

## 2 aktuell

## 8 thema

Jugend. Medien. Raum.  
Identität8 **Jugendliche in mediatisierten  
Sozialräumen**

Editorial

Albert Fußmann, Ulrike Wagner

12 **Gesellungsformen von Jugendlichen**

Franz Josef Röll

22 **Ermächtigung und/oder Gefährdung?**Anmerkungen zur Aneignung  
mediatisierter Sozialräume

Ulrike Wagner

30 **Was Jugendliche denken und fühlen**Ein Interview mit Livia Kerp,  
Magazin liviajosephine34 **Politische Bildung – politisches  
Handeln – und das Internet**Ein Interview mit Christian Kirschner,  
basa, e. V.39 **Jugendliche, Smartphones und  
ländliche Räume**

Eric Müller

46 **Jugendarbeit  
analog und digital**

Ein Interview mit Matthias Fack, BJR

49 **Hinter den Kulissen: WebDays  
laden zur Beteiligung**

Albert Fußmann, Antje Müller

## 56 spektrum

56 **Live-Streaming im Fokus  
des Jugendschutzes**Eine Analyse von YouNow  
Saskia Eilers, Daniel Hajok63 **Spannungsverhältnisse beim Einsatz  
von Tablets an Schulen**

Katrin Valentin, Hannah Bolz

71 **Ein unmoralischer Ort?**Die Disziplinierung des Kinos zu Beginn  
des 20. Jahrhunderts

Bernd Kleinhans

## 78 medienreport

78 **Flucht hat viele Gesichter**

Refugee Eleven zeigt 22 von ihnen

Sophia Gesierich

80 **Von großen Haien und kleinen Fischen**Neues Printmagazin in der digitalisierten  
Jugendkultur

Saskia Eilers

82 **Nintendo Switch**

Wandelbares Telespiel

Michael Gurt

84 **Schule und Spiel – mehr als reine  
Wissensvermittlung**Ein Interview mit Rachelle Vallon,  
Quest to learn

## 88 publikationen

92 **kurz notiert**

## 93 impressum

## 94 service

## 96 kolumne

96 **Scannerkassen – Einkaufen 2.0**

Klaus Lutz

## Jugendmedienschutzindex: Zum Umgang mit onlinebezogenen Risiken

Das Alter der Kinder ist der entscheidende Faktor dafür, was Eltern über die Online-Aktivitäten ihrer Kinder denken. Dabei sind sich Eltern und Heranwachsende einig: Der Schutz Heranwachsender ist wichtiger als ein leichter Zugang zu allen Online-Angeboten. Das sind Ergebnisse des *Jugendmedienschutzindex* – initiiert und herausgegeben von der *FSM – Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V.*, durchgeführt vom *JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis* und dem *Hans-Bredow-Institut*. Die Studie zeigt, in welcher Weise der Schutz Heranwachsender vor negativen Online-Erfahrungen in den Sorgen, den Einstellungen, dem Wissen und dem Handeln von Eltern, von pädagogischen Fach- und Lehrkräften sowie von Heranwachsenden verankert ist. Die bisherigen Ergebnisse fokussieren die Betroffenen sowie die Endnutzenden des Jugendmedienschutzes: Eltern und Heranwachsende. So lässt sich unter medienpädagogischer Perspektive aus den vielschichtigen Resultaten herausgreifen, dass die Rolle der Eltern für das Funktionieren von Jugendmedienschutz im Alltag von herausragender Bedeutung ist. Sie sind nicht nur diejenigen, die vom ge-

setzlichen Jugendmedienschutz vorgesehene Schutzinstrumente vor Ort umsetzen sollen, sondern ihr Umgang und ihre Orientierungen fließen direkt in die messbaren Unterschiede der Fähigkeiten und Risikowahrnehmungen ihrer Kinder ein. Angesichts der Befunde, dass die Einstellungen der Eltern zum Jugendmedienschutz sehr unterschiedlich ausfallen und damit die Online-Kommunikation von Kindern unter sehr unterschiedlichen Voraussetzungen stattfindet, sollten medienpädagogische Initiativen und Programme diese Unterschiede vermehrt berücksichtigen. Darüber hinaus bestätigt sich, dass Jugendmedienschutz im Online-Bereich nicht allein darin bestehen kann, Heranwachsende vor möglichen negativen Erfahrungen zu bewahren. Ein Ziel sollte auch sein, sie zu einem bewussten und ihren Interessen gerecht werdenden sowie sozial verantwortlichen Umgang mit Online-Medien zu befähigen und sie dabei zu unterstützen, Risiken zu vermeiden oder zu bewältigen. Empirische Basis der Studie ist eine bundesweite Repräsentativbefragung von 805 Internetnutzenden zwischen neun und 16 Jahren und jeweils einem Elternteil, das für die Online-Erziehung zuständig ist bzw. sich am besten mit der Online-Nutzung des Kindes auskennt. Der zweite Teil der Studie, welche die Perspektive von Lehrkräften an Schulen sowie pädagogischen Fachkräften von außerschulischen

Bildungseinrichtungen fokussiert, folgt im Laufe des Jahres. [www.fsm.de/jugendmedienschutzindex](http://www.fsm.de/jugendmedienschutzindex)

Swenja Wütscher

## JIM-Studie 2017

In den Ergebnissen der *JIM-Studie 2017* zeigen sich im Gerätebesitz Jugendlicher keine großen Dynamiken. So dominiert das Smartphone mit 97 Prozent weiterhin den Gerätebesitz der Zwölf- bis 19-Jährigen, die deutlich weniger über einen Laptop, Computer, Radio oder Fernseher verfügen. Der Besitz von Tablet-PCs stagniert seit 2015.

