

**Machbarkeitsstudie: „Medienerziehung durch Eltern –  
Medienkompetenzförderung in der Familie zwischen  
Anspruch und Realität“**

**Ausschreibungsunterlagen und Projektbeschreibung**

Düsseldorf, 28. August 2009

**Bitte beachten Sie unbedingt auch die Bedingungen für die Übersendung der Projektanträge auf der letzten Seite.**

Nach § 88 Abs. 4 Mediengesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) gehört es zu den Aufgaben der LfM, die Veranstaltung, Verbreitung und Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen und Mediendiensten einschließlich neuer Programmformen und -strukturen regelmäßig wissenschaftlich untersuchen zu lassen. Die Forschungsschwerpunkte orientieren sich dabei am Handlungsbedarf und am Erkenntnisinteresse der LfM.

## **I. Allgemeines**

Die LfM hat durch ein formalisiertes Verfahren sicherzustellen, dass aus der Gesamtheit der eingegangenen Anträge eine sinnvolle Auswahl getroffen wird. Die folgenden Kriterien sollen eine Entscheidungshilfe für eine angemessene Beurteilung der Anträge darstellen.

Anträge bzw. Antragsteller sollen die folgenden Anforderungen erfüllen:

### **1. Unabhängigkeit der forschenden Personen/Institutionen**

Die beantragenden Personen/Institutionen dürfen in den angegebenen Forschungsfeldern keine Eigen- oder Fremdinteressen vertreten, sondern müssen unabhängig sein. Die LfM berücksichtigt ausschließlich solche Anträge, die eindeutig nicht (auch) auf Verwertungsinteressen Dritter gerichtet sind.

Diese Unabhängigkeit kann als gegeben angenommen werden, wenn die Anträge von Hochschulen, unabhängigen Forschungsinstitutionen, gemeinnützigen Vereinen o.ä. Einrichtungen gestellt werden.

### **2. Medienwissenschaftliche Kompetenz**

Antragsteller sollten im Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung ausgewiesen sein und dieses durch ihre wissenschaftlichen Veröffentlichungen be-

legen können. Vorhandene forschungspraktische Erfahrungen und methodisches Wissen bzgl. der Untersuchungsgegenstände werden als Voraussetzung einer effizienten Forschung angesehen. Hierdurch sollen keineswegs interessante und jenseits traditioneller "Forschungspfade" angelegte innovative Untersuchungen noch nicht etablierter Wissenschaftler (-gemeinschaften) abgewiesen werden.

### 3. Integration bestehender Forschungsergebnisse

Dem Forschungsgegenstand angemessen sollen beantragte Untersuchungen mit innovativen Ansätzen arbeiten. Das schließt jedoch im forschungsökonomischen Interesse nicht aus, bestehende Erkenntnisse und Forschungsergebnisse der Medienforschung zu integrieren bzw. für das Untersuchungsdesign zu verwenden.

Ein Vergabekriterium ist deshalb auch, inwieweit neuere Forschungsergebnisse einbezogen werden. Aus der Gestaltung der beantragten Untersuchung, nicht jedoch aus gesonderten Kapiteln des Antrages zum Stand der Forschung, soll geschlossen werden können, ob der gegenwärtige Stand der Medienforschung in der Projektkonstruktion berücksichtigt wurde.

### 4. Methoden

Die Vergabe hängt davon ab, ob die methodische Konzeption der Untersuchung dem jeweiligen Forschungsgegenstand angemessen ist. Wichtig ist deshalb eine genaue Auflistung der beabsichtigten Methoden. Bevorzugt gefördert werden im Einzelfall Projekte mit einer Kombination quantitativer und qualitativer Methoden.

### 5. Realisierung des geplanten Forschungsprojektes

Erforderlich ist eine genaue Auflistung der berücksichtigten Untersuchungsschritte. Das Verhältnis zwischen Untersuchungsfragen und -aufbau muss in

sich schlüssig sein. Generell wird vorausgesetzt, dass die geplanten Untersuchungen auch faktisch realisierbar sind, besonders im Hinblick auf den zeitlichen und den finanziellen Rahmen.

