

Karolina Esch

**MEDIENKOMPETENZ-  
ANFORDERUNGEN  
2.0**

# Inhaltsverzeichnis

[Die "Netzkinder"](#)

[Das spezifisch Neuartige an Neuen Medien](#)

[Alltäglichkeit von Digitalen Medien bei Jugendlichen](#)

[Empirische Befunde zum Gebrauch Neuer Medien im und neben dem Unterricht](#)

[Curriculare Grundlagen](#)

[Rechtliche Voraussetzungen an bayerischen Schulen](#)

[Das Medienkompetenzmodell bayerischer Gymnasien](#)

[Das Facebook-Verbot im Meinungsspiegel](#)

[Eignung von Neuen Medien für den Einsatz im Unterricht](#)

[Gründe für die Verwendung von Digitalen Medien im Deutschunterricht](#)

[Schulische Medienkompetenzanforderungen 2.0](#)

[Umsetzung von Neuen Medienkompetenzanforderungen im bayerischen Gymnasialunterricht](#)

[Unterrichtsbeispiel zur Berücksichtigung moderner](#)

[Medienkompetenzanforderungen](#)

[Fazit](#)

[Anmerkungen](#)

[Literaturverzeichnis](#)

[Impressum](#)

# Die "Netzkinder"

---

**"Wir, die Netzkinder, [...] sind mit dem Internet und im Internet aufgewachsen. Darum sind wir anders. [...] Für uns ist das Internet keine externe Erweiterung unserer Wirklichkeit, sondern ein Teil von ihr: eine unsichtbare, aber jederzeit präsente Schicht, die mit der körperlichen Umgebung verflochten ist. Wir benutzen das Internet nicht, wir leben darin und damit. [...] Das Internet ist für uns keine Technologie, deren Beherrschung wir erlernen mussten und die wir irgendwie verinnerlicht haben. Das Netz ist ein fortlaufender Prozess, der sich vor unseren Augen beständig verändert, mit uns und durch uns. [...] Wir sind im Internet aufgewachsen, deshalb denken wir anders. Die Fähigkeit, Informationen zu finden, ist für uns so selbstverständlich, wie für euch die Fähigkeit, einen Bahnhof [...] in einer unbekanntem Stadt zu finden. Wir wissen, dass wir die benötigten Informationen an vielen Stellen finden werden, wir wissen, wie wir an diese Stellen gelangen und wir können ihre Glaubwürdigkeit beurteilen. Wir haben gelernt zu akzeptieren, dass wir statt einer Antwort viele verschiedene Antworten finden, und aus diesen abstrahieren wir die wahrscheinlichste Version und ignorieren die unglaubwürdigen. Wir selektieren, wir filtern, wir erinnern – und wir sind bereit, Gelerntes auszutauschen gegen etwas Neues, Besseres, wenn wir darauf stoßen. Für uns ist das Netz eine Art externe Festplatte. Wir müssen uns keine unnötigen Details merken [Hervorhebung der Verfasserin]." [1](#)**

Dieser Ausschnitt aus der Generationenbeschreibung von Piotr Czerski reicht aus, um zu verstehen, wie stark die heutige Jugend mit dem Medium Internet assoziiert werden kann. Nicht umsonst trägt der beinahe als Manifest zu bezeichnende Artikel den Titel „Wir, die Netz-Kinder“. Die ersten Zeilen sind hinreichend, um das Lebensgefühl, das dieser Altersgruppe innewohnt, auch aus erwachsener Perspektive nachzuvollziehen. Nimmt man den Artikel von Czerski ernst, so muss man erkennen, dass Neue Medien<sup>2</sup> und neue Kommunikationsformen ein fester Bestandteil der Gesellschaft geworden und fest im Lebensalltag von Jugendlichen verankert

