GMK

Gesellschaft für
Medienpädagogik und Kommunikationskultur

Jürgen Lauffer/Renate Röllecke (Hrsg.)

Dieter Baacke Preis Handbuch 9

Dieter Baacke Preis Handbuch 9

Lieben, Liken, Spielen

Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung
Jugendlicher heute

Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven

Beiträge aus Forschung und Praxis
Prämierte Medienprojekte

kopaed

Jürgen Lauffer / Renate Röllecke (Hrsg.)

Lieben, Liken, Spielen
Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute

Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven

Dieter Baacke Preis
Handbuch 9

Jürgen Lauffer / Renate Röllecke (Hrsg.)

Lieben, Liken, Spielen
Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute

Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

kopaed (München)
www.kopaed.de

Jürgen Lauffer / Renate Röllecke (Hrsg.)

Dieter Baacke Preis Handbuch 9
Lieben, Liken, Spielen
Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute
Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven

Beiträge aus Forschung und Praxis – Prämierte Medienprojekte

Dieser Band wurde gefördert vom
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Herausgeber
Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK)

Anschrift
GMK-Geschäftsstelle
Obernstr. 24a
33602 Bielefeld
fon 0521/677 88
fax 0521/677 92
email gmk@medienpaed.de
homepage www.gmk-net.de

Redaktion
Jürgen Lauffer
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat
Tanja Kalwar

Titelillustration
kopaed

Druck
Kessler Druck+Medien, Bobingen

© kopaed 2014
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-239-9

Jürgen Lauffer/Renate Röllecke
Der gesenkte Blick **9**

Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis

Hans-Jürgen Palme
Games und Kommunikation **17**
Allein und doch mit Vielen

Bernward Hoffmann
Anregungsmilieus mit digitalen Kommunikationsmedien **22**
Herausforderungen für Medienbildung im System Familie

Dagmar Hoffmann
Digitale Intimitäten **32**
Flirten, Lieben, Partnercheck unter Mediatisierungsbedingungen

Angela Tillmann
Selfies **42**
Selbst- und Körpererkundungen Jugendlicher in einer entgrenzten Gesellschaft

Ulla Autenrieth
Das Phänomen „Selfie“ **52**
Handlungsorientierungen und Herausforderungen der fotografischen Selbstinszenierung von Jugendlichen im Social Web

Alexandra Klein
Zwischen Online-Pornografie und Online-Beratung **60**
Digitale Nutzungs- und Aneignungspraktiken Jugendlicher

Juliane Otto
Mit dem Handy always on **67**
Mobile Kommunikationskultur bei Kindern und Jugendlichen

Olivia Förster
Cybermobbing und Sexting **75**
Kreativ-kritische Medienarbeit mit Jugendlichen

Sebastian Gutknecht
Jugendschutz in der Jugendmedienarbeit **82**
Persönlichkeitsrechte schützen – Grundlagen und Empfehlungen für die Praxis

Franz Josef Röll
Auswirkung neuer Technologien auf die Subjektkonstitution **87**

Teil 2: Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

Förderverein für Jugend und Sozialarbeit e.V., Potsdam + Kooperationspartner
m³ multimediamobil im fjs e.V. **97**
(Kategorie „Projekte von und mit Kindern“)

Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest, Ludwigshafen + Kooperationspartner
Ohrenspitzer – Ein Projekt zur Zuhörförderung **105**
(Kategorie „Projekte von und mit Kindern“)

LVR-Zentrum für Medien und Bildung, Düsseldorf + Kooperationspartner
Gamescamp – Ein Barcamp zu digitalen Spielen **111**
(Kategorie „Projekte von und mit Jugendlichen“)

Archiv der Jugendkulturen e.V., Berlin
New Faces – Mit Kultur und Medien gegen Antisemitismus **121**
(Kategorie „Interkulturelle und internationale Projekte“)

jfc Medienzentrum e.V. Köln
KameraKinder NRW – Portal/Netzwerk/Kinderfotopreis **127**
(Kategorie „Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter“)

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis,
München + Netzwerkpartner
Knipsclub – die Fotocommunity für Kinder von 8 bis 12 Jahren **133**
(Kategorie „Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter“)

