

## 3.2 Zur Rolle der Medienbildung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen

*Anna Soßdorf und Viviana Warnken*

### 1. Wandel der Fernsehlandschaft in einer digital geprägten Welt

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist durch die sich verändernde Fernsehlandschaft und die Digitalisierung vielfach unter Druck geraten. Regelmäßig debattiert werden das Vertrauen der Zuschauenden in Qualitätsmedien, der Informations- und Bildungsauftrag sowie die Strukturen der Rundfunkanstalten. Um tiefere Einblicke in die Erwartungen der Zuschauenden an das öffentlich-rechtliche Fernsehen zu erhalten, wurden im Beteiligungsprojekt #meinfernsehen2021 Interessierte eingeladen, sich an einer Online-Diskussion zur Zukunft des Fernsehens zu beteiligen. Inspiriert von der übergeordneten Frage, ob der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens noch zeitgemäß ist, wurden Anmerkungen, Lob und Kritik zu Technik, Programm und Struktur sowie konkrete Vorschläge für das Fernsehen der Zukunft gesammelt.

Eine Erkenntnis dieser Beteiligung soll hier näher betrachtet werden. So hat sich in verschiedenen Diskussionssträngen der Online-Beteiligung, aber auch in ergänzend zum Beteiligungsprojekt geführten Fokusgruppen-Interviews mit Jugendlichen gezeigt, dass es einige Defizite im Hinblick auf das Medienwissen zu den Strukturen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gibt. Es wurden Forderungen und Vorstellung für eine Neugestaltung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks formuliert, die sich aufgrund rechtlicher Rahmenbedingungen nicht realisieren lassen. Außerdem wurde sichtbar, dass einigen der Beteiligten Kenntnisse zu den Zuständigkeiten, Funktionen und dem grundsätzlichen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fehlen.

Auf dieser Datengrundlage soll im vorliegenden Beitrag daher nachgezeichnet werden, wo genau die erwähnten Wissenslücken liegen und welche Herausforderungen sich dadurch ergeben. Dies soll vor dem theoretischen Hintergrund der aktuellen Debatte zu Konzepten von Media Literacy und Medienkompetenzrahmen erfolgen, um der Frage nachzugehen, welche Medienkompetenzen Rezipient:innen im Hinblick auf die Nutzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks haben.

## 2. Digitale, mediale und informationale Kompetenzen

Um die zur Verfügung stehenden Informationen zum Weltgeschehen als Individuen aber auch Gesellschaften nutzbar zu machen, brauchten diese schon immer zeitgemäße Fertigkeiten, solche Informationen überhaupt zu erhalten, sie zu selektieren, auszuwerten und schließlich für das eigene Leben nutzbar zu machen. Seit der Entstehung der Disziplin der Medienpädagogik in den 1960er- und 1970er-Jahren (Moser, 2008) erhielt die Beschreibung, Identifikation und Untersuchung solcher Medienkompetenzen daher vermehrte Aufmerksamkeit und unterliegt seither vor allem vor dem Hintergrund der heutigen technologischen Entwicklung einem rasanten Wandel. Dabei basieren die heutigen Modelle zu den benötigten digitalen Kompetenzen im Umgang mit der durch eine *Kultur der Digitalität* (Stalder, 2016) geprägten Welt vor allem – aber nicht ausschließlich (Trüttsch-Wijnen, 2020) – auf dem Ursprungsmodell nach Baacke (1999). Unter anderem aufbauend auf den vier Dimensionen *Medienkunde*, *Medienkritik*, *Mediennutzung* und *Mediengestaltung*, wurden in den letzten Jahren konkrete Medienkompetenzmodelle entwickelt, die in den schulischen, außerschulischen und Erwachsenenbildungs-Sektoren Anwendung finden sollten. Dabei wurden die einzelnen Dimensionen ausdifferenziert, konkretisiert und vor allem in Bezug auf das digitale Moment der heutigen Medienlandschaft erweitert. Aktuell finden sich in den unterschiedlichen Modellen – wie zum Beispiel des DigComp 2.0 (Carretero, Vuorikari & Punie, 2017), der KMK-Kompetenzen (KMK, 2016) und der 4C's (Piffner, Sterel & Hassler, 2021) – neue Begriffe, die das Verständnis von Baacke (1999) erweitern. Dimensionen wie *Kommunizieren*, *Kollaborieren*, *Umgang mit Informationen und Daten*, *Erzeugen digitaler Inhalte* sowie *Analysieren und Reflektieren* zeugen von dieser Entwicklung hin zu einer genaueren Beschreibung von benötigten Medienkompetenzen.

Parallel zur Diskussion dieser unterschiedlichen Medienkompetenzmodelle hat sich ein Diskurs zur Definition des Begriffes Medienkompetenz entwickelt. Während ursprünglich darunter verstanden wurde, dass Menschen in der Lage sind, unterschiedliche Medien für ihre individuellen Kommunikationshandlungen einzubringen (Baacke, 1999) und „in Medienzusammenhängen sachgerecht, selbstbestimmt, kreativ und sozialverantwortlich handeln zu können“ (Tulodziecki, 1998, S. 9), hat sich das heutige Verständnis stark auf weitere Bereiche ausgedehnt (Hugger, 2008; Schorb, 2017; Spahnel, 2011; Treumann et al. 2002). Einer der aktuell gängigsten Trends ist dabei die Fokussierung auf zwei Begrifflichkeiten, die sich mehr und mehr miteinander verbinden. So stellt Trüttsch-Wijnen (2020) heraus, dass in der aktuellen Diskussion vielfach über *Digital Litera-*

