

Saskia Warburg

Von der Medienkompetenz zur Medienkritik



**WOCHEN
SCHAU
ACADEMY**

Saskia Warburg

Von der Medienkompetenz zur Medienkritik



Saskia Warburg

Von der Medienkompetenz zur Medienkritik



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© WOCHENSCHAU Verlag,
Dr. Kurt Debus GmbH
Frankfurt/M. 2021

www.wochenschau-verlag.de

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieses Buches darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Umschlaggestaltung: Wochenschau Verlag
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier
Gesamtherstellung: Wochenschau Verlag
ISBN 978-3-7344-1297-4 (Buch)
E-Book ISBN 978-3-7344-1298-1 (PDF)
DOI <https://doi.org/10.46499/1824>

I. Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort	8
2. Mediensozialisation	10
2.1 Theoretischer Rahmen.....	10
2.2 Digital Natives vs. Digital Immigrants?	12
2.3 Mediensozialisation in der Schule	15
2.4 Mediensozialisation im Internet	15
3. Politische Bildung und Medien(-kompetenz)	17
3.1 Schlüsselkompetenz: Medienkompetenz	17
3.1.1 Medienkompetenz als Zielkategorie pädagogischen Handelns	18
3.1.2 Bedeutung der Medienkompetenz für die politische Urteils- und Handlungsfähigkeit	19
3.2 Medienkompetenzförderung.....	21
3.2.1 Schulische Medienkompetenzförderung	21
3.2.2 Außerschulische Medienkompetenzförderung	23
4. Medienkritik	26
4.1 Entwicklung einer (digitalen) Medienkritik.....	26
4.2 Notwendigkeit einer Medienkritik.....	28
4.3 Medienkritik innerhalb der pädagogischen Dimension.....	29
4.4 Aktuelle Herausforderungen der Medienkritik.....	31
5. Soziale Medien	32
5.1 Entwicklung und Verbreitung von sozialen Medien.....	33
5.1.1 Funktionen, Praktiken und Möglichkeiten	34
5.1.2 Identitätsbildung in sozialen Medien	35
5.2 Soziale Medien als Kommunikationsmittel.....	38
5.2.1 Private und öffentliche Interaktionsmöglichkeiten	39
5.2.2 Politische Kommunikation	41
5.3 Schattenseiten der sozialen Medien.....	43
5.3.1 Echokammern, Fake News und Co.	43
5.3.2 Soziale Medien als Überwachungs- und Kontrollinstrumente	49

6. Youtube.....	51
6.1 Unternehmensgeschichte.....	51
6.2 Youtube im deutschsprachigen Raum.....	53
6.2.1 Funktionen, Praktiken und Verwendung	53
6.2.2 Genre-Kategorien	55
6.2.3 Nutzungstypen	60
6.2.4 Bekannte deutsche YoutuberInnen	62
6.3 Politische Bildung und Youtube.....	65
6.3.1 Potenziale für die politische Bildung	65
6.3.2 Herausforderung für die politische Bildung	67
6.3.3 Exkurs: Explorationsprojekt: „jungbewegt – Für Engagement und Demokratie“	68
7. Interviews.....	73
7.1 Interviewablauf.....	73
7.1.1 Methodik	74
7.1.2 Interviewleitfaden	76
7.1.3 Themenschwerpunkt: Rollen-/Geschlechterbilder	77
7.1.4 Themenschwerpunkt: Artikel 13	79
7.2 Vorstellung der YoutuberInnen.....	80
7.2.1 ApeCrime und Melina Sophie.....	81
7.2.2 LeFloid	82
7.3 Schülerinterviews.....	83
7.3.1 Einstiegsphase.....	83
7.3.2 Hauptphase: Rollen-/Geschlechterbilder	91
7.3.3 Hauptphase: Artikel 13.....	93
7.3.4 Abschlussphase	96
7.3.5 Auswertung der Interviews	102
8. Handlungsempfehlungen für die schulische politische Bildung	105
8.1 Lehrerausbildung	105
8.2 Medienpädagogik als eigenständiges Schulfach	107
8.3 Möglichkeiten der Einbindung von Youtube-Videos in den schulischen Kontext politischer Bildung	110

