



BACHELORARBEIT

Frau
Siri Thoma

**Probleme und Risiken von
sozialen Netzwerken**

2017

BACHELORARBEIT

Probleme und Risiken von sozialen Netzwerken

Autorin:
Frau Siri Thoma

Studiengang:
Medienmanagement

Seminargruppe:
MM14wS1-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. phil. Christoph Meyer

Zweitprüfer:
Dipl.-Soz.päd. (FH) Petra Neubauer

Einreichung:
München, 18.12.2017

BACHELOR THESIS

Problems and risks of social networks

author:

Ms. Siri Thoma

course of studies:

Mediamanagement

seminar group:

MM14wS1-B

first examiner:

Prof. Dr. phil. Christoph Meyer

second examiner:

Dipl.-Soz.päd. (FH) Petra Neubauer

submission:

München, 18.12.2017

Bibliografische Angaben

Thoma, Siri

Probleme und Risiken von sozialen Netzwerken

Problems and risks of social networks

45 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

Die vorliegende Bachelorarbeit befasst sich mit Problemen und Risiken, welche die Nutzung von sozialen Netzwerken mit sich bringt. Ziel ist es, zu untersuchen, welche Gefahren diese Nutzung für Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 10 und 20 Jahren birgt. Zu Beginn wird die Medienkompetenz als Basis der Arbeit untersucht, so wie die Teilbereiche der Sozialkompetenz und Medienerziehung genauer erläutert. Im weiteren Verlauf werden stellvertretend zwei soziale Netzwerke im Internet benannt und sowohl Probleme als auch Risiken für Kinder und Jugendliche thematisiert. Der zweite Teil der Arbeit befasst sich mit der Durchführung und Auswertung einer quantitativen Befragung über das bewusste Nutzungsverhältnis, sowie über die Bekanntheit von Gefahren und Risiken im Social Web. Dazu wurden Schüler in Realschulen, Mittelschulen und weiterbildenden Schulen im Bundesland Bayern befragt.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VII
1 Einleitung.....	1
1.1 Hinführung an die Thematik	1
1.2 Zielsetzung.....	2
1.3 Aufbau der Arbeit	3
2 Medienkompetenz als theoretische Grundlage.....	4
2.1 Definition Medienkompetenz	5
2.2 Sozialkompetenz als Teil der Medienkompetenz.....	7
2.3 Medienerziehung als Teil der Medienkompetenz	9
2.3.1 Medienerziehung in der Familie	9
2.3.2 Medienerziehung in der Schule	10
2.3.3 Medienerziehung im außerschulischen Bereich	11
3 Soziale Netzwerke im Internet	13
3.1 Begriffserklärung Social Media.....	13
3.2 Abgrenzung Begriff soziale Netzwerke.....	15
3.3 Grundlagen der sozialen Netzwerke im Internet.....	15
3.4 Definition behandelter Netzwerke.....	17
3.4.1 Facebook	18
3.4.2 Instagram.....	19
3.5 Attraktivität von sozialen Netzwerken	21
4 Risiken für Kinder und Jugendliche	23
4.1 Rechtliche Gefahren	23
4.1.1 Persönlichkeitsrechte	23
4.1.2 Datenschutz	25
4.2 Psychologische Gefahren	26
4.2.1 Extreme Abhängigkeit	26
4.2.2 Mobbing	28
4.2.3 Realitätsverzerrung	29
5 Analyse	32
5.1 Methodenwahl.....	32

5.2	Fragebogaufbau und Hypothesen	33
5.3	Vorbereitung und Durchführung	34
5.4	Ergebnisse und Auswertung der Befragung	34
6	Schlussbetrachtung.....	43
6.1	Zusammenfassung.....	43
6.2	Ausblick	44
	Literaturverzeichnis	XI
	Anlagen.....	XIV
	Eigenständigkeitserklärung	XX

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Social Media Prisma	14
Abbildung 2: beliebteste Soziale Netzwerke von Kindern und Jugendlichen	17
Abbildung 3: Profileinstellungen bei Instagram	20
Abbildung 4: scheinbar perfekte Welt auf Instagram.....	29
Abbildung 5: Fitnessbloggerin Louisa Dellert sorgt für mehr Realität auf Instagram	31
Abbildung 6: die Realität auf Instagram darstellen.....	31
Abbildung 7: Altersverteilung der an der Umfrage teilgenommenen Personen	35
Abbildung 8: Anzahl der Befragten, die soziale Netzwerke nutzen	35
Abbildung 9: von den Teilnehmern genutzte soziale Netzwerke	36
Abbildung 10: verbrachte Zein in sozialen Netzwerken	37
Abbildung 11: Entscheidung über verbrachte Zeit in sozialen Netzwerken,	37
Abbildung 12: Aktivitäten in sozialen Netzwerken.....	38
Abbildung 13: Angaben zu eigen gemachte Erfahrungen mit Problemen	39
Abbildung 14: Wichtigkeit der Thematik für die Befragten.....	39
Abbildung 15: Wichtigkeit der Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken.....	40
Abbildung 16: Anteil der Jugendlichen die Datenschutzeinstellungen verwenden	41
Abbildung 17: Zukunftsprognose Nutzung sozialer Netzwerke	44

1 Einleitung

Jugendliche wachsen in einer Welt auf, in der das Internet eine Selbstverständlichkeit ist. Durch die Entwicklung von Web 2.0 und die daraus resultierende Produktion von Smartphones entsteht eine zunehmende Vernetzung in allen Lebensbereichen. Die Statistik zeigt, dass im Jahr 2017 bereits 81% der Bevölkerung ein Smartphone besitzen. Laut Kim Studie gehören dazu 51% der 6 bis 13-Jährigen. Somit sind Kinder und Jugendliche immer früher und wie Studien belegen immer länger im mobilen Netz unterwegs. Durch die Einführung der Smartphones ist der mobile Zugang in die virtuelle Welt einfacher und für jeden möglich geworden. Damit haben die Heranwachsenden orts- und zeitabhängig Zugang ins World Wide Web.

In den letzten Jahren prägten die digitale Entwicklung Begriffe wie „Generation Smartphone“ oder „Digital Natives“. Darunter versteht man bestimmte Zielgruppen von jungen Erwachsenen, die mit dem Internet aufgewachsen sind und für die die Nutzung von sozialen Netzwerken als selbstverständlich angesehen wird. Eingeteilt werden die in den Jahren 1980 bis 2000 Geborenen als „Generation Y“ und die darauf folgenden Jahrgänge bis 2010 als „Generation Z“. Die erstgenannte Generation begeistert sich für die ständige Weiterentwicklung der Digitalisierung und kennt die Kommunikation per Telefon, E-Mails und Chats. Die Generation Z hingegen sieht die vorliegenden Technologien bereits als selbstverständlich an und kann sich ein Leben ohne Internet und Smartphone schon gar nicht mehr vorstellen. Sie präferieren Onlinekommunikation und schreiben somit lieber Textnachrichten als zu telefonieren. Diese werden zusätzlich mit Anglizismen, Abkürzungen, Smileys und Emojis ergänzt..

1.1 Hinführung an die Thematik

Egal ob in den öffentlichen Verkehrsmitteln, in Cafés, an der Bushaltestelle oder in den Schulen, überall sieht man Kinder und Jugendliche den Kopf nach vorn geneigt in ihr Smartphone starren. Soziale Netzwerke gelten als integraler Bestandteil des täglichen Kommunikationsverhaltens von Kindern und Jugendlichen. Die Nutzung sozialer Netzwerke mit Hilfe von Smartphones liegt laut Statistik bereits bei 58% der Befragten.

In den beiden genannten Generationen ist eine unterschiedliche Nutzung sozialer Medien, durch die jeweilige Altersgruppe erkennbar. Nachdem die Generation Y in der Zeit der Entwicklung von Facebook meist im Kindes- oder Jugendalter war, werden hier die

Kanäle Facebook und YouTube präferiert. Im Gegensatz dazu nutzt die Generation Z häufiger visuelle Apps wie Snapchat und Instagram.

1.2 Zielsetzung

Die Thematik der sozialen Netzwerke ist heutzutage aus dem Alltag nicht mehr weg zu denken. Smartphones bieten Kindern und Jugendlichen die perfekte Möglichkeit zur sozialen Interaktion. Egal wo sie sich befinden und egal zu welcher Zeit, die Plattformen bieten den Heranwachsenden die Gelegenheit mit Freunden zu kommunizieren. Durch diese neue Form der Kontaktpflege, ergibt sich ein unkompliziertes Miteinander im digitalen Raum und die Face to Face Kommunikation tritt in den Hintergrund. Doch welche Gefahren umfasst die Nutzung von sozialen Netzwerken für Kindern und Jugendlichen? Und sind sich die Heranwachsenden dieser Problematik bewusst?

Die Ziele der vorliegenden Arbeit sind:

- Die Medienkompetenz als theoretische Grundlage der Thematik vorzustellen und die Relevanz von Teilbereichen, wie der sozialen Kompetenz und der Medienerziehung hervorzuheben.
- Soziale Medien zu definieren und vom Begriff der sozialen Netzwerke abzugrenzen.
- Den Reiz der sozialen Netzwerke auf Kinder und Jugendliche ausüben zu erklären.
- Risiken und Gefahren von sozialen Netzwerken aufzuzeigen.
- Durch die Vorstellung der Ergebnisse einer Befragung, das Nutzungsverhalten und die Bekanntheit der Thematik zu analysieren.

1.3 Aufbau der Arbeit

Um der in Kapitel 1.2 genannten Forschungsfrage nachzugehen, hat sich die Autorin der Bachelorarbeit folgende Gliederung überlegt:

Das zweite Kapitel „Medienkompetenz als theoretische Grundlage“ behandelt die pädagogischen Schwerpunkte, die als Basis der Thematik gelten. Was bedeutet Medienkompetenz, und wie wichtig ist die soziale Kompetenz als Teil der Medienkompetenz in den sozialen Netzwerken? Außerdem spielt Medienerziehung in den verschiedenen Lebensbereichen der Heranwachsenden als Teil der Medienkompetenz eine große Rolle.

Das dritte Kapitel „Soziale Netzwerke im Internet“ befasst sich mit allen wichtigen und relevanten Begrifflichkeiten. Was sind soziale Medien und wie grenzen sie sich von sozialen Netzwerken ab? Wie funktionieren soziale Netzwerke überhaupt? Zur Verdeutlichung der Thematik werden anschließend die sozialen Plattformen Facebook und Instagram thematisiert, so wie die Attraktivität die soziale Netzwerke auf Heranwachsende ausüben, aufgezeigt.

Das darauffolgende Kapitel befasst sich mit der Kernthematik, der Probleme und Risiken für Kinder und Jugendlichen. Hierzu werden rechtliche und psychologische Gefahren genauer beschrieben, und verschiedene Beispiele dafür analysiert.

Der empirische Teil der wissenschaftlichen Arbeit enthält einen Fragebogen, welcher das Wissen über die Thematik bei Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 20 Jahren an bayrischen Schulen abfragt. Dieser wird in Kapitel fünf vorgestellt und ausgewertet. Der vollständige Fragebogen befindet sich im Anhang der Arbeit.

2 Medienkompetenz als theoretische Grundlage

Unaufhaltsam halten die sozialen Medien und die digitale Technik seit einigen Jahren Einzug, speziell in den Alltag von Kindern und Jugendlichen, und nehmen einen beträchtlichen Teil, sowohl ihrer Zeit, als auch ihrer Aufmerksamkeit in Anspruch. Den richtigen Umgang mit diesen Medien zu erlernen ist daher ein essentielles Thema im Leben der Heranwachsenden. Dazu gehört aber nicht nur eine vernünftige Integration im Alltag, sondern auch die Aneignung notwendiger Kompetenzen. Ein sinnvoller Einsatz von digitalen Medien, vor allem in den jungen Jahren, kann nicht einfach vorausgesetzt werden. Den sukzessiven Umgang mit den Medien erhalten die Heranwachsenden erst durch Anregungen aus dem sozialen und erzieherischen Umfeld, welcher als Anstoß für die Weiterentwicklung Ihrer Fähigkeiten gilt. Heranwachsende entwickeln im Laufe ihres Aufwachsens kognitive und sozialmoralische Fähigkeiten die ihnen ermöglichen, Medien inklusive ihrer Inhalte und Strukturen wahrzunehmen, zu bewerten und einzuschätzen (Vgl. Schmidt, Taddicken 2017, S.255). Durch die immer weiter zunehmenden Möglichkeiten in diesen Medien zu kommunizieren, sich darzustellen und zu interagieren, steigen auch die Ansprüche an die Fähigkeiten mit den Medien pflichtbewusst umzugehen und eine gewisse Medienkompetenz zu entwickeln. Zentrale Anforderungen zur Orientierung in mediatisierten gesellschaftlichen Strukturen, sind nicht nur in Bezug auf die eigene Person zu betrachten, sondern auch auf die Klassifizierung im sozialen Raum.

Bei sozialen Medien zeigt sich die ansteigende Durchdringung des Alltags besonders deutlich. Hier ist von Kindern und Jugendlichen ein kompetenter Umgang mit diesen Kommunikations- und Interaktionsstrukturen gefordert.

Der Begriff der Medienkompetenz gilt als zentrale Kategorie des medienpädagogischen Handelns und bildet somit die Basis in Bezug auf die gesamte Medienwelt, der auch die sozialen Netzwerke angehören. Das Erlernen einer gewissen Medienkompetenz ist für Kinder und Jugendliche ausschlaggebend um den Umgang und die Nutzung von sozialen Netzwerken selbstständig und uneingeschränkt zu verstehen, und zusätzlich das Gefährdungspotenzial einschätzen zu können.

Das folgende Kapitel beantwortet Fragen wie diese: Was versteht man unter dem Begriff der Medienkompetenz? Welche Fähigkeiten sind notwendig um „gut“ mit den sozialen

Medien umgehen zu können? Wie wichtig ist die soziale Kompetenz als Teil der Medienkompetenz bei der Nutzung von sozialen Netzwerken? Und wer ist für die Medienerziehung als Teil der Medienkompetenz in der heutigen Zeit zuständig?

2.1 Definition Medienkompetenz

Medienkompetenz – ein Begriff für den es in der heutigen Zeit zahlreiche Definitionsversuche gibt, die sich um eine stetig wachsende Spezialisierung und Aktualisierung des Begriffes bemühen. In den 1970er Jahren wurde der Begriff erstmals durch den Erziehungswissenschaftler Dieter Baacke eingeführt und abgegrenzt. Medienkompetenz bezeichnet nach seiner Definition die Fähigkeit, in der Welt aktiv aneignender Weise auch alle Arten von Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire von Menschen einzusetzen. Das Ziel der Medienkompetenz ist es, an kommunikativen Prozessen in den Medien teilzunehmen und diese zu hinterfragen. Medienkompetenz gilt als Teilbereich der allgemeinen kommunikativen Kompetenz und bringt folgendes zum Ausdruck: Alle Arten von Medien sollen von der Gesellschaft aktiv genutzt werden, um sich eine gewisse Orientierung in der Medienwelt aufbauen zu können. Dennoch soll von jedem Individuum immer eine kritische Distanz zu den Medien beibehalten werden. Es ist essentiell die Medienkompetenz zu erlernen um die Medien bewerten und bewusst annehmen oder auch ablehnen zu können.

Medienkompetenz stellt jedoch keinen statischen Zustand dar, sondern ist eine angesichts der gesellschaftlichen und medialen Entwicklungen eine zentrale Aufgabe lebenslangen Lernens (Vgl. Süß, Lampert, u.a. 2012, S.121). Daraus lässt sich schlussfolgern, dass der Begriff der Medienkompetenz im Kern immer die gleiche Aussage behält, aber von der Gesellschaft durch die Fortentwicklungen im Bereich der Medien immer wieder neu an den aktuellen Forschungsstand angepasst werden muss. Außerdem ist die Gestaltung der Medienkompetenz eine Herausforderung über die verschiedenen Altersgruppen und Generationen hinweg. Somit sind alle Betroffenen gefordert, ihre Kompetenzen konstant weiterzuentwickeln. Denn Medienkompetenz wird über die gesamte Lebensspanne im Zuge der Sozialisation weiterentwickelt. Daraus folgt, dass nur ein Teil der Medienkompetenz über das alltägliche Handeln erworben werden kann.

Medienkompetenz umfasst keinen messbaren Katalog an Wissen und Verhalten, sondern bezeichnet ein Bündel an Kenntnissen, Fähigkeiten und Bereitschaften bzw. Wissen, Können und Einstellungen, die als Dispositionen für Selbstständiges Urteilen und Handeln in Medienzusammenhängen gelten (Vgl. Tulodziecki 2011, S.23). In diesem

Verständnis ist Medienkompetenz ein Konstrukt, das pädagogische Ziele in den drei Dimensionen Wissen, Bewerten und Handeln umfasst. Die Dimensionen bilden gleichsam die Rahmung von Medienkompetenz (Vgl. Schorb 2005, Theunert 2009, S.20). Mit Ihnen soll verdeutlicht werden, dass

- wir uns Medien kognitiv aneignen, als Wissen um Medien und als Wissen, welches die Medien darbieten;
- es zweitens gegenüber der Vielfalt des medialen Angebotes die Notwendigkeit der besonnenen Wahl gibt, die auf der Grundlage einer Bewertung der Medien im subjektiven wie im kollektiven Kontext beruht,
- drittens Medien von den Menschen im Handeln angeeignet werden und zugleich Mittel und Mittler kommunikativen Handelns sind (Vgl. Schorb, Wagner 2013, S. 19f.).

Diese drei Dimensionen gelten für die komplette Bandbreite an Medien und werden im folgenden Abschnitt am Beispiel den sozialen Medien aufgezeigt.