Niedersächsische Landesmedienanstalt, Hannover
+ Adrian Jagusch (juuuport-Scout)
juuuport – Die Selbstschutzplattform von Jugendlichen für Jugendliche **139**
(Besondere Anerkennung)

Amadeu Antonio-Stiftung, Berlin + Kooperationspartner
no-nazi.net – Für Soziale Netzwerke ohne Nazis! **145**
(Besondere Anerkennung)

Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

Dieter Baacke (1999)
Was ist Medienkompetenz? ***153***

Dieter Baacke Preis –
die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte ***155***

Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis ***157***

Abbildungsnachweis ***159***

Jürgen Lauffer/Renate Röllecke

Der gesenkte Blick

Die Handbuch-Reihe stellt aktuelle medienpädagogische Themen in den Mittelpunkt. Die Beiträge des ersten Teils geben Anregungen zur theoretischen Reflexion und praktischen Umsetzung des Schwerpunktthemas in den Bereichen Medienbildung und Medienpädagogik. Der zweite Teil des Handbuches präsentiert die Modelle der Dieter Baacke Preisträger. Die Macherinnen und Macher geben in Interviews Auskunft zu Erfahrungen ihrer medienpädagogischen Projektarbeit.

Der gesenkte Blick steht traditionell dafür, dass man sich für etwas schämt oder sich scheut, anderen Menschen in die Augen zu blicken.

Das hat sich durch die mobile digitale Kommunikation verändert. Heute begegnen wir fast an jedem Ort und zu jeder Zeit in aller Öffentlichkeit einem gesenkten Blick, allerdings als aktivem Blick. Jugendliche, junge Erwachsene, aber auch Menschen anderer Altersgruppen befassen sich öffentlich in nahezu allen denkbaren Alltagssituationen mit ihren digitalen mobilen Medien. Ob sie spielen, flirten, recherchieren, ob sie Nachrichten lesen, Videoclips schauen oder E-Books lesen: Was jeweils (inhaltlich) mit den Geräten geschieht, bleibt für den außenstehenden Beobachter vielfach verborgen. Der gesenkte Blick ist dabei zumeist weder eine in sich gekehrte introspektive Haltung noch eine devote oder ausweichende Geste. Indem wir uns von der uns direkt umgebenden Welt zeitweise abwenden, wenden wir uns zugleich dem Anderen, dem Spiel oder dem Wissen über Welt oder unseren Freunden zu. Neue mediale Nutzungsformen bringen auch neue Kommunikationskulturen mit sich. Diese zeigen sich bei Gamern, YouTubern, in Fotocommunitys, bei Cosplayern, etwa beim Austausch von Fotos, Likes, Kommentaren oder Informationen.

Die aktuellen Kommunikationsformen und auch der gesenkte Blick wirken in Familien, Schulen und Jugendzentren hinein und das macht es sinnvoll aus pädagogischer, sozial- und kulturwissenschaftlicher Perspektive genauer hinzuschauen.

Welche Rolle spielt die digitale Kommunikation bei der Entwicklung von Liebe, Freundschaft, Sexualität, Identität und Persönlichkeit? Wie verändert sie den Alltag von Familien und was läuft beim digitalen Spielen ab?

Wir befassen uns in diesem Band mit den durch digitale Medien geprägten Kommunikationskulturen von Kindern und Jugendlichen, um zu verstehen, was in den jugendlichen Milieus und Peergroups passiert, welche Bedeutung die Aktivitäten, die Erfahrungen und die Kommunikation mit mobilen digitalen Medien wie dem Smartphone haben und welchen Sinn die digitale Welt überhaupt für den Sozialisationsprozess hat. Unser Interesse gilt der Frage, wie moderne Gesellschaften mit diesen veränderten Bedingungen des Aufwachsens umgehen sollten – sowohl um Heranwachsenden heute gerecht zu werden als auch um Bildungsangebote und politische Prozesse diesen Entwicklungen anzupassen. Auch in pädagogischen Kontexten geht es darum, diese Veränderungen vorurteilsfrei kennenzulernen, sie aus der Perspektive der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen zu verstehen und nicht vorschnell das, was es zu sein scheint, zu verurteilen. Nicht zuletzt zeigen auch die mit dem Dieter Baacke Preis ausgezeichneten medienpädagogischen Projekte, die im zweiten Teil dieses Bandes dokumentiert sind, wie mit Kindern und Jugendlichen unter Bezug

auf ihre Erfahrungen und Bedürfnisse kritisch und kreativ zusammengearbeitet werden kann.