sind. Gogolin und Lenzen haben schon 1999 die jüngere Altersgruppe als „Medien-Generation“<sup>3</sup> bezeichnet. Die oft auch als *Digital Natives*<sup>4</sup> bezeichnete Altersklasse wächst in einem selbstverständlich vernetzten und digitalen Rahmen auf – selbstverständlich allerdings nur für diese Generation selbst.<sup>5</sup> Älteren Altersgruppen erscheint vieles davon fremd. Denn technische Entwicklungen verändern das Leben inzwischen so schnell und so stark, dass viele Menschen und Institutionen mit dieser Entwicklung nicht Schritt halten können. Die Frage ist, ob Czerskis Feststellung, nach der die gegenwärtige Generation von Jugendlichen die neuen Technologien ohne Zutun beherrscht, nicht zu weit geht. Die mediale Öffentlichkeit schließt sich Czerskis positiver Sichtweise und dem Glauben daran, dass Kinder und Jugendliche das Netz beherrschen, häufig nicht an. Immer noch sind viele der Meinung, dass Jugendliche Defizite in der Nutzung dieser Technologie aufweisen.<sup>6</sup> Insbesondere Social Media und die veränderte Kommunikation an sich spaltet die Gesellschaft. Zwischen diesen beiden Polen bewegen sich notgedrungen Bildungsinstitutionen. Schulische Verantwortliche befinden sich in einem Dilemma: "Für Schule und andere Bildungsprozesse stellt sich [...] die Frage, ob sie sich dieser Entwicklung entziehen oder entziehen können, um Räume und Zeiträume zu schaffen, in denen die parallel laufenden digitalen Gespräche verstummen und Konzentration möglich wird, oder ob sie Veränderung als Potenzial verstehen, Lehrern und Lernen zu verbessern, mehr auf die Bedürfnisse der Lehrenden und Lernenden abzustimmen und intensiver werden zu lassen."<sup>7</sup>

Dementsprechend akzentuieren die jüngsten Empfehlungen und Beschlüsse des Kultusministeriums in Bayern zwar die Chancen, die im unterrichtlichen Gebrauch Neuer Medien stecken, gleichzeitig finden sich aber auch Stellen, die den Einsatz von Sozialen Medien in und außerhalb der Schule für Lehrer<sup>8</sup> wesentlich einschränken.<sup>9</sup> Dabei gibt es neben zahlreichen Gefahren auch eine Reihe von Gründen, die die Notwendigkeit einer Einbettung Digitaler Medien in den Unterricht zeigen. Eine grundlegende Analyse über den unterrichtlichen Nutzen von Social Media wird trotzdem vielfach nicht unternommen. Sobald Fragen des digitalen Zeitalters diskutiert werden, wird stattdessen Medienkompetenz als allumfassender Lösungsweg für alle vermeintlich darin enthaltenen Probleme aufgezeigt. Jedoch eine *Zauberformel*, bei der keiner mit Klarheit sagen kann, was sich dahinter verbirgt. Der

Begriff *Medienkompetenz* ist an sich durch mangelnde Trennschärfe gekennzeichnet und seine Verwendung oft durch verschiedene Interessen geleitet.[10](#)