6. Für die Vergabe von Projekten sind auch forschungsökonomische Gesichtspunkte von Bedeutung.

Die LfM erwartet von den Projektnehmern keine Subordination wissenschaftlicher unter wirtschaftliche Kriterien. Forschungsaufwand, -ergebnisse und -etat müssen indessen in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen. Werden die der Untersuchung zugrunde liegenden Fragestellungen und die methodischen Vorgehensweisen als sinnvoll erachtet, so wird innerhalb dieser vorgegebenen Rahmenbedingungen nach dem Kriterium der Forschungsökonomie ausgewählt werden. Hiermit ist nicht nur die Höhe der beantragten Gelder gemeint. Der Begriff der Forschungsökonomie umfasst vielmehr die Verwendung der Gelder, die Kooperation mit anderen wissenschaftlichen Untersuchungen und den Rückgriff auf eine bereits vorhandene forschungstechnische Ausstattung der Antragsteller (hierzu gehören z.B. Rechneranlagen und Erhebungsgeräte).

## **II. Forschungsfragen**

Der kritische, selbstbestimmte Umgang mit Medien ist eine Kompetenz, deren Erwerb und Förderung möglichst frühzeitig einsetzen sollte. Daher sollte Medienerziehung bereits im Kindesalter ansetzen. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund einer sich stetig wandelnden Medienwelt bedarf Medienkompetenz einer kontinuierlichen, sämtliche Altersgruppen von Mediennutzern ansprechenden Förderung. Wo jedoch erlernen Kinder die Nutzung von Medien, welche Institutionen und Personen beeinflussen ihre Mediensozialisation und können somit auch Einfluss auf die Medienkompetenzförderung von Kindern nehmen?

Die Mediennutzung von Kindern beginnt bereits häufig im frühen Kindesalter: beginnend mit dem Vorgelesen bekommen von Büchern, über das Hören von Hörkassetten und schließlich das Sehen erster Fernsehsendungen. Der erste Kontakt mit Medien findet somit in der Familie statt. Eltern, aber auch Geschwister, sind dabei Wegbegleiter oder aber auch Vorbilder bei der Mediennutzung. Schließlich sind der Kindergarten und im späteren Lebensverlauf die Schule und der Freundeskreis weitere Institutionen, in denen der Umgang mit Medien geprägt wird bzw. – zumindest bei den ersten beiden genannten – medienpädagogische Maßnahmen zur Unterstützung einer selbstbestimmten und kompetenten Mediennutzung gefördert werden können. Diese unterschiedlichen Sozialisationsinstanzen müssen in den Blick genommen werden, um die Ausbildung von Mediennutzungsmustern erklären zu können, jedoch auch, um auf allen Ebenen Maßnahmen der Medienkompetenzförderung bedarfsgerecht auszurichten. Denn keine dieser Ebenen ist alleine für die Förderung der medialen Kompetenz der Kinder verantwortlich. Nur wenn alle relevanten Akteure sich gemeinsam der Verantwortung stellen, kann nachhaltig die Mediennutzung von Kindern positiv gefördert werden.

Wie und auf welche Weise Kinder und Jugendliche Medien nutzen, wird einschlägig durch die regelmäßig erscheinenden KIM<sup>1</sup>- und JIM-Studien<sup>2</sup> des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest untersucht. Bezogen auf NRW konnte die LfM-Studie „Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten“<sup>3</sup> zeigen, welche Ansätze zur Medienerziehung im Kindergarten verfolgt werden bzw. welche Defizite hier vorherrschen. Auf der Basis dieser Studie werden derzeit Konzepte für bedarfsgerechte Maßnahmen entwickelt. Anfang des Jahres hat die LfM die Studie „Medienkompetenz in der Schule“ in Auftrag gegeben, mit der Zielsetzung zu untersuchen, welche Rahmenbedingungen und Konzepte zur Medienkompetenzförderung in nordrhein-westfälischen Schulen vorliegen.

---

<sup>1</sup> KIM-Studie. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland, 2008, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.).

<sup>2</sup> JIM-Studie: Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, 2008, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.).

<sup>3</sup> Ulrike Six und Roland Gimmler: Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten. Eine empirische Studie zu Bedingungen und Handlungsformen der Medienerziehung. Berlin: Vistas 2007. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW, Band 57.