Dass unsere Alltagswahrnehmung bezüglich des geänderten Kommunikationsverhaltens nicht trügt, belegt unter anderem eine Studie der WDR Medienforschung (vgl. Müller 2013: 410ff.). Im Rahmen dieser Studie wurden Smartphone- und Tablet-Nutzer/-innen aufgefordert, ihr Internetnutzungsverhalten mittels eines Standardtagebuches zu dokumentieren. In einer zweiten Phase wurden Einzelinterviews geführt, die die Ergebnisse noch stützen sollten. Als dritte Phase wurde eine Online-Befragung mit 400 Teilnehmer/-innen durchgeführt. Eines der zentralen Ergebnisse:

> „Aus den Tagebuchaufzeichnungen wurde unmissverständlich deutlich, dass das Smartphone ein permanenter Tagesbegleiter ist, der sich vom Aufstehen bis zum zu Bett gehen in Griffweite befindet. Eine beachtliche Zahl von Usern beginnt die Nutzung von mobilen Geräten schon mit der Funktion des Smartphones oder Tablets als Wecker. Nicht selten wird unmittelbar danach geprüft, ob neue Chat-Nachrichten oder E-Mails eingetroffen sind oder es Status-Updates in sozialen Netzwerken gibt." (ebd.: 410f.)

Wer mit Teenies, Jugendlichen oder jungen Erwachsenen zusammenlebt oder zusammenarbeitet, kennt dieses Verhalten wahrscheinlich aus eigenem Erleben. Und, wie üblich bei veränderten medialen Verhaltensweisen, gibt es Sorgen, Warnungen und politische sowie pädagogische Empfehlungen, die durchaus ihre Berechtigung haben können.

Doch Regeln oder gar Verbote nutzen nicht, wenn sie an der kulturellen Wirklichkeit von Kindern und Jugendlichen vorbeigehen. Pädagogische Interventionen schon eher. Denn klar ist: Die vielschichtige kulturelle mediale Alltagspraxis von Kindern und Jugendlichen ist mitunter nicht einfach zu verstehen und zu erklären. „It's complicated" betitelt Danah Boyd ihre lesenswerte Studie über das soziale Leben der vernetzten Teenies. Sie stellt darin die vielfältigen Aktivitäten und medialen Alltagspraktiken von Jugendlichen in den Kontext der allseits reduzierten non-medialen Freiräume: „Today's teenagers have less freedom to wander[1] than any previous generation." (Boyd 2014: 86) Durchgetaktete Freizeit, ausufernde Schultage, wenig Möglichkeiten, sich einfach so draußen wie drinnen zu entfalten: All das trifft längst nicht nur auf US-amerikanische Jugendliche zu, welche die Grundlage der Studie lieferten. Boyd nimmt die Perspektive der Jugendlichen ein und erklärt das Medienhandeln in sozialen Netzwerken auch als Möglichkeit, zu experimentieren, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen und die eigene Identität zu entwickeln. Dieses Handeln folgt allen Facetten, die das menschliche Leben, nicht nur das der Jugend, zu bieten hat und deren düstere Spitzen von den Erwachsenen verstärkt gesehen werden: Drama, Suizidgefahr, aus dem Ruder laufende Kommunikation, Ungleichheit, Mobbing, Abhängigkeit. Der Alltag der Jugendlichen ist komplex und meist wohl nicht durch diese düsteren Elemente geprägt. So bittet einer der jungen „digitalen Flaneure" die Forscherin Boyd: „Can you do me a favor? […] Can you talk to my mom? Can you tell her that I´m not doing anything wrong on the internet?" (ebd.: ix)

Was machen die [Jugendlichen] da und warum? Dieser Frage folgt Boyd und diese Frage steht im Mittelpunkt dieses Dieter Baacke Handbuches. Der Band setzt sich mit Chancen und Risiken veränderter Kommunikationsmuster von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der heutigen Zeit auseinander. Es gilt, die kulturellen Praktiken jugendlicher Akteure zu verstehen. Dazu gehören Phänomene, die durch die massive Verbreitung der sozialen Netzwerke erst Bedeutung erlangt haben.

