

O'REILLY®

Das Elternbuch zu WhatsApp YouTube Instagram & Co.

Tobias Albers-Heinemann
Björn Friedrich



2. Auflage
Aktualisiert & erweitert

Tobias Albers-Heinemann und Björn Friedrich

Lektorat: Alexandra Follenius

Korrektorat: Sibylle Feldmann, www.richtiger-text.de

Satz: Ill-Satz, www.drei-satz.de

Herstellung: Stefanie Weidner

Umschlaggestaltung: Michael Oréal, www.oreal.de, unter Verwendung eines Fotos von dolgachov/iStock by Getty Images

Druck und Bindung: M.P. Media-Print Informationstechnologie GmbH, 33100 Paderborn

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN:

Print 978-3-96009-081-6

PDF 978-3-96010-216-8

ePub 978-3-96010-217-5

mobi 978-3-96010-218-2

Dieses Buch erscheint in Kooperation mit O'Reilly Media, Inc. unter dem Imprint »O'REILLY«. O'REILLY ist ein Markenzeichen und eine eingetragene Marke von O'Reilly Media, Inc. und wird mit Einwilligung des Eigentümers verwendet.

2. Auflage 2018

Copyright © 2018 dpunkt.verlag GmbH

Wiebinger Weg 17

69123 Heidelberg

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Es wird darauf hingewiesen, dass die im Buch verwendeten Soft- und Hardware-Bezeichnungen sowie Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen.

Die Informationen in diesem Buch wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Verlag, Autoren und Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für eventuell verbliebene Fehler und deren Folgen.

5 4 3 2 1 0

ÜBER DIE AUTOREN

Tobias Albers-Heinemann ist Diplom-Medienberater und Diplom-Sozialarbeiter und arbeitet als Referent für Medienpädagogik und Öffentlichkeitsarbeit im Zentrum Bildung der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau. Die Schwerpunkte des zweifachen Familienvaters liegen in den Bereichen Erwachsenen- und Familienbildung, Medienethik und -recht sowie in der aktiven Medienarbeit.

Im Internet ist der Medienpädagoge unter www.albers-heinemann.de und twitter.com/albersheinemann zu finden.



Björn Friedrich, Medienpädagoge M.A. und ebenfalls Familienvater, arbeitet bei SIN – Studio im Netz in München und beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit Social Media, Games, mobilen Anwendungen und medialen Lernarrangements.

Die aktive Medienarbeit mit Kindern und Jugendlichen zählt ebenso zu seinem Betätigungsfeld wie Informations- und Fortbildungsveranstaltungen für Eltern, Lehrer, Studierende und pädagogisch Verantwortliche.

Online ist Björn Friedrich anzutreffen unter www.björn-friedrich.de und twitter.com/bjoernfr.



Papier
plus⁺
PDF.

Zu diesem Buch – sowie zu vielen weiteren O'Reilly-Büchern – können Sie auch das entsprechende E-Book im PDF-Format herunterladen. Werden Sie dazu einfach Mitglied bei oreilly.plus⁺:

www.oreilly.plus

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	10	Medien machen einsam?	43
1. Wie sich Medien und Alltag verändern	15	Das erste Smartphone	45
Immer wenn jemand »neue Medien« sagt, falle ich vor Schreck beim Faxen aus der Postkutsche ...	17	Auch der Fernseher ist ein Medium	47
Vom Konsumenten zum ProdUSER	19	Influencer – Idole in einer Scheinwelt	49
Aufwachsen im digitalen Zeitalter	21	Einstellungen für den Kinder- und Jugendschutz	51
Kommunikationskultur im Wandel	23	3. Medien sind allgegenwärtig	53
Das Recht der Eltern auf eine analoge Lebenswelt	25	Smartphones und Apps	55
Die Angst vor Veränderungen	27	Immer erreichbar! – Digitaler Stress?	57
Denken Sie bitte nicht an rosa Elefanten	29	Einstellungen am Handy: Jugendschutz, quo vadis?	59
Mediennutzung – das Unterbewusstsein beobachtet mit	31	Smartphone-Nutzung vs. Privatsphäre	61
Gefühlte Bedrohungen und mediale Schlagwörter	33	Kinderortung auf Knopfdruck	63
Das Web ist keine virtuelle Welt neben einer echten ...	35	Smart Toys: Abhöranlagen im Kinderzimmer	65
2. Erziehung 4.0 – Medien in der Familie	37	Empfehlenswerte Medien für Kinder und Jugendliche	67
Wer lernt eigentlich von wem?	39	4. Kinder und Jugendliche im Netz – was machen die da eigentlich?	69
Eltern und ihre Vorbildfunktion	41	So nutzen Jugendliche Medien	71
		Das digitale Ich	73
		Message statt Mail: Kommunikation heute	75
		Nur Gelaber?	77