Auf die Schule übertragen, stellt sich die Frage, was Medienkompetenz im Web 2.0-Zeitalter[11](#) alles leisten muss, um sowohl einer potentiell notwendigen Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien als auch den damit einhergehenden Gefahren gerecht zu werden. Im Folgenden soll deshalb schulische Medienkompetenz unter dem Zwiespalt der Nutzung Digitaler Medien als gesellschaftliche Notwendigkeit und den gesetzlichen Rahmenbedingungen als Schranken betrachtet werden. Hierzu soll zunächst geklärt werden, was an Neuen Medien so innovativ ist und welche Merkmale für sie charakteristisch sind (Kapitel 2). Im Anschluss daran wird anhand einschlägiger Studien gezeigt, wie stark sie in der Lebenswelt von Jugendlichen verankert sind (Kapitel 3). Das mediale Nutzungsverhalten Jugendlicher kann dann den Grundvoraussetzungen der Lehrer-Nutzung entgegengestellt werden, die neben empirischen Befunden (Kapitel 4.1) auch Curricula (Kapitel 4.2) und Gesetzgebung (Kapitel 4.3) berücksichtigen. Nachdem die Analyse des Medienkompetenzbegriffs bayerischer Gymnasien in Gesetzgebung und Curricula erfolgt ist (Kapitel 5), soll die Eignung von Social Media für den Unterricht festgestellt werden (Kapitel 6). Dazu wird die Diskussion rund um das vermeintliche Verbot sozialer Netzwerke nachgezeichnet (Kapitel 6.1), die Angemessenheit von Neuen Medien als Unterrichtsmittel sowie Unterrichtsinhalt und dem Deutschunterricht im Speziellen überprüft (Kapitel 6.3). In der Folge können dann Anforderungen einer modernen Medienkompetenz herausgestellt (Kapitel 7) und die Berücksichtigung moderner Medienkompetenzanforderungen an bayerischen Gymnasien analysiert werden (Kapitel 8). Abschließend soll die Umsetzung der ermittelten Medienkompetenzanforderungen 2.0 in den Fachunterricht Deutsch anhand eines Unterrichtsvorschlags verdeutlicht (Kapitel 9) und ein Fazit gezogen werden (Kapitel 10).

# Das spezifisch Neuartige an Neuen Medien

---

Das Internet ist zu dem Kommunikations- und Informationsmedium dieser Epoche geworden. Es beeinflusst in großem Umfang die Kommunikation an sich, das Individuum und die Gesellschaft. In diesem Sinne ist McLuhans These: „The medium is the message“<sup>12</sup> so präsent wie nie. Das Medium impliziert nämlich nicht nur das Arbeitsmittel an sich, sondern auch die Wirkungen davon.

Mittlerweile dominieren Medien-Bezeichnungen den gesellschaftlichen Diskurs, die das Neuwertige betonen wollen: Neue Medien, Digitale Medien, Soziale Medien oder Social Media<sup>13</sup> werden dabei zumeist synonym und wenig differenzierend verwendet.<sup>14</sup> Im Sinne von Prenskys *Digital Natives* impliziert das *Neue* der gegenwärtigen Medien eine enge Verbindung zwischen Information, Kommunikation und dem Lebensalltag von Jugendlichen.<sup>15</sup> So soll die jüngere Altersgruppe, die mit den digitalen Kommunikations- und Informationstechniken aufgewachsen ist, sicherer im Umgang mit Digitalen Medien sein als ältere Menschen. Allerdings weist unter anderem Paus-Hasebrink darauf hin, dass es keinen Automatismus gibt, der zu einem kompetenten Umgang mit Social Media bei der jüngeren Generation führt. Stattdessen ist jeder Jahrgang mit einem spezifischen Medienrepertoire und einer eigenen Medienkultur ausgestattet, so dass keine Altersklasse als homogen aufgefasst werden kann. Alle Generationen können durch Merkmale wie Geschlecht, Milieu und Bildungsgrad differenziert werden.<sup>16</sup> Somit muss das Innovative Digitaler Medien in anderen Spezifika zu finden sein.

Eine gängige Definition von Neuen Medien betont beispielsweise Verfahren, die "mittels neuer Technologien Informationen auf bisher nicht gebräuchlichen Wegen verarbeiten. Dies bedeutet, dass verschiedene Generationen jeweils verschiedene Medien als ‚Neue Medien‘ angesehen haben [...]. Gegenwärtig sind das Internet, aber auch digitale Musikdateien wie MP3-Dateien, digitale

