

CLOSER

Rahmenbedingungen und
pädagogisches Konzept einer
gemeinnützigen sozialen Idee

Verfasser:

Pit Birgen

Projektleiter:

Ben Jacobi

Kontakt:

JUKI A.S.B.L.
9, rue de l'Indépendance
L-8327 Olm

Info@Juki.lu

Wir sagen Danke!



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Digitalisation



Vorwort,

Liebe/r Leser/in,

In diesem wissenschaftlichen Konzept wurde sich in den letzten vier Jahren mit den modernen, aber auch konservativen Medien und deren Einfluss auf die Entwicklung und Erziehung unserer Heranwachsenden und Erwachsenen befasst. Die Arbeit besteht zum einen aus der Aufarbeitung und Zusammenfassung von etlichen gängigen Studien die das Thema Medien behandeln, zum anderen wird die Verbindung anhand der Lösung Closer App hergestellt und verdeutlicht wie diese App, die parallel hierzu entwickelt wurde, ein erster Lösungsansatz für die, sich herauskristallisierende Problematik, darstellt. Diverse Tools der App werden vorgestellt und in einen lösungsorientierten Kontext mit den aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen gesetzt.

Ich persönlich möchte einen besonderen Dank an den Sozialwissenschaftler Herr Pit Birgen aussprechen, der sich sozialkritisch mit den diversen Studien auseinandergesetzt hat und diese Arbeit anhand der neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse und im Austausch mit den jeweiligen Akteuren (Jugendarbeiter/Innen, Programmierer/Innen, Anwälte/Innen etc.) verfasst hat.

Auch ein besonderer Dank gilt der Œuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte und deren Direktor Herrn Emile Lutgen, dem Digitalisierungsministerium, hier im Besonderen Frau Vera Soares und Herr Ben Max, der Gemeinde Kehlen, dem Herr Direktor Georges Metz des Service National de la Jeunesse und dem Herr Laurent Bauler vom Ministerium für Schulisches und Bildung (Leiter des Service de la Jeunesse). Ohne die Empfehlungsschreiben und Finanzierungen von all diesen mutigen Akteuren wäre die Umsetzung der Closer App nicht möglich gewesen.

Mut ist das wichtigste Element einer neuen Idee. Wir leben in einer Welt, in welcher Mut und Angst in einem immer engeren Zusammenspiel existieren. Da Mut nur gebraucht wird, wenn das Risiko eines negativen Ausgangs des eigenen Vorhabens durch Ungewissheiten erhöht ist, ist Angst eine verständliche Begleitreaktion. Dennoch kann nichts Neues ohne Mut entstehen. Mut ist unumgänglich, wenn wir die großen sozialen Herausforderungen der Zukunft lösen wollen. Daher wünsche ich jedem/er Pädagogen/in und allen Menschen mit einer neuen Idee viel Kraft und Mut. Denn Mut ist die Glut des Lebens.

Ein letzter Dank und viel weiteren Mut wünsche ich dem genialen Team der Juki A.S.B.L., dessen Komitee, dem Herrn Präsidenten Marc Bissen und all denen die an diesem Projekt arbeiten, daran geglaubt und daran mitgewirkt haben.

Und jetzt viel Spaß beim Lesen!

Ben Jacobi

Direktor der Juki A.S.B.L.

Inhaltsverzeichnis

Kapitel I	2
0. Einleitung	2
1. CLOSER	4
Kapitel II	7
2. Kindheit und Jugend: Fakten und Zahlen in Bezug auf digitale Medien.....	7
3. Kindheit – Jugend – Medien als wissenschaftliche Grundlage	18
3.1 Kindheit und Jugend	18
3.2 Medium, Massenmedien, Medien und App.....	19
3.3 Merkmale von Kindheit und Jugend in postmodernen Gesellschaftsstrukturen	21
3.4 Spektrum Sozialisation	24
3.5 Medienkompetenz in Zusammenhang mit der Persönlichkeitsentwicklung	33
3.6 Psychologische Nutzungs- und Wirkungsdimensionen	53
Kapitel III	63
4 CLOSER: Schlussbetrachtung, Ausblick und Fazit	63
5 Quellenverzeichnis	68
5.1 Literaturverzeichnis.....	68
5.2 Internetverzeichnis.....	69

Kapitel I

0. Einleitung

Spaziert man heute durch die Straßen, sitzt im Zug oder steht mit dem Auto im Stau, dann lässt sich beim genaueren Hinschauen ein Phänomen erkennen, welches so natürlich geworden ist, dass es kaum noch jemandem explizit auffällt: Die Rede ist von den vielen Menschen, welche mit gesenkten Blicken gebannt auf den Bildschirm ihres Smartphones starren. Es ist kaum verwunderlich, dass sich diese Geräte so rasch verbreitet haben, denn die Anwendungsbereiche scheinen unbegrenzt zu sein. Neben Nachrichten lesen, Musik hören, Social Media oder Spiele spielen werden jede Sekunde Tausende von Bildern und Videos aufgenommen und geteilt. All diese Aktivitäten können bequem unterwegs über ein einziges Gerät getätigt und gesteuert werden. Ein wesentlicher Bestandteil des Erfolgs von Smartphones sind Apps. Diese bereiten definierte Inhalte benutzerfreundlich für mobile Geräte auf und erleichtern die Handhabung. Dies erleichtert auch Kindern und Jugendlichen den Zugang zu dieser Technologie. Ein eigenes Gerät müssen Kinder oder Jugendliche nicht zwangsläufig hierfür besitzen, sodass häufig das der Eltern zum Ausprobieren genutzt wird. Die einfache Bedienung über einen Touchscreen und interaktive Elemente erleichtert auch kleineren Kindern den Umgang mit mobilen Geräten und macht Apps sehr interessant. Welcher enorme Stellenwert die Smartphones für Kinder und Jugendliche besitzen, kann nicht zuletzt anhand der neusten Erkenntnisse aus der KIM und JIM Studie belegt werden. Auf den eben genannten Grundlagen hat die Juki Asbl zusammen mit ihren Partnern die „**CLOSER**“-App entwickelt, welche mit dem Zeitgeist heutiger Gegebenheiten alle positiven Eigenschaften von digitalen Medien vereint. Ziel ist es, die aktive Teilnahme am sozialen Leben der Menschen mitzugestalten und zu vereinfachen.

In der folgenden Arbeit werden die konzeptionellen Rahmenbedingungen für CLOSER dargelegt. Neben zahlreichen Recherchen im Internet und in der Fachliteratur spiegelt das Konzept auch die Ideen und Sichtweisen von Fachläuten wider. So fließen sowohl Elemente aus einem Interview und Austausch mit Herrn Ben Jacoby (Direktor der Juki Asbl) mit ein als auch inhaltliche und strukturelle Komponenten welche in zahlreichen Treffen mit Frau Jennifer Becker (Sozialpädagogin bei Juki Asbl) erarbeitet worden sind. Über diese Dimensionen hinweg fließen auch die Erkenntnisse und Arbeitsergebnisse aus den anderen Domänen mit ein, welche maßgebend an der Konstruktion von CLOSER beteiligt waren. Zu nennen sind vor allem die Firmen, welche das Programmieren (Philipp Freudenreich von Custom Coding), die Grafiken (Jan von Human Made), die Filme (Daniel Kuschewski von Dramabude) wie auch die rechtlichen Parameter (Rosanna Mongelli von AS Avocats) ausgearbeitet und entwickelt haben. Neben dem Hauptsponsor von CLOSER (die Oeuvre Nationale de Secours Grand-Duchesse Charlotte) spielen auch die Gemeinde Kehlen, das Ministerium für

Digitalisierung und das Ministerium für Bildung, Kindheit und Jugend eine wichtige Rolle bei der Realisierung der App.

Die Arbeit basiert auf drei Kapiteln, welche sich durch unterschiedliche Schwerpunkte charakterisieren lassen. Im ersten Kapitel wird CLOSER operationalisiert und beschrieben. Es sollen die ethischen Grundhaltungen von CLOSER wie auch der Nutzen sowie die Einsatzmöglichkeiten dargestellt werden und darüber hinaus CLOSER als pädagogisches Tool eingeführt werden. Im zweiten Kapitel geht es um den Stellenwert von digitalen Medien im Hinblick auf Kinder und Jugendliche. Konkret werden Kindheit und Jugend definiert, um dadurch den wichtigen, aber dennoch fragilen Lebensabschnitt zu beleuchten, welcher sich durch erhebliche Entwicklungsaufgaben kennzeichnen lässt. Das Leben von Heranwachsenden soll in diesem Kapitel in Zusammenhang mit digitalen Medien gesetzt werden. Dies geschieht unter anderem anhand der KIM- und JIM- Studie, welche es erlauben, quantifizierbare Erkenntnisse zu bekommen um damit die Omnipräsenz neuer Medien zu objektivieren und zu untermauern. In einem letzten Teil des zweiten Kapitels soll explizit auf die Medienkompetenz und Medienbildung verwiesen werden, um daraus die Wichtigkeit einer App wie CLOSER herauszufiltern. Schließlich endet das Kapitel indem auf die Wichtigkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse verwiesen wird, welche die Phänomenologie von Kindheit, Jugend und digitalen Medien untersuchen und wissenschaftlich vorantreiben. Gerade die Psychologie als Wissenschaft vom Erleben und Verhalten mit ihren zahlreichen Subdisziplinen eignet sich dazu, CLOSER weiterzuentwickeln und der Maxime gerecht zu werden, eine App für die Menschen zu erschaffen, sie zu evaluieren und auszubauen. In einem letzten dritten Kapitel werden dann alle wichtigen Erkenntnisse und Elemente aus der Ausarbeitung zusammengefügt und in einer Schlussbetrachtung mit anschließendem Ausblick kritisch reflektiert und weitergedacht.

1. CLOSER

Die Idee von CLOSER ist aus dem rasant wachsenden technologischen Wandel des Medienangebots entstanden, welcher sich für Jung und Alt als ein sich ständig veränderndes Bezugsfeld darstellt. Internet, Handys und andere digitale Medien nehmen einen großen Platz im Leben vom Menschen in postmodernen Gesellschaftsstrukturen ein. Charakteristisch für den Umgang mit digitalen Medien sind die vielfältigen Wahlmöglichkeiten für den Einzelnen, aber zugleich auch das daraus resultierende Dilemma des „*Sich-Entscheiden-Müssens*“. Dies beschreibt allerdings wohl nur ein Teil dieser „Qual der Wahl-Phänomenologie“.

Fokussiert man soziale Medien oder mobile Kommunikationsmedien explizit, wird schnell klar, dass es sich tendenziell eher um junge mediale Phänomene handelt, welche sich jedoch dadurch charakterisieren lassen, dass sie eine enorme soziale und gesellschaftliche Auswirkung haben. Es handelt sich somit um wichtige Kommunikationsinstrumente des 21ten Jahrhunderts, die alters- und geschlechterübergreifend sehr heterogen genutzt werden.

Die Idee von CLOSER visiert den eben genannten Stellenwert von digitalen Medien und vereint alle positiven Aspekte dieser modernen Technologie, um daraus eine neuartige und innovative App zu entwickeln.

Bei CLOSER handelt es sich um mehr als nur eine App. Neben einer großen Anzahl an Tools, welche an individuelle Bedürfnisse und Wünsche angepasst und konfiguriert werden können, wird darüber hinaus auch eine Schnittstelle in die digitale Lebenswelt von Heranwachsenden geschaffen.

Diese Schnittstelle wiederum dient als Grundlage für mediatisierte Jugendarbeit bzw. kann als ein neuartiges pädagogisches Instrument genutzt werden, um Kinder und Jugendliche dort abzuholen, wo sie sich immer öfters aufhalten - und zwar im Internet. In einer zweiten Phase werden neben Heranwachsenden weitere Altersgruppen zu dem System hinzugefügt, so dass alle Bürgerinnen und Bürger einbezogen werden können. So wird sichergestellt, dass die Kommunikationsplattform mit all ihren Möglichkeiten genutzt werden kann (dies gilt auch für Professionelle wie beispielsweise LehrerInnen, Pädagogen/innen, Psychologen/innen, ErzieherInnen, SozialarbeiterInnen, etc.).

Auf der Basis eines Client-Server-Konzeptes wird eine zusätzliche Schnittstelle für die Integration weiterer Dienste bereitgestellt. Die ermöglicht, dass CLOSER ständig wächst und daraus eine Dienstleistung entsteht, bei der der User genau das bekommt, was er benötigt, und sich somit seine persönliche digitale Welt erschaffen und konfigurieren kann. Anhand dieser Grundidee und klar definierter Prinzipien wie etwa Empowerment, Demokratie, Gleichberechtigung, Chancengleichheit oder Menschen- und Kinderrechte sollen sozialisatorische Prozesse angeregt werden, um den Grad an Partizipation und Inklusion im alltäglichen Leben zu erweitern. Zum einen besteht die Möglichkeit,

unendlich neue und erweiterbare Module zu entwickeln und hinzuzufügen. Zum anderen können neben der Digitalisierung von ganzen Gemeinden, Ministerien oder anderen Institutionen auch Kommunikation, Informations- und der Datenaustausch zwischen den BenutzerInnen innerhalb und außerhalb definierter Systeme ermöglicht werden. Dieses hebt die Kommunikationsbeschränkungen auf. Über die visuelle und auditive Kommunikation hinweg existiert eine Anpassungsfähigkeit für unterschiedliche Nutzergruppen, damit schädliche, verschreckende, ungeeignete oder unangebrachte Elemente nicht jeder Zielgruppe zugänglich sind. So ermöglicht CLOSER neben präventiven Angeboten auch den gegenseitigen direkten wie auch indirekten Transfer aus der „digitalen“ in die „reale“ Welt (vice versa). In Bezug auf schädliche Elemente, bietet die App eine Reihe an Sicherheitsaspekten, so dass „Fake Accounts“ beispielsweise nicht möglich sind, da die Registrierung nur anhand personeller und offizieller Daten erlaubt ist. Ein weiterer Vorteil von CLOSER ist die persönliche Cloud-Nutzungsfunktion. Jeder Nutzer hat die Möglichkeit auf einen externen Datenspeicher zuzugreifen und zu jedem Moment seine Daten abzurufen. Dabei stehen die dafür genutzten Server explizit in Luxemburg. Die Cloud-Funktion von CLOSER unterscheidet sich stark von anderen Cloud-Diensten. Können beispielsweise große Cloud-Dienste theoretisch jederzeit Zugriff auf gespeicherte Daten haben, ist es für CLOSER ein großes Anliegen, dass die Daten, explizit den Nutzerinnen und Nutzern gehören. CLOSER steht somit für Datenschutz und Privatsphäre und verfolgt keinerlei kommerziellen Interesse, sondern steht für Sicherheit im Netz, um dadurch den negativen Eigenschaften von Internetnutzung entgegenzuwirken.

Durch CLOSER können bequem virtuelle oder reale Aktivitäten geplant und umgesetzt werden und mit einer Fingerbewegung, einfach auf einer modernen Weltkarte verlinkt werden. Neben Navigationsmöglichkeiten existieren auch entsprechende Buttons, welche dem Nutzer bei drohender Gefahr helfen, schnellstmöglich Kontakt zur Polizei herzustellen oder das Jugendhaus zu kontaktieren. Durch eine durchdigitalisierte virtuelle Welt ist der Nutzer immer auf dem neusten Stand und weiß, was in seine Umgebung (oder darüber hinaus) los ist. So können beispielsweise auch durch eine *Sharing Economy*-Applikation der lokale Handel gefördert, nachhaltiger Konsum angeregt und die Gemeinwesenarbeit gefördert werden. Ziel ist die Vereinfachung inklusiver Prozesse in der realen Welt.

Gerade wegen des avancierten sozialisatorischen Stellenwertes werden digitale Medien gerne verteufelt oder geächtet (z.B. gewaltverherrlichende und pornographische Parameter) und andererseits werden die Potenziale und Chancen unterstrichen (z.B. didaktische Hilfen beim Lernen oder Einsatzmöglichkeiten im nicht schulischen Bildungsbereich). CLOSER strebt danach, die bestehenden Ambivalenzen zwischen Segen und Fluch in Bezug auf digitale Medien aufzugreifen und beide Seiten zu vereinen. So werden beispielsweise medienbezogene Kompetenzen (hinsichtlich

Mediennutzung, Mediengestaltung, Medienkunde, und Mediennutzung) angeregt, gefördert und vertieft. Neben der Fokussierung auf die positiven Aspekte von digitalen Medien wird mit CLOSER der nötige virtuelle Raum geschaffen, in dem Datenschutz und nichtkommerzielle Zwecke im Vordergrund stehen. So wird die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen als elementar betrachtet und auf der Basis von Kohärenz der Bereich: *Sinnhaftigkeit, Handhabbarkeit und Verstehbarkeit* gefördert, um Entwicklungsprozesse anzuregen oder Hilfestellungen bei Entwicklungsaufgaben zu ermöglichen.

Da ein Großteil der Bevölkerung ein oder mehrere Smartphones besitzt und somit die Handhabung weitestgehend bekannt ist, kann CLOSER einfach heruntergeladen werden und durch unterschiedliche Videos und einfache Erklärungen schnell und einfach konfiguriert werden. Auf der Grundlage der alltäglich geleisteten Jugendarbeit in einem multidisziplinären Team und der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Gegebenheiten bemüht sich CLOSER die Haltungen, Sorgen, Wünsche und Bedürfnisse junger Erwachsener wahrzunehmen und widerzuspiegeln.

Mit diesem simplen Grundprinzip sind Jugendliche selbst ein Teil von CLOSER, da ihr Feedback zur Evaluation beiträgt und somit ein zentrales Mittel der Qualitätssicherung darstellt.

Im nächsten Kapitel wird expliziter auf den Stellenwert von digitalen Medien im Hinblick auf Kinder und Jugendliche eingegangen. Das Leben von Heranwachsenden soll kritisch im Zusammenhang von Bedeutung und Stellenwert in Kombination mit digitalen Medien untersucht werden. Im letzten Teil des zweiten Kapitels wird auf die Medienkompetenz und Medienbildung verwiesen werden, um daraus die Wichtigkeit von CLOSER herauszufiltern. Das Kapitel endet damit, dass auf die Wichtigkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse verwiesen wird, welche die Phänomenologie von Kindheit, Jugend und digitalen Medien untersuchen und wissenschaftlich vorantreiben.

Kapitel II

2. Kindheit und Jugend: Fakten und Zahlen in Bezug auf digitale Medien

Es ist unverkennbar, dass die digitalen Medien unsere Gesellschaft verändert haben. Täglich werden sie von den Menschen und vor allem von Kindern und Jugendlichen genutzt. Es ist also kaum verwunderlich, dass einerseits Sozialisation wie auch Kommunikationsverhalten einem Wandel unterliegen und andererseits eventuell resultierende körperliche und psychosomatische Auswirkungen noch nicht ausreichend untersucht wurden (Vgl. Hensinger, 2014, S. 168).

Um diese Unverkennbarkeit greifbarer zu machen und die Omnipräsenz digitaler Medien im Zusammenhang mit Kindheit und Jugend besser zu quantifizieren sowie zu operationalisieren, sollen anhand der KIM-Studie (KIM: Kindheit, Internet, Medien) aus dem Jahr 2018 und der JIM-Studie (JIM: Jugend, Information, Medien) aus dem Jahr 2019 und 2020 entsprechend erhobene Erkenntnisse dargelegt werden, um den gegenwärtigen Stellenwert von digitalen Medien für heutige Heranwachsende zu verdeutlichen.

Bei der KIM- und JIM-Studie handelt es sich um zwei deutschlandweit durchgeführte Studien zum Bereich der digitalen Medien. Sind die Zielgruppe bei der KIM-Studie Kinder zwischen 6 und 13 Jahren (sowie deren Haupterzieher), bildet die Zielgruppe für die JIM-Studie die 12- und 19-jährigen Jugendlichen.

Für die KIM-Studie aus dem Jahr 2018 wurden 1.231 Kinder in ganz Deutschland befragt (Vgl. KIM-Studie, 2018, S. 2). Für die JIM-Studie von 2019 wurden insgesamt 1.200 Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren in ganz Deutschland telefonisch befragt (Vgl. JIM-Studie, 2019, S. 3) und da das Jahr 2020 aufgrund der Corona-Pandemie zu einer außergewöhnlichen Situation für den Alltag und das Medienverhalten von Jugendlichen geführt hat, wurden für die JIM-Studie von 2020 abermals 1.200 Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren in ganz Deutschland von Juni bis Juli telefonisch oder online befragt (Vgl. JIM 2020, S. 2f.).

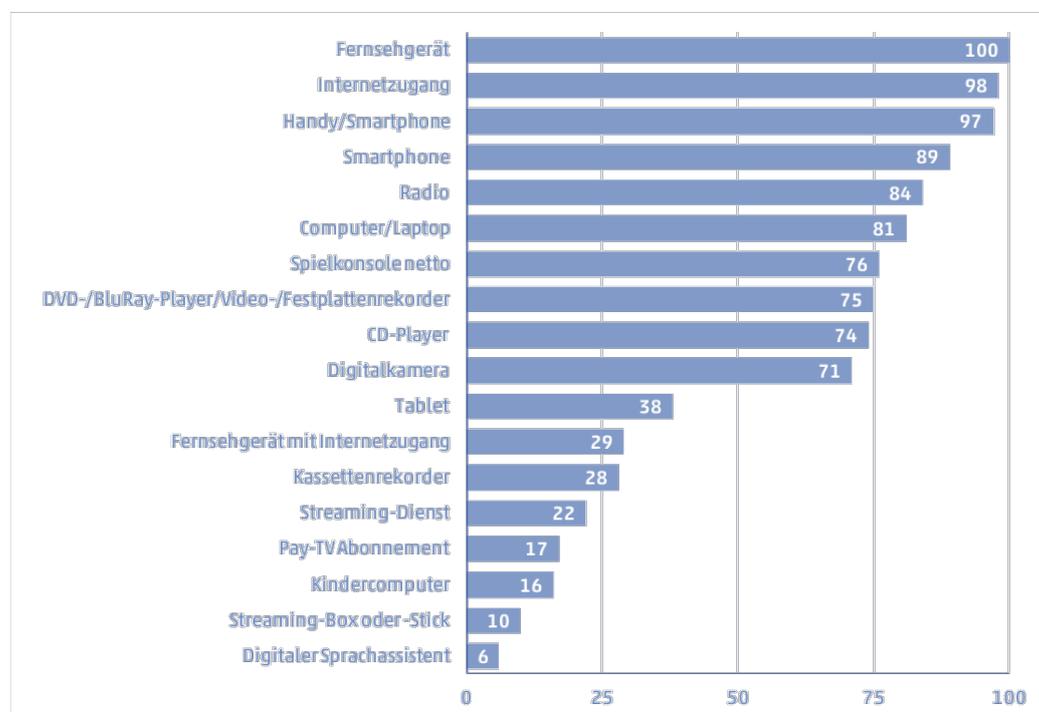
Da es für das Großherzogtum Luxemburg keine solchen breitangelegten Untersuchungen gibt, sollen die Ergebnisse aus dem Nachbarland Deutschland genutzt werden, um auf die Verbreitung hinsichtlich der Phänomenologie hinzuweisen. Es sei darauf hingewiesen, dass die Ergebnisse immer mit einer gewissen Vorsicht zu betrachten sind, da sich die Bundesrepublik Deutschland in zahlreichen Bereichen im Vergleich zum Großherzogtum Luxemburg unterscheiden lässt. Da der Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) jedoch mit der KIM- und JIM-Studie seit mehr als zwei Jahrzehnten den Medienalltag Jugendlicher in Deutschland untersucht, können die Resultate auf der Grundlage der langandauernden und großen Stichproben auch Rückschlüsse auf die Medienentwicklung in Bezug auf luxemburgische Jugendliche zulassen. Da das Hauptmerkmal bei

dieser Ausarbeitung auf CLOSER liegt, sollen aus der Studie vorwiegend die Akzente auf solche Ergebnisse gelegt werden, welche Zusammenhänge zwischen Smartphones bzw. sozialen Medien und Apps in Kombination auf deren Wichtigkeit, Stellenwert und Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen erlauben.

Aus der KIM-Studie von 2018 lässt sich interpretieren, dass Kinder heutzutage mit einem sehr vielfältigen Medienrepertoire aufwachsen. In den Haushalten, in denen Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren leben, besteht eine Vollausrüstung bei Fernseher, Internetzugang sowie Handy (Vgl. KIM-Studie, 2018. S.8f.)

Medienausstattung im Haushalt 2018

- Auswahl, Angaben der Haupterzieher -

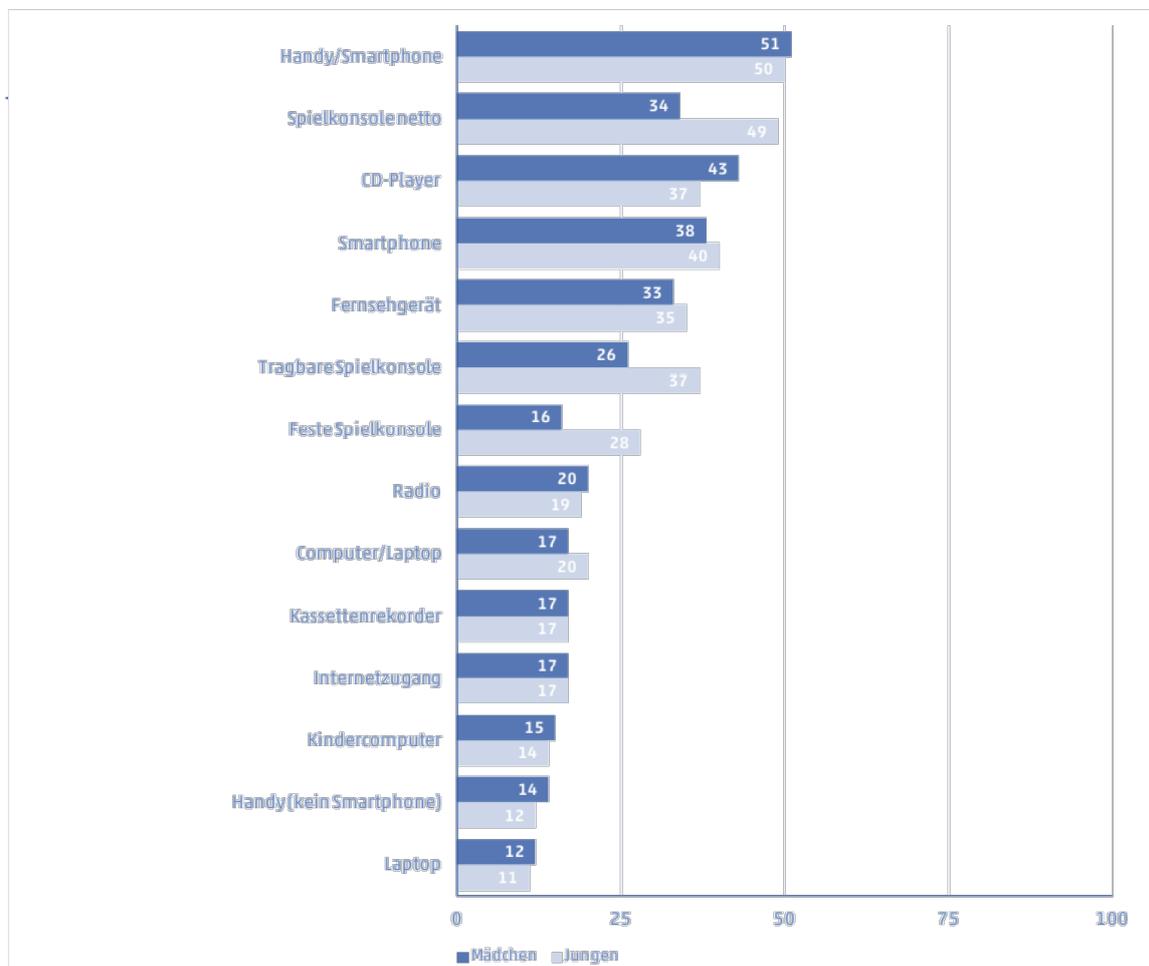


Quelle: KIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher, n=1.231

Die immer weitere Ausdifferenzierung von Internetnutzung auf verschiedene Geräte und Plattformen hat dazu geführt, dass der klassische Computer an Bedeutung verloren hat, und gerade Smartphones mit ihrer Vielzahl an Möglichkeiten immer mehr an Relevanz gewinnen. Es ist also kaum verwunderlich, dass das Gerät, welches am häufigsten in den Kinderzimmern zu finden ist, das Mobiltelefon ist. Hinsichtlich der Geschlechterverteilung lässt sich erkennen, dass es bezogen auf den Gerätebesitz fast keine Unterschiede gibt (Vgl. ebd., 2018, S. 9).

Gerätebesitz der Kinder 2018

- Angaben der Haupterzieher -



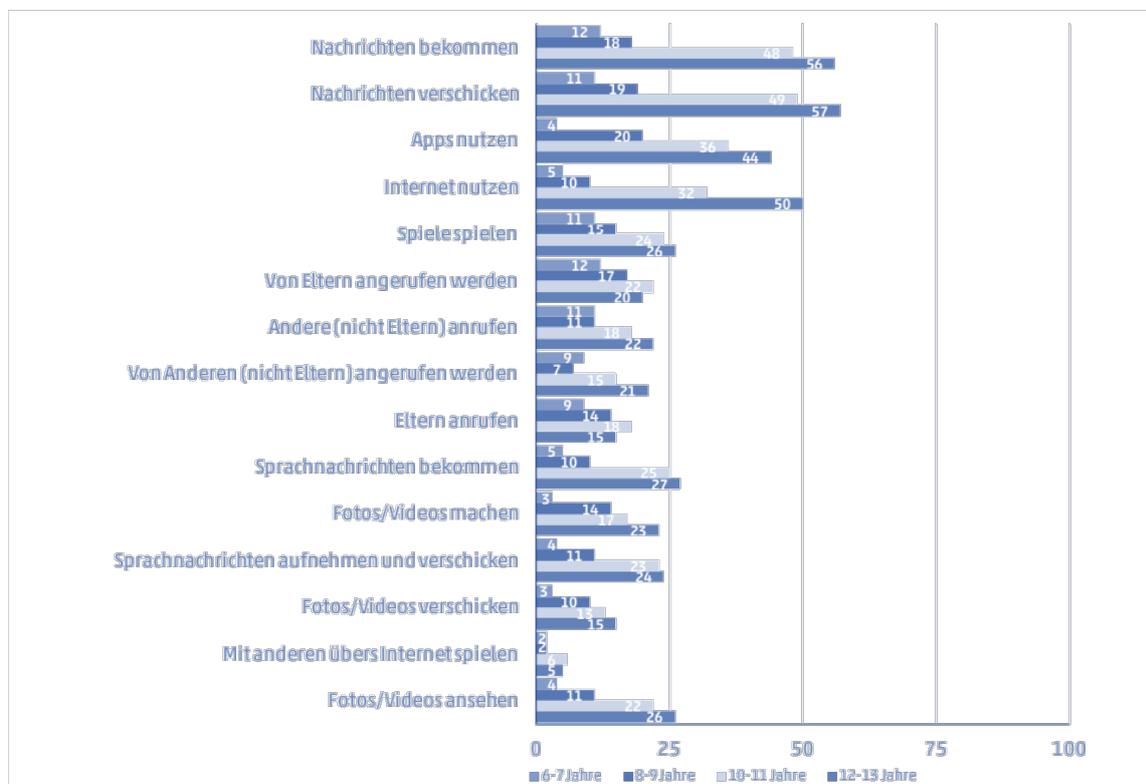
Quelle: KIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher, n=1.231

Analysiert man die Handy- und Smartphonennutzung im Alltag, ergibt sich, dass jedes zweite Kind sein eigenes Gerät besitzt. 71 Prozent aller 6- bis 13-Jährigen nutzen mehr oder weniger im Alltag ein Handy oder Smartphone, unabhängig davon, ob sie selbst eines besitzen oder das Gerät der Eltern mit nutzen dürfen. (Vgl. ebd., 2018, S. 16f.). Evaluiert man genauer den Verwendungszweck des Handys, lässt sich herausfiltern, dass die Kommunikation über Textnachrichten die wichtigste Funktion für Kinder in der täglichen Handynutzung darstellt. Darüber hinaus nutzt jedes dritte Kind täglich Apps oder das Internet, was die Relevanz und Wichtigkeit von entsprechender Medienkompetenz voraussetzt und untermauert und somit die Sinnhaftigkeit einer App wie CLOSER unterstreicht, da hier auf sichere Art und Weise die Kommunikation über Textnachrichten ermöglicht wird. Außerdem bietet CLOSER adaptierte Nutzungsmöglichkeiten in Bezug auf die anderen Bereiche, welche entsprechend der Studie von den Kindern und deren Erziehungsberechtigten als relevante Nutzungsfunktionen

definiert wurden (untenstehende Tabelle: Nutzung verschiedener Handy- / Smartphonefunktionen 2018).

Nutzung verschiedener Handy-/Smartphonefunktionen 2018

- jeden/fast jeden Tag -



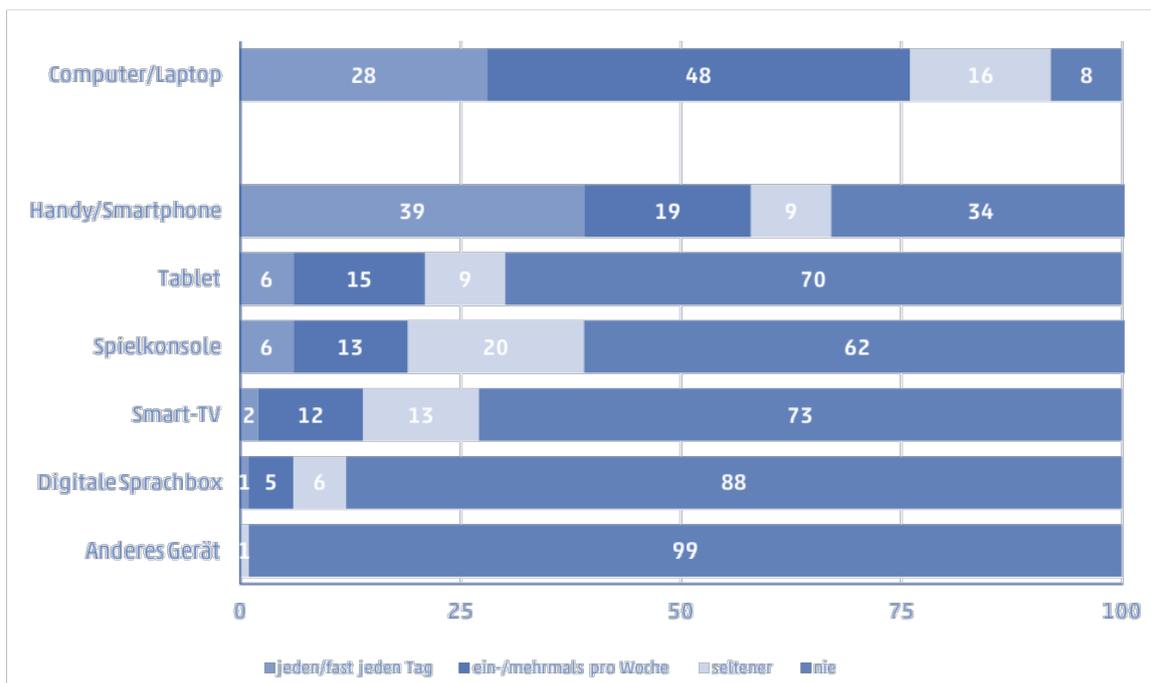
Quelle: KIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: Handy-Nutzer, n=868

Zusammenfassend lässt sich anhand der KIM-Studie zeigen, dass der mediale Alltag von Kindern trotz hoher Dynamik der Medienwelt im Großen und Ganzen von hoher Stabilität gekennzeichnet ist. Neue Angebotsformen und Verbreitungswege von Bewegtbild oder dynamisch entwickelnde Social Media-Plattformen sind meist erst für ältere Kinder relevant, jüngere nutzen diese noch eher partiell. Dies würde für CLOSER bedeuten, dass eine Nutzung der App erst ab dem zehnten Lebensjahr (3ter Zyklus) Sinn macht, da davor eine entsprechende Medienkompetenz noch nicht ausreichend verinnerlicht worden ist und andere Bereiche relevanter für die Gesamtentwicklung eines Kindes sind.

Relevantes Medium für Kinder ist immer noch das Fernsehen, allerdings gewinnen YouTube oder onlinebasierte Bewegtbildnutzung auch bei Kindern immer mehr an Bedeutung und Beliebtheit. Ab etwa zehn Jahren nimmt die Alltagsrelevanz der Kommunikation via Social Media zu. Hier wird dann meist im Freundeskreis, in der Klassengemeinschaft und auch innerhalb der Familie kommuniziert. Die bevorzugtesten Apps sind WhatsApp (52%), YouTube (26%) und Facebook (13%). Daraus ergibt sich, dass das Mediennutzungsverhalten der Eltern und das zuhause verfügbare Medienangebot bei der

Betrachtung der Mediennutzung der Kinder eine wichtige Rolle spielen. Die permanente Verfügbarkeit verschiedenster Nutzungsoptionen von Bewegtbild, Spielen, Fotos, Kommunikation und Interaktion stellt für Kinder bzw. deren Eltern sowie die Gesellschaft eine zentrale Herausforderung dar (Vgl. ebd. 2018, S.83f.). Gerade in dem Zusammenhang spielt die Analyse der Internetnutzung durch entsprechende Geräte eine wichtige Rolle. Es zeigt sich, dass für Kinder das Smartphone an erster Stelle liegt und dadurch die Alltagsrelevanz des mobilen Internetzugangs immer wichtiger wird, sodass es kaum verwunderlich ist, dass das Handy oder Smartphone von 58 Prozent regelmäßig genutzt wird, um online zu gehen (untenstehende Tabelle: Wege der Internetnutzung 2018). Dieser Stellenwert birgt aber auch gleichermaßen negative Aspekte, da viele Kinder unbeaufsichtigt das Smartphone nutzen oder mit unangebrachten Inhalten konfrontiert werden, weswegen der Medienkompetenz eine wichtige Rolle zugeschrieben werden kann. Aus der Studie geht hervor, dass 5 Prozent der jungen Internetnutzer bereits online auf unangenehme Inhalte gestoßen und 4 Prozent mit ängstigenden Inhalten in Kontakt gekommen sind. 3 Prozent der Internetnutzer haben online schon unangenehme Bekanntschaften gemacht und 7 Prozent haben schon im Freundeskreis mitbekommen, dass problematische Nachrichten, Bilder oder Filme online oder per Smartphone verbreitet wurden (Vgl. ebd. 2018, S.60ff.). Gerade in Bezug auf schädliche Elemente bietet CLOSER eine Reihe Sicherheitsaspekte, so dass „Fake Accounts“ beispielsweise nicht möglich sind, da die Registrierung nur anhand personeller und offizieller Daten erlaubt ist. Darüber hinaus wächst CLOSER mit dem biologischen Alter einer Person mit, so dass die App quasi mitaltert. Anhand des Alters werden dann jeweils Tools und Applikationen freigeschaltet, welche nicht für jede Altersgruppe zugänglich sind. Neben der Einhaltung der allgemeinen Datenschutzbestimmungen werden die Daten eines Users ausschließlich auf Server gespeichert, welche sich auf dem Territorium des Großherzogtums Luxemburgs befinden. Und da CLOSER keinerlei kommerziellen Zwecke verfolgt, werden weder Daten an Dritte weitergegeben noch Werbungen gezeigt. Schlussendlich gibt es neben Feedback-Buttons auch direkte Möglichkeiten, mit der Police Grand-Ducale in Verbindung zu treten oder die Hilfe eines Sozialpädagogen aus dem Jugendhaus in Anspruch zu nehmen. Neben der Unterbindung von schädlichen oder gar kriminellen Aspekten können durch CLOSER auch gezielt präventive Maßnahmen oder Projekte stattfinden.

Wege der Internetnutzung 2018

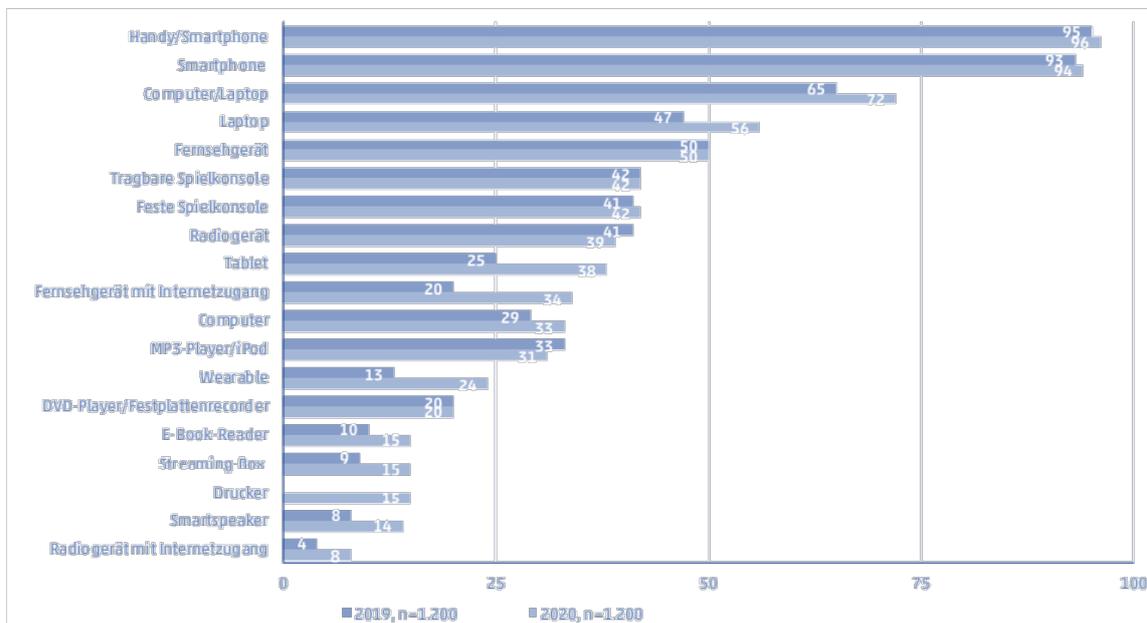


Quelle: KIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer, n=833

Im direkten Vergleich zwischen Kindern und Jugendlichen hinsichtlich ihres Medienverhaltens wird schnell deutlich, dass digitale Medien einen noch größeren Stellenwert genießen. Die Wichtigkeit bzw. das Nutzungsverhalten und die Nutzungsfrequenz steigt exponentiell zum fortschreitenden Alter. Jugendliche wachsen mit einem breiten Repertoire an Mediengeräten auf. Wie die untenstehende Grafik aus der *Jugend- Information- Medien Studie* für 12- bis 19-jährige Jugendliche von 2020 (JIM-Studie) verdeutlicht, sind Smartphone, Computer/Laptop und WLAN in praktisch allen Familien im Jahr 2020 vorhanden und darüber hinaus ist die Anzahl an Geräten im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegen (Vgl. JIM-Studie, 2020, S.6ff.).

Gerätebesitz Jugendlicher 2020

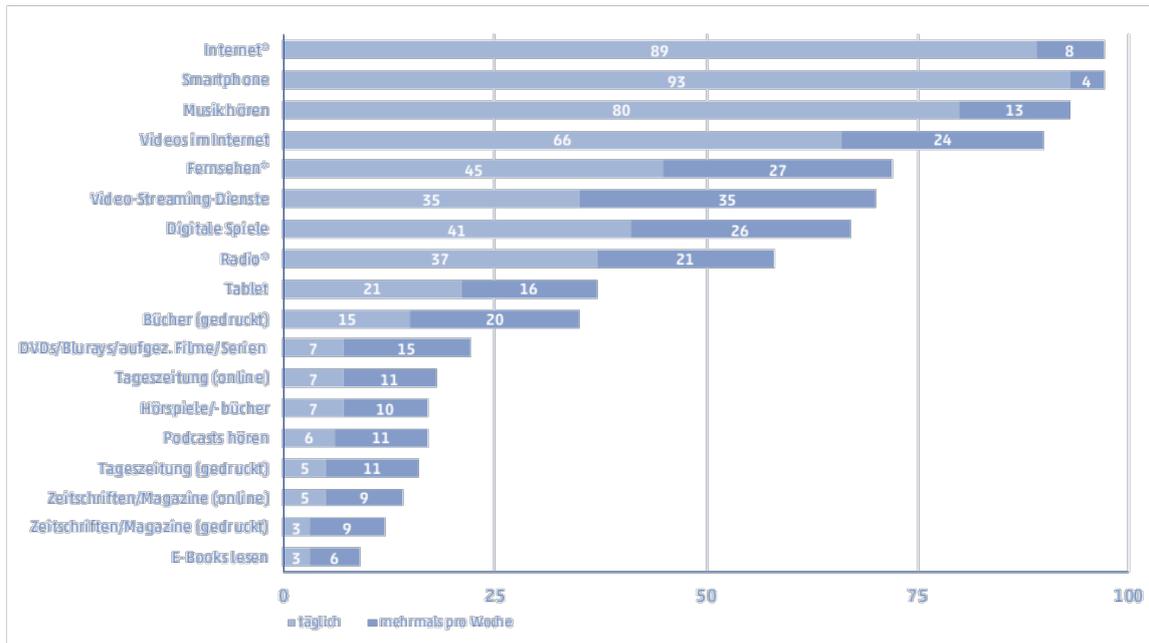
- Auswahl -



Quelle: JIM 2019, JIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

Gerade im Hinblick auf den Gerätebesitz der Jugendlichen selbst zeigt sich die enorme Verbreitung von Smartphones, sodass 94 Prozent der Jugendlichen ein Smartphone ihr Eigen nennen und es darüber hinaus als täglicher Begleiter von 12- bis 19-Jährigen angesehen werden kann. Wie der untenstehenden Tabelle zu entnehmen ist, werden mit einem Prozentsatz von 93 für Smartphones und einem Prozentsatz von 89 für das Internet untermauert, wie omnipräsent diese beiden Bereiche für die Medienbeschäftigung in der Freizeit von Heranwachsenden sind und darüber hinaus zu welcher Selbstverständlichkeit diese avanciert sind (Vgl. ebd., 2020, S.15ff.).

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2020

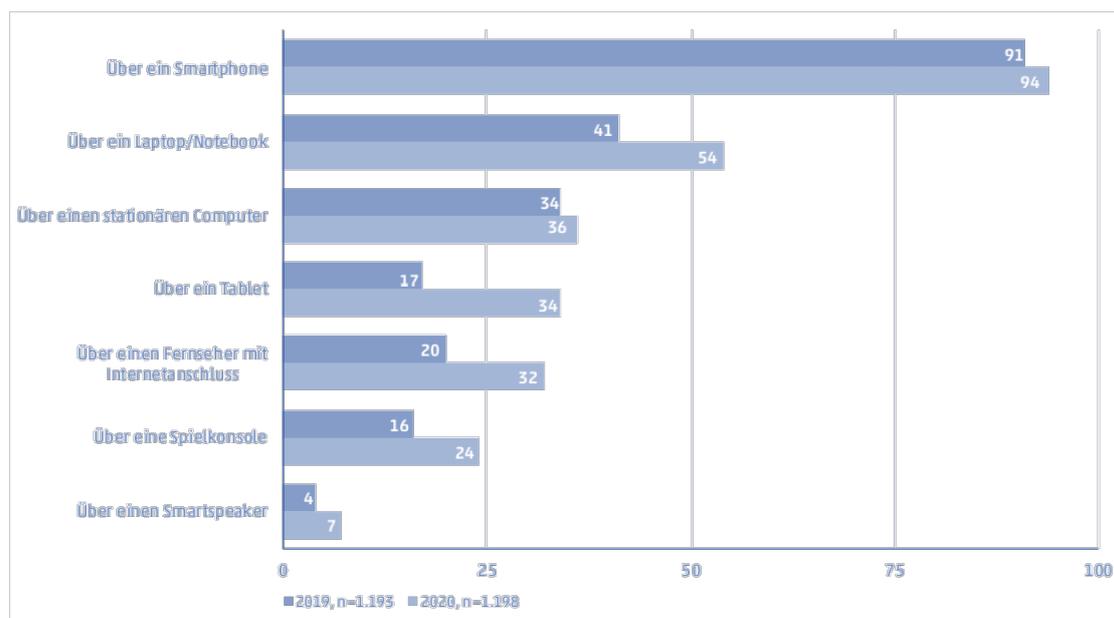


Quelle: JIM 2020, Angaben in Prozent; *egal über welchen Verbreitungsweg, Basis: alle Befragten, n=1.200

Im Vergleich zum Jahr 2019 ergeben sich für das Jahr 2020 signifikant höhere Werte, sodass die tägliche Nutzung von Smartphones und Internet weiter angestiegen ist. Wie der nächsten Tabelle zu entnehmen ist, wird die Internetnutzung fast ausschließlich über die eigenen Smartphones vollzogen, so dass andere Endgeräte wie Notebook oder Tablet eher ins Abseits gedrückt werden.

Wege der Internetnutzung 2020 – Vergleich 2019

– in den letzten 14 Tagen –

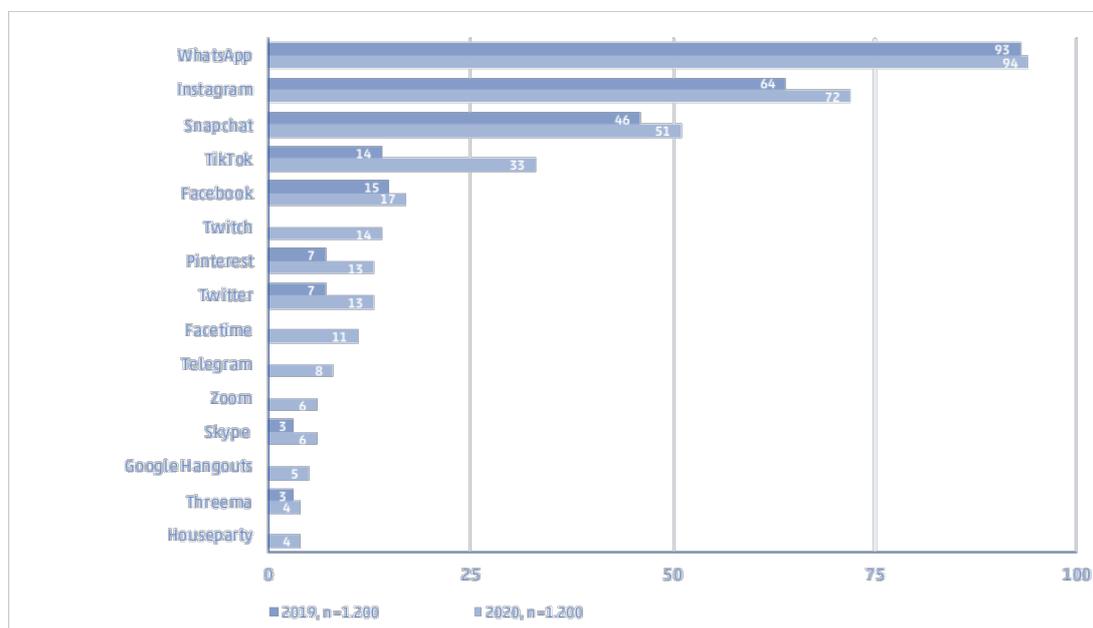


Quelle: JIM 2020, JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die mind. alle 14 Tage ins Internet gehen

Analysiert man die Aktivitäten von Jugendlichen im Internet wird schnell klar, dass kommunikative und unterhaltende Aspekte bei der Internetnutzung von Jugendlichen eine zentrale Rolle spielen. YouTube ist dabei das Lieblings-Internetangebot der 12- bis 19-Jährigen und dies mit 34 Prozent der Nutzungszeit. 27 Prozent der Nutzungszeit ist hingegen im Bereich Kommunikation zu finden (Vgl. ebd., 2020, S.37f.).

Für den Kommunikationsbereich sind vor allem Social Media Dienste und Messenger von großer Bedeutung. 2020 ist und bleibt WhatsApp der bedeutendste Onlinedienst für den Bereich der Kommunikation. So nutzen 94 Prozent der Jugendlichen WhatsApp mindestens mehrmals in der Woche, um sich mit anderen auszutauschen (86 % täglich). Instagram, Snapchat, Pinterest und Twitter können im Vergleich zum Jahr 2019 auch einen Beliebtheitsanstieg verbuchen. Erstaunlich bleibt festzuhalten, dass das größte Plus im Vergleich zum Jahr 2019 bei der Nutzung von TikTok zu beobachten ist. So ist TikTok gerade bei Jüngeren (12-15-Jährigen) zunehmend beliebter (Vgl. ebd., 2020, S.39ff.).

Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt: Kommunikation 2020 – Vergleich 2019 – täglich/mehrmals pro Woche –



Quelle: JIM 2019, JIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

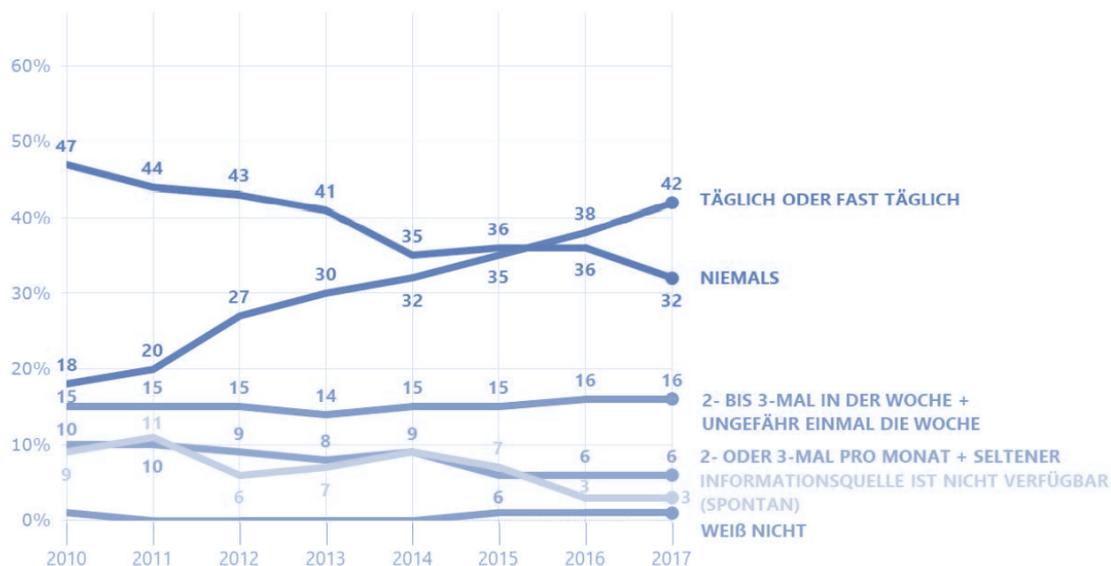
Neben der Kommunikation und dem Unterhaltungsbereich werden Smartphones auch in Bezug auf digitale Spiele am häufigsten genutzt, was den Attraktionswert und die Unverzichtbarkeit des Mediums Smartphone noch einmal verdeutlicht (Vgl. ebd., 2020, S.56f.).

Schlussendlich bleibt ein wichtiger Punkt in der JIM-Studie von 2020 der Bereich von Desinformation und Beleidigungen im Netz. Die internetbasierte Kommunikation auf und zwischen den verschiedenen (Social Media-) Plattformen kennzeichnet sich durch ein schnelles und unkompliziertes Miteinander-in-Kontakt-treten. Dies geschieht, wie jeder weiß, in Form des Austausches von Texten, Bildern und Videos oder das Kommentieren von Inhalten und Personen. Diese simple Art und Weise der Kommunikation birgt aber auch negative Aspekte. So werden etwa systematisch unachtsame und unüberlegte Anmerkungen gemacht, oder auch bewusst verletzend und übelmeinende Äußerungen gepostet und verbreitet. Dabei ist zu bedenken, dass die Frage, ab wann eine Äußerung als beleidigend empfunden wird, natürlich sehr individuell ist und ein vergleichbarer Inhalt durchaus unterschiedlich wahrgenommen werden kann. Unabhängig davon, ob dies nun unabsichtlich oder vorsätzlich erfolgte, konnte anhand der erhobenen Daten ermittelt werden, dass 29 Prozent der befragten Jugendlichen angaben, dass schon einmal beleidigende oder falsche Aussagen über ihre Person selbst im Netz oder via Handy verbreitet wurden. Jungen sind hier geringfügig stärker betroffen als Mädchen und vor allem ältere Jugendliche, die auch schon über eine längere Erfahrung im Netz verfügen, berichten deutlich häufiger von solchen belastenden Inhalten und Kommentaren (Vgl. ebd., 2020, S.60ff.)

Hass und Hetze sind aber keine jugendspezifischen Probleme, generell sind viele Kommunikationskanäle im Netz von einem rauen Ton geprägt bis hin zu unzweifelhaft indiskutablen Inhalten. Insgesamt ist der Umgang im Netz, die medienvermittelte Kommunikation eine wichtige Medienerziehungsaufgabe geworden, weswegen eine adäquate und durchdachte Medienkompetenz zukünftig stärker in sozialisatorische Prozesse miteingebunden werden muss, um Kinder und Jugendliche besser schützen und aufklären zu können. In dem Zusammenhang bietet CLOSER wiederum die passende Lösung, da, wie bereits ausführlich dargestellt (Vgl. Punkt 1. CLOSER), Hass und Hetze keinen Platz finden und darüber hinaus weder toleriert noch akzeptiert werden. Auf der Basis von Prinzipien wie Partizipation, Inklusion und Demokratie sollen ein positives sowie ressourcenorientiertes Verhältnis unter den Nutzerinnen und Nutzern geschaffen werden.

Dass die massive Nutzung des Internets und der sozialen Medien nicht nur ein deutsches Phänomen junger Erwachsener ist, lässt sich gut an dem Bericht über die Mediennutzung in der Europäischen Union vom Standard-Eurobarometer 88 aus dem Jahr 2017 verdeutlichen. Zwar schwankt die Nutzung des Internet deutlich zwischen den Mitgliedsstaaten der Europäischen Union, doch nimmt die tägliche Nutzung des Internets systematisch in allen Ländern zu (und dies gerade bei der jungen Bevölkerungsgruppe). Darüber hinaus gaben die befragten Europäer an, dass mehr als vier von zehn Personen soziale Netzwerke im Internet täglich oder fast täglich nutzen. Dieser Anteil nimmt seit einigen Jahren stetig zu (Vgl. Standard-Eurobarometer 88, 2017, S.15ff.)

QE3.6 Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie ...
Soziale Netzwerke im Internet nutzen (% - EU)



Anhand der KIM- und JIM- Studie einerseits und der Europäischen Studie über die Mediennutzung in der Europäischen Union andererseits kann nachgewiesen werden, welcher enorme Stellenwert digitale Medien und vor allem Smartphones mit ihren zahlreichen Internetapplikationen in den Bereichen Kommunikation oder Unterhaltung haben. Durch diese Omnipräsenz des Mediums kombiniert mit einem rasanten technischen Fortschritt lässt sich auch zukünftig ein kontinuierlicher Anstieg der Nutzung digitaler Medien vermuten. Dass nicht nur positive Aspekte mit dieser Errungenschaft einhergehen, konnte anhand der KIM- und JIM- Studie verdeutlicht werden. Um allerdings genauer zu charakterisieren, was Medien für eine Bedeutung im Hinblick auf die Entwicklung und Sozialisation von Kindern und Jugendlichen haben, wird in den nachfolgenden Punkten expliziter aufgegriffen. Gerade in dem Zusammenhang ist es wichtig, die Begriffe und Merkmale von Kindheit, Jugend und Medien zu operationalisieren, um daraus zentrale Aspekte für die Sozialisation, die Medienkompetenz und die psychologischen Parameter abzuleiten. Anhand dieser Erkenntnisse soll verdeutlicht werden, welche Nutzen die CLOSER-App als neuartiges pädagogisches Instrument hat, um eine adaptierte Kinder- und Jugendarbeit zu leisten.

3. Kindheit – Jugend – Medien als wissenschaftliche Grundlage

3.1 Kindheit und Jugend

Spricht man von „Kindheit“ oder „Jugend“, wird schnell klar, dass es sich um geläufige Begriffe handelt, welche fest im alltäglichen Sprachgebrauch verankert sind. Es wird jedoch schwieriger, wenn man die Wörter nicht aus einem persönlichen Blickwinkel betrachtet, sondern aus einer allgemeingültigen Bedeutung heraus. Erweitert man dann zusätzlich die Spannungsfelder von „Kindheit“ und „Jugend“ und fügt ihnen noch den Begriff der „Medien“ hinzu, wird deutlich, wie unüberschaubar die Themenbereiche sind und wie weit sich Meinungen und Haltungen bezüglich der Themen unterscheiden. Im Folgenden sollen daher die Begriffe „Kindheit“, „Jugend“ und „Medien“ näher veranschaulicht und erläutert werden.

a) Kindheit und Kind

*„**Kind:** Person während der Entwicklungsspanne um die Geburt (perinatal) bis zum Beginn der Erwachsenenreife (Pubertät). Früher nahm die Entwicklungspsychologie eine Einteilung nach Lebensalter vor und konnte typische, altersabhängige Erscheinungsweisen beschreiben (z.B. bei Bühler, Kroh, Busemann, Werner). Heute dienen Bez. wie Kind und Unterteilung wie Säugling, Kleinkind, Kindergartenkind, Schulkind in der wiss. Literatur meist nur als Verständigungshilfen, weil die Entwicklung als „Prozess mit nahezu unendlich vielen Freiheitsgraden“ (Oerter 1980) zu betrachten ist. Alterstypische Eigenschaften sind deshalb nicht zwangsläufig gegeben, sondern werden als Ergebnis sich ständig mit den Ursachen ändernder, aufeinander aufbauender Funktionszusammenhänge angesehen, die von der umgebenden Kultur, der Struktur der Aufgaben (Probleme) und der Zukunftsorientierung des Individuums bestimmt werden. [...]“ (Oerter 1980 / Trautner 1978, 1944, 1997, zitiert nach Häcker/Stapf, 2009, S.507)*

b) Jugend und Jugendalter

*„**Jugendalter** (= J.) [engl. adolescence] steht zwischen Kindheit und reifem (oder mittlerem) Lebensalter, umfasst also etwa die Entwicklungsphasen Pubertät und Adoleszenz.*

Wesentliche geistig-seelische Grundtatsache des J. ist nach Spranger „die tiefere Berührung der jugendlichen Seele mit den objektiven Geistesgebilden“. An diesem Vorgang lassen sich drei charakteristische seelische Erscheinungen unterscheiden:

(1) Die Entdeckung des Ich. Die Tendenz zur Individuation bringt eine starke Wendung nach innen, das staunende Erleben der eigenen Innerlichkeit, die sich der übrigen Welt als eine zwar noch nicht durchgegliederte, aber besondere Welt entgegenstellen will. Das Gefühlsleben des Jugendlichen schwankt zwischen den Extremen: Einsamkeitsbedürfnis – geselliger Tatendrang, Niedergeschlagenheit – Selbsterhöhung, Verschlossenheit – brutale Offenheit, Zaghaftigkeit – Äußerung persönlichen Kraftgefühls usw.

(2) Entstehung eines Lebensplanes. Hierbei handelt es sich weniger um ein zielbestimmtes, systemisches Planen als um die Andeutung der Richtung, der sich

das seelische Leben zuwendet. Gleichzeitig konstituiert sich im großen Umriss die individuelle Werthaltung.

(3) Das Hineinwachsen in die einzelnen Lebensgebiete. Dabei wirkt noch nicht das Bewusstsein der Lebenseinheit der einzelnen Teilgebiete der Kultur, sondern es treten differenzierte jugendliche Ichgefühle auf, in denen die einzelnen Sinnrichtungen noch unverbunden erscheinen.“ (Fend 2005 / Spranger 1925, zitiert nach Häcker/Stapf, 2009, S.496)

Die angeführten Definitionen lassen die Bedeutung von Kindheit und Jugendalter für die zukünftige Entwicklung eines Menschen erahnen und beschreiben die vielfältigen sowie komplexen Entwicklungsaufgaben, mit welchen Heranwachsende in diesen Lebensabschnitten konfrontiert werden. Gerade bei diesen Lebensabschnitten erkennt man heutzutage einen immer größer werdenden Zusammenhang zwischen der Einflussnahme sowie der Nutzung durch Medien und dem Aufwachsen von Kindern und Jugendlichen. Für alltägliche Aktivitäten, Freizeit, Schule oder Beruf steht Heranwachsenden ein enormes Informationsnetz zur Verfügung, welches mit zunehmendem Alter immer mehr an Bedeutung gewinnt. Gerade hier ist die Kompetenz, mit der überwältigenden Bandbreite an Nutzungsmöglichkeiten umzugehen ein wichtiges Kriterium, und dies gilt für alle Bereiche des Lebens (Schul- und Berufs- wie auch Privatleben). Auch wenn sich die Nutzungsmuster der Menschen unterscheiden lassen, so bleibt dennoch festzuhalten, dass die Bereiche von Kommunikation, Information und Unterhaltung für sehr viele von uns durch die neuen Medien bestimmt werden (Vgl. Eischenberg/Auersperg, 2018, S.ff.).

Es zeigt sich, dass es sich bei Medien um ein großes Themenspektrum mit diversen Einflussgrößen handelt. Deshalb soll im nächsten Punkt etwas konkreter auf die Terminologie des Begriffes eingegangen werden.

3.2 Medium, Massenmedien, Medien und App

Unter dem Begriff „Medium“ (bedeutet im lateinischen „Mitte“) versteht man ganz allgemein ein vermittelndes Element von Inhalten. In der Alltagssprache sind mit dem Begriff „Medien“ meist Massenmedien wie beispielsweise Zeitungen, Fernsehen, Radio, Film und Internet gemeint. Charakteristisch ist, dass gleichzeitig eine große Anzahl von Menschen und mit ihnen eine breite Öffentlichkeit erreicht werden kann (Vgl. Wiener Bildungserver, 1997.)

Oftmals werden in dem Zusammenhang auch Begrifflichkeiten wie „neue Medien“ oder „digitale Medien“ verwendet. Bei digitalen Medien handelt es sich um elektronische Medien, welche auf den Nutzer reagieren. Speziell ist in dem Kontext, dass eine Interaktion zwischen Nutzer und Medium möglich ist. Diese können beispielsweise zur Aufzeichnung, Speicherung oder Darstellung von digitalen Inhalten genutzt werden und werden oftmals mit folgenden Endgeräten genutzt: PC mit

Internetzugang, Tablets, Computer- und Konsolenspiele, Smartphone, oder digitales Fernsehen (vgl. ebd.)

Dieses alltägliche und simple Verständnis reicht allerdings nicht aus, um die ganze komplexe Phänomenologie von Medien eindeutig zu definieren. Gerade mit den digitalen Medien im Spannungsfeld von Internet und multifunktionalen Endgeräten haben sich Produktion, Distribution und Nutzung von verschiedenen Inhalten grundlegend verändert. Eine klare operationelle und trennscharfe Einordnung ist somit ein schwieriges Unterfangen. Darüber hinaus geht es nicht mehr einzig und allein darum, einen definierten Inhalt an ein breites Publikum zu vermitteln. Digitale Medien ermöglichen eine individuelle Nutzung und Kommunikation mit enormen Interaktionsmöglichkeiten, sodass es weit über die klassische Sender-Empfänger-Logik hinausgeht (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.27).

Es zeigt sich also, dass die Grenzen und Rollen zwischen Anbietern und Nutzern verschwimmen, sodass je nach Perspektive ein Medium unterschiedlich dargestellt werden kann und Begriffserklärungen nicht trennscharf voneinander abzugrenzen sind. Ebenso lässt sich nicht alles in einer umfassenden Definition unterbringen. Für diese Ausarbeitung soll somit „Medium“ als ein solches operationalisiert und verstanden werden:

„Ein Medium ist ein besonderes Ding. Im Verständnis zwischen den Menschen und der Welt ist der Platz der Medien nicht eindeutig zu bestimmen. Medien spiegeln die Welt in Ausschnitten wider und sind zugleich auch Teil dieser Welt. Sie kommen den Menschen als äußerliche Gegenstände in den Blick und sind zugleich von Menschen hergestellt, die in den Medien ihr Inneres nach außen bringen. Medien sind abstrakte, bedeutungstragende Zeichen und Symbole der menschlichen Kommunikation und stellen, wie im Falle der Online-Medien, manchmal auch den Raum dar, in dem die Kommunikation stattfindet. Zugleich sind Medien profane Maschinen und technische Übertragungs- und Vernetzungsstrukturen. Medien sind als integrierter Teil der menschlichen Kultur Ausdruck und Ziel unserer ethischen Diskurse, sind unverzichtbare Kontroll- und Machtorgane in bürgerlichen Demokratien und ebenso zählen sie zu jenen Produkten des menschlichen Geistes, die in kapitalistischen Wirtschaftsordnungen als Ware gehandelt werden.“ (Hartung et al. 2013, S.9)

Die eben angeführte Definition zeigt, wie breitgefächert die Thematik rund um die Phänomenologie von Medien ist. Da bei dieser Ausarbeitung vor allem CLOSER im Vordergrund steht, soll dennoch versucht werden, den Themenblock etwas enger zu umreißen. Um dies zu erzielen, soll der Begriff der „Sozialen Medien (engl. social media)“ herangezogen werden, obwohl dieser aus sozial- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht überflüssig erscheint, da alle Medien insofern sozial sind, da sie Teil von Kommunikationsakten, Interaktionen und sozialem Handeln sind. Darüber hinaus deckt der Begriff eine Vielfalt an Anwendungen ab, welche schwer auf einen Nenner zu bringen sind, aber sich dennoch hinsichtlich des Angebotes, dass es Menschen ermöglicht Informationen jeglicher Art mithilfe digital vernetzter Medien anderen zugänglich zu machen, vereinen lässt (Vgl. Schmidt/Taddicken,

2017, S. 4f.). Gerade hier hat sich in den letzten Jahren im Zusammenhang mit der Entwicklung der mobilen Technologien viel verändert, so dass sich auch das Prinzip der „App“ als ein wichtiger Teil in der (mobilen) Onlinekommunikation etabliert hat und nicht mehr wegzudenken ist (Vgl. ebd. S.7). App steht für das englische Wort „Application“, womit eine Anwendungssoftware gemeint ist, die eine bestimmte Funktion erfüllt, aber nicht zwangsläufig relevant für das Funktionieren eines Systems ist. Anhand einer App wird somit der Funktionsumfang eines Gerätes erweitert (z.B. Spiele-Apps, Navigations-Apps oder Wecker-App) und wird daher oft im Zusammenhang mit Smartphones und Tablet-PCs in Verbindung gebracht (Vgl. EU-Initiative klicksafe, o.J). Apps werden neben ihren eigentlichen Funktionen auch oft im Zusammenhang mit den Bereichen Kinder-, Jugend- und Datenschutz gebracht. So existieren genauso wie bei anderen Medien auch bei Apps Inhalte, die für Kinder und Jugendliche nicht geeignet oder als bedenklich angesehen werden. Viele Apps greifen, wenn sie installiert sind, auf Dateien und Programme zu. Dies geschieht teils ohne explizite Einwilligung des Nutzers, und so wird auf Daten zugegriffen, die für das Funktionieren der App nicht zwingend erforderlich sind. Für den Anbieter sind solche Daten zum einen für Werbezwecke wertvoll andererseits können diese Daten auch gewinnbringend an Dritte weiterverkauft werden (Vgl. EU-Initiative klicksafe, o.J).

Es zeigt sich, dass Apps zu wichtigen Medien unserer Zeit avanciert sind, es allerdings auch klare Schattenseiten gibt, die mit dem Erwerb einer App quasi mitinstalliert oder miterworben bzw. mitgekauft werden. Gerade hier kann CLOSER gegensteuern, indem Daten weder an Dritte weiterverkauft oder gereicht werden noch kommerzielle Zwecke eine Rolle spielen. Folglich steht einzig und allein der Mensch im Mittelpunkt und das anvisierte Ziel von CLOSER, den Grad an Partizipation und Inklusion zu maximieren.

Anhand dieses Punktes konnte also festgehalten werden, dass Medien, Kindheit und Jugend unmittelbar in Verbindung gebracht werden können, weswegen im nächsten Punkt expliziter auf diese zusammenhängenden Verbindungen eingegangen werden soll.

3.3 Merkmale von Kindheit und Jugend in postmodernen Gesellschaftsstrukturen

Durch die Analyse der verschiedenen Definitionen wurde deutlich, dass, anders als „Medien“, die Begriffe „Kindheit“ und „Jugend“ im Allgemeinen als zwei spezifische Abschnitte im Leben eines Menschen interpretiert und operationalisiert werden können, welche sich voneinander und auch von der späteren, deutlich länger andauernden Phase des Erwachsenseins abgrenzen lassen. Die verschiedenen Phasen lassen sich vor allem am Lebensalter festmachen, aber auch durch rechtliche Parameter. In der Pädagogik liegt der Fokus bei Kindheit und Jugend stark auf den spezifischen Sichtweisen von Entwicklungspsychologie und Sozialisationstheorie (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.13).

Kindheit wie auch Jugend werden bei diesen Sichtweisen weniger am Alter, sondern vielmehr an bestimmten oder definierten Reifungsstadien der körperlichen sowie der psychischen Entwicklung festgelegt. Des Weiteren wird darauf verwiesen, dass Lebensphasen von Menschen in einem besonderen Maße auch sozialen und kulturellen Komponenten unterliegen. Hinsichtlich einer zunehmend mediatisierten Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen erscheint es plausibel, dass das Heranwachsen junger Menschen auch immer stärker durch diese Gegebenheiten geprägt und beeinflusst wird (Vgl. ebd. S.13). Unter dieser Annahme von Kindheit und Jugend sollen vier Punkte näher erläutert werden, um zu veranschaulichen, wie unterschiedlich Medien von dieser Zielgruppe genutzt werden und wie komplex und schwierig es ist, allgemein gültige Aussagen in Bezug auf diese allgegenwärtige Phänomenologie zu generieren.

1. Verschiedenartigkeit persönlicher Entwicklung

Gerade im Jugendalter unterscheiden sich Gleichaltrige erheblich. Interindividuelle Unterschiede zwischen Kindheit und Jugend reichen jedoch viel weiter, sodass Prozesse der persönlichen Entwicklung nicht nur in ihrer Intensität, Gestalt und Zeitlichkeit variieren können, sondern auch auf unterschiedliche Art und Weise von jedem Einzelnen erlebt, wahrgenommen und schließlich individuell verarbeitet sowie bewertet werden. Auf der Tatsache dieser Verschiedenartigkeit unterscheidet sich somit auch die Aneignung der medialen und nicht medialen Umwelt von Kind zu Kind und von Jugendlichem zu Jugendlichem. Neben den individuellen Dispositionen und Erfahrungen, Interessen und Vorlieben einerseits können auch dem sozialen Umfeld, der Familie und dem Freundeskreis andererseits eine zentrale Bedeutung zugeschrieben werden. (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.14). Anhand der etablierten Schnittstelle, welche den Transfer von der digitalen und realen Welt erlaubt, können individuelle Unterschiede, Entwicklungsebenen wie auch Vorlieben und Interessen optimal durch CLOSER aufgegriffen werden und durch das modulare System individuell konfiguriert und ständig angepasst werden. Durch das Bereitstellen immer neuerer Module wird gewährleistet, dass eine sehr breite Zielgruppe CLOSER nutzen kann.

2. Verkürzte Kindheit- verlängerte Jugend

Entwicklungspsychologie und Sozialtheorie weisen darauf hin, dass gerade in den letzten Jahrzehnten eine verkürzte Kindheit zum einen und eine verlängerte Jugend zum anderen charakteristisch für die Entwicklung junger Menschen sind. Erklären lässt sich dieses Phänomen einerseits durch die nachgewiesene beschleunigte körperliche Entwicklung Heranwachsender und zum anderen durch die

Verlängerung der Jugendphase durch länger andauernde Bildungs- und Ausbildungswege. (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.14f.).

3. Ausweitung von Kinder- und Jugendkultur

Kinder- und Jugendkulturen haben sich in den letzten Jahren zunehmend ausgeweitet. Hieran haben die Massenmedien, mit denen sich Heranwachsende neue Handlungsräume erschlossen haben, einen nicht zu unterschätzenden Anteil. So wird die Kindheit beispielsweise zunehmend medialisiert und Medien durchdringen alle Bereiche des kindlichen Lebens. Bildungsprozesse, Erziehung und Sozialisation werden dadurch mitsamt ihren informellen Lernprozessen mehr denn je von der erweiterten Kultur der Kindermedien mitgestaltet. Dabei übernehmen Kinder immer stärker eine aktivere Rolle, da Medienzeit zunehmend selbstgestaltet und mit anderen Aktivitäten verknüpft wird (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.15).

Mit einer „eigenen“ Kultur grenzen sich Jugendliche hingegen seit Jahrzehnten von der „angepassten“ Erwachsenenwelt wie auch der Kinderkultur ab. Jugendkulturen sind heute durch die Erweiterungen im Internet (vor allem durch Sozialmedien) und durch Onlinekommunikation (z.B. durch Apps) gekennzeichnet. Im Gegensatz zu bisherigen Experimentierräumen, welche Jugendkulturen prägten und sozial, kulturell, rechtlich geschützt haben, sind die neuen medialen Experimentierräume durch nicht zu schützende Parameter gekennzeichnet. Daraus ergibt sich der dringende Bedarf beim pädagogischen Umgang mit jungen Menschen sie beim Erwerb von Fähigkeiten zu unterstützen mit dem Ziel, sich eigenständig Grenzen im Medienumgang setzen zu können (Vgl. ebd. S.16). Da es sich bei CLOSER um einen geschützten Raum mit zahlreichen Sicherheitsvorkehrungen handelt, kann die App mit ihren Tools beim Erwerb von Medienkompetenz unterstützend wirken, damit Kinder und Jugendliche die positiven Aspekte des Internets nutzen können.

4. Kindheit und Jugend als Zeit aktiver Weltaneignung

Kindheit und Jugend werden heutzutage mehr denn je als eine Lebensphase wahrgenommen, in welcher Heranwachsende zunehmend als mündige und selbstbestimmt handelnde Subjekte gesehen werden. Es sind nicht mehr nur äußerliche Einflussfaktoren, denen eine zentrale Bedeutung zugeschrieben wird, sondern vielmehr wird sich die Welt auf spezifische Art und Weise selbst angeeignet bzw. sich selbst zu eigen gemacht (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.16).

Sieht man Kindheit und Jugend somit als eine Zeit der aktiven Weltaneignung, liegt es nahe, dass gerade mit Hilfe von Massenmedien mehr denn je versucht wird sich die Welt anzueignen und zu Nutzen zu machen, um diese zu entdecken und sich darin zu orientieren. Dies betrifft nicht nur Wissen

über die Gesellschaft und die Welt, in der man lebt, sondern im Wesentlichen auch die medialisierte (individual-) Kommunikation (anhand von Facebook, Snapchat, TikTok oder Whatsapp beispielsweise), bei der persönliche Perspektiven wie auch Vorstellungen von der Welt und darüber hinaus systematisch ausgetauscht, verhandelt sowie be- und verarbeitet werden (Vgl. ebd. S.16f.).

Gerade im Hinblick auf die Kindheit erscheint es daher sinnvoll, dass zentrale Bestrebungen darin liegen müssen, altersgerechte und sichere Räume sowie Angebote zu schaffen, welche die Bedürfnisse, Interessen und Fähigkeiten dieser Zielgruppe berücksichtigen.

In der Jugend werden Medien und mediale Kommunikationsstrukturen dann nicht nur als Experimentierfeld genutzt, sondern sie dienen als eine Plattform um sich die Welt autonom und durch eigene Interessen geleitet anzueignen (Vgl. ebd. S.17).

Die vier dargelegten Punkte unterstreichen, wie komplex menschliche Entwicklung einerseits ist, und mit welchen nicht zu unterschätzenden Veränderungen heutige Heranwachsende konfrontiert werden. Es zeigt sich darüber hinaus auch, dass sich durch die Vernetzung der Welt viele Möglichkeiten eröffnen können, es aber anhand individueller Prozesse sehr unterschiedliche Verläufe in Bezug auf die persönliche Entwicklung geben kann (positive wie auch negative). Da es sich bei der Kindheit und der Jugend um wichtige wie auch fragile Phasen im Leben einer Person handelt, erscheint es unabdingbar sich näher mit dem Bereich der Sozialisation auseinanderzusetzen. Neben der Sozialisation einerseits ist ein weiterer Punkt die damit verbundenen Prozesse der Entwicklung von Persönlichkeit in Kombination mit der Auseinandersetzung von den individuellen natürlichen Anlagen andererseits. Gerade bei dieser Auseinandersetzung kann den Medien eine nicht zu unterschätzende Rolle zugeschrieben werden.

3.4 Spektrum Sozialisation

Schaut man sich die Prozesse des Heranwachsens in der Kindheit und der Jugend an, sind zentrale Punkte nicht ausschließlich die körperliche Entwicklung junger Menschen oder die Einbindung in eine bestimmte (Sub-) Kultur, sondern auch das Heranwachsen zu einem sozialen Wesen (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.18). Es ist kaum verwunderlich, dass der Begriff der Sozialisation einem gesellschaftlichen Wandel unterliegt. In der älteren Soziologie wurde unter der Sozialisation die Prägung des Individuums durch seine gesellschaftlichen Lebensbedingungen und Erfahrungen verstanden. Erziehung wurde dabei als Mittel bzw. Versuch der Einflussnahme auf Kinder und Jugendliche verstanden und wurde als Teil der Sozialisation verstanden. Die gegenwärtige Sozialisationsforschung hingegen stellt die Vorstellung einer kausalen Beeinflussung des Einzelnen durch die Gesellschaft in Frage. Sozialisation ist demnach die individuelle Entwicklung aus dem komplexen Zusammenwirken von sozialen Einwirkungen einerseits und individueller Eigensinnigkeit

andererseits. Wann und wo entscheidende Prägungen im Prozess der Sozialisation erfolgen und welcher Anteil hierbei das Elternhaus, die Schule, Medien oder Arbeitswelt wie auch einzelne Personen haben, lässt sich nur schwer generalisieren (Vgl. Schäfers/Scherr, 2005, S.185f.).

Um eine gleiche Zugänglichkeit oder ein gleiches Verständnis von Sozialisation zu erhalten, soll schlussfolgernd das Sozialisationsverständnis nach Klaus Hurrelmann genutzt werden, um den Begriff der Sozialisation näher zu charakterisieren:

„Sozialisation bezeichnet den Prozess der Entwicklung der Persönlichkeit in produktiver Auseinandersetzung mit den natürlichen Anlagen, insbesondere dem körperlichen und psychischen Grundmerkmalen (der „inneren Realität“) und der sozialen und physikalischen Umwelt (der „äußeren Realität“). Die Definition geht von der Grundannahme aus, dass der Mensch durch seine Umwelt stark beeinflusst wird, sie aber zugleich durch seine eigenen Aktivitäten auch mitgestaltet.“ (Hurrelmann, 2002, S.7)

Gerade im Kontext von Kindheit, Jugend und dem Spannungsfeld der Medien können anhand dieser Definition und unter der Berücksichtigung von inneren wie auch äußeren Realitäten die Sichtweisen zwischen der psychologischen und der soziologischen Perspektive zusammengebracht werden. So sind (digitale) Medien heutzutage zum einen fester Bestandteil der äußerlichen Realität von Kindern und Jugendlichen, mit der sie sich tagtäglich auseinandersetzen (Handy, Tablet und Fernseher beispielsweise). Zum anderen übernehmen Medien eine Rolle bei der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben. So werden beispielsweise gesellschaftliche Normen und Werte an Heranwachsende herangetragen. Diese werden nicht passiv wahrgenommen, sondern unterliegen individuellen Prozessen der Verarbeitung, welche dann zu einer bewussten Abgrenzung oder Verinnerlichung führen (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.19).

Auch wenn Kindheit und Jugend markante und prägende Lebensabschnitte darstellen, soll darauf hingewiesen werden, dass es sich bei der Sozialisation um einen lebenslangen Prozess handelt und sie sich nicht ausschließlich auf einzelne Etappen im Leben eines Menschen beschränken lässt.

Wichtig bleibt aber zu unterstreichen, dass gerade in Kindheit und Jugend wichtige Abschnitte im Bereich der Persönlichkeitsentwicklung abgeschlossen werden und wesentliche Prozesse auf dem Weg zu einem gesellschaftlich handlungsfähigen Subjekt stattfinden (Vgl. ebd. S.19). Daher sollen im Folgenden grob die Prozesse der Sozialisation (primären, sekundären und tertiären Sozialisation) erläutert werden, da hier verdeutlicht dargestellt wird, dass es sich beim Spektrum der Sozialisation um einen lebenslangen Prozess handelt. Es sei abermals darauf zu verweisen, dass eine Differenzierung in primäre, sekundäre und tertiäre Sozialisation lediglich eine grobe Umrahmung dieses Themenspektrum ist und in ihrer Vielfältigkeit und Komplexität nicht dargestellt wird.

a) Primäre Sozialisation

Die primäre Sozialisation findet in der frühen Kindheit statt, ist elementar und schwer revidierbar. Neben dem Erlernen von grundlegenden sozialen Regeln entwickelt das Kind auch die Grundstrukturen seiner Persönlichkeit in den Bereichen Denken, Sprache sowie Empfinden. Eine zentrale Rolle hat in dieser Phase des Lebens vor allem die direkten Bezugspersonen, so dass die primäre Sozialisation überwiegend im familiären Kontext eingebettet ist. Störungen und Beeinträchtigungen der Persönlichkeitsentwicklung gerade junger Kinder resultieren oft aus dem Spannungsfeld problematischer oder prekärer Familienverhältnisse und der damit einhergehenden negativen Implikationen wie beispielsweise Aggressionen oder Resignation. (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.19f.)

b) Sekundäre Sozialisation

Die sekundäre Sozialisation beginnt in etwa nach der Vollendung des dritten Lebensjahres. Herausgebildete Verhaltensmuster aus der primären Sozialisation werden weiterentwickelt oder verändert und jeder Heranwachsende wird mit gesellschaftlichen Konventionen, Normen und Werten konfrontiert. Charakteristisch für die sekundäre Sozialisation sind die Eindrücke und Erfahrungen, welche aus institutionalisierter Erziehung, Bildung wie auch Ausbildung und den damit einhergehenden Spannungsfeldern resultieren. Dieser Sozialisationsprozess erfolgt weniger durch den familiären Bereich, sondern wird erheblich durch Freundeskreis, Gleichaltrigengruppen (Peergroups) und nicht zuletzt auch durch die Medienwelt geprägt. Die vielfältigen sozialen Einflüsse des sozialen Umfeldes entfalten ihre sozialisatorische Bedeutung in einem Gesamtzusammenhang, in dem sie sich gegenseitig bestimmen und ergänzen (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.20).

Hinsichtlich unterschiedlicher Medieninhalte sind vor allem dann Entwicklungsbeeinträchtigungen signifikant höher, wenn problematische Werte und Einstellungen vermittelt werden, welche durch die Erziehungs- und Bildungsinstanzen nicht adaptiert hinterfragt und im direkten sozialen Umfeld der Heranwachsenden aufgegriffen werden. Eine solches Aufgreifen und Bearbeiten ermöglicht dem Heranwachsenden einen Abgleich mit individuellen Dispositionen und persönlichen Vorstellungen und kann so reflektiert internalisiert werden (Vgl. ebd. S.20f.). In der sekundären Sozialisation wäre CLOSER ein geeignetes Medium, da die Accounts über die Erziehungsberechtigten abgewickelt werden und die Kinder nicht der ungefilterten Informationsflut aus dem Internet ausgesetzt sind, sondern die Nutzung mit Bedacht abläuft.

c) Tertiäre Sozialisation

Die tertiäre Sozialisation schließt an die sekundäre Phase an und lässt sich vereinfacht als Erwachsenensozialisation bezeichnen. Dies zeigt, dass es sich bei der Persönlichkeitsentwicklung um einen lebenslangen Prozess handelt, bei dem sich das Individuum auch nach seiner Jugend mit seiner sozialen Umwelt und der sich wandelnden Gesellschaft auseinandersetzt. Ein wesentliches Merkmal für diese Lebensphase ist die Anpassung des Individuums durch die Interaktionen mit seiner sozialen Umwelt. Bisherige Wertorientierungen, Einstellungen und Verhaltensweisen werden weiterentwickelt und grundsätzliche Orientierungen und Umgangsweisen (auch in Bezug auf die Medien) werden in der Regel nicht komplett verworfen, sondern variiert und erweitert. In dieser Lebensphase sind vor allem das berufliche Umfeld, Partnerschaften und Freundschaften zentral, welche nicht selten Veränderungen unterliegen können. (Vgl. ebd. S.21). In einer zweiten Phase werden durch CLOSER auch ältere Gruppen in das System eingespeist. Gerade im 3 und 4 Alter riskieren Menschen zu marginalisieren und an den Rand einer Gesellschaft verdrängt zu werden. Durch die Konfiguration von CLOSER auf eigene Möglichkeiten (größere Schrift, leichte Handhabung, Berücksichtigung von visuellen und auditiven Kanälen), wird die App zum Helfer weiterhin am sozialen Leben teilzunehmen.

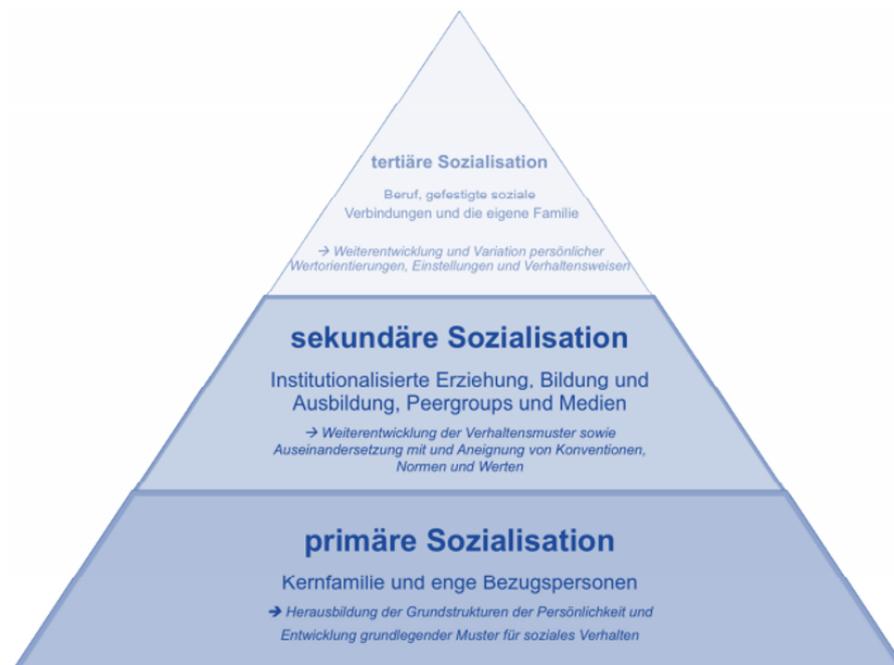


Abb. 1: Phasen der Persönlichkeitsentwicklung im Überblick (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.22.)

Die vorigen Abschnitte verdeutlichen, dass es sich beim Spektrum der Sozialisation und den damit verbundenen Sozialisationsprozessen nicht um kausale Gegebenheiten, sondern vielmehr um eine dynamische und komplexe Phänomenologie handelt, welche nicht nur von jedem Individuum selbst ausgeht, sondern auch in einem hohen Maß von anderen Akteuren mitgestaltet wird. Vor allem die Eltern, pädagogische Fachkräfte, LehrerInnen, Freunde sowie auch die Medien nehmen Einfluss auf Entwicklung von Kindern und Jugendlichen und sind so in den alltäglichen Lebensbereichen omnipräsent. Will man die komplexen Sozialisationsprozesse in einem Gesamtzusammenhang verstehen, ist es unabdingbar, die involvierten Akteure und die ihnen zu Grunde liegenden Intentionen näher zu analysieren.

3.4.1 Akteure in Sozialisationsprozessen

Spricht man von Akteuren in Sozialisationsprozessen, lassen sich drei Hauptakteure unterscheiden. So gibt es die Akteure, (1) *der Sozialisanden*, (2) *der Sozialisatoren* und die (3) *der Sozialisationsagenten*. In dieser Ausarbeitung liegen die Akzente auf der Zielgruppe von Kindern und Jugendliche als Akteure und den damit assoziierten Rollen und Aufgaben als Sozialisand.

Trivial gesehen liegt ein wesentliches Ziel darin, dass sich der Sozialisand vom Beginn seines Lebens auf den langen Weg macht, um ein neues Mitglied einer Gemeinschaft zu werden. Es sei an dieser Stelle vermerkt, dass in ihren konkreten sozialen Zusammenhängen alle Menschen Sozialisanden sind und nicht lediglich Kinder und Jugendliche, sondern auch beispielsweise ArbeitnehmerInnen, ein Mitglied eines sozialen Netzwerkes oder etwa ein Student.

Anders als die Sozialisanden sind Sozialisatoren solche Akteure, welche Normen, Werte, gesellschaftliche Erwartungen und Ansprüche etc. an den Einzelnen herantragen. Diese Instanzen verfolgen das Ziel, den Sozialisanden mit seiner Rolle in der Gemeinschaft vertraut zu machen. Zum einen geschieht dies bewusst sowie gewollt anhand von Sozialisationsinstanzen und zum anderen ungewollt oder nebenbei durch sogenannte Sozialisationsagenten (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.22ff.). Im nachfolgenden Punkt soll expliziter auf den Einflussbereich der Sozialisatoren eingegangen werden, um verständlicher die Trennung zwischen Sozialisationsinstanzen einerseits und den Sozialisationsagenten bzw. Sozialisationsagenturen andererseits darzustellen.

a) Im Einflussbereich von Sozialisatoren

Wie bereits angeführt worden ist, können als Sozialisatoren alle solche Personen und Instanzen geltend gemacht werden, welche das explizite Ziel verfolgen, Sozialprozesse anzuregen und zu gestalten. Auf der personellen Ebene zählen vor allem die Eltern und andere Erziehende als wichtige

Referenzpersonen, wobei auf der institutionellen Ebene beispielsweise die Schulen, Jugendhäuser oder die Ausbildungsplätze zu nennen wären, welche Erziehungsprozesse in die Wege leiten um somit gezielt auf die Sozialisation einzuwirken oder sie zu beeinflussen versuchen. Charakteristisch für diese Art von Sozialisationsinstanzen ist, dass Regeln oder Abläufe nicht selbst gewählt werden dürfen und darüber hinaus mit vielfältigen Belohnungs- und Sanktionsmöglichkeiten in Zusammenhang gebracht werden können (Vgl. ebd. S.22).

Der Unterschied zwischen den Sozialisationsinstanzen und den Sozialisationsagenten oder den Sozialisationsagenturen besteht unter anderem im Erziehungsauftrag. Auch wenn Personen oder Instanzen aus den Sozialagenturen Sozialisationsprozesse mitgestalten, haben sie keine expliziten Erziehungsaufträge. Charakteristisch ist, dass Werthaltungen, Verhaltensmodelle, gesellschaftliche Erwartungen und Ansprüche zum einen quasi nebenbei vermittelt werden und zum anderen sich die Sozialisanden mit ihnen in einer Wahlgemeinschaft befinden. So sind beispielsweise als Sozialisationsagenten neben den Peergroups auch Sportvereine, (digitale) Medien oder Fanclubs zu nennende Sozialagenturen, welche allesamt gemein haben, dass Heranwachsende mit ähnlichen Einstellungen, Interessen und Vorlieben zusammenfinden mit dem Ziel aktiv Lebenszeit miteinander zu verbringen (Vgl. ebd. S.24).

Auch die Medien zählen zu einem wichtigen Sozialisationsagenten und tragen Normen, Werte, gesellschaftliche Erwartungen wie auch Ansprüche an die Menschen heran, verfolgen meistens aber andere Interessen oder Ziele (z.B. ökonomische Ziele, durch Werbung) als solche Personen mit definierten Erziehungsaufträgen. Da Heranwachsende eigenständig wählen können, welche Medien genutzt werden sollen, fällt die Dimension der „Zwangsgemeinschaft“ ebenso weg wie die Sanktionsmöglichkeiten durch die Eltern oder pädagogischen Fachkräfte. Darüber hinaus gestalten Medien als Sozialisationsagenten die Persönlichkeitsentwicklung nicht nur direkt mit, sondern auch indirekt, indem sie gleichermaßen Einfluss auf das Denken, Handeln und Fühlen der anderen Sozialisatoren nehmen und woraus folglich eine beidseitige Beeinflussung resultiert (Vgl. ebd. S.24f.)

b) Akteure der Mediensozialisation von Kindern und Jugendlichen

Es liegt auf der Hand, dass die Relevanz der verschiedenen Instanzen und Agenturen in ihrer Art und Weise für die Sozialisation von Kindern und Jugendlichen unterschiedlich sind. Gesamtgesellschaftliche Rahmenbedingungen einerseits und konkrete Lebensverhältnisse andererseits spielen in diesem Kontext ebenso eine Rolle wie die individuellen Veränderungen, welche sich im Zuge des Heranwachsens mit den zunehmenden persönlichen Erfahrungen und Kompetenzen ergeben (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.25f.).

Im Zusammenhang mit der Entwicklung vom Kind zum Jugendlichen lassen sich prägnante Bedeutungsverschiebungen ausmachen, wie beispielsweise den immer höheren Stellenwert der Peergroup und der damit verbundenen Abflachung von der Bedeutung zum Elternhaus. Es ist somit kaum verwunderlich, dass mit zunehmendem Alter und dem Voranschreiten der Sozialisation die Eltern einen immer geringeren Stellenwert bekommen als die Peergroup und nicht zuletzt auch die Medien.

Gerade in Bezug auf die Medien zeigt sich, dass diese nicht nur im Verlauf von Kindheit und Jugend an Geltung gewinnen. Mit den rasanten technischen Entwicklungen einerseits und den vielfältigen Interaktions- und Kommunikationsmöglichkeiten andererseits sind sie gerade in den letzten Jahren zunehmend relevanter und unersetzlicher für Jugendliche (und Erwachsene) geworden. Sie sind somit immer bedeutsamer und mit einem zunehmenden Einfluss auf das gesellschaftliche Leben verbunden. Ihre Rolle und Einfluss als Sozialisationsagenten für Kinder, Jugendliche und auch Erwachsene wächst somit ständig und ist fest im alltäglichen Leben und der Entwicklung jedes einzelnen verankert (Vgl. ebd. S.25f.).

Die beschriebene Relevanz und Unersetzlichkeit unterstreichen den erheblichen Stellenwert, welche Medien auf den Entwicklungsprozess Heranwachsender und Erwachsener haben. Gerade die Omnipräsenz durch digitale Medien (wie etwa Smartphones) sorgt dafür, dass Mediennutzung durch vielschichtige und wechselseitige Prozesse bestimmt wird und es tiefgreifende Interessenkonflikte in Bezug auf deren Handhabung und Existenz gibt. Gerade weil die medialen Einflüsse einen direkten wie auch indirekten Bezug auf die sozialisatorischen Parameter haben, soll zum Überbegriff der Sozialisation der Terminus der „Mediensozialisation“ erläutert werden, um die Relevanz der Medien in Bezug auf den Prozess des Menschwerdens zu unterstreichen.

3.4.2 Mediensozialisation

Wie bereits beim Definitionsversuch von „Medium, Medien und Massenmedien“ hervorgehoben wurde, ist der Stellenwert von (digitalen) Medien als Kommunikationsinstrument im heutigen Zeitalter allgegenwärtig und somit nicht mehr wegzudenken. Gerade im Hinblick darauf, dass Medien ein Teil der äußeren Welt darstellen und den Menschen somit die Welt nahebringen, lässt den besonderen Charakter der sozialisatorischen Parameter erkennen.

Die Auseinandersetzung mit eventuellen sozialisatorischen Faktoren und der massenhaften Verbreitung der Medien wurde von Beginn an mit ambivalenten Sichtweisen verbunden und kontrovers diskutiert. So haben bereits Platon und Aristoteles zentrale Thesen formuliert, die über die Wirkung von Theaterdarstellungen handelten. Diese Diskussionen können aus heutiger Sichtweise der Mediensozialisation zugeschrieben werden (Vgl. Von Gross et al. 2015, S. 49).

Je nach Weltbild, Zeitalter und politischer Position wird den Medien primär mit Skepsis begegnet oder es werden die Chancen für die Entwicklung von Individuum und Gesellschaft unterstrichen. In den medienpädagogischen Theorien wie auch in den Mediensozialisationstheorien werden drei Paradigmen unterschieden, welche kurz aufgelistet, aber nicht weiter im Detail erläutert werden sollen:

- a) kulturpessimistische,
- b) kritisch-optimistische und
- c) medieneuphorische Position (Vgl. Batinic/Appel, 2008, S.362ff.)

Medien können beispielsweise als Garant für Freiheit und neben Legislative, Exekutive und Judikative als „vierte Instanz“ in einem Staat oder als zusätzlicher Bildungsbereich neben dem Elternhaus, Schule und der Erwachsenenbildung angesehen werden.

Allerdings existieren auch die negativ konnotierten Spannungsfelder wie etwa Gewalt, Sexualität und Werbung und die damit assoziierten Rollen als Verführer und Gefährder vor allem von jungen Menschen (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.27ff.).

Die Zusammenhänge zwischen Medien und Sozialisation lassen grob drei Perspektiven extrahieren, welche wie folgt zusammengefasst werden können:

- a) *Gegenseitiger Beeinflussungs- und Wirksamkeitsprozess*: Medien gelten als Bestandteile, welche Wissen, Einstellungen oder Urteile sowie das Verhalten von Menschen beeinflussen.
- b) *Funktionaler Prozess zwischen Medium und Rezipient*: Medien werden als ein Subsystem der Gesellschaft angesehen, deren Funktionalität in Abhängigkeit voneinander zu erklären ist.
- c) *Wechselseitiger Prozess zwischen Subjekt, Medium, Gesellschaft*: Bei dieser konzipierten Sichtweise werden die Medien mitsamt ihren Strukturen, Inhalten ebenso wie die Rezipienten mit ihren Erfahrungen, Nutzungs- und Verarbeitungsstrukturen in ihrer gesellschaftlichen Eingebundenheit und Einflussnahme betrachtet.

Es soll an diesem Punkt festgehalten werden, dass die sozialisatorischen Bedeutungen der Medien sicherlich nicht grenzenlos sind, aber dass die Innovationen von digitalen Medien und neuen Kommunikationsmöglichkeiten rapide zugenommen haben und zu einer interdependenten Funktionalität für Mensch und Gesellschaft geworden sind (Vgl. ebd., 2016, S.30ff.).

In dem Zusammenhang umfasst Mediensozialisation alle solche Blickwinkel, in denen Medien für die psychosoziale Entwicklung eines Individuums eine Rolle spielen. Dabei wird Sozialisation als eine Interaktion zwischen Individuum und seiner Umwelt verstanden. Personen passen sich somit nicht nur ihrer Umwelt an, sondern setzen sich aktiv mit dieser auseinander und gestalten sie darüber hinaus gleichzeitig mit. Unter der Berücksichtigung dieser Betrachtungsweise und der damit konnotierten

Zusammenhänge werden Medien also vorrangig genutzt, um Entwicklungsaufgaben zu bewältigen, welche explizit mit dem Erwerb von Fertigkeiten und Kompetenzen in Verbindung gebracht werden können und welche bestenfalls für eine konstruktive und zufriedenstellende Lebensführung innerhalb einer konkreten Gesellschaftsform notwendig sind. Da die Mediensozialisation durch Erziehende, Peergroup, die Person selbst und die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen beeinflusst wird, handelt es sich nicht um einen eindimensionalen Vorgang linearer Medienwirkung, sondern vielmehr um einen komplexen, in den Gesamtprozess der Sozialisation eingebetteten Vorgang (Vgl. Batinic/Appel, 2008, S.362). Mediensozialisation lässt somit zusammenfassend als eine Interaktion zwischen Gesellschaft, Medien und Individuum beschreiben (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.32f.).

Der Begriff der Mediensozialisation steht eng in Verbindung mit dem Begriff *Medienkompetenz* und der *Medienbildung*, welche dem Individuum dabei helfen sollen, in einer durchwurzelten Mediengesellschaft zu partizipieren und Impulse geben zu können.

Medienkompetenz und Medienbildung korrelieren deshalb mit einem hohen Maß an Relevanz, da wie bereits dargestellt wurde, die Medien immer im Spannungsfeld von Ressourcen und Risiken stehen. So können Ressourcen beispielsweise in der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben liegen oder die Bildung von Gemeinschaften ermöglichen. Des Weiteren dienen sie zur Gestaltung von Lern- und Arbeitsprozessen sowie der Unterhaltung und der Erholung. Andererseits können Risiken in sozial unerwünschten Emotionen, Einstellungen und Verhaltensweisen (z.B. Gewaltbereitschaft, Angst und Stereotypenbildung) münden oder in Mediensucht und sozialer Isolation enden (Vgl. Batinic/Appel, 2008, S.377).

Da Medienkompetenz und -bildung mit den Parametern von Persönlichkeitsentwicklung, Ressourcen und Risiken in Zusammenhang gebracht werden können, soll im nächsten Punkt expliziter auf die Begriffe und die damit verbundenen Merkmale eingegangen werden und darüber hinaus in einem idealtypischen Altersverlauf näher betrachtet und erläutert werden.

3.5 Medienkompetenz in Zusammenhang mit der Persönlichkeitsentwicklung

3.5.1 *Die Bedeutung der Medien für die Persönlichkeitsentwicklung*

Wie bereits ausführlich beschrieben, sind Medien und mediale Kommunikationsstrukturen in allen Bereichen unserer Lebenswelt allgegenwärtig und haben ihren festen Platz im Alltag des Menschen eingenommen. Ohne Zweifel sind Smartphones und Tablets maßgeblich und systematisch an diesem Trend beteiligt, und dies nicht zuletzt wegen der zahlreichen Apps, welche einen festen Bestandteil dieser Entwicklung darstellen. Auch Kinder und Jugendliche haben längst großen Gefallen an diesen Applikationen gefunden, für welche ein eigenes Gerät in erster Linie sekundär ist und häufig das Smartphone der Eltern zum Ausprobieren verwendet wird. Es ist also kaum verwunderlich, dass die einfache Bedienung über einen Touchscreen einerseits und die interaktiven Elemente andererseits auch bereits bei kleinen Kindern das Interesse an mobilen Geräten und Apps weckt.

Es sind die Individualisierungs-, Beschleunigungs- und Mediatisierungsprozesse in unserer Gesellschaft, welche verdeutlichen, dass die Relevanz von Medien in der Lebenswelt der Menschen eng mit den gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen verbunden ist. Daraus ergibt sich ein Wandel für das Leben von Kindern und Jugendlichen, da Medien eine Allgegenwart darstellen und es folglich schwierig ist, sich dieser Gegebenheit zu entziehen (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.41.).

Folglich ist also nicht verwunderlich, dass die Bedeutung der Medien für die Persönlichkeitsentwicklung von Menschen in allen Sozialisationsbereichen nachgewiesen werden kann. Für Heranwachsende haben sich so neben Familie, Peergroup und Schule auch Medien als unverzichtbare Orientierungsquellen etabliert und so gestalten diese aktiv Sozialisationsprozesse mit (Vgl. ebd. S.55 ff.).

Die Nutzung bestimmter Medienangebote durch Kinder und Jugendliche können nicht kausal als positiv oder negativ gedeutet werden. Vielmehr bedarf es einer Analyse auf der individuellen Ebene jedes Einzelnen, ob aus der Nutzung von Medienangeboten spezifische Chancen oder Risiken für die persönliche Entwicklung resultieren. Es sind vor allem die Vielfalt, die Multioptionalität und Simultaneität, die zunehmend die persönliche Entwicklung junger Menschen im Spannungsfeld von Medien und medialen Kommunikationsstrukturen prägen.

Die nachfolgende Tabelle wird daher genutzt, um zu veranschaulichen, welche möglichen Implikationen der Medienumgang auf markante Entwicklungsbereiche Heranwachsender haben kann.

ENTWICKLUNGSBEREICHE	MÖGLICHE IMPLIKATIONEN DES MEDIENUMGANGS
Identitätsbildung	Medial repräsentierte Stereotype, Verhaltensweisen, oder Rollen bieten vielfältige Anregungen zur Identitätsarbeit und Vorlagen für die Entwicklung der „eigenen“ Persönlichkeit. Die Ausbildung einer sozialen Identität erfolgt nicht zuletzt entlang medial vermittelter gesellschaftlicher Ansprüche und Werte.
Kognitive Entwicklung	Die Aneignung und der Gebrauch von Sprache und anderen Symbolen erfolgt vielfach mit Medien als helfender Vermittler. Ebenso dient es der Entwicklung des logischen und rationalen, dann des abstrakten und hypothetischen Denkens. Permanent werden im Medienumgang auch Informationen verarbeitet, Erkenntnisprozesse initiiert und Wissen angeeignet.
Körperlich-physiologische Entwicklung	Medien bieten vielfältige Anregungen bei der (möglichst ungestörten) Entwicklung hin zum körperlich und geistig gefestigten Erwachsenen. Informations- und Beratungsangebote (z.B. zur Ernährung und Gesundheit) können hier unterstützen oder durch die Verherrlichung von prekären Verhaltensweisen (z.B. von Essstörungen und Selbstschädigung) beeinträchtigen.
Soziale Entwicklung	Medial vermittelte Modelle für Erziehung, Partnerschaft und Familie bieten vielfältige Möglichkeiten für soziale Vergleichsprozesse. Wichtig für die Entwicklung des Sozialverhaltens und die Ausbildung der Fähigkeit zu Empathie und Perspektivübernahme sind bereits die parasozialen Beziehungen zu den ersten Medienfiguren und zu einem späteren Zeitpunkt die „realen“ Begegnungen im Netzwerk.
Sexuelle Entwicklung	Zielgruppenadäquat aufbereitete Informations- und Beratungsangebote zu Fragen der Sexualität unterstützen die Entwicklung einer selbstbestimmten und gleichberechtigten Sexualität der Geschlechter. Darstellungen von sexueller Gewalt, bizarren Sexualpraktiken oder Frauen als Sexualobjekt können irritieren, verunsichern und so die sexuelle Entwicklung stören.
Ethisch-moralische Entwicklung	Die Entwicklung des moralischen Urteils ist in Aneignungsprozesse eingebettet, bei denen Heranwachsende z.B. delinquentes Verhalten von Medienfiguren oder vermittelte Kriegsereignisse in ihr persönliches Welt- und Menschenbild einordnen. Medial vermittelte Werte und soziale Normen tangieren zudem die Ausbildung eines eigenen regelkonformen Handelns.

Tab. 1: Mögliche Implikationen des Medienumgangs Heranwachsender (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.58)

Neben der Einflussnahme auf elementare Entwicklungsaufgaben korrelieren die Aneignungen von Medien und der medialen Kommunikationsinhalte auch direkt oder indirekt mit anderen sozialisatorischen Parametern. In dem Zusammenhang wäre beispielsweise die politische Sozialisation zu nennen, bei welcher sich Heranwachsende auf legale Weise aktiv an der Gestaltung der politischen Umwelt beteiligen können. Auch im Bereich des individuell-reflektierten Glaubens (religiöse Entwicklung) oder des existenziellen Sinnsuchens bzw. Sinnfindens sowie der emotionalen Entwicklung wird die entsprechende Grundlagenrelevanz von Medien deutlich und unterstreicht

zudem die Bedeutsamkeit für die pädagogische Praxis und die Forschung (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.59.).

Zur Erforschung und Evaluation sind gerade die verschiedenen psychologischen Grundlagenfächer maßgeblich an neuen Erkenntnisgewinnungen beteiligt. Die psychologischen Grundlagenfächer sollen daher im Punkt 3.6 genauer beschrieben werden, um aufzuzeigen, welche Erkenntnisse sich aus diesen Forschungsbereichen für Medienkommunikation gewinnen lassen und weshalb CLOSER als ein geeignetes Medium angesehen werden kann, welches positiv sowie nachhaltig auf sozialisatorische und pädagogische Bereiche einwirkt. Dies nicht zuletzt, da die App es ermöglicht, digitale Jugendarbeit zu leisten, sondern darüber hinaus auch eine Schnittstelle zwischen der realen und der digitalen Welt ermöglicht. Bevor dies aber ausgelegt wird, soll zuerst veranschaulicht werden, was Kinder und Jugendliche in welchem Alter mit Medien machen können, was ihnen Schwierigkeiten bereitet oder wo ihre medienbezogenen Vorlieben und Interessen liegen. Gerade dieser Punkt ist bedeutsam im Hinblick auf CLOSER, da die App solche Bereiche abdecken soll, wo eine eventuelle Hilfestellung zur Bewältigung von Entwicklungsaufgaben benötigt wird, um daraus resultierend den Grad an Partizipation und Inklusion zu steigern. Im Umkehrschluss heißt das auch, dass anhand von CLOSER versucht wird, Kinder und Jugendliche mit Hilfe von medienpädagogischen Hilfestellungen eine verbesserte Medienkompetenz zu vermitteln, um die schädlichen Aspekte der Mediennutzung zu minimieren.

3.5.2 Medienbezogene Kompetenzen im Altersverlauf

Wie viele andere Bereiche im Leben eines Menschen geht auch das auf Medien bezogene Handeln Heranwachsender mit einer Zunahme der Kompetenzen im Altersverlauf einher. Am Ende dieses Prozesses kommt es idealerweise beim Übergang von Jugend- zum Erwachsenenalter zur erlernten Fähigkeit, die Potenziale des Medienumgangs selbstbestimmt wahrzunehmen und die Gefahren oder Risiken frühzeitig zu erkennen. Die erforderlichen Kompetenzen, welche ein Individuum hierfür benötigt, korrelieren unter anderem stark mit dem Grad der kognitiven, sozialen, ethisch-moralischen Entwicklung. In dem Zusammenhang sind gerade Selbstlernprozesse und adaptierte pädagogische Unterstützung und Begleitung beim Medienumgang unabdingbar, weswegen in einem späteren Punkt expliziter auf die Bereiche von Medienkompetenz und Medienbildung eingegangen wird.

Das Thüringische Ministerium für Bildung, Jugend und Sport geht in seinem Bildungsplan von 2019 für 0- bis 18-jährige davon aus, dass der pädagogische Zugang zu Heranwachsenden nach fünf idealtypisch an das Alter junger Menschen gebundenen Abschnitten der Entwicklung stattfindet (Thüringer Bildungsplan, 2019, S.354ff.). Diese Abschnitte bilden und markieren zugleich wichtige Phasen von

Bildungsprozessen und sind für die konzeptionelle Parameter von CLOSER wichtig, weswegen sie ausführlicher dargestellt werden sollen.

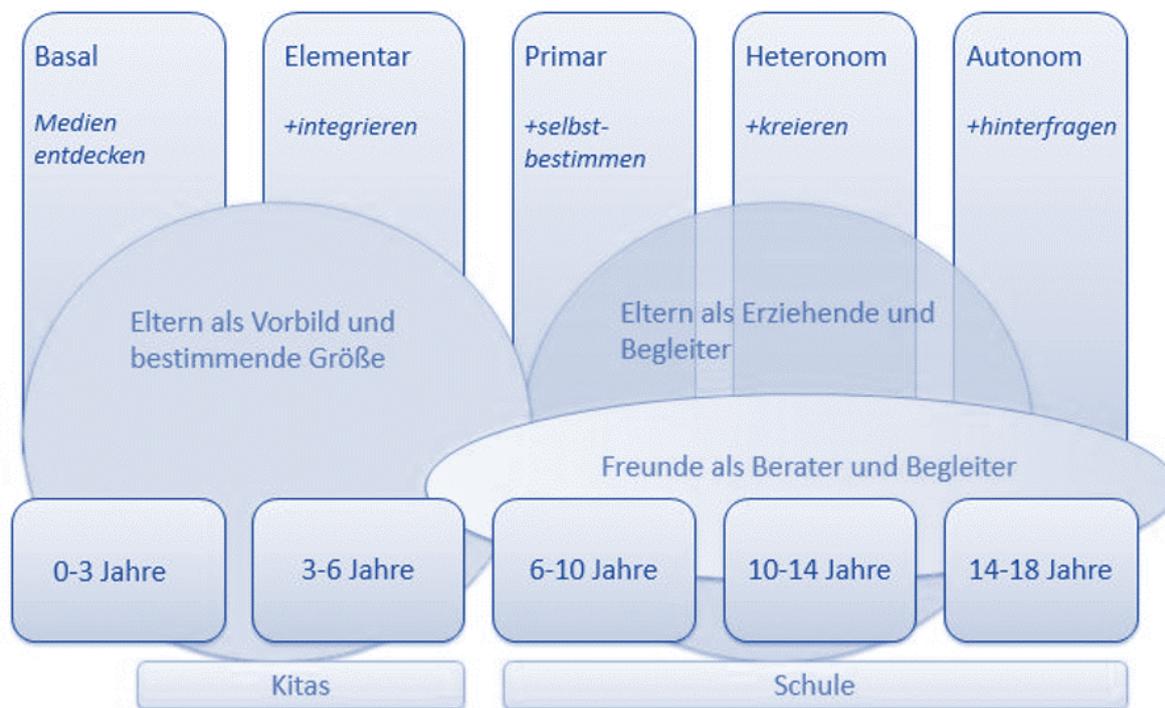


Abb. 2: Phasen der Entwicklung im Kindes- und Jugendalter (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.60.)

1. Basale Phase (ca. 0-3Jahre)

Charakteristische Merkmale der ersten drei Lebensjahre sind neben der physiologischen Entwicklung auch das Erlernen motorischer Fähigkeiten. In diesen Jahren erlernen Kinder bereits grundlegende soziale Regeln und Umgangsformen. Darüber hinaus werden erste Grundstrukturen der Persönlichkeit in den Domänen der Sprache, des Denkens wie auch des Empfindens herausgebildet und elementare Modelle für soziales Verhalten entwickelt. In dieser Zeitspanne nehmen die Kinder aufmerksam das Handeln der Bezugspersonen wahr und erfahren sich vor allem als das, was Menschen in ihrem Umfeld in ihnen sehen. Da Medien omnipräsent sind, ist es kaum verwunderlich, dass Kinder neben den Stimmen ihrer Eltern auch auditive Reize aus dem Radio oder visuelle Reize aus dem Fernseher wahrnehmen. Medien sind in dieser ersten Phase der Entwicklung allerdings nur eine inhaltlich unbedeutende Repräsentation aus auditiven wie auch visuellen Eindrücken, sodass Medien als eine Reizquelle angesehen werden können, welche erst zu einem späteren Zeitpunkt als sinnverstehend dekodiert werden kann. Der kognitiven wie auch der sozial-moralischen Entwicklung können wesentliche Geltungen zugeschrieben werden, damit visuelle, auditive und audiovisuelle Medien angeeignet werden können. Durch das Beobachten der Bezugspersonen im Umgang mit Medien

gefolgt von einem Betasten und Ertasten der Geräte und anschließender Imitation werden die ersten Schritte hin in die Welt der Medien eingeleitet. (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.61f.)

Gerade zu Beginn ist es bedeutsam, dass Erwachsene mediale Angebote nacherzählen und auf die konkrete Lebens- und Erfahrungswelt der Schützlinge transferieren. Dadurch wird das Kind bereits früh mit der Medienaneignung und Sensibilisierung im Hinblick auf Medienkompetenz konfrontiert, begleitet und unterstützt. Mit fortgeschrittener Kognition einerseits und zunehmenden sprachlichen Fähigkeiten andererseits können zu einem späteren Zeitpunkt dann schließlich Medieninhalte selbst erschlossen werden, so dass Kinder selbst in den Medien Objekte und Situationen wiedererkennen und simple Informationen aus den Medien entnehmen können. Kleinkinder erkennen bereits Bezüge zu ihren realen Erfahrungen, weswegen Medien unterschiedliche positive wie auch negative Gefühle auslösen können (Vgl. ebd. 2016, S.62ff.)

Erziehungsberechtigte oder Professionelle sollten Kindern neben einer aktiv begleitenden Haltung adaptierte Möglichkeiten zum Medienumgang eröffnen. In diesem Zusammenhang ist es wichtig auf solche Angebote und Inhalte zurückzugreifen, welche mit den begrenzten kognitiven Fähigkeiten des Kindes einhergehen. Das medienerzieherische Vorgehen soll dabei individuell auf die Lebenserfahrung des jeweiligen Kindes angepasst werden. Es bleibt hier aber zu unterstreichen, dass es unabdingbar ist, auch und vor allem auf die nicht-medienvermittelnden Erfahrungen für die Entwicklung hinzuweisen und diese zu fördern (z.B. Malen oder Basteln). Schlussendlich bleibt festzuhalten, dass Inhalte, welchen Kindern bewusst oder unbewusst in Verbindung mit Mediennutzung vorgelebt werden, schon früh als „normal“ wahrgenommen und interpretiert werden, sodass dies auch Auswirkungen auf den späteren Medienumgang haben kann (Vgl. ebd. 2016, S.64.).

2. Elementare Phase (ca. 3-6 Jahre)

In dieser Phase werden weitere (fein)- motorische Fähigkeiten ausgebaut und gefestigt. Die sich weiterentwickelnde kognitive Entwicklung sorgt dafür, dass Denken anschaulicher wird und sich die Fantasie des Kindes ausprägt. Neben der Familie werden zunehmend auch andere Kinder wichtig, was zur Folge hat, dass Heranwachsende mit neuen Regeln und Erwartungen konfrontiert werden. Autonomie und die Erforschung der Umwelt treiben den Explorationswunsch voran, sodass durch Spiel und Interaktion eigene Konzepte der Welt generiert werden. So beginnen Kinder langsam zu begreifen, dass auch andere Menschen außer sie selbst denken und fühlen. Aus diesen Gegebenheiten ergeben sich dann die Voraussetzungen, dass Gefühle, Motive und Handlungen existieren, welche sich der subjektiven Gefühlswelt und der persönlichen Wahrnehmung entziehen. Diese Zurkenntnisnahme ist wiederum eine wichtige Voraussetzung, Medien inhaltlich zu verstehen und als etwas Konstruiertes

zu begreifen, um beispielsweise Beziehungen zwischen Figuren in den Medien zu begreifen und Handlungen im Zusammenhang mit bestimmten Gründen zu assoziieren. So erkennen Heranwachsende immer besser, dass Medien menschengemachte Produkte sind, welche die Realität (verzerrt) abbilden und Dinge zeigen, die es nicht gibt oder die nicht real sind, sondern erfundene Konstrukte darstellen. Dieses tiefgreifende Verständnis ist ein elementarer Schritt bei der Entwicklung medienbezogener Fähigkeiten (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.64f.).

In der elementaren Phase eignen sich Kinder die Medien zunehmend sinnverstehend an und werden in ihrem Medienhandel selbstständiger sowie autonomer und versuchen ihr Medienhandeln mehr und mehr selbst zu bestimmen. Neben der Unterhaltungsfunktion von Medien, sind auch Parameter für den Bereich der Identitätskonstruktion bedeutsam. In dieser Phase ist es wichtig, dass Erwachsene aktiv die Medienerziehung mitgestalten und angemessen unterstützen. So sollen beispielsweise der Fernsehkonsum auf kurze Zeitfenster limitiert werden und auf kindergerechte Angebote geachtet werden. Es bedarf aufmerksamer Erwachsener, welche Hilfestellung bei Verständnis- und Verarbeitungsschwierigkeiten geben. Gerade emotional belastende Inhalte (z.B. Gewalthandlungen) und Gestaltungsmittel, welche auf die sensomotorische Erregung zielen (z.B. aggressive Musikuntermalung) sind ungeeignet in diese Phase.

3. Primäre Phase (ca. 6-10 Jahre)

Im Alter zwischen 6 und 10 Jahren ändert sich Grundlegendes im Leben eines jungen Menschen. Neue soziale Umgangsformen, Regeln, Denkweisen und Einstellungen sind nur einige Bereiche, mit welchen sich auseinandergesetzt werden muss. Darüber hinaus wird diese Phase durch den Eintritt in die Schule mitbestimmt, wodurch bereits entwickelte und assimilierte Verhaltensmuster weiterentwickelt, variiert und auf die Probe gestellt werden. Wichtige Informationen und Inputs erhalten Heranwachsende in dieser Phase oftmals von den Sozialisationsagenturen ohne konkreten und expliziten Erziehungsauftrag, dem Freundeskreis und den Medien. Im formalen Bildungsbereich werden elementare Fertigkeiten erlernt (Lesen, Schreiben, Rechnen, logisches Denken, usw.) welche komplexe kognitive Leistungen möglich machen und mit denen dann auch Medien und die dabei vermittelt Inhalte sinnverstehender angeeignet werden können. Das Medienhandeln verläuft in der primären Phase selbstbewusster als in der vorigen Phase, weswegen Heranwachsende einen immer größeren Wert darauflegen, ungestört und ohne das Beisein der Eltern die Medien zu nutzen. Kindern ist es wichtig, dass sie als Zielgruppe in den Medienangeboten angesprochen werden, wodurch sich erklären lässt, dass sie auch immer öfters den Anspruch wahrnehmen wollen, bei der gemeinsamen Mediennutzung zu Hause mitzubestimmen, was gesehen, gehört oder gespielt wird. Auf der Basis der bereits gemachten Medienerfahrungen einerseits und den kognitiven Fähigkeiten andererseits ist es

Heranwachsenden in dieser Phase bereits möglich Realität und Fiktion von Medienangeboten zu unterscheiden. (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.67f.).

Probleme bestehen aber weiterhin bei solchen Angeboten, bei denen gezielt die Realität vorgegaukelt wird, es sich aber um eine Inszenierung handelt (z.B. Scripted Reality, verschieden Apps, usw.). Zu dieser Zeit besitzen Heranwachsende bereits ein breites medienkonvergentes und zusammenlaufendes Medienangebot, welches auch multimedial-interaktive Angebote beinhaltet. Darüber hinaus werden die individuellen wie auch geschlechtsspezifischen Präferenzen deutlich. In diesem Kontext erscheint es wichtig hervorzuheben, dass Medienfiguren, seien sie fiktional oder real, gezeichnet oder computeranimiert, eine nicht zu unterschätzende Gewichtung für die persönlichen Identifikationsmöglichkeiten und idealisierten Traumvorbilder haben können (Vgl. ebd. 2016, S.68.).

Gegen Ende der primären Phase sind die medienbezogenen Fähigkeiten sehr individuell und variieren stark hinsichtlich eigener Medienerfahrung und praktizierter Medienerziehung zu Hause. Sammeln die einen ihre ersten Erfahrungen im Internet, bewegen sich andere bereits in sozialen Netzwerken, treffen in Chats Gleichaltrige oder führen Highscorelisten in Browsergames an. Gerade Internet, Smartphones oder Tablets haben für Heranwachsende aus Folgenden Gründen eine hohe Anziehungskraft:

- Darstellung einer Plattform für Videos “on demand”
- Zugang zur faszinierenden Welt der Spiele
- Treffpunkt zum Austausch in der Bezugsgruppe
- Fungiert als Bühne zur Selbstpräsentation
- Proberaum für die Konstruktion von Identität
- Darstellung einer Kontaktbörse zu Fremden
- Bibliothek und Datensammlung über die Fakten zur Welt
- Als eine Art „Schulheft eines anderen“ zum Abschreiben genutzt werden kann
- einem Verein, zum Ausleben gemeinsamer Interessen und Fankulturen ähnelt.

Mit spezifischer Schwerpunktsetzung werden die obigen Aufzählungen bereits für viele Kinder im Grundschulalter relevant und mit zunehmendem Alter dann punktuell vertieft und weiterverfolgt, was aufzeigt, wie wichtig die Etablierung einer spezifischen App wie CLOSER ist. Nicht zuletzt, weil gerade in dieser Phase die dargestellte Vielfalt und der Facettenreichtum des Unterhaltungsangebotes immer vertiefender mit der Sorge von Eltern und Professionellen einher geht (Vgl. ebd. 2016, S.69.)

Festzuhalten bleibt, dass sich sowohl Handlungs- als auch Bildungsräume von jungen Heranwachsenden in der primären Phase erweitert haben. Gleichaltrige bekommen einen immer relevanteren Stellenwert, auch wenn die Eltern weiterhin die wichtigsten Bezugspersonen darstellen.

Medien gehören mittlerweile mehr oder weniger fest zum Alltag dazu und die Handhabung fällt leichter. Interessen werden in den Medien weiterverfolgt und sind selbst zum Interesse von vielen Kindern geworden. Das Kollektive etwas „lieben“ oder „Fan“ von etwas sein, ist für Kinder äußerst wichtig so dass auch Endgeräte selbst zum Fanobjekt avancieren können (z.B. Smartphone, Tablet, bestimmte Apps etc.). Über die eben erwähnte Fankultur hinaus sei auch noch auf die sozialen Momente verwiesen, da Kinder mit der Hilfe von digitalen Medien sowie Kommunikationsdiensten in Kontakt bleiben, Ideen entwickeln oder Probleme aushandeln (Vgl. ebd. 2016, S.70.).

Für Erwachsene in dieser Phase ist es wichtig sich weiterhin mit den Altersfreigaben auseinanderzusetzen und sich an diesen zu orientieren. Mit der fortschreitenden Bedeutung von Computerspielen und Internet lauern neue Gefahren für Kinder im Grundschulalter. Trotz technischer Schutzvorkehrungen kann keine hundertprozentige Sicherheit gewährleistet werden, weswegen es empfehlenswert ist, sich über kindgerechte Internetangebote zu informieren. Gerade spezielle Kinderportale erleichtern den Einstieg und dies beschränkt sich nicht nur für das Internet, sondern stellvertretend auch für die Welt der Apps. Durch die Faszinationskraft von digitalen Spielen empfiehlt es sich zeitliche Beschränkungen zu implementieren und festzulegen. Es ist wichtig, gemachte Erfahrungen seitens des Kinders regelmäßig zu besprechen, denn gerade in Bezug auf die Altersfreigaben lässt sich erkennen, wie schnell diese in der Welt der Apps und Onlinespiele verschwimmen. Zu guter Letzt sind in dieser Phase auch formelle und nicht formelle Bildungssysteme gefragt, um klare Regeln im Umgang mit den genutzten Medien zu setzen und beispielsweise Unterrichtseinheiten so zu gestalten, dass Chancen und Risiken aufgezeigt werden. Auch Informationsveranstaltungen zur Sensibilisierung der Eltern sind empfehlenswerte Richtlinien (Vgl. ebd. 2016, S.71.).

4. Heteronome Phase (ca. 10-14 Jahre)

Fleischer und Hajok sprechen in der zweitletzten Phase der Entwicklung bei Kindern und Jugendlichen von der heteronomen Phase, welche sich im Alter von 10 bis 14 Jahren manifestiert. In dieser Zeitspanne erweitern Heranwachsende zunehmend eigenständig ihre Handlungsräume und setzen sich gehäuft mit elementaren Fragen und komplexen Phänomenen auseinander, wobei ethisch-moralische Überlegungen noch weitestgehend eine untergeordnete Rolle spielen. Nicht exklusiv, aber doch in einem sehr hohen Maße werden Heranwachsende in dieser Phase zunehmend mit übergeordneten gesellschaftlichen Konventionen, Normen und auch Werten konfrontiert. Darüber hinaus gewinnen die Selbstsozialisationsprozesse in Bezug auf die Peergroups immer stärker an Bedeutung. Mit den vermittelten gesellschaftlichen Werten und Normen, den Mustern der Lebensgestaltung, den Leitlinien für soziales Ansehen und den Leitbildern (bevorzugt) erfolgreicher

sowie populärer Persönlichkeiten werden die Medien für die Gestaltung und Stilisierung einer persönlichen Identität immer bedeutsamer. (Vgl. Fleischer/Hajok, 2016, S.71f.).

Waren Kinder in der vorigen Phase noch an den ästhetischen Aspekten und den Präferenzen der Eltern interessiert, wechselt dieses Verhalten steigend hin zu spezifischeren persönlichen Vorlieben, welche sich auch im Medienhandeln darin zeigt, dass Kinder und Jugendliche sich gezielt abgrenzen wollen. Dieses Streben nach Unabhängigkeit führt deswegen öfters zu familiären Konflikten, weswegen Kinder die Verbote der Eltern umgehen wollen und beispielsweise Medien außerhalb des elterlichen Einflussbereiches nutzen (bei Freunden, in der Schule, etc.). Im Zusammenhang mit digitalen Medien wie Tablets, Computerspielen und auch Handys haben Kinder ihre Eltern bereits in Bezug auf die Fähigkeiten der funktionalen Bedingungen überholt. Die abwechslungsreichen Möglichkeiten im Bereich von Onlinegames, Sozialen Netzwerken und Apps sind Heranwachsenden gut bekannt. All jenes, was Spaß und Unterhaltung verspricht, wird neugierig ausprobiert. Schule und individuelle Informationsbedürfnisse werden mit steigender Informations- und Recherchekompetenz gemeistert. Dieses macht es Heranwachsenden bestenfalls bereits möglich, zielstrebig Informationen zu suchen sowie auszuwählen, sinnvoll zu reduzieren und für sich und andere aufzuarbeiten (Vgl. ebd. 2016, S.72.).

In dieser Phase ist es für Erwachsene und Professionelle wichtig, Heranwachsende in Verbindung mit Medienerziehung auf „Augenhöhe“ zu sehen. Dennoch gilt folgendes im Umgang zu bedenken: auch wenn junge Menschen sich bereits in den für sie attraktiven Medienangeboten auskennen, wissen sie dennoch sehr wenig über die Mechanismen und Interessen, welche hinter den Medienangeboten stehen (z.B. Wert der Privatsphäre oder die Bedeutung von Medienöffentlichkeit). Auch das Mitgestalten der Gesellschaft durch die omniprésente Möglichkeit der Kommunikation über Medien bleibt weitestgehend unbewusst. Im Vordergrund geht es um die persönliche Unterhaltung, um die Befriedigung von Neugier, um die Pflege von Freundschaften, um Orientierungssuche sowie um Wissensaneignung. Im Hinblick auf die Orientierungssuche ist es wichtig zu verstehen, dass es sich bei Orientierungen um subjektive, kognitive Konstrukte handelt, welche unser Denken, Handeln und Fühlen leitet und uns Menschen dadurch in die Lage versetzen Entscheidungen zu treffen. Darüber hinaus werden Orientierungen durch uns aufgebaut, ständig überprüft und können dadurch auch verändert oder sogar verworfen werden. Es handelt sich somit um eine individuelle Gegebenheit, da jeder Mensch eigenständig beobachtet und andere Menschen befragt, um dadurch Anregungen für eigene Orientierungen zu erhalten. Dieses Phänomen vollzieht sich nicht nur aktiv, sondern auch unbewusst durch zwischenmenschliche Interaktionen. Es liegt in diesem Zusammenhang auf der Hand, dass sich der Prozess des Beobachtens auch auf Personen in den Medien übertragen lässt. Was sich eine einzelne Person in ihrem persönlichen Interpretationsprozess aus den Medien herausnimmt,

ist nicht vorhersehbar. Somit „wirken“ Medien nicht direkt auf uns, sondern bieten in einer ersten Linie Anregungen (Vgl. ebd. 2016, S.70).

Unter dieser Berücksichtigung ist es unabdingbar älteren Kindern weitere Hilfestellung zu garantieren, um bessere Bewertungen vornehmen zu können und um sich den möglichen Einflüssen von Medien hinsichtlich Meinungen und Vorstellungen klarer zu werden. Wie bereits erläutert wurde, sind gerade zunehmend autonome Forderungen für Kinder der heteronomen Phase wichtig. Gerade für Erwachsene ist es schwer diesbezüglich klare Normen transparent zu definieren, da gerade in diesem Spannungsfeld der digitalen Medien oft persönliche und adaptierte Kenntnisse fehlen oder sogar geradezu fremd sind. Themenbereiche, die das Medienhandeln fokussieren, sollen vor allem die Reflektion anregen und medienfreie Zeit berücksichtigen (z.B. kein Handy am Esstisch). Unter der Berücksichtigung, dass jeder mitmacht, empfiehlt sich ein gemeinsam vorbereitetes und durchgeführtes 24-stündiges Medienfasten (auch gezielt ein 24h-Smarthphonefasten). Dies gibt die Gelegenheit über den Stellenwert und die Funktionen digitaler Medien nachzudenken, sowie Zeit zu haben anderes zu entdecken (Vgl. ebd. 2016, S.72f.). In Hinblick auf die Medienkompetenz bietet CLOSER für Heranwachsende in der heteronomen Phase viele positive Aspekte, da die App unter anderem erlaubt sichere Erfahrungen im Internet zu machen und einen geschützten Ort bereitstellt, an dem sie mit Gleichaltrigen Aktivitäten planen und erstellen können oder einfach nur Fotos, Videos oder andere Sachen untereinander teilen und dies ohne Gefahr zu laufen schädliche Erfahrungen zu machen.

5. Autonome Phase (ca. 14-18 Jahren)

In dieser letzten Phase haben Jugendliche vielseitige Vorlieben ausgebildet und verfolgen weitestgehend autonom ihre Ziele. Dazu gehören auch die sich immer weiter verselbstständigenden Prozesse von Bildung sowie Wissenserwerb. In dieser Altersspanne korreliert die Suche nach Anregungen in den Medien oft mit den persönlichen Identitätskonstruktionen, den Ausgestaltungen des individuellen Lebensentwurfs sowie der damit einhergehenden beruflichen Zukunft. Medien bieten gerade in dieser Phase den Jugendlichen vielfältige Vorlagen und Anregungen zur Entwicklung eines sozialen Verhaltens oder erlauben es ihnen sich zunehmend auch an der Gestaltung von Gesellschaft und politischer Umwelt mitzubeteiligen. Neben der Vorlage und Anregung zur Entwicklung eines sozialen Verhaltens werden Medien auch weiterhin zur Unterhaltung, Entspannung und Kommunikation genutzt. Medien werden von Jugendlichen rezipiert und als Kommunikationsinstrument systematisch über Handy und Internet genutzt. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook) oder Kommunikationsdienste (z.B. WhatsApp) haben sich dabei als enorm wichtige Handlungsräume etabliert (siehe Punkt 2).

Sie bieten umfangreiche Möglichkeiten zur sozialen Integration, gesellschaftlicher Teilhabe, Selbstdarstellung und die Suche nach Orientierung (Vgl. ebd. 2016, S.73f.).

Aus der Sicht von verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen ergeben sich aus den vorhin angeführten Möglichkeiten der sozialen Netzwerke auch zunehmend kritische Aspekte, da im Hinblick der oben angeführten etablierten Handlungsräume und Möglichkeiten zunehmend Risiken mit den neuen Kommunikationsmöglichkeiten einhergehen und Erhebliches aus dem Blickfeld gerät (z.B. Mobbing, Streitigkeiten, zu viel von sich preisgeben, um nur einige Aspekte aufzulisten). So besteht eine grundlegende Problematik in den jugendschutzrelevanten medialen Parametern (z.B. Gewalt, Pornographie, Extremismus) und den schädlichen Umgangsweisen (exzessive Mediennutzung) bei Jugendlichen, welche den einzelnen selbst oft unerkant bleiben. Dazu kommt, dass persönliche Grenzen im Umgang mit Medien ausgetestet werden und Grenzüberschreitungen gezielt gesucht werden. Viele Jugendliche sind weiterhin nicht in der Lage, um die komplexen Medienstrukturen zu durchleuchten oder die zunehmend raffinierteren Formen der zielgruppenspezifischen Werbung (Targeting) und des viralen Marketings in den sozialen Netzwerken zu erkennen und zu dechiffrieren. Es zeigt sich also, dass gerade im Hinblick auf Chancen und Risiken der digitalen Medien weiter sensibilisiert werden muss. Jugendliche brauchen tiefgreifenden Input für die Aneignung von Strukturwissen, auf dessen Grundlage die Medien und Kommunikationsstrukturen partizipativ genutzt werden können. Wichtig ist, dass Kinder wie Jugendliche und auch Erwachsene nicht zum „Spielball“ von Medien und den dahinterstehenden kommerziellen Interessen werden (Vgl. ebd. 2016, S.74f.).

Bevor der nächste Punkt dargestellt wird, soll noch einmal darauf verwiesen werden, dass die skizzierten medienbezogenen Fähigkeiten und Vorlieben zu den verschiedenen Phasen von Kindheit und Jugend eng mit den kognitiven, sozialen, ethisch-moralischen (etc.) Entwicklungen eines jeden Menschen einhergehen. Da es sich hier um interpersonelle Gegebenheiten handelt und diese unterschiedlich verlaufen sowie darüber hinaus von den spezifischen Lebenswelten Heranwachsender aktiv mitbestimmt werden, beschreiben die medienbezogenen Kompetenzen und Vorlieben im beschriebenen fünfphasigen Altersverlaufmodell lediglich eine idealtypische Sichtweise. Welche Medienkompetenzen Kinder und Jugendliche konkret ausbilden, hängt ab von den persönlichen Medienerfahrungen mitsamt den wichtigen Prozessen von Selbstsozialisation und Selbstlernen wie auch von den verschiedenen Formen und Inhalten, die den Heranwachsenden im Rahmen einer zielgerichteten Medienkompetenzförderung in den unterschiedlichen Kontexten von Erziehung und Bildung mitgegeben werden. In einem solchen Gesamtkontext erlangen die unterschiedlichen Medien und die dazu gehörenden Inhalte für den Einzelnen erst eine spezifische Bedeutung und somit auch für die Bereiche Denken, Fühlen und Handeln (Vgl. ebd. 2016, S.74.).

Es bleibt an diesem Punkt festzuhalten, dass die sozialisatorischen Bedeutungen der Medien sicherlich nicht grenzenlos sind, aber dass die Innovationen von digitalen Medien und neuen Kommunikationsmöglichkeiten rapide zugenommen haben und zu einer interdependenten Funktionalität für Mensch und Gesellschaft geworden sind, wodurch neuartige Apps wie CLOSER einen wichtigen Teil dazu beitragen, um Kompetenzen im Umgang mit Medien zu erlangen und dadurch negative oder schädliche Aspekte minimiert werden, bzw. ihnen entgegengewirkt werden kann. Da in wissenschaftlichen Diskursen im Zusammenhang mit Medien, Kindheit und Jugend immer wieder die Begriffe Medienkompetenz und Medienbildung zu finden sind, soll im nächsten Punkt explizit auf die Begrifflichkeiten eingegangen werden, und darüber hinaus die Relation und Wichtigkeit zwischen den Wörtern und CLOSER hergeleitet werden.

3.5.3 Medienkompetenz und Medienbildung

Beim Begriff Medienkompetenz handelt es sich um einen Schlüsselbegriff in der Medienpädagogik und Medienpsychologie. Besondere Relevanz erhielt der Begriff im Zuge der zunehmenden Zeit, die Menschen mit Medien verbringen (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 108). Grob zusammengefasst beschreibt Medienkompetenz eine wesentliche Voraussetzung für die Verwirklichung von Bildungs- und Teilhabechancen und für die persönliche Entwicklung und ist maßgebend für eine souveräne Lebensführung mitverantwortlich (Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2013, S.18). Allerdings soll die eben angeführte Begriffsbestimmung vom Bundesministerium in Deutschland lediglich eine Orientierung rund um die Phänomenologie von Medienkompetenz liefern und keinesfalls als Arbeitsdefinition genutzt werden.

Es existieren erhebliche Sichtweisen, Diskrepanzen, Unstimmigkeiten, historische Gegebenheiten wie auch Meinungsverschiedenheiten rund um die Thematik, wodurch unterstrichen werden soll, dass es sich bei diesem Punkt lediglich um eine Annäherung zu dem entsprechenden Themenbereich handelt und Erläuterungen im Zusammenhang mit CLOSER interpretiert werden müssen.

Weiter soll in der nachkommenden Ausformulierung, weder explizit noch vertiefend auf die beiden Begriffsbestandteile „Medien“ und „Kompetenz“ eingegangen werden, sondern vielmehr verschiedene Ansätze zur Medienkompetenz dargestellt werden, welche als Voraussetzung Legitimation und Ziel medienpädagogischer Aktivitäten dienen, und CLOSER als pädagogisches Tool erkennen lassen.

Die eigentliche Wortschöpfung „Medienkompetenz“ bildet sich in den 1980er Jahren heraus. Eine stärkere Verbreitung des Medienkompetenzbegriffs setzte sich allerdings erst in den 1990er Jahren mit Blick auf mediale Aspekte der Informations- und Kommunikationstechnologien durch. War bis dato das Begriffsverständnis noch nicht in Stein gemeißelt, galt der Begriff der „Medienkompetenz“

in den 1990er Jahren als weitestgehender Leitsatz der Medienpädagogik. Allerdings hat sich um die Begrifflichkeit, wie bereits angedeutet, ein konkurrierender und teilweise komplementärer Bereich herausgeschält, welcher sich unter dem Begriff der „Medienbildung“ etabliert hat (Vgl. Von Gross et al. 2015, S. 194f.).

Es bietet sich folglich an, die sich teilweise konkurrierenden und teilweise komplementären Nutzung beider Begriffe anzunehmen, um dadurch die konzeptionelle Vorstellung in ihren Konsequenzen für medienpädagogische Aktivitäten zu beleuchten. Beide Begriffe werden lediglich in einem eng gefassteren Rahmen aufgegriffen. Zuerst soll daher der Bereich der Medienkompetenz dargestellt werden und anschließend etwas genauer auf die Medienbildung verwiesen werden.

Wichtig ist anzumerken, dass die Begriffe Medien sowie Medienpädagogik, Mediendidaktik und Medienerziehung die Konsequenz der sich ausbreitenden technischen Vermittlungsmöglichkeiten von Inhalten durch Film, Radio und Fernseher sind, und der Begriff der Medienkompetenz tendenziell eher im Kontext der Entwicklung von Computer und Internet konzipiert worden ist (Vgl. ebd. 2016, S.197ff.).

Eine wesentliche Voraussetzung im Zusammenhang mit der Medienkompetenz kommt dem Erfahrungsgehalt zugute, welchen eine Person durch die unterschiedlich existierenden Wirklichkeiten im Laufe seines Lebens macht und entwickelt. Aus pädagogischer Sicht ist es daher ein wichtiges Unterfangen, bei der Betrachtung der Interaktionen von Menschen alle Erfahrungsformen im Zusammenhang mit der Umwelt (real und symbolisch) ins Blickfeld zu nehmen und zu beleuchten (Vgl. ebd. 2016, S.198.).

In der deutschsprachigen Fachliteratur sowie bei Internetrecherchen im Zusammenhang mit Ansätzen zur Medienkompetenz stößt man immer wieder auf den bereits verstorbenen Erziehungswissenschaftler und Hochschullehrer Dieter Baacke. Baacke versteht Medienkompetenz als eine systemische Ausdifferenzierung, welche sich aus Kommunikation zum einen und Handeln zum anderen zusammenfassen lässt (Vgl. ebd. 2016, S.204.). Konkret verweist er darauf, dass Medienkompetenz als eine Teilmenge der kommunikativen Kompetenz anzusehen ist, welche durch elterliche Erziehung und Bildungsinstitutionen sozialisiert wird, wobei das Erreichen von Medienkompetenz als ein lebenslanger Lernprozess angesehen werden muss (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 109).

Basierend auf diesem Verständnis hat Baacke das aus vier Dimensionen bestehende *Bielefelder Medienkompetenzmodell* generiert. Diese vier Bereiche von Medienkompetenz können wie folgt zusammengefasst werden:

- 1) *Mediennutzung*: beinhaltet die Fähigkeit, die rezipierten Inhalte zu entkodieren. Gleichzeitig ist die Fähigkeit der interaktiven Mediennutzung angesprochen, was bedeutet, dass der

Nutzer auf Medienbotschaften adäquat reagieren kann und fähig ist, interaktive Angebote zu nutzen (Vgl. ebd. 2016, S.109)

- 2) *Medienkunde*: legt die Akzente auf das Wissen über das Mediensystem, wie etwa das Verstehen über die Arbeit eines Journalisten oder Programmformate. Gleichzeitig beinhaltet diese zweite Dimension auch die Fertigkeit, mit Medien umzugehen, also Computer- Server und App-Kenntnisse oder das Programmieren eines DVD-Rekorders (Vgl. ebd. 2016, S.109f.). Zusammenfassend meint der Bereich der Medienkunde somit alle solche Dimensionen welche informative und instrumentell-qualifikatorische Parameter aufweisen (Vgl. Von Gross et al. 2015, S.204).
- 3) *Mediengestaltung*: beinhaltet die Fertigkeit, vorhandene Medienangebote zu modifizieren oder weiterzuentwickeln (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 110). Wichtig ist es diese Dimension als eine innovative und / oder kreative zu verstehen.
- 4) *Medienkritik*: Diese Dimension soll analytisch, reflexiv und ethisch orientiert sein (Vgl. Von Gross et al. 2015, S.204). Konkret beinhaltet dieser Bereich somit das Erfassen und Verstehen problematischer Prozesse im Kontext des Mediensystems und die damit verbundene Anwendung auf den eigenen Lebenszusammenhang und ihre ethische Reflexion (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 110).



Abb. 3: Operationalisierung von Medienkompetenz nach Dieter Baacke (Vgl. Medienbildung: Wiener Bildungsserver)

Wie bereits angedeutet, hat Dieter Baacke mit seinen Überlegungen (im deutschsprachigen Raum) stark die Diskussionen rund um den Begriff der Medienkompetenz mitbeeinflusst. Der Begriff der Medienkompetenz wird von einer Vielzahl an anderen Autorinnen und Autoren zum Teil in ähnlicher

Weise, zum Teil aber auch mit anderen Akzenten und Strukturierungen erweitert. Um einen Einblick in die Vielfalt der Personen zu erlangen welche sich mit Medienkompetenzansätzen beschäftigen, sollen im Folgenden lediglich einige wenige Personen genannt werden. Zu nennen wäre hier beispielsweise: *Stefan Aufenanger, Norbert Groeben, Dorothee Meister, Uwe Sander, Bernd Schorb, Dieter Spanhel, Gerhard Tulodziecki oder Wolf-Rüdiger Wagner* (Vgl. Von Gross et al. 2015, S.205ff.). Von einer ausführlicheren und vertiefenderen Analyse der Sichtweisen der eben angeführten Autoren soll bei der konzeptionellen Ausarbeitung für CLOSER verzichtet werden, da, obgleich dies zwar ein wichtiges Unterfangen wäre, dies den Rahmen sprengen und über das Ziel dieser Arbeit hinauschießen würde. Nichtsdestotrotz bleibt wichtig zu untermauern, dass bei der Umsetzung der Idee von CLOSER gerade die Berücksichtigung dieser Dimensionen von Mediennutzung, Medienkunde Mediengestaltung und Medienkritik als wichtige Eckpfeiler gelten, da sie als elementare Säulen in der Jugendarbeit anzusehen sind.

Vertiefend soll im Folgenden noch auf den Medienkompetenzansatz von *Norbert Groeben* verwiesen werden, welcher durch seinen Definitionsversuch von Medienkompetenz einerseits und sein Verständnis wie auch die Auslegung hinsichtlich der Thematik ein wichtiges Element im Zusammenhang zu dieser Ausarbeitung beisteuert.

Groeben legt als Ziel der Medienkompetenz das gesellschaftlich handlungsfähige Subjekt dar. Es handelt sich also um Individuen, welche in der Lage sind, sich nicht nur mit und trotz Medien in der Gesellschaft zurechtzufinden, sondern sich diese auch zu Nutze zu machen wissen. Zum Handlungsspektrum kann demnach eine Bandbreite von Reaktionen auf Medien gehören (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 110). Darüber hinaus reflektiert Groeben den Kompetenzbegriff hinsichtlich der normativen Implikationen und sieht sein Medienkonzeptverständnis als oberstes Grundwertziel des gesellschaftlich handlungsfähigen Subjekts (Vgl. Von Gross et al. 2015, S.205.). Beispiele im Zusammenhang mit diesem obersten Werteziel wären beispielsweise die Immunisierung gegen Medien, die Entwicklung der eigenen Identität mit Hilfe von Medien oder die Nutzung von Medien mit dem Ziel sich im privaten und dem beruflichen Alltag zurechtzufinden (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 110). Für Groeben beinhaltet das Verständnis betreffend der Medienkompetenz nicht lediglich die Facette eines technologischen Kommunikationsmittels, sondern auch Berücksichtigung der Sozialisationsinstanzen, welche das Selbst- und Weltbild der Menschen beeinflusst. (Vgl. Von Gross et al. 2015, S.205.). Gerade diese Maxime korreliert mit der Sichtweite und dem Verständnis von CLOSER, was sich folglich im partizipativen Gedanken wiederfindet und bei der Entwicklung der App als ein Kerngedanke anzusehen war.

Hinsichtlich der rein technisch orientierten Definition von Medienkompetenz (wie etwa beim Ansatz von Baacke) lässt sich folglich Groebens Ansatz differenzieren, obwohl auch eine Reihe von Überschneidungen zu finden sind.

Bei seinem Medienkompetenzansatz definiert Groebens sieben Prozessdimensionen, welche unter anderem das Ziel verfolgen sollen, operationalisierbar und überprüfbar zu machen. Die Dimensionen sind als horizontale und nicht-hierarchische Gliederung zu verstehen, die im Laufe der Zeit und mit weiteren Medienentwicklungen ergänzt werden können und auch ergänzt werden sollen (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 110).

- 1) Die Dimension Medienwissen und Medienbewusstsein beschreibt die Fähigkeit, dass der Rezipient zwischen Realität und Mediatisierung, zwischen Fiktion und Realität sowie zwischen Parasozialität (Beziehung zu Medienakteuren wie z.B. Protagonisten eines Films) und Orthosozialität (Beziehung zu Personen aus der eigenen „realen“ Umwelt) unterscheiden kann. Hierzu gehört auch das Wissen über rechtliche und wirtschaftliche Parameter, über Arbeitsprozesse von Medienunternehmen, oder aber über die Intentionen und eventuelle Wirkungen von medialen vermittelten Inhalten (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 110f).
- 2) Diese Dimension beschreibt die medienspezifischen Rezeptionsmuster und umfasst die technologisch-instrumentellen Fertigkeiten des Medienumgangs von der Selektion bis hin zur Entkodierung und Anwendung.
- 3) Die Dimension medienbezogener Genussfähigkeit als dritte Dimension beinhaltet die Fähigkeit, sich zu unterhalten, ohne sich im Medienangebot zu verlieren, Identifikation ohne Selbstaufgabe sowie die Grenzziehung zwischen Genuss und Sucht (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 111). Für diese Dimension ist es wichtig, dass Konzepte der Genussfähigkeit weiter ausgearbeitet werden um die Abgrenzung von Genussfähigkeit hin zu Suchtverhalten näher zu untersuchen und zu differenzieren (Vgl. Mangold et al. 2004, S. 36).
- 4) Diese Dimension fokussiert die auf Medien bezogene Kritikfähigkeit, wie auch die Fähigkeit Medieninhalte und Medienangebote im Hinblick auf die Qualitätsdimensionen hin zu beurteilen (z.B. Onlineartikel im Hinblick auf die politische Orientierung des Autors beurteilen zu können) (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 111).

Gerade die Dimension der kritischen Analysefähigkeit ist derzeit als Zielkonzept für die Nutzung aller Medien am besten aufgearbeitet worden. Wichtig ist zu beachten, dass sich Kritikfähigkeit sowohl auf die inhaltliche als auch auf die formale Seite von Medienprodukten beziehen sollte (Vgl. Mangold et al. 2004, S. 37).

- 5) Selektion / Kombination von Mediennutzung als nächste Dimension beinhaltet die Fähigkeit, Medien bewusst und zielführend zu selektieren und zu kombinieren.

- 6) Die Dimension „produktive Partizipationsmuster“ beschreibt, dass zur die Mediennutzung auch immer Medienproduktion gehört. Dies impliziert die Veränderung von Medieninhalten, den Umgang mit interaktiven Medien und vor allem auch das Erstellen und Produzieren von eigenen Medieninhalten durch Rezipienten. Die persönliche Gestaltung von Medien erhält vor allem vor dem Hintergrund der eigenen Identitätsentwicklung einen nicht zu unterschätzenden Stellenwert in der Medienlandschaft, die eine Vielzahl von mitzugestaltenden Medien anbietet (TV-Sendungen, Internetportale, etc.)
- 7) Als siebte und letzte Dimension wird die Anschlusskommunikation angeführt. Diese beinhaltet zum einen die Fähigkeit, in einer mediatisierten Gesellschaft am Diskurs über Medieninhalte und Mediensysteme teilzunehmen und zum anderen die Motivation zur Anschlusskommunikation. (Vgl. ebd. 2016, S.111.).

Medienkompetenzmodell nach Groeben

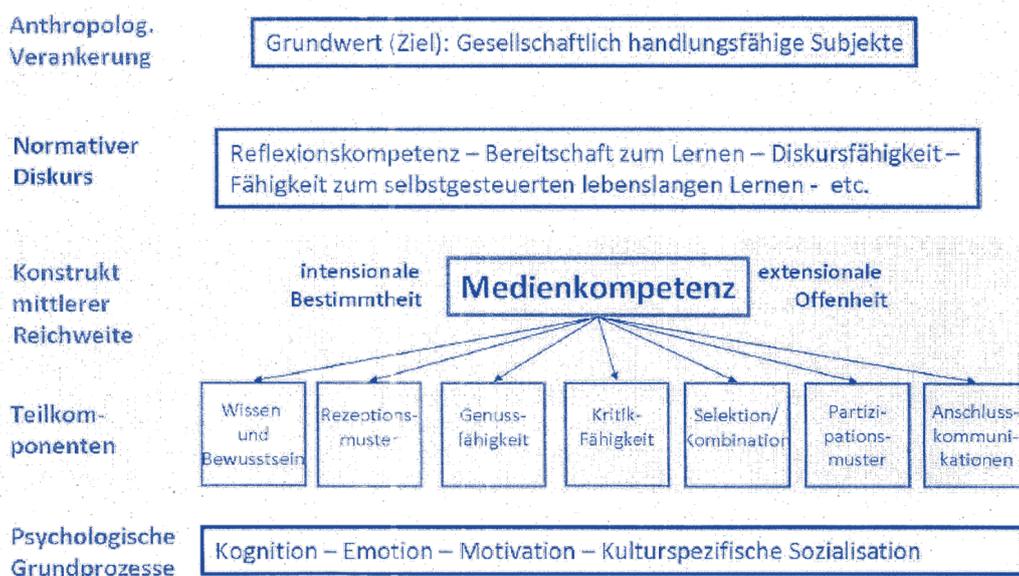


Abb. 4: Medienkompetenzmodell nach Groeben (Vgl. Mahara. E-Portfolio-Software der Univeristät Leipzig)

Medienkompetenz wird weitestgehend anhand medienpädagogischer und -psychologischer Sichtweisen diskutiert und ist ohne Zweifel auf der Grundlage von den Bedürfnissen der Rezipienten entstanden, weswegen der Begriff bei der konzeptionellen Verankerung von CLOSER auch eine zentrale Rolle spielt.

Es ist aber wichtig nicht nur theoretische Konstrukte zu generieren, sondern auch von großer Relevanz praxisnahe Einsatzmöglichkeiten aus dem Theorienbestand abzuleiten. Gerade Lehrer, Eltern und andere Professionelle erwarten sich Bedingungen und Vorgaben für Medienerziehung und darüber

hinaus wünscht sich auch die Gesellschaft einen Rahmen zur Bewertung und zum Umgang mit neuen Medien und Medieninhalten. Allerdings sind viele der bisherigen Modelle zur Medienkompetenz in Form von Leitlinien oder Handlungskatalogen publiziert. Auch wenn internationale Studien Teilaspekte der Medienkompetenz und ihren Einfluss auf das Alltagshandeln untersuchen, bleiben weiterhin viele Hürden zu bewältigen und neue Forschungsfelder zu erschließen, gerade wenn „Kompetenz“ mit „gutem“ oder „wünschenswertem“ Umgang mit den Medien assoziiert wird und daraus folgend eine Qualität von Medien versucht wird zu definieren. Allerdings besteht ein wesentliches Problem darin, was Qualität überhaupt ist und was nicht. Durch diese Maxime erhält das Konstrukt der Medienkompetenz einen normativen Beigeschmack, wodurch bei der Beurteilung der Medienkompetenz ein Werturteil mit einhergeht. Da Werturteile auch immer mit „Sollens-Sätzen“ in Verbindung gebracht werden können, ist es umso wichtiger, dass gerade im Kontext von Politik und Forschung eine Vorstellung von Qualität definiert wird und Ziele formuliert werden. Gerade Groeben hat den Diskurs zur normativen Logik des Konstrukts zur Medienkompetenz vorangetrieben. Für ihn ist es wichtig, dass Medienkompetenz als regulative Zielidee formuliert werden kann, dass es darüber hinaus aber genauso wichtig ist deskriptive Komponenten von Medienkompetenz zu definieren, welche es erlauben empirische Überprüfungen durchzuführen (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 112f).

Damit entsprechende Kompetenz-Standard-Modelle in der Praxis wirksam werden können, empfiehlt die Fachliteratur, Möglichkeiten zur Förderung von Medienkompetenzen aufzuzeigen und zu ihrem Nachweis adaptierte Schätzskalen, Portfolios oder Tests zu entwickeln. Gerade hierfür ist es wichtig, dass es genügend medienpädagogische Kompetenz unter Lehrkräften oder anderen Professionellen gibt. Dabei ist es unabdingbar medienpädagogische Kompetenz unter anderem als Fähigkeit zur Bereitschaft von Professionellen anzusehen, die Bedeutung von Medien für Kinder, Jugendliche und auch Erwachsene angemessen einzuschätzen zu können und bei medienpädagogischen Aktivitäten zu beachten. Darüber hinaus ist es unverzichtbar Medien in reflektierter Weise in Planung und Gestaltung einzubeziehen, medienbezogene Erziehungs- und Bildungsaufgaben wahrzunehmen und sich an der Entwicklung und Umsetzung medienpädagogischer Programme zu beteiligen (Vgl. Von Gross et al. 2015, S. 223f.).

Gerade die Sicherstellung von Erwerb einer fundierten medienpädagogischen Kompetenz mit allen Vor- und Nachteilen bleibt auch zukünftig eine zentrale multidisziplinäre und bildungspolitische Aufgabe. Im internationalen Kontext werden Fragen betreffend der Medienkompetenz häufig unter dem Begriff „media literacy“ diskutiert. Es geht hierbei um die Fähigkeit, sich Medienbotschaften zugänglich zu machen und Medienbotschaften adaptiert und adäquat zu verstehen, kritisch zu analysieren und zu bewerten und schlussendlich auch selbst zu gestalten (Vgl. Von Gross et al. 2015, S. 208). In dem Zusammenhang wird Medienkompetenz sowohl im Hinblick auf klassische Medien in

Form von Funkmedien (z.B. Radio, Fernseher), Printmedien (z.B. Zeitung, Buch, Plakat) und Bild- und Tonträgermedien (z.B. Kino, Film, Video, CD) als auch auf neue Medien (z.B. Internet, Computerspiele) sowie Lehr- und Lernmedien betrachtet (Vgl. Krämer et al. 2016, S. 108).

Hinsichtlich der Differenzierung von Medienkompetenz und Medienbildung liegt es nahe, dass letzterer Begriff für Bildungsprozesse mit Medienbezug in Verbindung gebracht werden kann und der Begriff der Medienkompetenz für die Beschreibung unterschiedlicher Kompetenzniveaus beim Handeln in Medienzusammenhängen genutzt wird (Vgl. Von Gross et al. 2015, S. 223). Der Begriff von Medienbildung und der damit verbundene Diskurs ist gerade in den letzten Jahren stark gewachsen. Medienbildung ist eng verbunden mit verschiedenen Kontroversen hinsichtlich der theoretischen Fundierung und der Beziehung zu elementaren medienpädagogischen Begriffen wie Medienerziehung, Mediendidaktik, Mediensozialisation und dem medienpädagogischen Leitbegriff der Medienkompetenz. Über fachinterne Diskurse hinweg findet der Begriff auch immer öfters fachexterne und alltägliche Verwendung (Vgl. ebd. 2015, S.247f.). Gegenwärtig werden aus der medienpädagogischen Sichtweise die Akzente auf medientechnologische Entwicklungen und Veränderungen sowie die damit korrelierenden pädagogischen wie auch gesellschaftlichen Fragen diskutiert. Die Schwerpunkte liegen dabei auf den Entwicklungen im Bereich des Internets, des Social Web und des mobilen Webs als digitale, soziale und vernetzte Medien, welche die charakteristischen Merkmale aufweisen nicht mehr angemessen als Massen- oder Individualmedien gefasst werden können (Vgl. ebd. 2015, S.249.).

Mit der Etablierung des Begriffes von Medienkompetenz als grundlegende Kategorie gab es stellvertretend auch immer einen begleitenden Diskurs im Bereich zur Medienbildung. Auffallend ist aber in dem Zusammenhang, dass der Medienbildungsbegriff aus einer eher peripheren Position heutzutage immer weiter ins Zentrum des medienpädagogischen Diskurses avanciert ist.

Wie mehrfach angedeutet gestaltet sich die Auseinandersetzung mit den Begriffen „Medienkompetenz“ und „Medienbildung“ als ein sportliches Unterfangen, welches von oftmals kontroversen Diskussionen und Haltungen dominiert wird. Um dennoch eine zufriedenstellende Erklärung für diese Ausarbeitung herzuleiten, sollen beide Begriffe wie folgt charakterisiert und verstanden werden.

Der Medienkompetenzbegriff eignet sich vor allem dafür, um ein gewünschtes Niveau oder eine festgelegte Ebene im Zusammenhang mit medienpädagogischem Handeln zu formulieren. Als Zielvorstellung kann Medienkompetenz einerseits zur Orientierung und andererseits als Analyse von medienpädagogischem Handeln verwendet werden. Medienbildung dagegen kann zur Bezeichnung des Prozesses verwendet werden, in dessen Rahmen die Weiterentwicklung von Medienkompetenz erfolgen soll. Die Verbindung beider Begriffe würde Medienbildung als bildungsrelevanten Prozess in

Bezug auf Medien sehen, und Medienkompetenz als ein anzustrebendes Niveau und der daraus resultierenden Zielvorstellung für diese Prozesse (Vgl. ebd. 2015, S.261).

Es soll festgehalten werden, dass die gegenwärtigen Diskussionen um die Verhältnisse zwischen Medienkompetenz und Medienbildung als eine Art Wettbewerb angesehen werden können, wobei beide Begriffslager versuchen medienpädagogische Antworten auf umfassende gesellschaftliche wie auch technischen Wandlungen zu finden. Im Zentrum dieser Antwortfindung stehen die Bestimmung und Klärung medienpädagogischer Begrifflichkeiten und die daraus resultierenden Zusammenhänge, wie auch die Weiterentwicklung von Theorie und Praxis.

Mit dem Blick auf die Verwendung und Verbreitung des Begriffs von Medienbildung in öffentlich-politisch-administrativen sowie praxistheoretisch-pädagogischen und begrifflich-theoretisch fokussierten Diskursen werden die Parallelen zum Begriff der Medienkompetenz erkennbar. Medienbildung wird gerade im öffentlichen, politischen und administrativen Bereich als modisches Schlagwort genutzt, welches oft stellvertretend für den Begriff der Medienkompetenz verwendet wird, aber die Komplexität und die medienpädagogischen Auswirkungen und Schlussfolgerungen von Medienkompetenz und Medienbildung außer Acht lässt (Vgl. ebd. 2015, S.266.)

Unter dem Strich bleibt festzuhalten, dass bei all den Diskursen nie vergessen werden darf, dass charakteristische Merkmale im Kontext der Medien unter anderem die rasante und auch wenig vorhersehbare Entwicklung darstellen. Dies lässt den Bedarf und die Relevanz einer fundierten Antwortfindung auf bestehende und kommende Herausforderungen im kontextuellen Umgang mit Medien erkennen, legitimieren und hervorstreichen (Vgl. ebd. 2015, S.264f.).

Unverkennbar ist, dass schnell klar wird, wenn man sich mit dem Themenfeld der Medien in Kombination mit den Bereichen wie beispielsweise: Individuum, Entwicklung, Gesellschaft, Wirkungen, Stellenwert oder den Konsequenzen und Folgen (etc.) auseinandersetzt, dass viele Meinungen existieren, welche unter multidisziplinären Sichtweisen angeführt werden und mit dem Ziel verbunden sind, einzelne Kernbegriffe zu definieren, zu verstehen und zu erforschen sowie darüber hinaus Zusammenhänge zu entschlüsseln.

Auch wenn, wie bereits vermerkt, sich rund um das Phänomen der Medien, viele wissenschaftliche Disziplinen mit der Thematik befassen (z.B. Sozialwissenschaften, Erziehungswissenschaft, Sprachwissenschaften und die Medien- und Kommunikationswissenschaft, usw.) und in dieser Ausarbeitung schon unterschiedliche Erklärungsansätze aus verschiedenen Wissenschaften erläutert und zusammengeführt worden sind, soll im Folgenden explizit und vertiefend auf den psychologischen Bereich verwiesen werden.

Wurden in den bisherigen Punkten auch schon psychologische Komponenten berücksichtigt, soll der nächste Punkt konkreter dazu genutzt werden, die Sicht der verschiedenen psychologischen

Grundlagenfächer darzustellen und dies expliziter im Kontext von digitalen Medien und darüber hinaus im Zusammenhang mit der Mobilkommunikation. Gerade wenn CLOSER ständig wachsen und neue Module ins System integriert werden sollen, ist es wichtig Erkenntnisse aus den verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen mit einfließen zu lassen. Da die Psychologie diverse Nutzungs- und Wirkungsdimensionen besitzt, erscheint es sinnvoll diese Erkenntnisse für den Fortbestand und die Weiterentwicklung von CLOSER zu benutzen. Dies und alle anderen bisherigen Punkte sollen zusammenfassend dazu genutzt werden, um in einem allgemeinen Fazit die Relevanz der medienpädagogischen Arbeit für die Praxis zu untermauern und den Bedarf und Nutzen von Closer hinsichtlich einer nachhaltigen Jugendarbeit hervorzuheben.

3.6 Psychologische Nutzungs- und Wirkungsdimensionen

3.6.1 Medienpsychologie und die Mobilkommunikationsforschung

Medienpsychologie als Wissenschaft, vom Verhalten und Erleben von Individuen, hat als Aufgabenstellung alle solche Bereiche, welche sich im Zuge von medientechnischen Innovationen verändern und vergrößern und dies im Kontext vom Umgang mit Medien. Gerade in diesem Spannungsfeld bildet die Mobilkommunikation mit ihren rasch voranschreitenden Impulsen und Errungenschaften einen wichtigen Forschungsansatz (Vgl. Batinic/Appel, 2008, S.226.). An dieser Stelle ist es wichtig zu unterstreichen, dass es sich bei der Mobilkommunikation um ein breites Feld handelt (z.B. Handy-Nutzung, Notebook-Nutzung im Unterricht, usw.), wodurch sich die medienpsychologische Erforschung von Mobilkommunikation im Hinblick auf die gesamte Medioumwelt mit folgenden Perspektiven auseinandersetzt (Vgl. ebd. 2008, S.226f.):

- a) *Intramediale Perspektive:* Wie werden einzelne Mobilmedien genutzt und welche Wirkungen entfalten sie? (z.B. Welche Inhalte haben Handy-Mitteilungen von Jugendlichen und welche Funktionen erfüllen diese?)
- b) *Intermediale Perspektive:* Welchen Stellenwert haben Mobilmedien innerhalb des Medienensembles der Nutzer? (z.B. Unter welchen Bedingungen greifen Jugendliche beispielsweise zu Handymitteilungen, wann zu Handy-Telefonat, wann auf E-Mails zurück?)
- c) *Crossmediale Perspektive:* Wie verändern sich bisherige Medien und Mediennutzungsweisen durch Integration der Mobilkommunikation? (z.B. Welchen Einfluss und Wirkung hat YouTube auf die Nutzung des Musikfernsehens?)

Neben der Psychologie sind auch zahlreiche andere Wissenschaften mit der Nutzung und Wirkung von Mobilmedien, wodurch mittlerweile zahlreiche Studien und Publikationen existieren, welche sich durch eine breite Methodenvielfalt hinsichtlich Datenerhebungsmethoden unterscheiden lassen. Dies

bedeutet für die medienspsychologische Forschung zur Mobilkommunikation, dass sie sich am interdisziplinären und internationalen Austausch beteiligen und den Gegenstandsbereich multimethodisch erforschen muss, um dazu beizutragen zu einem verbesserten Verständnis der Nutzung und Wirkung von Mobilmedien zu gelangen. In Anbetracht dieser Prämisse kann CLOSER mit der Vielzahl an Applikationen sowie der heterogenen Zielgruppenzusammensetzung seinen Teil dazu beitragen, um gerade im Bereich des Nutzungs- und Wirkungsverständnisses weitere qualitative und quantitative Erkenntnisse zu gewinnen und zu evaluieren.

Hinsichtlich der Praxisbezüge der (psychologischen) Mobilkommunikationsforschung können dann solche Erkenntnisse für folgende Praxisbereiche eine wichtige Rolle spielen:

a) *Medienkompetenz und Medienbildung:*

Wie bereits ausführlich erörtert sind mit Medienkompetenz und/oder Medienbildung unter anderem die individuellen Voraussetzungen für die zielgerichtete wie auch sozial adaptierte Mediennutzung gemeint. Anhand erhobener psychologischer Studien lassen sich konstruktive sowie destruktive Nutzungsweisen von Mobilmedien ausarbeiten, Kriterien für eine Mobilmedienkompetenz festlegen oder auch Messinstrumente und Interventionskonzepte entwickeln (Vgl. Batinic/Appel, 2008, S.228.).

b) *Medienkonzeption:*

Unter Medienkonzeption oder auch Mediendesign versteht man die Praxis des Entwerfens von Medienangeboten. Unterliegen technische Medienentwicklungen tendenziell eher einer Eigendynamik so sind die verfügbaren Endgeräte, Netze, Dienste sowie Anwendungen doch als Resultat menschlicher Entwurfsfähigkeit anzusehen. In dem Zusammenhang werden die Bedürfnisse der verschiedenen Nutzergruppen mehr oder weniger intensiv in den Gestaltungsprozess mit einbezogen. Gerade aus den psychologischen Untersuchungen lassen sich zur Mobilkommunikation lassen sich hier Konzeptionsvorschläge ableiten (Vgl. ebd. 2008, S.228.).

c) *Medienökonomie:*

Diese Perspektive betrachtet den Menschen als Mitgestalter von Medien und medialen Umwelten und sucht normativ nach einer menschenfreundlichen Gestaltung (z.B. die mediale Ausstattung in einem Unternehmen). Psychologische Studien können in dem Zusammenhang also beispielsweise Unterstützung zum Umgang mit Mobilkommunikation an unterschiedlichen Orten geben sowie Hinweise für eine angemessene Gestaltung unserer Umwelt bieten (z.B. Etablierung von digitaler Jugendarbeit via Mobilkommunikation). (Vgl. ebd. 2008, S.226f.).

Nimmt man die angeführten Kernbereiche und setzt sie in Bezug zu CLOSER, lässt sich erkennen, dass gerade die Bereiche von Medienkompetenz, Medienbildung, Medienkonzeption und Medienökonomie zentrale Merkmale der App darstellen, da ein wesentliches Ziel darin besteht alle Vorteile moderner Medien zu nutzen, um so (medien) sozialisatorische Prozesse anzuregen und zu unterstützen und dadurch den Grad an Partizipation und Inklusion zu erhöhen. Diese Säulen sind zentral, um eine kontinuierliche und nachhaltige pädagogische Arbeit zu gewährleisten. Bestehende Ambivalenzen, welche sich hinsichtlich digitaler Medien (Verteufelung oder Segen) etabliert haben, sollen mit CLOSER harmonisiert werden, so dass beispielsweise medienbezogene Kompetenzen (Mediennutzung, Mediengestaltung oder Medienkunde) angeregt werden. Neben der Fokussierung auf die Ressourcen im Zusammenhang mit digitalen Medien wird mit CLOSER ein virtueller Raum geschaffen, in dem Datenschutz und nichtkommerzielle Zwecke im Vordergrund stehen. Auf der Basis von Kohärenz sollen Parameter von Sinnhaftigkeit, Handhabbarkeit und Verstehbarkeit genutzt werden, um Denkanstöße zu ermöglichen oder Entwicklungsprozesse anzuregen, bzw. entsprechende Hilfestellungen bei aktuellen Entwicklungsaufgaben zu liefern, um diese zu meistern. Da es sich bei CLOSER um ein modulares, erweiterbares Konzept handelt, kann es sich selbst bei stetigem Wandel der digitalen Welt optimal an die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer anpassen. Gerade hier bedarf es der Erkenntnisgewinnung der unterschiedlichen psychologischen Disziplinen, um daraus noch besser Erleben und Verhalten der Menschen nachzuvollziehen. Im nächsten Punkt sollen daher die zentralen psychologischen Grundlagenfächer im Hinblick auf die Mobilkommunikation erläutert werden, um darzustellen, welche Bereiche bei der Entwicklung von CLOSER mitberücksichtigt wurden bzw. wichtig waren und bleiben.

3.6.2 Mobilkommunikation aus Sicht der psychologischen Grundlagenfächer

Alle psychologischen Unterfächer, welche sich mit der Mobilkommunikation befassen sind unter dem Strich als „medienpsychologische“ aufzufassen, wobei es aber auf der Hand liegt, dass Mobilkommunikation als ein Querschnittsthema angesehen werden muss, zu welchem alle Subdisziplinen der Psychologie ihre Beiträge leisten. Im Folgenden sollen daher relevante Erkenntnisse aus den psychologischen Grundlagenfächern kurz erörtert werden.

a) Biologische Psychologie

„Die Biopsychologie befasst sich mit den biologischen Grundlagen des menschlichen Verhaltens und Erlebens.“ (Batinic/Appel 2013, S.228)

Relevante Themengebiete, mit denen sich die biologische Psychologie auseinandersetzt, sind beispielsweise das Verhalten und Erleben in Kombination mit den Spektren: Schlafen, Sexualität, Essen oder Angst. Eine biopsychologische Analyse der Mobilkommunikation erscheint gerade dann von Bedeutung, wenn die Nutzung von Mobilmedien in eben derartige grundlegende Prozesse eingreift. Ein grundlegendes Phänomen von postmodernen Gesellschaften ist beispielsweise der oft diskutierte Zusammenhang zwischen Mobilkommunikation und Stress. Durch die ständige Erreichbarkeit bis hin zum Erreichbarkeitszwang können Menschen in eine Dauerbelastung geraten. Positiv wird der Zusammenhang mit Angst beschrieben. So lassen sich anhand von der Mobilkommunikation eventuelle angstausslösende Situationen entschärfen (z.B. nächtliche Heimwege), wenn Personen davon ausgehen können, dass sich mit dem mitgeführten Handy jederzeit Hilfe holen lässt (Vgl. Batinic/Appel, 2008, S.228f.).

b) Allgemeine Psychologie

„Die Allgemeine Psychologie befasst sich mit psychischen Grundprozessen wie beispielsweise Wahrnehmung und Kognition sowie Emotion, Motivation, Entscheidung und Handeln.“ (Batinic/Appel 2013, S.229)

Allgemeinpsychologische Ansichten der Mobilkommunikation beziehen sich auf Wechselwirkungen zwischen den in der obenstehenden Definition aufgelisteten Prozessen auf der einen Seite und Merkmalen der Nutzung von Mobilmedien auf der anderen Seite. Gerade für die mobile Medienkonzeption ist es beispielsweise in diesem Zusammenhang interessant zu wissen, welcher Einfluss die Darstellung von Medieninhalten auf Smartphones hat im Gegensatz zu PC-Bildschirmen oder TV-Geräten und dies unter dem zu erforschenden Gesichtspunkt der (z.B.) Aufmerksamkeit, Wahrnehmung und Emotionen (Vgl. Batinic/Appel, 2008, S.229f.).

c) Entwicklungspsychologie

„Die Entwicklungspsychologie beschäftigt sich mit der Entwicklung über die gesamte Lebensspanne, ist also nicht auf Kinder- und Jugendpsychologie beschränkt, sondern konzentriert sich – nicht zuletzt angeregt durch die demografische Entwicklung – auch auf das mittlere, hohe und höchste Erwachsenenalter.“ (Batinic/Appel 2013, S.230)

Aus der entwicklungspsychologischen Perspektive ist die Mobilkommunikation gerade dann interessant, wenn sie in Wechselwirkung zu Entwicklungsaufgaben steht und altersspezifische Anpassungsprozesse beeinflusst (Vgl. ebd. 2008, S.230).

1) Kindheit:

Die Mobilmediensozialisation beispielsweise setzt im 21ten Jahrhundert bereits im Kleinkinderalter an, indem Kinder mit Spielzeug-Handys das von den Eltern beobachtete Mediennutzungsverhalten nachspielen. Kindliche Mediensozialisation mit Mobilmedien wird einerseits als positiv gesehen, da es im Sinne einer Aneignung von Medienkompetenz betrachtet werden kann, andererseits aber auch als negativ im Sinne von Medienabhängigkeit und Förderung eines übermäßigen Konsumverhaltens (Vgl. ebd. 2008, S.230f.)

2) Jugend

Entwicklungspsychologisch gesehen wird gerade das Handy von Jugendlichen als Medium der Identitätskonstruktion genutzt. Darüber hinaus spielt das Handy als persönliches Medium eine wichtige Rolle bei der Integration in die Peergroup und bei der Ablösung vom Elternhaus. Mit dem Handy haben Jugendliche ein persönliches Medium zur Verfügung, dessen Nutzung weitestgehend der Kontrolle der Eltern entzogen ist. (Vgl. ebd. 2008, S.231)

3) Erwachsenenalter

Im Erwachsenenalter werden vor allem das Abschließen einer Ausbildung, das Ergreifen eines Berufes, das Eingehen einer dauerhaften Partnerschaft bzw. die Gründung einer Familie als Entwicklungsaufgabe relevant. In dem Zusammenhang ist die Mobilkommunikation durch ihre tiefe Einbettung in den Alltag der Menschen in all den angeführten Bereichen verankert. Es bedarf aber gerade hier noch weiterer Forschung, um neben den unterstützenden Funktionen auch die Probleme dieser Omnipräsenz besser zu verstehen. (Vgl. ebd. 2008, S.231)

4) Hohes Alter

Für Erwachsene im fortgeschrittenen dritten (60-80 Jahren) und beginnenden vierten Lebensalter (ab 80 Jahre) geht es entwicklungspsychologisch unter anderem darum, die Freizeit nach dem Ausscheiden aus dem Berufsleben durch Sozialkontakte und Hobbys sinnvoll zu gestalten, die Gesundheit, eine möglichst autonome Lebensweise und hohe Lebensqualität beizubehalten. Auf der Grundlage vom sogenannten *SOK-Modell* (selektiven Optimierung und Kompensation) kann trotz Verlust an biologischer Entwicklungs- und Kapazitätsreserven im hohen Alter eine befriedigende Lebensqualität erzielt werden. In dem Zusammenhang ist es wichtig den Fokus auf ausgewählte erreichbare Ziele (Selektion), eine Aktivierung und Verbesserung der für die Zielerreichung verfügbaren Ressourcen (Optimierung) sowie den Rückgriff auf Hilfsmittel und Alternativen, um Einschränkungen und Verlusten zu begegnen (Kompensation). Im Kader eines solchen Modells des

aktiven Alterns können gerade Medien im Allgemeinen und Mobilmedien im Speziellen bei Selektions-, Optimierungs- und Kompensationsanstrengungen helfen, und zwar sowohl bei der Alltagsbewältigung als auch bei der Pflege sozialer Kontakte. (Vgl. ebd. 2008, S.231)

Gerade die Erkenntnisse aus dem Bereich der Entwicklungspsychologie geben konkrete Richtlinien vor, wie CLOSER auf die verschiedenen Altersgruppen zugeschnitten werden muss, was signifikante Entwicklungsaufgaben darstellen und was zu vermeiden ist um kontraproduktiven Aspekten entgegenzuwirken.

d) Persönlichkeitspsychologie

„Die Differenzielle und Persönlichkeitspsychologie untersucht die interpersonalen Unterschiede und Dimensionen der Persönlichkeit.“ (Batinic/Appel 2013, S.232)

Gerade hier spielen psychologische Tests zur Erfassung von Persönlichkeitsmerkmalen eine wesentliche Rolle. Es lassen sich in dem Zusammenhang fünf Persönlichkeitsdimensionen unterscheiden:

- 1) Emotionale Stabilität
- 2) Extraversion
- 3) Offenheit für Erfahrungen
- 4) Soziale Verträglichkeit
- 5) Gewissenhaftigkeit

Zudem ist für die Charakterisierung eines Individuums auch die Leistungsfähigkeit von belangen. Geistige Leistungsfähigkeit wird etwa mit Intelligenz- und Eignungstests gemessen. Für eine differenzial- und persönlichkeitspsychologische Betrachtung der Mobilkommunikation sind zwei Fragestellungen relevant (Vgl. ebd. 2008, S.232f.). Diese könnten dann wie folgt zusammengefasst werden:

- 1) Inwiefern beeinflusst die Persönlichkeit die Mobilmediennutzung und
- 2) Inwiefern wirkt sich umgekehrt Mobilmediennutzung auf die Persönlichkeit aus?

e) Sozialpsychologie

„Die Sozialpsychologie untersucht die Wechselwirkungen des menschlichen Verhaltens und Erlebens mit der sozialen Umwelt. Bei der sozialen Umwelt kann es sich um andere Menschen aus dem sozialen Umfeld, um mediale Darstellungen, um kulturelle Werte und Normen usw. handeln.“ (Batinic/Appel 2013, S.233)

In der Sozialpsychologie lassen sich auch zwei Kausalrichtungen unterscheiden. Zum einen die soziale Umwelt einer Person, welche als unabhängige Variable maßgeblich mitbestimmt, ob und wie eine Person an der Mobilkommunikation partizipiert (z.B. Gruppendruck in der Peergroup). Handy-Werbung, Handy-Darstellung im privaten und beruflichen Umfeld, Handy-Darstellung im Kino und

Fernsehen, all diese Faktoren können einen Einfluss darauf haben, wie oft ein Mensch welches mobile Endgerät in welcher Art und Weise benutzt oder eben auch nicht benutzt (Vgl. Batinic/Appel, 2008, S.229f.). Umgekehrt und somit zum anderen wird durch die Art und Weise der eigenen Mobilkommunikation als unabhängige Variable auch die daraus sich entfaltende soziale Umwelt unterschiedlich gestaltet (z.B. die Kontaktdichte im sozialen Netzwerk). Mobilkommunikation beschränkt sich auf die Kommunikation innerhalb des bestehenden Netzwerkes. So wird beispielsweise nun in einer Situation, in der man früher nur an einen gedacht hatte, heute spontan Kontakt aufgenommen (Vgl. ebd. 2008, S.233f.). Beide trennbaren Wirkrichtungen sind im Alltag in Form von Wechselwirkungen miteinander verbunden. Folglich bieten Erkenntnisse aus dem Bereich der Sozialpsychologie wichtige Bausteine, damit CLOSER stetig wachsen und den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer gerecht werden kann.

f) Klinische Psychologie

„Die Klinische Psychologie beschäftigt sich mit psychologischen Fragen im Gesundheitswesen. Hierbei geht es in erster Linie um die Diagnose und Behandlung von psychischen und psychosomatischen Störungen, weniger um somatische Krankheiten.“ (Batinic/Appel 2013, S.234)

Im Sinne einer Gesundheitspsychologie werden zunehmend neben den Krankheiten auch Gesundheit, d.h. Prävention und Wohlbefinden berücksichtigt. Die Mobilkommunikation kann hier auf doppelter Weise gesehen werden. Zum einen als Ausdrucksfeld und Katalysator von Störungen (z.B. psychosomatische Umwelterkrankungen, suchtähnliche Extremnutzung, antisoziale Tendenzen, usw.) und zum anderen als Interventions- und Präventionsmittel (z.B. SMS-Nachbetreuung von Patienten oder hilfreiche Apps). Es bleibt festzuhalten, dass es sich bei den hier angeführten Beispielen lediglich um ein Bruchstück von Interventions- und Präventionsmitteln handelt und dass eine explizitere Vertiefung den Rahmen dieser Ausarbeitung sprengen würde. Es sei aber darauf hingewiesen, dass gerade im Hinblick auf die Interventions- und Präventionsmittel auch CLOSER in einer solchen Ausarbeitung aufgelistet werden könnte. (Vgl. ebd. 2008, S.234f.)

g) Pädagogische Psychologie

„Die Pädagogische Psychologie befasst sich mit psychologischen Aspekten im Bildungswesen.“ (Batinic/Appel 2013, S.235)

In dieser Unterdisziplin stehen formale Lehr-Lern-Prozesse im Vordergrund. Die Mobilkommunikation ist in dem Kontext von Interesse, da sie ein wichtiger Bildungsinhalt ist und in einer zunehmend mobilen Informationsgesellschaft mangelnde Mobilkommunikationskompetenz im Sinne digitaler Spaltung bzw. digitaler Ungleichheit wirken kann und so zur sozialen Exklusion und Benachteiligung

führen kann. Der Einsatz von mobilen, drahtlos angebotenen Endgeräten als Medienbildung bietet aber auch zahlreiche Vorteile. So kommen beispielsweise immer häufiger Handys oder Notebooks im Präsenz- und Fernunterricht zum Einsatz, was gerade projektbezogenes Lernen effizienter und professioneller gestalten lässt. All diese pädagogisch-didaktischen Veränderungen können zu einem verbesserten Erwerb von Methoden- und Medienkompetenz (teilweise auch Fachkompetenz) beitragen (Vgl. ebd. 2008, S.235f.). Auch dieser Bereich stellt wichtige Erkenntnisse zur Verfügung um CLOSER in andere Bereiche zu implementieren oder weiter zu verfestigen.

h) Wirtschaftspsychologie

„Die Wirtschaftspsychologie befasst sich mit psychologischen Aspekten des Wirtschaftswesens, wobei sie den Menschen unter anderem in der Erwerbstätigen-Rolle (Arbeit-, Betriebs- und Organisationspsychologie) sowie in seiner Konsumenten-Rolle (Markt- und Werbepsychologie) betrachtet.“ (Batinic/Appel 2013, S.237)

Mobilmedienbezogene Fragestellungen sind in der Erwerbstätigenrolle wie auch in der Konsumentenrolle relevant, da Mobilmedien in der Wirtschaft immer weiter an Relevanz gewinnen, was sich beispielsweise im Konzept der M-Economy zeigt. M-Business umfasst die Totalität der über ortsflexible, datenbasierte und interaktive Informations- und Kommunikationstechnologien abgewickelten Geschäftsprozesse. Dazu dienen nicht nur die Transaktionen mit Kunden (M-Commerce), sondern auch die unternehmerischen Geschäftsprozesse (Vgl. ebd. 2008, S.237.). Beim M-Commerce existieren heutzutage im Business-to-Business- sowie Business- to-Consumer-Bereich eine fast endlose Vielzahl an Anwendungen zur Verfügung (Mobile Shopping, kostenpflichtige Apps, etc.). Gerade hier können psychologische Analysen der Nutzergruppen und der Nutzungsweisen wichtige Hinweise zur ökonomischen und technischen Um- und Neugestaltung mobiler Anwendungen liefern.

Wie die vorgestellten psychologischen Subdisziplinen zeigen, unterstreichen diese die Wichtigkeit beim Erschließen neuer Forschungsfelder und beim Erhalt von neuem Wissen im Zusammenhang mit Mobilkommunikation (an dieser Stelle soll noch einmal vermerkt werden, dass auch benachbarte sozialwissenschaftliche Disziplinen eine vermehrte Betrachtung in Bezug auf Mobilmedien anvisieren). Auch CLOSER kann aus den Subdisziplinen viele Erkenntnisse gewinnen, die es erlauben gezielter auf die Bedürfnisse und Wünsche der NutzerInnen und Nutzer einzugehen und dadurch den Grad an Partizipation und Orientierung im Alltag zu erhöhen und so den Fortbestand von CLOSER zu sichern. Darüber hinaus sollen solche Erkenntnisse explizit genutzt werden, um sozialisatorische Prozesse anzuregen, Medienkompetenz nahe zu bringen und Hilfestellung bei Entwicklungsaufgaben zu geben.

Festzuhalten bleibt, dass sich hinsichtlich der psychologischen Aspekte zwei Forschungsfragen immer wieder herauschälen lassen, welche eng mit der Grundidee und den Prinzipien von CLOSER einhergehen:

- 1) Zum einen kann die Mobilkommunikation als Handlungsfeld begriffen werden, in welchem sich etablierte psychologische Theorien einer neuen empirischen Bewährungsprobe stellen müssen, woraus Anhaltspunkte für eventuelle konzeptuelle Verbesserungen und theoretische Neuentwicklungen ergeben (Vgl. Batinic/Appel, 2008, S.228).
- 2) Zum anderen kann in Bezug auf ein anwendungsbezogenes Argument angeführt werden, dass es unabdingbar ist, psychologische Aspekte umfassend zu untersuchen, wenn die Gesellschaft sich eine mobile Mediengesellschaft wünscht, deren soziotechnische Ausgestaltung menschenfreundlich ist, da diese im Umkehrschluss wiederum die Förderung von Medienkompetenz unterstützen wie auch eine menschengerechte Medienkonzeption und Medienökonomie ermöglichen (Vgl. ebd. 2008, S.238.).

Wie anhand der verschiedenen Subdisziplinen aufgezeigt werden konnte, können Erkenntnisse aus allen Bereichen wichtige Elemente beisteuern, damit CLOSER wachsen kann. Unter der Bezugnahme solcher empirischer Erkenntnisse kann CLOSER der Maxime gerecht werden ethisch-moralische Standards zu etablieren und darüber hinaus, neue Module zu entwickeln, welche anhand wissenschaftlicher Erkenntnisse konstruiert und realisiert werden. Da es das grobe Ziel der Psychologie ist, menschliches Erleben und Verhalten und die Entwicklung von Menschen im Laufe ihres Lebens sowie alle dafür maßgeblichen inneren und äußeren Ursachen und Bedingungen zu beschreiben und zu erklären, liegt es auf der Hand, dass CLOSER solche Kenntnisse nutzen muss, um einer heterogenen Zielgruppe gerecht zu werden. Auch wenn das Erleben und Verhalten des Menschen eine sehr dehnbare Erklärung darstellt, schließt sie doch alles ein, was der Mensch ist, denkt, fühlt und im Handeln ausdrückt. Darüber hinaus nutzt die Psychologie geistes-, sozial- und naturwissenschaftliche Denkmodelle, um zu verstehen, wie ein Mensch „tickt“, was in seinem Inneren vorgeht, er nach außen aber nicht immer zeigt. Gerade diese Berücksichtigung von den Erkenntnissen anderer wissenschaftlicher Disziplinen unterstreicht noch einmal wie grundlegend solche Erkenntnisse für eine App wie CLOSER sind, welche sich dazu verschrieben hat eine App für die Menschen zu sein und sie mit allen moralischen und ethischen Prinzipien.

In einem letzten Punkt soll nun anhand eines allgemeinen Fazits dargestellt werden, wie wichtig digitale Medien im 21. Jahrhundert geworden sind und welchen Stellenwert diese für heutige Heranwachsende haben. Darüber hinaus soll noch einmal hervorgehoben werden, welche Rolle die digitalen Medien für unser Sozialisation haben und wie wichtig es ist, ein gewisses Maß an

Medienkompetenz zu haben. Schlussendlich soll aufgezeigt werden, wie anhand von CLOSER ein wichtiges pädagogisches Instrument geschaffen wurde, welches neben der Möglichkeit digitale Jugendarbeit zu leisten auch eine Schnittstelle zwischen der realen und virtuellen Welt ermöglicht und dies unter der Berücksichtigung strenger Sicherheitskriterien, um lediglich die positiven Eigenschaften der Internetnutzung zu garantieren.

Kapitel III

4 CLOSER: Schlussbetrachtung, Ausblick und Fazit

In diesem letzten Kapitel werden, wie bereits angedeutet, die wichtigsten Kernaussagen der vorigen Punkte noch einmal zusammengefasst und in Relation zueinander gebracht. Anschließend wird in diesem allgemeinen Fazit abgeleitet, welche Rolle CLOSER in Bezug auf digitale Medien, Kindheit und Jugend haben kann, welche Stärken die App hat und wo diese an ihre Grenzen stößt. Schlussendlich soll die Arbeit mit einem Ausblick enden, welcher ein Plädoyer darstellt, wie ein zukünftiger Umgang mit digitalen Medien aussehen kann und welche Herausforderungen diese für das Leben und Funktionieren einer Gesellschaft mit sich bringen.

CLOSER hat seinen Ursprung im rasant wachsenden technologischen Wandel des Medienangebots für Jung und Alt, welches sich als ein sich ständig veränderndes Bezugsfeld darstellt. Internet, Handys und andere digitale Medien nehmen einen großen Platz im Leben vom Menschen in postmodernen Gesellschaftsstrukturen ein. Fokussiert man soziale Medien oder mobile Kommunikationsmedien explizit, wird schnell klar, dass es sich tendenziell eher um junge mediale Phänomene handelt, welche sich jedoch dadurch charakterisieren lassen, dass sie eine enorme soziale und gesellschaftliche Auswirkung haben. Wie anhand der KIM und JIM Studien aufgezeigt werden konnte, ist es unverkennbar, dass die digitalen Medien unsere Gesellschaft verändert haben. Täglich werden sie von den Menschen und vor allem von Kindern und Jugendlichen genutzt. Es ist also kaum verwunderlich, dass einerseits Sozialisation wie auch Kommunikationsverhalten einem Wandel unterliegen. Ist für Kinder zurzeit immer noch das Fernsehen das relevanteste Medium, ist zu registrieren, dass YouTube oder onlinebasierte Bewegtbildnutzung auch bei Kindern immer mehr an Bedeutung und Beliebtheit gewinnen. Ab etwa zehn Jahren nimmt die Alltagsrelevanz der Kommunikation via Social Media dann rasch zu. Im direkten Vergleich zwischen Kindern und Jugendlichen hinsichtlich ihres Medienverhaltens wird deutlich, dass digitale Medien den größten Stellenwert genießen. Die Wichtigkeit bzw. das Nutzungsverhalten und die Nutzungsfrequenz steigt exponentiell zum fortschreitenden Alter. Dass die massive Nutzung des Internets und der sozialen Medien nicht nur ein Phänomen junger Menschen ist, zeigt der Bericht über die Mediennutzung in der Europäischen Union vom Standard-Eurobarometer 88 aus dem Jahr 2017 ganz deutlich.

Die enorme Bedeutung von Kindheit und Jugendalter für die zukünftige Entwicklung eines Menschen zeigt, wie vielfältig die komplexen Entwicklungsaufgaben sind, mit welchen sich Heranwachsende in diesen Lebensabschnitten auseinandersetzen müssen. Kindheit und Jugend werden heutzutage weniger am Alter festgelegt, sondern vielmehr an bestimmten oder definierten Reifungsstadien der körperlichen sowie der psychischen Entwicklung. Darüber hinaus unterliegen Lebensphasen von

Menschen auch sozialen und kulturellen Komponenten. Daraus lässt sich schließen, dass in einer zunehmend mediatisierten Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen das Heranwachsen immer stärker durch diese Gegebenheiten geprägt und beeinflusst werden.

Für alltägliche Aktivitäten, Freizeit, Schule oder Beruf steht Heranwachsenden ein enormes Informationsnetz zur Verfügung, welches mit zunehmendem Alter immer mehr an Bedeutung gewinnt. Gerade hier ist die Kompetenz, mit der überwältigenden Bandbreite an Nutzungsmöglichkeiten umzugehen ein wichtiges Kriterium, und dies gilt für alle Bereiche des Lebens (Schul- und Berufs- wie auch Privatleben).

Im Zusammenhang mit diesem Informationsnetz werden oft Apps angeführt, welche neben ihren eigentlichen Funktionen oft in der Kombination mit den Bereichen Kinder- und Jugend sowie Datenschutz gebraucht werden. Genau wie bei anderen Medien, existieren auch bei Apps Inhalte, die für Kinder und Jugendliche nicht geeignet sind oder als bedenklich eingestuft werden können. Darüber hinaus greifen viele Apps, wenn sie installiert sind, auf Dateien und Programme zu. Dies geschieht teils ohne explizite Einwilligung des Nutzers, und so wird auf Daten zugegriffen, die für das Funktionieren der App nicht zwingend erforderlich sind.

CLOSER fokussiert den enormen Stellenwert von digitalen Medien und vereint alle positiven Aspekte dieser modernen Technologie. Dadurch entstehen neben einer großen Anzahl an Tools, welche auf individuelle Bedürfnisse und Wünsche angepasst und konfiguriert werden können, auch eine eigens entwickelte Schnittstelle, welche den Transfer zwischen der realen und virtuellen Welt ermöglicht. Diese Schnittstelle wiederum dient Professionellen als Grundlage für mediatisierte Jugendarbeit bzw. kann als ein neuartiges pädagogisches Instrument genutzt werden. Auf der Basis eines Client-Server Konzept wird eine zusätzliche Schnittstelle für die Integration weiterer Dienste bereitgestellt, sodass CLOSER ständig wächst und daraus eine Dienstleistung entsteht, bei der der User explizit mitbestimmt, was er benötigt, um so seine persönliche digitale Welt zu erschaffen. Anhand dieser Grundidee und klar definierter Prinzipien wie etwa Empowerment, Demokratie, Gleichberechtigung, Chancengleichheit oder Menschen- und Kinderrechte sollen sozialisatorische Prozesse angeregt werden und den Grad an Partizipation und Inklusion im alltäglichen Leben erweitern. Da es sich bei CLOSER um ein modulares, erweiterbares Konzept handelt, kann es sich dem stetigen Wandel der digitalen Welt optimal anpassen und den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer gerecht werden. Gerade hier bedarf es der Erkenntnisgewinnung der unterschiedlichen psychologischen Disziplinen, um daraus noch besser Erleben und Verhalten von Menschen nachzuvollziehen.

Je nach Weltbild, Zeitalter und politischer Position wird den Medien primär mit Skepsis begegnet oder es werden die Chancen für die Entwicklung von Individuum und Gesellschaft unterstrichen. Medien können beispielsweise als Garant für Freiheit und neben Legislative, Exekutive und Judikative als

„vierte Instanz“ in einem Staat angesehen werden oder als zusätzlicher Bildungsbereich neben dem Elternhaus, der Schule und der Erwachsenenbildung angesehen werden. Allerdings existieren auch negativ konnotierte Spannungsfelder wie etwa Gewalt, Sexualität und Werbung oder die assoziierten Rollen als Verführer und Gefährder (vor allem von jungen Menschen). CLOSER strebt danach, die bestehenden Ambivalenzen zwischen Segen und Fluch in Bezug auf das digitale Medien aufzugreifen und beide Seiten zu vereinen. So werden beispielsweise medienbezogene Kompetenzen (hinsichtlich: Mediennutzung, Mediengestaltung, Medienkunde und Medienkritik) angeregt, gefördert und vertieft. Neben der Fokussierung auf die positiven Aspekte von digitalen Medien wird mit CLOSER der nötige virtuelle Raum geschaffen, in dem Datenschutz und nichtkommerzielle Zwecke im Vordergrund stehen. So wird die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen als elementar betrachtet und auf der Basis von Kohärenz die Bereiche: *Sinnhaftigkeit, Handhabbarkeit und Verstehbarkeit* gefördert, um Entwicklungsprozesse anzuregen oder Hilfestellungen bei Entwicklungsaufgaben zu ermöglichen. Diese Prozesse der Entwicklung ziehen sich wie ein roter Faden durch das Leben eines Individuums, weswegen CLOSER in einer späteren Phase alle Menschen fokussiert, um Marginalisierungsprozessen entgegenzuwirken. Allerdings besteht eine Stärke vor allem in den Entwicklungsbereichen, welche das Kinder- und Jugendalter betreffen. So können anhand virtueller oder realer Aktivitäten direkte Bezüge auf kognitive, körperliche, physiologische, soziale, sexuelle oder ethisch-moralische Entwicklungsprozesse eines Heranwachsenden genommen werden und identitätsstiftende Bausteine geliefert werden. Gerade auf der Grundlage der alltäglich geleisteten Jugendarbeit einerseits und der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Gegebenheiten andererseits ermöglicht CLOSER, dass Sorgen, Wünsche und Bedürfnisse junger Erwachsener wahrgenommen und widergespiegelt werden. Da Jugendliche selbst ein Teil von CLOSER darstellen und auf der Basis ihres Feedbacks zur Mitevaluation der App beitragen, sind sie ein zentrales Merkmal für die Qualitätssicherung der App.

CLOSER unterliegt der Rolle als *Sozialisator* und verfolgt explizit das Ziel, Sozialprozesse anzuregen und zu gestalten. Anders als die Funktion von *Sozialisanden* unterliegt die App in ihrer Sozialisatorenrolle der Verantwortung, dass Normen, Werte gesellschaftliche Erwartungen und Ansprüche an den Einzelnen herangetragen werden, um dadurch Demokratie, Inklusion und Partizipation weiter voranzutreiben.

Wie anhand zahlreicher Erkenntnisse verdeutlicht werden konnte, führt die virtuelle Kommunikation durch stundenlange Nutzung digitaler Medien zu einem Rückgang der sozialen persönlichen Interaktion mit negativen Folgen für die Lern- und Gehirnentwicklung sowie der Sozialkompetenz, wodurch Stress, Einsamkeit, Depression, Angst und Schlafstörungen entstehen können. In dem Zusammenhang wird oft von Medienkompetenz und Medienbildung gesprochen. Beide Begriffe

finden gerade immer dann Verwendung, wenn Medien im Spannungsfeld von Ressourcen und Risiken stehen. So konnte nachgewiesen werden, dass beispielsweise Ressourcen in der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben bestehen oder die Bildung von Gemeinschaften ermöglichen. Des Weiteren dienen sie zur Gestaltung von Lern- und Arbeitsprozessen sowie zur Unterhaltung und Erholung. Allerdings kann ihre Nutzung in sozial unerwünschten Emotionen, Einstellungen und Verhaltensweisen (z.B. Gewaltbereitschaft, Angst und Stereotypenbildung) münden oder gar in Mediensucht und sozialer Isolation enden. Eine wesentliche Voraussetzung im Zusammenhang mit der Medienkompetenz kommt dem Erfahrungsgehalt zugute, welcher eine Person durch die unterschiedlich existierenden Wirklichkeiten im Laufe ihres Lebens macht und entwickelt. Aus pädagogischer Sicht ist es daher ein wichtiges Unterfangen, bei der Betrachtung der Interaktionen von Menschen alle Erfahrungsformen im Zusammenhang mit der Umwelt (real und symbolisch) ins Blickfeld zu nehmen und zu beleuchten. Hier schält sich auf ein Neues die positive Eigenschaft von CLOSER heraus, da unendliche viele Module konzipiert und Kompetenzen entwickelt, erweitert und evaluiert werden können. Man kann anhand dieser Technik schnell und simpel auf neue Ereignisse im Zusammenhang mit Heranwachsenden reagieren, indem man ein neues spezifisches Tool zur Verfügung stellt, was beispielsweise für präventive Zwecke genutzt werden kann.

Um entsprechende Kompetenzen zu evaluieren, bieten sich *Kompetenz-Standard-Modelle* in der Praxis an, damit Möglichkeiten zur Förderung von Medienkompetenzen aufgezeigt werden. Dies könnte durch CLOSER gewährleistet werden, indem adaptierte Schätzskalen, Portfoliofunktionen oder Tests mit der App durchgeführt werden, damit der User ein Bild seiner Medienkompetenz erhält mit Tipps und Tricks, wie diese verbessert werden können. Gerade hierfür ist es wichtig, dass es genügend medienpädagogische Kompetenz unter Lehrkräften oder anderen Professionellen gibt. Medienpädagogische Kompetenz beinhaltet also nicht nur das Erkennen der Bedeutung von Medien für Kinder, Jugendliche und Erwachsene, sondern auch das angemessene Einschätzen und Beobachten von medienpädagogischen Aktivitäten. CLOSER ermöglicht einen erleichterten Zugang zu medienpädagogischen Kompetenzen, da neben visueller und auditiver Kanäle auch der direkte Bezug zwischen der realen und digitalen Welt hergestellt wird.

Alles in allem hat die vorliegende Ausarbeitung mit dem Titel: „CLOSER. Rahmenbedingungen und pädagogisches Konzept einer gemeinnützigen sozialen Idee“ anhand der verschiedenen Kapitel und Punkte zeigen können, dass Leben, Gesellschaft, Bildung und Erziehung schon lange nicht mehr ohne Medien gedacht und umgesetzt werden können. Das Aufwachsen in heutigen Zeiten ist zum Aufwachsen in Medienwelten heranavanciert. Mobile Medien wie Smartphones sind meist vernetzt und ermöglichen, dass Heranwachsende fast permanent online sind. So verschmelzen für heutige junge Generationen digitale Medien und soziales Handeln zu sogenannten Sozialen Medien(-welten),

in denen man sich informieren, lernen, einkaufen, spielen, sich darstellen oder austauschen kann. Insgesamt wird es darum in Zukunft vermutlich noch wichtiger sein, dass Erwachsene bei der Medienerziehung einerseits den Heranwachsenden als Vorbild zur Verfügung stehen und andererseits regulierend eingreifen müssen. Darüber hinaus müssen Erwachsene aber auch Vertrauen haben, dass die zukünftigen Generationen als „digital natives“ die Medien in ihre Entwicklung integrieren. Um Heranwachsenden dabei zu helfen, müssen die Erwachsenen mit den weiteren Trends digitaler Medien Schritt halten. Zentral ist und bleibt, dass gerade Jugendliche das Internet als einen attraktiven Raum mit offensichtlich sehr hoher sozialer Bedeutung wahrnehmen. Sicherlich liegt ein Grund für diese Attraktivität darin, dass das Internet pädagogische Zugriffs- und Kontrollmöglichkeiten begrenzt. Aus all den angeführten Fakten ist deshalb CLOSER entstanden, in der Hoffnung seinen positiven Teil in einer durchdigitalisierten Welt beizutragen, damit die Potenziale digitaler Errungenschaften dazu genutzt werden können, Menschen zu vereinen und für Werte wie Partizipation und Inklusion einzustehen.

Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen
Windmühlen. – *Chinesisches Sprichwort*

5 Quellenverzeichnis

5.1 Literaturverzeichnis

- Batinic, B. / Appel, M.** (2008, 1. Aufl.): *Medienpsychologie*. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Eichenberg, C. / Auersperg, F.** (2018, 1. Aufl.): *Chancen und Risiken digitaler Medien für Kinder und Jugendliche. Ein Ratgeber für Eltern und Pädagogen*. Göttingen: Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG.
- Fleischer, S. / Hajok, D.** (2016, 1. Aufl.): *Einführung in die medienpädagogische Praxis und Forschung. Kinder und Jugendliche im Spannungsfeld der Medien*. Weinheim und Basel: Beltz Juventa-Verlag.
- Hartung, A. / Lauber, A. / Reißmann, W. (Hrsg.)** (2013, 1. Aufl.): *Das handelnde Subjekt und die Medienpädagogik. Festschrift für Bernd Schorb*. München: Kopaed – Verlag.
- Häcker, H.O. / Stapf, K.-H. (Hrsg.)** (2009, 15. Aufl.): *Dorsch. Psychologisches Wörterbuch*. Bern: Hans Huber – Verlag.
- Hurrelmann, K.** (2002, 8. Aufl.): *Einführung in die Sozialisationstheorie*. Weinheim: Beltz – Verlag.
- Krämer, N.C. / Schwan, S. / Unz, D. / Suckfüll, M. (Hrsg.)** (2016, 2. Aufl.): *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*. Stuttgart: W. Kohlhammer GmbH.
- Mangold, R. / Vorderer, P. / Bente, G. (Hrsg.)** (2004, 1. Aufl.): *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle: Hogrefe – Verlag für Psychologie.
- Schäfers, B. / Scherr, A.** (2005, 8. Aufl.): *Jugendsoziologie. Einführung in Grundlagen und Theorien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Scheithauer, H. / Hayer, T. / Niebank, K. (Hrsg.)** (2008, 1. Aufl.): *Problemverhalten und Gewalt im Jugendalter. Erscheinungsformen, Entstehungsbedingungen, Prävention und Intervention*. Stuttgart: Kohlhammer – Verlag.
- Schmidt, J.-H. / Taddicken, M. (Hrsg.)** (2017, 1. Aufl.): *Handbuch Soziale Medien*. Wiesbaden: Springer VS-Verlag.
- Von Gross, F. / Meister, D.M./ Sander, U. (Hrsg.)** (2015, 1. Aufl.): *Medienpädagogik – ein Überblick*. Weinheim und Basel: Beltz Juventa – Verlag.

5.2 Internetverzeichnis

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.) (2013, 1. Aufl.): *Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche. Eine Bestandsaufnahme*. Berlin: Referat Öffentlichkeitsarbeit.

URL: [Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche. Eine Bestandsaufnahme - PDF Kostenfreier Download \(docplayer.org\)](#)

(letzter Zugriff am 22.03.2021 um 20:05)

EU-Initiative klicksafe (o.J): *eine App – Was ist das?*. Medienanstalt Rheinland-Pfalz (LMK).

URL: <https://www.klicksafe.de/apps/eine-app-was-ist-das/>

(letzter Zugriff 09.03.2021 um 21:25)

Fleischer, S. / Hajok, D. (2019): *Medienbildung*. In Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport (Hrsg.), *Thüringer Bildungsplan bis 18 Jahre* (Stand 2019, S.230-247). Weimar: das Netz – Verlag.

URL: [164 Thueringer PB 2019 druck.qxp Thueringer BP \(thueringen.de\)](#)

(letzter Zugriff am 13.01.2021 um 11:16)

Hensinger, P. (2014): *Risiken der Sozialisation von Kindern und Jugendlichen durch digitale Medien*. Stuttgart: Umwelt- und Verbraucherorganisation zum Schutz vor elektromagnetischer Strahlung.

URL: [umg-3.14-Hensinger-k5.pdf \(kompetenzinitiative.com\)](#)

(letzter Zugriff 23.03.2021 um 15:04)

Mahara. E-Portfolio-Software der Univeristät Leipzig (2016): *Medienkompetenzmodell von Groeben. Von Medienbildung in der Schule*. Leipzig: E-Learning-Service.

URL: [Medienkompetenzmodell von Groeben - Mahara E-Portfolio der Universität Leipzig \(uni-leipzig.de\)](#)

(letzter Zugriff 22.03.2021 um 20:27)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Landesanstalt für Kommunikation (Hrsg.) (2020): *Jim-Studie 2020. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12-bis 19-Jähriger*. Stuttgart: mpfs.

URL: [JIM-Studie-2020 Web final.pdf \(mpfs.de\)](#)

(letzter Zugriff 23.03.2021 um 07:40)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Landesanstalt für Kommunikation (Hrsg.) (2019): *Jim-Studie 2019. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12-bis 19-Jähriger*. Stuttgart: mpfs.

URL: [JIM 2019.pdf \(mpfs.de\)](#)

(letzter Zugriff 23.03.2021 um 09:37)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Landesanstalt für Kommunikation (Hrsg.) (2019): *Kim-Studie 2018. Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6-bis 13- Jähriger*. Stuttgart: mpfs.

URL: [KIM-Studie 2018 web.pdf \(mpfs.de\)](#)

(letzter Zugriff 23.03.2021 um 11:21)

Service National de la Jeunesse (Hrsg.) (2020): *Elternhefte. Kinder und Medien.*
Luxemburg: Ministère de l'Education nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse &
Service National de la Jeunesse.

URL: [Kinder-und-Medien-0-12-Jahre.pdf \(enfancejeunesse.lu\)](#)

(letzter Zugriff : 23.03.2021 um 16:27)

Standard-Eurobarometer 88 (2017): *Mediennutzung in der Europäischen Union.*
Europäische Union: Welle EB88.3 – TNS opinion & social.

URL: [Die Mediennutzung in der Europäischen Union - Publications Office of the EU \(europa.eu\)](#)

(letzter Zugriff: 23.03.2021 um 17:48)

Stiftung Medienpädagogik Bayern (Hrsg.) (2018): *Apps sicher nutzen. Tipps für Eltern.*
München: Bayerische Landeszentrale für neue Medien

URL: [Apps-Broschur_20180126_Web.pdf \(stiftung-medienpaedagogik-bayern.de\)](#)

(letzter Zugriff 23.03.2021 um 15:45)

Wiener Bildungsserver (1997): *Der Medienbegriff.* Wien: Bildung und Jugend.

URL: <https://medienkindergarten.wien/medienpaedagogik/infothek/der-medienbegriff/>

(letzter Zugriff 08.03.2021 um 21:23)



CLOSER



Die vorliegende Arbeit mit dem Titel: „CLOSER. Rahmenbedingungen und pädagogisches Konzept einer gemeinnützigen sozialen Idee“ zeigt, dass Leben, Gesellschaft, Bildung und Erziehung schon lange nicht mehr ohne Medien gedacht und umgesetzt werden können. Das Aufwachsen in heutigen Zeiten ist zum Aufwachsen in Medienwelten heronavanciert und betrifft alle Menschen in einer Gesellschaft. Die App CLOSER will, seinen positiven Teil in einer durchdigitalisierten Welt beitragen, damit die Potenziale digitaler Errungenschaften dazu genutzt werden, Menschen zu vereinen und für Werte wie Partizipation, Inklusion und Datenschutz einzustehen.

Anhand der Arbeit wird aufgezeigt wie wichtig medienbezogene Kompetenzen sind und welchen Stellenwert Medien bei Entwicklungsaufgaben von Kindern und Jugendlichen einnehmen. In dem Zusammenhang wird dargestellt, dass es unabdingbar ist neuartige pädagogische Methoden, wie die CLOSER App zu generieren, welche Kindern und Jugendlichen einen sicheren Transfer zwischen der realen und digitalen Welt ermöglicht.