Eines dieser Phänomene ist z.B. das „Selfie", das digitale Selbstportrait, das mit dem Handy erstellt wird und unmittelbar in die digitale Kommunikation einfließt – vornehmlich im Rahmen sozialer Netzwerke. Das Selfie ist ein interessantes Beispiel für die erstaunliche Karriere eines Medienphänomens, das erst durch die unbefangene Nutzung digitaler Kommunikationsangebote in Verbindung mit digitaler Technik durch Jugendliche Bedeutung erlangt hat. Wir gehen davon

aus, dass viele Erwachsene noch zu Beginn dieses Jahres (2014) den Begriff Selfie überhaupt nicht kannten – das Phänomen durchlief eine steile Karriere hin in die breite Öffentlichkeit und entfaltet mittlerweile eine Reihe unterschiedlichster Ausprägungen und findet sich quer durch alle Medien. Jeder Promi oder Star, der etwas auf sich hält, postet diverse Selfies von sich im Netz, die dann häufig ihren Weg in die Printmedien oder auf die Webseiten der Printmedien finden.

Das *Zeit Magazin* vom 10. Juli 2014 textet z.B. als Überschrift eines Beitrages: „Ich bin hier, also bin ich – das Selfie macht aus dem Leben eine Ich-Kampagne." (Prüfer 2014: 22f.) Der Beitrag kommt zu dem Schluss:

> „Wer ein Selfie postet, ist gleichzeitig da – und überall. Wir sind heute alle Künstler, die an unserem eigenen Bildnis arbeiten und ständig neue Versionen von uns in die Welt hinaus senden. Wohl wenig hat unser Stilempfinden mehr beeinflusst. Selfies setzen modische Standards, die vielleicht gar nicht so leicht zu erreichen sind." (ebd.)

Und hier hebt sich der Blick: Verläuft der alltägliche Gang durch den Alltag gesenkt, auf das Smartphone gerichtet, richtet sich der Blick beim Selfie auf das Selbst, auf mich oder auf uns als Akteur/e. So bieten die digitalen Medien eine moderne Form der Selbstvergewisserung – ich bin hier und meine Freunde sollen mich sehen.

Unstrittig ist: Die Lebensgewohnheiten von Jugendlichen heute unterscheiden sich stark von den Lebensgewohnheiten heutiger Erwachsener in ihrer Jugendzeit. Dass es dabei zu Negativbewertungen durch ältere Generationen – Generationen hier im Plural, da sich auch die Sozialisationsbedingungen heutiger Erwachsener stark voneinander unterscheiden – kommt, ist nicht verwunderlich. Wer kennt nicht aus seiner Jugendzeit die Erfahrung, dass die eigene kulturelle Praxis von den Erwachsenen als „minderwertig", „Schund" oder in ähnlicher Weise abqualifizierend bezeichnet wurde, ob es sich um Comics (heute Kult), Rock- und Popmusik handelte oder um den Umgang mit C64-, Amiga- oder Atari-Rechnern. Computerspiele haben es neben Film in die Kultursparte und selbstverständlich an Hochschulen geschafft, auch Pop, Rock, Comic wird unterrichtet. Interessen, mit denen sich Jugendliche kulturell absetzen, herausstellen oder auch abwenden von der Erwachsenenwelt, stießen auch in der Vergangenheit immer wieder zunächst an Grenzen.

Max Fuchs vermutet in seinem Vortrag „Immer Ärger mit der Jugend! – Über die Schwierigkeiten Erwachsener mit Jugend(medien) Kulturen": „Es ist offenbar ein Naturgesetz: Erwachsene haben stets etwas auszusetzen an der nachwachsenden Generation. Dies gilt heute insbesondere für die Nutzung der Medien." (Fuchs 2009)

Wer heute offenen Auges in urbanen Räumen unterwegs ist, begegnet dem gesenkten Blick allerdings längst nicht nur bei Jugendlichen.