9. Fazit.....	113
II. Anmerkungen	123
III. Literaturverzeichnis	133
IV. Quellenverzeichnis	141
V. Anhang	149

1. Vorwort

Das Aufwachsen im digital geprägten Zeitalter stellt junge Erwachsene auf ihrem Weg zu mündigen BürgerInnen vor diverse Herausforderungen und neue Probleme. Eltern und zum Teil schon ältere Geschwister kennen die neuen Problematiken nicht oder schätzen teilweise ihren Stellenwert für die Jugendlichen falsch ein, wodurch die jungen Erwachsenen weitestgehend allein mit ihren Problemen – im familiären Kontext – da stehen können. Die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen ist stark mit der medialen (Erlebnis-)Welt verwoben und schafft dadurch neue virtuelle Erlebnisräume für diese. Das Angebot der Neuen Medien bietet den Konsumierenden, neben Unterhaltung und Wissen, Orientierung sowie Strukturelemente an, welche an die Identitätssuchbewegung vieler Jugendlicher angepasst sind. Die Bedeutung von Multimedialen-Plattformen – wie zum Beispiel *Youtube* – sowie deren AkteurInnen nehmen einen immer größeren Stellenwert im Leben der *Digital Natives* ein, wodurch auch ihre gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Einflussmöglichkeiten auf eben diese steigen.

Im Rahmen dieser Arbeit soll der Frage nachgegangen werden, ob YouTuberInnen mit ihren Videos die politische und/oder gesellschaftliche Einstellung von Jugendlichen beeinflussen können. Aufgrund der Aktualität des ausgewählten Themengebietes sowie den wenig vorhandenen wissenschaftlichen Studien oder Publikationen wurde sich für ein exploratives Vorgehen entschieden. Die vorliegende Arbeit lässt sich in einen theoretischen und einen praxisbezogenen Teil untergliedern.

Zu Beginn werden einzelne theoretische Ansätze der Mediensozialisation, das Generationenkonzept *Digital Natives* sowie die mögliche Mediensozialisation von jungen Erwachsenen in der Schule und im Internet erläutert. Darauf folgend wird die Bedeutung von Medienkompetenzen in der politischen Bildung aufgegriffen. Hierbei wird ein thematischer Fokus auf die Medienkompetenz als grundlegende Schlüsselqualifikation sowie die Möglichkeiten einer schulischen und außerschulischen Medienkompetenzförderung gelegt. Ferner wird die Entwicklung der Medienkritik im öffentlichen Diskurs anhand ausgewählter Modelle erläutert sowie deren Notwendigkeit

begründet. Diese Erkenntnisse werden anschließend in Relation mit der pädagogischen Dimension gebracht und die sich daraus ergebenden Herausforderungen für die politische Bildung erläutert.

Das Kapitel *soziale Medien* beschäftigt sich mit der Entwicklung und Verbreitung von neuen Medienangeboten in Deutschland. Neben der Thematisierung der Funktionen sowie der vorhandenen Möglichkeiten wird auch die Identitätsbildung in den Neuen Medien – besonders hinsichtlich der Plattform Youtube – beleuchtet. Ferner werden die sozialen Medien als Kommunikationsmittel betrachtet, wobei auch private, öffentliche und politische Interaktionsmöglichkeiten skizziert werden. Abschließend beschäftigt sich das Kapitel – neben den vorherigen positiven Funktionen der sozialen Medien – auch mit der negativen Kehrseite der Angebote. Fake News, Echokammern/Filterblasen oder Social Bots sind nur einige negative Phänomene, welche durch die (flächendeckende) Verbreitung von technischen Endgeräten und Zugangsmöglichkeiten vermehrt in den gesellschaftlichen Fokus gerückt sind.

Das nachfolgende Kapitel beschäftigt sich mit der Plattform *Youtube*, deren Unternehmensgeschichte, der Verbreitung in Deutschland und der Funktionsweise des Unternehmens. Neben Themen wie Datenschutz oder Kosten werden vier populäre Genre-Kategorien sowie einige deutsche Youtube-Stars vorgestellt. Ebenfalls wird das Handlungsfeld der politischen Bildung auf der Plattform, hinsichtlich der vorhandenen Herausforderungen und Potenziale, beleuchtet. Anhand des Exkurses zum Projekt „jungbewegt – Für mehr Engagement und Demokratie“ der Bertelsmann-Stiftung wird eine mögliche Youtube-Kampagne vorgestellt, welche politische Bildung an eine jugendliche Zielgruppe vermitteln soll.