89 Prozent der Jugendlichen sind täglich online (2016: 87 %), was sich im Altersverlauf deutlich verstärkt (12 bis 13 Jahre: 78 %; 14 bis 15 Jahre: 89 %; 16 bis 17 Jahre: 94 %; 18 bis 19 Jahre: 94 %). Auch bei der Betrachtung der inhaltlichen Verteilung der Internetnutzung ist wenig Bewegung zum Vorjahr: Der Bereich der Kommunikation rutscht erstmals unter die 40 Prozent-Marke (2017: 39 %; 2016: 41 %), die unterhaltungsorientierte Nutzung steht bei 30 Prozent, Online-Spiele bei 20 Prozent, informative Inhalte bei elf Prozent. Der Anteil der Online-Spielenden nimmt mit dem Alter ab, Ältere wenden sich vermehrt informierenden Inhalten zu. Die Kommunikationsanwendungen *Instagram* (2017: 57 %; 2016: 51 %) und *Snap-*

chat (2017: 49 %; 2016: 45 %) konnten ihre Position ausbauen. *WhatsApp* bleibt mit Abstand auf Platz 1 (94 %). Die *Facebook*-Nutzung ist weiter deutlich rückläufig (2017: 25 %; 2016: 43 %). Wird das Informationsbedürfnis fokussiert, zeichnet sich ein Zugewinn in Bezug auf die Themen Lokal-, Bundes-, Weltpolitik und Weltgeschehen. Dabei gibt jeder Zweite an, nach dem Fernsehen Nachrichten und Berichte aus dem Radio sowie aus Gesprächen im Freundes- oder Familienkreis zu beziehen. Andere Nachrichtenquellen im Internet werden (40 %) zudem gedruckten Tageszeitungen (18 %) bzw. Nachrichten aus dem *Facebook*-Feed (17 %) zur Informationsbeschaffung vorgezogen.

Für Schulaufgaben arbeiten Jugendliche täglich eine dreiviertel Stunde am Computer oder im Internet, sieben Prozent sind auch täglich in der Schule online. Vorwiegend eingesetzt werden dort stationäre Computer (79 %) und Whiteboards (52 %). Die regelmäßige Nutzung von Smartphones (13 %), Laptops (9 %) und Tablet-PCs (4 %) spielt damit eine eher untergeordnete Rolle. Die repräsentative Studie zum Medienverhalten Jugendlicher in Deutschland wird vom *Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest* jährlich in Zusammenarbeit mit dem *Südwestrundfunk* durchgeführt. Für die Befragung wurden 1.200 Jugendliche zwischen zwölf und 19 Jahren telefonisch befragt (für mehr Infor-

mationen zur Studie siehe Rubrik ‚nachgefragt‘ (S. 6–7) in dieser Ausgabe).

[www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

Antje Müller

## ARD/ZDF- Onlinestudie 2017

In den letzten zwei Jahrzehnten haben sich die Bedingungen und Formen der Internetnutzung stetig weiterentwickelt. Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet nicht nur eine Vielzahl an Potenzialen, sondern hält der empirischen Forschung auch Begrenzungen vor Augen. Die *ARD/ZDF-Onlinestudie* erfasst jährlich verschiedene Aspekte der Internetnutzung. Zum 20-jährigen Bestehen hat die repräsentative Bevölkerungsstudie jetzt eine zeitgemäße Anpassung ihrer Operationalisierung erfahren.

Während in den Jahren zuvor pauschal nach der Internetnutzung im Gesamtkontext gefragt wurde, gestaltet sich diese Herangehensweise heutzutage zunehmend als problematisch. Die Nutzung des Internets ist mittlerweile durch die Fülle an (mobilen) Angeboten, Diensten und Apps nicht mehr als bewusster Entscheidungsakt zu verstehen, sondern tritt in den Hintergrund der jeweiligen Handlung. In der Studie wurde daher nach Nutzungsdimensionen für die Datenerfassung differenziert: Insgesamt wird von den durchschnittlich