Spiele und Filme sowie Kommunikationsmittel wie das Handy Bestandteil der Neuen Medien. Kennzeichnend für die gegenwärtigen Neuen Medien ist insbesondere ihre Interaktivität.<sup>17</sup> Für Groebel stellt die Interaktivität aber nicht das einzig Relevante an Sozialen Medien dar. Er formuliert weitere Merkmale, die diese Art von Medien beschreiben sollen. Er spricht unter anderem von der Informationsfülle, Mobilität, Unmittelbarkeit, der Simulation von Realität, der Vernetzung der alten und neuen Umwelt und von Konvergenz – dem Verschwimmen der Grenzen von Medien und Medieninhalten.<sup>18</sup>

Eine andere Sichtweise auf die Frage nach dem Besonderen an dieser Medienform hat Zorn. Für sie ist herausstechend, dass das Internet Inhalte nicht nur speichert und transportiert, sondern auch generiert.<sup>19</sup> So sieht Zorn einen wesentlichen Unterschied zu *traditionellen* Medien in den "veränderten – nämlich softwarebasierten – Herstellungsprozessen und Wirkungsweisen. ‚Softwarebasiert‘ meint in diesem Zusammenhang [...] [,] dass Medieninhalte softwarebasiert berechnet werden. [...] Während traditionelle Radiosender und Zeitungen festgelegte Inhalte und Werbung präsentieren, können Digitale Medien aufgrund der konstruierten Softwarestrukturen auf ihre Nutzer reagieren."<sup>20</sup>

Eng verbunden mit den Digitalen Medien ist der 2004 von O'Reilly geprägte Begriff des Web 2.0.<sup>21</sup> Auch dieser beinhaltet durch die Zahlenfolge 2.0 eine Komponente der Erneuerung.<sup>22</sup> O'Reilly glaubt, dass das Internet mittlerweile technisch derart vereinfacht wurde, sodass keine Programmiersprache mehr dazu nötig sei, um individuelle Inhalte ins Web stellen zu können. Das Netz ist demnach für eine breite *User*-Masse erschlossen. Aus diesem Grund kann man es auch als Mitmach-Medium bezeichnen.<sup>23</sup> Die Nutzung als reines *Mitmach-Medium*, das keine rezeptiven Züge mehr aufweist, stellen jedoch viele Experten in Frage, da insbesondere Jugendliche das Potential auf diesem Gebiet nicht hinreichend ausschöpfen sollen.<sup>24</sup> Trotzdem gibt es keinen Zweifel daran, dass der *User* des Web 2.0 nicht mehr als reiner Konsument und Informationsempfänger definiert werden kann, da er aktiv im und am Internet partizipiert und so die Unterscheidung zwischen Produzierenden und Konsumierenden im Web 2.0 hinfällig macht.<sup>25</sup> Wampfler konstatiert hierzu: "Der Paradigmenwechsel vom Web 1.0 zum Web 2.0 wird gemeinhin als der Übergang von einer »one-to-many«- zu einer »many-to-many«-



Kommunikationsanlage verstanden. Die Web-Inhalte werden nicht exklusiv von einer berechtigten Redaktion erstellt, sondern von den Usern maßgeblich mitbestimmt. Inhalte im Web 1.0 konnten konsumiert werden, im Web 2.0 werden sie »prosumiert«: Konsum und Produktion verschmelzen im Idealfall."[26](#)

Nach Burger ist der interaktive und kollaborative Ansatz des Web 2.0 dafür verantwortlich, dass der Begriff immer mehr durch die Bezeichnung Social Media ersetzt wird.[27](#) Im Austausch von nutzerbasierten Inhalten über soziale Netzwerke[28](#), Wikis[29](#) und Blogs[30](#) wird ein Beziehungsgeflecht, ein virtuelles Netzwerk, aufgebaut. Daher werden „Internet-Technologien bzw. -Dienste, die auf den Kerngedanken des Web 2.0 basieren“[31](#), also auf „aktive[r] Partizipation, Vernetzung, Kommunikation und Kollaboration“[32](#), häufig als Social Media bezeichnet. Neue Medien zeichnen sich daher insbesondere durch die Möglichkeit der unmittelbaren, mobilen Partizipation bzw. Kommunikation und der damit einhergehenden Produktion von Inhalten aus. Medien sind dementsprechend viel weniger starr als früher. Sie können nicht nur andere auditive und visuelle Medien integrieren, sondern auch mithilfe algorithmischer Berechnungen auf den jeweiligen Nutzer eingehen.[33](#) Allerdings stellt die Fülle an Informationen sowie das Verschwimmen von Grenzen zwischen Realität und Virtualität sowie von Medium und Inhalt die Nutzer vor diverse Probleme.