Der praxisbezogene Teil orientiert sich an einem qualitativen Vorgehen, wobei die zehn geführten Schülerinterviews zu den Themenschwerpunkten „Rollenbilder“ und „Artikel 13“ – neben einer inhaltlichen Erläuterung – im Fokus stehen. Die problemzentrierten Interviews wurden durch kurze Videosequenzen von den Youtubern *ApeCrime*, *Melina Sophie* und *LeFloid*, welche jeweils kurz vorgestellt werden, unterstützt. Weiterhin wurde eine inhaltlich-semantische Auswertung der Interviews vorgenommen.

Auf Basis der gewonnenen, theoretischen sowie praktischen Erkenntnisse werden in dem vorletzten Kapitel verschiedene Handlungsempfehlungen

entwickelt. Diese Empfehlungen beziehen sich auf die Lehrerbildung, die Notwendigkeit der Medienpädagogik als eigenständiges Schulfach sowie auf die Einbindung von Youtube-Videos in den schulischen Kontext. Im abschließenden Fazit werden die wichtigsten Fakten nochmals rekapituliert und zusammengefasst.¹

2. Mediensozialisation

Durch neue technologische Innovationen, der Verfügbarkeit und den Zugangsmöglichkeiten zum Breitbandinternet entwickelt sich zunehmend ein mediatisierter² Lebensstil in der westlichen Welt. Ein Großteil der deutschen Bevölkerung ist in der Lage, die Dienste und Funktionen der Neuen Medien sowie des Web 2.0³ zu jederzeit und an jedem Ort in Anspruch zu nehmen. Technische Endgeräte – wie Smartphones oder Tablets – werden zu Universalwerkzeugen, die für uns alltägliche Aufgaben übernehmen und Interaktionsmöglichkeiten unterstützen. Es kommt zu einer Verschmelzung zwischen der analogen und der digitalen Lebenswelt des modernen Menschen (vgl. Vorderer 2015, 259).

Nachfolgend wird der theoretische Rahmen skizziert sowie die Generationenkonzepte *Digital Natives* vs. *Digital Immigrants* vorgestellt. Anhand dieser Erkenntnisse soll die Entwicklung der Mediensozialisation von Kindern und Jugendlichen im schulischen Kontext und Internet näher beleuchtet werden.

2.1 Theoretischer Rahmen

Der Begriff der Mediensozialisation sowie dessen theoretischer Zuweisung befindet sich in einem stetigen gesellschaftlichen Diskurs, was teilweise dessen Aktualität und den fortlaufenden technologischen Errungenschaften geschuldet ist. Vor der eigentlichen (theoretischen) Klärung des abstrakten Begriffes muss zunächst der grundlegende Terminus der *Sozialisation* geklärt werden.

Sozialisation beschreibt die „gleichzeitig ablaufenden Prozesse der „Vergesellschaftung“ und „Individuation“, als der Integration in die Gesellschaft mit all ihren Strukturen, kulturellen Praxen, Werte und Normen (...)“ (Würfel 2012,89). Die Entwicklung und Festigung einer Persönlichkeit/Identität,

die subjektive Handlungsfähigkeit sowie die Möglichkeit der Partizipation gehören zu den zentralen Zielen der Sozialisation (vgl. ebd.).

*„Mediensozialisation bei Kindern und Jugendlichen umfasst alle Aspekte, bei denen die Medien für die psychosoziale Entwicklung der Heranwachsenden eine Rolle spielen.“
(Süss u. a. 2018, 19; Hervorhebung im Original)*

Hinsichtlich der Mediensozialisation und dessen Verständnis existieren eine Vielzahl von unterschiedlichen Definitionsversuchen, welche sich teils auf die gesamte Disziplin erstrecken oder einzelne Teilbereiche in den Blick nehmen. Allen gemein ist das Verständnis, dass es sich bei der Mediensozialisation um eine medial und symbolisch vermittelte Kommunikation handelt. Dieses Forschungsgebiet beschreibt einen aktiven sowie dynamischen Prozess, welcher durch die Mediatisierung der Umwelt beeinflusst wird (vgl. Fritzsche 2010, 182). Durch neue Anwendungspraktiken und Phänomene der crossmedialen Medienrezeption – Second Screen⁴-Praktiken – werden die Prozesse stetig komplexer und intransparenter (vgl. Stehling, Thomas 2017, 305; Bilandzic u. a. 2015, 20).

