

Übersicht Grundlagen

Grundlage	Titel
M03-G01	Kernergebnisse aus verschiedenen Studien
M03-G02	Nicola Döring: Mobilität und mobiler Mediengebrauch im Kontext der Entwicklungsbedingungen von Heranwachsenden
M03-G03	Claus J. Tully / Claudia Zerle: Handys und jugendliche Alltagswelt
M03-G04	Till Kreutzer: Post vom Anwalt, was tun? Handlungsoptionen, Rechtslage und Vorgehensweise bei Abmahnungen

Kernergebnisse aus verschiedenen Studien

Imke de Vries, Diakonisches Werk Altholstein, Neumünster

Alle zitierten Studien sowie weitere Untersuchungen finden Sie in der jeweils aktuellen Form unter www.schuldnerberatung-sh.de (Info/Service).

KIM-Studie 2016. Kindheit, Internet, Medien, Basisstudie zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger

Zugehörige Grafiken: www.mpfs.de/studien/kim-studie/2016

Medien: Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, sind sehr gut mit Medien ausgestattet. Zur technischen Grundausstattung zählen: Fernseher (100 %), Handy/ Smartphone (98 %), Internetzugang und Computer/Laptop (je 97 %).

Handy/Smartphone: 53 % der Mädchen und 49 % der Jungen haben ein eigenes Handy/Smartphone. 35 % der Mädchen und 30 % der Jungen haben Smartphones (2012: 7%).

Einen deutlichen Anstieg verzeichnet auch die Nutzung des Smartphones für Apps (41 % WhatsApp, Spiele) und die Nutzung des Internets.

Computer/Laptop: Drei Viertel nutzen den Computer/Laptop, bei den 12-13-Jährigen sind es nahezu alle. Häufigste Tätigkeiten sind Spielen und Arbeiten für die Schule. 20 % haben einen eigenen Computer/Laptop.

Internet: 66 % nutzen das Internet. Davon sind 41 % jeden oder fast jeden Tag online. Mit zunehmendem Alter steigt die generelle Zuwendung zum Internet und auch die Häufigkeit der Nutzung deutlich an. 58 % der 12- bis 13-Jährigen sind täglich online. Zu den Lieblingswebseiten zählen Communities und das Videoportal YouTube.

Soziale Netzwerke: Facebook wird von 30 % einmal pro Woche oder häufiger besucht. 51 % der 12- bis 13-Jährigen sind bei Facebook angemeldet.

Umgang mit Daten: Unter den Facebook-Nutzern verwendet nur knapp die Hälfte (45 %) einen Fantasienamen. 29 % sind mit ihrem realen Vornamen registriert, 26 Prozent verwenden sogar den richtigen Vor- und Nachnamen.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2016. Kindheit, Internet, Medien, Basisstudie zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger, Stuttgart 2017 - www.mpfs.de/studien/kim-studie/2016

JIM-Studie 2016. Jugend, Information, (Multi-) Media, Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger

Zugehörige Grafiken: www.mpfs.de/studien/jim-studie/2016/

Aufgrund der technischen Entwicklung und das Zusammenwachsen der verschiedenen Plattformen werden nicht mehr die Mediengattungen wie Fernsehen, Internet, Smartphone betrachtet. Die separate Handynutzung hat sich überholt, da das Smartphone inzwischen Hauptzugangsweg zum Internet ist. Das Smartphone ist inzwischen Zentrum und Ausgangspunkt für Kommunikation, Information und Unterhaltung.

Medien: In nahezu allen Haushalten sind heutzutage Mobiltelefone, Computer/Laptop, Fernsehgeräte sowie ein Internetzugang vorhanden. 97 % der 12- bis 19-jährigen hat ein eigenes Mobiltelefon (95 % davon ein Smartphone).

Internet: Die Frage ist nicht mehr, ob das Internet genutzt wird, da mit 99 % fast alle Jugendlichen Zugang zum Internet haben, sondern wofür das Internet genutzt wird. Daher sind die Ergebnisse der JIM-Studie 2016 u.a. in folgende Kapitel unterteilt:

1. Radio, Musik, Spotify & Co.: 78 % der Jugendlichen hören täglich oder mehrmals pro Woche Radioprogramme (übers Autoradio 75 %, übers Smartphone 25 %). Jeder Zweite (55 %) hört regelmäßig Musik bei YouTube. 44 % hören Musik über Streaming-Dienste wie z. B. Spotify.