cy gesprochen wird, aber sich die weiterhin zentralsten Ansätze unter den beiden Begrifflichkeiten *information* und *media literacy* subsumieren lassen. Bei der *information literacy* steht der „Zugang zu Informationen bzw. zu Medieninhalten im Zentrum der Aufmerksamkeit“ und beinhaltet „sowohl technische Fertigkeiten zur Bedienung von Medien als auch individuelle Medienumgangsformen wie etwa Suchstrategien“ (Trültzsch-Wijnen, 2020, S. 234). Die Fertigkeiten, die unter *media literacy* zusammengefasst werden, beziehen sich dagegen verstärkt darauf, „Medieninhalte zu verstehen und kritisch zu beurteilen“ (ebd., S. 234).

Hinsichtlich des Umgangs mit dem Fernsehen kann an dieser Stelle an eine untergeordnete medienbasierte Kompetenz angeschlossen werden. Die *television literacy* wird häufig als Vorstufe der *media literacy* sowie der *visual literacy* mit Bezug zum Fernsehen verstanden und reicht bis in die Anfänge der kritischen bewahrpädagogischen Konzepte der Medienbildung der 1960er- und 1970er-Jahre zurück. Hier ging es vorrangig um die Bewertung der Inhalte und den damit verbundenen Kompetenzen zur Interpretation und der kritischen Reflexion der Botschaften (Trültzsch-Wijnen, 2020). Wie bereits ausgeführt, hat sich heute allerdings die Perspektive einer Verschmelzung von *media* und *information literacy* durchgesetzt, die damit die Erfordernisse für ein Leben in einer digital geprägten Lebenswelt bedient. Trültzsch-Wijnen (2020) folgert daher: „Medienkompetente Individuen müssen technisch in der Lage sein, Medien zu bedienen und in einem digitalen Medienumfeld navigieren können, um Informationen bzw. Medieninhalte zu finden“ (ebd., S. 234).

### 3. Welche Medienkompetenzen finden sich in Bezug auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen?

Anknüpfend an die oben hergeleiteten Verständnisse der verschiedenen Kompetenzbegriffe, soll an dieser Stelle auf die relevanten, medienbildenden Komponenten beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie dem entsprechenden Information- und Bildungsauftrag eingegangen werden. Im letzten Kapitel wurde bereits erläutert, dass für den Umgang mit den verfügbaren digitalen Tools und medialen Inhalten unterschiedliche Kompetenzen erforderlich sind. Dabei stellt sich die Frage, ob diese Skills bereits eine Voraussetzung für die Fernsichtnutzung darstellen oder das Fernsehen diese Skills eher befördern kann. Allerdings ist auch eine Kombination dieser Perspektiven denkbar, bei der sowohl Medienkompetenzen im Zuge der Fernsichtnutzung entstehen und somit für kommende Nutzungspraktiken herausgebildet werden können. Eine solche generische

und daher auch eher spontane Erarbeitung eines eigenen Medienkompetenzrepertoires repräsentiert folglich eine realitätsnahe Mediensozialisation (Aufenanger, 2021; Süß, 2007).

Mit Blick auf die bereits beschriebenen Konzepte wird sichtbar, dass für den Umgang mit dem Medium Fernsehen unterschiedliche Dimensionen wesentlich sind. So werden zum einen Kenntnisse zu den Medienstrukturen, -prozessen und -bestandteilen gefordert, um beispielsweise nachzuvollziehen, wie Sendungen konzipiert werden, welche Akteur:innen das Programmangebot gestalten und auf welchen grundsätzlichen Überlegungen diese Vorgänge basieren. Dieser Bereich lässt sich der ursprünglichen Baack'schen (1999) Dimension der *Medienkunde* zuordnen und hat auch in neueren Modellen eine große Relevanz. So finden sich bei den Ausführungen zu den KMK-Kompetenzen (KMK, 2016) unter den Beschreibungen *Schützen und Agieren* sowie *Analysieren und Reflektieren* die Anforderungen an Mediennutzende, die bestehenden Medienumgebungen einordnen zu können. Auch Kerres (2020) hat im Hinblick auf seine sieben zentralen Kompetenzen der digitalen Bildung unter *Medien kennen* den Fokus unter anderem auf ein „sich auskennen“ mit der Medienlandschaft gelegt (Kerres, 2020).

Bei der Betrachtung der neueren Modelle wird deutlich, dass das Wissen um die Strukturen und Prozesse der klassischen Medien nicht mehr im Vordergrund der Medienbildung steht, sondern dies als basale Grundkenntnis vorausgesetzt wird. Mediennutzende werden heute vielmehr als aktive Teilnehmende und Produzierende innerhalb der breiten digitalen Medienpalette angesehen, worauf sich auch die medienpädagogischen Zieldimensionen und Angebote fokussieren. In diesem Zusammenhang geht es daher vertieft um kritische und interpretative Skills im Umgang mit Hate Speech, Fake News und ein digitales *well being* sowie um die Befähigung zum aktiven Mitmachen bei *Makerspaces* und in *Do-it-yourself*-Umgebungen (Brüggen, 2019; Dengel, 2018; Knaus, 2019).