Wissen umfasst das Funktions- und Strukturwissen. Zum Funktionswissen zählt in den sozialen Netzwerken das Verständnis des Nutzers darüber, sich ein User Profil anzulegen und bestimmte Privatsphäre Einstellungen zu treffen. Die Hardware- und Software bezogenen Kenntnisse erlauben es dem User soziale Netzwerke zu nutzen, sagen aber noch nichts über die Qualität des Medienauftrittes aus. Das Strukturwissen beschäftigt sich in Bezug auf die sozialen Netzwerke mit den Netzwerkstrukturen, in welche diese eingebunden sind. *Bewerten* beinhaltet in den sozialen Netzwerken das Wissen darüber, dass die auf einer Netzwerkplattform angezeigten Inhalte durch Personalisierungsalgorithmen für jeden Nutzer einzeln angepasst werden. Je nach Interessensgebiet erweist sich die Gestaltung der Angebote als unterschiedlich. Die Reflexion von inhaltlichen Angeboten im Zusammenspiel mit den medientechnischen Strukturen bildet einen weiteren wichtigen Punkt zur Medienaneignung. Das *Handeln* in den sozialen Netzwerken ist keinen Grenzen gesetzt. Die Nutzer kommunizieren, veröffentlichen Inhalte und nehmen an medial vermittelnden Diskussionen teil. Hier muss jeder für sich selbst entdecken, welche Fähigkeiten er mit sich bringt, technische und auch inhaltliche Möglichkeiten der sozialen Netzwerke bewusst auszuwählen und einzusetzen.

Darüber hinaus gilt es zu berücksichtigen, dass es Faktoren gibt, die Auswirkungen auf einen kompetenten Umgang mit Medien haben. Dazu gehört das Alter, der soziokulturelle Umfeld, sowie Bildung, Entwicklungsstand und Erfahrungen die bereits mit den Medien gemacht wurden. Vor allem das Alter und der Bildungsstatus haben einen hohen Einfluss auf die Handhabung der Medien. Je älter, desto mehr Erfahrung wurde im Bereich der Medien gesammelt. Je geringer der Bildungshintergrund, desto weniger Möglichkeiten gibt es bestimmte Kompetenzbereiche zu erlernen.

Darüber hinaus gilt es zu berücksichtigen, dass es durch die aktuelle mediale Herausforderung neue zusätzliche Kompetenzen zu erlernen gibt. Denn der Aufenthalt im Netz beinhaltet nicht nur das Abrufen von Informationen, sondern in den sozialen Netzwerken auch unter anderem die Möglichkeiten Inhalte zu veröffentlichen, sich zu präsentieren, zu interagieren, zu kommunizieren usw. Daraus ergeben sich für die Nutzer auch neue Anforderungen. „Medienkompetenz 2.0 – die Fähigkeiten zur Selbstorganisation eines Einzelnen oder eines sozialen Systems im Hinblick auf die sinnvolle, effektive und reflektierte Nutzung technischer Medien, um dadurch die Lebensqualität in der Informationsgesellschaft zu steigern“ (Gapski, Gräßer 2007, S.27).

2.2 Sozialkompetenz als Teil der Medienkompetenz

Die soziale Kompetenz stellt durch die zunehmende Nutzung der sozialen Netzwerke einen immer größeren Teilbereich der Medienkompetenz dar. Denn jeder Nutzer eines sozialen Netzwerkes muss über eine gewisse soziale Kompetenz verfügen. Um Teil eines sozialen Netzwerks zu sein, gehört nicht nur das Teilnehmen, sondern auch das Verstehen und Akzeptieren, genauso wie gehört oder verstanden werden dazu. Die Medienkompetenz verlangt eine gewisse Sozialkompetenz von ihren Nutzern.

„Sozialkompetenz sind Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten, die eine Person dazu befähigen, in Beziehungen zu anderen situationsadäquat zu handeln“ (Müller-Schoppen, Reek 2014, S.18). Prinzipiell geht es also darum, wie man sich im Umgang mit seinen Mitmenschen verhält. Genauer betrachtet, benötigt die soziale Kompetenz vier Grundbausteinen. Dazu gehören das Selbstwertgefühl, das Selbstvertrauen, die Eigenverantwortung und die Selbstdisziplin.

Ein zusätzlicher Faktor, der über den Grad unserer sozialen Kompetenz entscheidet, ist die Konditionierung. Sie legt unsere Denkmuster und Verhaltensweisen fest, und ist für

ein mögliches Fehlen der Sozialkompetenz verantwortlich. Der Schwerpunkt der Betrachtung liegt hier bei der operante Konditionierung. Diese besagt, dass wenn auf ein Verhalten eine positive, angenehme Konsequenz folgt, wird dieses künftig in ähnlichen Situationen mit größerer Wahrscheinlichkeit wieder gezeigt. Wenn auf ein Verhalten eine negative, unangenehme Konsequenz folgt, wird es künftig in ähnlichen Situationen mit geringerer Wahrscheinlichkeit auftreten. Führt ein Verhalten zum Erfolg, wird es gelernt, führt es zum Misserfolg, wird es verlernt (Vgl. Nerdinger 2008, S.89). Für Kinder gibt es vier Konditionierungsfelder, die im Bereich der sozialen Kompetenz genauer zu betrachten sind. Dazu zählen die Eltern, die Schule, das soziale Umfeld und die Medien. Wobei die Eltern von Beginn an in ihrer Rolle als Erzieher einen prägenden Einfluss haben. Die Erziehungspersonen vermitteln den Kindern häufig Verhaltensweisen die auf eigenen Erfahrungen der Erwachsenen basieren. Zusätzlich zur Konditionierung durch die Eltern, kann auch die Konditionierung durch die Schule entscheidend sein. Die Lehrkräfte können aber nur auf den Konditionierungen aufbauen, die bereits im Elternhaus erlernt wurden. Schon bei der Einschulung ist eine gewisse Basis der sozialen Kompetenz für Kinder wichtig und von Vorteil, um sich zu integrieren, Freunde zu finden und Anerkennung zu bekommen. Kinder mit einem geringen Selbstwertgefühl und wenig Selbstvertrauen sind häufig ohne das Feedback von Lehrkräften hilflos und leiden unter Aufmerksamkeitsdefiziten. Das langfristige Ziel der pädagogischen Fachkräfte ist es, auf die Grundkompetenzen ihrer Schüler aufzubauen und neues Wissen und Fähigkeiten weiterzugeben. Bei der Vermittlung von Werten, fällt auch das soziale Umfeld der Heranwachsenden ins Gewicht. Hass, Misstrauen, Angst, Aggressivität, Eifersucht und Stress sind einige Faktoren mit denen Jugendliche in Ihrem Alltag zu kämpfen haben. Hierfür ist es für die Kinder und Jugendlichen wichtig, sich einen „gesunden Egoismus“ anzueignen. Die Bedeutung des Prägungsfelds der Medien ist in den letzten Jahren durch die zunehmende, mediale Nutzung der Kinder und Jugendlichen sehr stark angestiegen. Die Schwierigkeit liegt hierbei an den rasanten technischen Entwicklungen und der daraus resultierenden fehlenden Kompetenz der Eltern. Die Heranwachsenden werden von Reizen überflutet und können die entscheidenden Dinge nicht mehr herausfiltern. Somit werden hier in erster Linie keine, bzw. die falschen Werte vermittelt.

„In Bezug auf den Verlust sozialer Kompetenzen spielen soziale Netzwerke eine entscheidende Rolle“ (Adler 2012, S.60). Hier entsteht ein gewisser Widerspruch, denn die direkten Gespräche mit Menschen werden immer mehr vermieden, aber das Individuum ist abhängig von einer virtuellen Community in sozialen Netzwerken. Eine soziale Kompetenz kann man im Netz nicht erlernen, aber sie ist wichtig um in Internet mit den Nutzern zu kommunizieren und zu interagieren.

2.3 Medienerziehung als Teil der Medienkompetenz

Wenn es darum geht, wo und von wem die Kinder und Jugendlichen Ihre Medienkompetenz erlernen sollen, ist die Antwort noch nicht ganz eindeutig. Eltern schieben es an die Schule ab, Schulen an die pädagogischen Fachkräfte oder sozialen Arbeiter, und diese wiederum an die Lehrer. Jedoch kann die Medienkompetenz von den Heranwachsenden nur durch die Zusammenarbeit in allen Bereichen erlernt werden. Bei der Nutzung von sozialen Netzwerken soll den Kindern und Jugendlichen die möglichen Problemfelder bewusst sein: Datenschutz, kommunikative Kompetenz, Schutz der Privatsphäre sind nur einige wichtige Punkte die von Lehrern, Eltern und in der außerschulischen Praxis präzisiert werden sollten.

2.3.1 Medienerziehung in der Familie

In der Familie haben die Heranwachsenden meist den ersten Kontakt mit Medien und sozialen Netzwerken, da Kinder heute in diese vielfältige Medienwelt hineingeboren werden. Eltern und größere Geschwister nehmen hier eine Vorbildrolle für die mediale Nutzung von mobiler Technik ein. Von ihnen wird der Medienumgang bewertet. Dabei geht es darum, welche Medien genutzt werden, welches Wissen man durch die einzelnen Medien erlernen kann und welchen Stellenwert diese in unserer heutigen Gesellschaft einnehmen. Die älteren Geschwister sind im Umgang mit den Medien meist erfahrener, da sie schon früher in die mediale Welt eingetreten sind. Mit der zunehmenden Erfahrung der Kinder in der Medienwelt, wird es für die Eltern immer schwieriger nachzuvollziehen, wo im Internet sich Ihre Kinder im Moment aufhalten und welche Angebote für die Heranwachsenden zu diesem Zeitpunkt interessant sind. Das gilt vor allem auch für die Nutzung sozialer Netzwerke. Durch die mangelnde Erfahrung der Erziehungspersonen in diesen Bereichen, ist es schwierig Benutzerhinweise und Verhaltensregeln an die Kinder weiterzugeben. Dazu kommt, dass die Einsicht in die Inhalte, die im Social Web kommuniziert werden, sehr schwierig ist und die Interaktions- und Kommunikationsweisen sich sehr individuell gestalten. Problematisch ist außerdem, dass Kinder ihren Eltern zwecks mangelnder Kompetenzen sehr häufig schon einen Schritt voraus sind. Neben den in Familien häufig diskutierten Punkten wie Internetnutzungsdauer und Inhalte im Internet, sollten auch Punkte wie Sicherheit, Datenschutz und Privatsphäre in sozialen Netzwerken von Eltern angesprochen werden. Oftmals werden Eltern aber von der vorwiegend negativen Berichterstattung in den Medien verunsichert. Ab wann sollen Kinder soziale Netzwerke nutzen? Wieviel Medienkonsum ist schädlich? Wie kläre ich mein Kind über Probleme und Risiken von sozialen Netzwerken auf?

Generell gilt, dass die Medienerziehung in der Familie ein wichtiger Baustein des heutigen Erziehungskonzepts ist und bereits bei frühen Internetkontakten der Kinder ansetzen muss. Dazu gibt es altersgerechte Angebote, welchen jungen Nutzern das Medium soziales Netzwerk kindgerecht näher bringen. Außerdem gilt es festzuhalten: es gibt kein Universalrezept für das Erlernen der Medienkompetenz für Kinder. Vielmehr ist dies abhängig von der Familienzusammensetzung, sowie der Gestaltung des Alltags.

Erziehungsberechtigte sollen sich über folgende Punkte bewusst sein:

- Soziale Medien sind ein essentieller Bestandteil des Alltags von Kindern und Jugendlichen.
- Eltern haben eine Vorbildfunktion und sind somit ein Hauptindikator für das Nutzungsverhalten.
- Soziale Medien sind für Kinder sehr faszinierend: Je jünger die Kinder sind, desto mehr Unterstützung im Umgang mit diesen Medien brauchen sie von den Eltern.

Kathrin Demmler, Direktorin des JFF Institut für Medienpädagogik in München sagt dazu: „Ich verstehe gut, wenn Eltern genervt sind, weil ihre Kinder nur noch am Handy hängen, aber dieses Problem lässt sich nicht durch Verbote lösen. Wir brauchen eine Auseinandersetzung mit dem Problem. Es zu tabuisieren macht das Handy nur interessanter. Wir müssen Ansprechpartner sein und da sein, wenn sie beispielsweise beim Spielen oder Kommunizieren auf problematische Inhalte stoßen“ (Demmler 2017, S.71).

2.3.2 Medienerziehung in der Schule

Ergänzend zur Medienerziehung in der Familie spielt die Medienerziehung in der Schule eine sehr große Rolle. Für die Schulen bietet Medienerziehung eine große Chance, stellt aber umgekehrt auch eine enorme Herausforderung dar. Bislang kam die Mediennutzung in Schulen immer nur zur Sprache, zum Beispiel wenn ein Handy im Unterricht klingelte, oder ein Mitschüler in den sozialen Netzwerken gemobbt wurde. In der heutigen Zeit ist es essentiell Kinder und Jugendliche im Schulalltag über die Nutzung von Medien und insbesondere der sozialen Medien aufzuklären und dabei auf die Auswirkungen von bestimmten Handlungsweisen in den virtuellen Räumen einzugehen.

Bedingt durch den Altersunterschied und die Neuheit der Technik ist es auch für die Lehrer ähnlich schwierig wie für die Eltern, ein Verständnis dafür zu entwickeln, was

Kinder und Jugendliche an den sozialen Netzwerken reizt und welche Relevanz diese in ihrem Leben spielen. Durch das rasant wachsende Angebot im Bereich dieser Medien, sowie das Auftreten von Modeerscheinungen die für eine gewisse Zeit eine hohe Attraktivität erreichen dann aber schnell wieder verschwinden, sind selbst pädagogische Fachkräfte oft überfordert. Das grundlegende Wissen über das Handeln von Heranwachsenden in den sozialen Medien im Alltag wird zur Notwendigkeit pädagogischer Fachkräfte. Um die notwendige Erziehungsaufgabe wahrnehmen zu können, müssen sie einerseits über ein grundlegendes Basiswissen zum Thema verfügen, als auch über die sehr schnelllebigen Trends in den Nutzungsgewohnheiten der Schüler aktuell informiert sein. Einen ersten Schritt hat das bayrische Staatsministerium in Zusammenarbeit mit dem Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung in München bereits gemacht. Der Staatsminister Dr. Ludwig Spaenle hat in einem Schreiben alle Schule in Bayern gebeten, ihre Medienarbeit zu systematisieren und bis Ende des Schuljahres 2018/19 in Medienkonzepten zu dokumentieren (siehe Anhang). Für die Erarbeitung von Medienkompetenz hat das Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung München (ISB) den Schulen Unterstützungsmaterialien zusammengestellt, welche auf der Internetseite www.mebis.bayern.de/medienkonzepte abgerufen werden können.

2.3.3 Medienerziehung im außerschulischen Bereich

Nachhaltige schulische Medienerziehung kann nur dann funktionieren, wenn sie auch im außerschulischen Bereich fortgesetzt wird. Es gibt bereits eine Reihe von außerschulischen Angeboten in der Kinder- und Jugendarbeit, mit Hilfe derer die Medienerziehung weitergeführt wird. Der Unterschied der Jugendarbeit zur schulischen Erziehung ist, dass hier mit dem Prinzip der Freiwilligkeit gearbeitet wird und die entsprechenden Informationen von den Heranwachsenden somit nicht als Druck empfunden werden. Um Kinder und Jugendliche mit der Thematik der Medienkompetenz in ihrer Freizeit erreichen zu können, müssen bestimmte medienpädagogische Projekte in einem hohen Maß das Interesse der Jugendlichen auf sich ziehen. Die Aktivitäten müssen auf das Engagement und die Bedürfnisse der Heranwachsenden abgestimmt sein, ansonsten werden die Ziele einer nachhaltigen Medienerziehung nicht erreicht. Deswegen ist in der Jugendarbeit die Mitbestimmung bei Auswahl der Themen selbstverständlich. Das Lernen darf in diesem Fall für die Kinder keine Pflicht sein, sondern soll aus der intrinsischen Motivation heraus erfolgen. Da die meisten Jugendarbeiter auch nicht in der Medienkompetenzförderung geschult sind, ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass auch

ihnen die entsprechende aktuelle Medienkompetenz fehlt und dringender Weiterbildungsbedarf besteht.

Aber auch durch gleichaltrige Freunde, Mitschüler und Geschwister, die sogenannte Peergroup, kann eine gewisse Medienerziehung erfolgen. Der Einfluss von Gleichaltrigen verstärkt sich im späten Kindesalter, und somit werden die Peers außerhalb des sozioökologischen Zentrums zur einflussreichsten Sozialisationsinstanz. „Diese Peer-groups (Jugendgruppen, Cliques, Banden) beeinflussen das Verhalten von Kindern und Jugendlichen und leisten so einen Beitrag zur Entwicklung von Persönlichkeit und Identität“ (Oerter, Montada 2002, S.321). Durch diesen immensen Einfluss, nehmen die Gleichaltrigen vor allem in Hinsicht auf die Vermittlung von Bedienkompetenzen in den digitalen Medien eine wichtige Rolle ein. Damit sinkt die Beeinflussung durch die Eltern. Das liegt sicherlich daran, dass Freunde im gleichen Alter häufig in der Lage sind, die Gefühls- und Erlebenswelt ihrer Altersgenossen zu verstehen.

Zusätzlich wird auch ein großer Teil der Medienkompetenz von den Heranwachsenden autodidaktisch erworben. Im World Wide Web existieren zahlreiche Internetdienste von denen Kinder und Jugendliche gewisse Bedienkompetenzen selbst erlernen können.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich die Aufgabe der Medienerziehung nicht auf eine Personengruppe beschränken lässt, sondern nur im Verbund der oben genannten Instanzen funktionieren kann. Zur Erreichung des langfristigen Zieles, einer verantwortungsvollen Kompetenz im Umgang mit den elektronischen Medien für Kinder und Jugendliche aus allen sozialen Schichten, ist die Unterstützung und Hilfe aus Bildungs- und Sozialpolitik unabdingbar. Ermittlung und Beobachtung des aktuellen Trends, zeitnahe Schulung der Pädagogen und Jugendarbeiter, sowie konstruktive Öffentlichkeitsarbeit und Informationspolitik tragen dazu bei, alle Beteiligten auf diese Aufgabe richtig vorzubereiten.