149 Minuten der täglichen Internetnutzung eine Dreiviertelstunde mit medialer Internetnutzung verbracht. Darunter fallen alle audiovisuellen und textbasierten Onlineanwendungen, die den Rezeptionsakt in den Vordergrund stellen, wie Videoportale, Musikstreaming-Dienste oder das Internetradio. An zweiter Stelle mit rund einer Stunde Nutzungszeit stehen Online-Angebote zur Individualkommunikation wie Instant-Messaging-Dienste, E-Mail-Dienste und Videotelefonie. Die restlichen 71 Minuten lassen sich der sonstigen Internetnutzung zuordnen. Hierunter fallen alle Online-Anwendungen, die sich auf das Shoppen, Suchen und Spielen im Netz beziehen. Eine zusätzliche Neuerung kann innerhalb der medialen Internetnutzung beobachtet werden. Hier wird nicht länger nach Mediengattungen differenziert, sondern die Ebenen Bewegtbild, Text und Audio getrennt erfasst. Das ermöglicht eine präzisere und zeitgemäße Erfassung der Nutzungsdaten von Online-Anwendungen. Im Hinblick auf soziale Netzwerke lässt sich allerdings eine Unschärfe erkennen, da Angebote wie *Facebook* und Co. durch ihr vielfältiges Handlungsspektrum nur schwer einer Nutzungsdimension zugeordnet werden können. Vielleicht überrascht die Studie im nächsten Jahr mit einer noch trennschärferen Anpassung an diese Problematik. Die *ARD/ZDF-Onlinestudie* wird auf Basis

## stichwort YouTube Kids

Die angeblich familienfreundliche Version der Videoplattform *YouTube* ist seit einigen Monaten für *iOS* und *Android* auch in Deutschland erhältlich; in den Vereinigten Staaten existiert sie bereits seit Anfang 2017. Die Zielgruppe der Videoplattform sind primär jüngere Kinder im Kindergarten- bis Grundschulalter. Eltern verspricht das Portal die Lösung vieler Probleme, wenn es um die Nutzung von ‚Bewegtbild‘ im Netz geht, denn die Videoplattform enthält laut Anbieter ausschließlich kindgerechtes Material. Im Gegensatz zu *YouTube* ist der Zugriff auf Videos eingeschränkt, die Auswahl basiert auf Algorithmen und Nutzerrückmeldungen. Die Vorschläge auf der Startseite werden aufgrund von Suchverhalten und persönlichen Vorlieben der Nutzerinnen und Nutzer zusammengestellt. Anders als beim normalen *YouTube* sind auch die Oberfläche und die Navigation: Große Schaltflächen, ein helles Design und das vereinfachte Handling sollen jüngere Kinder ansprechen und ihren Fähigkeiten entgegen kommen. Das Angebot ist werbefinanziert: Vor und zwischen den einzelnen Videos laufen Werbeclips, die auf die junge Zielgruppe zugeschnitten sind. Um Einstellungen zum Beispiel bezüglich Sicherheit und Auswahl vorzunehmen, muss eine vierstellige PIN eingegeben werden. Die Zahlen der PIN tauchen ausgeschrieben auf dem Bildschirm auf. Für Kinder, die schon lesen können, macht diese Lösung keinen Sinn; die PIN kann aber auch personalisiert werden. Über die Einstellungen kann zudem ein Timer eingestellt werden, der die *YouTube*-Nutzungsdauer beschränkt. Trotzdem sollten Kinder nicht alleine vor *YouTube Kids* gesetzt werden. Auch wenn die Wahrscheinlichkeit, dass sie auf nicht kindgerechte Videos stoßen, wesentlich geringer ist als bei *YouTube*, kann dies angesichts der schier Masse an Videomaterial nicht ausgeschlossen werden. Zumal seit Ende letzten Jahres Meldungen über verstörende Videos kursieren, in dem bei Kindern beliebte Figuren sich Gewalt antun oder anstößige Dinge treiben. Da die Fake-Videos aussehen wie Clips für Kinder, sind sie mittels Algorithmen schwer zu identifizieren. Auch wenn *YouTube* angekündigt hat, seine Filter nachzubessern: Es dürfte unmöglich sein, *YouTube Kids* wirklich ‚kindersicher‘ zu machen, ohne sämtliche Inhalte vor der Aufnahme zu überprüfen.

Michael Gurt

von Telefoninterviews mit deutschen Bürgerinnen und Bürgern ab 14 Jahren durchgeführt. Im Jahr 2017 umfasste die Stichprobe rund 2.000 Befragte.  
[www.ard-zdf-onlinestudie.de](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de)

Saskia Eilers

## Ab wann vorlesen?

Die positive Auswirkung möglichst frühen Vorlesens auf die kognitiven und sprachlichen Fä-

higkeiten von Kindern ist wissenschaftlich bewiesen. Auch neun von zehn Eltern sehen einen Einfluss auf die Kindesentwicklung. Trotzdem beginnen viele von ihnen zu spät mit dem Vorlesen oder hören zu früh damit auf – so ein Ergebnis der *Vorlestudie 2017*.