Zu der Frage zurückkommend, wie Menschen einen medienpädagogisch wertvollen Umgang mit den Fernsehangeboten entwickeln und etablieren können, wird deutlich, dass diese Kompetenzen nebenbei entfaltet werden. Dabei haben das Fernsehen an sich und damit die in diesen Umgebungen handelnden Akteur:innen eine verantwortungsvolle Rolle. Dann geht es darum, in den eigenen Angeboten für Aufklärung und Vermittlung zu den genauen Strukturen, Prozessen und Inhalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu sorgen. Dieser Anspruch korrespondiert mit den Leitgedanken des Bildungsauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Grundsicherung einer Allgemeinbildung. So ist bereits in der Präambel des aktuellen Medienstaatsvertrags die große Bedeutung

einer informierten Meinungsbildung hervorgehoben: „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und privater Rundfunk sind der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung sowie der Meinungsvielfalt verpflichtet“ (Präambel MStV). Im Besonderen beschreibt der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten „durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen“ (§ 26 Abs. 1 S. 1 MStV). Damit wird das zentrale Ziel beschrieben, Bürger:innen zu befähigen, sich eigene Urteile über das Weltgeschehen mittels der verfügbaren Angebote des ÖR zu bilden. Weiter geht es darum, aufgrund dieser vermittelten Kenntnisse und Kompetenzen in demokratischen, sozialen und kulturellen Bereichen informiert und kompetent wirken zu können.

Es bleibt jedoch die Frage, ob eine qualitativ hochwertige, ausgewogene und für Bürger:innen relevante Angebotspalette ausreicht, damit Nutzer:innen sich mit diesen Angeboten informierend, bildend und unterhaltend selbst zu mehr Medienkompetenzen verhelfen können. Zweifelsfrei ist zu erwarten, dass durch Nutzung hochwertiger Angebote und der wiederholten kritischen Auseinandersetzung mit den Programmangeboten des öffentlich-rechtlichen Fernsehens eine medienbewusste Haltung entwickelt wird. Dennoch ist fraglich, ob die Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender so intensiv auf die eigene Struktur, die Prozesse und Inhalte schauen, diese kritisch beleuchten und damit dazu beitragen, dass die Zuschauenden über eine umfängliche *Medienkunde* (Baacke, 1999) in diesem Bereich verfügen. Im Zentrum dieses Beitrags steht daher die folgende Frage: Welche Medienkompetenzen im Hinblick auf die Nutzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks haben Fernsehnutzende?

Um diese Fragestellung zu bearbeiten, wurden zwei Datensätze eines Beteiligungsprojektes zur Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens untersucht. Hierbei handelte es sich einerseits um Kommentare einer geleiteten, mehrphasigen Diskussion mit Zuschauenden auf der Beteiligungsplattform #meinfernsehen2021 sowie drei Gruppendiskussion mit Jugendlichen zum Thema Fernsehen (Forschungskonzept und Methodik siehe Methodenanhang). Im Fokus stand einerseits die Sichtbarmachung von Potentialen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Herausbildung und Verankerung von Medienbildung, aber auch die Identifikation von Herausforderungen, die auf (noch) bestehende Wissenslücken und ausbaufähige Medienkompetenzen zurückzuführen sind.

#### 4. Wissenslücken als Zeichen mangelnder Medienkompetenzen?

Um Wissenslücken zu identifizieren, wurde zunächst eine qualitative Inhaltsanalyse (vgl. Mayring, 2015) von Nutzer:innenbeiträgen der Online-Beteiligung durchgeführt. Da bislang wenige Erkenntnisse über Wissenslücken beziehungsweise Fehleinschätzungen bezüglich öffentlich-rechtlicher Fernsehangebote vorliegen, verfolgt diese Analyse einen explorativen Anspruch und soll erste Hinweise auf Herausforderungen im Hinblick auf künftig zu stärkende Medienkompetenzen geben. Die zentralen Erkenntnisse der Teilnehmungsplattform und der Gruppendiskussionen mit den Jugendlichen zur leitenden Frage des Beitrags lassen sich entlang von vier Bereichen darstellen.

##### *Vorhandenes Wissen vs. Reduktions- und Priorisierungsabsichten*

Der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist es, „in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben“, dabei „der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen“ sowie „Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten“ (§ 26 Abs. 1 S. 4 MStV). Bei einigen Teilnehmenden der Beteiligung scheint dieses *Wissen um den Auftrag* vorhanden. Dies zeigt sich in Forderungen, nach denen „Der Informations-, Bildungs- und Unterhaltungsauftrag [...] mit einem deutlich geringeren Angebot erfüllt werden“ (ID 2633) könne oder in dem Wunsch, dass „Bildungsformate und (bildende) Kulturformate [...] gerne auch weiterhin zum gesetzlichen Auftrag gehören“ (ID 1719) dürfen. Auch kritischen Stimmen ist dieses Wissen zu entnehmen: „Ich finde es ist allemal eine Diskussion wert, ob der Auftrag der ÖR heutzutage – ganz ohne gravierende gesellschaftliche Folgen – nicht auf neutrale Berichterstattung, Kulturformate und Bildungsangebote beschränkt werden könnte“ (ID 1712). Bei anderen Beiträgen ist wiederum nicht klar, ob solch ein Kenntnis vorhanden ist. Ihnen sind Forderungen nach einer *Reduktion des Auftrags* beziehungsweise *Priorisierungen* einzelner Bestandteile zu entnehmen. Einer Person zufolge sollen ausschließlich Information und Kultur das Ziel sein:

Der Rundfunk-„Apparat“ muss schrumpfen und sich auf den Kern reduzieren, nämlich unabhängige und umfassende Information. Gerne darf auch etwas Kultur dabei sein und Dinge, die sich selbst nicht tragen. Quizshows, Unterhaltung, Musikshows, Sport und ähnliche

Dinge sollten zukünftig nicht mehr Bestandteil gebührenfinanzierten des öffentlich-rechtlichen Auftrags sein (ID 1415).

