

Schriften zur Medienpädagogik 50

Doing politics

Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft

Ida Pöttinger
Tanja Kalwar
Rüdiger Fries (Hrsg.)

Inhalt

Dr. Ralf Kleindiek, Staatssekretär im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Rede anlässlich der Eröffnung des GMK Forums am 21.11.2014	9
Ida Pöttinger/Tanja Kalwar/Rüdiger Fries Doing politics – Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft	11
Ida Pöttinger Zehn Gründe, warum gerade jetzt Medienkompetenz so wichtig ist	21
 1. Theoretische Zugänge	
Thomas Krüger Zwischen Filterblase und snapchat	27
Politische Partizipation im digitalen Wandel und die neuen/alten Aufgaben der Medienpädagogik	
Dagmar Hoffmann Good Citizens	39
Eine akteursorientierte Perspektive auf die Bedingungen und Wirklichkeiten politischer Teilhabe	
Caja Thimm Digitale Demokratie im Kreuzfeuer	51
Der mühsame Weg zum Digitalen Citizen	
Ingrid Volkmer Public interest in der digitalen Welt	69
Der "Connected Young Citizen" als Ausgangspunkt für eine neue (Jugend-) Medienpolitik	

Max Fuchs		
	Wozu kulturelle Bildung?	83
	Politische Rahmenbedingungen, neue Akteurskonstellationen und Motivationen – erste Überlegungen	

2. Stellungnahmen des Deutschen Kulturrats

Deutscher Kulturrat		
	Zur Zukunft des Urheberrechts in Europa	105
Deutscher Kulturrat		
	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der digitalen Medienwelt	113
Deutscher Kulturrat		
	Kultur und Medien in der digitalen Welt	119

3. Medienpädagogische Handlungspraxis

Niels Brüggem/Anna Soßdorf		
	Das neue Spiel nach Snowden	125
	Überwachte Medien als Grundlage von Partizipation?!	
Björn Friedrich		
	„Who's watching you?“	137
	Medienpädagogische Aktivitäten zu Überwachung, Privatsphäre & Datenschutz	
Leopold Grün/Christian Kitter/Ulrike Beckmann		
	Privat in der digitalen Welt?	147
	Ein interaktiver Diskurs der multimedialen Unterrichts-DVD-ROM „Faszination Medien“ (FaMe)	
Elke Zobl		
	„Making Art, Making Media, Making Change!“	157
	Partizipative Kultur- und Medienproduktion mit Jugendlichen	

Julia Behr/Johanna Gesing	
Medien als Chance	169
Inklusion in der politischen (Jugend-) Medienbildung am Beispiel JuMP NRW	
Daniel Heinz/Torben Kohring/Dirk Poerschke/Daniel Zils	
Politik in Games	179
Können Computerspiele unser gesellschaftliches Handeln beeinflussen?	
Ines Müller-Hansen	
Geschichte wird gemacht	191
Die Bedeutung filmischer Inszenierung von Geschichte für das Geschichtsbild von Schülerinnen und Schülern	
Andreas Büsch/Petra Missomelius/Sven Kommer	
Grundbildung Medien für pädagogische Fachkräfte	209
Selbstverständlichkeit oder Utopie?	
Heike Masan/Bernd Dörr	
Chaos macht Schule	215

4. Europäische Perspektiven

Ida Pöttinger	
Free your mind, the rest will follow	223
How can children and youth find a way to use media safely and competently?	
Autorinnen und Autoren	235
Abbildungsnachweis	243

Doing politics – Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft

Es ist kein Zufall, dass das Thema des Forums zum 30-jährigen Bestehen der GMK „Doing politics – Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft“ hieß. Dieter Baacke, einer der Mitbegründer der GMK und langjähriger Vorsitzender verstand sich selbst als politisch agierender Mensch. „Medienkompetenz soll aufs Ganze gesehen den Nutzer befähigen, die neuen Möglichkeiten der Informationsverarbeitung souverän handhaben zu können.“ (Baacke 1997)

Seine Definition von Medienkompetenz, vor allem die von ihm beschriebenen Dimensionen, treffen besonders heute den Kern der Problematik: Wie kann in einer Zeit, in der die Medien zwar individualisiert sind, aber Daten von Nachrichtendiensten und großen Konzernen ausgespäht werden, der einzelne Nutzer seine Souveränität bewahren? Wo setzt hier die Medienpädagogik an? Kommen wir mit dem Begriff Medienkompetenz noch weiter oder ist er veraltet? Was bedeutet heute Medienkompetenz?



