

# Kommunikationskulturen in digitalen Welten

GMK

Gesellschaft für  
Medienpädagogik und Kommunikationskultur

## Konzepte und Strategien der Medienpädagogik und Medienbildung



32. GMK-Forum Kommunikationskultur  
Köln | 20. - 22. November 2015



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend

GUTES  
AUFWACHSEN  
MIT MEDIEN

Ministerium für Familie, Kinder,  
Jugend, Kultur und Sport  
des Landes Nordrhein-Westfalen



...fsf  
FREIWILLIGE  
SELBSTKONTROLLE  
FERNSEHEN

lfm:  
Landesrat für Medien  
Nordrhein-Westfalen (LFM)

klicksafe.de

MEDIEN  
ENTWICKLUNG  
KULTUR

sk-stiftung  
jugend und medien →



MULTIMEDIALE ERZBIKTUM KÖLN

Stadt Köln





Co-funded by the European Union



THE LONDON SCHOOL  
OF ECONOMICS AND  
POLITICAL SCIENCE



**HANS-BREDOW-INSTITUT**  
für Medienforschung an der Universität Hamburg

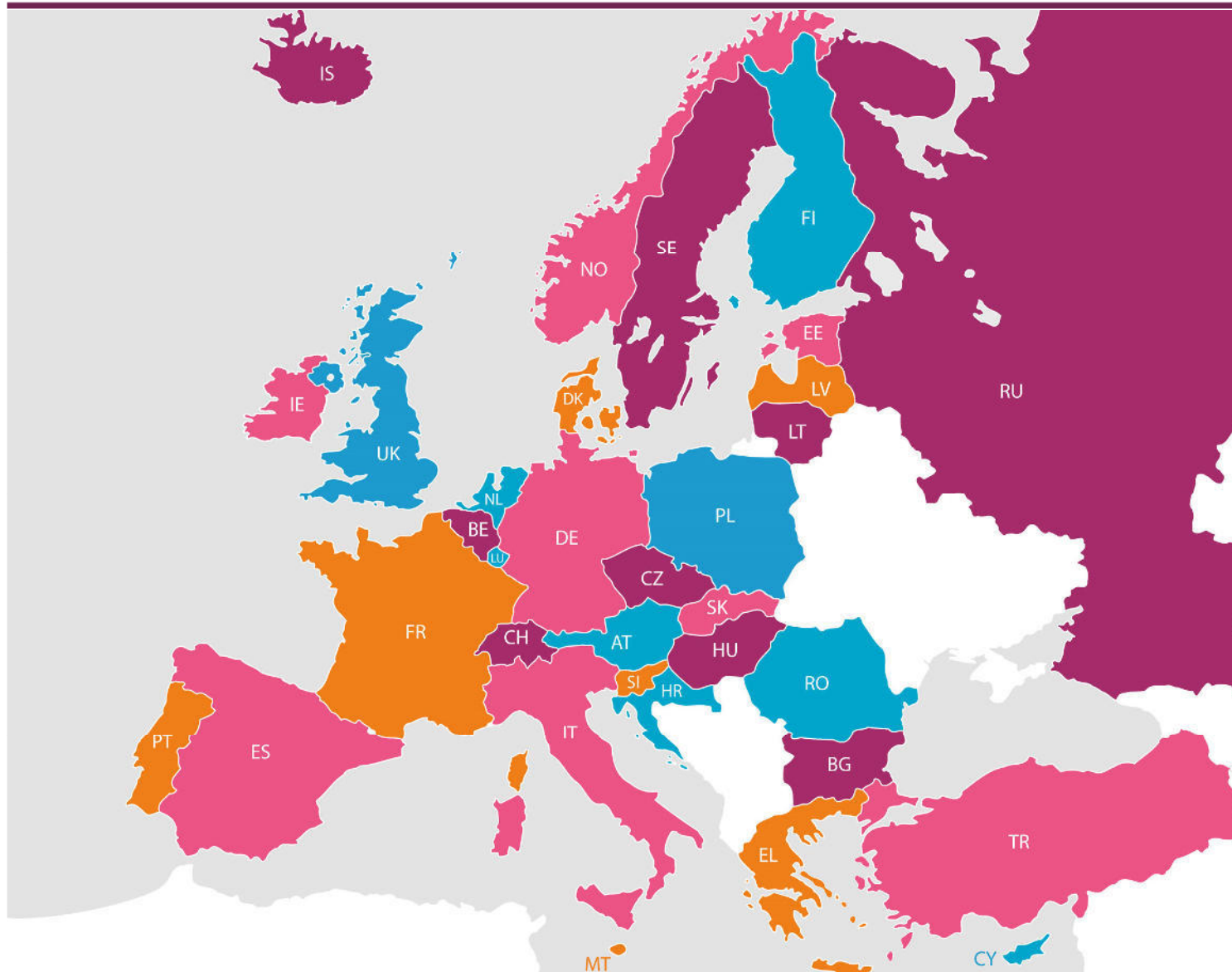


# Medienkompetenz in Europa: Vergleichende Befunde und Konsequenzen für Fördermaßnahmen

**Forum Kommunikationskultur der GMK  
„Kommunikationskulturen in digitalen Netzwerken“  
am 22. September 2015 in Köln**

Uwe Hasebrink, Hans-Bredow-Institut / EU Kids Online

# EU Kids Online-Mitglieder



33 Länder

(EU plus  
Island,  
Norwegen,  
Russland,  
Schweiz,  
Türkei)



# EU Kids Online Projektphasen



## EU Kids Online I (2006-2009)

Bestandsaufnahme zur Onlinenutzung von Kindern in Europa (Onlinedaten-bank)

Aufbau eines europäischen Netzwerkes

Erstellung von Länderberichten

Formulierung von Forschungs- und Handlungsbedarf

## EU Kids Online II (2009-2011)

Repräsentativbefragung zur Onlinenutzung von Kindern in Europa

(N=25.000)

## EU Kids Online III (2011-2014)

Aktualisierung der Onlinedatenbank

Einbeziehung weiterer Länder

Vertiefende Datenauswertung (intern. vergleichend, längsschnittlich)

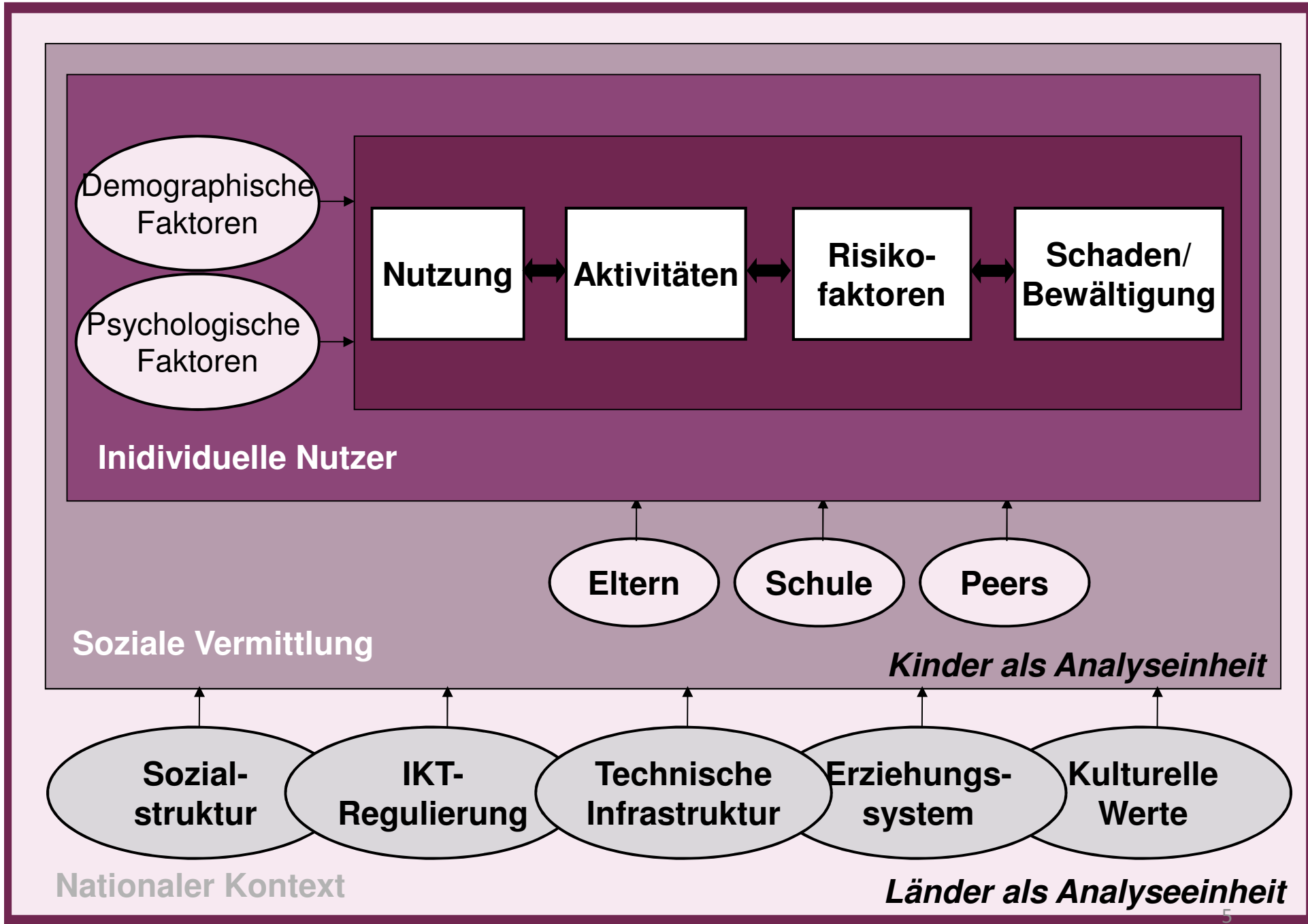
Qualitative Studien zum Risikoverständnis von Kindern