So beschreibt Michael Jäckel den Umgang mit Medieninnovationen zwar als ein Phänomen der unterschiedlichen Alterskohorten, sieht aber die These der Spaltung in unterschiedliche Generationen als zu pauschal an. Gern werden die unterschiedlichen Altergruppen z.B. als „digital natives" und „digital imigrants" dargestellt – ein Bild, das plausibel erscheint, allerdings nicht die wirkliche Spaltung der Net- und Computernutzer beschreibt. Jäckel konstatiert aber doch einen Alterseffekt: „Generell bestätigt auch ein Blick auf die Innovationsbereitschaft im Allgemeinen, dass der Altersdifferenz eine nicht zu unterschätzende Bedeutung zukommt." (Jäckel 2010: 253) „Im Umgang mit neuen Technologien wird ein Alterseffekt erkennbar, der sich auf inhaltlicher Ebene in unterschiedlich komplexen und diversifizierten Medienumgebungen niederschlägt." (ebd.) Bezogen auf die Nutzung von Mobiltelefonen formuliert er:

> „Allgemein zeigt sich über alle Altersgruppen hinweg eine zunehmende Kontaktdichte via Handy und/oder Internet. Der stärkste Anstieg ist jedoch auch hier in der jüngsten Altersgruppe, der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen zu sehen. Die Älteren nutzen die Kommunikationsangebote jedoch noch eher sporadisch." (ebd.)

Kurz: Die dichotomisierende Differenzierung zwischen „digital natives“ und „digital immigrants“ sollten wir hinter uns lassen und die einzelnen kulturellen Handlungen und Praktiken, die zunehmend die gesamte Gesellschaft betreffen, in den Blick nehmen. Dass Kinder und Jugendliche in ihrem Aufwachsen in der medial geprägten Kultur besonders begleitet werden müssen steht außer Zweifel. Viele wichtige (Medien-)Kompetenzen werden keineswegs in die Wiege gelegt, sondern durch pädagogische Methoden, Settings und Angebote vermittelt.

Da sich Medienangebot und Mediennutzung rapide verändern, haben Forschung, Pädagogik, Politik und insbesondere Bildungsinstitutionen manchmal Mühen, die Entwicklung zu verstehen, zu antizipieren und angemessen darauf mit Konzepten zu reagieren, die den veränderten digital beeinflussten Lebenswelten gerecht werden. Deshalb setzen sich die Beiträge in diesem Band auch mit verschiedenen Aspekten des Medienumgangs von Kindern und Jugendlichen heute auseinander und versuchen eine Innensicht in unterschiedliche Milieus.

Von politischem und pädagogischem Interesse ist dabei auch die Frage, ob die Zugangschancen zur digitalen Kommunikation von zentraler Bedeutung sind oder ob noch andere Faktoren eine wichtige Rolle spielen. Diese Frage, ob digitale Medien hier eher Chancen erhöhen oder bisherige milieuspezifische Unterschiede noch verstärken, ist sicher noch nicht umfassend und endgültig geklärt. Eine aktuelle Studie aus den Niederlanden kommt beispielsweise zu dem Schluss, dass sich die (vermutete) digitale Spaltung moderner Gesellschaften eher hin zu einer Differenzierung der Nutzungsweisen entwickelt. Hierzu wurden in einer repräsentativen Befragung von 1481 Personen im Alter zwischen 16 und 87 (Altersdurchschnitt 48 Jahre) verschiedene äußere Faktoren für eine unterschiedliche Nutzung erforscht. Ein Ergebnis: „Ungeachtet weiterer alters- und geschlechtsbedingter Unterschiede scheint das Bildungsniveau ein zentraler Faktor für die Erklärung des sogenannten Usage-Gaps zu sein.“ (ARD-Forschungsdienst 2014: 303)

Politisch und pädagogisch wird bereits auf die oben aufgezeigten Entwicklungen reagiert. So hat beispielsweise der Medienkompetenzbericht (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Referat Öffentlichkeitsarbeit (Hrsg) 2013) Handlungsempfehlungen für die vielfältigen Bereiche von Bildung und Pädagogik aufgezeigt. Diese gilt es nunmehr umzusetzen.

