

Viviane Reding: Medienkompetenz in der EU gefragt

Wissen die Menschen, wie man am besten mit Blogs, Suchmaschinen oder interaktivem Fernsehen umgeht?

Die Medien verändern sich, und damit auch deren Nutzung durch die Bürger. Dank neuer Informations- und Kommunikationstechnologien ist es viel leichter geworden, Informationen zu erhalten und zu verbreiten, mit anderen zu kommunizieren, Inhalte zu veröffentlichen oder auszustrahlen.

Im Anschluss an eine EU-weite Konsultation im letzten Jahr stellte die Kommission heute ihre Pläne für die Förderung der Entwicklung der Medienkompetenz und den Austausch beispielhafter Verfahren in ganz Europa vor. „Im digitalen Zeitalter ist Medienkompetenz eine entscheidende Voraussetzung für die uneingeschränkte und aktive Beteiligung der Bürger“, sagte die für die Informationsgesellschaft und Me-

dien zuständige EU-Kommissarin Viviane Reding. „Traditionelle Fähigkeiten wie Lesen und Schreiben reichen heutzutage nicht mehr aus. Die Menschen müssen auch in der Lage sein, sich selbst auf wirksame Weise verständlich zu machen und zu verstehen, was andere sagen, vor allem auch in Blogs, beim Umgang mit Suchmaschinen und in der Werbung. Ob jung oder alt – mit der neuen digitalen Welt, in der wir leben, müssen wir uns alle auseinandersetzen. Und dafür sind ständige Information und Aufklärung wichtiger als der Erlass von neuen Rechtsvorschriften.“

Alle Bürger sind betroffen

Medienkompetenz bezieht sich auf alle Arten von Medien, vom

Fernsehen und Kino über Video, Webseiten, Radio und Videospiele bis hin zu virtuellen Gemeinschaften. Sie meint die Fähigkeit, Medieninhalte zu nutzen, zu verstehen, zu bewerten und selbst zu schaffen. Ganz normale Menschen greifen zunehmend auf Online-Inhalte zu und stellen sie sogar selbst ins Netz, sodass sie weltweit abrufbar sind. Aber nicht alle Menschen verstehen immer die Umstände, unter denen solches Material geschaffen, angeschaut oder gelesen wird, noch kennen sie die Folgen, die sich aus eigenen Veröffentlichungen ergeben können. In einer globalen und multikulturellen Welt stellen uns die Medien vor ganz neue Herausforderungen und rufen Bedenken in Bezug auf die Sicherheit sowie auf

die Integration und den Zugang für alle hervor.

Die heutige Mitteilung der Kommission ist das erste Strategiepapier, das auf europäischer Ebene zum Thema Medienkompetenz veröffentlicht wird. Sie hat die drei Schwerpunkte: Medienkompetenz im Bereich der kommerziellen Kommunikation, wo es auch um Fragen der Werbung geht; Medienkompetenz im Bereich der audiovisuellen Werke, worunter auch die Bekanntmachung des europäischen Films und die Verbesserung der kreativen Fähigkeiten fallen; Medienkompetenz im Online-Bereich, um etwa den Bürgern bessere Kenntnisse darüber zu vermitteln, wie Google oder andere Internet-Suchmaschinen funktionieren. (C.)