Andere regen eine Beschränkung auf Information und Bildung an: „Ich denke, dass das beitragsfinanzierte Fernsehen sich ausschließlich um Nachrichten und Bildung kümmern dürfen soll, mehr Geld in die journalistische Arbeit stecken muss, mehr Hintergrundberichte, die wirklich vor Ort ergründet wurden und so weiter“ (ID 3476). Viele Beiträge sprechen dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen nicht explizit Teile des Auftrags ab, definieren jedoch Hauptaufgaben und Kernziele, die wichtiger als andere Bereiche zu sein scheinen. So beispielsweise Information und Bildung („ÖR Fernsehen muss sich vor allem daran messen lassen, wie es seinen Informations- und Bildungsauftrag erfüllt“, ID 2828).

Die Ergebnisse der zusätzlich durchgeführten Gruppendiskussionen mit Jugendlichen zeigen ein ähnliches Bild. So haben die Jugendlichen ein solides Verständnis davon, was „gutes“ Fernsehen sein sollte und decken mit ihrer hohen Zustimmung zu Aspekten wie „abwechslungsreich“, „spannend“, „unterhaltsam“ und „lehrreich“ die Grundpfeiler des öffentlich-rechtlichen Auftrags ab. Ein Jugendlicher (16 Jahre) fasst es beispielhaft zusammen: „Das Programm muss sehr abwechslungsreich sein und es muss einen am Bildschirm halten“ (GD-ID 1). Sichtbar wurde zudem, dass die Jugendlichen klar abgrenzen können, wie sich das öffentlich-rechtliche und das private Fernsehen unterscheiden und in diesem Zuge explizit der Bildungsauftrag der Öffentlich-Rechtlichen Erwähnung gefunden hat. So ist den Jugendlichen bewusst, dass die beiden Systeme unterschiedliche Zielgruppen ansprechen: „Ich denke auch die Zielgruppe ist altersmäßig ziemlich verschieden und die Öffentlichen wollen mehr bilden, weil sie ja schon viele Bildungsserien haben, mehr als Pro Sieben oder RTL“ (GD-ID 2). Auch die Unterschiede in den Programminhalten werden erkannt („Öffentliche haben oft allgemeine Nachrichten drin. Auf Privaten werden auch Infos gebracht, die vielleicht über C-Promis sind“, GD-ID 3) und einer Bewertung unterzogen („Ich habe das Gefühl auf den Öffentlichen ist es noch bildungsnäher als auf Privaten“, GD-ID 4).

Andererseits sei an dieser Stelle auch anzumerken, dass sich diese Jugendlichen nicht so intensiv mit dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen identifizieren und daher auch nicht notwendigerweise die tatsächliche Erfüllung des Bildungsauftrags reflektieren. Sie sehen sich selbst nicht als die primäre Zielgruppe und wenden sich vermehrt Medienangeboten außerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu. Für sie scheint es nicht relevant, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk zukünftig aufgestellt sein wird, wie sich die Strukturen verändern könnten oder wie Programmin-



halte von wem gestaltet werden. So beschreibt eine Jugendliche (15 Jahre) ihre Einschätzung wie folgt: „Ich würde sagen, im Fernsehen gibt es jetzt nicht so für Jugendliche unbedingt Sendungen, oder es gibt ja keinen Kanal oder so. Aber ich glaube, das ist auch gar nicht notwendig, weil Jugendliche vorwiegend im Internet sind“ (GD-ID 5). Für diese befragten Jugendlichen gilt noch mehr als für die älteren Teilnehmer:innen des Beteiligungsprojektes, dass sie sich in der aktiven und partizipativen Nutzung des Bewegtbildes auf den alternativen Plattformen eigenständig Medienkompetenzen aneignen.

### *Information und Bildung*

Einige Erkenntnisse zum Umgang mit *Informationen* sind an dieser Stelle ebenfalls relevant. So wurde im Rahmen der Gruppeninterviews deutlich, dass sich die Jugendlichen eine Mischung aus gezielter und zufälliger Informationsstrategien zurechtlegen. Einerseits vertrauen sie den etablierten Medien, wenn es um seriöse Nachrichten geht, und andererseits sind sie in so vielen Netzwerken präsent, dass sie den Eindruck haben, wirklich wichtige Nachrichten finden den Weg zu ihnen. So berichtet ein Jugendlicher (16 Jahre):

„Ich schaue schon Nachrichten. Vor allem jetzt während Corona habe ich oft Tagesschau geschaut, aber sonst bekommt man schon alles mit über andere Kanäle. Z. B. über YouTube oder man hört, wenn andere Leute darüber reden, wie Freunde oder Familie“ (GD-ID 6).

Sichtbar wird in diesem Zusammenhang, dass den befragten Jugendlichen aller Altersgruppen und Bildungsschichten bewusst ist, welche Merkmale „gute Nachrichtensendungen“ auszeichnen. In diesem Zuge werden vor allem Aspekte wie „Sachlichkeit und Seriosität“, „Sprachliche Verständlichkeit“ und „Nachvollziehbarkeit“ genannt. Eine Jugendliche (17 Jahre) stellt hierzu heraus: „Ich finde, es kommt in erster Linie darauf an, dass man auch versteht, wovon geredet wird, weil es bringt mir nichts, wenn die in den übelsten Fachbegriffen reden und ich im Endeffekt trotzdem nicht weiß, worum es geht“ (GD-ID 7).