Der Dieter Baacke Preis zeichnet jährlich herausragende Beispiele medienpädagogischer Arbeit aus, die in diesem Band ausführlich vorgestellt werden und zum Nachahmen anregen sollen.

Wir betrachten in diesem Band die Kommunikationskulturen von Kindern und Jugendlichen und interessieren uns für die Wirklichkeit hinter dem Schein. Der gesenkte Blick ist nicht gesenkt im Sinne von Scham und Abwendung, sondern er richtet sich in eine Welt, die überall ist und nicht unbedingt nur dort, wo die oder der Jugendliche gerade über sein Smartphone kommuniziert. Unser Band setzt sich deshalb mit folgenden Aspekten auseinander:

Hans-Jürgen Palme beschäftigt sich in seinem Beitrag mit der Kommunikationskultur in digitalen Spielewelten. Ob sprachliche Abkürzungen, Insider-Begriffe oder das Kostüm auf der gamescom: Die Computerspielszene hat ihre eigenen Kommunikationswege und bietet sowohl offline als auch via Skype und Co. zahlreiche Möglichkeiten, gemeinsam erlebte Gefühle und Erlebnisse auszudrücken.

Um bei der Mediennutzung des Nachwuchses nicht den Anschluss zu verlieren, müssen sich Eltern von Heranwachsenden aktiv mit deren Mediennutzung auseinandersetzen. **Bernward Hoffmann** untersucht das System Familie als Anregungsmilieu für Medienbildung und zeigt dabei auch Wege der gemeinsamen Mediennutzung als Ressource zur Bereicherung der Familiensituation auf.

Partnersuche offline: Tatsächlich treffen Jugendliche ihre zukünftigen Partner in der Regel nicht im Internet, sondern in „realen Lebenskontexten“. Dennoch spielt mediale Kommunikation beim

Knüpfen, Aushandeln und Pflegen von Beziehungen heute eine zentrale Rolle. **Dagmar Hoffmann** analysiert in ihrem Beitrag, wie digitale, mobile Medien die sexuelle Sozialisation von Heranwachsenden verändern und welche Auswirkungen dies auf das Flirtverhalten, den Beziehungsaufbau und das Partnerschaftsmanagement hat.

In einer Gesellschaft, die zunehmend zur Selbstoptimierung auffordert, stellen „Selfies" eine Form der Identitätsarbeit von Jugendlichen dar, die sie in den Schon- und Experimentierungsräumen von Onlinewelten gefunden haben. **Angela Tillmann** beschreibt die Zusammenhänge zwischen den Selbstinszenierungen auf diesen Selbstporträts und den soziokulturellen Wandlungsprozessen hinsichtlich der Betonung von Körperlichkeit. Dabei geht sie auch auf mediale Vorbilder, wie z.B. *Germany's next Topmodel,* ein.

Ulla Autenrieth setzt sich mit dem Selfie als Form der Selbstdarstellung unter Jugendlichen im Kontext des Social Net auseinander. Von Bedeutung ist dabei die bewusste Inszenierung des selbstangefertigten Porträts in Kombination mit deren Bereitstellung zum Diskurs auf Online-Plattformen. In der medialen Praxis wird allerdings häufig die hohe Anzahl der geposteten Bilder, die idealisierte Selbstdarstellung und die vermeintliche Egozentrik einer Generation von Jugendlichen kritisiert.

Wie bewältigen Jugendliche in Zeiten von Youporn und Co. den Umgang mit Sexualität? Zwar zeigen Studien, dass sie sich letztlich reflektiert mit Pornografie auseinandersetzen, allerdings stehen sie durch die Bilderflut auch vor offenen Fragen. **Alexandra Klein** widmet sich in ihrem Aufsatz dieser Thematik und untersucht dabei, wie Jugendliche webbasierte Orientierungen und professionelle Hilfsangebote für sich nutzbar machen.