Aber auch wenn es gute Gründe gibt von Neuen Medien zu sprechen, ist die Tatsache unumkehrbar, dass diese irgendwann alt werden. Die Frage, die sich angesichts der im nächsten Kapitel beinhalteten Nutzungsstudien stellt, ist daher auch, ob Neue Medien noch neu sind oder nicht schon dem Standardrepertoire der technischen Ausstattung angehören.



# Alltäglichkeit von Digitalen Medien bei Jugendlichen

---

Um die alltäglichen Mediengewohnheiten der jüngeren Altersgruppe feststellen zu können, finden seit Jahren regelmäßig Befragungen zu ihrem Medienverhalten statt. Insbesondere die JIM-Studie<sup>34</sup> und die ARD/ZDF-Onlinestudie<sup>35</sup> haben sich auf diesem Gebiet etabliert. Ergänzt wird die Datenlage durch die Studie „Jung und vernetzt – Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft“ des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom)<sup>36</sup> sowie die qualitative Untersuchung „Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt“ des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)<sup>37</sup>. Die jüngsten Ergebnisse der Medienuntersuchungen weisen darauf hin, dass die starke Verbreitung von Smartphones und mobilem Internet Bereiche wie die Kommunikation, Information, Unterhaltung, aber auch die Mediennutzung selbst stark verändert haben.<sup>38</sup>

Die Verfasser der JIM 2014-Studie ziehen den Schluss, dass hinsichtlich des Computers, Handys, Fernsehers und Internetzugangs eine nahezu Vollausstattung der Haushalte erreicht ist. Mittlerweile sind fast alle Jugendlichen sogar mit einem eigenen Internetanschluss und Handy ausgestattet.<sup>39</sup> Im Vergleich zu den Vorjahren ergibt sich allein ein beträchtlicher Anstieg bei der Ausstattung mit Tablet-PCs<sup>40</sup> und Smartphones.<sup>41</sup> Korrespondierend mit der Ausstattung zeigen sich die Nutzungsgewohnheiten von Jugendlichen sowie die Relevanz einzelner Medien für diese Altersklasse. So liegen die Nutzungs- und Zustimmungsraten von Internet und Handy in den letzten Jahren stabil zwischen 80 und 90 Prozent.<sup>42</sup>

Die Haltung der Eltern in Bezug auf den Internet-Gebrauch ihrer Kinder scheint im Vergleich zu früheren Befragungen permissiver geworden zu sein. JIM 2013 zufolge brauchen nur noch 10 Prozent der Jugendlichen die Einwilligung

der Eltern, um im Internet surfen zu dürfen.<sup>43</sup> Auch die MC Afee-Studie<sup>44</sup> weist darauf hin, dass knapp 71 Prozent der Jugendlichen das Vertrauen der Eltern hinsichtlich ihres Online-Verhaltens genießen. Allerdings zeigen die Ergebnisse der MC Afee-Studie auch, dass dieses häufig nicht gerechtfertigt ist, da rund 40 Prozent der Jugendlichen Webseiten anschauen, mit denen ihre Eltern nicht einverstanden wären.<sup>45</sup> Auch die DIVSI U25-Studie bestätigt, dass Jugendliche ihr Online-Verhalten weitestgehend selbstständig regulieren und den Eltern kaum Möglichkeiten der Kontrolle zugestehen. Darüber hinaus stellen Erwachsene wie Eltern und Lehrer ohnehin keinen Ansprechpartner zum Thema Internet und Sicherheit für Jugendliche dar, da Diskussionen zu diesen Themen als unangenehm problemzentriert und zu oberflächlich argumentiert wahrgenommen werden.<sup>46</sup> Widersprochen wird einem solchen Trend durch die BITKOM-Studie. Ihren Ergebnissen zufolge achten Eltern heutzutage viel strenger auf die Internetnutzung ihrer Kinder als noch wenige Jahre zuvor. So geben zwei Drittel der Jugendlichen an, dass sie von ihren Eltern gebeten worden sind, nicht zu viel Privates im Internet preiszugeben.<sup>47</sup>