Im Zuge der Beteiligung offenbarten sich beim Thema Information häufig Wissenslücken. Beispielsweise, dass die Rundfunkanstalten rein der Information verpflichtet sind: „Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sollte sich auf das konzentrieren, für das er geschaffen wurde, nämlich als unbeeinflusstes, neutrales und zuverlässiges Informationsmedium. Wer Fußball, Volksmusik, Mord und Totschlag sehen will, soll sich den ent-



sprechenden Spartensender abonnieren [...]“ (ID 2420). Manchen Teilnehmenden scheint wiederum nicht bewusst zu sein, dass *Bildung* bereits im Auftrag festgeschrieben ist („Öffentlich-Rechtliche sollten einen Bildungsauftrag haben und nur auf Basis dieser Bildungsmedien unterhalten“, ID 29) und nicht in jedem Unterhaltungsformat enthalten sein muss. Letzteres zeigen Sätze wie „Unterhaltung muss an Bildung geknüpft werden, sonst fehlt der Sinn“ (ID 273) und „Ich habe keinen bildungstechnischen Mehrwert durch eine Helene Fischer Show oder den ZDF Fernsehgarten“ (ID 70) oder Forderungen wie „Unterhaltungssendungen, vor allem in Form von eingekauften Beiträgen, erfüllen in keiner Form den Bildungsauftrag eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Diese sind komplett aus dem Programm zu nehmen“ (ID 24). Anderen zufolge widersprechen Unterhaltungsformate zumindest in der aktuellen Vielzahl dem Bildungsauftrag: „Die Öffentlich-Rechtlichen haben einen Bildungsauftrag! Wo werden sie diesem gerecht? Diese Menge an Unterhaltung mag eher einen Vernebelungseffekt haben, als einen wachen, kritischen und selbstständigen Geist zu fördern“ (ID 1986).

### *Unterhaltung und Kultur*

Das Thema *Unterhaltung* ist unter den Teilnehmenden der Beteiligung insgesamt umstritten. Während sich einige des Unterhaltungsauftrags bewusst sind („Die Aufgabe der ÖR ist nicht ‚Basisversorgung‘, sondern das Bereitstellen eines breiten Angebots, einschließlich Unterhaltung“, ID 776), sehen andere ihn zwar als legitim an, wünschen sich aber dennoch eine deutliche Reduktion. Es ist also zu differenzieren zwischen Personen, die nicht um den Unterhaltungsauftrag wissen und Teilnehmer:innen, denen die Unterhaltungsfunktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zwar bewusst ist, die diese jedoch nicht mehr für zeitgemäß halten. Denn nicht immer scheinen Wissenslücken, sondern häufig auch Unzufriedenheit mit der aktuellen Situation hinter den Kommentaren zu stecken („Zu viele Quizshows, zu viel Unterhaltung und zu viel Fußball. Und viel zu viele aus dem kommerziellen Fernsehen kopierte Formate“, ID 1873). Auch zeigt sich, dass der Begriff unterschiedlich aufgefasst wird: „Beim Durchlesen aller bisherigen Beiträge wird deutlich, wie unterschiedlich die Auslegung von Unterhaltung ist. Da werden mehr Spielfilme gefordert, mehr Talkshows, mehr Dokumentationen, mehr Kultur etc.“ (ID 985). So schließt eine Person „klassische Shows oder Sendungen, die primär der reinen Unterhaltung, dienen“ (ID 354), kategorisch aus.

Eine andere schreibt: „Ich wüsste nicht, wo der Auftrag Unterhaltung definiert“ (ID 704). Im Medienstaatsvertrag ist dies jedoch explizit genannt (§ 2 Abs. 2 S. 28 MStV), worauf auch ein Kommentar verweist: „Zum Thema Unterhaltung möchte ich noch hinzufügen, dass der Medienstaatsvertrag da Folgendes auflistet: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik“ (ID 965). Forderungen, die anregen, Unterhaltung aus dem Medienstaatsvertrag zu streichen und Aussagen, dass diese nicht durch Gebühren finanziert werden dürfe, waren oft zu lesen. Auch sehen viele Teilnehmende diesen Bereich (heute) ausschließlich bei den privaten Sendern und nicht als Verantwortung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten: „Der öffentliche Rundfunk benötigt kein Unterhaltungsprogramm. Das wird von privaten Anbietern als lineares Fernsehen oder über Streaming bereits bereitgestellt“ (ID 2225). In diesem Zusammenhang wurde ebenso Sport thematisiert. Während einige „Sport gern den Privat-Anbietern überlassen“ (ID 144) möchten, weisen andere darauf hin, dass „Sportberichterstattung [...] auch zum Auftrag für ÖR TV“ (ID 368) gehört. Zwar ist Letzteres richtig, wird jedoch im Rahmen der Begriffsbestimmung von Information aufgeführt (§ 2 Abs. 2 S. 25 MStV).