Eine gute und vielseitige Bildung ihres Kindes hält die Mehrheit der befragten Elternteile für wichtig, gefolgt von Höflichkeit, gutem Benehmen (83 %) sowie einem guten Umgang mit Geld

(79 %). Die Fähigkeit (71 %) und Freude (61 %) zu lesen sind zudem wichtiger als Kopfrechnen (57 %), Freude an körperlicher Bewegung (56 %) oder technisches Verständnis (38 %). Dreiviertel der Eltern lesen häufig vor, zehn Prozent sogar mehrmals am Tag. Jedes fünfte Elternteil gibt an, seinen Kindern nie vorzulesen. Auch von den 474 Elternteilen, die Vorlesen wichtig finden, kommen 18 Prozent dem selbst nicht nach. Im Schnitt wird Kleinkindern mit

zehn Monaten zum ersten Mal vorgelesen. Wann genau die Eltern damit beginnen, hängt stark von ihrem eigenen Bildungsabschluss ab: Während zwölf Prozent der 195 Eltern mit einem höheren Bildungsabschluss angeben, ihrem Kind mehrmals pro Tag vorzulesen und 17 Prozent nie, kommen bei den 141 niedriger Gebildeten der Aufgabe nur sechs Prozent mehrmals am Tag nach und 23 Prozent nie. Besonders hier können laut Studie Buchgeschenke zur Geburt förderlich sein, um den Elternanteil derjenigen, die nie vorlesen, zu verringern. Erhöht wird die Vorlesebereitschaft gegenüber den Kleinen unter sechs Monaten durch ältere Geschwisterkinder: Der Anteil der Eltern, die nicht vorlesen, verringert sich so von 69 auf 55 Prozent. Nur knapp die Hälfte der Eltern beginnt im ersten Lebensjahr des Kindes mit dem Vorlesen, wobei vor allem Bilderbücher mit kurzen Texten (66 %) beliebt sind. Grundlegend fällt Eltern die Auswahl eines geeigneten Buchs in den ersten Lebensjahren des Kindes eher schwerer (21 %) als bei älteren Kindern. Am Vorlesen selbst schätzen Eltern als auch Kinder das gemeinsame Beisammensein. Nahezu alle Eltern erkennen hierbei auch einen positiven Effekt auf die Sprachentwicklung (93 %). Für die repräsentative Studie wurden 523 Eltern mit Kindern im Alter von drei Monaten bis

drei Jahren vom Feldinstitut *iconkids & youth* befragt. [www.stiftunglesen.de](http://www.stiftunglesen.de)

Elisa Eberle

## Angebot bewertet Apps auf Risiken für Kinder

Das neue Informationsangebot *app-geprüft.net* liefert Eltern und pädagogischen Fachkräften auf einen Blick wichtige Informationen über Risiken in von Kindern genutzten Apps. Die Website bewertet mit einem Ampelsystem beliebte Apps auf ihre Eignung für Kinder und zeigt mögliche Risiken wie In-App-Käufe, Werbung und Schwachstellen im Datenschutz auf.

Beim regelmäßigen Monitoring ausgesuchter, bei Kindern besonders beliebter Apps untersucht *jugendschutz.net* unter anderem folgende Aspekte: Werden Kinder mit entwicklungsbeeinträchtigenden, jugendgefährdenden oder strafrechtlich relevanten Inhalten wie Gewalt, Hassreden oder Pornografie im Spiel selbst oder innerhalb der eingebundenen Werbung konfrontiert? Bietet die App Verknüpfungen zu Social Media-Plattformen und belohnt diese gar mit virtuellen Gütern? Ist Nutzerinteraktion möglich? Ausschlaggebend für die App-Auswahl sind Reichweite und Jugendschutzrelevanz. So beruft sich das Ange-

bot nicht nur auf die Top-Listen der meistgenutzten App-Stores, sondern berücksichtigt auch Beschwerden über Apps, die *jugendschutz.net* erreichen, sowie aktuelle Studien, Berichterstattung oder Trends. Hierbei stehen nicht allein explizite Kinder-Apps im Fokus, sondern auch solche, die beispielsweise durch für Kinder interessante Inhalte, ein einfaches Bedienkonzept oder begleitende Marketing-Aktivitäten eine große Anziehungskraft auf die junge Zielgruppe ausüben. Gerade populäre Apps werden ständig weiterentwickelt und mit neuen Features ausgestattet, sodass ihre Bewertung kontinuierlicher Sichtung bedarf. Alle Informationen unter *app-geprüft.net* werden daher kontinuierlich aktualisiert und überprüft.