Postings, Pics und Klicks	79		
Me, Myself and my Selfie	81		
Wie Nachrichten zum User finden	83		
Virale Infos und Videos	85		
E-Partizipation und politische Beteiligung	87		
5. WhatsApp – mobiler Wegbegleiter	89		
Privatsphäre und Zugriffsrechte	91		
Kommunizieren im Chat, in Gruppen, als Broadcast	93		
WhatsApp für Kinder? Teil 1	95		
WhatsApp für Kinder? Teil 2	97		
Ist WhatsApp alternativlos?	99		
Löschen des WhatsApp-Accounts	101		
6. YouTube – das neue Leitmedium der Jugend	103		
Suchen und informieren	105		
Mit und ohne Benutzerkonto	107		
Videos von YouTube downloaden	109		
Kanäle, Abos und Playlisten	111		
Nutzungsmotive: Bildung, Erfahrung, Selbstdarstellung	113		
YouTube-Star werden	115		
Geld verdienen mit YouTube	117		
YouTube als Social Network	119		
YouTube Kids: Video-App für Kleine	121		
360-Grad-Videos und Virtual Reality	123		
7. Instagram, Snapchat, musical.ly & Co.	125		
Instagram: von der Foto-App zur Onlinecommunity	127		
Instagram-Einstellungen und -Eigenschaften	129		
Snapchat – eine Reaktion auf Bilderflut und Sammelwut	131		
Nutzungs- und Einstellungsmöglichkeiten von Snapchat	133		
musical.ly: Video Kills the TV-Stars	135		
Tipps zu musical.ly	137		
Facebook – das erwachsene Netzwerk	139		
Twitter – die Welt in 280 Zeichen	141		
ask.fm & tellonym: anonyme Kommunikation	143		
Mediastreaming via Spotify, Netflix, Amazon & Co.	145		
kinox.to, movie4k, Kinokiste & Co.	147		
8. Let's Play: Spiele für PCs, Konsolen und Smartphones	149		
Homo ludens: Spielen ist menschlich	151		
Von Pong zu Clash Royale: die Evolution digitaler Spiele	153		
Was wird da gespielt? – Eine kleine Genrekunde	155		
Faszination und Flow-Erlebnis	157		

Gewalt in Games	159
Let's Play-Videos: zusehen statt spielen	161
Games als Kreativ-Werkzeuge	163
Alterskennzeichnungen und Jugendschutzeinstellungen	165
»Spielregeln« für die Medienerziehung	167

9. Eltern im Netz – wie begleite ich mein Kind?

Mein Kind will ... – was nun?	171
Unsere drei Möglichkeiten	173
Wenn andere von der Brücke springen ...	175
Eine Frage des Alters	177
Gemeinsam einen Account anlegen	179
Begleiten oder kontrollieren?	181
Vom behüteten Schutzraum hin zur jugendlichen Eigenverantwortlichkeit	183
Regeln für Kinder – und auch für Eltern	185
Angemessene Nutzungszeiten Teil 1	187
Angemessene Nutzungszeiten Teil 2	189
Info: Computersucht	191
Aktive Medienarbeit als Prävention	193
Medienbildung in der Schule	195
Handyverbot vs. Digitalisierung der Bildung	197
Coding, Making & Robotic	199
Fazit	201