2. YouTube, Netflix & Co.: Fernsehen wird nach wie vor hauptsächlich über das klassische stationäre Fernsehgerät angeschaut. Zwei Drittel der Jugendlichen geben an, dass sie auch schon mal im Internet ferngesehen haben. Serien und Filme werden vor allem auf YouTube geschaut (47 %), dann folgt Netflix (29 %). YouTube spielt allgemein eine große Rolle im Medienalltag der Jugendlichen. 86 % nutzen YouTube mehrmals pro Woche.

3. WhatsApp, Instagram, Snapchat & Co.: 95 % aller Jugendlichen nutzen WhatsApp, 51 % nutzen regelmäßig Instagram. Die Snapchat-Nutzung liegt bei 45 % und Facebook bei 43 %. Aktiv werden WhatsApp und Snapchat genutzt, Instagram und Facebook vor allem passiv.

4. Wikipedia, Google & Co.: Google wird von 87 % der Jugendlichen zur Informationsrecherche verwendet. 57 % schauen sich lieber ein Video bei YouTube zur Informationszwecken an. Über Soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter erhalten 36 % aktuelle Informationen.

5. Digitale Spiele: Neben Smartphone-Spielen wird am Computer (Offline), Konsole, Online und am Tablet gespielt. Zwei Drittel der Jugendlichen spielt regelmäßig (täglich/mehrmals pro Woche).

6. Mobbing: Jeder Dritte Jugendliche kennt jemanden, der im Internet oder per Handy „fertig gemacht“ wurde.

7. Smartphone - Digitaler Stress oder Selbstbestimmung: Die Organisation von Schule und Freizeit ohne Smartphone wird von 68 % der Jugendlichen als nicht mehr möglich betrachtet. Allerdings wird das Smartphone auch als Störfaktor gesehen. 55 % der Jugendlichen gibt z.B. an, dass die vielen Nachrichten, die sie auf dem Smartphone erhalten, manchmal nerven.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2016. Jugend, Information, (Multi-) Media, Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 2016 – <http://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2016/>

FIM-Studie 2011. Familie, Interaktion & Medien. Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien

Zugehörige Grafiken: www.mpfs.de/studien/fim-studie/2011/

Medien: Familien sind sehr gut mit Medien ausgestattet: nahezu alle besitzen einen Fernseher, ein Radio, ein Handy und einen Computer nebst Internetzugang

Internet: 97 % haben einen Internetzugang, drei Viertel der Eltern sind regelmäßige Internetnutzer. Eltern nutzen besonders häufig eBay und Facebook

Medienbiografie: Kinder beginnen mit durchschnittlich 4 Jahren fernzusehen (die Hälfte der Eltern gibt an, dass das älteste Kind spätestens mit 3 Jahren zu den Fernsehnutzern gehört); mit 8 Jahren wird der Computer verwendet, mit 10 Jahren haben die Kinder erstmals ein Handy und nutzen das Internet.

Der **Einstieg der Kinder in die Medienwelt** geschieht zunehmend früher. Insbesondere jüngere Eltern (unter 34 J.) geben das über alle Medien hinweg an. Möglicherweise haben jüngere Eltern hier weniger Vorbehalte, zudem zeigen jüngere Eltern auch selbst ein anderes Medienverhalten als ältere Eltern.

Medienexperten: Klare Rollenverteilung: Väter sind die Spezialisten in technischen Fragen (Computer etc.), Mütter sind für Fernsehinhalte und zum Thema Buch gefragt, für Computerspiele sind die Kinder die Experten

Medienerziehung: 21 % der Eltern schätzen sich sehr kompetent ein, 60% etwas kompetent, 14 % weniger kompetent, 5 % nicht kompetent

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011. Familie, Interaktion & Medien. Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien, Stuttgart 2012 – www.mpfs.de/studien/fim-studie/2011/

Kinder und Jugend 3.0: Repräsentative Umfrage unter 962 Kindern und Jugendlichen im Alter von 6 bis 18 Jahren, 2014

Zugehörige Grafiken:

www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Smartphone-und-Internet-gehoren-fuer-Kinder-zum-Alltag.html

Online-Nutzung: Die Internetnutzung beginnt früh. Mit 10 Jahren sind fast alle Kinder online. Jüngere spielen vor allem im Internet, ältere informieren sich und kommunizieren.

Zugang zum Internet: Mit zunehmendem Alter wird der mobile Zugang zum Internet am wichtigsten. Jugendliche zwischen 16- 18 Jahren gehen mit 89 % übers Smartphone und mit 69 % übers Notebook online.

Smartphones: Ein Fünftel der 6- bis 7-Jährigen nutzen bereits ein Smartphone, bei den 12- bis 13-Jährigen sind es bereits 85 %. Die 12- bis 13-Jährigen haben bereits (fast) alle ein eigenes Smartphone.