Das Angebot von *jugendschutz.net* wird vom *Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend* und dem *Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz* gefördert. [www.app-geprüft.net](http://www.app-geprüft.net)

Swenja Wütscher

### Die Themen der nächsten Hefte:

- Kita digital (*merz* 2/18)
- Orientierung in einer komplexen Welt (*merz* 3/18)
- Medienpädagogik und Informatik (*merz* 4/18)

# nachgefragt Sabine Feierabend, Studienreihen JIM und KIM

Wenn es um das mediale Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen geht, greifen Fachkräfte und Studierende sehr gern auf die Forschungsergebnisse des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs) zurück. Antje Müller hat mit Sabine Feierabend, Co-Autorin der JIM- und KIM-Studie sowie Referentin Medienforschung/Programmstrategie beim Südwestrundfunk, über die Relevanz und Aussagekraft der Studienanlagen sowie mögliche Veränderungen gesprochen.



privat

**merz** Die KIM- und JIM-Studien sind Trendstudien, was macht sie so besonders?

**Feierabend** Besonders wertvoll ist aus meiner Sicht, dass wir (a) seit fast zwei Jahrzehnten das Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen dokumentieren und (b) die Ergebnisse kostenfrei beziehbar sind und dadurch eine relativ breite Nutzerschaft erreicht wird. So gelingt es, Hürden und Barrieren für wichtige Themen wie Medienerziehung und -kompetenz so gering wie möglich zu halten, um möglichst viele Personen zu informieren. Daher sind die Studienberichte auch bewusst weniger wissenschaftlich aufgezo-gen, sondern mit einer starken Anwender- und Lesefreundlichkeit für Lehrende, Studierende, Interessierte oder Beschäftigte in Politik und Öffentlichkeit. Die wichtigsten Punkte sind aber, dass die einzelnen Kooperationspartner – mpfs, SWR, die Landesmedienanstalten Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz – zusammenarbeiten, anhand der Ergebnisse konkrete pädagogische Handreichungen entwickeln und damit ein Gegengewicht zu öffentlichen Debatten bilden können. Gerade im Bereich Medien muss mit Gerüchten stetig aufgeräumt werden. Hinsichtlich der Befragungsmethoden überlegen wir immer

mal wieder, auf Onlinebefragungen umzusteigen; bisher ist das aber noch Zukunftsmusik.

**merz** Es gibt in den Studien ein Bündel an gleichbleibenden Fragen. Nach welchen Kriterien wird entschieden, welches Thema vertieft erhoben wird?

**Feierabend** Die gleichbleibenden Fragen dienen dazu, die allgemeinen Entwicklungen adäquat abzubilden. 20 bis 30 Prozent des Fragebogens sind für aktuelle bzw. tiefergehende Fragestellungen vorgesehen. In der JIM-Studie 2017 haben wir zum Beispiel die Nutzung englischsprachiger Filme und Serien aufgegriffen, da die Ergebnisse für uns als Fernsehveranstalter von Interesse sind. Relevant sind auch solche Spezifika, die sich einfach aus den Interessen und Fragestellungen der Landesmedienanstalten und deren Medienkompetenzangeboten insgesamt ableiten. So hatten wir 2016 beispielsweise abgefragt, ob YouNow tatsächlich ein besorgniserregendes Phänomen darstellt.

**merz** Um Veränderungen im Altersverlauf erkennen zu können, wäre es sinnvoll, Schwerpunktthemen des Jugendalters schon der KIM grundzulegen. Wie werden solche Überlegungen bei der Konzeption der Studien einbezogen?

**Feierabend** Wir haben in beiden Untersuchungen ähnliche Fragenkomplexe, die wir aber an das unterschiedliche Alter der Befragten anpassen müssen. Manche Fragen könnten wir bereits Sechs- oder Siebenjährigen stellen, manche nicht. Wir wissen, dass Artikulations- und Auskunfts-fähigkeit noch nicht ausgeprägt genug sind. Einige haben oft nur mit Mühe und Not im Blick, was eine Woche ist, und ob etwas ein- oder mehrmals in der Woche stattgefunden hat. Daher nehmen wir Fragen, von denen wir glauben und wissen, dass auch Dritte darüber Auskunft geben können. Dazu brauchen wir in der *KIM* andere Skalen, da die Wahrnehmung und Nutzungsgewohnheiten der Kinder weniger differenziert ausgeprägt sind als die der Jugendlichen. Da beide Studien 1998 bzw. 1999 laufen, ist es dort möglich, zu erkennen, was bei den Kindern bereits festgestellt wurde und sich bei den Jugendlichen verlängert.

**merz** Heranwachsende sehen heute auch auf dem PC fern – über *YouTube*, aber auch per Stream oder über Mediatheken. Was sagt die Kategorie Fernsehen im Zeitalter der Gerätekonvergenz noch aus?

**Feierabend** In der *JIM-Studie 2017* haben wir die Möglichkeiten des Fernsehens sehr differenziert abgefragt: live im TV, im Livestream, im Netz, in den Mediatheken et cetera. Da zeigt sich schon, dass Fernsehinhalte weiterhin intensiv linear genutzt werden. *YouTube* dient nicht in erster Linie im Sinne der Nutzung klassischer Fernsehinhalte, hier stehen andere Inhalte im Vordergrund. Immer weiter verbreitet sind Streamingdienste, die sich mit *Netflix* und *Amazon Prime* beispielsweise bei den Älteren deutlich etabliert haben; entsprechend hat sich auch die Haushaltsausstattung entwickelt. Eine Grenzziehung, ob das nun Fernsehen oder ‚Internet‘ ist, ist aber schwierig. Vor gut drei Jahren haben wir einen qualitativen Test dazu gemacht: Wir haben Jugendlichen identische Inhalte auf verschiedenen Endgeräten präsentiert und sie gefragt, was sie gerade machen – mit nicht repräsentativen, nur begrenzt zitierfähigen Ergebnissen. Deutlich zu erkennen war aber, dass Inhalte, die aus dem

Fernsehen bekannt sind, wie *Simpsons*, für sie eine Fernsehserie sind; egal, wo sie diese gucken.

