen mit entsprechenden Sachzwängen und menschlichen Unzulänglichkeiten berücksichtigen.

Die Medienethik gehört neben der Medizinethik, der ökologischen Ethik und der Wirtschaftsethik u.a. zu den Disziplinen angewandter Ethik, die normative Leitlinien für die Produktion, Distribution und Rezeption von Medienangeboten liefern soll.

In der Regel richtet sich der Blick auf konkrete Medieninhalte. Im Mittelpunkt des Interesses stehen Debatten über Mediengewalt, die angemessene Darstellung von Sexualität sowie die Berichterstattung über Krisen und Katastrophen, auf die nachfolgend noch ausführlicher eingegangen wird.

Es herrscht Konsens, dass mediales Handeln angesichts seiner gesellschaftlichen Bedeutung eine angewandte Bereichsethik benötigt. Die Medienethik kann als Form der angewandten Moralphilosophie einen systematischen Beitrag auf der Suche nach einem angemessenen Umgang mit der Fülle unterschiedlicher medialer Angebote und Formate leisten. Ihre Notwendigkeit leitet sich auch aus der herausragenden Bedeutung medienvermittelter öffentlicher Kommunikation für moderne Gesellschaften ab. Medienkommunikation ist konstitutiv für moderne Demokratien, weil erst durch sie eine öffentliche Sphäre gewährleistet werden kann, in der eine Gesellschaft sich mit sich selbst beschäftigt. An sie sind konkrete gesellschaftliche Erwartungen wie Information, Orientierung, Partizipation, soziale Integration aber auch Kontrolle und Kritik geknüpft. Ob sie erfüllt werden, hängt entscheidend von der Verfasstheit der Medienkommunikation ab. Deren Kriterien sind auch eine ethische Frage. Ethische Anforderungen an Medienkommunikation lassen sich aus allgemeinen Kommunikationsethiken ableiten, die im Hinblick auf humankommunikative Verständigung formuliert werden. Zu deren weitreichenden Annahmen gehören Widerspruchsfreiheit, Wahrhaftigkeit und Argumentativität sowie Fairness im Sinne gleichberechtigter Anerkennung aller Teilnehmer, Transparenz, Offenheit und Freiheit von äußeren Zwängen.



Prof. Dr. Christian Schicha referierte im Barocksaal Rostock über Medienethik

In den Medien handelnde Akteure kommunizieren und bedienen sich der gleichen Rationalität – allerdings unter anderen Rahmenbedingungen als in der interpersonellen Kommunikation. Medienkommunikation kennt häufig keine direkte Interaktion,

sondern ist in der Regel durch einen Dritten vermittelt. Medienethik kann der medialen Praxis Hinweise geben, wie Normenkonflikte gelöst werden können. Und sie leitet Medienakteure dabei an, konkrete Entscheidungen moralisch selbst zu rechtfertigen.

Wie jede andere angewandte Ethik auch, übernimmt die Medienethik bestimmte Idealnorm-Konzeptionen und übersetzt sie für ihren Anwendungsbereich. Die Medienethik als Form der angewandten Moralphilosophie leistet einen systematischen Beitrag zur Suche nach einem angemessenen Umgang mit der Fülle unterschiedlicher medialer Angebote und Formate. Der Ruf nach einer Medienethik wird meist dann laut, wenn vermeintlich dramatische Verfehlungen im Medienbereich für öffentliche Empörung sorgen. Die Aufgabe einer Medienethik besteht jedoch nicht primär darin, den „moralischen Zeigefinger“ bei ethisch fragwürdiger Berichterstattung anhand von skandalträchtigen Einzelfällen zu erheben. Sie soll vielmehr als Steuerungs- und Reflexionsinstanz die normativen Begründungswege im Umgang mit medialen Ausprägungen, Inhalten und Rezeptionsweisen analysieren. Es geht bei der ethischen Reflexion darum, Defizite aufzuzeigen und um ein Instrumentarium zu entwickeln, damit sich Fehler nicht wiederholen.

Inhalte der Medienethik

Im Zentrum der medienethischen Analyse steht der Zusammenhang zwischen medialem Ausdruck und menschlichem Verhalten. Durch die medienethische Reflexion sollen alternative Handlungskonzepte angeboten werden, anhand derer die Qualität und Angemessenheit medialen Handelns bewertet werden können.

Bei den Medieninhalten geht es aus ethischer Perspektive traditionell auch um die Zulässigkeit bei der Verbreitung problematischer Programme und Schriften. Es werden u.a. frauenfeindliche, rechtsextreme und gewaltverherrlichende Sendungen und Publikationen kritisiert, die über verschiedene mediale Kanäle transportiert werden können. Ein zentraler Kritikpunkt besteht darin, dass Journalisten aufgrund ihrer Jagd nach Schlagzeilen die Privatsphäre der in ihren Berichten dargestellten Personen nicht adäquat respektieren. Sensationslust, Kritiksucht, Zynismus, Enthüllungsgier und Menschenverachtung werden auch als prägnante Faktoren journalistischer Aussagen diagnostiziert, die letztlich zu einem Eindruck chaotischer Vielfalt sowie zur Diskontinuität und damit zu einer weiteren Destabilisierung des Normensystems in der Gesellschaft und in den Medien führen können. Gleichwohl ist das grundgesetzlich verankerte Zensurverbot auch in ethischer Hinsicht ein wichtiger Baustein für die Herstellung von Öffentlichkeit.

Die öffentliche Debatte über Ethik der Medienberichterstattung wird primär geführt durch die Beobachtung und Analyse alltäglicher Defizite im Medienspektrum und spektakulärer journalistischer Fehlleistungen, u.a. in Form der Fälschung von Presseprodukten, der Manipulation von Fotoaufnahmen, durch Zensurmaßnahmen, bei der Verletzung des Persönlichkeitsschutzes von Prominenten und von Angehörigen bei Unglücken und Katastrophen sowie der unkritischen „Hofberichterstattung“.

Weiterhin existieren fiktionale Formate, zu denen Kino- und Fernsehfilme gezählt werden, die drehbuchgestützte Geschichten erzählen, in denen u.a. Gewaltdarstellungen gezeigt werden, die dann wiederum aus medienethischer Perspektive

speziell für den Jugendschutz relevant sind. Auf der Jagd nach Einschaltquoten und Auflagenhöhen werden die Tabugrenzen der Berichterstattung aus kommerziellen Interessen heraus verschoben, um die Aufmerksamkeit der Rezipienten auch mit moralisch fragwürdigen Methoden zu befriedigen. Folgende Fälle seien hier nur exemplarisch erwähnt:

Im Jahr 1988 fanden eine Reihe von Skandalen im Rahmen der journalistischen Berichterstattung statt. So hat die Live-Übertragung des Geiseldramas von Gladbeck für öffentliche Empörung gesorgt, da Journalisten nicht nur die Polizeiarbeit behindert haben, sondern auch als Sprachrohr und Lotsen der Verbrecher handelten. Kritisiert wurde darüber hinaus das mit der zynischen Bezeichnung beschriebene „Witwenschütteln“ anlässlich des Grubenunglücks von Borken, wo Reporter die Angehörigen der Opfer für eine Stellungnahme vor die Kameras zerrten.