## EU Kids Online IV (2014-2018)

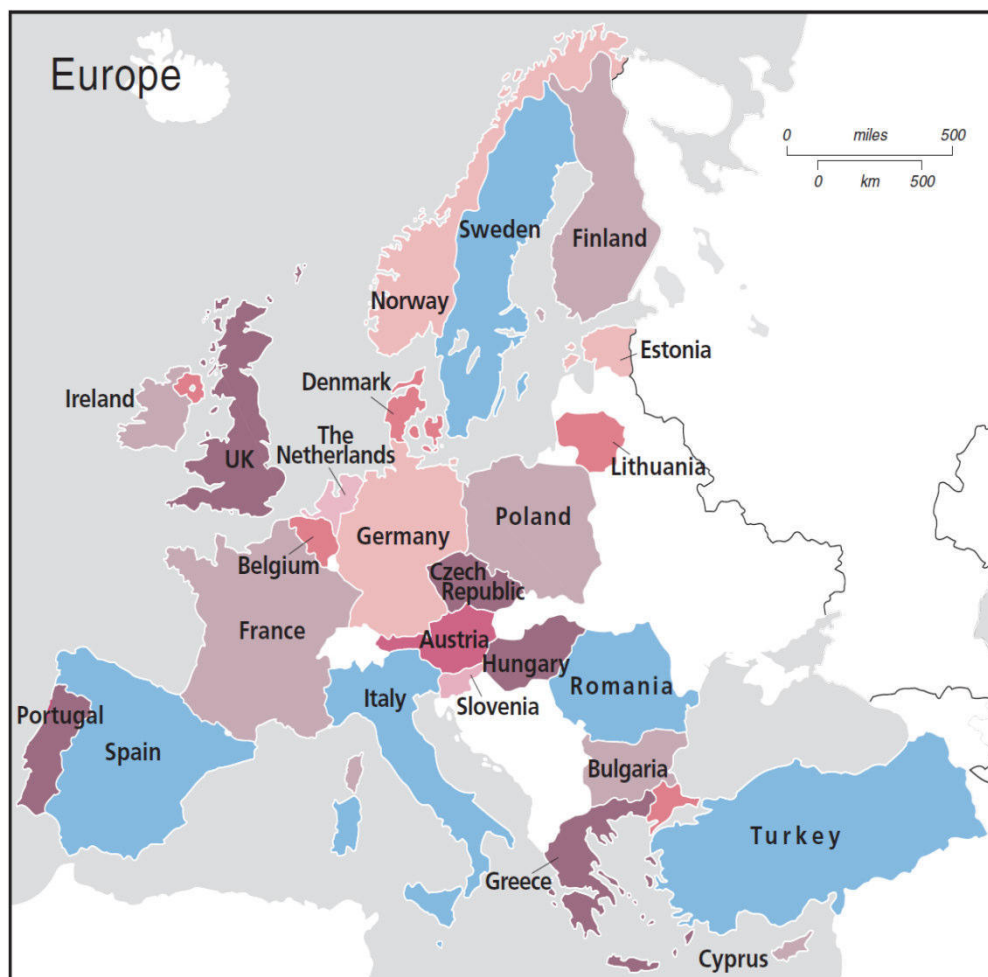
Fortführung der Netzwerkaktivitäten (u.a. Onlinedatenbank)

Planung einer 2. Repräsentativerhebung

Initiierung weiterer Forschungsaktivitäten



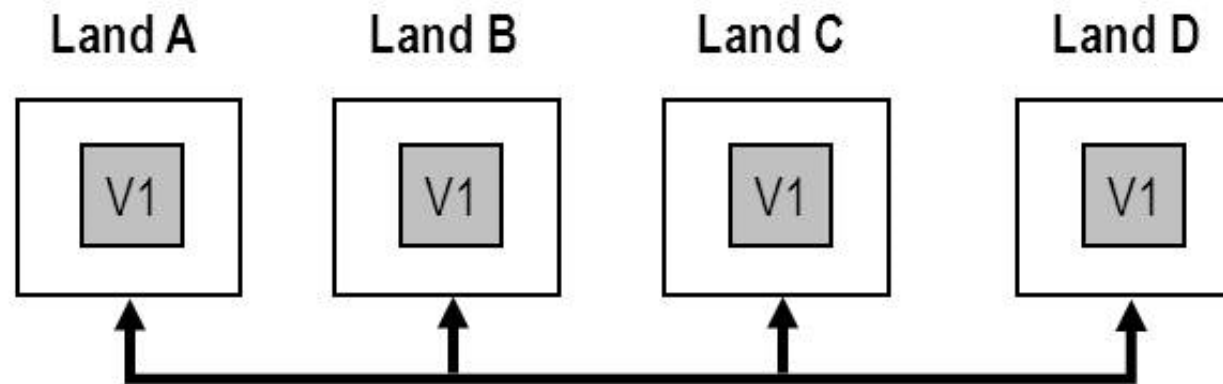
# Steckbrief „EU Kids Online II“



- **Befragung in 25 europäischen Ländern**
- **Randomisiertes Sample: pro Land etwa 1.000 9-16 Jahre alte Internetnutzer(innen), insgesamt 25.142 Befragte**
- **Feldarbeit im Frühling/Sommer 2010**
- **Daten von Kindern und ihren Eltern**
- **Interviews zu Hause, Face to Face**
- **Selbstausfüllen bei sensiblen Fragen**

Seit 2010 haben mit einem vergleichbaren Instrument Untersuchungen in Australien, Brasilien, Lettland, Russland und der Schweiz stattgefunden.

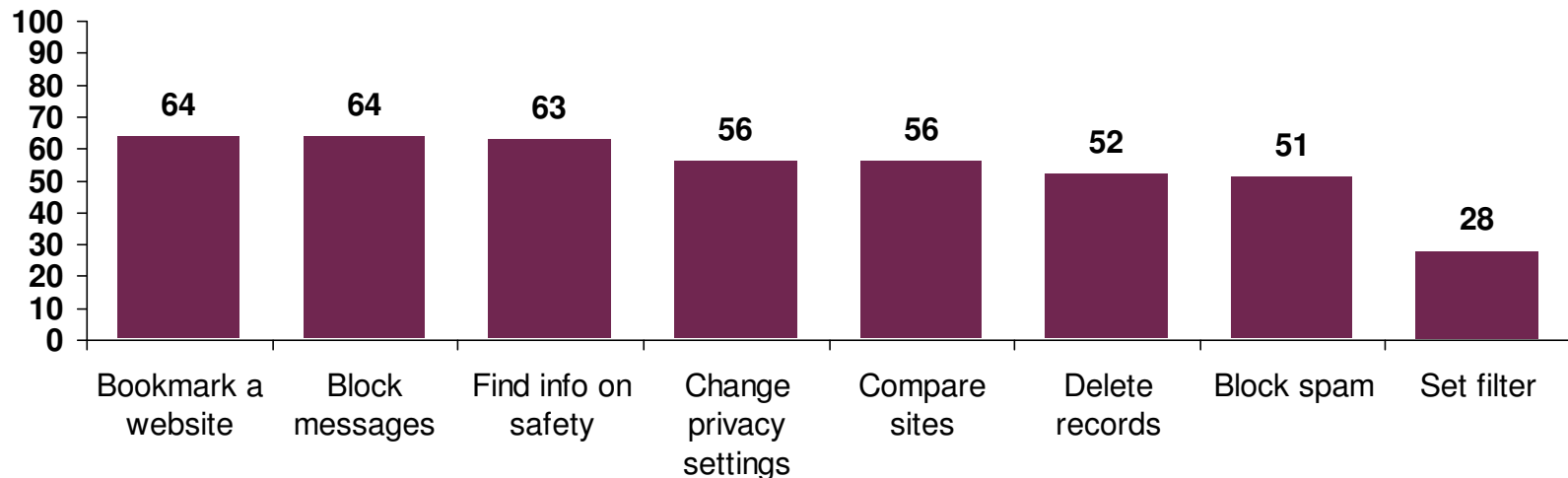
# Typen komparativer Forschung



Vergleichslogik: Wie unterscheiden sich Länder im Hinblick auf einen aggregierten Indikator für Nutzung bzw. Rezeption?