10. Was Sie und Ihr Kind wissen sollten ...

Fakt oder Fake Teil 1: kritischer Umgang mit Inhalten	205
Fakt oder Fake Teil 2: das Leben in der Filterblase	207
Strategien für einen Faktencheck	209
Big Data: ein Schnitzelbrötchen für den Bürger aus Glas	211
Big Data: Facebook und unsere Daten	213
Facebook – eine Frage der richtigen Einstellung	215
Was Metadaten über uns aussagen	217
Mein Passwort kenne nur ich	219
Digitale Daten	221
Sensible Daten oder öffentlicher Plausch?	223
Medienrecht Teil 1 – Urheberrecht	225
Medienrecht Teil 2 – das Recht am eigenen Bild	227
Fotos ohne Erlaubnis veröffentlichen?	229
Freie Inhalte	231
Gesichtserkennung	233
Was will ich von mir selbst preisgeben?	235
Ein Foto oder Video löschen	237
Ein Foto oder Video melden	239
Eine Markierung bei Facebook entfernen	241
Was du nicht willst ...	243

11. Was tun bei Stress im Netz?

Cybermobbing	247
Mögliche Symptome	249
Die rechtliche Situation	251
Verhaltensregeln für Jugendliche	253
Tipps für Eltern	255
Sexting	257
Fremde Freunde	259
Gefälschte Accounts	261
»Entfreunden« und blockieren	263
Hate-Speech und Onlinehetze	265
Kommunikationskultur im Social Web	267
Extremismus im Netz	269
Nicht alles, was uns nicht gefällt, ist auch verboten	271
Jugendgefährdende Inhalte melden	273

12. Die nervigen Nachbarn: Werbung, Kostenfallen, Viren und Trojaner

WhatsApp & Co.: kostenlos, aber milliardenschwer	277
Das Geschäftsmodell der Gratisdienste	279

Im Visier von personalisierter Werbung	281
In-App-Käufe, free2play-Spiele und Lootboxen	283
Kostenfallen und Abzocke	285
Was kann ich gegen Kostenfallen tun?	287
Spam und Hoaxes	289
Onlinebetrug	291
Viren, Würmer und Trojaner	293
Wie kann ich mich vor Schädlingen schützen?	295
Das Geschäft mit Abmahnungen	297
Displaysperre und Passwortsicherheit	299

13. Hilfreiche Linktipps

Angebote für Kinder und Jugendliche	303
Angebote für Eltern und Fachkräfte	305
Medien verstehen und anwenden: Praxisprojekte mit Kindern und Jugendlichen	307
Nicht das Ende, aber der Schluss!	309

Index	311
--------------	-----

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser, liebe Eltern,

vielen Eltern fällt es nicht leicht, die **Medienaktivitäten** ihrer Kinder richtig einzuordnen und kompetent zu begleiten, besonders wenn sie selbst nicht (oder nur sporadisch) bei diesen Diensten aktiv sind. Zudem wächst die erzieherische Aufgabe, die Kinder auf eine digitale Welt vorzubereiten, in der man sich vielleicht selbst gar nicht so gut auskennt. Die Tatsache, dass durch verschiedenste **Medienberichte** die Angst vor derartigen Angeboten geschürt wird, macht den Umgang damit nicht gerade leichter.

Die technischen Entwicklungen der vergangenen 20 Jahre haben unsere **Gesellschaft grundlegend verändert**. Waren wir es in unserer Kindheit noch gewohnt, mit dem schnurgebundenen Festnetztelefon im Haus innerdeutsche Ferngespräche aus Kostengründen erst ab 18 Uhr zu führen, kommunizieren wir heute zeit- und ortsunabhängig und nutzen dabei eine Vielzahl an digitalen Kanälen. Die Entwicklung neuer Medienangebote schreitet rasend schnell voran: Smartphones gehören heute für Jugendliche und Erwachsene zur Standardausstattung, und stetig wächst die Vielfalt der Angebote wie WhatsApp, Instagram, YouTube, musical.ly & Co.

Sie als Eltern mag es irritieren, wie oft und wie **intensiv** Ihre Kinder Medien nutzen, und im Besonderen verwirrt es Sie vielleicht, wenn die Kinder diverse Dinge am Computer oder Smartphone gleichzeitig tun, wenn sie beispielsweise Hausaufgaben machen, dabei Musik hören und zudem bei WhatsApp mit mehreren Leuten parallel chatten. Ob das dem schulischen Erfolg Ihrer Sprösslinge nützt oder schadet, das sehen Sie an den Noten, dementsprechend müssen Sie möglicherweise handeln.