3 Soziale Netzwerke im Internet

Soziale Netzwerke sind heutzutage aus der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen nicht mehr wegzudenken. Das bestehende Angebot ist riesig und wächst unaufhaltsam weiter. Für jede Interessensgruppe gibt es aktuell ein soziales Netzwerk. Facebook, Instagram, XING, YouTube, Twitter oder LinkedIn sind nur einige der bekanntesten sozialen Netzwerke im Internet. Das folgende Kapitel befasst sich genauer mit dieser Thematik. Dazu wird der übergeordnete Begriff Social Media definiert und im nächsten Schritt von den sozialen Netzwerken abgegrenzt. Anschließend werden die Grundlagen der sozialen Netzwerke im Internet erklärt und am Beispiel der Plattformen Facebook und Instagram aufgezeigt. Der letzte Teil dieses Kapitels erklärt, die Attraktivität von sozialen Netzwerken für Kinder und Jugendliche.

3.1 Begriffserklärung Social Media

Die Nutzung von Social Media ist seit einigen Jahren sowohl in Deutschland, als auch in Europa und den USA zum regelmäßigen Bestandteil der Kommunikation geworden. Der Begriff soziale Medien wird synonym zum englischen Social Media verwendet. Grundsätzlich gilt: „Alle Medien sind insofern sozial, als sie Teil von Kommunikationsakten, Interaktionen und sozialen Handeln sind“ (Schmidt, Taddicken 2017, S.4). Sie ermöglichen Menschen mithilfe der digital vernetzten Medien, Inhalte und Informationen aller Art für andere zugänglich zu machen. Darüber hinaus werden soziale Medien genutzt, um bestehende Kontakte zu pflegen und neue Kontakte zu knüpfen. Allgemein lässt sich sagen, dass sie den Aufbau und die Pflege von sozialen Beziehungen über verschiedene Varianten von sozialer Kommunikation und Interaktion unterstützen. Außerdem zeichnen sich soziale Medien durch eine nutzerfreundliche und laienfreundliche Handhabung aus. Als Beginn der sozialen Medien gilt die Entstehung des Web 2.0. „Soziale Medien beruhen auf digital vernetzten Medientechnologien und werden in der Regel über web-basierte Schnittstellen oder mit Hilfe von Apps genutzt (ebd., S.18). Die sozialen Medien zeichnen sich durch eine Vielzahl von unterschiedlichen Gattungen aus. Zu Ihnen gehören die Plattformen, das Personal Publishing, das Instant Massaging auch Chat genannt, und die Wikis. Jedoch ist eine konsequente, systematische Trennung zwischen den einzelnen Gattungen kaum möglich, da einzelne Angebote auch andere Gattungsformen aufgreifen können. Beispielsweise beinhalten viele Social Media Plattformen zum Austausch von Nachrichten auch einen Instant Messaging Service. Dennoch bietet diese

Differenzierung die Möglichkeit, soziale Medien an ihren Hauptmerkmalen zu unterscheiden, und ein System in den Bereich der sozialen Medien zu bringen. Zusammenfassend verstehen wir somit soziale Medien als Sammelbegriff für Angebote auf Grundlage digital vernetzter Technologien, die es Menschen ermöglichen, Informationen aller Art zugänglich zu machen und davon ausgehende soziale Beziehungen zu knüpfen und zu pflegen (Vgl. Michelis, 2012, S.19).

Die folgende Grafik zeigt eine Übersicht die Kategorien und Instrumente, die die sozialen Medien umfassen.

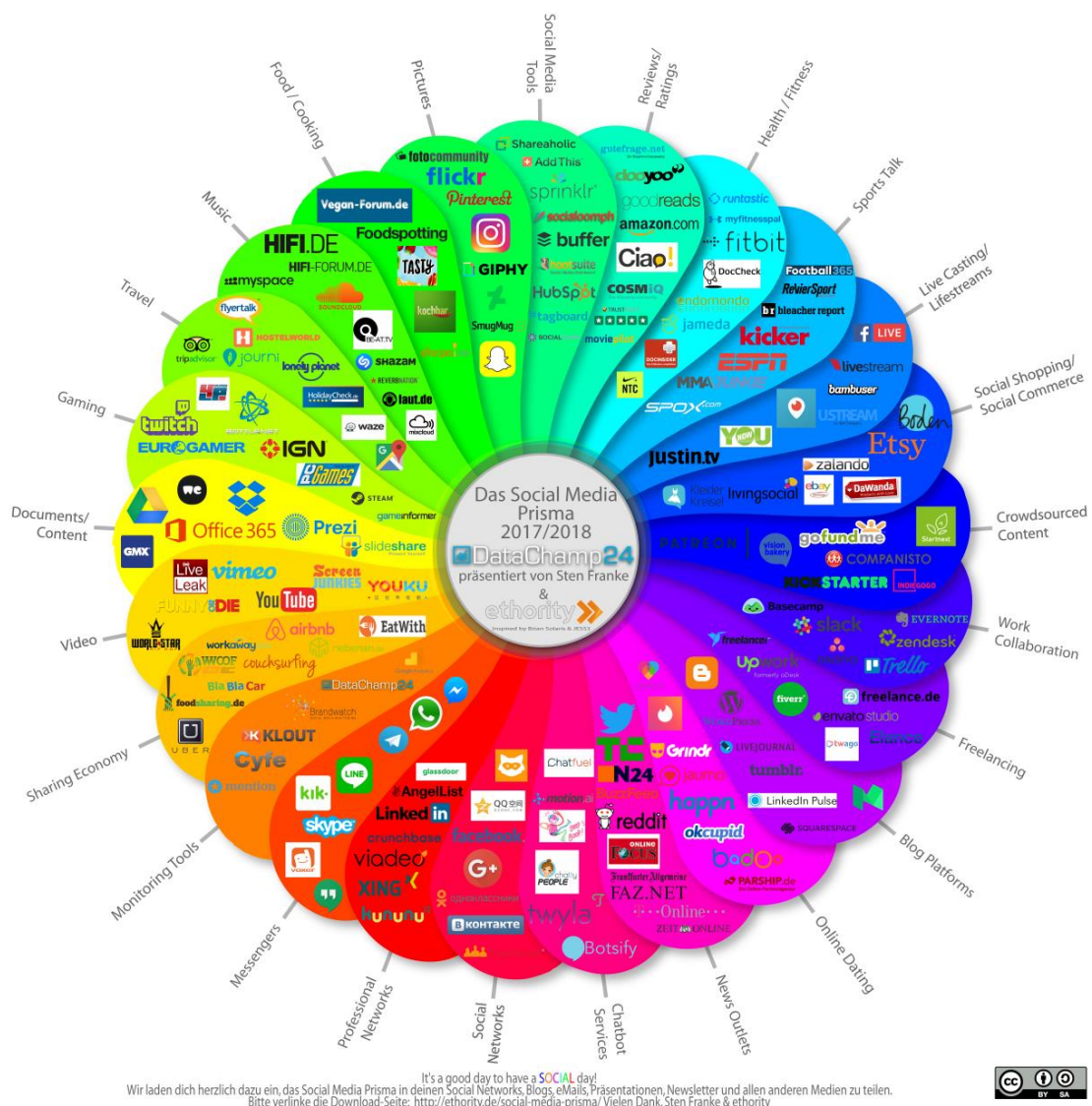


Abbildung 1: Social Media Prisma, Quelle: www.ethority.de (2017)

3.2 Abgrenzung Begriff soziale Netzwerke

„Soziale Netzwerke sind Web-Communities, die einen Treffpunkt und eine Vernetzung von Menschen sowie die Kommunikation und Interaktion zwischen Menschen auf einer Online-Plattform ermöglichen können“ (Onpulson 2017).

Der Begriff Social Media wird häufig mit dem Begriff der sozialen Netzwerke gleichgesetzt, jedoch gilt es hier eine Unterscheidung zu berücksichtigen. Im Bereich der Social Media gibt es eine große Vielfalt von Anwendungen, die sich alle in Ihrer Funktionsweise unterscheiden. Eine wichtige Untergruppe von sozialen Medien sind „Plattformen“, als solche Angebote, die einer Vielzahl von Nutzern eine gemeinsame softwaretechnische Infrastruktur für Kommunikation bieten (Vgl. Gillespie 2010, S.351). Auch bei den Plattformen gibt es verschiedene Typen, die sich als Gattung sozialer Medien unterscheiden lassen. Somit stellen soziale Netzwerkplattformen einen Teilbereich der sozialen Medien dar. Dies lässt sich auch über die Zerlegung des Begriffs verdeutlichen: „Social Media“ wird zusammengesetzt aus „Social“, was so viel wie sozial, gesellschaftlich bedeutet. Die Bedeutung von Media, im deutschen „das Medium“ ist ein vermittelndes Element. Somit sind soziale Medien Transportmittel für Inhalte, die auf dem digitalen Weg verbreitet werden und zum gegenseitigen Austausch dienen. In einem Netzwerk, stehen alle Beteiligten in einer bestimmten Beziehung zueinander. Soziale Netzwerke gelten deswegen nicht als Medium, sondern nur als die Plattform in den sozialen Medien, auf welcher sich gemeinsame Interessen treffen.

3.3 Grundlagen der sozialen Netzwerke im Internet

Soziale Netzwerke sind für Kinder und Jugendliche alltägliche Realität und gelten als dominierendes Medium zur Kommunikation und Kontaktaufnahme. Aber auch Erwachsene nutzen die sozialen Netzwerke um mit Bekannten in Kontakt zu bleiben. Soziale Netzwerke sind virtuelle Gemeinschaften, in der sich Menschen aus aller Welt über bestimmte Themen austauschen, und interaktiv agieren können. Grundlegend basieren alle sozialen Netzwerke auf der gleichen Vorhergehensweise. Die Registrierung erfolgt unter Angabe einer Email Adresse und einem selbstbestimmten Passwort. Häufig kann zusätzlich noch ein Benutzername festgelegt werden. Mit diesen Anmeldedaten ist der User in der Lage sein eigenes Profil anzulegen. Dazu werden Profilfotos hochgeladen und private Informationen wie Alter, Geschlecht und Geburtsdatum abgefragt. Mit diesem erstellten Profil kann man sich dann mit Freunden, Bekannten, Arbeitskollegen oder Klassenkameraden vernetzen und unterhalten. Zusätzlich kann der User festlegen, ob

sein Profil und die darauf geteilten Inhalte allgemein sichtbar sind, oder nur mit Freunden geteilt werden sollen. Die Kommunikation in den sozialen Plattformen läuft über Chatnachrichten, Pinnwände oder Kommentare ab. Zu den wichtigsten Aktivitäten in den sozialen Netzwerken gehören das „Liken“, Kommentieren, Teilen, und „Posten“ von Beiträgen. Im folgenden Abschnitt werden Begriffe wie „Postings“, „Likes“ und „Follower“ erklärt.

Durch die Entstehung der sozialen Netzwerke im englischsprachigen Raum, werden viele Begriffe, die im Umgang miteinander auf den sozialen Plattformen verwendet werden, vom Englischen nicht ins Deutsche übersetzt und als sogenannte Anglizismen übernommen. „Follower“ werden in den sozialen Netzwerken alle Personen bezeichnet, denen das Profil einer bestimmten Person gefällt, und die somit dieser Person folgen. Alle User können verschiedene Beiträge von Freunden oder von öffentlichen Seiten „Liken“. Durch das Markieren eines Beitrages mit einem „Like“ wird dem Ersteller des Beitrags signalisiert, dass einem der Beitrag gefällt. Das bedeutet sie drücken beispielsweise entweder auf den „Gefällt mir“ Button in Facebook oder auf das unter jedem Bild auftauchende Herz in Instagram. Ein „Post“ oder „Posting“ sind alle einzelnen Beiträge die in sozialen Netzwerken veröffentlicht werden.

3.4 Definition behandelter Netzwerke

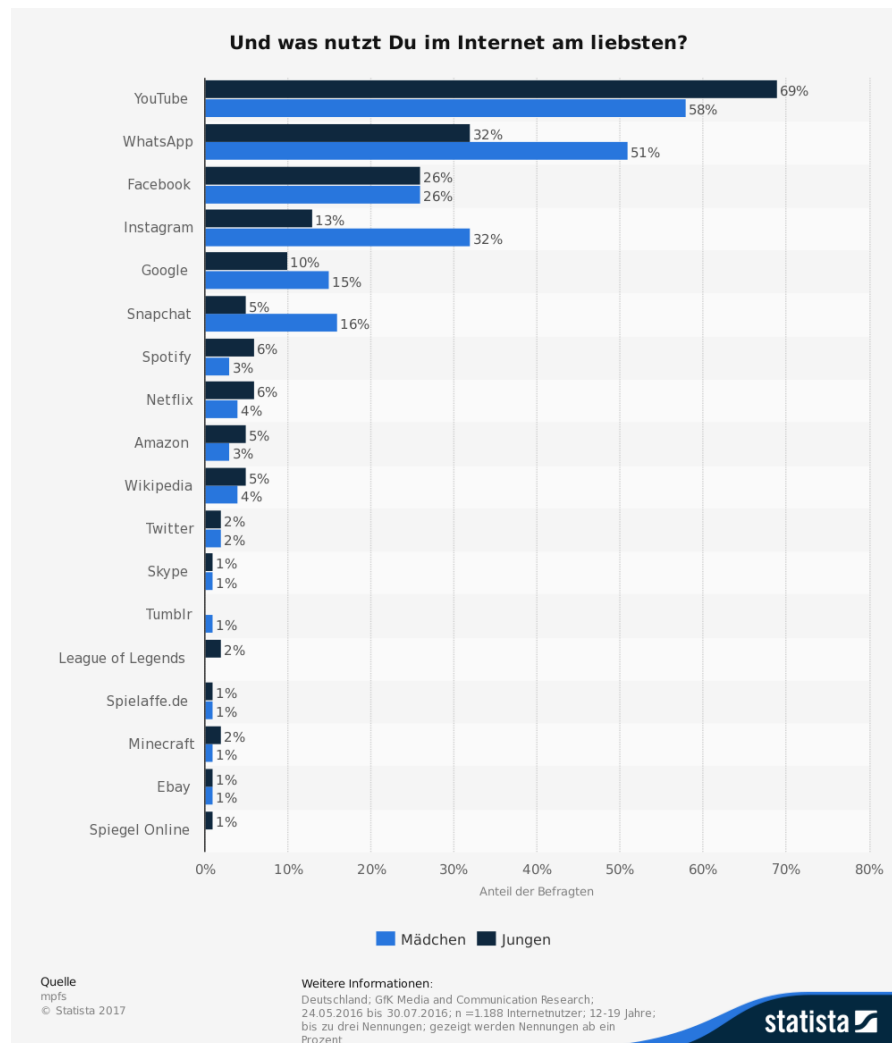


Abbildung 2: beliebteste Soziale Netzwerke von Kindern und Jugendlichen,

Quelle: www.statista.de (2017)

Wie die oben abgebildete Statistik aus dem Jahr 2017 zeigt, gehören Facebook und Instagram, nach YouTube und WhatsApp zu den am häufigsten genutzten sozialen Netzwerken bei Kindern und Jugendlichen. Es wird aufgezeigt, dass 26% aller befragten Kinder und Jugendlichen im Alter von 12- 19 Jahren Facebook als soziales Netzwerk nutzen. Die Internetplattform Instagram nutzen bereits 32 % der befragten Mädchen und 13% der befragten Jungen. In dem folgenden Abschnitt werden die Entstehung und die Nutzungsweisen von den sozialen Netzwerke Instagram und Facebook im Detail beschrieben.

3.4.1 Facebook

Das soziale Netzwerk Facebook ist die an der meistgenutzte und bekanntesten Kommunikationsplattform. Gegründet wurde der Social Networking Dienst 2004 von Mark Zuckerberg. Das Netzwerk entwickelte sich innerhalb von zehn Jahren von einem Studentenportal zu einem Milliardenbetrieb. Weltweit sind mehr als 1,6 Milliarden Menschen über Facebook vernetzt (Zimmermann 2016, S.23). Facebook bietet die Möglichkeit sich mit mehreren Nutzern gleichzeitig zu vernetzen und auszutauschen. Die Anmeldung auf der sozialen Plattform erfolgt über die Registrierung mit einer gültigen E-Mail Adresse und einem Passwort. Jeder Benutzer legt dann sein eigenes Profil an, indem er initial Fotos, persönliche Angaben wie Alter, Geschlecht und Beziehungsstatus und individuelle Interessen hoch lädt. Mit dem Profil erfolgt anschließend die Vernetzung mit Freunden, Bekannten, Arbeitskollegen oder Mitschülern. Inhalte wie Nachrichten, Fotos oder Videos können an die Öffentlichkeit, oder eine bestimmte Zielgruppe gerichtet werden. Zusätzlich kann man öffentliche Seiten von Unternehmen, Organisationen, Institutionen oder Berühmtheiten „ liken“. Sobald der User eine Seite mit „Gefällt-mir“ markiert, erscheinen dort veröffentlichte Informationen in seinen Neuigkeiten. Der sogenannte Newsfeed zeigt eine Zusammenschau aller Likes, Postings, Aktivitäten und Änderungen von Freunden und Seiten im Netzwerk. Die Meldungen, die in den Neuigkeiten angezeigt werden, werden laufend von den Verbindungen und Aktivitäten auf Facebook beeinflusst. Auf diese Weise sieht man neue interessante Meldungen von Freunden, mit denen man am häufigsten interagiert. Außerdem kann die Anzahl der Kommentare und „Gefällt mir“-Angaben zu einem Beitrag, sowie die Art der Meldung (z. B.: Foto, Video, Statusmeldung) dafür verantwortlich sein, welche Meldungen mit höherer Wahrscheinlichkeit in den Neuigkeiten der User angezeigt werden (Vgl. Facebook 2017). Somit sammelt Facebook die personenbezogenen Informationen nicht über persönliche Angaben bei der Registrierung, sondern über die mit „Likes“ markierten Interessen oder persönlichen Neigungen.