Auch aus den Gruppendiskussionen mit den Jugendlichen lassen sich einige Erkenntnisse zum Stellenwert von Unterhaltung generieren: Zu der Ausgewogenheit zwischen Information und Unterhaltung haben sich die befragten Jugendlichen deutlich pro Unterhaltung geäußert, da sie grundsätzlich fernsehen, um sich unterhalten und nicht informieren zu lassen. So hat es eine Jugendliche (16 Jahre) wie folgt zusammengefasst: „Ich finde, Fernsehen sollte mehr Unterhaltung sein, weil ich denke, heutzutage gibt es viel mehr Quellen für Nachrichten und Informationen, und ich schalte nicht den Fernseher ein, um mich darüber zu bilden“ (GD-ID 9). Diese Aussage zeigt beispielhaft, dass der Wert der Unterhaltung im Fernsehen – angefangen bei Satire, über Talkshows bis hin zu fiktionalen Inhalten – für die Jugendlichen einen Schwerpunkt ihrer Bewegtbildnutzung ausmacht und sie diesen Teil des ÖR als selbstverständlich betrachten.

Ob Wissenslücken hinsichtlich des Kulturauftrags bestehen, konnte nicht geklärt werden. Auf der Beteiligungsplattform wurde der Wunsch nach (mehr) „Raum für Kunst und Kultur“ (ID 611) geäußert, jedoch kein Bezug auf den öffentlich-rechtlichen Auftrag genommen. In den Gruppendiskussionen mit den Jugendlichen kam dieser nicht zur Sprache.

### Strukturelle Gegebenheiten

Verbunden mit der Ablehnung von Unterhaltung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, sprachen sich Teilnehmende der Beteiligung vielfach gegen Überschneidungen zwischen Inhalten öffentlich-rechtlicher und privater Sender aus: „Grundsätzlich sollten Inhalte, die von Privaten angeboten werden, nicht in den öffentlichen Rundfunk“ (ID 2224). Doch während § 26 des Medienstaatsvertrags (2020) die Öffentlich-Rechtlichen unter anderem mit Aufgaben wie Information, Bildung und Kultur (siehe oben) beauftragt, finden sich ebendiese Stichworte auch in den Programmgrundsätzen aus den besonderen Bestimmungen für den privaten Rundfunk wieder: „Die Rundfunkvollprogramme sollen zur Darstellung der Vielfalt im deutschsprachigen und europäischen Raum mit einem angemessenen Anteil an Information, Kultur und Bildung beitragen“ (§ 51 Abs. 2 S. 1 MStV). Wissenslücken auch in Bezug auf zwei andere *strukturelle Gegebenheiten*. Erstens wurden diverse Überlegungen zu Paywalls, der Fusion von ARD und ZDF sowie zur Umstrukturierung formuliert. Eine Auflistung aller öffentlich-rechtlichen Sender bietet § 28 des Medienstaatsvertrags. Dieser legt auch fest, was nicht als Rundfunk gilt: „Kein Rundfunk sind Angebote, die aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden“ (§ 2 Abs. 3 S. 1 MStV), wodurch eine Paywall und weitere der vorgeschlagenen Bezahlmodelle faktisch ausgeschlossen sind. Eine Person schlug vor, „ARD und ZDF in eine öffentlich-rechtliche Anstalt [...] umzuwandeln [...] und eine Senderaufteilung [...]“ (ID 2454) in verschiedene thematisch sortierte Untersender vorzunehmen. Abseits rechtlicher Regelungen finden sich auch Veto-Stimmen in der Diskussion selbst. So wird Vorschlägen zur strukturellen Umgestaltung mit Bezugnahme auf den Auftrag beispielsweise entgegengehalten:

„Und nun hat da eine öffentlich-rechtliche Institution den fast unerfüllbaren Auftrag, uns umfassend, objektiv zu informieren, unsere Bildung/Allgemeinbildung zu fördern, uns anspruchsvoll zu unterhalten ... Wie kann das aber eingelöst werden, wenn wir aus dem Angebot des ÖR nur DAS herauspicken, was uns genehm ist?“ (ID 821).

Zweitens und damit einhergehend wurde vorgeschlagen, die Dritten Programmen zusammenzufassen („Meine Idee war einen EINZIGEN Sender für ALLE Bundesländer zu machen“, ID 2545) oder gar abzuschaffen („Ich halte die regionalen Rundfunksender für völlig überflüssig. Da gibt es reichlich Potential für Sparmaßnahmen im Programmangebot“, ID 1774). Mit einem Verweis auf „den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern“ besagt der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkan-

stalten jedoch, dass diese auch „einen umfassenden Überblick über das [...] regionale Geschehen“ geben sollen (§ 26 Abs. 1 S. 2 MStV). Zudem wird in den Begriffsbestimmungen zum Informationsauftrag explizit das Regionale aufgeführt (§ 2 Abs. 2 S. 25 MStV). Darüber hinaus enthält der Medienstaatsvertrag in seiner aktuellen Fassung weitere klare Regelungen zu anderen Themen, wie beispielsweise Werbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, die an dieser Stelle nicht berücksichtigt, im Verlauf des Beteiligungsverfahrens jedoch ebenfalls diskutiert wurden.

Hinsichtlich der Zugangsformen und der Organisationsfragen der öffentlich-rechtlichen Angebote haben die befragten Jugendlichen in den Gruppendiskussionen deutlich gemacht, dass sie sich eine pragmatischere, nutzerfreundlichere und modernere Angebotspalette wünschen. Sie sehen keine Hürden darin, Inhalte auf unterschiedlichen Plattformen (u. a. YouTube) anzubieten und auch einem Zusammenlegen von Mediatheken oder (Regional-)Sendern stehen sie eher offen gegenüber. Hierbei sind sie sehr nutzerorientiert und zeigen keine rechtlichen Bedenken, die mit dem Medienstaatsvertrag verbunden sind: „Ich finde, das sollte relativ selbstverständlich sein, weil der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist ja auch nur im Fernsehen, weil dort die Zielgruppe ist. Und wenn jetzt die Zielgruppe im Internet ist, dann sollte, finde ich, auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Internet sein und auch auf YouTube“ (15 Jahre, männlich, GD-ID 8).