**Relevanz für Medienkompetenzförderung: Orientierungswissen und Impulse für die Politik durch „Benchmarking“**

# Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet sind ungleich verteilt



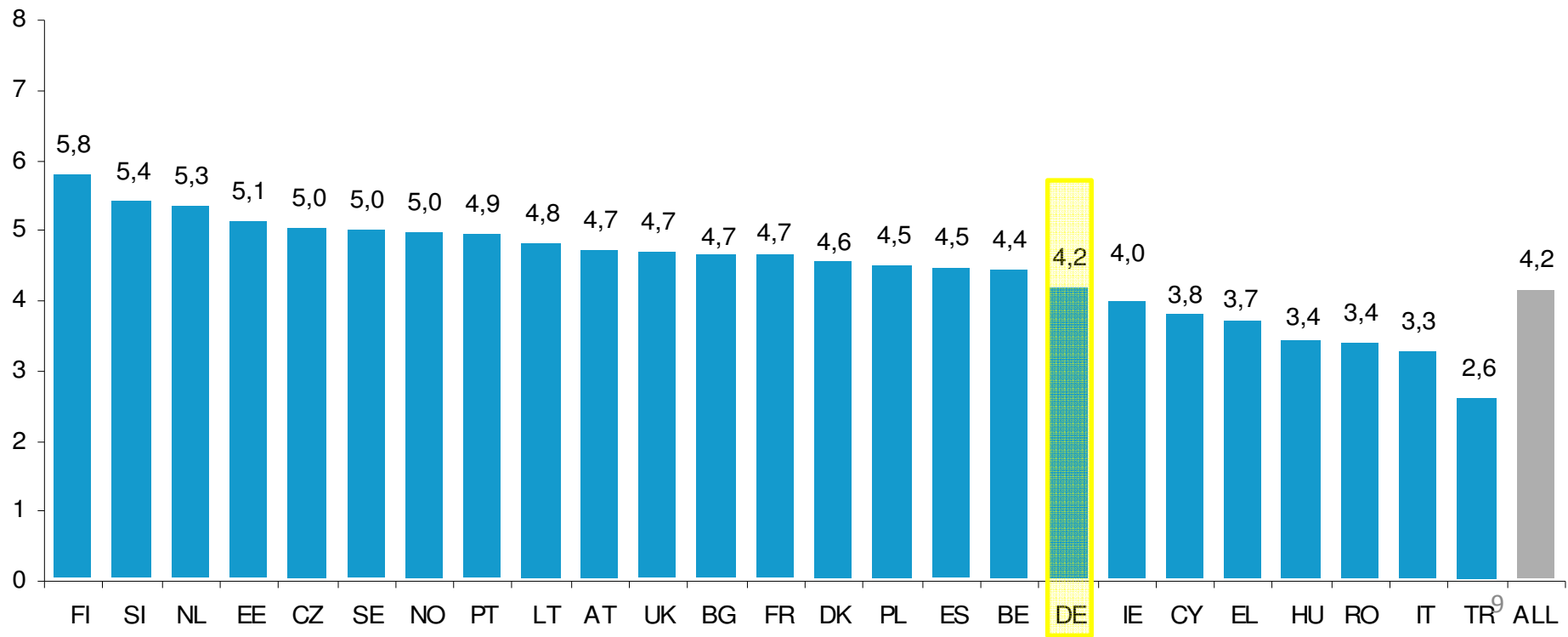
**Kinder verfügen (nach eigenen Angaben) über die Hälfte der hier abgefragten acht Fähigkeiten (4,2).**

**Das Alter ist relevant: 11/12-Jährige nennen 2,8 Fähigkeiten, 13/14-Jährige 4,3 und 15/16-Jährige 5,2.**

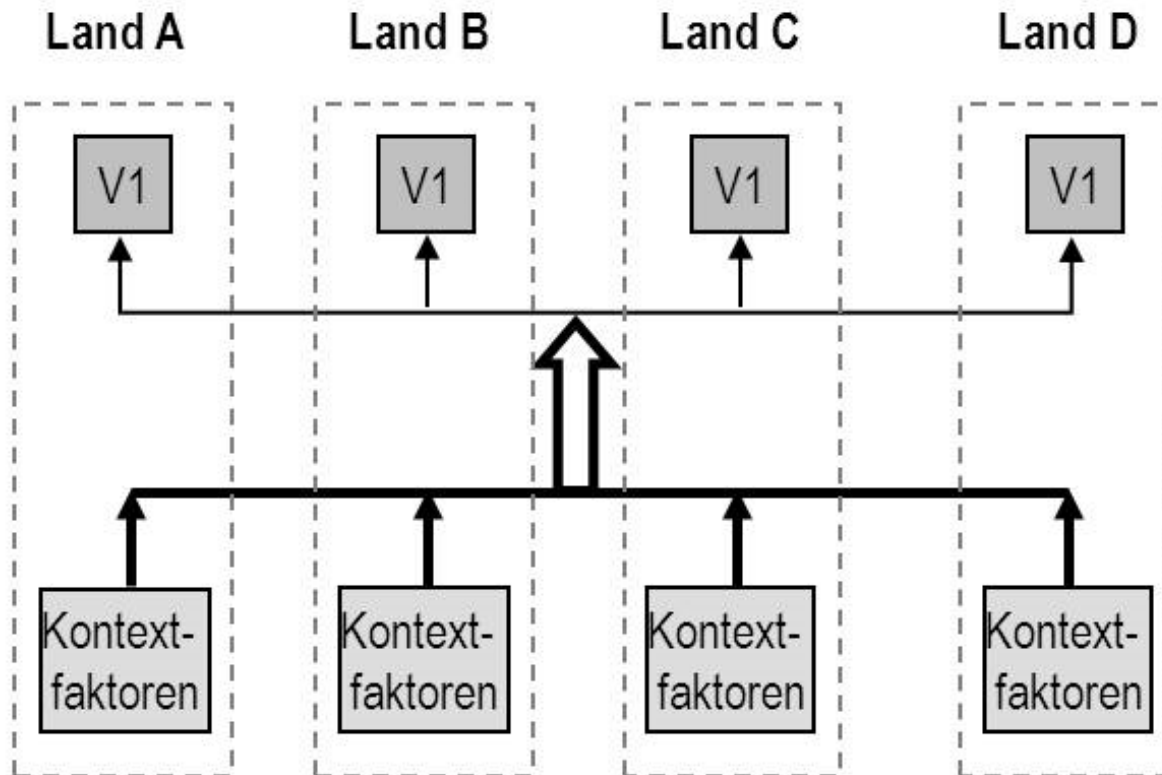
**Der soziale Status ist relevant: Kinder aus statushöheren Familien geben 4,7 Fähigkeiten an, Kinder aus Familien der mittleren Gruppe 4,2, Kinder aus statusniedrigeren Familien 3,7.**



# Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet sind ungleich verteilt



# Typen komparativer Forschung



Vergleichslogik: Welche länderbezogenen Kontextfaktoren erklären Unterschiede zwischen den Ländern im Hinblick auf einen Indikator für Mediennutzung/-rezeption?

**Relevanz für Medienkompetenzförderung: Anhaltspunkte dafür, welche Kontextfaktoren mit höherer Medienkompetenz einhergehen.**