Auf der sogenannten Chronik werden dann im Laufe der Zeit alle eigenen Kommentare, Statusmeldungen, Fotos, Interessen oder Angaben zu Änderungen aller Art angezeigt. Hier gibt es Einstellungen, welche Personen welche Inhalte sehen können oder nicht. Die Kommunikation in Facebook erfolgt entweder öffentlich, über die Chroniken der jeweiligen Personen, oder im privaten Chatverlauf. Außerdem gibt es auf Facebook die Möglichkeit spezielle Gruppen zu einem bestimmten Thema zu bilden. Hier kann man sich dann öffentlich oder auch privat mit anderen Interessenten über ein Thema austau-

schen und informieren (z.B. Mitfahrgelegenheiten). Weiterhin gibt es im sozialen Netzwerk Facebook noch die Funktion des Teilens von Inhalten. Um einem „Posting“ eine möglichst hohe Reichweite zu verschaffen, können die Nutzer Inhalte mit ihren Freunden teilen, um somit eine erstaunlich große Aufmerksamkeit erzielen.

Die Altersbeschränkung des von Facebook liegt bei zehn Jahren. Jedoch wird das Alter bei der Anmeldung nicht überprüft. Außerdem ist die Nutzung gebührenfrei, denn seine Umsätze erzielt das Unternehmen hauptsächlich durch zielgerichtete Werbung und Datenverkauf.

3.4.2 Instagram

Instagram ist ein soziales Netzwerk zum Veröffentlichen von Fotos und Videos, das im Jahr 2010 gegründet wurde. Seit diesem Zeitpunkt ist eine App im App Store erhältlich, die aber ausschließlich Apple Produkte bediente. Die Nutzung auf einem Android Betriebssystem ist erst seit 2012 möglich. Im gleichen Jahr wurde die App von Facebook aufgekauft und zählt seitdem 400 Millionen User. Die Anmeldung und Registrierung in dem fotobasierten sozialen Netzwerk ist nahezu identisch mit den meisten anderen sozialen Netzwerken. Der einzige Unterschied ist, dass bei der Profilbeschreibung keine Vorgaben zu den persönlichen Angaben gemacht werden (siehe Abb. 3). Somit ist jedem selbst überlassen, was er über sich bekannt geben möchte. Auf Instagram können nur Inhalte wie Fotos oder Videos geteilt werden. Durch die Auswahl von verschiedenen Bearbeitungsfiltren und Spezialeffekten, das Hinzufügen von Orten, Bildbeschreibungen und das gezielte Platzieren von sogenannten Hashtags, können Benutzer auf sich und ihr Profil aufmerksam machen. Bei Hashtags handelt es sich um beschreibende Schlagworte, die hinter einem Raute Zeichen aufgeführt werden. Ein User darf bis zu 30 Hashtags verwenden, um den Inhalt seines Bildes zu beschreiben. Dabei gibt es sehr beliebte Hashtags, wie beispielsweise #love oder #instagood, die häufig verwendet oder gesucht werden. Über die Suchfunktion kann man nicht nur nach Hashtags, sondern auch nach Benutzernamen oder beliebigen Orten suchen. Zusätzlich bietet Instagram neben dem Teilen von Fotos und Videos noch das Feature der Instagram Stories. Mit dieser Zusatzfunktion haben Benutzer die Möglichkeit, kurze Geschichten, bestehend aus Videos und Bildern einzustellen. Während die Inhalte auf dem Instagram Profil permanent sichtbar bleiben, löscht sich der Inhalt einer Instagram Story 24 Stunden nach der Veröffentlichung wieder automatisch. Hinter InstagramDirekt verbirgt sich eine Nachrichtenfunktion dieses sozialen Netzwerks. Hier können Fotos, Videos oder Textnachrichten privat an andere Nutzer gesendet werden.

Die User können sich wie in allen sozialen Netzwerken mit Freunden und Bekannten vernetzen und verschiedenen anderen Profilen folgen. Kinder und Jugendliche verfolgen hier häufig den Alltag von Stars aus der Musik, dem Sport oder den Medien. Egal ob im Café, beim Shoppen, beim Kochen oder auf Partys, soziale Netzwerke werden von Prominenten und Influencern bevorzugt als Plattform zur Selbstdarstellung genutzt. Als Influencer werden in sozialen Netzwerken Personen bezeichnet, deren Postings bestimmte Produkte und Marken beinhalten, somit eine Art Werbung, die für diese Dienste auch bezahlt werden. Durch ihr hohes Ansehen, welches in direkter Relation steht zu der Anzahl der Followern und einer starken Präsenz, haben sie einen großen Einfluss vor allem auf jugendliche Follower.

Bei Instagram liegt die offizielle Altersbeschränkung bei 13 Jahren. Auch hier erfolgt keine Überprüfung der Altersangabe bei der Registrierung und es fallen keine Kosten bei der Benutzung an.

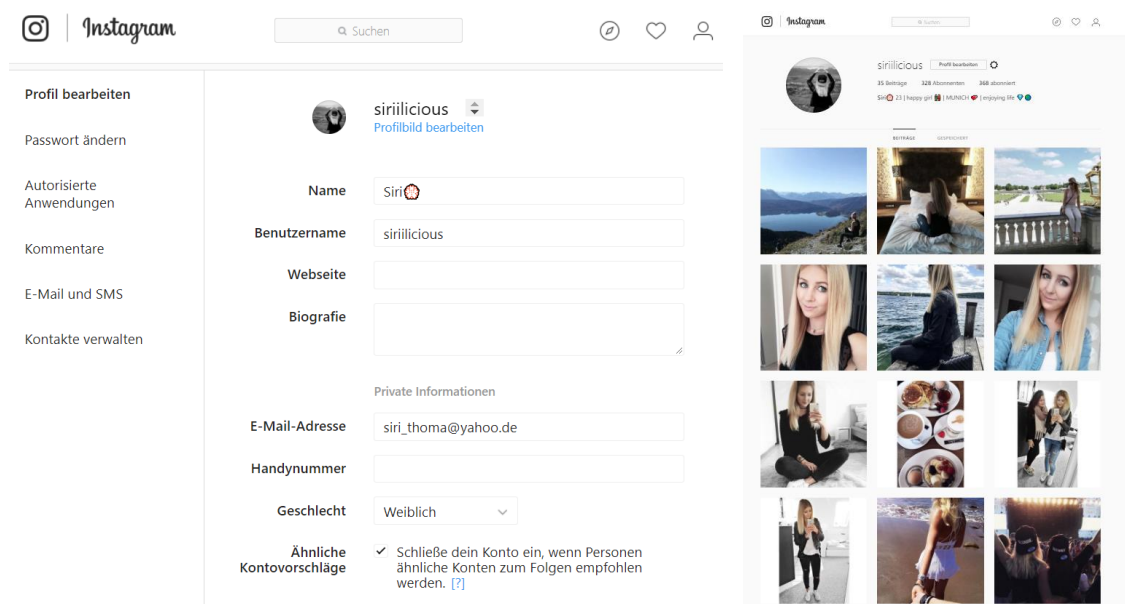


Abbildung 3: Profileinstellungen bei Instagram, Quelle: eigene Darstellung

3.5 Attraktivität von sozialen Netzwerken

Die Nutzung der sozialen Netzwerke hat in den letzten Jahren bei Teenagern deutlich an Bedeutung gewonnen. Aber was macht das Interagieren in der virtuellen Welt für Kinder und Jugendliche so attraktiv? Und warum können sich die Heranwachsenden täglich stundenlang damit beschäftigen?

Es gibt unterschiedliche Faktoren die dazu führen, dass Mitglieder der Zielgruppe sich in den sozialen Netzwerken anmelden. Einer der wichtigsten ist das Gefühl der Zugehörigkeit. Durch die Nutzung von sozialen Netzwerken wird den Betroffenen das Gefühl vermittelt, ein Teil von etwas zu sein und dazu zu gehören. Eng damit verbunden ist die Tatsache, ohne Anmeldung als Außenseiter dazustehen. Durch den sozialen Druck, der in der Schule oder im Freundeskreis entstehen kann, fühlen sich viele Heranwachsende gezwungen, einen eigenen Account in der virtuellen Welt zu erstellen. Der Gruppenzwang ist ein weiterer Faktor der die Heranwachsenden dazu verleitet, sich in sozialen Netzwerken anzumelden. Dabei geht darum, nichts verpassen zu dürfen und immer auf dem aktuellsten Stand zu sein.

Ein weiteres schwerwiegendes Argument ist das Gefühl der Jugendlichen, die Gruppenzugehörigkeit zu stärken und den Kontakt zu Freunden zu intensivieren. Hierbei werden verschiedene Bedürfnisse bedient. Sowohl die Suche nach neuen Freunden, als auch das Gefühl ständig in einer Gruppe eingebunden zu sein, kann in den sozialen Netzwerken befriedigt werden. Somit spielen der Kontakt und die Beziehungspflege mit anderen Menschen eine große Rolle, wenn es darum geht, warum die Heranwachsenden soziale Netzwerke so attraktiv finden. Ein weiteres Motiv für die Nutzung ist die Suche nach Tipps und Raschlägen, zum Beispiel im Bereich Sport, Mode, Make-up und Styling. Somit nehmen Blogger und Influencer in sozialen Netzwerken eine gewisse Vorbildfunktion ein, die auch als Orientierung für die Heranwachsenden dienen. Dadurch können erste Berufswünsche entstehen und Ideen, welche Tätigkeiten für Kinder und Jugendliche später einmal interessant sein könnten.

Die Suche nach der eigenen Identität spielt im jungen Alter eine besonders große Rolle. Wer möchte man sein und wer ist man? Soziale Netzwerke bieten den Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit, sich ein Profil nach eigenen Vorstellungen aufzubauen. Somit bieten soziale Netzwerke eine Unterstützung bei der Suche nach sich selbst durch das Austesten verschiedener Fähigkeiten und Persönlichkeitseigenschaften. Als weiteres Argument kann die Suche nach Unterhaltung aufgeführt werden. Dabei spielt es

keine Rolle ob Videos und Fotos, die aus Interesse für ein bestimmtes Thema auf der sozialen Plattform Facebook geteilt werden, oder aber Instagram Storys von Influencern die aus Langweile angeschaut werden.

Die Nutzung von sozialen Netzwerken kann aus unterschiedlichen Motiven erfolgen. Allen voran entstehen Motive aus der pubertären Neugierde heraus, etwas Neues und Fremdes Kennenzulernen.

Generell wurde bisher festgestellt, dass Jungen soziale Netzwerke häufiger besuchen, um gezielt, neue, fremde Leute kennenzulernen. Mädchen hingegen wollen über soziale Plattformen in erster Linie mit den Freunden reden, die sie aus ihrem realen Alltag bereits kennen, wie zum Beispiel aus der Schule oder aus der Nachbarschaft (Vgl. Katzer 2014, S.24).

4 Risiken für Kinder und Jugendliche

Wie im vorherigen Kapitel erläutert, sind die Motive zur Nutzung von sozialen Netzwerken durch Kinder und Jugendliche von sozialen Bedürfnissen bestimmt. Zugehörigkeit, Kontakt und die Beziehungspflege mit andere Menschen, sowie die Identitätsdarstellung und die Reduktion von Einsamkeit prägen die Attraktivität der Plattformen. Doch sind sich die Heranwachsenden auch der daraus resultierenden Probleme und Risiken der genutzten Internetplattformen bewusst? Im folgenden Kapitel werden die häufigsten Gefahren der virtuellen Welt aufgezeigt und erläutert.

4.1 Rechtliche Gefahren

Kinder und Jugendliche veröffentlichen private Informationen in Hoffnung auf Popularität und Aufmerksamkeit, doch bedenken sie häufig nicht die Folgen, die diese Veröffentlichungen mit sich ziehen können. Das folgende Kapitel beschreibt die rechtlichen Gefahren, denen Kinder und Jugendliche bei der Nutzung von sozialen Netzwerken ausgesetzt sind. Differenziert wird hier zwischen den Persönlichkeitsrechten im Internet und Folgen der auftretenden Transparenz durch die Freigabe von persönlichen Daten. Welche Bedeutung bekommt das Persönlichkeitsrecht in sozialen Netzwerken? In welchem Umfang ist es geschützt und durch welche Verhaltensweisen kann es verletzt werden?

4.1.1 Persönlichkeitsrechte

Alle sozialen Netzwerke bieten ihren Nutzern die Möglichkeit zum schnellen und einfachen Teilen von Fotos und Inhalten, um diese dadurch für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Hierbei kann es sich um Meinungsäußerungen, Tatsachenbehauptungen oder auch Bilder und Videos handeln. Kinder und Jugendliche informieren sich in den seltensten Fällen darüber, welche Persönlichkeitsrechte in den sozialen Netzwerken gelten und wann diese zum Tragen kommen. Somit sind Beeinträchtigungen oder Verletzungen der Persönlichkeitsrechte in den sozialen Medien fast schon vorprogrammiert.

In der virtuellen Welt gelten die gleichen Rechtsgrundlagen wie in der „anlogen“ Welt. Somit genießen natürliche Personen auch in Social Media Kontexten den Schutz des allgemeinen Persönlichkeitsrechts aus Art.2 Abs.1 i. V. m. Art. 1 Abs. 1 GG, und zwar unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit (Vgl. Müller-Terpitz 2015, S.164). In den sozialen Medien gibt es verschiedenste Sachverhalte die das Persönlichkeitsrecht einer

bestimmten Person verletzen. Dazu gehören beispielsweise Äußerungen über andere Personen, das Hochladen von Bildern ohne Einwilligung Dritter oder der Identitätsmissbrauch.

Gerüchte oder Behauptungen gehören in sozialen Netzwerken zu den Äußerungen über andere Personen und verletzen somit das Persönlichkeitsrecht der Betroffenen. Auch Beleidigungen und Schmähkritik werden als persönlichkeitsrechtsrelevante Äußerungen angesehen. Häufig wird vergessen, dass auch das Internet kein rechtsfreier Raum ist, und es somit untersagt ist herabsetzende Behauptungen durch Posts und Kommentare zu äußern. Der Betroffene kann derartige Aussagen sowohl zivilrechtlich als auch strafrechtlich verfolgen. Selbst bei Äußerungen durch ein anonymes Profil kann durch einen rechtlichen Beschluss die IP Adresse und somit der Name des Gerätebesitzers ermittelt werden.

Ein weiterer Punkt der die Persönlichkeitsrechte anderer Social Media Nutzer verletzen kann, ist das Einstellen von (Bewegt-) Bildern ohne der Einwilligung der darauf abgebildeten Personen. Grundsätzlich gilt deswegen, es dürfen Fotos und Videos nur verwendet werden, wenn die Einwilligung aller abgebildeten Personen vorliegt. Ausgangspunkt bildet dabei das Kunsturhebergesetz, insbesondere die §§ 22, 23 KUG. Gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 KUG dürfen Bildnisse nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. § 23 Abs. 1 KUG hält hierzu Ausnahme bereit, bei deren Vorliegen eine Einwilligung entbehrlich ist (Vgl. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, juris GmbH 2015). Darunter fallen Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte, Bilder auf denen Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeiten erscheinen, Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, sowie Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient. Deshalb sollte vor der Veröffentlichung eines solchen Bildmaterial in sozialen Netzwerken die Veröffentlichung mit den abgebildeten Personen geklärt werden, denn durch die Weitergabe an außenstehende Dritte, wird zusätzlich das Recht am eigenen Bild verletzt. Um dies zu verhindern sollten alle Sperrmechanismen für Social Media Profile aktiviert sein und die Privatsphäre-Einstellungen verwendet werden.

Ein dritter wichtiger Punkt, der die Persönlichkeitsrechte im Internet verletzt ist der Identitätsmissbrauch. Hierbei werden Daten und persönliche Angaben anderer Personen benutzt um einen sogenannten „Fake-Account“ zu erstellen. Diese Accounts werden angelegt um die eigene Identität zu verstecken und im Namen anderer zu handeln. Die

Probleme die ein Identitätsmissbrauch mit sich trägt, sind für Kinder und Jugendliche nicht ungefährlich. Ältere Personen wollen Kontakt zu Kinder aufnehmen, Kriminelle möchten ihre Opfer ausspionieren und abzocken oder die Heranwachsenden mobben sich gegenseitig selbst durch den Auftritt mit einem Fake-Profil.

4.1.2 Datenschutz

Bereits durch die Anmeldung in den sozialen Netzwerken werden persönliche Daten an die Anbieter weitergegeben. Doch was geschieht mit den angegebenen Daten? Welche und wie viele Daten sollen veröffentlicht werden? Fakt ist, dass Social Media Plattformen auf der Verwendung personenbezogener Daten, wie Namen, Kontaktinformationen, persönliche Vorlieben und Abneigungen, sowie Kommunikationspartner basieren (Vgl. Hornung 2015, S.79). Diese Daten sind zwar eigenrechtlich durch das Datenschutzgesetz geschützt, werden aber von den Nutzern durch die informationelle Selbstbestimmung an Dritte weitergegeben und unterliegen somit keinem Schutz mehr. Das heißt der Nutzer ist selbst für die Weitergabe seiner Daten verantwortlich. Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung wird in ständiger Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts aus Art.2 Abs. 1 i. V. m. Art. 1 Abs. 1 GG abgeleitet und gewährt dem Einzelnen die Befugnis, „grundsätzlich selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner persönlichen Daten zu bestimmen“ (Vgl. ebd. S.81). Das Recht auf informationellen Selbstbestimmung bildet einen wesentlichen Teil der allgemeinen Persönlichkeitsrechte.

Durch die angegebenen Daten werden den Plattformen Möglichkeiten zur personalisierten Werbung geboten. Beispielsweise sammelt Facebook seine Daten nicht über explizite Angaben zu personenbezogenen Informationen, sondern über die abgegebenen „Likes“ der einzelnen Benutzer. Dies entspricht also den persönlichen Interessen und Neigungen. Zusätzlich registriert das soziale Netzwerk die Vorlieben auch über Facebook Verknüpfungen auf andere Webseiten. Somit kann die Werbung gezielt an den jeweiligen Nutzer gerichtet und platziert werden. Zusätzlich können die angegebenen Daten aber auch für kriminelle Aktivitäten verwendet werden, und wie in Kapitel 4.1.1 beschrieben, zu einem Identitätsmissbrauch führen. Einmal bekanntgemachte Daten können nur schwer wieder aus den sozialen Netzwerken und dem gesamten Internet entfernt werden. Von den Heranwachsenden fahrlässige online gestellte Daten können auch nach mehreren Jahren wieder aufgerufen werden, da diese im Netz gespeichert und mit Suchmaschinen durchsuchbar sind.