5. *Fazit: Das Medienwissen ist ausbaufähig, aber das Fernsehen allein wird diese Lücken nicht füllen können*

Vor dem Hintergrund der hier dargestellten Debatte zu Konzepten von Media Literacy und den Medienkompetenzrahmen wurde bezugnehmend auf *television literacy* zunächst deutlich gemacht, dass *media* und *information literacy* nicht separat voneinander zu betrachten sind. Sowohl technische als auch kognitive Skills sind die Voraussetzung dafür, Informationen zu erhalten und einordnen zu können. Diese Fertigkeiten werden auch bei der Fernsehnutzung selbst generiert, wodurch sich das bestehende, individuelle Repertoire an Medienkompetenzen fortlaufend und vor allem nebenbei weiterentwickelt. Somit tragen auch die öffentlich-rechtlichen Sender zur generischen Entwicklung von Medienkompetenzen der Zuschauenden bei, woraus sich eine Verantwortung ergibt. Der Anspruch, Wissen zu den Strukturen, Prozessen und Inhalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu vermitteln, korrespondiert mit dem Ziel der Meinungsbildung, dem Leitgedanken des Bildungsauftrags zur Grundsicherung einer Allgemeinbildung. Öffentlich-rechtliche Angebote sollen Bürger:innen be-

fähigen, sich eigene Urteile über das Weltgeschehen zu bilden und, darauf aufbauend, in demokratischen, sozialen und kulturellen Bereichen informiert und kompetent partizipieren zu können. Ob das derzeitige Angebot ausreicht, damit Bürger:innen selbst mehr Medienkompetenzen entwickeln, bleibt damit jedoch unbeantwortet. Im Zentrum dieses Beitrags stand daher die Frage, welche Medienkompetenzen Fernsehzuschauende im Hinblick auf die Nutzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks überhaupt haben.

Um diese Fragestellung zu bearbeiten, wurden Beiträge aus dem Beteiligungsverfahren #meinfernsehen2021 sowie in diesem Zuge durchgeführte Gruppendiskussionen mit Jugendlichen zum Thema Fernsehen analysiert. Bei einigen Teilnehmenden war das Wissen um den öffentlich-rechtlichen Auftrag vorhanden, es waren jedoch auch Forderungen nach einer Reduktion des Auftrags beziehungsweise Priorisierungen einzelner Bestandteile zu entnehmen, bei denen der Kenntnisstand über die im Medienstaatsvertrag formulierten Grundsätze nicht zu entnehmen war. Ein ähnliches Bild zeigte sich auch in den Gruppeninterviews. Jedoch sahen sich die Jugendlichen weniger als Zielgruppe öffentlich-rechtlicher Sendeinhalte und rezipieren vermehrt andere Angebote; sie nannten zugleich dennoch Merkmale „guter“ Fernseh- und Nachrichtenangebote, die sich in anderer Formulierung im öffentlich-rechtlichen Auftrag wiederfinden. Im Zuge der Beteiligung konnten vor allem Wissenslücken zum Informations-, Bildungs- und Unterhaltungsauftrag identifiziert werden. Viele betonten den aus ihrer Sicht hohen Stellenwert von Information und Bildung, lehnten Unterhaltung als Teil öffentlich-rechtlicher Inhalte jedoch ganz oder zumindest in der aktuellen Fülle ab. Auch die im Medienstaatsvertrag festgeschriebene Definition des Unterhaltungsangebots scheint einigen Teilnehmenden nicht bekannt. Die Jugendlichen in den Gruppendiskussionen sahen Unterhaltung im Fernsehen hingegen als selbstverständlich an, da diese einen Schwerpunkt ihrer Bewegtbildnutzung darstellt. Hier ein Wissen um einen bestehenden Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in diesem Kontext zu vermuten, wäre allerdings fahrlässig. Vielmehr scheint es, dass Jugendliche mit einer breiten Angebotspalette der Fernsehnutzung im Elternhaus aufgewachsen sind und diese daher als selbstverständlich einschätzen.

Verbunden mit der Ablehnung von Unterhaltung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, sprachen sich Teilnehmende der Beteiligung vielfach gegen Überschneidungen zwischen Inhalten öffentlich-rechtlicher und privater Sender aus. Ausgehend von Vorschlägen zur Änderung struktureller Gegebenheiten wie die Einführung von Paywalls, eine Umstrukturierung der öffentlich-rechtlichen Programme sowie die Abschaffung re-

gionaler Inhalte, ist auch hier von Wissenslücken auszugehen. Die Jugendlichen zeigten sich einem Zusammenlegen von Mediatheken oder (Regional-)Sendern gegenüber ebenfalls offen und argumentierten nutzungsorientiert mit dem Wunsch nach einer pragmatischeren, nutzerfreundlicheren und moderneren Angebotspalette.