Was also tun? Smartphones und Angebote wie WhatsApp und YouTube **verbieten**? Das wäre ein Unterfangen, das nur schwer umsetzbar ist und zudem auf wenig Gegenliebe (und somit auf massiven Widerstand) stoßen würde. Oder lassen wir der Entwicklung einfach ihren Lauf – denn letztendlich kennen sich unsere Kinder eh viel besser mit der ganzen Technik aus –, aber was wird dann aus dem Erziehungsauftrag, den wir als Eltern haben?

Gibt es überhaupt eine Möglichkeit, unsere Kinder kompetent in ihrer Mediennutzung zu begleiten, ohne selbst ein Computer- oder Internetexperte zu sein?

Wir sind davon überzeugt, dass es einen solchen Weg gibt, und wollen Sie mit diesem Buch unterstützen und darin bestärken, ihn zu gehen. Als **Medienpädagogen** haben wir bei unserer Arbeit mit Kindern, Jugendlichen, Eltern und Multiplikatoren bereits umfangreiche Erfahrungen zur Thematik »Medien in der Familie« gesammelt, die in dieses Buch eingeflossen sind und die Basis für unsere Ausführungen bilden.

Wir möchten daher versuchen, Ihnen auf den folgenden Seiten einen **Einblick in den jugendlichen Medienalltag** zu geben und Ihnen aufzuzeigen, worin aus Sicht eines Jugendlichen die faszinierenden und attraktiven Aspekte von Angeboten wie WhatsApp bestehen. Dies kann hoffentlich ein Beitrag dazu sein, dass in Ihrer Familie möglichst wenig aneinander vorbeigeredet wird und vielmehr beide Seiten einen »kleinsten gemeinsamen Nenner« finden, auf den sie sich einigen können.

Zugleich möchten wir Ihnen einige **mögliche Stolperfallen und Schattenseiten** aufzeigen, vor denen Sie und Ihre Kinder auf der Hut sein sollten. Allerdings versuchen wir, abseits der weitverbreiteten medialen Panikmache einen unaufgeregten und pragmatischen Blick auf diese negativen Aspekte zu werfen.

Damit wir uns nicht falsch verstehen: Onlineangebote können selbstverständlich nur eine **Ergänzung zum sozialen Umfeld** Ihrer Kinder sein. Natürlich brauchen Jugendliche neben Onlinekontakten auch einen Freundeskreis in der Schule oder der Nachbarschaft, benötigen Hobbys außerhalb von Medienwelten und nutzen Smartphone-Apps möglichst nur als Ergänzung ihres Alltags. Doch verfallen Sie bitte nicht in die Versuchung, die »digitale Welt« und das »echte Leben« gegeneinander auszuspielen, denn diese beiden Aspekte konkurrieren nicht miteinander, sondern ergänzen sich und gehören zusammen.

Warum die Nutzung von WhatsApp, Facebook & Co. unserer Meinung nach unbedenklich ist, wenn sie im richtigen Maße geschieht, das erklären wir Ihnen auf den folgenden Seiten. Was wir jedoch nicht liefern können, sind **Pauschallösungen**: Sie dürfen sich dieses Buch nicht wie ein Kochbuch vorstellen, nach dessen Lektüre Sie eine perfekte Medienerziehung »zubereiten« können. Unser Anlie-

gen ist es, Sie aufzuklären, zum Nachdenken anzuregen und Ihnen Hilfestellungen zu geben, aber es gibt – wie immer in der Pädagogik – keine Musterlösung für eine gelungene Erziehung.

Auch mit konkreten **Vorgaben** wie Alters- und Zeitempfehlungen oder festen Regeln sind wir zurückhaltend, weil wir glauben, dass ein Buch nicht der richtige Rahmen für derartige Empfehlungen ist. Dazu sind Sie als Leserschaft viel zu vielschichtig und unterschiedlich, Sie haben Kinder in unterschiedlichen Altersklassen, und jedes Ihrer Kinder ist ein Individuum. Aus diesem Grund möchten wir keine pauschalen Lösungsvorschläge liefern.