Nicht umfassend untersucht – insbesondere bezogen auf die neuere Medienentwicklung – wurde bisher, welche medienpädagogischen Ansätze in der Familie verfolgt werden. Eltern kommt jedoch eine besondere Bedeutung zu: Einerseits sind sie eine maßgebliche Instanz in der Medienerziehung ihrer Kinder; zugleich nutzen sie selbst Medien auf vielfältige Weise, wobei die eignen Mediennutzungsmuster – so verdeutlichen bisherige Studie in diesem Bereich – Auswirkungen auf die Medienerziehung der Kinder haben. Nicht nur leiten sie Vorstellungen von einer sinnvollen Mediennutzung ihrer Kinder von ihrer eigenen Medienbiographie und -nutzungsweise bewusst oder unbewusst ab, sondern vielmehr sind sie durch ihre vorgelebte eigene Nutzungsweise für die Kinder ein Vorbild. Um das Bild der medienpädagogischen Sozialisation zu komplettieren, lohnt es daher, diesen Bereich intensiver in den Blick zu nehmen zumal sich eine Vielzahl der Projekte zur Förderung der Medienkompetenz der LfM bereits an die Zielgruppe der Eltern richtet.

Schließlich soll die übergeordnete Zielsetzung sein, die Ergebnisse der unterschiedlichen Einzelstudien, die die verschiedenen Bereiche – Familie, Kindergarten, Schule – behandeln, in einem Gesamtkontext einzuordnen. Damit soll verdeutlicht werden, was durch die einzelnen Sozialisationsinstanzen jeweils geleistet wird bzw. geleistet werden kann und welche Unterstützungsnotwendigkeiten insgesamt gegeben sind.

Ein Forschungsprojekt zur Medienerziehung der Eltern müsste die Medienkompetenz von Eltern mit Blick auf die eigene Mediennutzung sowie auf die Medienerziehung ihrer Kinder und Jugendlichen untersuchen. Hierzu müssten zunächst die eigene Mediennutzung und die Einstellungen zu verschiedenen Medien skizziert werden. Leitende Fragen könnten hierbei sein: Auf welche Medien und Anwendungen verteilt sich die für Medien aufgebrauchte Zeit? Welche Einstellungen und Erfahrungen haben Eltern mit Blick auf verschiedene Medien und deren Anwendungen? Dabei sollten insbesondere auch neuere Medienentwicklungen Beachtung finden wie bspw. Social Networks, Freie Enzyklopädien, Online-Shopping, Chats, Beratungs-TV, Gewinnspiel-TV, Handynutzung. Auch ist von Interesse zu erfahren, welche Angebot (Broschüren, Beratungsangebote, Veranstaltungen, etc.) zur Unterstützung ihrer Medienerziehung ihnen bekannt sind und ggf. genutzt werden und wie sie davon erfahren haben.

In einem nächsten Schritt könnten die elterlichen Medienerziehungskonzepte erhoben und in Relation zu den eigenen Mediennutzungsmustern gesetzt werden. Hierbei könnte untersucht werden, inwieweit Transfereffekte feststellbar sind. Auch sollte untersucht werden, inwieweit sich der elterliche Anspruch von der praktischen Umsetzung der Medienerziehung unterscheidet und welche Rahmenbedingungen für eine mögliche Abweichung hierfür ausschlaggebend sind.

Die Gruppe der Eltern ist eine sehr heterogene Gruppe. Sämtliche Fragestellungen müssten somit unter demographischen Gesichtspunkten, bspw. Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Familienstand, aber auch nach dem Alter und der Anzahl der Kinder sowie den familiären Alltagsstrukturen behandelt werden. Darüber hinaus wäre von Interesse, in welche sozialen Kontexte die unterschiedlichen Elterngruppen eingebunden sind, d.h. mit welchen Institutionen sie in Kontakt stehen, über welche Einrichtungen/Personen/Maßnahmen sie sich im Rahmen der Erziehung ihrer Kinder informieren oder auch eher unbewusst im Austausch stehen.

Abschließend wäre die Formulierung von Handlungsempfehlungen und Desideraten wünschenswert. Diese sollten einerseits Bedarfe zur Förderung der Medienkompetenz von Eltern als Mediennutzer aufweisen und zum anderen Ansätze aufzeigen, wie Eltern in ihrer Medienerziehung unterstützt und vor allem über welche Kanäle sie erreicht werden können. Dabei sollte ein besonderer Fokus auf solche Eltern/Familien gelegt werden, die als Gruppe der so genannten „sozial benachteiligten“ Zielgruppen bezeichnet und üblicher Weise schwerer erreicht werden.