Datenschutzrechte gelten als eine Bildungsaufgabe, die von Schulen und Eltern auch zukünftig eine stärkere Berücksichtigung erwartet. Verallgemeinert kann man sagen, es sollte möglichst vermieden werden, persönliche Informationen in sozialen Netzwerken preiszugeben. Jeder kann selbst entscheiden, welche Informationen herausgegeben werden sollen und welche nicht.

4.2 Psychologische Gefahren

Dass die Nutzung von sozialen Netzwerken auch psychologische Gefahren mit sich bringen kann, ist den meisten Kindern und Jugendlichen nicht bekannt beziehungsweise wollen sie diese nicht erkennen. Von der extremen Abhängigkeit bis hin zu Sucht, Mobbing und Realitätsverzerrung, zeigen die sozialen Plattformen eine große Bandbreite an psychologischen Risiken für Kinder und Jugendliche. Im folgenden Kapitel wird auf die oben genannten Gefahren genauer eingegangen.

4.2.1 Extreme Abhängigkeit

Durch die Entwicklung der Smartphones und die daraus resultierende Tatsache immer und überall vernetzt zu sein, verlieren die Heranwachsenden häufig die Übersicht über die in sozialen Netzwerken verbrachte Zeit. Es gibt keine Zweifel daran, dass manche Kinder und Jugendliche ein ungesundes Verhältnis zu den neuen Technologien aufzeigen. Von den Heranwachsenden werden mehrmals täglich die Neuigkeiten in den sozialen Netzwerken gecheckt. Zusätzlich wird das Smartphone auch aus Langeweile in den öffentlichen Verkehrsmitteln oder in der Schule herausgeholt. Eine wichtige Frage in diesem Zusammenhang ist es, wo die Sucht anfängt, und bis wohin es sich lediglich um eine sehr häufige Internetnutzung handelt (Vgl. Flade 2017, S.88). Um die darzustellen, unterscheidet man zwischen drei Stufen des Mediennutzungsverhaltens: der exzessiven Nutzung, der exzessiven-dysfunktionalen Nutzung und ein pathologischen bzw. süchtigen Mediennutzung. Spricht man von Sucht, ist ein zunehmendes, unkontrollierbares Verlangen ein Anzeichen dafür. Jugendliche können dann an nichts mehr anderes denken und verlieren die Kontrolle über ihr Leben. Das Vernachlässigen der eigenen Freunde und der Familie, sowie Schlafmangel und auftretende Versäumnisse spiegeln Entzugserscheinungen bei Kindern und Jugendlichen wieder. Exzessiv-dysfunktionale Mediennutzung zeichnet sich durch eine geringe Zielgerichtetheit und wenig Kontrolle aus, und stellt häufig ein Übergangsphänomen dar. Exzessive Mediennutzung ist oft temporär und hängt von der Motivation (z.B. Langeweile vertreiben, im Kontakt mit

Freunden sein oder aktuelle Ereignisse mitbekommen) und anderen sozialen Faktoren ab (Vgl. o. V. 2017).

Ein einfaches Szenario zeigt, wie sich die Abhängigkeit in sozialen Netzwerken wieder spiegeln kann. Nach dem Veröffentlichen eines Fotos hofft man, dass es den anderen Nutzern gefällt. Sobald das Foto mit sogenannten Likes markiert wird, löst dies ein positives Gefühl aus. Die Folge davon: solche Gefühle möchte man häufiger erleben und postet somit regelmäßig Beiträge in den sozialen Plattformen. Irgendwann kann man vielleicht gar nicht mehr damit aufhören, weil man abhängig von der Bestätigung und der Anerkennung der anderen Nutzer wird. Zusätzlich haben die Heranwachsenden häufig das Empfinden in der virtuellen Welt etwas zu verpassen, wenn sie nicht online sind. Dieses Phänomen wird in den sozialen Netzwerken neuerdings als „Fomo“ bezeichnet. Die Abkürzung steht für „Fear of Missing Out“ – die Angst etwas zu verpassen. Dr. Karin Knop, die Mitverfasserin der Studie zur Smartphone Nutzung von Kindern und Jugendlichen, meint dass Fomo der stärkste Erklärungsfaktor für eine unkontrollierte und exzessive Handynutzung sei.

Die Rolle der Eltern spielt bei der Entwicklung von Abhängigkeit eine sehr große Rolle. Ein wichtiger Faktor ist hierbei die Diskrepanz zwischen Eltern und Kindern über Vorstellungen zu einem angemessenen Sozialleben. Dies resultiert aus der Tatsache, dass kommt daher, dass die Eltern in einer anderen Zeit aufgewachsen sind und die Vernetzung zwischen Freunden in dieser Form nicht kennen. Für sie gilt es zu akzeptieren, dass sich die Kindheit sehr verändert hat. Die Schuld, dass Heranwachsende heutzutage zu viel Zeit in den sozialen Netzwerken verbringen kann aber nicht nur den neuen Technologien zugeschrieben werden, denn das Mediennutzungsverhalten wird bereits in jungen Jahren geprägt. Hier können die Erziehungsberechtigten noch eingreifen. Langeweile und fehlende Regeln, sowie Kontrolle über deren Einhaltung, erhöhen bereits die Zeit, die Kinder vor dem Fernseher oder dem Computer verbringen beträchtlich. Auch die häufige Nutzung dieser Medien als „Babysitter“ kann die spätere Kompetenz negativ beeinflussen. Mit der Anschaffung der ersten eigenen Smartphones wird dieses Verhalten fortgesetzt und der Aufenthalt in den sozialen Netzwerken verstärkt. Später spielt bei den Heranwachsenden häufig der Umgang mit den Gleichaltrigen eine große Rolle in Bezug auf die Mediennutzung. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es wichtig ist, dass Eltern ihre Kinder bereits in jungen Jahren auf ihre Mediennutzungsdauer hinweisen und Regeln festlegen. Die Mediennutzung lässt sich durch die Fortentwicklung der Technologien nicht vermeiden, dennoch ist es wichtig, dass die Nutzung hinterfragt und beaufsichtigt wird.

4.2.2 Mobbing

Es gibt keine allgemeinverbindliche Definition für den Begriff Mobbing, obwohl Forscher und Wissenschaftler die unterschiedlichsten Punkte jugendbezogener Gehässigkeiten und Grausamkeiten untersucht haben. Mobbing gilt als ein Verhalten, bei dem eine Person mit überlegener psychischer oder sozialer Macht eine andere Person mit wiederholter psychologischer, körperlicher oder sozialer Aggression unterwirft (Vgl. Boyd 2014, S.133). Der Psychologe Dan Olweus legt drei Stadien als zentrale Elemente des Mobbing fest: Aggression, Wiederholung und Machtungleichgewicht. Sobald alle drei Elemente vorhanden sind, handelt es sich laut Olweus um Mobbing. Als Cybermobbing oder auch Cyberbullying bezeichnet man verschiedene Arten der Verleumdung, Belästigung, Bedrohung, Erpressung und Nötigung anderer Nutzer mit digitalen Mitteln. Eine der am häufigsten auftretenden Form des Mobbing in sozialen Netzwerken ist der sogenannte „Shitstorm“. Hierbei werden andere Personen, Gruppen, Institutionen und Unternehmen attackiert und beleidigt, indem Image schädigende Informationen verbreitet werden. „Es gibt keine Zweifel darüber, dass vernetzte Technologien die potenzielle Zahl an Zeugen erhöhen, aber es ist nicht klar, dass sich die Konturen des Mobbing oder seine Auswirkungen auf die Beteiligten radikal verändern“ (Boyd 2014, S.137). Die vernetzten Technologien fördern ein negatives Verhalten durch ihre Anonymität. Die Nutzer können sich ohne Bedenken frei und in jeglicher Form gegenüber Ihren Opfern äußern, da die sozialen Medien noch keine Möglichkeit der Strafverfolgung bieten.

Neben der Anonymität ist aber auch eine zunehmende soziale Inkompetenz ein Grund für Mobbing im Internet. Häufig werden bei Heranwachsenden Klassenkameraden, Freunde oder Bekannte aus der Nachbarschaft gemobbt. Meist nur aus Spaß und Langeweile ohne groß über die Konsequenzen nachzudenken. Hierbei handelt es sich um eine absichtliche Form von Mobbing zwischen Kindern und Jugendlichen. In den sozialen Netzwerken werden die Betroffenen wissentlich beleidigt, bedroht, bloßgestellt oder belästigt. Dabei ist den Verursachern häufig nicht klar, dass bereits beschimpfende Kommentare als Cybermobbing bezeichnet werden und ihr unsoziales Handeln nicht nur verletzend ist, sondern auch schlimme Folgen mit sich bringt.

Bei beiden Formen des Cybermobbing bieten die vernetzten Technologien eine Basis zur dauerhaften Schadenszuführung. Soziale Netzwerke haben ein unüberschaubares, Publikum, dem es somit ermöglicht wird die grausamen Umgangsweisen zu verfolgen. Zusätzlich verbreiten sich Informationen in den sozialen Medien extrem schnell, und der Mobber hat rund um die Uhr den Eingriff in das Privatleben des Opfers. Mobbing hat

nicht nur für das Opfer, sondern auch für den Täter schwerwiegende Konsequenzen. Viele Jugendliche reagieren aggressiv, wenn sie versuchen, ernsthafte Identitätsprobleme oder psychische Probleme zu bewältigen (Boyd 2014, S.140). Bevor sie sich selbst mit dieser Problematik auseinander setzen, lassen sie Aggressionen und Wut an Mitschülern oder Bekannten aus.

Die Folgen von Cybermobbing zeigen sich beim Opfer durch ein verringertes Selbstwertgefühl, verstärkte Depressionen und eine Verschlechterung der schulischen Leistungen. In seltenen Fällen kann dies auch zum Suizid führen.

4.2.3 Realitätsverzerrung

Die gesteigerte Selbstdarstellung im Internet und die oft daraus resultierende Realitätsverzerrung gewinnt bei Kinder und Jugendlichen, besonders durch die Nutzung der Online Plattform Instagram, an Bedeutung.

In dem sozialen Netzwerk veröffentlichen Prominenten, Stars aus Sport, Fernsehen und Medien, Fotos die sie häufig in Alltagssituationen zeigen. Ob im Café, beim Einkaufen oder beim Sport. Die Welt auf Instagram scheint schön und perfekt zu sein. Zusätzliche Bedeutung gewinnt der Beruf des Bloggers oder auch Werbeblogger genannt. So bezeichnen sich Personen, die zu einem bestimmten Themenbereich wie Mode, Kosmetik oder Reisen etc., schreiben und entsprechende Inhalte posten, in Form von Bildern oder Videos.

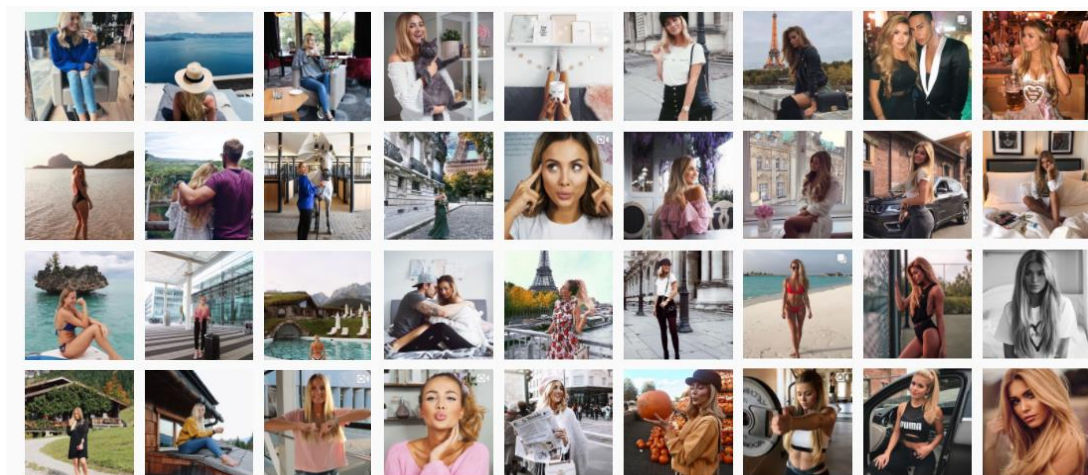


Abbildung 4: scheinbar perfekte Welt auf Instagram, Quelle: www.instagram.com (2017)

Die Selbstpräsentation im Internet wird auch als Impression Management bezeichnet. Hier kann der Eindruck, den andere über ein Individuum in sozialen Netzwerken erhalten, kontrolliert und beeinflusst werden. Laut Baumeister basiert die Selbstdarstellung des Menschen auf zwei zentralen Motiven a) anderen Menschen zu gefallen und b) die Darstellung des Selbst am eigenen Ideal-Selbst auszurichten. Demnach erfüllt die Selbstdarstellung einerseits soziale und andererseits selbstbezogene Funktionen (Vgl. Baumeister 1928, S.3). Mit Hilfe des Impression Management streben die Heranwachsenden danach, einen möglich positiven Eindruck bei Ihren Follower zu hinterlassen, und hoffen auf eine positive Reaktion wie Komplimente oder Likes. Es wurde nachgewiesen, dass Menschen dazu tendieren, sich in ihrem Onlineprofil attraktiver und selbstbewusster darzustellen. Durch die zahlreichen Fotobearbeitungsmöglichkeiten mit entsprechenden Applikationen lassen sich Bilder heute nahezu perfekt verändern werden. Personenmerkmale wie Körpergröße, Gewicht und Alter können auf den Fotos entsprechend dem Ideal verbessert werden. Aus diesem Grund können Kinder und Jugendliche eine ebenso makellose Onlinepräsenz wie ihre Vorbilder aufweisen. Doch das Anspruchsniveau steigt und damit auch der Zwang, sich ein passendes Selbstbild zu konstruieren (Vgl. Flade 2017, S.103). In schlimmeren Fällen wirkt sich dieses Phänomen aber auf die Psyche der Betroffenen aus. Mädchen hungern, weisen verschiedene Formen von Essstörungen auf, und trainieren häufig mehrmals am Tag, um einem bestimmten Schönheitsideal auf Instagram zu gleichen. Dass sie durch diese virtuelle Welt aber den Bezug zur Realität verlieren, und sich von ihrem eigentlichen Leben abwenden, wird meistens zu spät erkannt.

Die Fitnessbloggerin Louisa Dellert hat bereits vor einigen Jahren den Hashtag #fürmehrrealitätsaufinstagram ins Leben gerufen, um gegengesetzt zu Schönheitsidealen und Foto-Filtern, Aufmerksamkeit auf Fotos zu lenken, die der Wirklichkeit entsprechen. Unter diesem Hashtag posten seitdem viele Instagram Nutzer Fotos, die der unrealen Welt auf Instagram entgegenwirken wollen. Einige Beispiele dazu zeigt die folgende Abbildung.

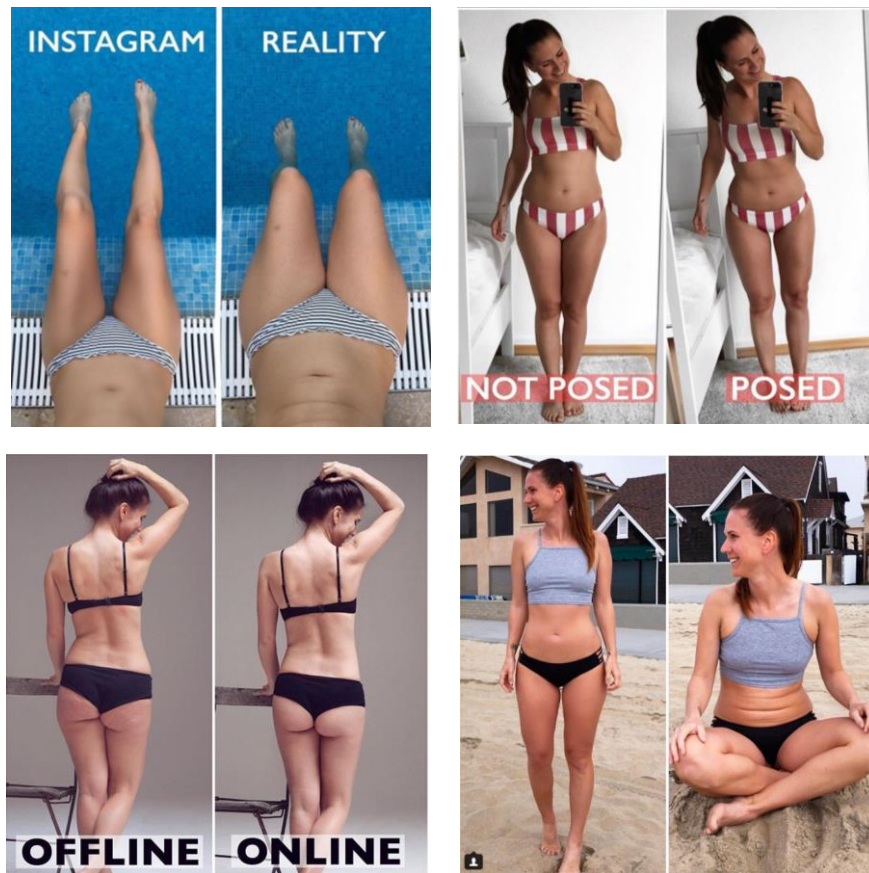


Abbildung 5: Fitnessbloggerin Louisa Dellert sorgt für mehr Realität auf Instagram, Quelle: www.instagram.com (2017)



Abbildung 6: die Realität auf Instagram darstellen, Quelle: www.instagram.com (2017)

5 Analyse

Im Anschluss an den theoretischen Teil zur Medienkompetenz und den fachwissenschaftlichen Grundlagen, sowie Risiken von sozialen Netzwerken, wird im folgenden Kapitel die empirische Forschung aufgezeigt, die im Zuge dieser Arbeit entstanden ist. Diese Untersuchung behandelte in erster Linie die Forschungsfrage zur Thematik, welche Gefahren die Nutzung von sozialen Netzwerken für Kinder und Jugendliche umfasst.