**merz** In der medienpädagogischen Forschung und Praxis interessiert oft mehr die Frage, zu welchen Zwecken Heranwachsende Medien nutzen und welche Bedürfnisse sie damit erfüllen: Warum liegt der Fokus der Studien auf den genutzten Geräten, und nicht stärker auf deren Funktionen?

**Feierabend** In einer telefonischen Befragung ist das nicht immer einfach. Wir untersuchen aber schon jetzt jenseits von Endgeräten die Bereiche Kommunikation, Unterhaltung und Recherche. Sicherlich haben wir noch nicht den Stein der Weisen gefunden und müssen uns mittelfristig weiterentwickeln. Aber die Geräte spielen eben auch eine Rolle, sie sind der Zugang zu den Inhalten: Mit dem Handy, einem sehr starken Gerät, aber nach wie vor auch mit dem Fernsehgerät, das zusätzliche Funktionen hat und entsprechend anders genutzt wird.

**merz** Wie stehen Sie zu qualitativen Interviews als mögliche Zukunftsvariante?

**Feierabend** Wir stehen eher in der Tradition quantitativer Forschung. Qualitative Fragestellung kommen bei uns in Betracht, wenn wir einzelne Punkte weiterentwickeln und mit quantitativer Forschung überprüfen. Aber die Studienreihen per se um qualitative Verfahren zu erweitern, ist derzeit nicht vorgesehen. Für die *JIM-Studie* hatten wir einige Zeit eine qualitative Nachbefragung mit einer kleineren Stichprobe – *JIM Plus*. Diese konnten wir aber leider nicht weiter stemmen.

**merz** Wie werden Sie Fragestellungen oder Forschungsmethodiken weiterentwickeln?

**Feierabend** Wir entwickeln kontinuierlich sowohl einzelne Fragestellungen als auch die Methode bei Bedarf weiter, denken grundsätzlich aber von Jahr zu Jahr, anhand aktueller Entwicklungen. Ein wichtiges Ziel ist es immer, die Kontinuität soweit wie möglich beizubehalten. Das bedeutet, dass wir immer abwägen, ob neue Fragen wirklich spannender sind als unsere Vergleichbarkeit.

# Jugendliche in mediatisierten Sozialräumen

## Editorial

Für die meisten Jugendlichen ist es mehr als selbstverständlich, sich die Welt über Kommunikations- und Onlinemedien anzueignen. Sie machen ihre Erfahrungen also sowohl unmittelbar im direkten Austausch in ihren Sozialräumen als auch vermittelt über diverse mediale Kanäle. Die Jugendlichen gehen Beziehungen ein, sie informieren sich, sie beteiligen sich – dazu dienen ihnen die Kommunikationskanäle der bekannten Sozialen Netzwerkdienste und Messenger, aber auch die traditionellen Massenmedien. Gleichzeitig sind die Sozialräume der Jugendlichen in ihren Funktionen als Begegnungs-, Identitäts- und Bildungsräume (Kreß 2010) zunehmend als mediatisiert zu betrachten – nicht zuletzt durch die ständige Verfügbarkeit von medialen Strukturen über Geräte, die in der Hosentasche auf ihren Einsatz warten bzw. den Nutzenden Signale geben, wann es wieder an der Zeit ist, sich um neue Nachrichten aus den Sozialräumen zu kümmern. Wichtige Voraussetzung ist dann, dass der WLAN-Zugang am aktuellen physischen Ort auch funktioniert. Das Internet, genauer das WWW, durchzieht die Strukturen des alltäglichen Medienhandelns und der Sozialräume von Jugendlichen auf mehreren Ebenen:

■ Es bildet eine Struktur, die alle anderen Massenmedien integriert, sei es nun Fernsehanbieter, Zeitungen und Zeitschriften, die alle ihre Online-Repräsentanzen haben. Professionelle neue Online-Anbieter wie Streamingdienste haben sich zudem längst etabliert. Sie machen den traditionellen Massenmedien hierbei Konkurrenz, beispielsweise in der Bereitstellung von Filmen, Serien, Spielen etc.. Inhalte zu rezipieren und

in der Peergroup gemeinsam zu verhandeln, ist damit nicht mehr an eine bestimmte Zeit gebunden.

■ Es bietet Individualkommunikation über verschiedene Kanäle, die mehr oder etwas weniger öffentlich zur Verfügung stehen. Der direkte Austausch mit anderen und die Beziehungspflege sind vor allem seit Einführung der SMS stark vereinfacht worden und damit noch weniger an körperliche Präsenz gebunden. SMS wurde nun längst abgelöst von Messengerdiensten, allen voran *WhatsApp*. Geblieben ist das Bedürfnis, sich – im jeweilig relevanten Sozialraum – zu anderen in Beziehung zu setzen. Im alltäglichen Medienhandeln von Jugendlichen ist die Beziehungspflege fest verankert. Damit formen sie auch die Strukturen ihrer Sozialräume beständig weiter.