2.1 Medienskandale










© Prof. Dr. Christian Schicha

(Medien-)Skandale in der Bundesrepublik

In der aktuellen Medienlandschaft zelebrieren Menschen in den Fernsehtalkshows vor einem Millionenpublikum intimste Details ihres Privatlebens. Im Internet erfolgen über „Webcams“ Live-Schaltungen in die Wohnstuben von kommerziell motivierten Exhibitionisten, die sich den Zugriff in ihre Privatsphäre durch die „User“ bezahlen lassen. Das Spektrum reicht von den Sexanbietern bis hin zum normalen Alltagsgeschehen von Studenten. Der vorläufige Höhepunkt dieser Entwicklung stellte die kontroverse „Moraldebatte“ um das Sendeformat „Big-Brother“ auf RTL II dar, das von der Produktionsfirma Endemol auf den Markt gebracht wurde.

Auch Computerspiele wie „Counter-Strike“ haben aufgrund ihrer brutalen Spielszenen öffentliche Forderungen nach Verboten hervorgerufen, da einige Nutzer auch im realen Leben Gewalt ausgeübt haben. Die Problematik derartiger Diskurse besteht

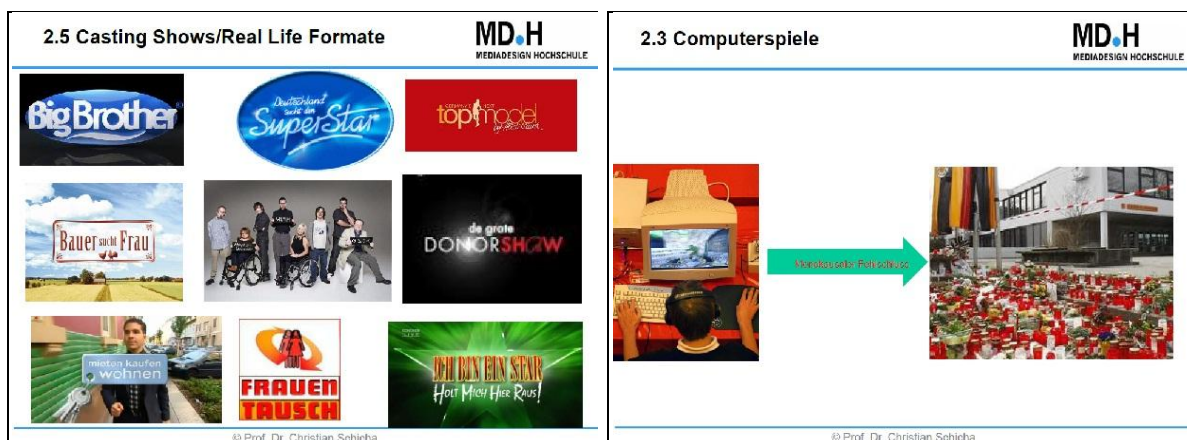
darin, dass monokausale Erklärungen für derartige Gewalttaten abgegeben werden, die diese allein auf das Medienverhalten zurückführen und der faktischen Komplexität der individuellen und gesellschaftlichen Zusammenhänge nicht gerecht werden.

Ein dramatischer Todesfall führte zu einer falschen Berichterstattung, die sowohl von Boulevard-, als auch von Qualitätsmedien geführt wurde. Ein sechsjähriger Junge, dessen Vater Iraker war, kam in einem Schwimmbad in Sebnitz ums Leben. Die Mutter ging von einem rechtsradikal motivierten Verbrechen aus. Zahlreiche Medien von *BILD* über die *Süddeutsche Zeitung* bis hin zur *Tagesschau* berichteten über die vermeintliche Straftat. Es stellte sich bei näherer Prüfung jedoch heraus, dass es sich um einen Badeunfall ohne Fremdeinwirkung handelte. Offensichtlich haben hier mehrere Medien voneinander abgeschrieben, ohne den Sachverhalt selbst zu recherchieren.

Medienethische Debatten wurden auch geführt, als die Muhammed-Karikaturen oder die Comic-Serie „Popetown“ wahlweise muslimische oder christliche Gefühle verletzen. Die Forderung nach einer wirksamen Medienkontrolle kollidiert dabei jedoch auch mit dem grundgesetzlich verankerten Zensurverbot und der Kunstfreiheit.

Durch die vom *Stern*-Reporter Gerd Heidemann für rund fünf Millionen DM erworbenen „Hitler-Tagebücher“ des Fälschers Konrad Kujau, die von der Illustrierten 1983 als authentisches Zeitdokument präsentiert wurden, verlor der *Stern* seine Glaubwürdigkeit. Einen ähnlichen Fall gab es bereits 1957 in Italien, wo die ebenfalls gefälschten Tagebücher des „Duce“ Benito Mussolini einem amerikanischen Magazin angeboten wurden. Derartige „Presseenten“ verfügen innerhalb der journalistischen Berichterstattung über eine lange Tradition. Plumpe Fälschungen von Fernsehberichten, etwa durch Michael Born, der seine manipulierten Beiträge u.a. an das RTL-Magazin „stern TV“ verkauft hat, dokumentierten zum einen die kriminelle Energie des „Journalisten“ Born und zum anderen die fehlende Gegenrecherche der beteiligten Redaktion.

Ein weiteres Beispiel für die Darstellung frei erfundener Interviews liefert das Magazin der *Süddeutschen Zeitung*, wo über Monate gefälschte „Exklusiv-Interviews“ des Journalisten Tom Kummer mit prominenten amerikanischen Schauspielern erschienen sind, die faktisch nicht geführt worden sind.



Fernsehen und Computerspiele prägen den Alltag von vielen Kindern und Jugendlichen in Deutschland

Tägliche Krawall-Talkshows, Reality-Formate und „Abzock-Sender“ runden das negative Erscheinungsbild der populären Fernsehkultur ab. Aktuell finden sich zahlreiche Docu-Soap-Formate, die vom Anspruch her authentisches Leben darstellen,

faktisch aber nach Drehbuch inszeniert werden. In Castingshows werden die Kandidaten z.T. vorgeführt und vor einem Millionenpublikum lächerlich gemacht. Im Zuge der Nutzung der neuen Medien haben sich weitere Herausforderungen für die Medienethik ergeben. Neben den bereits erwähnten Computerspielen ist das soziale Netzwerk *Facebook* zunehmend in die Kritik geraten. Neben Aspekten des Datenschutzes und der Datensicherheit wird die Form der „Selbstentblößung“ vor allem jugendlicher Nutzer beklagt, die z.T. vertrauliche Informationen und Bilder ins Netz stellen, ohne sich über die langfristigen Konsequenzen im Klaren zu sein. Zudem sind auch Mobbing-Aktivitäten in Form von Schmähkritiken und Beleidigungen in z.T. anonymisierter Form zu beklagen.