Soziale Netzwerke: Mit zunehmendem Alter gewinnt die Nutzung an Bedeutung. Bei den 12- bis 13-Jährigen sind 42 % angemeldet, bei den 14- bis 15-Jährigen fast zwei Drittel (65 %).

Umgang mit Daten: 71 % der 12- bis 13-Jährigen achten darauf, welche Informationen sie über sich selbst ins Internet stellen. Sie beobachten, was generell über sie im Netz steht. Von den 10- bis 11-Jährigen teilen 30 % Inhalte wie Fotos, Videos oder Texte, bei den 16- bis 18-Jährigen sind es bereits 72 %.

Rolle der Eltern: Drei Viertel der Jugendlichen ab 12 Jahren werden von den Eltern gebeten, nicht zu viel Privates im Internet zu posten.

Allerdings geben nur 39 % der 12- bis 13-Jährigen an, dass ihre Eltern mit ihnen regelmäßig über ihre Erfahrungen im Internet sprechen.

Wie Eltern helfen können: Auf der Seite der BITKOM finden sich hilfreiche Tipps für Eltern, die ihre Kinder bei den ersten Schritten im Netz unterstützen wollen.

Quelle: Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM): Kinder und Jugend 3.0, Berlin 2014 –

www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Smartphone-und-Internet-gehoren-fuer-Kinder-zum-Alltag.html

Mobilität und mobiler Mediengebrauch im Kontext der Entwicklungsbedingungen von Heranwachsenden, 2014

Nicola Döring

Smartphones sind ein ständiger Begleiter vieler Heranwachsender. Als neues Kommunikationsgerät, Musik-Player, Kamera oder Organisationshilfe sind die mobilen Geräte vielfältig im Alltag einsetzbar. Nicola Döring beschreibt in diesem Artikel, welche Bedeutung die neue Technologie für jugendliche Lebenswelten hat. Dabei bespricht sie auch Entwicklungen wie Selfies, Sexting und Fitness-Videos und erklärt, wie Jugendliche mit diesen Phänomenen in ihrer sozialen Umwelt umgehen.

Fazit des Beitrags:

Das Smartphone als multifunktionaler Alltagsbegleiter der Jugendlichen erfüllt viele Funktionen, die im Zusammenhang mit jugendlichen Entwicklungsaufgaben angeeignet werden. Wie im vorliegenden Beitrag gezeigt wurde, spielen die mit Smartphones an privaten und öffentlichen Orten selbst erstellten Fotos und der Umgang mit ihnen eine wichtige Rolle im medialen Alltag von Mädchen und Jungen. Sie dienen der Identitätsarbeit, der Beziehungspflege, der Erprobung und Aushandlung von Körper- und Geschlechterbildern, dem Ausdruck sexueller Intimität, der Erkundung von Eigenschaften neuer Mediendienste. Diese Prozesse sind komplex und weder durchgängig positiv noch grundlegend negativ, sondern in der Regel ambivalent. Sie gehen mit Risiken, aber auch mit Chancen einher, zeigen Tendenzen der Verfestigung tradierter Normen und Machtverhältnisse ebenso wie Möglichkeiten des Widerstandes und der kreativen Veränderung.

Eine lebensweltlich ausgerichtete Medienpädagogik sollte sich diesen Nuancierungen und offenen Fragen stellen. Dabei kann es hilfreich sein, den Blick auch einmal von den Jugendlichen abzuwenden und zu hinterfragen, wie Erwachsene neue Medien nutzen und wie sie mit den damit verbundenen Chancen und Risiken umgehen. Auch eine größere Gender-Sensibilität wäre wünschenswert. Dass in der Sexting-Debatte die Schuldzuweisung an weibliche Mobbing-Opfer so beliebt ist, dass übergriffiges Verhalten von Jungen als üblich und verbreitet, einvernehmlicher sexueller Ausdruck von Mädchen dagegen als selbstgefährdendes Fehlverhalten dargestellt wird – all dies zeigt, dass Medienphänomene wie Sexting nicht nur die Medienpädagogik, sondern auch die Geschlechter- und Sexualpädagogik sowie die Ethik betreffen.

Nicht zuletzt ist zu beachten, dass der sichere Umgang mit digitalen Fotos (wie mit digitalen Daten allgemein) eines der zentralen Probleme unserer heutigen Gesellschaft darstellt. Durch die Verbreitung von Datenbrillen mit integrierter Kamera wird sich die Problematik in Bälde noch weiter verschärfen. Dass wir uns auf einen ethischen Umgang

mit privatem Bildmaterial verständigen und die dazu notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten medienpädagogisch fördern, ist und bleibt von großer Wichtigkeit.