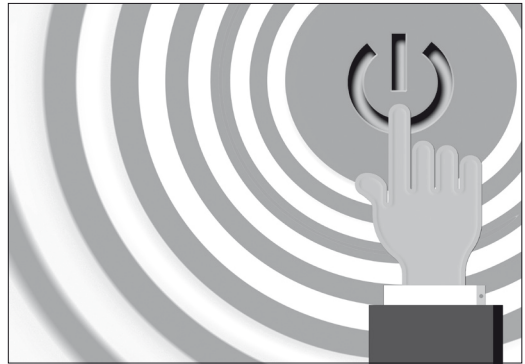
■ Es bietet Produktions- und Veröffentlichungsflächen für eigene Themen, Interessen und Anliegen und Vernetzung mit anderen – grundsätzlich unabhängig von physischen Orten. Die Möglichkeiten des Selbstaudrucks über Fotos und Videos eröffnet neue Perspektiven für die Arbeit an der persönlichen, aber auch der sozialen wie politischen Identität – sprich der Gruppe(n) und Räume, denen man sich zugehörig fühlt.

Dies alles geschieht gleichzeitig nicht unabhängig von physischen Orten wie der Schule, des Elternhauses oder gemeinsamen Treffpunkten. Sie sind auf vielfältige Weise im Medienhandeln präsent: Zum Beispiel im Posten von Fotos über bestimmte Orte, an denen man sich gemeinsam mit Freundinnen und Freunden aufhält, bei der Kommunikation



mit Familienmitgliedern etc.. Gleichzeitig gestalten die Nutzenden über Online-Strukturen Räume, die die unterschiedlichsten Interessen und Wünsche befriedigen: Unterhaltung und Ablenkung genauso wie Orientierung und Verortung im sozialen Gefüge. Dieses Handeln ist dabei nicht digital oder analog, real oder virtuell. Im aktuellen Kinder- und Jugendbericht ist von „Grenzarbeit“ die Rede, da die digitalen Medien bisher „klare Raum- und Zeitbegrenzungen aufheben“ und somit die Jugendlichen – noch vor den Erwachsenen – vor die Aufgabe stellt, Grenzverschiebungen zu meistern. Die Grenzen verschieben sich „vor allem zwischen Öffentlichkeit und Privatheit und Präsenz und Ko-Präsenz, aber auch zwischen Körper und Technik“. (15. KJB, S. 273). Mithilfe von ‚adden‘, ‚liken‘ und ‚taggen‘ wird Meinung geäußert, aber auch am Selbstbild gearbeitet; Offenheit und der Wunsch nach Abgrenzung, Inklusion und Exklusion sind nur ein Mausklick nebeneinander.

Die mediatisierten Sozialräume sind Lebens- und Lernorte für die Heranwachsenden und damit auch verfestigend, bieten zum anderen aber eben auch die Chance, sich Neues zu erschließen und damit Ungleichheiten zu überwinden. Die emanzipatorische Vision eines freien Netzes, in dem sich jede und jeder frei äußern kann und dies letztendlich zu demokratischeren Strukturen für den Aufbau einer informierten und gleichberechtigten Gesellschaft führt, wurde von der Realität, sowohl auf der Ebene des Mediensystems, wie auch auf der Ebene der Subjekte überrollt. Das World Wide Web wird dominiert von einigen wenigen kommerziellen Großunternehmen, die über die internationale gültige Währung der Daten ihrer Nutzenden ihre Macht festigen und ausbauen. Auf der Ebene der Subjekte scheint aber auch die Habermas'sche Idee des rasonierenden, vernunftbegabten Publikums nur für einen Teil der Internetnutzenden zu gelten, die nach wie vor Argumente austauschen, Informationen recherchieren und einer kritischen Analyse unterziehen, bevor sie sie veröffentlichen. Dies machen sie in einer Sprache, die das (digitale) Gegenüber mit Respekt behandelt. In anderen



CCO geralt\_pikabay

*In mediatisierten Sozialräumen sind Inklusion und Exklusion nur ein Mausklick voneinander entfernt*

Teilen der Nutzerschaft dominieren Verschwörungstheorien, Hetze und Menschenverachtung. In der scheinbaren Anonymität des Netzes können dann auch zivilisatorische Errungenschaften, die auf grundlegenden Menschenrechten basieren, verloren gehen. Onlinestrukturen konstituieren also öffentliche Räume mit plötzlicher Wirkmacht von Meinungen, die vormals privat oder am Stammtisch geäußert wurden, weil sie persistent und dauerhaft verfügbar werden.