Übrigens haben wir meist eine geschlechtsneutrale Schreibweise verwendet, um Ihnen das Lesen zu erleichtern. Wenn von Nutzern, Usern oder Schülern die Rede ist, sind aber selbstverständlich weibliche wie männliche Personen gemeint.

Wir hoffen, dass Ihnen unser Buch **Informationen und Denkanstöße** liefert, um Sie in Ihrer Medienerziehung zu unterstützen und zu stärken. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen viel Spaß beim Lesen und anregende Einblicke in die Welt der digitalen Kommunikation!

Tobias Albers-Heinemann und Björn Friedrich



KAPITEL 1 |

Wie sich Medien und Alltag verändern

Vielleicht denken Sie auch ab und zu, dass Ihr Kind viel zu viel Zeit vorm Computer oder am Handy verbringt? Schnell eine »WhatsApp« oder andere Kurznachrichten am Smartphone getippt, nebenbei eine E-Mail bekommen, ein YouTube-Video angeschaut und zwei Fotos auf Instagram veröffentlicht – es entsteht ein leicht chaotisches Bild, ein Eindruck, als ginge alles drunter und drüber und als seien Jugendliche gar nicht mehr Herr ihrer medialen Lage.

Dazu kommen noch Schlagwörter in Zeitschriften oder Broschüren wie Sexting, Datenschutz, Cybermobbing, Abzocke, Porno usw., die bei uns Erwachsenen das Bedürfnis wecken, präventiv und schützend in den Medienalltag der jüngeren Generation einzugreifen. Dabei lassen wir aber außer Acht, dass Jugendliche in einem ganz anderen medialen Umfeld aufwachsen als wir früher.

Die **Lebenswelt**, also das, was in dem direkten Umfeld einer Person als normal empfunden wird, verändert sich. Und das hat sie schon immer gemacht. Farbfernsehen, mehrere TV-Sender, CDs – das alles war in unserer Jugend völlig normal. Aber auch damals gab es Warnungen vor überhöhtem Medienkonsum und rechteckigen Augen, meistens von Menschen, die mit Schwarz-Weiß-Fernsehen und Wählscheibentelefon aufgewachsen sind.

In den nun folgenden Kapiteln möchten wir mit Ihnen zusammen einen Blick auf die Lebenswelt der jüngeren Generation werfen. Denn nur wenn wir wissen und verstehen, wie unsere Kinder Medien nutzen, sind wir in der Lage, wirkungsvolle Strategien für die **Medienerziehung** zu entwickeln.



»Neue Medien«? Die gibt es heute nicht mehr.

Immer wenn jemand »neue Medien« sagt, falle ich vor Schreck beim Faxen aus der Postkutsche ...

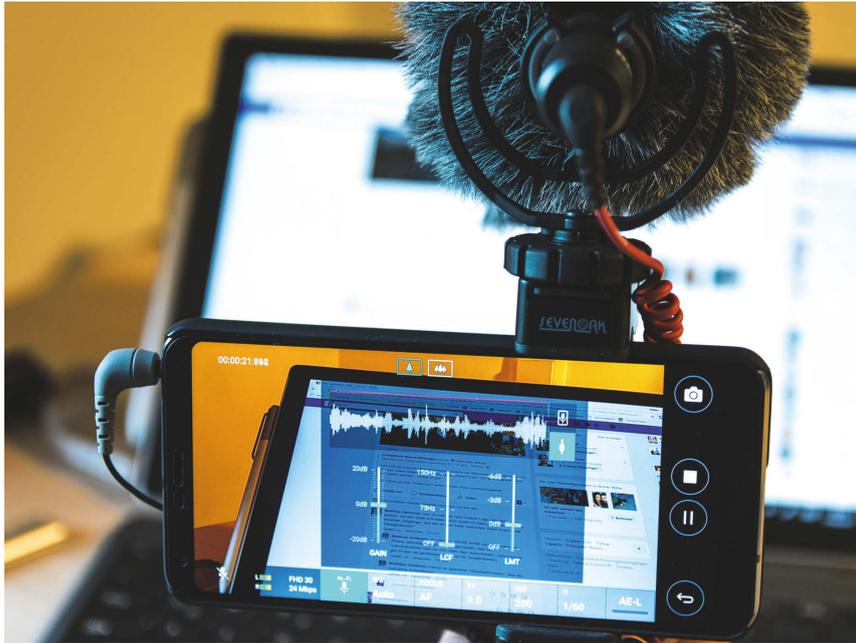
Mittlerweile sind sechs Jahre seit unserem ersten »Facebook-Elternbuch« vergangen, in dem wir am Ende einen Blick in die Zukunft geworfen hatten. Bereits damals war absehbar, dass unsere Medienutzung immer mobiler wird, dass Internet und Alltagsgegenstände immer weiter verschmelzen. Bereits damals war es unser Anliegen, zu zeigen, wie sehr digitale Medien dabei sind, unsere Gesellschaft zu prägen, und inwiefern sich Lebenswelt, Kommunikation und Jugendkultur verändern. In all diesen Jahren gab und gibt es jedoch ein Schlagwort, das immer wieder vorkommt und in unseren Augen viel zu viel Aufmerksamkeit findet: **Neue Medien**.