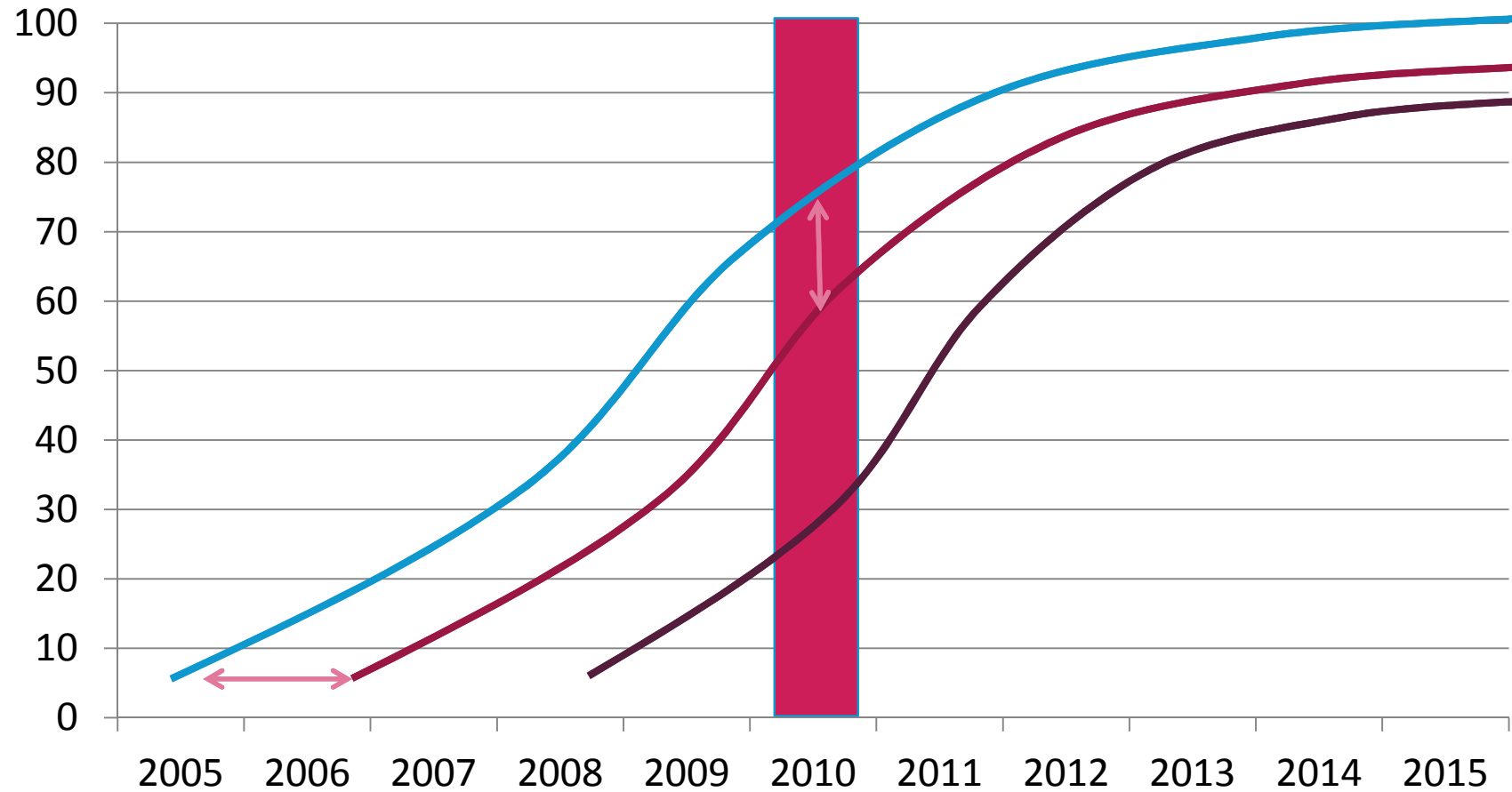
# Fortschritt der Internet-Diffusion als relevanter Faktor?



- Ausgangsannahme:

Länder unterscheiden sich hinsichtlich des Zeitpunkts, zu dem die Internetdiffusion begann. Heranwachsende in Ländern mit längerer Internet-Erfahrung sind medienkompetenter.

# Fortschritt der Internet-Diffusion als relevanter Faktor?



# „Pioniere“ und „Nachzügler“



Die 25 Länder lassen sich nach dem Stand der Internetdiffusion zum Zeitpunkt der Befragung in vier Gruppen einteilen:

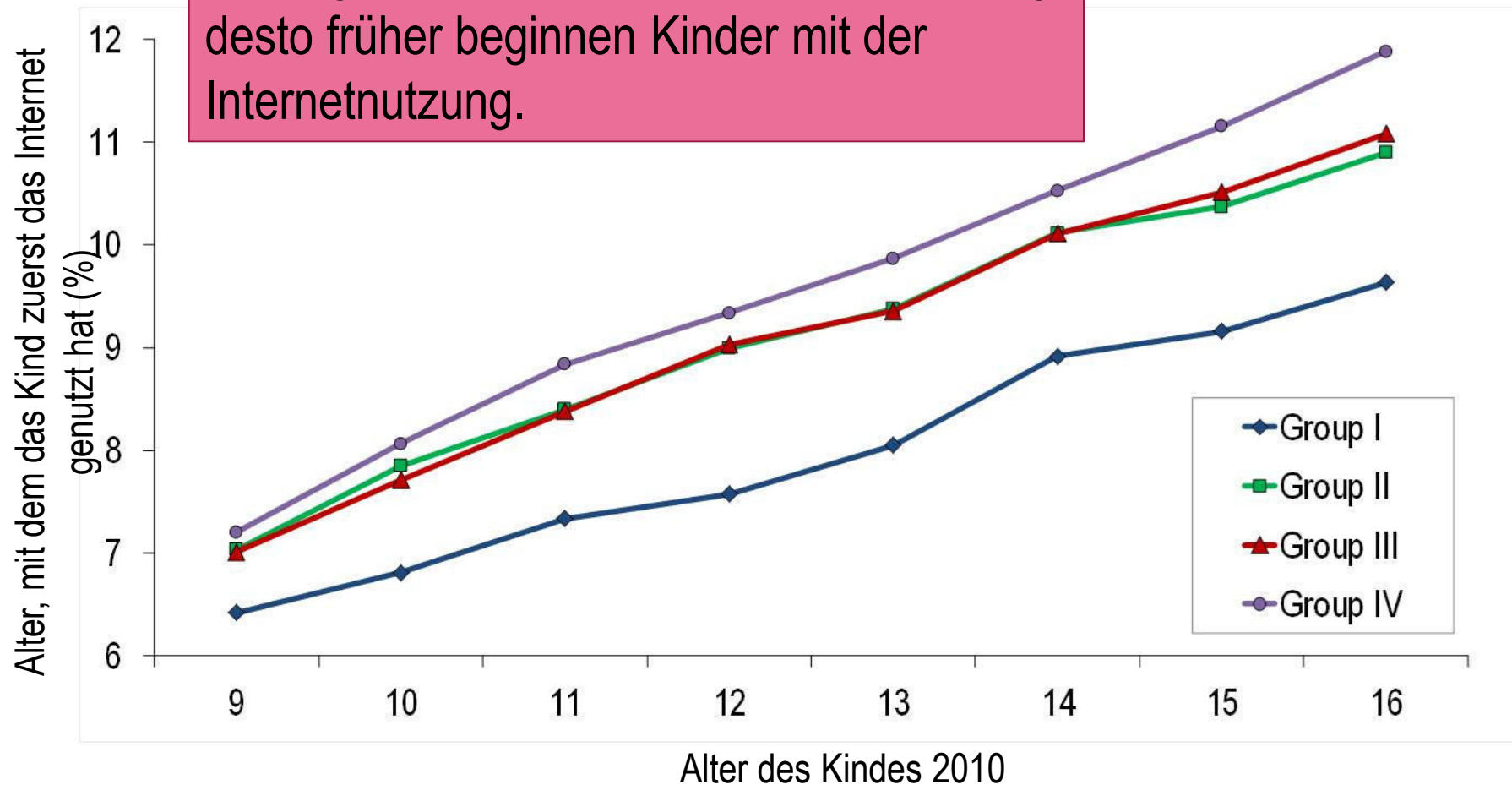
	Internet-Nutzer (2009)	Seit wann 50% Internet-Nutzer	Internet-Nutzer 9-16 Jahre (2009)	Länder
I	> 75%	> 7	> 95%	NO, NL, SE, DK, FI,
II	58-71%	3-7	78-96%	DE, BE, EE, AT, FR, IE, SI
III	42-57%	1-3	55-97%	HU, LT, ES, PL, CZ, CY, IT, PT
IV	30-40%	0	59-91%	BG, EL, RO, TR



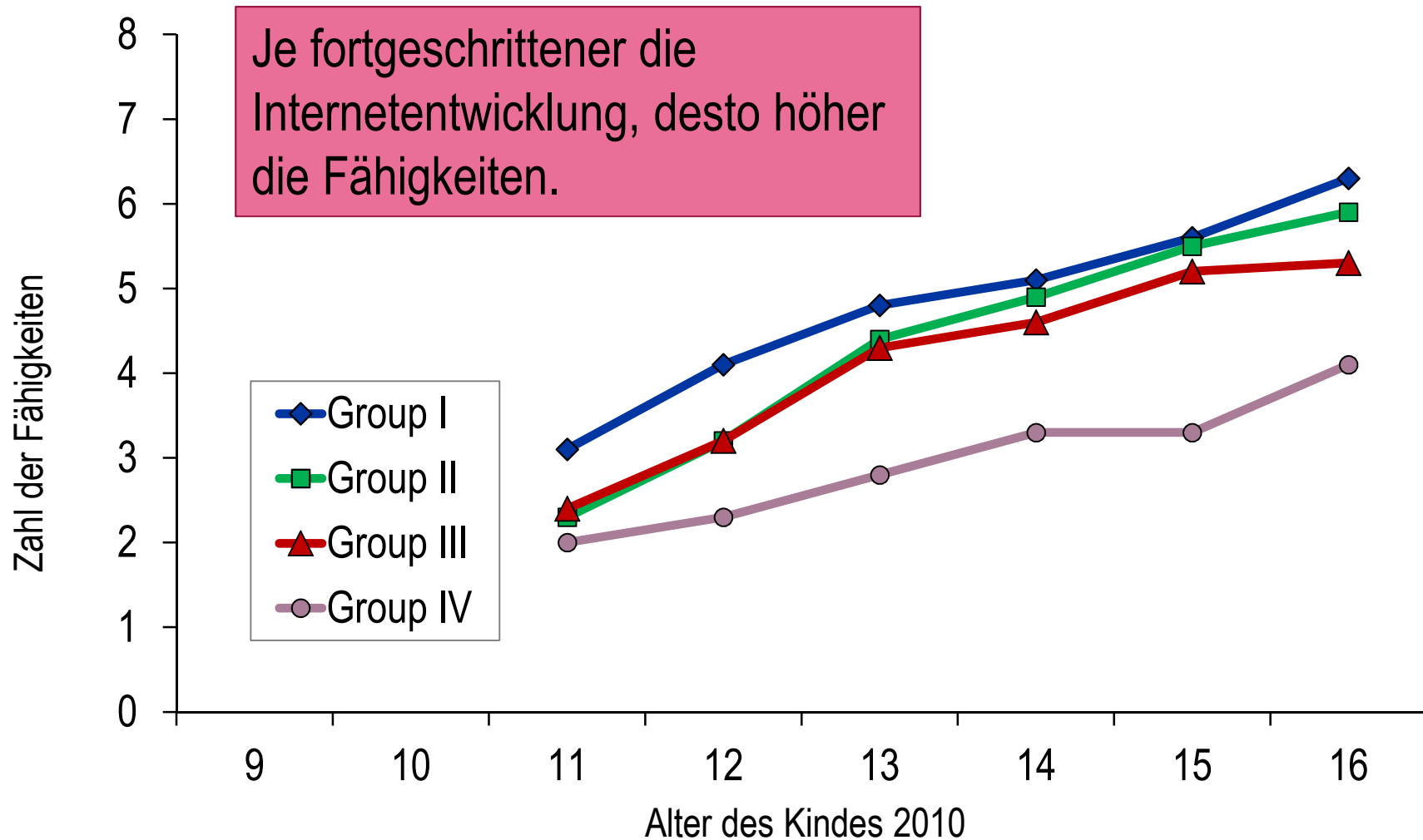
# Wann beginnen Kinder mit der Internetnutzung?