Im Allgemeinen lassen sich zwei übergeordnete Richtungen der Mediensozialisation identifizieren. Süss und Hurrelmann plädieren beispielsweise für eine Mediensozialisation, wobei sie die Medien getrennt von anderen Sozialisationstheorien konzeptualisieren wollen (vgl. Hurrelmann, Bauer 2018; Süss 2004). Stehling und Thomas setzen sich für ein Mediensozialisationsverständnis ein, welches von der Annahme ausgeht, dass die mediale Kommunikation alle Lebensbereiche durchdringt und so wechselseitige Beziehungen bedingen. Diese Theorie berücksichtigt ergänzend den zweiseitigen Prozess der Sozialisation. Einerseits die Beeinflussung des Subjektes durch Medien und den dort transportierten Inhalten und andererseits die Ablehnung von Medien und den dargebotenen Inhalten (vgl. Stehling, Thomas 2017, 300). Grundsätzlich verhält es sich bei der (Medien-)Sozialisation – ebenso wie bei der Identität – um einen lebenslangen dynamischen Prozess, jedoch können spezifische Medien in einzelnen Lebensabschnitten eine besondere Bedeutung einnehmen (vgl. ebd.; Paus-Hasebrink 2015, 18ff.).

Die Mediensozialisation wird oftmals mit dem Medienumgang – die Aus- und Verhandlung von medialen Inhalten – gleichgesetzt, welcher in der breiten Öffentlichkeit besonders hinsichtlich der Wirkungsmacht von Medien

diskutiert wird. Nach Süß lassen sich drei normative Positionen der medialen Wirkungsmacht unterscheiden: „die kulturpessimistische, die kritisch-optimistische und die medieneuphorische“ (ebd., 303) Position. Die *kulturpessimistische* Position kann die längste Tradition aufweisen und prägte in der Vergangenheit diverse Debatten um Leitmedien innerhalb der Gesellschaft. Nach dieser Position gefährden Medien – es handelt sich in der Regel um einen engen Medienbegriff – die psychosoziale Entwicklung von jungen Erwachsenen. Positive empirische Befunde werden nicht in die Bewertung aufgenommen (vgl. Süß 2008, 361f.). Vertreter des *kritischen Optimismus* sprechen den Medien verschiedene – positive wie negative – Wirkungen zu und heben dabei die aktive Rolle der Nutzenden hervor. Sie bewerten die Medien als wertvolle Ergänzung des realen Lebens. Diese Position wird durch diverse empirische Befunde untermauert (vgl. ebd.). Die *medieneuphorische* Perspektive bewertet (Neue) Medien durchgehend als positiv und klammert negative Folgen oder potenzielle Gefahren für die Heranwachsenden aus (vgl. ebd.).

Kübler plädiert in seinem Artikel für die Weiterentwicklung einer Mediensozialisation, welche neben einem breiten Medienbegriff durch eine ganzheitliche Subjektbetrachtung ergänzt werden sollte. Er schlägt ein hybrides Sozialisationsmodell vor, in dem Medien als Sozialisationsagenten angesehen werden, die den Prozess sinnvoll ergänzen. Dies ist auch ein wesentlicher Bestandteil der Selbstsozialisation, die in den verschiedenen digitalen Medien vollzogen wird (vgl. Kübler 2010, 17ff.).

2.2 Digital Natives vs. Digital Immigrants?

Die beiden gegensätzlichen Begriffspaare „*Digital Natives*“ und „*Digital Immigrants*“ beschreiben zwei Generationskonzepte, die aktuell im öffentlichen Diskurs der Digitalisierung und technischen Errungenschaften kontrovers diskutiert werden.