Zunächst wird die Methode des Fragebogens als Erhebungsinstrument vorgestellt und die Fragestellungen und Hypothesen der Untersuchung aufgeführt. Anschließend soll die Vorbereitung, die Durchführung und die Ergebnisse der Untersuchung genauer erläutert werden.

5.1 Methodenwahl

Empirische Untersuchungen können auf verschiedene Art und Weise durchgeführt werden. Es besteht die Wahl zwischen einer qualitativen oder quantitativen Methode. Grundsätzlich gilt die quantitative Forschung als eher objektbezogen; sie ist bemüht, Erklärungen und Ursache-Wirkungszusammenhänge zu identifizieren, während die qualitativen Ansätze eher interpretativ vorgehen und das subjektbezogene Verstehen in den Vordergrund rücken (Vgl. Lamnek 2006). Eine quantitative Methode bietet neben der besseren Vergleichbarkeit auch die Möglichkeit, eine größere Stichprobe zu untersuchen und damit repräsentative Ergebnisse zu erzielen. Aus diesem Grund wurde für diese Arbeit ein Fragebogen als quantitative Befragungsmethode ausgewählt. Bei der schriftlichen Befragung gilt es zu beachten, dass diese ohne weitere Erläuterungen durchzuführen ist. Die Befragung erfolgt anonym, ohne Angabe von privaten Daten. Das hat zur Folge, dass ehrliche Angaben geliefert werden und sich der Befragte vertieft mit der Thematik auseinandersetzt. Außerdem erfolgt keine Beeinflussung zwischen dem Befragten und Befrager. Als Nachteil eines Fragebogens, gilt definitiv die Unklarheit darüber, wer den Fragebogen letztendlich tatsächlich ausgefüllt hat, und ob die Fragereihenfolge tatsächlich eingehalten wurde. Trotz dieser Schwierigkeiten, war die Methode des Fragebogens am besten geeignet, um das Forschungsvorhaben zu untersuchen.

5.2 Fragebogenaufbau und Hypothesen

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, aufzuzeigen, welche Gefahren die Nutzung von sozialen Netzwerken für Kinder und Jugendliche umfasst. Die Befragung dient dazu, herauszufinden, welche Kenntnisse die Heranwachsenden zwischen 10 und 18 Jahren bereits zu dieser Thematik besitzen. Der Fragebogen besteht aus den sozio-demografischen Fragen, den Intro Fragen und den Fragen zur Problematik. Es gilt nicht nur festzustellen, ob und welche sozialen Netzwerke die 200 befragten Kinder und Jugendlichen nutzen, sondern auch wie lang die durchschnittlich verbrachte Zeit in der virtuellen Welt ist. Neben den Fragen zu den Aktivitäten in sozialen Netzwerken, wird auch auf die Problematik der Gefahren genauer eingegangen. Die Teilnehmer wurden zu eigenen Erfahrungen mit Gefahren in sozialen Netzwerken und die Nutzung von Datenschutzrichtlinie befragt. Ein besonderes Augenmerk wird auf die Wichtigkeit der Thematik aus Sicht der Jugendlichen und die Selbstdarstellung im Internet gelegt.

Um die Befragung zu strukturieren und zu fokussieren, wurden im Vorhinein von der Autorin Hypothesen zum Thema passend aufgestellt, anhand derer sich ermitteln lässt, welches Wissen die Heranwachsenden zur Problematik bereits besitzen. Hierbei wurden verschiedene Arten von Hypothesen verwendet, unter anderem die je-desto-Hypothese, Zusammenhangshypothesen, „Hypothesen über Anteile“ und universelle Hypothesen. Folgende Hypothesen wurden für die Erarbeitung des Fragebogens festgelegt:

- H1: Weniger als 50% der befragten Kinder und Jugendlichen haben sich genauer mit Problemen und Risiken in sozialen Netzwerken beschäftigt
- H2: Mädchen ist die Selbstdarstellung im Netz wichtiger als Jungs
- H3: Das Thema „ Gefahren von sozialen Netzwerken“ wird als nicht wichtig eingestuft
- H4: Je mehr Zeit die Befragten im Internet verbringen, desto häufiger sind sie psychischen Gefahren ausgesetzt

5.3 Vorbereitung und Durchführung

Bei der Vorbereitung des Fragebogens wurde ein besonderes Augenmerk auf die Altersgruppe der Befragten gelegt. Da die Zielgruppe bei Kindern und Jugendlichen zwischen 10 und 20 Jahren liegt, muss auf eine einfache, verständliche Formulierung geachtet werden. Zusätzlich gilt es, den Fragebogen kurz und prägnant aufzusetzen, da der jüngere Teil der Zielgruppe schnell ungeduldig und mit Widerwillen reagieren kann. Dies würde womöglich zu einer Verfälschung der Antworten führen.

Durchgeführt wurde die Befragung an drei verschiedenen Schultypen in Bayern, in den Landkreisen Traunstein und Berchtesgadener Land. Mitinbegriffen war die Realschule Freilassing, die Berufsschule Freilassing und die Mittelschule Mitterfelden.

5.4 Ergebnisse und Auswertung der Befragung

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Befragung vorgestellt und interpretiert. Die gewonnenen Informationen wurden in eine Excel Tabelle übertragen und ausgewertet, um somit die Ergebnisse mit Hilfe von Diagrammen analytisch darzustellen und die Fakten auswerten zu können.

Insgesamt haben 200 Personen an der Befragung teilgenommen davon waren 127 Jungen und 70 Mädchen. Vier Personen haben keine Angaben zum Geschlecht abgegeben. Die Überzahl an männlichen Teilnehmern liegt daran, dass die Fragebögen unter anderem in der Realschule im Rupertiwinkel in Freilassing ausgehändigt wurden und diese überwiegend von männlichen Schülern besucht wird. Teilgenommen haben 155 Personen aus Real- und Mittelschule, sowie 45 Personen aus Berufs- und Fachschulen. Die Zielgruppe wurde auf Personen zwischen 10 und 20 Jahren festgelegt. Es wurden aus jeder Altersgruppe Personen befragt, außer von den Zehnjährigen. Das folgende Diagramm zeigt die Altersverteilung der teilgenommenen Personen.

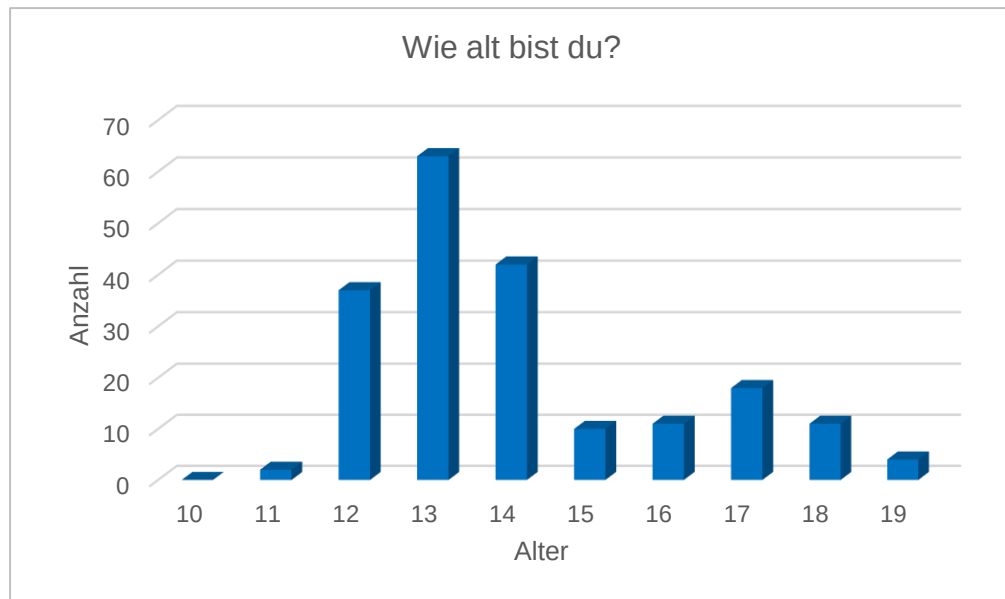


Abbildung 7: Altersverteilung der an der Umfrage teilgenommenen Personen,
Quelle: eigene Darstellung

Die erste Intro Frage, nach den soziodemografischen Fragen behandelte die Nutzung von sozialen Netzwerken. Auf die Frage, ob soziale Netzwerke verwendet werden, antworteten 99% mit ja, und nur 1% mit nein.

Somit ist es offensichtlich, dass die Welt der sozialen Netzwerke in den Alltag der Kinder und Jugendlichen eingekehrt ist, und heutzutage fast schon als Pflicht gilt.



Abbildung 8: Anzahl der Befragten, die soziale Netzwerke nutzen, Quelle: eigene Darstellung

Auf die Frage, welche sozialen Netzwerke von den einzelnen Benutzern verwendet wurden, gab es von den meisten Personen mehrere Angaben.

Wie auch bei den offiziellen Umfragen in Deutschland 2017 liegt hier YouTube an erster Stelle. Da die Autorin der Arbeit das soziale Netzwerk WhatsApp bewusst nicht auf die Liste gesetzt hatte, konnte beobachtet werden dass dieses von fast der Hälfte der Teilnehmer, genauer gesagt 95 Personen, bei Sonstiges hinzugefügt wurde. Es wird festgestellt, dass die soziale Plattform Facebook bei den Heranwachsenden an Bedeutung verliert. Dies kann daran liegen, dass sich auch viele Erwachsene in diesem sozialen Netzwerk anmelden, und die Heranwachsenden somit nicht mehr ihre Privatsphäre haben und sich beobachtet fühlen. Dafür gewinnt der Instant Messaging Dienst Snapchat an jugendlichen Nutzern. Dieser liegt auf Platz drei, nach YouTube und Instagram. Nur 32 befragte Personen gaben an, den Nachrichtendienst Twitter zu verwenden. Dafür verwenden Google+ aber fast die Hälfte der befragten Schüler und Schülerinnen.

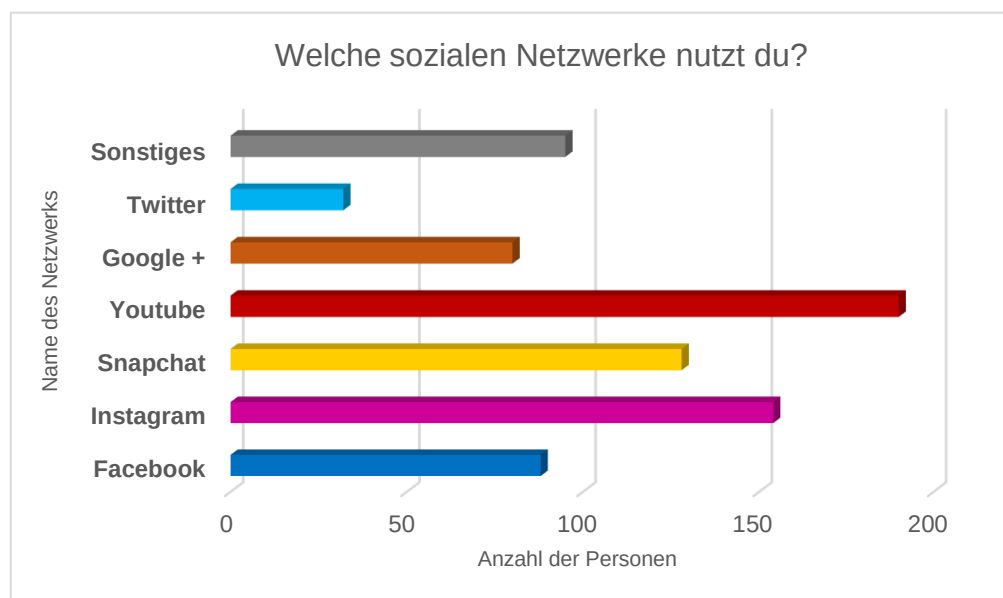


Abbildung 9: von den Teilnehmern genutzte soziale Netzwerke, Quelle: eigene Darstellung

Die Frage über die verbrachte Zeit in den sozialen Netzwerken beantwortete die Mehrheit der Kinder und Jugendlichen mit 2-3 Stunden. 48 der Befragten Schüler verweilen am Tag 3-4 Stunden in sozialen Netzwerken und 23 Schüler geben sogar an, dass sie sich mehr als 5 Stunden auf den entsprechenden Plattformen aufhalten.

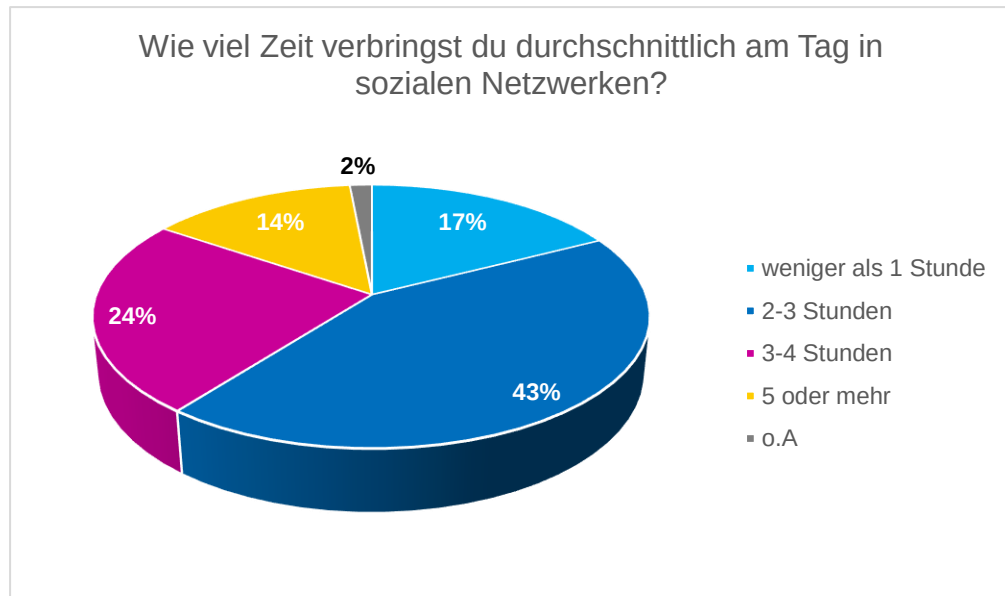


Abbildung 10: verbrachte Zeit in sozialen Netzwerken, Quelle: eigene Darstellung

Wer über die verbrachte Zeit entscheidet ist offensichtlich, nämlich die Schüler selbst. 73% der Heranwachsenden fällen selbst ein Urteil darüber, wann und wie oft sie ihr Smartphone nutzen und auf die sozialen Netzwerke zugreifen. Bei nur 12% der Befragten haben die Eltern hier noch ein Mitspracherecht. Erstaunlich ist, dass es bei nur 7% zwischen den Kindern und Jugendlichen noch Verhandlungen mit den Eltern. Somit wird durch diese Befragung deutlich, dass die Heranwachsenden sich in den meisten Fällen nichts mehr von Ihren Erziehungspersonen sagen lassen beziehungsweise selbst entscheiden, wie viel Zeit sie am Tag in der virtuellen Welt verbringen.

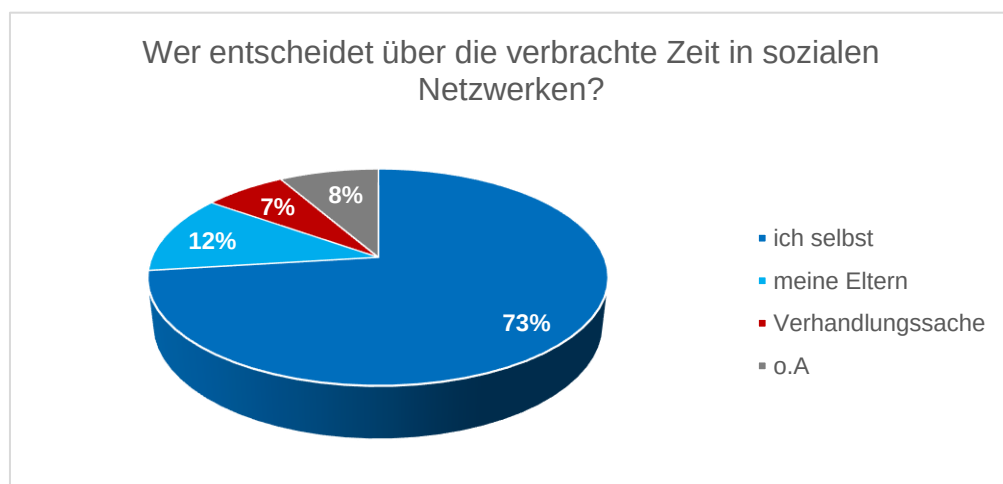


Abbildung 11: Entscheidung über verbrachte Zeit in sozialen Netzwerken,
Quelle: eigene Darstellung

Bei der Frage zu den Aktivitäten in den sozialen Netzwerken war eine Mehrfach Nennung möglich. Hier gaben 145 Personen an, dass sie mit Freunden chatten würden. Fast genauso viele teilen mit, dass sie sich nur geteilte Inhalte anschauen würden. 83 Personen teilen Inhalte mit ihren Freunden und 81 der Befragten kommentieren geteilte Inhalte.