Im Rahmen der Studienergebnisse der JIM-Studie aus dem Jahr 2013 kam der zeitlichen Ausdehnung der Internetnutzung von Jugendlichen besondere Aufmerksamkeit zuteil. So kam es in der medialen Öffentlichkeit zu einem Aufruhr, da sowohl die JIM-Studie als auch die ARD/ZDF-Onlinestudie zu dem Ergebnis gekommen sind, dass Jugendliche fast drei Stunden am Tag im Internet verbringen.<sup>48</sup> Ein Jahr später wächst der Wert erneut um 20 Minuten auf 192 Minuten am Tag.<sup>49</sup> Mit steigendem Alter weisen Jugendliche sogar eine Nutzungsdauer auf, die noch weit über dem Durchschnittswert liegt.<sup>50</sup> Den allgemeinen Anstieg erklären die Verfasser der JIM-Studie sowie der ARD/ZDF-Onlinestudie insbesondere mit der erhöhten Anzahl von Smartphone-Besitzern, der steigenden Nutzung unterschiedlicher Optionen des Internets sowie einem allgemein größeren Bedürfnis nach Erreichbarkeit.<sup>51</sup> Die Autoren der DIVSI U25-Studie ergänzen, dass Jugendliche mittlerweile die Grenzen zwischen Online- und Offline-Zeiten als fließend empfinden. Mit dem Smartphone und (zum Teil) dem Tablet als ständigem Begleiter ist eine fortwährende Verfügbarkeit inbegriffen.<sup>52</sup> Dieser Sachverhalt wird allerdings nicht mehr unbedingt positiv aufgenommen. Mehr als die Hälfte der jugendlichen Handybesitzer fühlt sich von der Flut an eingehenden Nachrichten genervt. Trotzdem kommt für ein Viertel von ihnen das

Ausschalten des Smartphones nicht in Frage, da die Befürchtung, etwas zu verpassen, zu groß ist.<sup>53</sup> Betrachtet man im Vergleich die Zeit der häuslichen Computernutzung für die Erledigung von Hausaufgaben, so kommt man auf einen durchschnittlichen Wert von nur 51 Minuten pro Tag. Die Zeitspanne nimmt aber auch hier mit steigendem Alter zu.<sup>54</sup>

Nahezu die Hälfte der Zeit im Internet wird mit kommunikativen Tätigkeiten gefüllt.<sup>55</sup> Neben dem Chatten, der Verständigung in sozialen Netzwerken, dem Verfassen von E-Mails spielt auch die Internettelefonie auf der Plattform *Skype* eine Rolle.<sup>56</sup> *Instant Messenger*<sup>57</sup> auf dem PC und die Kurznachrichtenplattform *Twitter* haben dagegen kaum Relevanz für den jugendlichen Alltag.<sup>58</sup> Erstaunlich ist, dass der Stellenwert sozialer Netzwerke gesunken bzw. nach Angaben der ARD-/ZDF-Studie stagniert ist.<sup>59</sup> Nach JIM 2014-Angaben nutzen nur noch drei Viertel aller Jugendlichen diese zumindest selten, bei Jugendlichen im Alter zwischen zwölf und 13 Jahren ist es sogar weniger als die Hälfte. Der allgemeine Wert ist im Vergleich zum Vorjahr um fast 10 Prozent gesunken.<sup>60</sup> Unter den verschiedenen sozialen Netzwerken zeigt *Facebook* weiterhin den größten Beliebtheitswert, wobei *Instagram* und *WhatsApp* die Aufholjagd begonnen haben.<sup>61</sup>