Abb. 1: Dieter Baacke (1998)

„Wollen wir die so vielfach ausdifferenzierte Medienkompetenz (Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung, Mediengestaltung) nicht subjektiv-individualistisch verkürzen, müssten wir ein Gestaltungsziel auf überindividueller, eher gesellschaftlicher Ebene anvisieren, nämlich den Diskurs der Informationsgesellschaft. Ein solcher Diskurs würde alle wirtschaftlichen, technischen, sozialen, kulturellen, ethischen und ästhetischen Probleme umfassen, um so die „Medienkompetenz“ weiter zu entwickeln und integrativ auf das gesellschaftliche Leben zu beziehen.“ (Baacke 1999)

Der hier vorliegende Band versucht Antworten zu finden auf die Frage, wie sich die Veränderungen heute fassen lassen. Manche Beiträge beziehen sich direkt auf einzelne Dimensionen von Medienkompetenz, manche Beiträge sind mehr auf die allgemeine politische Lage ausgerichtet.

Dieter Baacke schlüsselte das Ziel in folgende Dimensionen auf:

- Medienkritik
- Medienkunde
- Mediennutzung
- Mediengestaltung

1. Dimension: Medienkritik

Dieter Baacke benutzte den Begriff Kritik im Sinne der Frankfurter Schule, was so viel bedeutet wie, vorhandenes Wissen und Erfahrungen immer wieder grundsätzlich infrage zu stellen. Medienkritik beinhaltet drei Unterdimensionen: Die analytische Unterdimension besteht darin, dass Medienentwicklungen sowohl von der ökonomischen Seite als auch von den Interessen der Player her betrachtet werden sollten. Er nennt als ein Beispiel Konzentrationsbewegungen der Medien, also Machtmonopole, die als solche erkannt werden müssen. Als zweites Exempel für analytische Medienkritik beschreibt Baacke, dass sich private Programme weitgehend durch Werbung finanzieren und dies Konsequenzen für Programminhalte und Programmstrukturen hat.

Diese Beispiele lassen sich so auf heute übertragen: Die Machtpositionen von Murdoch, Bertelsmann, Google oder Amazon haben schon längst Einfluss auf unsere Informationssuche und -auswahl. Und zu glauben, dass uns Facebook netterweise einen kostenlosen Kommunikationskanal zur Verfügung stellt, hat sich auch längst als Illusion herausgestellt.

Die reflexive Unterdimension zielt darauf ab, dass jeder Mensch sein analytisches und sonstiges Wissen auf sich selbst und sein persönliches

Handeln beziehen und anwenden können muss. Zitat: „Wir neigen gerade im Medienbereich schnell dazu, über ‚die anderen‘ zu reden und uns selbst außen vor zu lassen.“ (ebd.) Er nennt als typisches Beispiel BILD-Zeitungsleser, die aus „Spaß“ die Zeitung kaufen. Vergleichbar ist die Benutzung von WhatsApp, obwohl wir alle wissen, dass hier ein Zugriff auf die eigenen Adressen selbstverständlich ist.

Die dritte Unterdimension von Medienkritik umfasst die ethische Betroffenheit. Hiermit meint Baacke, dass die Kritik an Zusammenhängen eine sozial verantwortete Basis braucht, von der aus Beurteilungen abgegeben werden können. Wie viele in seiner Zeit, geht er von einem humanistisch geprägten Hintergrund aus. Vergleichbar mit Menschen, die gegen die eigene Norm verstoßen, wären heute die DSDS-Gucker, die nur aus Neugierde an Dieter Bohlen's Demütigungen die Sendung ansehen.

Medienkritik bedeutet heute, sich über globale Zusammenhänge von Medienentwicklungen und Medienkonzentrationen zu informieren, um Schlüsse für das eigene aktuelle und zukünftige Medienverhalten ziehen zu können. Außerdem darf die soziale Verantwortung des Einzelnen, auch wenn er anonym im Netz agiert, nicht außer Kraft gesetzt werden.