Fazit

Die Medienethik hat die Aufgabe, moralisch fragwürdige Medienentwicklungen kritisch zu reflektieren und Qualitätskriterien sowie normative Leitlinien zu entwickeln, nach denen sich die Verantwortlichen von Medieninhalten und Plattformen orientieren sollen. Gleichwohl ist Medienethik keine Zensurbehörde. Sie verfügt über keine rechtlichen Sanktionsmöglichkeiten, sondern bietet Orientierung in einer komplexen Medienlandschaft. Hierbei können abstrakte ethische Kategorien auf der Idealebene wie Authentizität, Wahrheit und Glaubwürdigkeit durchaus dazu beitragen, Kriterien für einen angemessenen Umgang für die Praxisebene zu liefern. Gleichwohl sollten Konsumenten in einer liberalen Gesellschaft selbst entscheiden, für welche Medieninhalte und Umgangsformen im Medienumgang sie sich entscheiden. Dass bei Kindern und Jugendlichen eine kontrollierte Form von Medienerziehung erforderlich ist, zu der auch Verbote und Reglementierungen gehören müssen, ist selbstverständlich. Gleichwohl sollte es grundsätzlich eine Form von Konsumentensouveränität geben, bei der der aktive Zuschauer selbst entscheidet, was er in welchem Zeitraum und in welcher Form rezipieren möchte. Dennoch sind auch hier Grenzüberschreitungen zu reglementieren, sofern z.B. jugendgefährdende und rassistische Inhalte angeboten werden. In diesem Kontext nehmen die Medienregulierung und die Medienselbstkontrolle wichtige gesellschaftspolitische Aufgaben wahr.

Literaturauswahl

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): Programmbericht – Fernsehen in Deutschland, Berlin 2012
Gerhards, Claudia / Borg, Stephan / Lambert, Bettina (Hrsg.): TV-Skandale, Konstanz 2006
Hajok, Daniel / Selg, Olaf / Hackenberg, Achim (Hrsg.): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Castingsendungen, Konstanz 2012
Lünenborg, Margreth u.a.: Skandalisierung im Fernsehen. Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality TV Formaten, Düsseldorf 2011
Pörksen, Bernhard / Detel, Hanne: Der entfesselte Skandal. Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter, Köln 2012
Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): Handbuch Medienethik, Wiesbaden 2010
Schweer, Martin K.W. / Schicha, Christian / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Das Private in der öffentlichen Kommunikation. Big Brother und die Folgen, Köln 2002

Die digitalen Eingeborenen. Wie nutzen Kinder und Jugendliche die multimediale Welt?

Thomas Rathgeb, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest / Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Stuttgart

Thomas Rathgeb stellte im zweiten Hauptreferat aktuelle Studien zur Mediennutzung in Deutschland vor. Die **KIM-Studie** (Kinder + Medien, Computer + Internet) wird seit 1999 regelmäßig vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest durchgeführt und untersucht den Stellenwert der Medien im Alltag von Kindern (6 bis 13 Jahre). Die KIM-Studie ist als Langzeitprojekt angelegt, um die Veränderungen der Mediennutzung adäquat abbilden zu können. Bisher wurde die KIM-Studie in den Jahren 1999, 2000, 2002, 2003, 2005, 2006, 2008 und 2010 aufgelegt.

Im Rahmen der KIM-Studie werden jeweils rund 1.200 Kinder mündlich-per-



Thomas Rathgeb

sönlich sowie deren Mütter schriftlich befragt. Im Mittelpunkt der Studie stehen die Themenfelder: Freizeitaktivitäten, Themeninteressen, Medienausstattung, Medienbindung, Medienfunktion, Computer- und Internetnutzung, Einstellungen zu Computer und Internet, Computerspiele, Lernprogramme, Computer und Schule, Mediennutzung im familiären Kontext.

Die **JIM-Studie** (Jugend, Information, (Multi-) Media) wird seit 1998 im jährlichen Turnus durchgeführt: Sie ist eine Basisstudie zum Umgang von 12- bis 19-Jährigen mit Medien und Information. Neben einer aktuellen Standortbestimmung sollen die Daten zur Erarbeitung von Strategien und Ansatzpunkte für neue Konzepte in den Bereichen Bildung, Kultur und Arbeit dienen.

Auch die JIM-Studie ist als Langzeitprojekt angelegt. So werden einerseits allgemeine Entwicklungen und Trends kontinuierlich abgebildet und dokumentiert, gleichzeitig werden in den einzelnen Untersuchungen spezifische Fragestellungen realisiert, um aktuelle Medienentwicklungen aufzugreifen.

Kooperationspartner bei der JIM-Studie sind die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, die Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz, die SWR Medienforschung sowie die Zeitungs Marketing Gesellschaft. Für die JIM-Studie werden jährlich gut 1.000 Jugendliche telefonisch befragt. Themenschwerpunkte der JIM-Studie sind:

- Freizeitaktivitäten
- Themeninteressen und Informationsquellen
- Mediennutzung
- TV-Präferenzen
- Medienbesitz

- Computer- und Internetnutzung
- Einstellungen/Images zu Computer und Internet
- Computer und Schule
- Medienfunktionen
- Handy und SMS
- Medienbindung

Die **FIM-Studie 2011** (Familie, Interaktion & Medien) wurde vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk durchgeführt. Die Studie bietet aktuelle Erkenntnisse zur Kommunikation und Interaktion in deutschen Familien sowie repräsentative Ergebnisse zur Medienutzung im Familienkontext. Für die Untersuchung wurden alle Mitglieder von 260 Familien mit Kindern zwischen 3 und 19 Jahren persönlich befragt.

Dabei kam Folgendes heraus: Das Fernsehen ist in deutschen Familien das wichtigste Medium. Fast drei Viertel aller Kinder und Jugendlichen von 3 bis 19 Jahren schauen regelmäßig (mindestens mehrmals pro Woche) gemeinsam mit ihren Eltern fern. 45 Prozent der Eltern hören regelmäßig mit ihren Kindern gemeinsam Radio und 13 Prozent nutzen regelmäßig zusammen das Internet. Bücher spielen vor allem für die jüngsten Kinder eine wichtige Rolle: 82 Prozent der 3- bis 5-Jährigen bekommen regelmäßig von ihren Eltern vorgelesen oder lesen gemeinsam mit ihnen.

