

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	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 jeweils aktuell unter www.schuldnerberatung-sh.de/infoservice/studien.html.

KIM-Studie 2020. Kindheit, Internet, Medien, Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger

Zugehörige Grafiken: www.mpfs.de/de/studien/kim-studie/2020/

Für die vorliegende Studie wurden 1.216 Kinder sowie deren Haupterzieher*innen befragt.

Medienausstattung: Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, sind sehr gut mit Medien ausgestattet (Fernsehgerät, Internet, Handy/Smartphone, PC/Laptop). Weniger als die Hälfte nutzen einen Streamingdienst wie Netflix oder Disney.

50% der 6- bis 13-Jährigen haben ein eigenes Handy/Smartphone, 41% eine Spielekonsole und 34% einen eigenen Fernseher im Kinderzimmer. Im Vergleich zu 2018 sind vor allem bei Computern/Laptops (+18%), Streamingdiensten (+22%) sowie Fernsehgeräten mit Internetzugang (+17%) starke Anstiege zu beobachten.

Medienbeschäftigung: Bei den mediengebundenen Freizeitaktivitäten liegen die Nutzung des Mobiltelefons (75%), digitale Spiele (60%) sowie die Internetnutzung weit vorne.

TV, Netflix, YouTube & Co: Die häufigste Freizeitbeschäftigung ist das Fernsehen mit 70% täglich. 50% der Kinder schauen sich dabei Wissensformate an. YouTube-Videos werden von 41% der Kinder gerne geschaut. Im Altersverlauf zeigt sich hierbei ein starker Anstieg (6-7 Jahre: 13%, 12-13 Jahre: 68 %). Die Nutzung von Streamingdiensten wie z.B. Netflix ist mit durchschnittlich 24 Minuten täglich deutlich angestiegen.

75% der Eltern geben an, dass sie Regeln für die Fernsehnutzungszeit und die erlaubten Inhalte festgelegt haben. Für die Internetnutzung geben dies etwa 50% der Eltern an.

Internet: 71% der 6- bis 13-jährigen Kinder nutzen bereits das Internet. Mit dem Alter der Kinder nimmt der Anteil an Internetnutzer*innen zu. Bei den 6- bis 7-Jährigen sind es ca. 30%, bei den 12- bis 13-Jährigen mit 97% fast alle. YouTube ist am beliebtesten. Die Internetnutzungszeit ist im Jahr 2020 trotz der besonderen Situation bei den 6- bis 13-jährigen Kindern nicht angestiegen.

Nur 31% der Eltern geben an, dass sie ihre Kinder durch Nutzung von technischen Möglichkeiten wie z.B. Jugendschutzsoftware/-filter/-programme/-apps vor ungeeigneten Inhalten schützen.

WhatsApp, TikTok, Snapchat & Co: 53% der Internetnutzer*innen verwendet WhatsApp täglich. TikTok wird von 42% der interneterfahrenen Kinder genutzt, Snapchat von 31%, Instagram von 30%.

Digitale Spiele: 60% der Kinder spielen diese regelmäßig, am Häufigsten über Smartphone und Konsole. Jungen spielen mit 32% häufiger täglich als Mädchen mit 16%. Im Altersverlauf nimmt die Nutzung digitaler Spiele deutlich zu.

Medien in der Schule: Im Regelunterricht werden digitale Medien vor allem zum Schreiben von Texten eingesetzt. Zwei Fünftel recherchieren im Internet und jede/r Dritte nutzt wöchentlich Lernprogramme. Gut jeder Vierte lernt die Nutzung von Anwendungsprogrammen wie Word oder Excel. Das Lernen mit Spielen oder Quizen und das Erstellen von Präsentationen findet noch deutlich seltener statt.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2020. Kindheit, Internet, Medien, Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger, Stuttgart 2021 - www.mpfs.de/de/studien/kim-studie/2020/

JIM-Studie 2020. Jugend, Information, Medien, Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger

Zugehörige Grafiken: www.mpfs.de/de/studien/jim-studie/2020/

Das Smartphone ist inzwischen Zentrum und Ausgangspunkt für Kommunikation, Information und Unterhaltung. Die Ergebnisse der telefonischen Interviews (70%) und der Online-Befragungen (30%) der 1.200 Jugendlichen stehen außerdem ganz im Zeichen von Corona. Dies zeigt sich an vielen Stellen durch eine Steigerung im Medienumgang der Jugendlichen.

Medienausstattung: In nahezu allen Haushalten sind heutzutage Smartphones, Computer/Laptops, Fernsehgeräte sowie ein W-LAN-Anschluss vorhanden. Eigene Smartphones besitzen 94% der Jugendlichen. Ein deutlicher Schub in der Ausstattung mit Mediengeräten ist beim eigenen PC von 65% auf 72% zu verzeichnen, bei Tablets von 25% auf 38% und jeder 3. Jugendliche hat mittlerweile einen Fernseher mit Internetzugang und MP3-Player/iPods.

Medienbeschäftigung: 89 % der Jugendlichen sind täglich online mit einer Dauer von durchschnittlich 258 Minuten (2019 nur 205 Minuten). Mädchen nutzen den Bereich der Kommunikation mit 33%, Jungen nur mit 23%. Die Jungen führen bei den Online-Spielen mit 34% (Mädchen 19%). Etwa ein Zehntel der Onlinezeit wird für die Informationssuche verwandt.