Anzumerken ist, dass der Zugriff auf das Internet im täglichen Gebrauch mittlerweile häufiger über das Handy bzw. Smartphone erfolgt als über stationäre Endgeräte.<sup>62</sup> Hier werden *Instant Messenger* von 86 Prozent der Befragten als wichtigste App<sup>63</sup> bezeichnet. Mit dieser Kategorie kann der *Messenger WhatsApp* gleichgesetzt werden, der von rund 84 Prozent der Jugendlichen genutzt wird. *Communities*, und damit insbesondere *Facebook*, rangieren mittlerweile mit nur noch 46 Prozent auf dem zweiten Rang. Als drittwichtigste App werden Programme zur Bearbeitung von Fotos wie *Instagramm* angegeben.<sup>64</sup> Der medial stark fokussierte Wettbewerb zwischen *Facebook* und *WhatsApp* wurde vom Unternehmen *Facebook* mit der Übernahme des erfolgreichen *Messengers* potenziell beendet. Faktisch hatte *WhatsApp* zu diesem Zeitpunkt aber bereits so an Relevanz zugelegt, dass es *Facebook* den Rang abgelaufen hat.<sup>65</sup> Die App war 2014 beinahe auf jedem internetfähigen Handy von Jugendlichen installiert und wurde von einer großen Mehrheit täglich verwendet. Im Durchschnitt rufen Jugendliche *WhatsApp* unglaubliche 26 Mal pro Tag auf.<sup>66</sup> Die DIVSI U25-Studie

deutet allerdings an, dass der heraufbeschworene Kampf zwischen *Facebook* und *Whatsapp* ohnehin wenig Sinn macht, da beide Kommunikationsplattformen unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse von Jugendlichen erfüllen. Während *WhatsApp* vor allem der (tages)aktuellen und direkten Kommunikation dient, verläuft die Verständigung auf *Facebook* deutlich asynchroner, was sich an zeitversetztem Reagieren und Antworten zeigt. Persönliche Gespräche, das Versenden von Fotos und Verabreden mit Freunden sind demnach alles Dinge, die vornehmlich über *WhatsApp* kommuniziert werden.<sup>67</sup> Trotz des jüngst immer lauter heraufbeschworenen Todes von Sozialen Netzwerken sind diese zumindest im Moment immer noch ein relevanter Teil des jugendlichen Alltags.

Der durchschnittliche jugendliche *User* kommt 2014 im Schnitt auf 256 *Freunde* – 34 weniger als noch im Vorjahr.<sup>68</sup> Mit einem Drittel davon pflegen die Nutzer auch im wirklichen Leben Kontakt. Als *wahre* Freunde kommen für die Befragten jedoch nur noch 13 Personen in Betracht.<sup>69</sup> Überraschend ist, dass fast die Hälfte der Jugendlichen ihre Eltern und 32 Prozent ihre Lehrer *geaddet*<sup>70</sup> haben.<sup>71</sup> Laut DIVSI U25-Studie differenzieren Jugendliche auch sehr genau zwischen Freunden aus dem Web, persönlichen Bekannten und *echten* engen Freunden.<sup>72</sup> Ging man in der Vergangenheit davon aus, dass der Begriff *Freund* mit der Nutzung von *Facebook* eine viel weitere Konnotation erhalten hat, so muss man diese Annahme mittlerweile einschränken. *Online-Communities* stellen keine Abbildung des tatsächlichen Freundeskreises dar, sondern eher ein „Sammelbecken für potenzielle Freunde“<sup>73</sup> bzw. die Abbildung möglicher „Kontakte mit prospektiver Funktion“<sup>74</sup>.