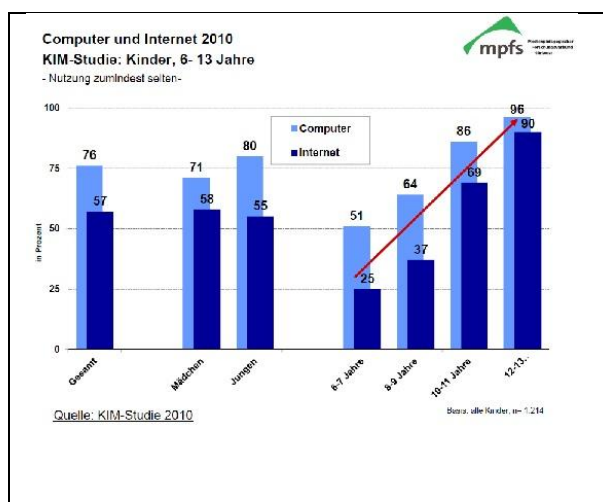


Die aktuellen KIM-, JIM- und FIM-Studien

Auch in der innerfamiliären Kommunikation spielt das Medium Fernsehen und seine Inhalte eine wichtige Rolle. Fast zwei Drittel aller Kinder und Jugendlichen geben an, regelmäßig über „Fernsehen oder was man im Fernsehen gesehen hat“ mit der

Familie zu sprechen. Wenn es darum geht, wer sich zuhause mit den verschiedenen Medien am besten auskennt, sind die Rollen klar verteilt: In Sachen Fernsehtechnik und -geräte sowie bei Computerfragen besitzt nach Angaben aller Familienmitglieder der Vater in der Regel das größte Wissen. Die Mutter wird hingegen oftmals als Bücherspezialistin der Familie genannt, die Kinder kennen sich am besten mit Computer- und Konsolenspielen aus.

Die wichtigste Tageszeit, um sich in der Familie zu unterhalten und über Erlebnisse auszutauschen, ist der Abend. Beim Abendessen und vor dem Zubettgehen finden viele Gespräche zwischen Eltern und Kindern statt. Das Gesprächsklima in deutschen Familien ist dabei nach der gemeinsamen Einschätzung aller Familienmitglieder insgesamt harmonisch. 96 Prozent der Eltern wie der Kinder stimmen beispielsweise der Aussage „Bei uns kommt immer jeder zu Wort, egal wie alt er ist“ zu. Für die meisten Themen ist die Mutter die erste Ansprechpartnerin der Kinder.



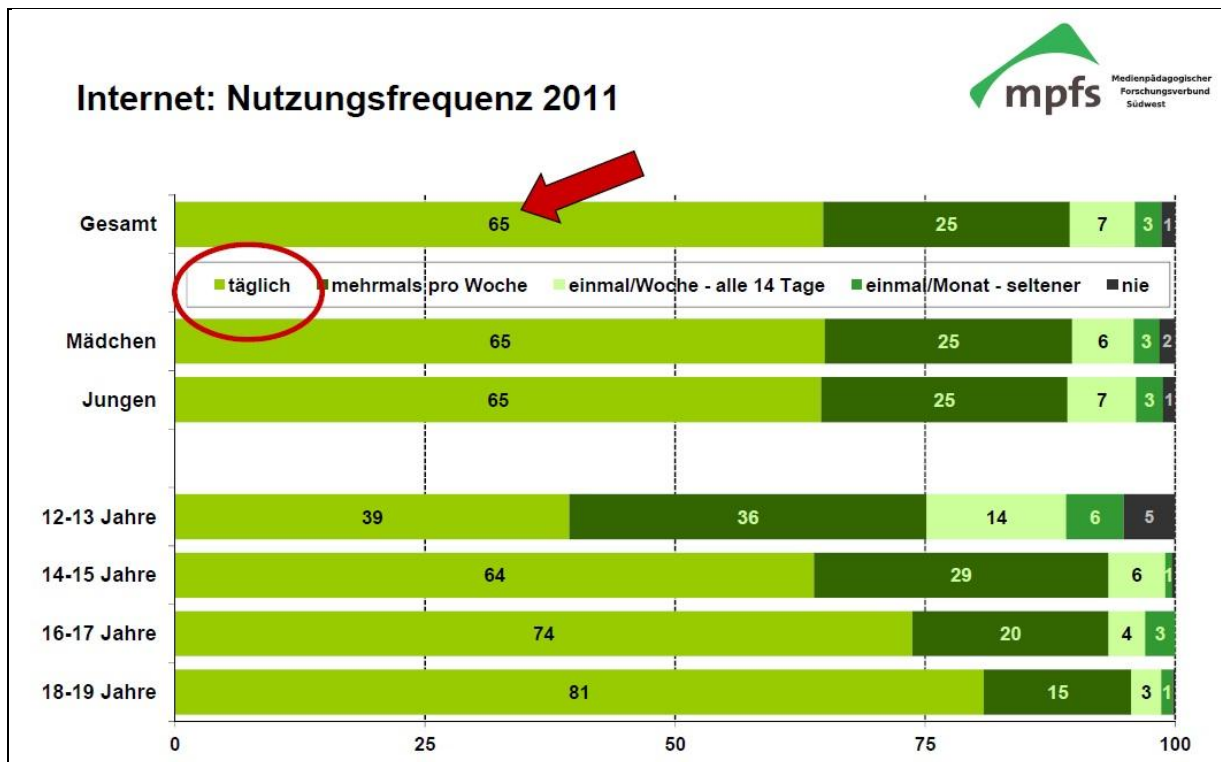
Computer- und Internetnutzung sowie Lieblingsseiten im Internet der 6- bis 13-Jährigen

Im Durchschnitt beginnt die Nutzung der verschiedenen Medien in folgendem Alter:

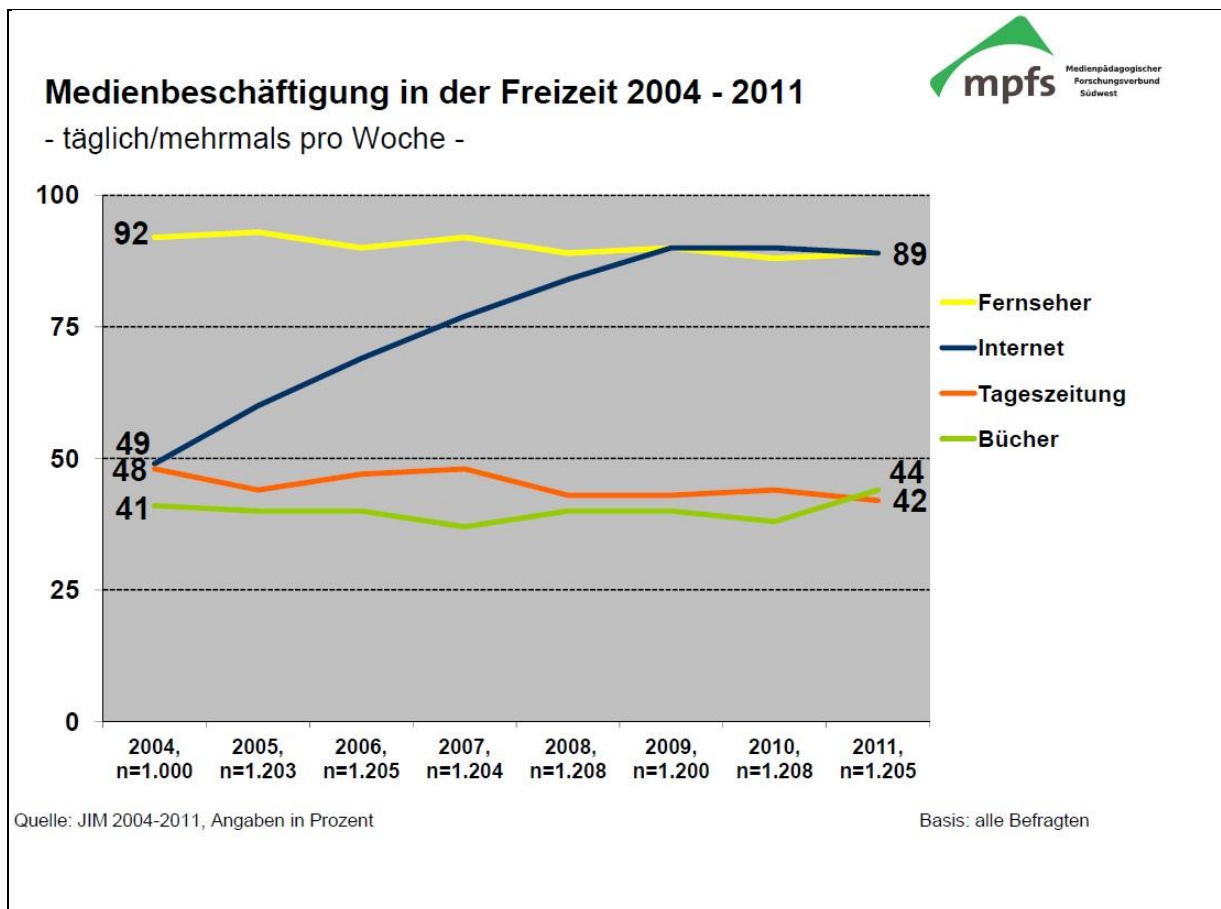
- 4 Jahre: Fernsehen
- 5 Jahre: Radio
- 8 Jahre: Spielekonsole / Computer
- 9 Jahre: MP3-Player
- 10 Jahre: Internet / Handy

Bei den 6- bis 13-Jährigen sind die liebsten Freizeitaktivitäten noch immer „Freunde treffen“ und „draußen spielen“, danach folgen aber schon „Fernsehen“ und „PC-/Konsolen-/Online-Spiele“. Je älter die Kinder werden, desto höher ist die Nutzung von Computer und Internet: Während bei den 6- bis 7-Jährigen nur 25 Prozent im Internet surfen, sind es bei den 12- bis 13-Jährigen schon 90 Prozent. Am beliebtesten sind die Seiten von *YouTube*, *TOGGO* oder *KIKA*, oft also noch spezielle Seiten für Kinder.

Bei den Jugendlichen (12- bis 19-Jährige) ändert sich das. Sie nutzen vor allem Online-Communities wie *schülerVZ*, *studivZ* und *Facebook*, schreiben E-Mails und chatten und sind so meist täglich im Internet unterwegs.



Internetnutzung der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland



Mediennutzung der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland

Gemeinsame Mediennutzung in Familien

Erziehung findet heutzutage oft gemeinschaftlich statt: In der Hälfte der Familien kümmern sich beide Eltern um die Erziehung. Durchschnittlich verbringen Eltern an Werktagen (Montag bis Freitag) etwa vier Stunden mit ihren Kindern. Hierbei erleben die Mütter doppelt so viel Zeit mit ihren Kindern wie die Väter. Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt die gemeinsam verbrachte Zeit ab. Als gemeinsame Tätigkeiten mit den Kindern werden besonders „Gespräche“, „das gemeinsame Essen und Ausruhen/nichts tun“ genannt. Für Gespräche im Familienkreis werden häufig die gemeinsamen Mahlzeiten – vor allem das Abendessen – genutzt. Auch die Zeit vor dem Zubettgehen bietet oftmals Raum für den familiären Austausch.

Betrachtet man Themen aus dem Medienbereich, so wird nach Auskunft der Eltern im Familienkreis am häufigsten über das Fernsehen und seine Inhalte gesprochen: 58 Prozent der Eltern tauschen sich in der Familie regelmäßig über das Fernsehen aus, etwa die Hälfte der Eltern unterhält sich in der Familie über Zeitungsmeldungen. Für zwei Fünftel der Eltern sind Mediennutzungszeiten ein regelmäßiges Thema in der Familie, für ein Drittel das Internet. 14 Prozent der Eltern thematisieren regelmäßig Computerspiele in der Familie.

Fragt man nach dem vorwiegenden Gesprächspartner ist aus der Perspektive der Eltern mehrheitlich der Partner bzw. die Partnerin der jeweils häufigste Ansprechpartner für die verschiedenen Themenbereiche. Über Computer- und Konsolenspiele, Bücher, MP3-Dateien, CDs und Kassetten sowie generell Mediennutzungszeiten sprechen die Eltern hingegen eher mit den Kindern. Außerdem spielen die Themen Schule/Kindergarten, Mode, Musik und Interpreten sowie Vereine/Jugendgruppen eine größere Rolle in der Kommunikation mit den Kindern als mit dem Partner. Dabei ist zu beachten, dass Gespräche in der Familie natürlich bilateral, aber oftmals auch mit mehreren oder gar allen Familienmitgliedern geführt werden. Aus Sicht der Kinder dominiert eindeutig die Mutter als Ansprechpartnerin bei fast allen Themenbereichen. Väter sind aus Sicht der Kinder bei Sportereignissen, Computer- und Internetfragen sowie Medientechnik generell der erste Ansprechpartner. Geschwister sind für Themen rund ums Fernsehen, Neuigkeiten und Themen aus dem privaten Umfeld sowie Kino und Kinofilme wichtige Gesprächspartner.

Trotz guter Medienausstattung findet die Kommunikation in der Familie nach wie vor meistens persönlich, also Face-to-Face, statt. Zumindest gelegentlich nutzt die Hälfte der Eltern Telefongespräche am Handy oder über das Festnetz, ein Fünftel schreibt SMS, um mit den Kindern zu kommunizieren. Ein etwas anderes Bild zeigt sich bei Eltern von Jugendlichen: Hier telefonieren etwa zwei Drittel, und etwa ein Drittel nutzt zumindest gelegentlich SMS. Auch in Vollzeit berufstätige Eltern nutzen diese Möglichkeiten überdurchschnittlich.