In einem 2001 veröffentlichten Aufsatz benutzte der amerikanische Pädagoge Marc Prensky die Begriffe erstmals. Damit bezeichnet er Personen, die mit der Digitalisierung beziehungsweise mit den Möglichkeiten des technischen Fortschrittes aufgewachsen sind oder es noch tun, als sogenannte „*Digital Natives*“ (vgl. Prensky 2001, 1). Als Synonyme werden für die glei-

che Personengruppe auch andere Generationsbezeichnungen verwendet, wie etwa „Generation@, Generation Net, Generation Y oder Millennials“ (vgl. Paus-Hasebrink u. a. 2010, 46). Personen, die nicht in dieser Zeitspanne aufgewachsen sind, bezeichnet er als „*Digital Immigrants*“ (vgl. Prensky 2001, 2). Beide Begriffe werden von dem englischen Wort der „Native Speaker ≈ der/die Muttersprachler/in“ entlehnt und bedeuten in der linguistischen Transformation, dass die *Digital Immigrants* mit einem „Akzent“ und mit größeren Schwierigkeiten die Neuen Medien konsumieren und nutzen (vgl. Jandura, Karnowski 2015, 65).

Je nach theoretischem Standpunkt können die Generationskonzepte durch weitere Aspekte und Gesichtspunkte ausdifferenziert und für diverse Theorien oder Erklärungsansätze herangezogen werden. Die häufige Verwendung sowie Nennung im öffentlichen Diskurs oder in den Medien verleiten zu der Annahme, dass die Begriffe klar definiert, voneinander abtrennbar und die damit einhergehenden Annahmen belegbar sind.

Besonders die Trennung der beiden Generationskonzepte gestaltet sich problematisch. Als Trennungslinie ist das Jahr 1980 weitverbreitet, erscheint aber aufgrund der unterschiedlich schnellen sowie „deckenden“ Verbreitung der Digitalisierung als unzureichend (vgl. Palfrey, Gasser 2008).⁵ In der Folge entwickelten sich diverse mikro- und makroperspektivische Ansätze, die beispielsweise die Geburtsjahre sowie die Möglichkeit einer Internetnutzung miteinander verbanden (vgl. Jandura, Karnowski 2015, 65). Anhand der Generationskonzeptzuweisungen werden den beiden Gruppen auch unterschiedliche Charakteristika nahegelegt. Theoretiker wie Tapscott oder Witt attestieren den *Digital Natives* eine größere Flexibilität, Effektivität, Sensibilität, Toleranz und Akzeptanz in Bezug auf Minderheiten (vgl. Tapscott 1998, 129f.; Witt 2000, 8).

Durch den vermehrten Medienkonsum werden jedoch auch mögliche Aufmerksamkeits- und Konzentrationsschwierigkeiten sowie andere negative Entwicklungen prophezeit (vgl. ebd., 10). Die empirische Datenlage für eine einzelne generationsspezifische Internetnutzungsweise sind allerdings nicht ausreichend vorhanden, um eine fundierte Aussage treffen zu können (vgl. Jandura, Karnowski 2015, 66).

VertreterInnen der Individualisierungsthese bezweifeln beispielsweise die homogene Entwicklung einer ganzen Generation hin zu kompetenten

Medienrezipierenden und -konsumierenden. Fraglich ist ebenso die Annahme, ob die Digitalisierung und deren Folgen ein wirklich klar abgrenzbares Ereignis darstellt, welches eine ganze Generation geprägt hat und sich noch prägend auswirkt. Daran anschließend wird die Frage aufgeworfen, ob die Entwicklung von neuen Technologien zwangsläufig auch zu neuen Gesellschaftsausbildungen führt (vgl. ebd., 67; Williams 2004, 13). Michael Jäckel plädiert gegen eine Unterscheidung zwischen junge vs. alte Personen oder alten vs. neuen Technologien, sondern für eine differenzierte Betrachtung der Alterskohorten. Die medienfavorisierte Generationsbezeichnung hofft auf die Dominanz von gemeinsamen Erfahrungswerten, jedoch gibt es bisher noch keine Erkenntnisse über generationsspezifische Mediennutzung der *Digital Natives* (vgl. Jäckel 2010, 248). Einen Konsens gibt es allerdings in Bezug auf die zentrale Bedeutung von Medien innerhalb des Sozialisationsprozesses von Kindern und Jugendlichen. Ebenso wie die Vermutung, dass sie offener im Umgang mit Neuen Medien sind und diese intuitiv ‚richtig‘ anwenden können (vgl. ebd.).