Gründe gibt es also genügend, um die Perspektive Jugendlicher, der pädagogischen Praxis und sozialwissenschaftlichen Forschung zum Themenkomplex Jugendliche und mediatisierte Sozialräume einzuholen. Ebenso ist die sozialräumliche Perspektive auch für die lebensweltorientierte Jugendarbeit zentral. Vor dem Hintergrund von Mediatisierungsprozessen stellen sich dabei konkrete Herausforderungen: Sie ist erstens gefordert, den Umgang mit digitalen Strukturen systematisch in ihre Abläufe und Planungen zu integrieren. Zweitens muss sie aber auch die digitalen Medien selbst zum Bildungsgegenstand in allen Tätigkeitsfeldern machen. Die Forderung, Medienbildung in alle Bildungsprozesse zu integrieren, wird seit dem 11. *Kinder- und Jugendbericht* (2002) kontinuierlich bis zum 15. *Kinder- und Jugendbericht* (2017) aufgestellt. Alle relevanten Jugend- oder Bildungsorganisationen haben sich damit beschäftigt und entsprechende Papiere dazu erstellt, so zum Beispiel



*Beteiligung in digitalen Sozialräumen wird durch eine gestärkte Selbstverantwortlichkeit Jugendlicher erreicht*

der Deutsche Bundesjugendring 2009, das Bundesjugendkuratorium 2013, die Arbeitsgemeinschaft Jugendhilfe (AGJ) 2015 und die Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung 2016.

Der aktuelle Themenschwerpunkt der *merz | medien + erziehung* beleuchtet ausgewählte Facetten dieses Themenkomplexes und thematisiert, wie sich das Kommunikationsverhalten und die Arbeit an der Identität in der Aufhebung von analoger und digitaler Welt gestaltet. Es wirft unter anderem einen Blick auf Jugendliche, die in ländlichen Räumen aufwachsen und skizziert geschlechtsspezifische Aneignungsweisen in mediatisierten Sozialräumen. Quer über alle Beiträge zieht sich die Frage, in welcher Form Jugendliche in ihrer Souveränität gestärkt werden können, um ihre Sozialräume eigenständig zu gestalten und sich das Internet als öffentlichen Raum der Auseinandersetzung mit sozialen, kulturellen und politischen Themen zu erschließen.

## Zu diesem Heft

Franz Josef Röhl untersucht die Gesellungsformen von Jugendlichen. Er argumentiert, dass für die Bildung von Identität reale und virtuelle Gesellungsformen unumgänglich sind. Gerade virtuelle Räume bieten hier Potenziale für die Vermittlung von Orientierung und können helfen, die ‚Wahlverwandtschaften‘ Partizipation, Vernetzung und

Beziehungskultur miteinander zu verbinden. Die Eingebundenheit in eine soziale Gemeinschaft kann zugleich auch als zeitgemäße Notwendigkeit angesehen werden, um sich in der modernen Informationsgesellschaft behaupten zu können. Gerade wegen der milieubedingten Unterschiede der Gesellungsformen bieten die virtuellen Räume Potenziale der Vermittlung von sozialer Orientierung sowie soziokultureller Denk- und Wahrnehmungsweisen. Die virtuellen Lebenswelten können zudem helfen, (wechselnde) Wahlverwandtschaften zu bilden, um Potenziale zur Entfaltung zu bringen. Gleichzeitig müssen aber auch die überindividuellen Risiken im Blick behalten werden.

Ulrike Wagner lenkt in ihrem Beitrag „Ermächtigung und/oder Gefährdung? – Anmerkungen zur Aneignung mediatisierter Sozialräume“ den Blick auf eine geschlechtsspezifische Auseinandersetzung mit dem Handeln in mediatisierten Sozialräumen. Sie zeigt, dass die Aneignungsweisen von Mädchen und Jungen in mediatisierten Sozialräumen durchaus vielfältig sind. Gleichzeitig bilden sich aber dominante Diskurse aus: Zum einen der Diskurs der Selbstermächtigung, der aber auf das individuelle Handeln der Einzelnen beschränkt bleibt und benachteiligende Strukturen und ungleiche Machtverhältnisse damit ausblendet. Zum anderen der Diskurs um Gefährdung, welcher Mädchen wie Frauen in besondere Weise als ‚schützenswert‘ thematisiert und ihnen damit ihre Handlungsmacht entzieht.

„Man muss ja nicht mit dem Schwersten anfangen, sondern vielmehr anfangen, sich mehr Sachen zu überlegen“ – das sind die Worte der 15-jährigen Junior-Bloggerin Livia Kerp, die das Online-Magazin [www.liviajosephine.de](http://www.liviajosephine.de) betreibt. Im Interview schildert sie, dass sie mit ihrem Magazin und zuvor geführten Blog *livias-life-is-style* Jugendlichen Politik über ihre Texte näher bringen will. Sie grenzt sich bewusst von YouTuberinnen und YouTubern ab und will beschreiben, was sie als Jugendliche bei bestimmten Themen, wie zum Beispiel, Flüchtlingspolitik fühlt und diese Gedankengänge nachvollziehbar machen. *merz* fragt nach