2. Dimension: Medienkunde

Auch dies ist ein antiquierter Begriff, der nur zu verstehen ist, wenn man Fächer wie Erdkunde in der Schule hatte. Hier geht es um das Wissen über heutige Medien und Mediensysteme, aber nicht um ihre Beurteilung und Bewertung. Auch hier unterscheidet Baacke zwischen zwei Unterdimensionen: Die informative Unterdimension umfasst klassische Wissensbestände – etwa: Was ist ein duales Rundfunksystem? Wie arbeiten Journalisten? Heute würde man fragen: Was sagt mir auf Websites das Impressum? Komme ich über www.denic.de zum Editor? Oder: Wie sind Talkshows aufgebaut? Welche Informationen kann ich aus ihnen ziehen? Die zweite Unterdimension von Medienkunde, er nennt sie „instrumentell-qualifikatorische Unterdimension“, meint die Fähigkeit, die neuen Geräte auch bedienen zu können, dazu gehört etwa das Sich-Einarbeiten in die Handhabung einer Computersoftware, das Sich-Einloggen-Können in ein Netz, die Bedienung des Videorekorders und vieles mehr. Das scheint uns etwas antiquiert zu sein, denn vielmehr geht es heute weniger um die technische Bedienung – sie ist ja einfacher geworden – sondern darum, digitale Kommunikation und Vernetzung zu verstehen. Außerdem würden wir Medienkunde eher durch den Begriff Medienwissen ersetzen.

Medienwissen bedeutet heute, verschiedene Informationsquellen zu kennen und zu nutzen, um sich ein möglichst vollständiges Bild der Welt machen zu können. Außerdem sollte der Umgang mit digitalen Daten, dem Internet und Netzwerken beherrscht werden, um die Preisgabe von Daten und die Folgen eigener Beiträge richtig einzuschätzen zu können.

3. Dimension: Mediennutzung/Medienhandeln

Dazu gehören heute wie damals die Facetten der rezeptiven und interaktiven Mediennutzung. Baacke unterscheidet eine rezeptiv-anwendende Unterdimension, die aber auch Eigenleistung erfordert. Seiner Meinung nach ist z. B. Fernsehen auch eine Tätigkeit, weil das Gesehene verarbeitet werden muss und in das Bildungs- und Bilderrepertoire eingeht. Dieser im Prinzip passiven Rezeption steht der Bereich des interaktiven Handelns gegenüber. Baacke nennt Telebanking und Teleshopping als Beispiele. Für uns hingegen ist Interaktivität zur Selbstverständlichkeit geworden. Es gibt heute unterschiedlichste Kommunikationsformen wie etwa das Fotoangebot von Instagram und das Videoangebot von YouTube sowie multimediale Formen der Nutzung wie beispielsweise das Second Screen-Verhalten, das sowohl aktive als auch rezeptive Teile enthält. Was Baacke jedoch außerdem zur Mediennutzung zählte, war die provokative Nutzung der Medien als Ausdruck der subjektiv-politischen Befindlichkeit: Er nannte es Medienhandeln und verstand darunter vor allem dokumentarische oder fiktiv erzählte Videos, die von wenig beachteten gesellschaftlichen Gruppen erstellt wurden und auf diese Weise Öffentlichkeit für ihre Problemlagen herstellen konnten.

Zum Medienhandeln gehört heute, aus Optionen auswählen zu können, die Qualität von Bildungs- und Unterhaltungsangeboten aus dem Fernsehen und dem Internet einschätzen zu können, Alternativen zu kennen, sie zu nutzen und selbst Beiträge zu produzieren.

4. Dimension: Mediengestaltung

Unter Mediengestaltung verstand Baacke damals nicht nur das Designen von Medienprodukten, sondern zum einen die innovative Veränderung und Weiterentwicklung des Mediensystems innerhalb der angelegten Logik und zum anderen deren kreative, ästhetische Weiterentwicklung. Er fordert sogar ein „Über-die-Grenzen-der-Kommunikationsroutine-hinaus-Gehen“ ein und meint damit neue Gestaltungs- und Thematisierungsdimensionen.

Dass sich Medien ständig verändern, konnte Baacke vorausahnen, aber vielleicht nicht das Tempo, in dem sich technische und gesellschaftliche Neuerungen durchsetzen. Als er 1999 starb gab es noch keine Tablets, keine Smartphones und keine Apps. Die Konvergenz der verschiedenen Medien war vielleicht absehbar, aber die Änderung des gesamten Kommunikationsverhaltens von Jugendlichen stand noch nicht zur Debatte. Umso mehr erstaunt die Vision, dass sich gerade die Kommunikationsroutinen ändern und dabei Themen wie Partizipation und Benutzerfreundlichkeit eine große Rolle spielen könnten. Aktuelle Beispiele wären die Unterschriftensammlungen von Umweltorganisationen wie Avaaz, neue Formen der Partizipation wie Flashmobs oder praktische Tablets für Seniorinnen und Senioren.