Familien sind sehr gut mit Medien ausgestattet: Computer, Internet, Fernseher, Radio, Handy und verschiedene Geräte zum Aufzeichnen von Fernsehinhalten gehören so gut wie in allen Haushalten zur Standardausstattung. Etwa jeder fünfte Haushalt besitzt einen Tablet-PC. Spielkonsolen sind bei Familien mit Kindern ab 6

Jahren zu 84 Prozent vorhanden. Auch die Kinder verfügen über eine breite Medienausstattung: Einen eigenen Computer für sich oder gemeinsam mit den Geschwistern haben 17 Prozent der Kinder im Grundschulalter (6-11 Jahre) und 62 Prozent der Jugendlichen (12-19 Jahre). Jedes zehnte Kind von 6 bis 11 Jahren und 56 Prozent der Jugendlichen haben einen eigenen Internetzugang. Einen Fernseher haben 23 Prozent der Kinder zwischen 6 und 11 Jahren und 57 Prozent der Jugendlichen zur Verfügung.

Die Betrachtung der Mediennutzung der Eltern und der Kinder macht deutlich, dass dem Fernsehen in den Familien eine besondere Bedeutung zukommt. In der FIM-Studie liegt der Fokus auf der gemeinsamen Mediennutzung. 71 Prozent der Eltern sehen regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, mit ihren Kindern fern. Etwa die Hälfte hört gemeinsam Radio. 13 Prozent der Eltern nutzen regelmäßig mit zumindest einem Kind das Internet, deutlich seltener werden gemeinsam Computer- (4 Prozent) und Konsolenspiele (3 Prozent) gespielt. In der tagtäglichen gemeinschaftlichen Nutzung sind nur Fernsehen, Radio und Bücher relevant und – wenn man dies dazu nehmen will – das Telefonieren.

Insgesamt ist das Fernsehen die häufigste gemeinsame Medientätigkeit von Kindern und Eltern. Die beliebtesten Fernsehprogramme der Eltern sind *RTL*, *Das Erste/ARD* und *ProSieben*. Jüngere Eltern bevorzugen privatrechtliche Programme, bei den Eltern ab 45 Jahren ist *Das Erste* das Programm der ersten Wahl. Bei den Vorschulkindern (3-5 Jahre) dominiert der öffentlich-rechtliche *Kinderkanal* gefolgt von *Super RTL*, bei den Jugendlichen sind die Favoriten *ProSieben* und *RTL*.



Aufmerksame Zuhörer (v.l.): Juliane Buck (Landeskriminalamt M-V), Gesa Stückmann (Rechtsanwältin aus Rostock), Sören Köhn (Leiter des Offenen Kanals Rostock)

Auch in der gemeinsamen Nutzung mit den Eltern spiegeln sich diese Präferenzen wider. Die häufigsten Gelegenheiten, gemeinsam mit der Familie fernzusehen, sind vor dem Zubettgehen und beim Abendessen.

Das Internet ist für die meisten Familien selbstverständlich. 97 Prozent der Haushalte haben einen Internetanschluss, drei Viertel der Eltern sind regelmäßige Internetnutzer. Eltern nutzen das Shoppingportal *eBay* und das soziale Netzwerk *Facebook* besonders gern bzw. besonders häufig, vor allem jüngere Eltern sind auf *Facebook* aktiv.

In aktuellen Fragen der Medienerziehung schätzen sich 21 Prozent der Eltern als „sehr kompetent“ ein. Die Mehrheit mit 60 Prozent der Eltern formuliert dies mit „etwas kompetent“ deutlich zurückhaltender. 14 Prozent schätzen sich „weniger kompetent“ ein und fünf Prozent schreiben sich hier „keine Kompetenz“ zu.

Die Auswirkungen der Medienentwicklungen der letzten Jahre auf das Familienleben haben für den Großteil der Eltern sowohl positive als auch negative Aspekte. 14 Prozent empfinden die Entwicklung als negativ, und für ein Viertel der Eltern hat die Medienentwicklung eindeutig positive Auswirkungen auf das Familienleben. Dabei bewerten Eltern, die sich in Fragen der Medienerziehung als kompetent einschätzen, die Auswirkungen des Medienwandels eher positiv. Offensichtlich ist Medien(erziehungs)kompetenz geeignet, die Neuerungen der Medienwelt eher chancenorientiert zu nutzen und den Entwicklungen positiv zu begegnen. Familien in Medienkompetenzfragen zu stärken, ist also ein guter Beitrag, die Familien insgesamt zu unterstützen, damit sie den Anforderungen des gesellschaftlichen Wandels gerecht werden können.



Beifall für den Vortrag (v.l.): Prof. Dr. Patrick Donges (Uni Greifswald), Peer Wellendorf und Robert Weber (ANTENNE MV), Wolfram Axthelm (Pressesprecher der CDU-Landtagsfraktion), Prof. Dr. Martin Benkenstein (Uni Rostock), Ulrike Wittchow, Katja Tovarek und Bernd Nübel (alle Staatskanzlei M-V)

Schöne neue Medienwelt. Im Rausch des Virtuellen

Gesprächsrunde mit *Prof. Dr. Christian Schicha*, MEDIADESIGN HOCHSCHULE Düsseldorf, *Thomas Rathgeb*, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest / LFK Stuttgart, *Jan Krienke*, Lehramtsstudent aus Greifswald. Moderation: *Dr. Friederike Grothe*, Grothe Medienberatung Hamburg



Im Gespräch (v.l.): Prof. Dr. Christian Schicha, Jan Krienke, Dr. Friederike Grothe, Thomas Rathgeb

Befinden sich Jugendliche in Deutschland im „Rausch des Virtuellen“? Können sie mit der „schönen neuen Medienwelt“ richtig umgehen? Und was bedeutet Medienethik in einer Mediengesellschaft? Diese Fragen wurden in einer ersten Gesprächsrunde auf dem Medientreff diskutiert. Moderiert wurde die Runde von Dr. Friederike Grothe aus Hamburg. Prof. Schicha sagte: „Medien sollten sich Gedanken über Medien machen. Das findet viel zu wenig statt.“ Jan Krienke berichtete von seinem Engagement in der ComputerSpielSchule Greifswald und Thomas Rathgeb prophezeite: „Auch in 30 Jahren gibt es noch gedruckte Zeitungen und Bücher.“



Das Publikum hörte aufmerksam zu ...



... und diskutierte mit.

Vom Wert des Spielens.