Während die Kenntnis von Strukturen und Funktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks also bei einem Teil der Diskussionsteilnehmenden vorhanden ist, ist der vorliegende Beitrag jedoch auf ebenso viele Wissenslücken gestoßen. Im Zuge der Nutzung der Angebote des öffentlich-rechtlichen Fernsehens entwickeln Zuschauende zumindest ein gewisses Maß an Medienkunde. Für die Ausbildung eines angemessenen Sets an Medienkompetenzen ist dies allerdings nicht ausreichend und durch das Fernsehprogramm allein vermutlich auch nicht möglich. Vor diesem Hintergrund sollten nicht nur die Programmverantwortlichen der öffentlich-rechtlichen Sender ihre Inhalte, die eigene Struktur und die Prozesse kritisch beleuchten. Zukünftig bedarf es zudem (mehr) gezielter schulischer Bildung wie auch Medienbildung, die sich explizit an Erwachsene richtet. Für einen besseren Blick sind zunächst weitere und vor allem umfassendere Analysen zur Identifikation von Wissenslücken im Hinblick auf das Mediensystem und die damit verbundenen Herausforderungen zentral. Der Fokus sollte dabei noch stärker auf das Zusammenwirken von Fernsehhalten und den unterschiedlichen Medienkompetenzen gelegt werden. Die diskursive Einbindung der Rezipient:innen, wie sie bei #meinfernsehen2021 realisiert werden konnte, könnte für die weitere Erforschung dieser Zusammenhänge bereichernd sein. Denn mit Blick auf die im Medienstaatsvertrag formulierten öffentlich-rechtlichen Leitgedanken zur Einbindung der Bürger:innen kann über eine Beteiligung der Zuschauenden an einer gemeinsamen Ideenentwicklung zur Zukunft des Fernsehens ein ehrlicher und nachhaltiger Austausch gelingen.

## Literatur

- Aufenanger, Stefan. (2021). Mediensozialisation. In Uwe Sander, Friederike von Gross & Kai-Uwe Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 1–8). Wiesbaden, Deutschland: Springer VS.
- Baacke, Dieter. (1999). „Medienkompetenz“: theoretisch erschließend und praktisch folgenreich. *Medien + Erziehung*, 43 (1), 7–12.

- Brinda, Torsten; Brüggem, Niels; Diethelm, Ira; Knaus, Thomas; Kommer, Sven; Kopf, Christine, Missomelius; Petra, Leschke; Rainer, Tilemann; Friederike & Weich, Andreas. (2019). Frankfurt-Dreieck zur Bildung in der digital vernetzten Welt. Ein interdisziplinäres Modell. *medien + erziehung*, 4, 1–9.
- Brüggem, Niels. (2019). Bildung der Jugend für den digitalen Wandel. Kompetenzanforderungen, Ressourcen, Potenziale. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 69 (27–28), 30–35.
- Carretero, Stephanie Vuorikari, Riina & Punie, Yves. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with Eight Proficiency Levels and Examples of Use. Abgerufen am 10. Februar 2022, von <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC101254>.
- Hugger, Kai-Uwe. (2008). Medienkompetenz. In: Uwe Sander, Friederike von Gross und Kai-Uwe Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 93–99). Wiesbaden, Deutschland: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kerres, Michael. (2020). Bildung in der digitalen Welt: Über Wirkungsannahmen und die soziale Konstruktion des Digitalen. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 17 (Jahrbuch Medienpädagogik), 1–32.
- KMK – Kultusministerkonferenz. (2016). «Bildung in der digitalen Welt», Beschluss vom 8.12.2016. Abgerufen am 04. Dezember 2021, von [https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2016/2016\\_12\\_08-Bildung-in-der-digitalen-Welt.pdf](https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2016/2016_12_08-Bildung-in-der-digitalen-Welt.pdf)
- Knaus, Thomas. (2018). [Me]nshc – Werkzeug – [I]nteraktion. Theoretisch-konzeptionelle Analysen zur Digitalen Bildung und zur Bedeutung der Medienpädagogik in der nächsten Gesellschaft. *MedienPädagogik*, 31, 1–35.
- Mayring, Philipp. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken* (12. Aufl.) Weinheim, Deutschland: Beltz.
- Moser, Heinz. (2008). Medien und Reformpädagogik. In: Uwe Sander, Friederike von Gross und Kai-Uwe Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 15–21). Wiesbaden, Deutschland: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- MStV. (2020). Abgerufen am 04. Januar 2022, von [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze\\_Staatsvertraege/Mediensstaatsvertrag\\_MStV.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Mediensstaatsvertrag_MStV.pdf)
- Pfiffner, Manfred; Sterel, Saskia & Hassler, Dominic. (2021). 4K und digitale Kompetenzen. Chancen und Herausforderungen. Bern, Schweiz: hep verlag.
- Schorb, Bernd. (2017). Medienkompetenz. In: Bernd Schorb, Anja Hartung, Christine Dallmann (Hrsg.), *Grundbegriffe Medienpädagogik* (S. 254–261). München, Deutschland: kopaed.
- Stalder, Felix (2016). *Kultur der Digitalität*. Berlin, Deutschland: Suhrkamp.
- Süss, Daniel. (2007). Mediensozialisation zwischen gesellschaftlicher Entwicklung und Identitätskonstruktion. In: Dagmar Hoffmann & Lothar Mikos (Hrsg.), *Mediensozialisationstheorien* (S. 109–130). Wiesbaden, Deutschland: VS Verlag für Sozialwissenschaften.



- Treumann, Klaus Peter; Baacke, Dieter; Haacke, Kirsten; Hugger, Kai-Uwe; Vollbrecht, Ralf & Kurz, Oliver. (2002). Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Wie die neuen Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern. Wiesbaden, Deutschland: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Tulodziecki, Gerhard. (1998). Entwicklung von Medienkompetenz als Erziehungs- und Bildungsaufgabe. *Pädagogische Rundschau*, 52 (6), 693–709.