Mediengestaltung heißt heute, Medien selbst mit Bild und Ton für die Kommunikation zwischen Menschen einsetzen und gestalten zu können und neue Medien innovativ, aktiv und kreativ für eigene Ideen einzusetzen.

Der Begriff Medienkompetenz erlebte in den letzten Jahren verschiedene Konjunkturen. Nachdem ihn auch andere Berufssparten und Wirtschaftszweige für sich entdeckt hatten, verwendeten gerade Medienpädagoginnen und -pädagogen bevorzugt den Begriff Medienbildung. Medienkompetenz haftete ein Label von technischem Können an, während Medienbildung eigentlich genau das ausdrücken sollte, was Dieter Baacke meinte: die souveräne (selbstbestimmte, sozial verantwortliche, kritische und kreative) Handhabung von Medien. Bisher hat keiner den Bildungsprozess mit einem so klar formulierten Ziel beschrieben.

Und noch eine andere Konjunktur hat Baackes Definition überlebt. Nach einer Betonung auf das Subjekt, bei dem vor allem Begriffe wie Identitätsbildung von Medien und die Konstruktion von Wirklichkeit durch Medien im Vordergrund stand, wird wieder in größeren Zusammenhängen gedacht. Der Angriff auf die individuelle Freiheit hat dazu geführt, dass die politische Seite der Medien wieder stärker betont wird.

Es gibt zahlreiche Neudefinitionen, die mit aktuelleren Worten, Sätzen und Beispielen Erziehungs- und Bildungsziele beschreiben. Aber letzten Endes sind, wie man sehen kann, Baackes Dimensionen der Medienkompetenz bis heute gültig.

So setzen wir fort, was Dieter Baacke geraten hat: einen Diskurs zu führen über alle wirtschaftlichen, technischen, sozialen, kulturellen, ethischen und ästhetischen Probleme, um die Medienkompetenz weiterzuentwickeln.

Der hier vorliegende 50. Band der Schriften zur Medienpädagogik bringt viele Anregungen aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Neben theoretischen Zugängen greifen wir Konzepte und Erfahrungen aus der medienpädagogischen Praxis auf und weiten die deutsche Diskussion auf internationale Perspektiven aus.

Das Neuland Digitale Mediengesellschaft scheint besetztes Gebiet: digitale Infrastruktur statt digitale Medienkompetenzen, Industrie 4.0 anstatt Web 2.0., Überwachen statt Freiheit und Big Data der Konzerne/Maschinen statt Demokratie der Medien/Citizens. Und die Kinder, die die Pädagogik leiten sollte, werden längst schon von den digitalen Medien als dritter Sozialisationsinstanz erzogen, manche meinen verführt. Angesichts der Deutlichkeit solcher Gegenwartsdiagnosen versucht **Thomas Krüger** in seinem Beitrag u. a. der Antwort darauf näherzukommen, wie eine medienpädagogische Theorie und Praxis in der gegenwärtigen Situation eigentlich aussehen kann.

Dagmar Hoffmann diskutiert in ihrem Aufsatz sowohl aus jugendsoziologischer als auch kommunikationswissenschaftlicher Perspektive die Bedingungen, Ansprüche und Wirklichkeiten politischer Teilhabe und Sozialisation in Zeiten von Individualisierung und Mediatisierung. Es wird danach gefragt, inwieweit sich Teilhabemöglichkeiten unter Mediatisierungsbedingungen verändert haben. Insbesondere gilt es, dass Zusammenspiel von zentralen Akteuren und Kontexten der Sozialisation auf ihre Vermittlungsfunktionen, potentielle und faktische Prägestärke zu hinterfragen.

