

## **Die Monitoring-Studie des Projekts ACT ON!**

**Jahr:** seit 2015

**Land:** Deutschland

**Design:** Qualitativ

**Thema:** Nutzung von Online-Angeboten bei zehn- bis 14-jährigen Kindern

**Link:** <http://jugendkonferenzen.de/act-on/das-projekt/>

„ACT ON! aktiv + selbstbestimmt online“ wird seit 2015 vom „Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis“ des Vereins „JFF - Jugend Film Fernsehen e.V.“ durchgeführt und setzt sich mit dem Aufwachsen zwischen Selbstbestimmung und Schutzbedarf auseinander. Ziel des Projektes ist, das Zusammenspiel von Medienkompetenzförderung und der Auseinandersetzung mit dem Themenfeld Jugendmedienschutz voranzubringen. Es steht auf zwei Säulen, die miteinander verschränkt sind. Eine ist die Monitoring-Studie, deren Zielgruppe Heranwachsende im Alter von zehn bis 14 Jahren sind. In der Monitoring-Studie kommen qualitative Erhebungsmethoden in Kleingruppen zum Einsatz, in deren Rahmen ca. 80 bis 100 Heranwachsende pro Jahr befragt werden. Im Jahr 2015 stand die Altersgruppe der Zwölf- bis 14-Jährigen im Zentrum, im Jahr 2016 die der Zehn- bis Zwölfjährigen. Die Ergebnisse werden halbjährlich in Form von Short Reports veröffentlicht. Folgende Fragen stehen im Zentrum des Forschungsinteresses: Welche Online-Angebote stehen aktuell bei den Zehn- bis 14-Jährigen hoch im Kurs? In welcher Weise nutzen sie die Online-Angebote? Wie schätzen sie Online-Angebote in Hinblick auf Risiken ein? Welche Strategien haben sie im Umgang mit Online-Risiken entwickelt? Welche Unterstützung wünschen sie sich in Bezug auf Online-Risiken?

Die Ergebnisse des ersten Short-Reports basieren auf elf qualitativen Gruppenerhebungen im Sommer 2015, an denen 103 Jugendliche zwischen zwölf und 14 Jahren teilnahmen. Es zeigte sich, dass die Jugendlichen eine breite Palette von Apps und anderen Online-Angeboten auf ihren Smartphones nutzen. Die am häufigsten und ausführlichsten diskutierten Angebote unter ihnen sind WhatsApp, Instagram, Snapchat, Facebook und YouTube. Über das Smartphone sind diese Dienste ständige Begleiter der Jugendlichen. Es verbindet sie mit der Welt und den Freunden, während der Laptop bzw. der Computer der Arbeit dienen und nur für bestimmte Vergnügungen wie Games oder Filme Vorteile bieten. Die befragten Jugendlichen orientieren sich in ihrer Online-Nutzung am sozialen Umfeld und an vorgegebenen Angebotspaletten. Die Orientierung am sozialen Umfeld spielt auch bei der Abwägung eine Rolle, ob ein bestimmtes Angebot vertrauenswürdig ist. Viele Online-Angebote und die dahinterliegenden kommerziellen Interessen bleiben für die Jugendlichen undurchsichtig. Intransparent bleibt beispielsweise für jugendliche Nutzende des Android-Betriebssystems das Verhältnis der verschiedenen Google-Angebote und -konten

zueinander. Hier entsteht durch Vorinstallation bestimmt er Google-Apps der Eindruck, bestimmte, im Besitz des Google-Konzern befindliche Online-Angebote wie YouTube seien ohne Verwendung anderer Google-Konten nicht nutzbar. Offensichtlich hinterfragen die Jugendlichen solche Vorstrukturierungen jedoch nicht, sondern nehmen sie als gegeben hin. Wahrnehmung und Handeln der Jugendlichen in Bezug auf Datensicherheit und Datenauswertung basieren auf Wissenssplintern. Viele Jugendliche nehmen kritische Argumente aus der öffentlichen Diskussion zwar zur Kenntnis und pflichten ihnen bei, es fällt ihnen allerdings schwer, die Kritik auszuformulieren oder gar in folgerichtiges Handeln umzusetzen. Angebotsinterne Schutzmöglichkeiten bleiben teilweise ungenutzt. Konkreter als die Datenauswertung durch Online-Konzerne und andere Akteure steht den Jugendlichen die Gefahr vor Augen, dass eigene Inhalte und Daten für andere Nutzende sichtbar werden könnten. Doch fehlt es bezüglich angebotsinterner Schutzmöglichkeiten vor fremdem Zugriff oder fremdem Blick teils an Wissen, teils an Motivation zur Auseinandersetzung mit Einstellungsmöglichkeiten. Bezüglich der sozialen Praxis im Umgang mit Angeboten im Bereich der Kommunikation sind im Rahmen der Studie folgende Aspekte aufgefallen: Durch die hohe Verbreitung bestimmter Angebote entsteht nahezu eine „Pflicht“ diese zu verwenden, um nicht von der Kommunikation in der Peer-Group abgeschnitten zu sein. Die Befürchtung des sozialen Ausschlusses trägt dazu bei, dass Angebote trotz bekannter Kritikpunkte genutzt werden, selbst wenn bessere Alternativen bekannt sind. Die Jugendlichen wünschen sich teilweise soziale Konventionen zum Schutz ihrer Persönlichkeitsrechte, beispielsweise dass Freunde ihre Telefonnummern nicht an andere weitergeben, die jedoch in der Peer-Group anscheinend nicht ohne zusätzlichen Anstoß thematisiert werden. Über die technische und rechtliche Strukturierung bestimmter Angebote sind die Jugendlichen verunsichert. Die Nutzung kostenfreien Streamings von Filmen und Serien ist für Jugendliche sehr verlockend<sup>2</sup>. Verunsichert sind sie darüber, inwieweit sie sich bei bestimmten Angeboten damit im Rahmen der Legalität bewegen. Auch hier orientieren sie sich im Zweifelsfall an der im sozialen Umfeld verbreiteten Praxis.

Der zweite Short-Report belegt, dass Jugendliche zwischen zwölf und 14 Jahren sich nicht risikofreudig und unbefangen im Internet bewegen. Vielmehr sind sie sich einer ganzen Reihe von Risiken bewusst, bis hin zu konkreten Befürchtungen, z.B. in Bezug auf die Verwertung von Daten durch Dritte oder Online-Mobbing. Allerdings können sie manche Risiken nicht realistisch einschätzen. Bei Risiken im Bereich des Persönlichkeitsschutzes fällt es den Jugendlichen schwer, die unterschiedlichen Aspekte dieses Themas auseinander zu dividieren. Die Themen Datenspionage und Datenauswertung spielten in den Diskussionen eine große Rolle, es war im Erhebungsjahr 2015 in den Medien sehr präsent.

---

<sup>2</sup> Siehe dazu auch: Prochazka, Fabian (2013): Copy is King. Unlizenzierte Mediennutzung und Urheberrecht: die Perspektive der ‚digital natives‘ in Österreich. Online unter [https://fabianprochazka.files.wordpress.com/2013/10/copy-is-king\\_prochazka.pdf](https://fabianprochazka.files.wordpress.com/2013/10/copy-is-king_prochazka.pdf) (06.12.2016).

Die Jugendlichen verfügen insbesondere dann über ungenügendes Wissen, wenn sie die Konsequenzen ihres Handelns einschätzen: In Bezug auf die kommerziellen Auswertungs- und Verwendungsmöglichkeiten der eigenen Daten schwanken einige Jugendliche zwischen naiver Risikoverdrängung und einem übersteigerten Misstrauen, das selbst hilfreiche Angebote wie Sicherheits-Apps unter den Generalverdacht der Datenspionage oder Vireneinschleppung stellt. Offenkundig kennen die Jugendlichen kaum seriöse Quellen, bei denen sie sich über Apps und Online-Angebote sowie verbundene Risiken zuverlässig informieren können. Zwischen den Jugendlichen zeigt sich auch ein hohes Wissensgefälle. Allerdings tauschen sie sich innerhalb der Peer-Group nicht ohne äußeren Anlass zu diesen Themen aus. Die Warnung „einmal im Netz, immer im Netz“ ist bei den Jugendlichen angekommen. Allerdings scheint es die Jugendlichen im Hinblick auf einschlägige Situationen eher hilflos zu machen, da sie die vorhandenen Möglichkeiten zur Durchsetzung eigener Persönlichkeitsrechte kaum kennen. Daraus ist zum einen die Konsequenz zu ziehen, dass Risikowarnungen stets mit Hinweisen auf Handlungsmöglichkeiten versehen sein sollten und weiterführende Informationen beinhalten müssen. Im Bereich der Online-Kommunikation ist ein häufig thematisiertes Risiko für die Jugendlichen, durch Fremde belästigt zu werden, insbesondere durch fremde Erwachsene. Auffallend ist in diesem Zusammenhang, dass vielen Jugendlichen Sicherheitseinstellungen in Online-Angeboten nicht geläufig sind. Ferner ist das Online-Mobbing aus dem Umfeld der Peer-Group ein Risiko, das den Jugendlichen sehr bewusst ist. Ihr Verständnis von Mobbing erstreckt sich von punktuellen, aber als sehr verletzend empfundenen Beleidigungen oder Verleumdungen bis hin zur systematischen und dauerhaften Herabwürdigung durch mehrere Mitglieder der Peer-Group. Aus Sicht der Jugendlichen handelt es sich dabei um ein häufiges Phänomen, in dem Offline- und Online-Kommunikation eng verbunden ist und das vor allem in Schulklassen angesiedelt ist. Das Problem schätzen die Jugendlichen als sehr gravierend ein und beschreiben es in der Regel aus Sicht der Opfer, dennoch sprechen sie den Opfern nicht selten auch eine Verantwortlichkeit oder zumindest anfängliche Schuld am Mobbing zu. Im Zuge des dritten Short Reports wird festgehalten, dass die befragten Zehn- bis Zwölfjährigen überwiegend über ein eigenes Smartphone verfügen und eine Vielzahl von Online-Angeboten kennen. Allerdings bewegen sie sich im Umgang damit durchaus noch auf Neuland und suchen nach Orientierung, welche Angebote und Nutzungsweisen zu empfehlen oder besser zu meiden sind. Die Kinder sind insofern risikobewusst, als sie in den Bereichen Schutz der Persönlichkeit und technische Risiken verunsichert sind. Um mit den Risiken souverän umzugehen und dabei nicht allein auf Informationen von YouTube-Stars angewiesen zu sein, brauchen die Heranwachsenden zusätzliche Orientierungshilfen. Insbesondere für eine kritische Reflexion des auf YouTube Gebotenen benötigen die Kinder Anregung und Unterstützung. Die Orientierung der Kinder an ihren YouTube-Lieblingen ließe

sich jedoch auch für medienpädagogische Konzepte nutzen, die beliebte YouTuberinnen und YouTuber in ihrer Verantwortung als Vorbilder im Umgang mit Online-Medien einbeziehen und sie für die Bedürfnisse und Überforderungen ihrer jungen Zielgruppe sensibilisieren. Um hierfür zugkräftige Modelle zu entwickeln, fehlt als Grundlage jedoch vertiefendes Wissen. Vor allem in Bezug auf die Orientierungsfunktion der YouTube-Stars ist weitergehender Forschungsbedarf festzustellen: So fehlt es zum einen in allen YouTube-Genres an tiefergehenden Rezeptionsstudien, zum anderen – insbesondere im Bereich Comedy und Let's Play – an aktuellen darauf bezogenen Inhaltsanalysen, die relevante YouTube-Kanäle systematisch analysieren.