Ein Forschungsprojekt mit entsprechenden Zielsetzungen stellt allerdings hohe Anforderungen an seine methodische Anlage. Wie kann eine solche Studie angelegt werden, um die gewünschten Erkenntnisse zu erhalten? Steht der zu betreibende forschungsökonomische Aufwand in einem vertretbaren Verhältnis zu dem gewünschten Ertrag? Dies sollte im Vorfeld einer solchen Studie geklärt werden. Daher ist geplant, zunächst eine sogenannte Machbarkeitsstudie in Auftrag zu geben, die zum einen prüft, wie die methodische Anlage einer solcher Untersuchung sinnvollerweise aussehen könnte und

mit welchem finanziellen Volumen dies zu leisten wäre. Zum anderen sollten in einer solchen Machbarkeitsstudie der aktuelle Forschungsstand zu diesem Themenfeld aufbereitet und Forschungsdesiderate definiert werden. Ferner sollte bearbeitet werden, wie eine sinnvolle Verknüpfung der einzelnen vorliegenden Studien zu medienkompetenzfördernden Sozialisationsinstanzen (Familie, Kindergarten, Schule, Freundeskreis etc.) funktionieren könnte.

Für die Machbarkeitsstudie stehen bis zu € 20.000,- (inklusive Mehrwertsteuer) zur Verfügung. Das Projekt soll eine Laufzeit von 4 Monaten nicht überschreiten.



Das detaillierte Projektkonzept sollte neben Ausführungen zum Methodendesign einen **Zeit- und Kostenplan** beinhalten.

In dem Kostenplan ist die **ggf. abzuführende Umsatzsteuer** auszuweisen. Sollten hierzu keine Angaben gemacht werden, geht der Auftraggeber davon aus, dass in der genannten Summe die ggf. abzuführende Umsatzsteuer enthalten ist. Wesentlicher Bestandteil der zu erbringenden Leistungen ist die Einräumung von Nutzungsrechten aus der Urheberschaft an der wissenschaftlichen Arbeit. Daher geht die LfM davon aus, dass der **ermäßigte Umsatzsteuersatz von z. Zt. 7 %** zugrunde gelegt wird. Ein anderer Steuersatz ist zu begründen.

Darüber hinaus ist dem Antrag eine **1- bis 2-seitige Zusammenfassung** beizufügen.

Bitte achten Sie darauf, dass aus dem Antrag eindeutig hervorgeht, wer Antragsteller ist, d.h. welche natürliche oder juristische Person, bzw. Personen sich um die Projektvergabe bewerben. Die LfM weist darauf hin, dass im Falle einer Vergabe der Vertrag nur mit dem/der Antragstellenden geschlossen werden kann, die im Antrag benannt ist/sind. Soll der Antrag für juristische Personen gestellt werden, geben Sie bitte zusätzlich zu der genauen Bezeichnung und den gesetzlichen Vertretern dieser Personen auch an, wer die Projektleitung innehaben soll.

**Ende der Ausschreibungsfrist ist Dienstag, der 6. Oktober 2009 (Datum des Poststempels).**

**Anträge dürfen nicht – auch nicht ergänzend – per Fax oder per Email eingereicht werden.**

Für Rückfragen steht Ihnen bei der Landesanstalt für Medien NRW Antje vom Berg unter der Tel.-Nr. 0211/77007-168 oder per E-Mail (info@lfm-nrw.de) zur Verfügung.

Sollte das Projekt Ihr Interesse finden, übersenden Sie Ihre Unterlagen in einem verschlossenen Umschlag an folgende Anschrift:

Landesanstalt für Medien NRW, Bereich Förderung, **Kennwort: „Medienerziehung durch Eltern“**, Postfach 103443, 40025 Düsseldorf.

Bei persönlicher Übergabe können Sie den Projektantrag bei der Landesanstalt für Medien NRW unter der Adresse Zollhof 2, 40221 Düsseldorf, einreichen. Bitte geben Sie unbedingt das Kennwort an!