Das Internet und insbesondere Social Media-Angebote haben in den letzten Jahren individuelle, soziale sowie politische Kommunikations- und Handlungsformen massiv verändert. Vielfältige Kommunikationsweisen und mediale Nutzungskontexte bestimmen das Selbstverständnis einer ganzen Generation, die im Internet genauso selbstverständlich agiert wie im nicht-digitalen Umfeld. Aber auch Ältere haben das Netz seit Jahren für sich entdeckt. **Caja Thimm** gibt einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen und nimmt, neben den Detailperspektiven auf die Nutzungskontexte und -technologien, die weitergehenden Implikationen dieser auf Teilhabe und Teilhabe basierenden Medienkulturen in den Blick.

Die digitale Welt ist eine globale Welt. Es ist dringend notwendig, Medienpädagogik und auch Medienpolitik in diesen vernetzten Formationen zu repositionieren. Der Text von **Ingrid Volkmer** bietet Ansatzpunkte für die Vermessung der neuen Sphäre transnationaler "media literacy", basierend

sowohl auf den Ergebnissen der international vergleichenden Studie *Global Youth & Media, Notions of Cosmopolitanism in the Global Public Space* als auch auf internationaler Medienpolitik.

Wozu kulturelle Bildung? Dieser Frage geht **Max Fuchs** in seinem Beitrag nach und versucht genauer zu analysieren, unter welchen Umständen innovative pädagogische Ansätze erfolgreich in die Fläche implementiert werden können, welche Rolle hierbei Begründungen und Argumentationsmuster spielen, wer die relevanten Akteure sind und welche Einflussmöglichkeiten sie jeweils haben. Dabei ist die Problemstellung weniger das Problem einer Theorie der kulturellen Bildung, sondern sie gehört vielmehr in den politikwissenschaftlichen Kontext der politischen Steuerung.

Die Stellungnahmen des **Deutschen Kulturrates** setzen sich thematisch mit aktuellen medienpolitischen Herausforderungen auseinander und runden den Theorieteil des vorliegenden Bandes ab. Es geht u. a. um Urheberrechtspolitik auf europäischer Ebene, den Öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie das Spannungsfeld Kultur und Medien in der digitalen Welt.

Niels Brüggem und **Anna Soßdorf** leiten den Praxisteil ein. Sie gehen der Frage nach, inwiefern das Internet für Jugendliche bereits ein Ort der politischen Partizipation ist und welche Ansatzpunkte für die medienpädagogische Förderung des partizipativen Medienhandelns identifiziert werden können. Sie beleuchten darüber hinaus Herausforderungen, die sich aus dem Wissen um die Überwachung des Internetverkehrs für die Medienpädagogik stellen. Auf Grundlage der Ausführungen werden Perspektiven für die Weiterentwicklung medienpädagogischer Ansätze skizziert.

Unter dem Titel „Who's watching you?“ entstand im Sommer 2014 eine Aktionswoche, die vom SIN – Studio im Netz und dem Münchner Netzwerk *Interaktiv* konzipiert und koordiniert wurde. **Björn Friedrich** gibt einen Einblick in die Veranstaltungsreihe an der Schnittstelle von Medienbildung und politischer Bildung. Das vielseitige Programm konnte junge wie ältere Teilnehmende anregen, sich mit den Themenkomplexen „Überwachung, Privatsphäre & Datenschutz“ auseinanderzusetzen.

Wie bringt man Schülern Medienwissen näher und fordert sie gleichzeitig zu einer aktiven, kritischen Auseinandersetzung mit Medienphänomenen und dem eigenen Medienumgang auf? Eine Möglichkeit ist der Einsatz edukativer Angebote in der Schule. Die FSF-Medienpädagogen **Leopold**

Grün, Christian Kitter und **Ulrike Beckmann** stellen die Lern-DVD *Faszination Medien* vor, die auf Medienlernen als interaktiven Anschauungsunterricht setzt. Mit zahlreichen Medienbeispielen, Filmausschnitten und Fotomaterial werden Phänomene der Medienwelt aufgegriffen und erklärt.

Elke Zobl skizziert das Wissenschaftskommunikationsprojekt *Making Art, Making Media, Making Change!* Zentral ist darin die Entwicklung einer Toolbox mit künstlerisch-pädagogischen und archivarischen Materialien für die Arbeit mit Jugendlichen. Das Projekt zielt im Sinne einer politisierten „Do-it-yourself“-Kultur darauf ab, Jugendlichen – vor allem Mädchen und jungen Frauen – Einblick in gegenwärtige alternative Medien- und Kulturproduktionen mit feministischen und antirassistischen Perspektiven zu eröffnen.