Die liebsten Online-Angebote sind YouTube (57%), Instagram (35%) und WhatsApp (31%). Netflix folgt mit 16%, Google mit 14%.

Radio, Musik, Spotify & Co.: Spotify wird von 42% der Jugendlichen täglich genutzt, von 13% mehrmals die Woche. Musikhören übers Radio oder YouTube hat eine vergleichbare Bedeutung.

Netflix, YouTube & Co.: Etwa 45% der Jugendlichen nutzen regelmäßig Fernsehinhalte zum Zeitpunkt der Ausstrahlung. Bei der Online-Nutzung von Sendungen, Serien und Filmen stehen YouTube und Netflix an erster Stelle mit 87% (2019 nur 74%). Die beliebtesten YouTube-Genres sind folgende: Musikvideos (51%), lustige Clips (43%), Let's-Play-Videos (30%) und YouTuber, die von ihrem Alltag erzählen (29%).

WhatsApp, Instagram, Snapchat & Co.: 94% aller Jugendlichen nutzen regelmäßig WhatsApp, 72% nutzen regelmäßig Instagram. Neben Snapchat, Pinterest und Twitter zählt zu den größten Gewinnern die Plattform TikTok. Bei den Jugendlichen hat sich der Anteil der regelmäßigen Nutzer*innen um 19% erhöht.

Wikipedia, Google & Co.: Google wird von 88% der Jugendlichen zur Informationsrecherche verwendet. 66% schauen sich lieber ein Video bei YouTube zur Informationszwecken an. Über Soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter erhalten 25% aktuelle Informationen. Aufgrund der Corona-Pandemie werden Informationsquellen deutlich häufiger aufgerufen als in den Vorjahren.

Digitale Spiele: 68% der Jugendlichen spielen regelmäßig mehrmals pro Woche. Jungen um einiges mehr als Mädchen. Am häufigsten wird mit 49% über das Smartphone gespielt, 28% nutzen Konsolenspiele und 26% spielen über den PC. An Werktagen liegt die durchschnittliche Spielzeit bei 121 Minuten, an Wochenenden bei 145 Minuten.

Mobbing: 29% der Jugendlichen gibt an, dass über die eigene Person schon falsche oder beleidigende Dinge verbreitet wurden.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2020. Jugend, Information, Medien, Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 2020 – www.mpfs.de/de/studien/jim-studie/2020/

FIM-Studie 2016. Familie, Interaktion, Medien. Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien

Zugehörige Grafiken: www.mpfs.de/de/studien/fim-studie/2021/

In den 284 deutschsprachigen ausgewählten Familien wurden alle Familienmitglieder ab drei Jahren in die Befragung einbezogen.

Medienausstattung: Familien sind sehr gut mit Medien ausgestattet: nahezu alle besitzen einen Fernseher, ein Radio, ein Smartphone/Handy und einen PC/Laptop.

Mediennutzung: 58% der Eltern sehen regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, gemeinsam mit ihren Kindern fern. 40% der Eltern hören gemeinsam mit ihren Kindern Musik (egal über welchen Verbreitungsweg) und ein Viertel der Eltern liest gemeinsam mit den Kindern Bücher und Comics oder nutzt Social-Media-Angebote. Ferngesehen wird von fast allen mehrmals pro Woche in Echtzeit, von jedem Zehnten über die Mediathek oder über Videoportale. Streaming-Dienste werden nur von 7% der Eltern regelmäßig genutzt. Die 12- bis 19-Jährigen nutzen neben dem linearen Fernsehen häufiger als ihre Eltern auch YouTube oder myvideo.

Kommunikation: Bei Gesprächsthemen aus dem Medienbereich liegt das Fernsehen/Fernsehinhalte an erster Stelle, gefolgt von Tageszeitungsinhalten und an dritter Stelle von Internetinhalten. Social-Media-Angebote wie z.B. Facebook, WhatsApp, Instagram oder Snapchat nehmen auch einen nicht unbedeutenden Teil ein. Neben den Inhalten werden auch regelmäßig in jeder dritten Familie Gespräche über die Nutzungsdauer und die Nutzungszeiten geführt.

Der wichtigste Kommunikationsweg ist mit 88% nach wie vor das persönliche Gespräch. Bei der Kommunikation zwischen älteren Kindern und Eltern sind es im Vergleich zu 2011 mit 34% mittlerweile 62% der Eltern, die angeben, sich mit ihren Kindern zumindest gelegentlich per Textnachricht auszutauschen.

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: Jedes dritte Elternteil schätzt sich als sehr kompetent ein (Männer 40%, Frauen 23%). Gut die Hälfte der Eltern steht der Medienentwicklung ambivalent gegenüber, sieht sowohl positive als auch negative Folgen für das Familienleben.

Schutz der Kinder: Die Eltern sind mehrheitlich der Ansicht (78%), dass sie selbst für den Schutz ihrer Kinder vor negativen Medieneinflüssen die Hauptverantwortung tragen.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2016. Familie, Interaktion, Medien. Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien, Stuttgart 2017 – www.mpfs.de/de/studien/fim-studie/2021/

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

Nicola Döring

Smartphones sind ein ständiger Begleiter vieler Heranwachsender. Als 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.nicola-doering.de/wp-content/uploads/2020/08/Doring2014_Mobilitat_und_mobiler_Mediengebrauch.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/materialien/spielregeln-im-internet-1-durchblicken-im-rechte-dschungel/#s|Spielregeln%20im%20Internet