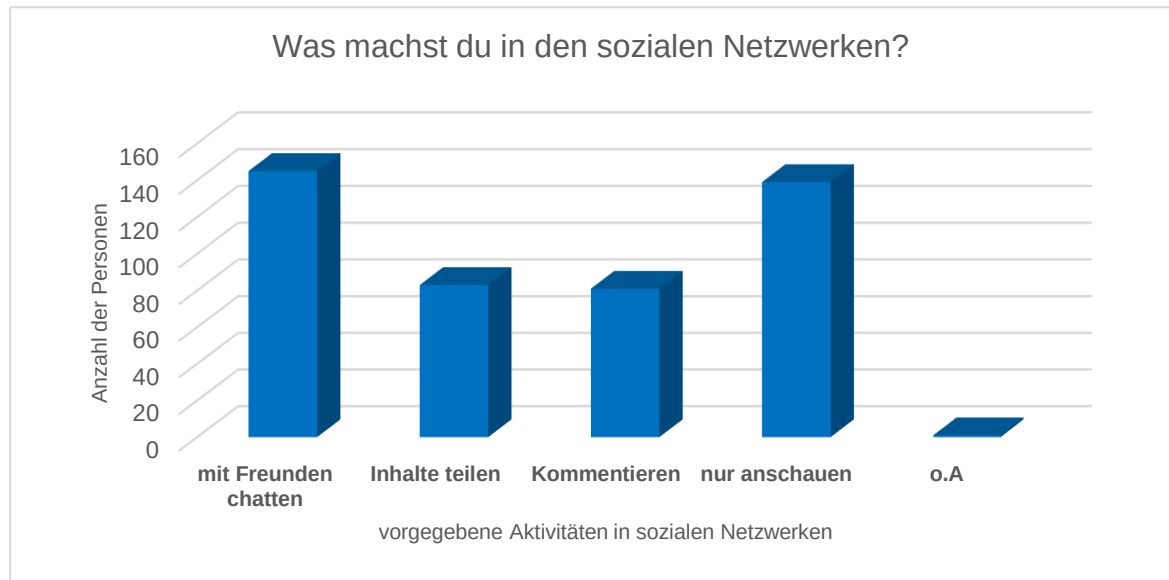


Abbildung 12: Aktivitäten in sozialen Netzwerken, Quelle: eigene Darstellung

Um genauer auf die Problematik der Nutzung von sozialen Netzwerken durch Kinder und Jugendliche einzugehen, enthielt der Fragebogen im letzten Teil die Fragen zu dieser Thematik. Somit wurden die Heranwachsenden zunächst befragt, inwiefern ihnen diese Problematik bekannt ist und aus welche Quellen sie darüber informiert werden. Hier sind die Antworten nicht eindeutig. 103 der befragten Schüler und Schülerinnen haben bereits von Problemen in sozialen Netzwerken gehört. Die Nachrichten gelten bei fast 50% der Befragten als Hauptinformationsquelle. Nur 17 Schüler geben an, dass dieses Thema in der Schule angesprochen wurde, und 7 Schüler wurden von Ihren Eltern über dieses Anliegen aufgeklärt. Im Gegensatz dazu gaben 95 Schüler an noch nie von Schwierigkeiten und Probleme in sozialen Medien selbst gehört zu haben.

Wie aus der folgenden Abbildung zu entnehmen, geben 144 der befragten Kinder und Jugendlichen an, keine eigenen Erfahrungen mit Problemen in sozialen Netzwerken gemacht zu haben. Jedoch 44 Personen, nahezu ein Drittel der Befragten haben nach eigener Aussage bereits Erfahrungen mit dieser Problematik gemacht zu haben. Hier wurden Probleme wie Sucht oder Mobbing von der Autorin als Beispiele aufgeführt.

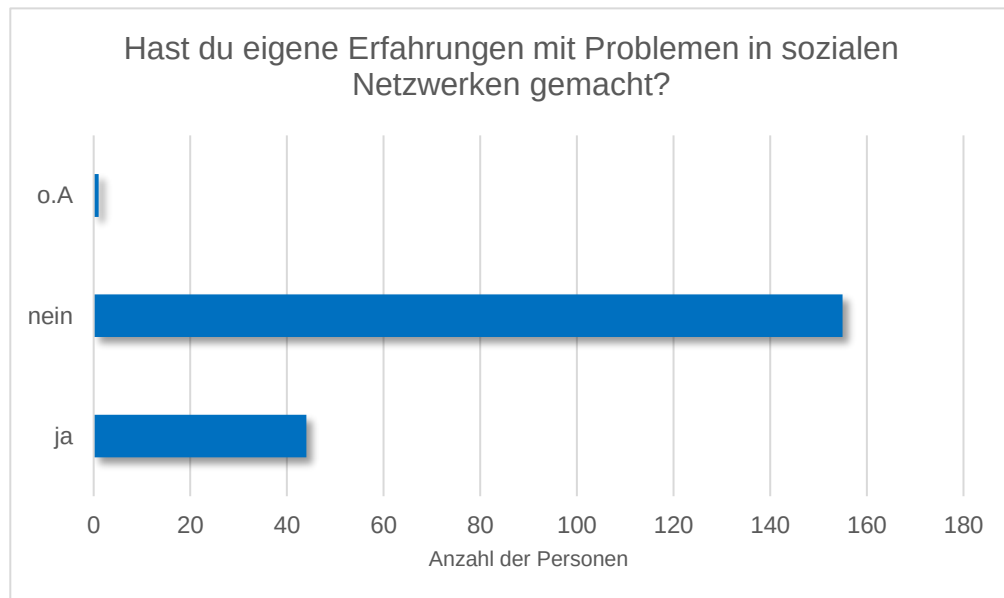


Abbildung 13: Angaben zu eigen gemachte Erfahrungen mit Problemen,
Quelle: eigene Darstellung

Die Wichtigkeit der Thematik ist der Mehrheit der Befragten klar. 142 der Jugendlichen empfinden das Thema als sehr wichtig oder wichtig. Der Rest der Heranwachsenden interessiert sich mäßig, bis gar nicht für die Wichtigkeit des Themas.

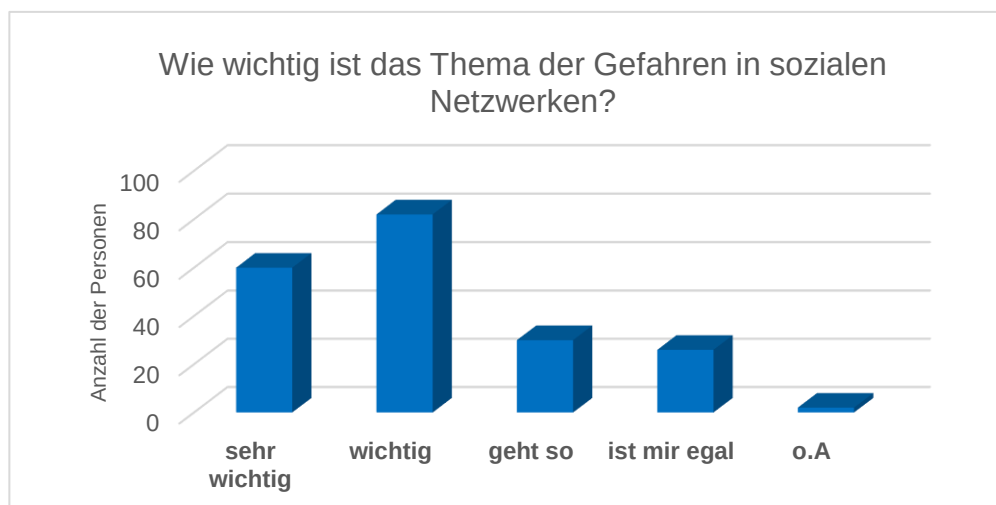


Abbildung 14: Wichtigkeit der Thematik für die Befragten, Quelle: eigene Darstellung

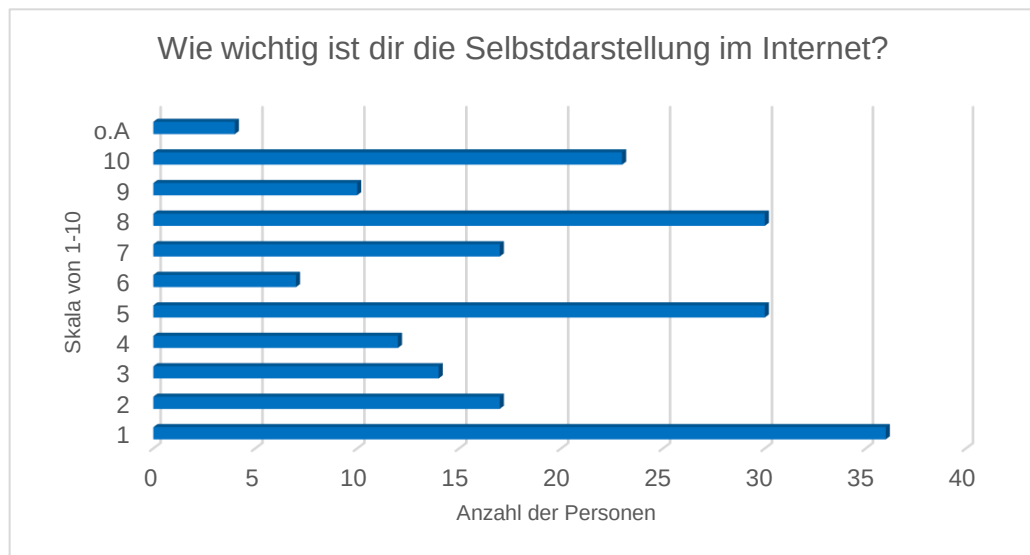


Abbildung 15: Wichtigkeit der Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken,

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 15 zeigt, wie bedeutend den Kindern und Jugendlichen die Selbstdarstellung im Internet ist. Hier gibt es mehrere Ausschläge zu beobachten. Einerseits gibt es eine Personengruppe, denen egal ist, wie und ob sie sich im Internet präsentieren. Andererseits wird auch viel Wert auf die Darstellung im Internet gelegt, häufig mit der Begründung, gesehen werden zu wollen. Auch die Sichtbarkeit von Profilen bei späteren Arbeitsgebern oder Kollegen wurde bei vielen als Begründung angegeben, weshalb Selbstdarstellung im Internet von Bedeutung sei. Wobei hier eindeutig sichtbar wird, dass die befragten Mädchen sich oftmals mehr bemühen, perfekte Profildarstellungen aufzuweisen als die Jungen.

Die abschließende Frage zur Nutzung von Datenschutzeinstellungen wurde von der Mehrheit der Heranwachsenden mit ja beantwortet. 72% der Befragten geben an die Datenschutzeinstellungen von sozialen Netzwerken zu verwenden. Trotzdem sollte uns zu denken geben, dass knapp ein Drittel (27%) sich noch nicht mit der Sicherung ihrer Daten auf den Plattformen beschäftigt.

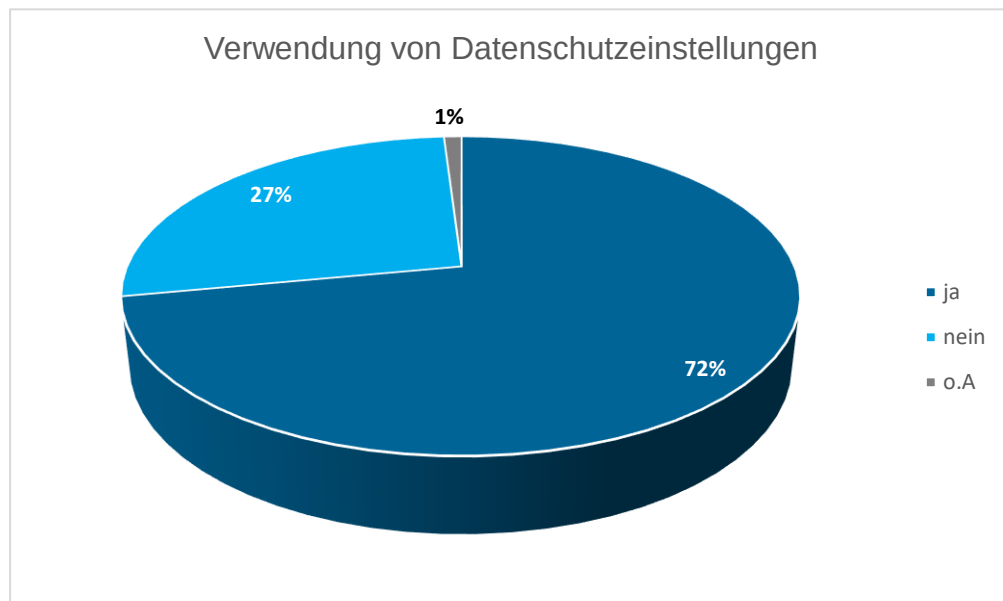


Abbildung 16: Anteil der Jugendlichen die Datenschutzeinstellungen verwenden,
Quelle: eigene Darstellung

Nachdem die Ergebnisse vorgestellt wurden, sollen im Folgenden die aufgestellten Hypothesen verifiziert oder falsifiziert werden.

Die erste Hypothese bezieht sich auf die Auseinandersetzung der Kinder und Jugendlichen mit Problemen und Risiken von sozialen Netzwerken: H1 behauptet, dass weniger als 50% der befragten Kinder und Jugendlichen sich genauer mit Problemen und Risiken in sozialen Netzwerken beschäftigt haben. Diesbezüglich wurde mit der Frage, ob die Heranwachsenden bereits von Gefahren gehört haben, herausgefunden wie verbreitet die Thematik bei der Zielgruppe wirklich ist. 52% der Befragten geben an, von der Problematik gehört und sich damit beschäftigt zu haben, hingegen haben 48% diese Frage verneint. Hiermit lässt sich erfreulicherweise die aufgestellte Hypothese zwar nicht eindeutig aber doch widerlegen.

Die Hypothese 2 zielt auf die Selbstdarstellung im Netz insbesondere durch Mädchen ab. Diese Hypothese kann durch die ungleiche Teilnahme von Mädchen und Jungs nicht genau verifiziert werden. Dennoch geben 69% der befragten Mädchen an, dass sie darauf achten, wie sie sich im Internet präsentieren. Gezählt wurden hier Ergebnisse die auf einer Skala von 1-10 zwischen 5 und 10 eingestuft wurden. Die restlichen Mädchen geben an, dass die Selbstdarstellung im Internet eher unwichtig ist und liegen somit auf der Skala zwischen 1 und 5. Im Vergleich dazu sind die Ergebnisse bei den männlichen

Teilnehmern der Umfrage nicht so deutlich einzuordnen. Zumindest finden 54% der befragten Jungs, dass die Selbstdarstellung im Internet eine wichtige Rolle spielt. 46% geben an, dass für sie das Auftreten in sozialen Netzwerken unwichtig ist.

H3 besagt, dass das Thema „Gefahren von sozialen Netzwerken“ als nicht wichtig eingestuft wird und kann durch die Auswertung der Frage 9 aus dem Fragebogen falsifiziert werden. Hier wird deutlich dass 71% der Befragten die Thematik als sehr wichtig oder wichtig einordnen. Nur 28% der Schüler und Schülerinnen bewerten das Thema als unwichtig. Die restlichen 2% haben hierzu keine Angabe gemacht.

Zur vierten Hypothese, welche besagt, je mehr Zeit die Befragten im Internet verbringen, desto häufiger haben sie Kontakt mit Gefahren in sozialen Netzwerken, wurde zunächst die verbrachte Zeit im virtuellen Raum abgefragt. Anschließend wurde nach eigenen Erfahrungen mit Problemen wie beispielsweise Sucht oder Mobbing gefragt. Um die Hypothese verifizieren oder falsifizieren zu können, wurde die Zeit, die die betroffenen Personen angegeben haben genauer untersucht. Von den 43 Personen, die angaben bereits Erfahrungen mit Problemen in sozialen Netzwerken gemacht zu haben, sind 63% drei oder mehr Stunden täglich im Internet unterwegs. Die restlichen 37% geben an sich weniger als drei Stunden in der virtuellen Welt aufzuhalten. Somit lässt sich die Hypothese verifizieren.

Die Autorin geht davon aus, dass sich die Ergebnisse durch die Befragung von Kindern und Jugendlichen in einer Großstadt verändert hätten.

6 Schlussbetrachtung

Das folgende Kapitel dieser wissenschaftlichen Arbeit fasst alle vorhergehenden Kapitel noch einmal zusammen um einen Überblick über die behandelten Themengebiete zu geben. Des Weiteren folgen ein abschließendes Fazit der Autorin und ein Ausblick, wie sich die Thematik möglicherweise in der Zukunft entwickeln wird.

6.1 Zusammenfassung

Um dem Leser die Thematik der Probleme und Risiken bei der Nutzung von sozialen Netzwerken zu erläutern, wurde in der Einleitung die Nutzung von Smartphones beschrieben und die betroffene Zielgruppe, die sogenannte Generation der „Digital Natives“ abgegrenzt und detailliert.

Da Medienkompetenz die theoretische Grundlage der Problematik bildet, wurde diese in Kapitel 2 thematisiert. Medienkompetenz muss erlernt werden, um die Medien zu hinterfragen, anzunehmen oder auch abzulehnen. Deswegen ist es von großer Bedeutung, dass die Heranwachsenden einen kompetenten Umgang mit den neuen Kommunikationsstrukturen erlernen. Parallel zu zukünftigen Kommunikationsformen, stehen die zuständigen Erziehungspartner wie Eltern, Schule und Sozialarbeiter in der Pflicht, die Medienerziehung adäquat weiter zu entwickeln. Dass die Sozialkompetenz als Bestandteil der Medienkompetenz betrachtet werden muss, wurde im darauf folgenden Kapitel erklärt. Bereits im jungen Alter werden, durch die Vorbildfunktion der Eltern, Grundsteine gelegt. Ein gutes Selbstwertgefühl, gesundes Selbstvertrauen, Eigenverantwortung und Selbstdisziplin sind die besten Voraussetzungen für eine hohe Medienkompetenz. Wie wichtig die Medienerziehung als Teil der Medienkompetenz in der heutigen Zeit ist, wurde im darauf folgenden Kapitel aufgezeigt. Es wurde herausgearbeitet, dass die Medienerziehung nicht durch einzelne Personen erfolgen kann, sondern nur durch die Zusammenarbeit der einzelnen Instanzen nachhaltig funktionieren kann. Das dritte Kapitel befasste sich grundlegend mit den sozialen Netzwerken im Internet. Hier wurde erläutert das Social Media und soziale Netzwerke nicht gleichgesetzt sind. Soziale Netzwerke bilden nur eine Untergruppe der sozialen Medien, und gehören somit zu der Gattung der Plattformen. Darauffolgend wurde die fast identische Funktionsweise der Internetplattformen aufgezeigt und anhand der sozialen Netzwerke Instagram und Facebook definiert.