Mobiltelefone und Smartphones haben sich zu multifunktionalen Geräten entwickelt, die verschiedene mediale Kanäle vereinigen und die Kommunikationsmöglichkeiten dadurch nachhaltig verändern. Welche Bedeutung hat die Verbreitung solcher Geräte unter Jugendlichen und welche Interessen können sie in der Lebenssituation dieser Zielgruppe bedienen? **Juliane Otto** geht u.a. diesen Fragen nach, wobei sie Chancen und Risiken der verstärkten Handynutzung einbezieht und daraus Anregungen für die medienpädagogische Praxis ableitet.

Liebesgeflüster und Beschimpfungen gehören von jeher zum Lebensalltag der Jugendlichen, Probleme entstehen jedoch verstärkt durch deren digitale Aufzeichnung und Verbreitung. **Olivia Förster** hat in diesem Zusammenhang konkrete Handlungsmöglichkeiten für die praktische Jugendmedienarbeit ausgearbeitet und stellt diese in ihrem Beitrag vor.

Cybermobbing ist kein Kavaliersdelikt: Der Handlungsbedarf in der medienpädagogischen Praxis wird in diesem Band an unterschiedlicher Stelle thematisiert und gehört inzwischen zum aktuellen öffentlichen Diskurs. **Sebastian Gutknecht** beschäftigt sich in seinem Artikel mit dem Phänomen auf rechtlicher Ebene und erläutert die juristischen Hintergründe.

Demokratisierung versus Durchschaubarkeit: Welche Folgen hat die technische Beschleunigung auf die Kultur, das Lebenstempo und die zwischenmenschlichen Beziehungen in unserer Gesellschaft? **Franz Josef Röll** setzt sich in seinem Beitrag mit dem „Ende der Privatheit" auseinander und stellt aktuelle Strömungen, Projekte und Gruppen im Onlinebereich in diesem Wirkungszusammenhang vor.

Autoren

Jürgen Lauffer: Diplom-Soziologe, systemischer Organisations- und Unternehmensberater; Geschäftsführer der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK).

Renate Röllecke: M.A., Referentin für Medienpädagogik und Medienbildung in der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK).

Literatur

ARD-Forschungsdienst (2014): Motive und Funktionen der Internetnutzung. In: Media Perspektiven, 5/2014, 302-308.

Boyd, Danah (2014): It`s complicated. The social lives of networked teens. London: Yale University Press.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Referat Öffentlichkeitsarbeit (Hrsg) (2013): Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche – Eine Bestandsaufnahme. Abrufbar unter: www.medienkompetenzbericht.de [Stand: 28.07.2014].

Fuchs, Max (2009): Immer Ärger mit der Jugend! – Über die Schwierigkeiten Erwachsener mit Jugend(medien)Kulturen. Vortrag bei der Fachtagung „In Netzen gefangen" am 16.09.2009, Berlin.

Jäckel, Michael (2014): Was unterscheidet Mediengenerationen? In: Media Perspektiven, 5/2010, 247-257.

Müller, Thorsten (WDR Medienforschung) (2013): Habitualisierte Mobilnutzung – Smartphones und Tablets gehören zum Medienalltag. Ergebnisse der ARD-Mobilstudie. In: Media Perspektiven, 9/2013, 410-422.

Prüfer, Tillmann (2014): Ich bin hier, also bin ich. Das Selfie macht aus dem Leben eine Ich-Kampagne. In: ZEIT MAGAZIN, Nr. 29/2014. Abrufbar unter: www.zeit.de/zeit-magazin/2014/29/selfies-albrecht-duerer [Stand: 28.07.2014].

Anmerkung

1 Im Sinne von „flanieren", „herumstreifen".

Vorschau Forum Kommunikationskultur 2014

Doing politics. Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft
Konzepte und Strategien der Medienpädagogik und Medienbildung
Das Forum Kommunikationskultur 2014 der GMK findet vom 21. bis 23. November in der Landesvertretung NRW in Berlin statt und geht u.a. der Frage nach, wie Medienpädagogik wirksam Teilhabe, Engagement und politische Bildung von Kindern, Jugendlichen und Familien in der digital geprägten Gesellschaft fördern kann. Informationen finden Sie auf www.gmk-net.de.

Teil 1

Beiträge aus Forschung und Praxis