Die Autoren der DIVSI U25-Studie sprechen auch von einem neuen Verständnis von Privatheit, bei dem nicht mehr personenbezogenen Daten, wie das Geburtsdatum und der Wohnort, als schützenswert gelten, sondern solche, die als intim und peinlich bewertet werden. Nur bei letzteren wird das Kursieren im Netz als Risiko angesehen.<sup>75</sup> In diesem erneuerten Sinne scheint das Thema Datensicherheit auch zu den Jugendlichen durchgedrungen zu sein, da immerhin mehr als die Hälfte der Jugendlichen ihre Daten bei sozialen Netzwerken nicht in Sicherheit vermutet.<sup>76</sup> Über drei Viertel der Jugendlichen achten darauf, welche persönlichen Informationen im Netz sichtbar sind. Darüber hinaus hat fast die Hälfte der 12-13-Jährigen ihre Privatsphäre-

Einstellungen zumindest schon einmal geändert. Bei den 16-18-Jährigen sind es sogar fast 80 Prozent.<sup>77</sup> Relevant ist hierbei ebenfalls, dass die Beliebtheit des *Postens*<sup>78</sup> von Bildern abgenommen hat.<sup>79</sup> Allerdings ist festzustellen, dass bei einem durchschnittlichen *Freundeskreis* von über 250 Personen der Adressatenkreis für mehr oder weniger persönliche Informationen auch bei nur gelegentlichem *Posten* beträchtlich ist.<sup>80</sup>

Frappierend ist, dass JIM 2014-Angaben zufolge bereits knapp einem Viertel der Befragten das Verschicken aufreizender Bilder oder Filme im Bekanntenkreis und damit das Phänomen des *Sextings*<sup>81</sup> bekannt ist. Darüber hinaus haben 39 Prozent der jugendlichen *User* die Erfahrung gemacht, dass jemand aus dem Bekanntenkreis im Internet gemobbt wurde. Fast 15 Prozent der Jugendlichen waren bereits von der Verbreitung beleidigender Videos bzw. Fotos persönlich betroffen.<sup>82</sup> Besonders problematisch daran ist, dass Jugendliche offensichtlich Online-Mobbing schlimmer empfinden als in der *realen* Welt. Durch den immer noch sehr hohen Stellenwert von *Online-Communities* im Leben von Jugendlichen sowie die große Reichweite und Permanenz der Bloßstellungen scheint ein Entrinnen im Online-Raum aber fast unmöglich zu sein.<sup>83</sup>

Neben der Kommunikation hat das Internet auch eine unterhaltende und informierende Funktion, wobei der Informationsfaktor hauptsächlich auf die Recherche mit Suchmaschinen und Online-Enzyklopädien reduziert wird.<sup>84</sup> Unterhaltende Tätigkeiten nehmen dagegen fast ein Viertel der Online-Zeit ein. Nicht umsonst wird in der Diskussion um die JIM-Studie darauf hingewiesen, dass eine Angabe von knapp über 10 Prozent der Internetnutzung zur Informationssuche extrem wenig sei, wenn Jugendliche im Vergleich dazu fast 90 Prozent für Kommunikation und Unterhaltung nutzen würden.<sup>85</sup>

Für Birgit van Eimeren und Beate Frees, die die Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie vorgestellt haben, ist das Internet für Jugendliche zum *All-in-one-Medium* avanciert, das die „Entweder-oder-Logik der analogen Welt“ aufgebrochen hat. Statt mit verschiedenen Geräten Musik zu hören, Videos zu schauen und zu kommunizieren, werden all diese Bedürfnisse insbesondere durch das Smartphone mit einem technischen Gegenstand befriedigt.<sup>86</sup> Insgesamt weisen die Studien darauf hin, „in welchem großem