Online-Games als Ausdruck der Jugendkultur

Prof. Dr. Roland Rosenstock, Universität Greifswald

Prof. Dr. Roland Rosenstock begann seinen Vortrag mit der Frage: „Was ist Jugend?“ Seine Antwort: Jugend bedeute einerseits die Abgrenzung von der Kindheit, andererseits von der Erwachsenenwelt, hinzu komme die „Bewältigung von Entwicklungsaufgaben“ (u.a. die Herausbildung des Selbstwertgefühles, der Gruppenzugehörigkeit sowie des Werte- und Normensystems).

Jugendliche lebten heute in einer medial geprägten Welt, die Unterscheidung zwischen „medial“ und „nichtmedial“, zwischen „real“ und „virtuell“ sei überholt, so Rosenstock. Es gebe eine „Mediatisierung der Alltagswelt“, also einen bestimmenden Einfluss der Medien auf unser Leben. Zu den Medien gehörten auch Computer- und Online-Spiele.



Prof. Dr. Roland Rosenstock

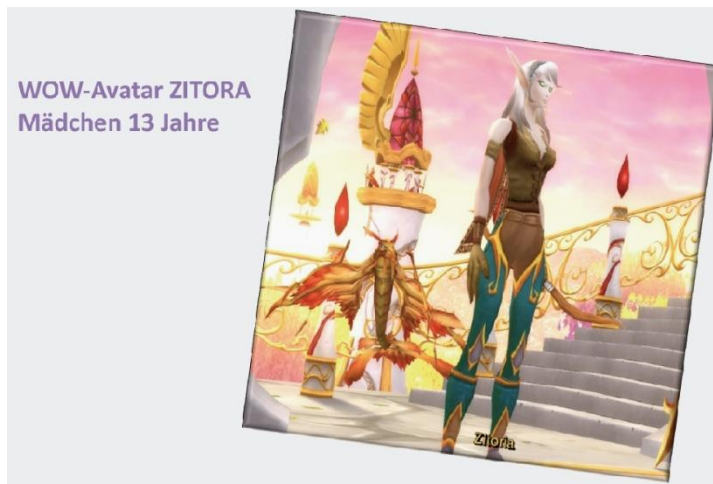
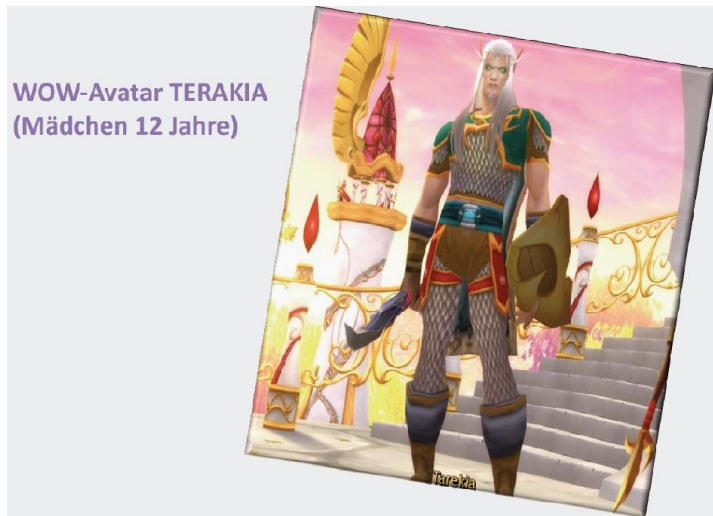
Beim Spielen herrscht eine bestimmte Kultur, die sich durch folgende Punkte charakterisieren lässt:

- Erprobung im Wettkampf
- Festgelegte Regeln
- Gerahmte soziale Räume
- Ästhetische Ausdrucksformen
- Selbstbestimmte Gestaltung
- Entwicklung von Selbst- und Sozialkompetenz
- Bewusstmachung eigener Fähigkeiten
- Soziale Anerkennung

Beim Online-Spielen tauchen die Jugendlichen in eigene Erlebniswelten ein, grenzen sich zum Alltag ab, und die virtuellen Welten übernehmen die Funktion sozialer Räume. Die Jugendlichen partizipieren an den Online-Spielen, denn sie entwickeln eigene Spielabläufe, sie integrieren Jugend- und Spielkulturen, erleben eigene Abenteuer und können sich dabei kontrolliert ausprobieren. Regeln herrschen auch hier, wenngleich die Jugendlichen sie – natürlich – ausloten.

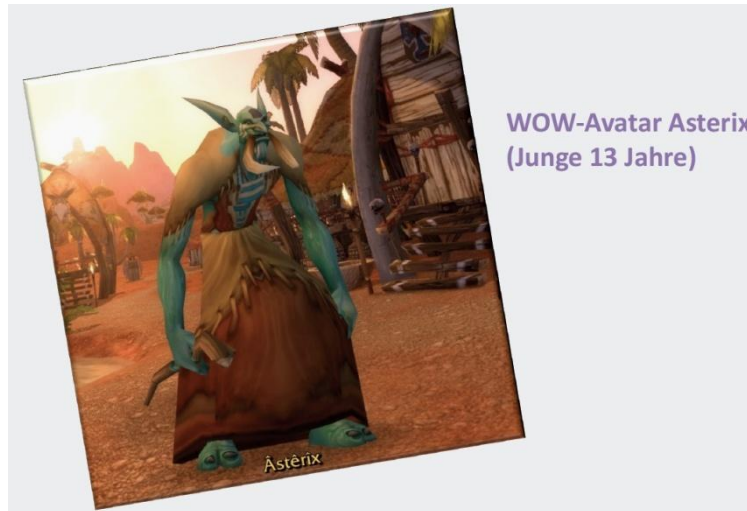
Sie nehmen Rollen ein, die je nach Geschlecht und Alter variieren und sich verändern. Ablesbar ist das zum Beispiel an der Selbststilisierung als „Avatar“. Ein Avatar ist eine künstliche Person oder ein grafischer Stellvertreter einer echten Person, in diesem Fall der oder des Jugendlichen, in der virtuellen Welt. Bei „World of Warcraft“ (engl. „Welt der Kriegskunst“, meist WoW abgekürzt), einem beliebten

Massen-Mehrspieler-Online-Rollenspiel, gestaltet ein 12-jähriges Mädchen ihren Avatar – also sich – noch anders (viel kriegerischer) als ein 13-jähriges Mädchen. Deren Avatar ist graziler und fraulicher:



Jungen nehmen verschiedene Helden-Rollen ein, die Avatare haben weniger Ähnlichkeiten mit menschlichen Vorbildern und sind – martialisch ausgestaltete – Supermänner und Monster:





WOW-Avatar Asterix
(Junge 13 Jahre)

Prof. Dr. Rosenstock vertrat die Meinung, Gewalt-Online-Spiele könnten bei 95 Prozent der Jungen deren Gewaltpotenziale domestizieren. Spiele seien somit sehr nützlich, sie vermittelten soziale Kompetenzen und schöpferische Kreativität.

Als Beispiel dafür ließ Rosenstock den 14-jährigen Daniel Fassbinder, der sich auch in der ComputerSpielSchule Greifswald engagiert, das Spiel „Minecraft“ erläutern. Dort wird der Spieler in eine große, zufallsgenerierte 3D-Landschaft versetzt, die fast vollständig aus Würfeln besteht, die sich auf unterschiedliche Weise bearbeiten lassen.

Daniel Fassbinder erzählte von den Gebäuden und Städten, die er baue, von Kämpfen, die man gegeneinander führe, vom Handel, den er betreibe – wie in der realen Welt.

Bei *Minecraft* forme man seine eigene Welt, das Spiel habe keinen festen Ablauf, sondern lasse sich nach den Wünschen des Spielers gestalten. „Man ist sozusagen Gott“, sagte der 14-Jährige, der für sein Alter sehr reif wirkte.

Wie in der wirklichen Welt gebe es auch hier soziale Regeln und Grundsätze: Wenn man „freundlich“ sei, „bekomme“ man Freunde, wenn man „böse“ sei, nicht. Daniel Fassbinder beteiligte sich anschließend auch an der Diskussion über Online-Spiele und brachte so manchen Erwachsenen mit seinen Argumenten in Erklärungsnot.



Daniel Fassbinder und Prof. Rosenstock



Minecraft-Welt

Prof. Rosenstock schloss seinen Vortrag mit der Vorstellung des „**Medienkompasses M-V**“, den er im Auftrag der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern entwickelt. Der Medienkompass sieht in einer ersten Stufe folgende Module vor:

Module
Frühkindliche Bildung
Grundschule /OS 1.-6. Klasse
SEK I (7.-10. Klasse)
SEK II (11.-12. Klasse)
Jugendspezifische Angebote außerschulischer Partner
Eltern- und Familienarbeit
Generationsübergreifende Perspektive

Ein Ziel des Medienkompasses M-V müsse sein, so Rosenstock, digitale Spiele und Bildungsprozesse in den Schulen zu integrieren, zum Beispiel bei eSport-Schulmeisterschaften.



Interessierte Zuhörer (v.l.): Bert Lingnau (MMV), Thomas Rathgeb (LFK) und Marleen Janew (Vorsitzende des Medienausschusses M-V)



Während der Tagung zeigten Mitarbeiter der ComputerSpielSchule Greifswald den Besuchern Online-Spiele. Die Gäste konnten sich auch selbst ausprobieren

„Mediale Monster“. Vermitteln Ego-Shooter soziale Kompetenz?

Abschlussdiskussion mit

Anja Schweiger, ComputerSpielSchule Greifswald

Alexander Buschner, Schüler aus Greifswald

Armin Möller, Lokalradio Rostock

André Dobrig, Evangelische Suchtberatung Rostock gGmbH.

Moderation: *Dr. Friederike Grothe*, Medienberatung Hamburg

In der Abschlussdiskussion berichtete zunächst der 16-jährige Alexander Buschner über seine Spiel-Erfahrungen und seine Motive, sich in der ComputerSpielSchule Greifswald – in der Kinder, Eltern und Großeltern zusammen spielen und so Verständnis füreinander entwickeln – zu engagieren. Anja Schweiger sagte, die ComputerSpielSchule, nach Leipzig die zweite ihrer Art in Deutschland, sei dreimal in der Woche geöffnet, die Informations- und Aufklärungsarbeit – gerade auch für Pädagogen und Schulsozialarbeiter – habe mit Priorität. „Prävention baut auf Wissen auf. Beratungsgespräche sind ganz wichtig.“

Dem konnte auch André Dobrig zustimmen, der in Rostock über Ursachen, Merkmale und Gefahren der Mediensucht aufklärt. „Auch Eltern müssen ihren eigenen Medienkonsum hinterfragen. Sie müssen Vorbilder sein.“ In Deutschland seien etwa 560.000 Menschen mediensüchtig, etwa drei bis fünf Prozent der Bevölkerung seien mediensuchtgefährdet.

Armin Möller berichtete, er kläre im Lokalradio Rostock über „neue Medien“ auf. Einmal wöchentlich produziere er die „IT-News“, also Beiträge über neue Entwicklungen im IT-Bereich.

Anschließend wurde kontrovers über Computerspiele und deren Nutzung diskutiert.



Im Gespräch (v.l.): Anja Schweiger, Alexander Buschner, Friederike Grothe, Armin Möller, André Dobrig



Fragte nach und provozierte: Dr. Uwe Hornauer



Diskutierte mit: Martina Kelling (NB-Radiotreff 88,0), rechts: Silke Schulz (Studio Malchin)



Sprach sich für mehr Aufklärung und Medienbildung aus: Angela Preuß (Mitglied des Medienausschusses M-V)

Impressionen vom Medientreff und dem anschließenden Jahresempfang



Der Tagungsort:
Der Barocksaal Rostock
am Universitätsplatz in
der Altstadt



Im Barocksaal wurde
kontrovers diskutiert



Kaffeepause im Foyer des
Barocksaals



Jugendliche der ComputerSpielSchule Greifswald zeigten und erläuterten PC-Spiele



Burkhard Schmidt (li.) von der Evangelischen Akademie M-V und Olaf Hagen von der Evangelischen Jugend Schwerin



Die Gäste der Tagung kamen vor allem aus Rostock und Schwerin



Im „Lokschuppen“, einem rustikalen Restaurant direkt am Rostocker Stadthafen, wurde ab 18.30 Uhr der Jahresempfang 2012 der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern gefeiert



Für gute musikalische Unterhaltung sorgten *Die Herren* aus Rostock – mit Swing aus den 1920er und 30er Jahren

Amüsierten sich (v.l.):
Marleen Janew, Angela
Preuß, Dietmar Knecht
und Dr. Wolfgang Kraatz
vom Medienausschuss
M-V



Kamen aus Schwerin (v.l.):
Antje Naß, Michaela Skott
und Oliver Hübner von der
FilmLand M-V gGmbH

Die Mitarbeiterinnen der
Mediananstalt M-V Karin
Lemcke, Barbara Kochinka
und Angelika Sinke (v.l.)





Fachsimpelten:
Holm-Henning Freier
(li.) vom Latücht –
Film & Medien e.V.
Neubrandenburg und
Thomas Weiß aus
Bützow



Im Gespräch:
Reinhard Schwedt und
Antje Lorentz von der
der Medienanstalt M-V



Amüsierten sich:
Dr. Liane Melzer
(Senatorin für
Jugend, Soziales
und Gesundheit
in Rostock), Dr.
Klaus Blaudzun
(Institut für Neue
Medien Rostock)
und Thomas
Böhm von
TV: SCHWERIN