Ziel des Projektes *JuMP – Jugend, Medien, Partizipation* ist es, Jugendliche mittels Internet und digitaler Medien für politische Fragestellungen zu interessieren und schließlich zur Teilhabe an der Gesellschaft zu befähigen, motivieren und aktivieren. Verschiedene Workshops und Seminare vereinen Medienkompetenzförderung und politische Bildung zu spannenden Bildungsangeboten. Dabei liegt die Beteiligungsbefähigung und damit gelungene Inklusion Jugendlicher in benachteiligten Lebenslagen im Fokus des Projekts. **Julia Behr** und **Johanna Gesing** zeigen anhand zweier methodisch herausfordernder Praxisbeispiele auf, wie diese Förderung aller Heranwachsenden zur gleichberechtigten Partizipation gelingen kann.

Daniel Heinz, Torben Kohring, Dirk Poerschke und **Daniel Zils** gehen in ihrem Beitrag folgenden Fragen nach: Wie und in welchem Umfang greifen Computerspiele heute politische Prozesse auf und in diese sogar ein? Welche Haltungen und Werte nehmen sie zu gesellschaftlichen Prozessen ein? Und wie können sie damit letztlich auch zur politischen Bildung beitragen?

Ines Müller-Hansen beschäftigt sich in ihrem Aufsatz mit dem Einfluss der Ästhetik filmisch inszenierter Geschichtsereignisse auf die Urteils- und Meinungsbildung von Jugendlichen. Sie nimmt einen Vergleich der Filme *Operation Walküre* von Bryan Singer (2008) und *Stauffenberg* von Jo Baier (2004) vor, die sich beide auf ein geschichtliches Ereignis bzw. eine geschichtliche Person beziehen. Der vergleichende Ansatz geht nach der Differenzmethode vor und betrachtet verschiedene operative Variablen (Filmästhetik, Dramaturgie, Figur) in einem ähnlichen Kontext (fiktionaler

Film), um so zu klären, warum ein bestimmtes Phänomen, hier die Urteilsbildung, unter ähnlichen Rahmenbedingungen unterschiedlich ausfällt.

Im Rahmen eines Workshops wurde das Positionspapier *Grundbildung Medien für alle pädagogischen Fachkräfte* von der Lenkungsgruppe der Initiative „Keine Bildung ohne Medien!“ (KBoM) zur Diskussion gestellt. Der Beitrag von **Andreas Büsch, Petra Missomelius** und **Sven Kommer** zeichnet die Genese des Papiers und die sich aus der Diskussion im Workshop ergebenden Stränge nach.

Heike Masan und **Bernd Dörr** präsentieren das Projekt *Chaos macht Schule* (CmS). Die CmS-Gruppen stellen in ihrer Arbeit direkte Verbindungen zwischen Medien- und Internetkompetenz, digitaler Kommunikation, Datenschutz und -sicherheit sowie politischen Strukturen her. Vorrangiges Ziel ist es, in Hands-on-Workshops Menschen zu befähigen, mit Technik im weitesten Sinne umzugehen und Schwellenängste zu nehmen.

Im vierten Teil des Bandes wirft **Ida Pöttinger** einen Blick über den medienpädagogischen Tellerrand Deutschlands und stellt die Ergebnisse der Panel-Diskussion mit Expertinnen und Experten aus Rumänien, Italien, Deutschland, Griechenland und Belgien beim 31. GMK-Forum Kommunikationskultur vor. Dabei ging es u. a. um aktuelle und anstehende Fragen im Bereich Medienpädagogik, Sicherheit und Regulierung im Internet sowie Kinder- und Jugendschutz.

Abschließend möchten wir uns bei allen Autorinnen und Autoren für die gute Zusammenarbeit bedanken und bei Katharina Künkel für die Erstellung des Titelumslages.

Allen Leserinnen und Lesern wünschen wir viel Spaß bei der Lektüre des vorliegenden Bandes und hoffen, dass Sie wertvolle Anregungen für die weitere medienpädagogische Arbeit erhalten.

Literatur

Baacke, Dieter (1999): Was ist Medienkompetenz? Abrufbar unter: <http://dieterbaackepreis.de/index.php?id=67> [Stand: 21.12.2015].

Baacke, Dieter (1997): Medienpädagogik. Grundlagen der Medienkommunikation. Band 1. Tübingen.