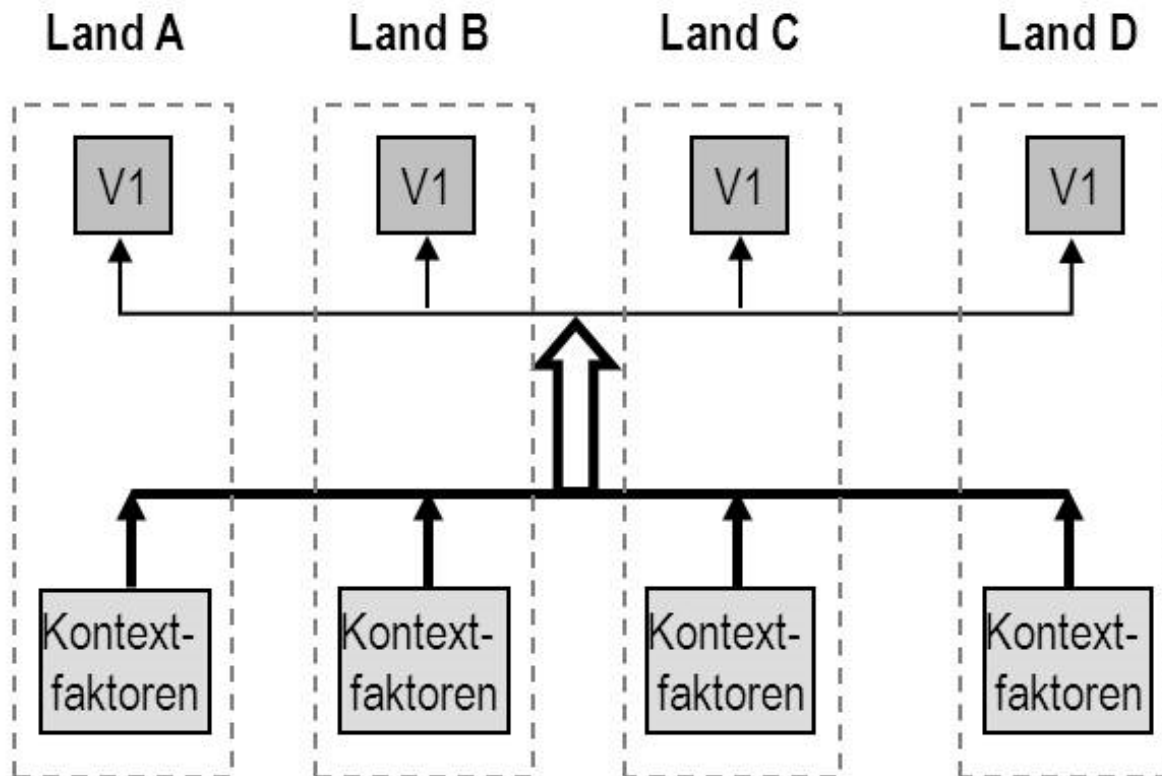
Je fortgeschrittener die Internetentwicklung, desto früher beginnen Kinder mit der Internetnutzung.



# Welche Online-Fähigkeiten haben die Kinder?



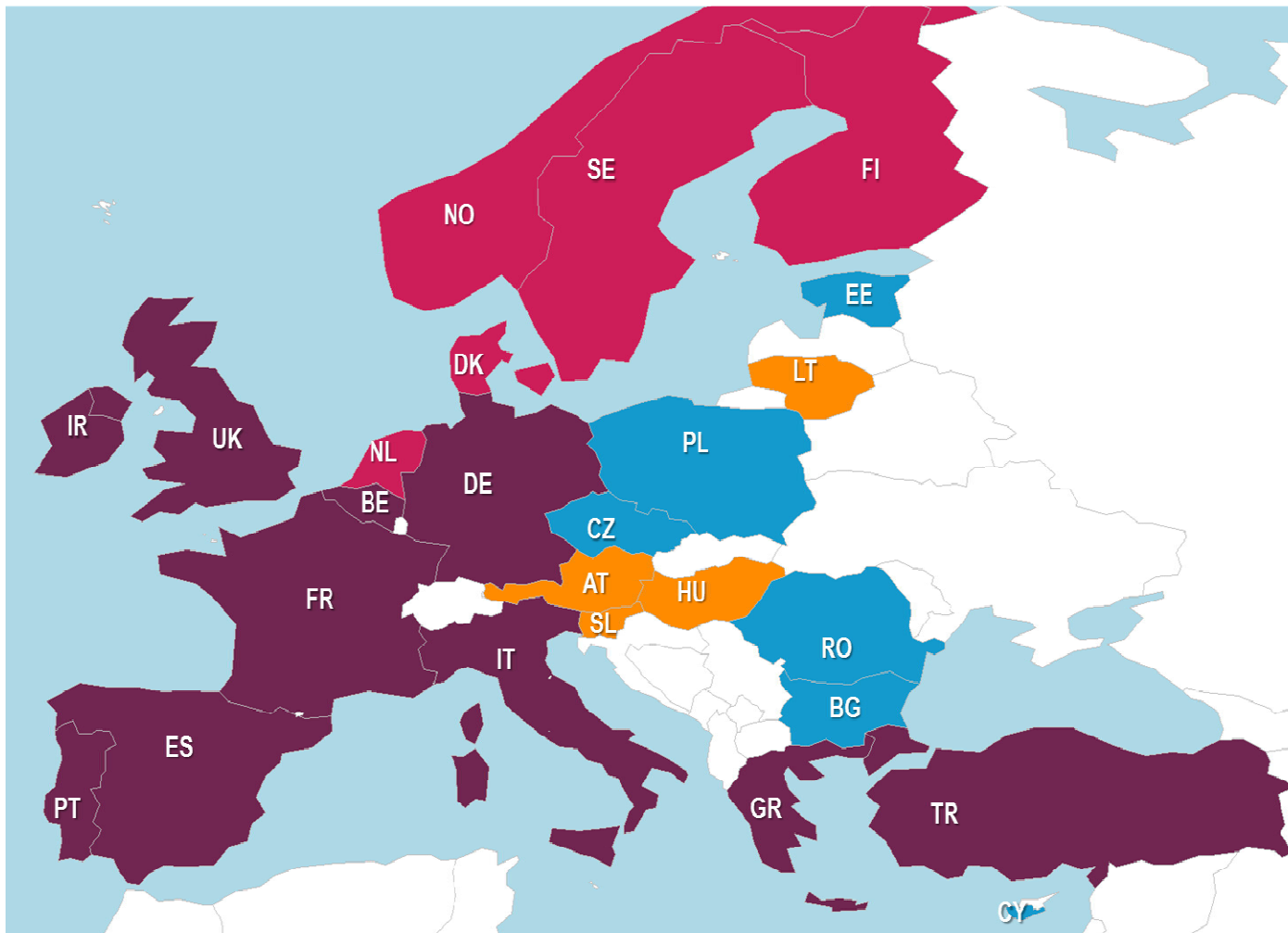
# Typen komparativer Forschung



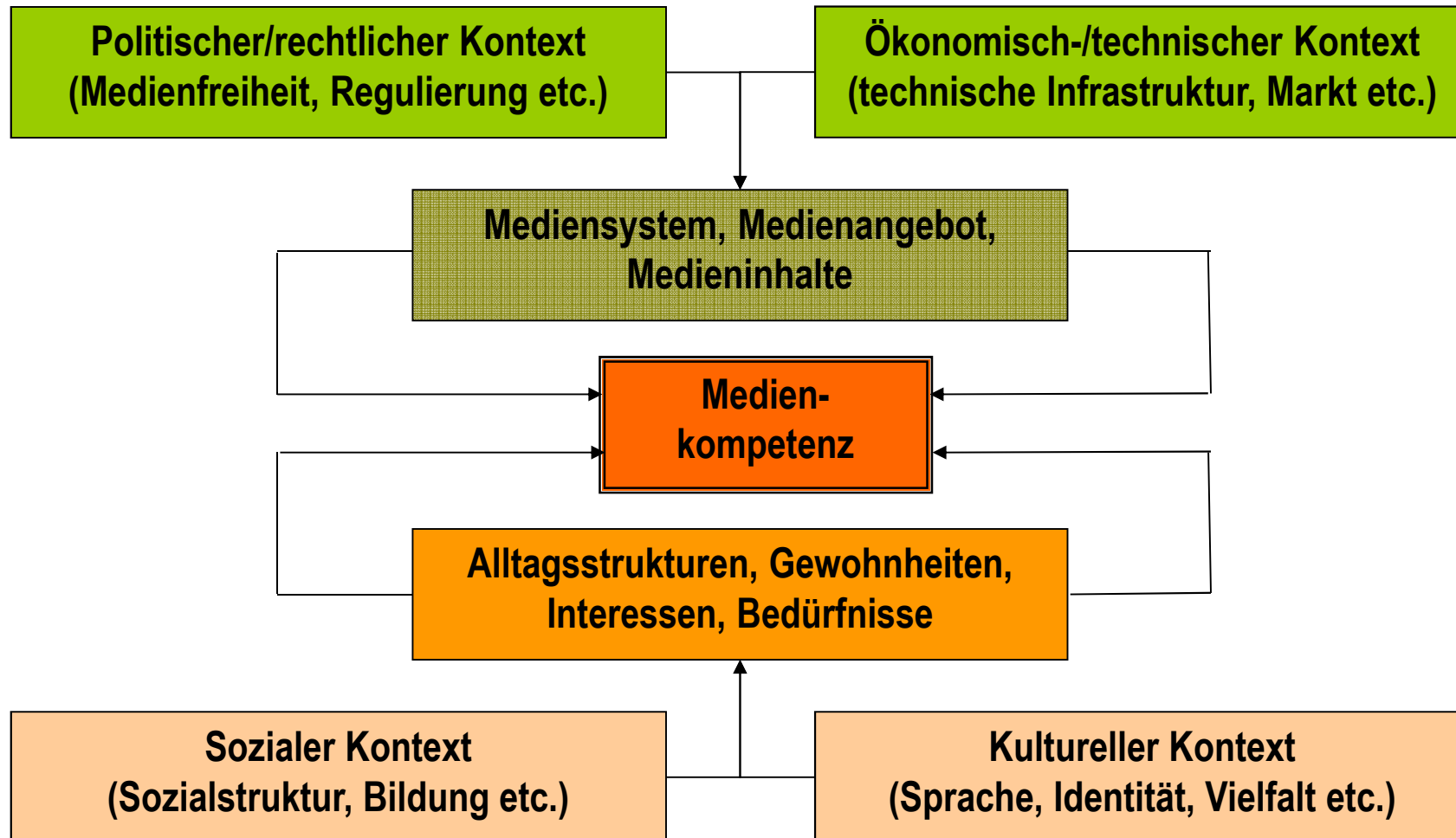
Vergleichslogik: Welche länderbezogenen Kontextfaktoren erklären Unterschiede zwischen den Ländern im Hinblick auf einen Indikator für Mediennutzung/-rezeption?

Manche komparativen Studien bilden auf der Basis komplexer Variablenkombinationen Ländertypen und untersuchen dann, welche Kontextfaktoren zu den betreffenden Mustern führen.

# Länderklassifikation nach Nutzung, Risiken und Mediation

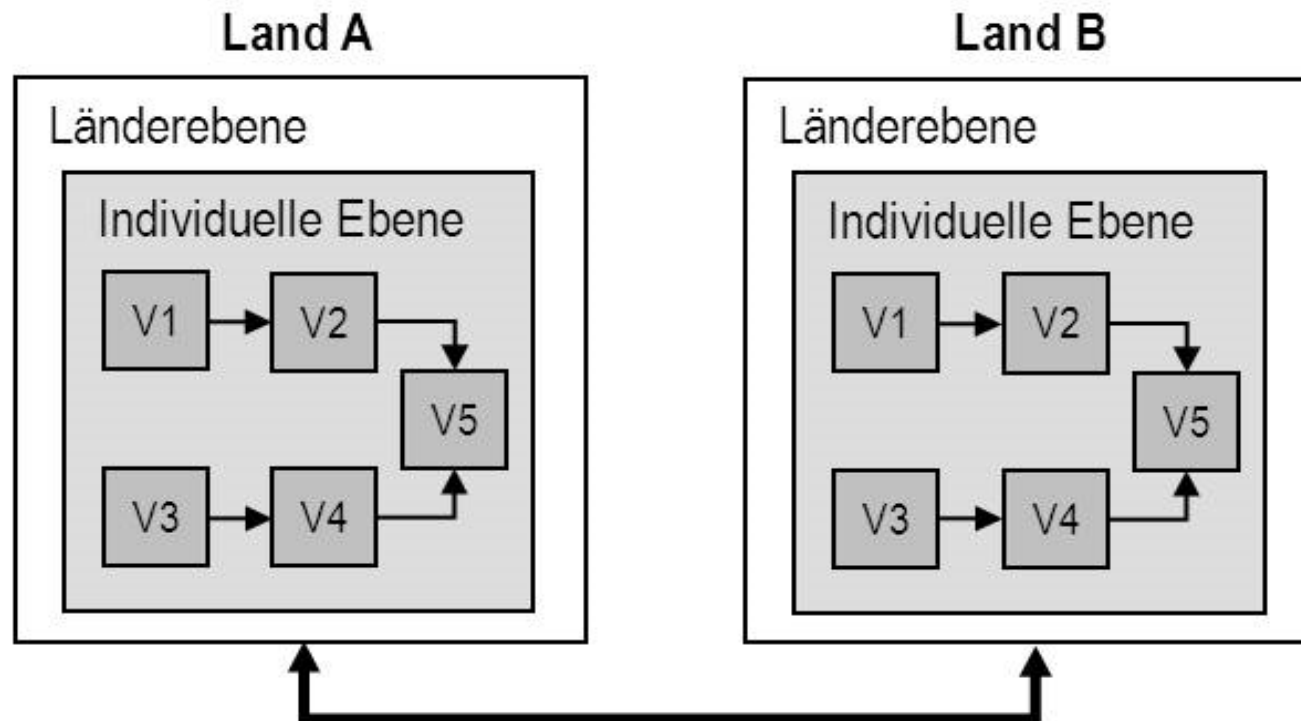


# Kontextfaktoren für den Ländervergleich





# Typen komparativer Forschung



Vergleichslogik: Lassen sich theoretische Modelle zur Mediennutzung und -rezeption in verschiedenen Länderkontexten bestätigen?

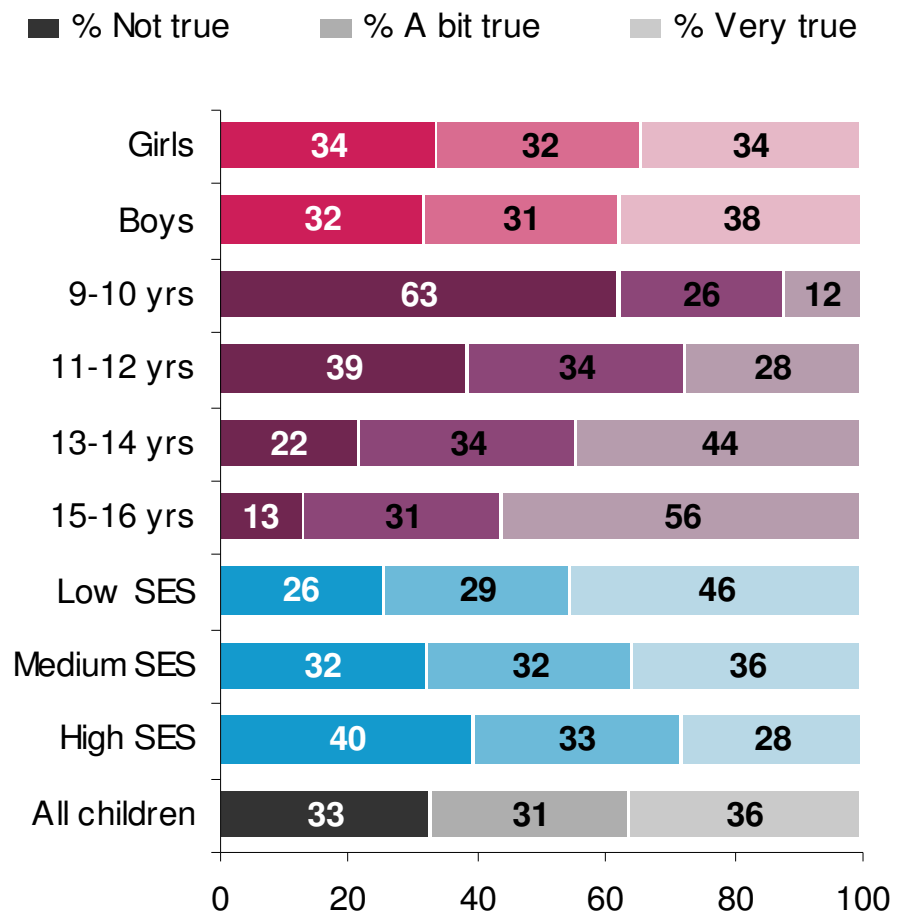
**Relevanz für Medienkompetenzförderung: Fundierte und kulturunabhängige empirische Evidenz hinsichtlich kompetenzfördernder und -hemmender Faktoren.**

# Kompetenz und sozialer Status



- Wie oben gesehen, hängt Medienkompetenz vom sozialen Status der Familien ab: Je höher der Status, desto kompetenter.
- Fragt man nach der Einschätzung der Kinder, ob sie mehr über das Internet wissen als ihre Eltern („relative Kompetenz“), findet sich ein umgekehrter Zusammenhang: Ungleichheit ist bei den Eltern begründet.

## „Ich weiß mehr über das Internet als meine Eltern.“



# Medienbezogene Risiken



Art der Problemlage		Anbieterbezogen		Kommunikationsbezogen		
		Standardisierte Inhalte	Individualisierte Anbieterkontakte	Individualisierte Kontakte mit Anderen	Handlungen des Kindes	
Rolle des Kindes		Rezipient	Marktteilnehmer	Kommunikationsteilnehmer	Akteur	
Risikodimensionen	Wertebezogen	Gewalt	Brutalität	Druck (Inkasso)	Cyberbullying	Cyberbullying
		Sexualität	Pornographie	./.	Sexting, Grooming	Sexting
		Sonstige	Rassismus	Wertebezogene Appelle	Anstiftung zu Selbstschädigung	Anstiftung zu Selbstschädigung
	Kommerzielle Risiken	Werbung	Versteckte Kosten, Betrug	Konsumdruck in der Peer Group	Glücksspiel, illegale Downloads	
	Exzessive Nutzung	Dramaturgie, Design	Rabatte, Bonuspunkte	Gruppendruck im Wettbewerb	Vernachlässigung sozialer Kontakte	
	Personenbezogene Daten	./.	Weitergabe von Daten	Weitergabe von Daten	Problematische Selbstdarstellung	

# Von Risiken zu Erfahrungen



Art der Problemlage		Anbieterbezogen		Kommunikationsbezogen					
		Standardisierte Inhalte	Individualisierte Anbieterkontakte	Individualisierte Kontakte mit Anderen	Handlungen des Kindes				
Rolle des Kindes		<div style="background-color: yellow; padding: 10px;">                     Kontakte mit problematischen Angeboten sind nicht zwangsläufig mit belastenden Erfahrungen verbunden; sie stellen Risiken dar.                 </div>				Lehrer			
Risikodimensionen	Wertebezogen					G	S	S	
	Kommunikative Risiken								
	Exzessive								
	Personenbezogene Daten								



**Verarbeitung, „Coping“, Widerstandskraft**



**Positive oder negative Erfahrung**

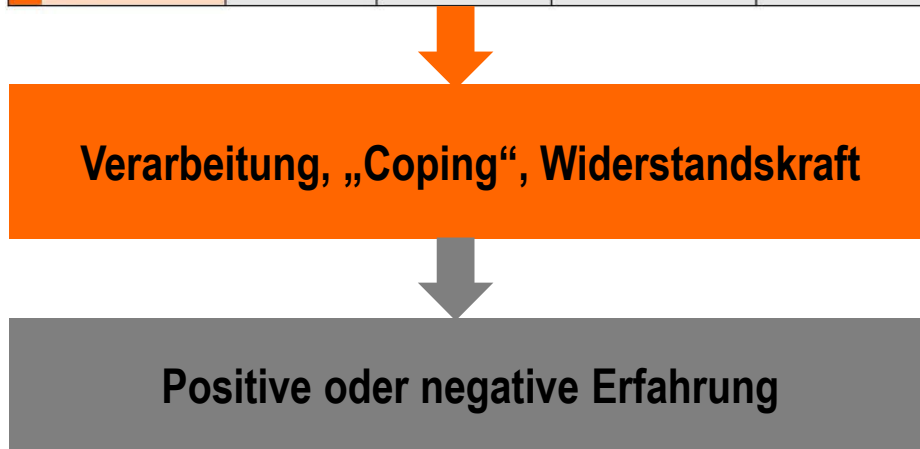
1. Stufe: Aus dem Kontakt zwischen Medienangeboten und Kindern und Jugendlichen ergeben sich Risiken und Möglichkeiten.
2. Stufe: Diese Risiken und Möglichkeiten werden mehr oder weniger gut bewältigt bzw. genutzt.
3. Stufe: Daraus ergeben sich positive oder negative Konsequenzen.

# Von Risiken zu Erfahrungen



Art der Problemlage	Anbieterbezogen		Kommunikationsbezogen	
	Standardisierte Inhalte	Individualisierte Anbieterkontakte	Individualisierte Kontakte mit Anderen	Handlungen des Kindes
Rolle des Kindes	Kontakte mit problematischen Angeboten sind nicht zwangsläufig mit belastenden Erfahrungen verbunden; sie stellen Risiken dar.			Lehrer
Risikodimensionen	Wertebezogen			
	Kommunikative Risiken			
	Exzessive			
	Personenbezogene Daten			

Das Fehlen von Medienkompetenz und von Unterstützung durch das soziale Umfeld stellen weitere Risikofaktoren dar.