Mit den gesammelten Informationen hat die Verfasserin im zweiten Teil der Arbeit eine empirische Forschung durchgeführt. In Form eines schriftlichen Fragebogens, wurden Kinder und Jugendliche zur Thematik befragt. Soziale Netzwerke begleiten die Heranwachsenden im Alltag, dies wird auch in der Auswertung der Befragung sichtbar. Die durchgeführte Umfrage hat gezeigt, dass Kinder und Jugendliche aus der Zielgruppe im Durchschnitt drei Stunden in den sozialen Netzwerken verbringen und teilweise bereits eigene Erfahrungen mit Gefahren, wie Mobbing oder Sucht gemacht haben. Dass die Thematik von den Heranwachsenden größtenteils als wichtig eingestuft wird, zeigt das Interesse am Erlernen der notwendigen Kompetenzen.

6.2 Ausblick

Soziale Netzwerke werden in der Zukunft bei Kindern und Jugendlichen mit Sicherheit nicht an Bedeutung verlieren. Wie die folgende Statistik darstellt, zeigt die Beliebtheit der sozialen Netzwerke einen stetigen Anstieg bis in das Jahr 2022.



Abbildung 17: Zukunftsprognose Nutzung sozialer Netzwerke, Quelle: www.statista.de (2017)

Dabei kann beobachtet werden, dass bei Kindern und Jugendlichen vor allem die Beliebtheit des sozialen Netzwerks Facebook zurück geht. Da inzwischen auch die Eltern Facebook nutzen, und somit die Möglichkeit besteht, dass sie Posts ihrer Kinder einsehen können, liegt die Vermutung nahe, dass jüngere Nutzer aus diesem Grund auf andere Plattformen wechseln. Laut JIM Studie nutzen zwar noch immer 43% der Befragten regelmäßig diese soziale Plattform, darunter aber vor allem die 18-19 Jährigen. Im weiteren Verlauf zeigt die Studie, dass Snapchat bei den 12-19 Jährigen immer beliebter wird. Die App gilt als Instant-Messaging-Dienst, der es erlaubt, Fotos und Videos zu versenden, die sich aber nach einer bestimmten Zeit selbst löschen und somit nicht mehr für andere Nutzer sichtbar sind (Vgl. Ryte GmbH 2017). Auch Instagram gewinnt im Alltag der Heranwachsenden immer mehr an Bedeutung. 51% der Kinder und Jugendlichen gebrauchen diese Art der Kommunikationsanwendung. Anders wie bei den gezeigten Beispielen ist ein deutlicher Unterschied zwischen den Geschlechtern zu erkennen. 44% der Jungen und 60% der Mädchen nutzen regelmäßig Instagram. Auch Messaging Dienst WhatsApp gewinnt stetig an Bedeutung und ist aus dem Alltag der Heranwachsenden nicht mehr wegzudenken.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass eine zunehmende Nutzungsintensität der Zielgruppe zu beobachten ist, die vor allem aus dem Einsatz mobiler Systeme, wie Smartphones und Tablets resultiert. Die Möglichkeit der orts- und zeitunabhängigen Nutzung ist das optimale Hilfsmittel für die Freizeitgestaltung der Heranwachsenden. Es ist zu beobachten, dass die Verbreitung von weltweiten sozialen Netzwerken ständig weiter zunimmt, und täglich neue Apps für unterschiedliche Anwendungen angeboten werden (Vgl. Gabriel, Röhrs 2017, S.156).

Literaturverzeichnis

Adler, Eric (2012): Schlüsselfaktor Sozialkompetenz. Was uns allen fehlt und was wir noch lernen können. Berlin: Econ.

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, juris (o.J.): Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie §22 (https://www.gesetze-im-internet.de/kunsturhg/_22.html) verfügbar am 17.12.2017)

Baumeister, Roy F. (1982): A self-presentational view of social phenomena. In: Psychological Bulletin. 1982 (Heft 91), S. 3-26.

Boyd, Danah (2014): Es ist kompliziert. Das Leben der Teenager in sozialen Netzwerken. 1., Aufl. München: Readline Verlag.

Demmler, Kathrin (2017): Und jetzt: Handy aus! In: DIE ZEIT. 2017 (Nr. 283), S.71.

Facebook© (2017): So funktionieren die Neuigkeiten (<https://www.facebook.com/help/327131014036297/>) verfügbar am 24.11.2017)

Flade, Anja (2017): Third places – reale Inseln der virtuellen Welt. Ausflüge in die Cyberspsychologie. Wiesbaden: Springer.

Gabriel, Roland; Röhrs, Heinz-Peters (2017): Social Media. Potenziale, Trends, Chancen und Risiken. Berlin: Springer.

Gapski, Harald; Gräßer, Lars (2007): Medienkompetenz im Web 2.0. Lebensqualität als zielperspektive. In: Gräßer, Lars; Pohlschmidt, Monika (Hrsg.): Praxis Web 2.0. Potenziale für die Entwicklung von Medienkompetenz. Düsseldorf: Kopaed (Schriftreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen, 7), S. 11-34.

Gillespie, Tarleton (2010): The politics of platforms. In: New Media & Society. 2010 (Heft 3), S. 347-364.

Hornung, Gerrit (2015): Datenschutzrechtliche Aspekte der Social Media. In: Hornung, Gerrit; Müller-Terpitz, Ralf (Hrsg.): Rechtshandbuch Social Media. Berlin; Heidelberg: Springer, S.79-123.

Katzer, Catarina (2014): Cybermobbing. Wenn das Internet zur W@ffe wird. Köln: Springer Spektrum.

Lamnek, Siegfried (2006): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. Band I: Methodologie. 4.Aufl. Weinheim: Beltz.

Michelis, Daniel (2012): Social Media Modell. In: Schildhauer, Thomas; Michelis, Daniel (Hrsg.): Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle. 2., Aufl. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S.19-31.

Müller-Schoppen, Erik; Reek, Babette (2014): Psychologische Personalentwicklung kompakt. Meilensteine der Organisationsentwicklung. Norderstedt: BoD – Books on Demand.

Müller-Terpitz, Ralf (2015): Persönlichkeitsrechtliche Aspekte der Social Media. In: Hornung, Gerrit; Müller-Terpitz, Ralf (Hrsg.): Rechtshandbuch Social Media. Berlin; Heidelberg: Springer, S.163-199.

Nerdinger, Friedemann W. (2008): Grundlagen des Verhaltens in Organisationen. In: Von der Oelsnitz, Dietrich; Weibler, Jürgen (Hrsg.): Organisation & Führung 3., aktual. Aufl. Stuttgart: W. Kohlhammer.

Oerter, Rolf; Montada, Leo (Hrsg.) (2002): Entwicklungspsychologie. 5., vollständig überarbeitete Auflage. Weinheim; Basel; Berlin: Beltz Psychologie Verlags Union.

Onpulson© (2017): Soziale Netzwerke (<http://www.onpulson.de/lexikon/soziale-netzwerke/> verfügbar am 17.12.2017).

o.V. (2017): Medien ohne Ende – wann ist viel zu viel? (<https://www.schauhin.info/informieren/extrathemen/medienzeiten.html> verfügbar am 17.12.2017).

Ryte GmbH (2017): Snapchat (www.ryte.com/wiki/Snapchat/ verfügbar am 16.12.2017).

Schmidt, Jan-Hinrik; Taddicken, Monika (Hrsg.) (2017): Handbuch soziale Medien. Wiesbaden: Springer.

Schorb, Bernd (2005): Medienkompetenz: In: Schorb, Bernd; Anfang, Günther; Demmler, Kathrin (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. Praxis. München: Kopaed, S.199-204.

Schorb, Bernd; Wagner, Ulrike (2013): Medienkompetenz: Grundlagen und Ziele medienpädagogischen Handelns. In: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche. Eine Bestandsaufnahme. Berlin: Silber Druck oHG, S. 18-23.

Süss, Daniel; Lampert, Claudia; Wijnen, Christine W. (2012) Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. 2., Aufl. Leipzig; München; Zürich: Springer VS.

Theunert, Helga (2009): Medienkompetenz: In: Schorb, Bernd; Anfang, Günther; Demmler, Kathrin (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. Praxis. München: Kopaed, S. 199-204.

Tulodziecki, Gerhard (2011): Zur Entstehung und Entwicklung zentraler Begriffe bei der pädagogischen Auseinandersetzung mit Medien. In: Mooser, Heinz; Grell, Petra; Niesyto, Horst (Hrsg.): Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik. München: Kopaed, S. 11-40.

Zimmermann, Pia (2016): Generation Smartphone. Wie die Digitalisierung das Leben von Kindern und Jugendlichen verändert. Was wir wissen sollten und was wir tun können. Munderfingen: Fischer & Gan.

Anlagen

Regierungsschreiben des Staatsminister Dr. Ludwig Spaenle vom 5. Juli 2017

Der Bayerische Staatsminister für
Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst
Dr. Ludwig Spaenle, MdL



Bayerisches Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst,
80327 München

Per E-Mail

An alle

Schulen in Bayern (per OWA)

Ihr Zeichen / Ihre Nachricht vom

Unser Zeichen (bitte bei Antwort angeben)
I.6-BS1356.3/11/1

München, 5. Juli 2017
Telefon: 089 2186 2723

Masterplan BAYERN DIGITAL II: Digitalisierung an unseren Schulen gemeinsam gestalten

Sehr geehrte Frau Schulleiterin,
sehr geehrter Herr Schulleiter,

mit BAYERN DIGITAL II hat das Kabinett am 30. Mai 2017 einen richtungsweisenden 10-Punkte-Masterplan beschlossen, der in den nächsten fünf Jahren Investitionen im Umfang von insgesamt drei Milliarden Euro vorsieht. Ziel ist es, die Weichen für Bayerns digitale Zukunft zu stellen und die digitalen Chancen für die Menschen im Freistaat zu sichern. Von zentraler Bedeutung ist dabei auch der Schulbereich. Die im Januar 2016 veröffentlichte Zukunftsstrategie „Digitale Bildung in Schule, Hochschule und Kultur“ wird damit weiterentwickelt und konkretisiert.

Über ein mehrjähriges Förderprogramm für alle Schulaufwandsträger im Bereich der schulischen IT-Infrastruktur, eine verbesserte Breitbandanbindung, die Stärkung der pädagogischen Angebote von „mebis – Landesmedienzentrum Bayern“ sowie die Verbesserung der

- 2 -

schulischen Systembetreuung an staatlichen Schulen wollen wir den digitalen Wandel in unseren Klassenzimmern vorantreiben.

Der kompetente Umgang mit modernen Informations- und Kommunikationstechnologien stellt heute neben Lesen, Schreiben und Rechnen eine vierte Kulturtechnik dar. Digitalisierung muss daher auch noch stärker Gegenstand von Bildung sein.

Informatik/Informationstechnologie soll Pflichtfach an allen Mittelschulen, Realschulen und Gymnasien werden. Über die Einrichtung von „Profilschulen für Informatik“ wollen wir zudem eine spezifische Schwerpunktbildung einzelner staatlicher Schulen ermöglichen.

Der digitale Wandel betrifft jedoch alle Schulen und sämtliche Fächer. Im Rahmen einer staatlichen Fortbildungsinitiative wollen wir daher die Lehrkräfte dabei unterstützen, die Potentiale der Digitalisierung zu nutzen. Auch in der Lehrerausbildung muss den neuen Anforderungen Rechnung getragen werden. Wir werden es beispielsweise den angehenden Lehrkräften an den lehrerbildenden Universitäten sowie in den Ausbildungsseminaren bzw. an den Seminarschulen ermöglichen, digitale Technologien und Medien praxisorientiert zu erproben und zu evaluieren. Digitale Medien und Werkzeuge sollen zu einem selbstverständlichen Bestandteil von Schule und Unterricht werden. Dazu sollen datenschutzkonforme virtuelle Arbeitsumgebungen für staatliche Lehrkräfte sowie verschlüsselte Schnittstellen zu externen Anwendungen bereitgestellt werden, über welche beispielsweise auf digitale Schulbücher zugegriffen werden kann.

Digitalisierung kann ihr Potential an unseren Schulen aber nur dann entfalten, wenn sie im Rahmen von Schulentwicklung aktiv von der ganzen Schulfamilie gestaltet wird und dieser Prozess in ein schulisches Medienkonzept mündet. Die Erarbeitung derartiger Medienentwicklungspläne wird daher auch als wichtige und notwendige Voraussetzung für die im Masterplan BAYERN DIGITAL II geplanten Fördermaßnahmen angesehen.

- 3 -

Nur auf der Basis eines Schulentwicklungsprozesses, der die Medienarbeit einer Schule aus pädagogischer, organisatorischer und technischer Sicht systematisiert, können die Maßnahmen des Masterplans voll greifen und zu einer Verbesserung des Unterrichts beitragen.

Ich bitte Sie daher, dass Sie sich an Ihren Schulen bzw. in Ihren Schulverbünden im Rahmen Ihrer Schulentwicklungsarbeit dieses Themas annehmen. Unser Ziel muss es sein, dass wir unsere Schülerinnen und Schüler befähigen, sich eigenständig, kreativ und verantwortungsvoll mit der Digitalisierung auseinanderzusetzen und diese aktiv mitzugestalten. Digitale Bildung und Medienbildung sind in all ihren Facetten zentrale fächerübergreifende Bildungs- und Erziehungsziele. Die damit verbundenen Kompetenzen, welche unsere Schülerinnen und Schüler erwerben sollen, sind im „Kompetenzrahmen zur Medienbildung an bayerischen Schulen“ dokumentiert (siehe Anlage). Dieser soll als Grundlage für die schulische Medienentwicklungsplanung und die Erarbeitung von Medienkonzepten dienen.

Ab dem Schuljahr 2017/18 wird das Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung München (ISB) praxisorientierte Informations- und Unterstützungsmaterialien für die Entwicklung von Medienkonzepten bereitstellen, die sukzessive erweitert werden.

Darüber hinaus werden die Schulen zu Beginn des nächsten Schuljahres schulartspezifische Hinweise erhalten.

Empfehlungen zu Maßnahmen, welche Sie bereits jetzt ergreifen können, sowie aktuelle Informationen entnehmen Sie bitte folgender Internetseite:

<https://www.mebis.bayern.de/infportal/konzepte/erstellung-von-medienkonzepten-an-bayerischen-schulen/>

Die Ergebnisse Ihrer Medienentwicklungsplanung sollen bis spätestens zum Ende des Schuljahres 2018/19 in Medienkonzepten dokumentiert sein. Die Schulaufsicht wird Sie in bewährter Weise auf diesem Weg begleiten und unterstützen. Für die staatlichen Schulen ist die Erstellung eines

- 4 -

Medienkonzepts verpflichtend, den übrigen Schulen wird mit Blick auf die Fördermaßnahmen empfohlen, entsprechend zu verfahren.

Lassen Sie uns gemeinsam den digitalen Wandel gestalten und die damit verbundenen Chancen nutzen, ohne die Risiken aus dem Blick zu verlieren.

Im Bereich der schulischen Bildung können und müssen wir die Grundlagen dafür legen, dass die Menschen in Bayern auch künftig von der technologischen Entwicklung in allen Lebensbereichen profitieren und als Gewinner der Digitalisierung diese aktiv mitgestalten können.

Ich danke Ihnen schon jetzt für Ihr Engagement zum Wohle unserer Schülerinnen und Schüler.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Ludwig Spaenle

empirische Forschung im Rahmen der Bachelorarbeit

Fragebogen zum Thema „Welche Gefahren umfasst die Nutzung von sozialen Netzwerken für Kinder und Jugendliche“

Nimm dir bitte kurz Zeit um die untenstehenden Fragen sinngemäß zu beantworten.

1. Wie alt bist du? _____
2. Welches Geschlecht hast du? ☐ weiblich ☐ männlich
3. Welche Schule und welche Klasse besuchst du?
☐ Realschule / Mittelschule ☐ Gymnasium ☐ Berufsschule
☐ Sonstige: _____
4. Benutzt du soziale Netzwerke? ☐ ja ☐ nein
Wenn ja, welche?
☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Snapchat ☐ Youtube
☐ Google+ ☐ Twitter ☐ Sonstiges: _____
5. Wie viel Zeit verbringst du durchschnittlich am Tag in sozialen Netzwerken?
Und wer entscheidet darüber?
☐ weniger als 1 Stunde ☐ 2-3 Stunden ☐ 3-4 Stunden ☐ 5 oder mehr
☐ ich selbst ☐ meine Eltern ☐ Verhandlungssache
6. Was machst du in den sozialen Netzwerken?
☐ mit Freunden chatten ☐ Inhalte teilen ☐ Kommentieren ☐ nur anschauen
7. Hast du schon mal von Problemen in sozialen Netzwerken gehört, wenn ja wo?
☐ ja _____ ☐ nein
8. Hast du eigene Erfahrungen mit Problemen wie Mobbing oder Sucht gemacht?
☐ ja ☐ nein

Noch vier Fragen, dann bist du fertig!

9. Wie wichtig denkst du ist das Thema Gefahr in sozialen Netzwerken?

☐ sehr wichtig

☐ wichtig

☐ geht so

☐ ist mir egal

10. Wie wichtig ist dir auf einer Skala von 1-10 die Selbstdarstellung im Internet?

1

10

warum? _____

11. Verwendest du Datenschutzeinstellungen in den sozialen Netzwerken?

☐ ja

☐ nein

12. Das möchte ich zum Thema der Umfrage noch mitteilen:

Vielen Dank für deine Unterstützung!

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname