

Zu jung und doch dabei. Was Kinder zu Facebook treibt

Jahr: 2016

Land: Österreich

Design: Qualitativ und quantitativ

Thema: Aktivitäten von Kindern auf SNS und Überschreitungen gesetzlicher Grenzen

Link: http://www.merz-zeitschrift.de/?RECORD_ID=7247

Dieses Forschungsprojekt der Pädagogischen Hochschule Vorarlberg aus dem Jahr 2016 geht den Fragen nach, was Kinder im Alter zwischen neun und zwölf Jahren auf Sozialen Netzwerkseiten machen und inwiefern dabei gesetzliche Grenzen überschritten werden.

Obwohl man für eine Registrierung bei Facebook mindestens 13 Jahre alt sein muss, sind Kinder bei der Anmeldung im Schnitt zehn Jahre alt. Als viel gravierender wird im Zuge der Studie der PH Vorarlberg jedoch bewertet, dass fast drei Viertel der befragten Kinder angaben, bei der Anmeldung Unterstützung durch andere Personen erhalten zu haben, in der Regel durch die eigenen Eltern. Das Hauptmotiv für die Anmeldung ist bei den Kindern meist die Tatsache, dass Freundinnen und Freunde auch auf der sozialen Netzwerkplattformen aktiv sind. Zudem melden sich die Heranwachsenden häufig zur Überwindung von Langweile an. Zu den am häufigsten genutzten Funktionen auf Facebook in dieser Altersklasse gehören das Versenden von Nachrichten, das Chatten und Liken von Bildern, Videos und Statusbeiträgen. Die befragten Kinder unterhalten sich über die Schule, Freizeitunternehmungen oder sprechen über Gefühlslagen. Zudem werden verstärkt Aktivitäten geplant und organisiert, die offline stattfinden. Gerne durchstöbern Kinder auch die Profile anderer und deren Form der Selbstdarstellung. Überraschend ist, dass sie größtenteils angeben, dass ihre Facebook-Freunde ihrem realen Freundeskreis entstammen und dass sie auf Facebook keine neuen Bekanntschaften machen. Die Studie untersuchte zudem, auf welche kindergefährdenden Inhalte die Befragten bereits gestoßen sind. Dabei gaben 35 Prozent an, dass sie bereits gewalttätigen Beiträgen begegnet sind. 25 Prozent wurden schon mal mit erotischen bzw. sexuellen Inhalten konfrontiert. Weitere 25 Prozent teilten mit, dass sie auf unangenehme Werbung gestoßen sind, die ihrer Meinung nach nicht kindergerecht ist. Grundsätzlich verdeutlichen die Ergebnisse, dass Kinder des Öfteren auf unerwünschte Inhalte treffen. Einigen ist dabei bewusst, dass diese unangemessen sind, meist wissen sie aber nicht, wie sie damit umgehen sollen. Diese Ratlosigkeit ist in Anbetracht der entwicklungspsychologischen Reifephase für die Forscher nicht verwunderlich. Für pädagogische Fachkräfte stellt dieser Aspekt jedoch eine besondere Herausforderung dar. In der Studie gaben alle Mädchen und Jungen an, dass sie an einem

freien Nachmittag lieber eine Stunde mit ihrem Freundeskreis im Freien spielen als eine Stunde auf Facebook zu verbringen.