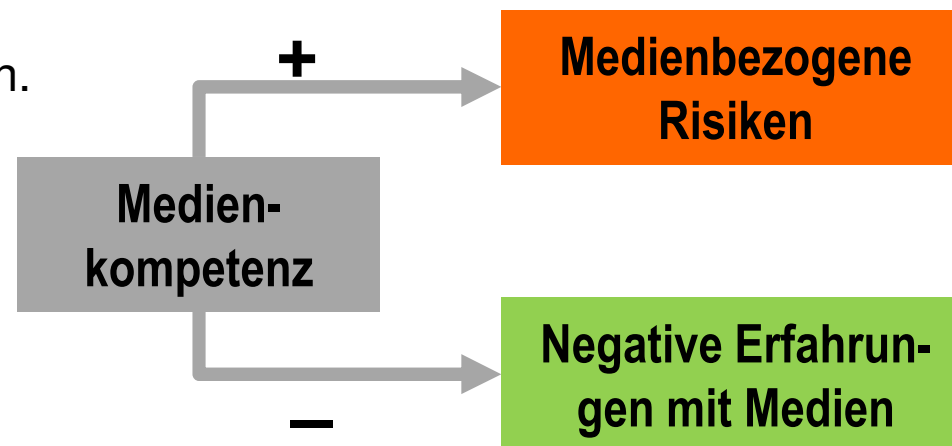




# Kompetenz, Risiken und negative Erfahrungen

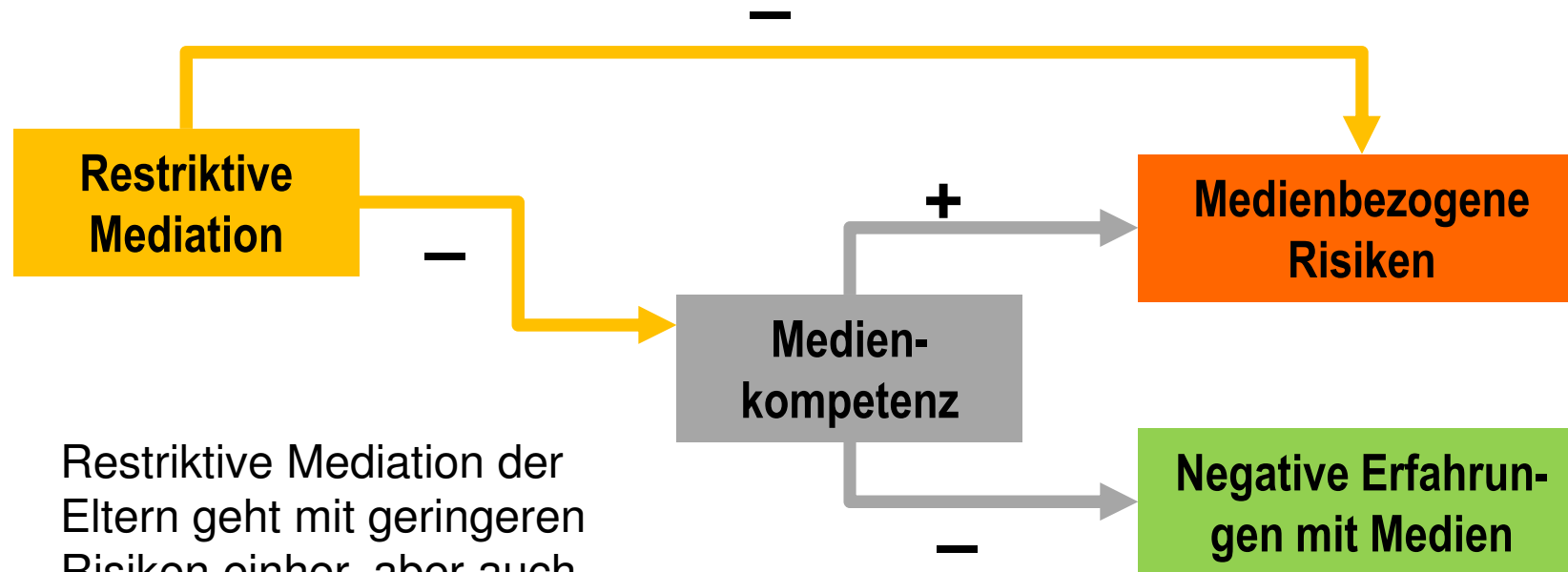


Je höher die Medienkompetenz der Kinder und Jugendlichen, desto häufiger sind Kontakte mit medienbezogenen Risiken.



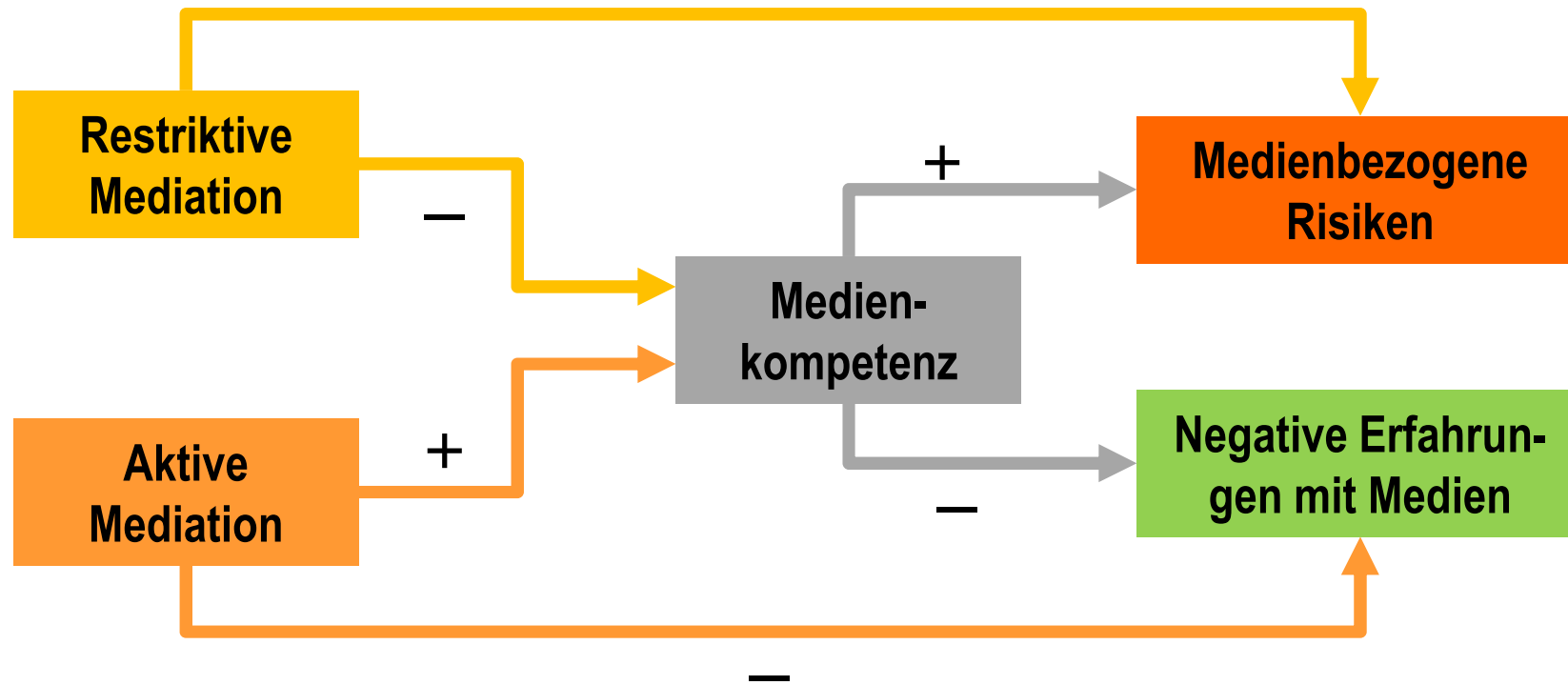
Je höher die Medienkompetenz der Kinder und Jugendlichen, desto seltener sind negative Erfahrungen.

# Kompetenz und elterliches Erziehungsverhalten



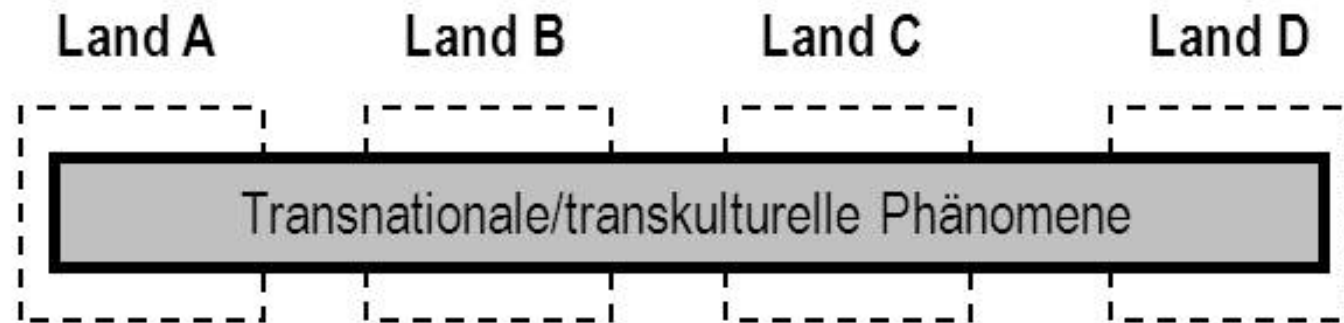
Restriktive Mediation der Eltern geht mit geringeren Risiken einher, aber auch mit geringerer Medienkompetenz – und damit mit häufigeren negativen Erfahrungen.

# Kompetenz und elterliches Erziehungsverhalten



Aktive Mediation der Eltern geht mit höherer Medienkompetenz und mit selteneren negativen Erfahrungen einher.

# Typen komparativer Forschung



Vergleichslogik: Inwieweit lassen sich in verschiedenen Ländern transnationale/transkulturelle Phänomene beobachten?

**Relevanz für Medienkompetenzförderung: Viele relevante Phänomene, etwa bei der Entwicklung von technischen Diensten oder sozialen Netzwerken, sind nur auf einer länderübergreifenden Ebene erfassbar.**

- **International vergleichende Forschung auf dem Gebiet der Medienerfahrungen und Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen kann in vielfältiger Weise zur Förderung von Medienkompetenz beitragen.**
  - **Orientierungs- und Hintergrundwissen**
  - **Sensibilisierung für interkulturelle Unterschiede**
  - **Benchmarking**
  - **Evaluation der Rolle verschiedener Kontextfaktoren für die Förderung von Medienkompetenz**
  - **Identifizierung von Best-Practice-Projekten**

# Ausblick



- **EU Kids Online leistet dazu Folgendes:**
  - **Vergleichende Grundlagenstudien:**
    - 2010 EU Kids Online II
    - 2014 Net Children Go Mobile
    - 2017 Planung einer erneuten Befragung
  - **„European Evidence Base“: Datenbank mit Hinweisen auf relevante Studien aus allen beteiligten Ländern.**
  - **Kooperative Vertiefungsstudien**
    - Qualitative Studie zur Risikowahrnehmung in neun Ländern
    - Projekt mit den europäischen Helplines
  - **Enge Kooperation mit verschiedenen Stakeholdern auf europäischer Ebene und Mitwirkung bei folgenden Plattformen:**
    - „Better Internet for Kids“ ([www.betterinternetforkids.eu](http://www.betterinternetforkids.eu))
    - Net Children 2020 (siehe [www.netchildren2020.eu](http://www.netchildren2020.eu))
    - Global Kids Online, in cooperation with UNICEF

# Kommunikationskulturen in digitalen Welten

GMK

Gesellschaft für  
Medienpädagogik und Kommunikationskultur

## Konzepte und Strategien der Medienpädagogik und Medienbildung

**32. GMK-Forum Kommunikationskultur  
Köln | 20. - 22. November 2015**