Durch den kontinuierlichen technischen Fortschritt sowie der zunehmenden Bedeutung von (medialen) Innovationen im Alltag müssen sich die wissenschaftlichen Längsschnittperspektiven mit immer kleineren und differenzierteren Kontrollgruppen beschäftigen, anstatt die ganze Generation der *Digital Natives* in den Blick nehmen zu können (vgl. Öhmichen, Schröter 2009, 434f.). Für eine Auftrennung des Generationenkonzeptes plädieren auch Befunde aus der Aneignungsforschung sowie der Diffusionsforschung, die beispielsweise auf die unterschiedliche Adaptionfähigkeit oder auf die Bedeutung der individuellen Medienbiografie für das Medienverhalten hinweisen (vgl. Karnowski 2017, 18; Hepp, Hasebrink 2014, 347f.).

Die Erkenntnisse der Individualisierungstheorie deuten auf die *Digital Natives* als ein Schichtphänomen hin, da die individuelle Mediennutzung kein linearer Prozess sei, sondern von dem persönlichen, sozialen und ökonomischen Kapital und damit verbunden von den Möglichkeiten der freien Entwicklung abhängig sei. Dies bedeutet in der Konsequenz, dass die angenommene homogene Entwicklung der Mediennutzung durch die *Digital Natives* nur auf Personengruppen bestimmter sozialer Schichten zutrifft (vgl. Geißler 2011, 117f.).

2.3 Mediensozialisation in der Schule

Die Institution Schule wird seit jeher als eine Sozialisationsinstanz wahrgenommen, die sich prägend auf die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen auswirkt. Neben der familiären Sozialisation hat sich die Schule als „Keimzelle der Gesellschaft“ etabliert und dadurch mehr Bedeutung für den gesellschaftlichen Diskurs gewonnen (vgl. Foucault 1997; Hummrich, Kramer 2017, 29).

Inwiefern sich die Mediensozialisation in der Schule – in Bezug auf Neue Medien – vollzieht, wurden bisher nur wenige Studien veröffentlicht, weswegen folgend nur Annahmen protokolliert werden können. Festzuhalten ist allerdings, dass ein vermehrter Medieneinsatz und -umgang in den Schulen durch die Lehrenden und zuständigen Kultusministerien gefordert beziehungsweise gewünscht wird. Ziel ist es dabei, dass die digitalen Medien ebenso selbstverständlich als Arbeitsinstrumente verwendet wie auch als zu behandelndes Material verstanden werden (vgl. Besand 2014, 479). Die Medienintegration im schulischen Kontext sowie der Medienumgang durch SuS lässt diese die Kompetenzen erwerben, welche sie für die Kommunikationsformen und Zeichensysteme im Kontext der Mediatisierung benötigen. Nur wer sich mit den neuen medialen Angeboten auseinandersetzt, kann die gesellschaftlichen, politischen und individuellen Bedeutungen dieser erkennen (vgl. ebd.; Besand, Sander 2010, 9). Der Umgang mit Medien erfordert erweiterte kommunikative Kompetenzen, um sich über die gelernten oder betrachteten Inhalte austauschen zu können. Die Kommunikation dient als Basis für ein tiefergreifendes Verständnis und muss innerhalb des Sozialisationsprozesses erworben werden (vgl. Spanhel 2018, 111). Hinzu kommt, dass soziale Medien nicht als ein isoliertes Unterrichtsthema betrachtet werden können, sondern dass die SuS konkret von diesen betroffen sind und diese somit für vielfältige Handlungsfelder von immenser Bedeutung sind (vgl. Besand 2014, 482). Die schulische Mediensozialisation hat ferner den Auftrag, ebenso wie die Medienkompetenz, die SuS zu einer kritisch-reflektierten Mediennutzung zu erziehen und zu befähigen.

2.4 Mediensozialisation im Internet

Inwiefern die Mediensozialisation von Kindern und Jugendlichen im Erlebnisraum Internet verläuft und welche Entwicklungstendenzen es hierbei gibt,