Pädagogische Bemühungen können indessen ausstehende medienpolitische und medienrechtliche Regelungen zum digitalen Datenschutz der Bürgerinnen und Bürger nicht ersetzen.

Quelle:

www.lmz-

[bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/doering_mobiltaet/doering_mobiltaet.pdf](http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/doering_mobiltaet/doering_mobiltaet.pdf)

Handys und jugendliche Alltagswelt, 2005

Claus J. Tully / Claudia Zerle

Der Aufsatz der beiden Jugendforscher nähert sich dem Thema Handy und Jugend soziologisch. Auch wenn er bereits einige Jahre alt ist, beschreibt er immer noch gültige Grundphänomene. Die zitierten Zahlen können anhand der Auswertungen neuer Studien (M03-G01) aktualisiert werden.

Jugendliche wachsen in einer mobilen Gesellschaft auf. Fast jeder Jugendliche verfügt mittlerweile über ein Handy bzw. ein Smartphone. Als Kommunikations- und Medienzentrale strukturiert es den mobilen Alltag und dient als Werkzeug zur Gestaltung und Organisation der Peergroup. Gleichzeitig trägt es durch individualisierte Nutzung zur Identitätsfindung bei.

Für beide Dimensionen möchte der Beitrag sensibilisieren und den Stand der sozialwissenschaftlichen Sichtweise referieren.

Aspekte des Aufsatzes:

- Handys spiegeln das Leben in einer mobilen Gesellschaft
- Nutzung des Handys als jugendkulturell besetztes Stilmittel
- Handy als bedeutsames Objekt in der jugendlichen Sozialisationsphase
- Handys fördern die Beschleunigung („Event- und Location-hopping“)
- Handys sind emotional besetzt
- Handys sind Ausdruck des Geschmacks seines Nutzers und somit der eigenen Identität. Sie lassen sich individuell einrichten und sind somit ein besonderer Repräsentant der soziologischen Individualisierungsthese.
- Das Handy ermöglicht die Einbettung in soziale Netze, kann gar zum notwendigen Instrument zur Vermeidung des eigenen sozialen Ausschlusses werden
- Das Handy ist Teil der notwendigen Infrastruktur für die Alltagsorganisation jugendlicher Lebenswelten geworden und zwar in allen sozialen Schichten
- Erreichbarkeit über das Handy wird nicht nur ermöglicht, sondern auch erwartet (z. B. die Erwartung einer schnellen Antwort bei SMS oder Mail): permanente Zugriffsmöglichkeit auf die Jugendlichen
- Das Handy kostet Geld und konkurriert damit mit anderen Bedürfnissen der Jugendlichen wie Mobilität oder Freizeitaktivitäten
- Das Handy als Kommunikationszentrum gestaltet soziale Verhältnisse

Quelle:

www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/tully_zerle_handys/tully_zerle_handys.pdf

Post vom Anwalt, was tun? Handlungsoptionen, Rechtslage und Vorgehensweise bei Abmahnungen, 2017

Till Kreuzer

Viele Website-Anbieter und Privatpersonen erhalten Abmahnungen, weil sie selbst oder Angehörige ihres Haushalts gegen Urheberrechte verstoßen haben sollen. Die Forderungen in den Abmahnungen sind häufig drastisch, die Fristen kurz. Wie sollte man sich in einem solchen Fall verhalten?

Dr. Till Kreuzer, Rechtsanwalt und Herausgeber von <https://irights.info>, stellt in seinem Artikel alles Wichtige zum Thema Abmahnungen zusammen.

Der Beitrag ist wie folgt aufgebaut:

- Was ist eine Abmahnung?
- Wofür kann man sich eine Abmahnung einhandeln?
- Welche Handlungen führen am häufigsten zu Abmahnungen?
- Kann man sich vor Abmahnungen schützen?
- Filesharing: Wann haften Eltern?
- Wann haften Kinder?
- Haftung in anderen Fällen
- Wie sieht eine Abmahnung aus?
- Kann man Abzocke und Betrug erkennen?
- Wie reagiert man auf eine Abmahnung?
- Welche Kosten können bei einer Abmahnung entstehen?
- Sonderregelung für Bagatell-Urheberrechtsverletzungen
- Achtung Fristen!
- In aussichtsloser Situation verhandeln
- Mehr Informationen

Quelle: www.klicksafe.de/themen/rechtsfragen-im-netz/irights/abmahnungen;

Als Print:

Klicksafe/iRights.info (Hg.): Spielregeln im Internet 1 - Durchblicken im Rechte-Dschungel, 2017, S. 57 ff.

www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/spielregeln-im-internet-1-durchblicken-im-rechte-dschungel/