Gemeint sind hier seit vielen Jahren Medien, die nicht in das Format der klassischen **Bürgermedien** Radio, Fernsehen und Zeitung passen und somit gefühlt gesellschaftliche Begleiterscheinungen darstellen, weil sie sich von dem Bekannten und Gewohnten absetzen. Begleiterscheinungen, die wir ruhig mal beobachten können, aber nicht unbedingt ernst nehmen müssen. Begleiterscheinungen, die uns suggerieren, dass es für uns, für Schulen, Eltern und den Rest der Gesellschaft noch eine Schonfrist für die inhaltliche Auseinandersetzung gibt.

Beobachten wir allerdings, wie sehr digitale Medien in so kurzer Zeit die Gesellschaft verändert haben, wie selbstverständlich es heute ist, über Smartphones zu kommunizieren, wie normal Alltagsgegenstände und Spielsachen mit GPS, Kamera und einer WLAN-Verbindung sind und wie schnell das Alter sinkt, in dem Kinder ihr erstes Smartphone bekommen, sollte klar sein:

Tipp

Neue Medien sind nicht mehr neu. Sie sind elementarer Bestandteil unserer digitalen Gesellschaft und sind – ob wir es wollen oder nicht – Bestandteil unseres Lebens. Gehen wir also das Thema konstruktiv an!



Das Smartphone, ein Video- und Tonstudio für die Hosentasche

Vom Konsumenten zum ProdUSER

Erinnern Sie sich noch daran, wie Ende der Neunziger die ersten Internetseiten aussahen? Oder gehörten Sie vielleicht sogar zu den wenigen, die bereits damals eine eigene Internetseite besaßen und diese auch selbst programmiert hatten? Jedenfalls war es ein enormer Aufwand, eine eigene Homepage zu programmieren, auch wenn man »nur« Texte veröffentlichen wollte. Die meisten Menschen, die in dieser Zeit einen Internetanschluss besaßen, nutzten das Web, um zu konsumieren. Es wurde von einer Seite auf die andere gesurft, um sich Informationen zu besorgen. Viel mehr war gar nicht möglich, zumindest nicht ohne die Kenntnisse einer Programmiersprache.

Diese Hürde wurde durch die ersten **WYSIWYG**-Editoren (**W**hat **Y**ou **S**ee **I**s **W**hat **Y**ou **G**et) beseitigt. In einer grafischen Oberfläche konnten Texte und Bilder wie in einem Word-Dokument erstellt werden. Der Editor wandelte dann diese Informationen in die entsprechende Programmiersprache um. So war es Ende der Neunziger für viele »Laien« erstmals möglich, von der Konsumentenrolle in die des Produzenten zu wechseln.

Die wirklich entscheidende Wende brachte zu Beginn des neuen Jahrtausends das sogenannte **Web 2.0**, das nicht als bessere Version eines bestehenden Internets zu verstehen ist, sondern vielmehr als Überbegriff eines neuen »**Mitmach-Webs**«. Durch neue Programmierstandards war es plötzlich für den Konsumenten möglich, ohne technisches Wissen Inhalte ins Internet zu stellen. Die besten Beispiele hierfür sind Facebook, Wikipedia und YouTube. Texte, Bilder und später auch Videos sowie andere digitale Inhalte konnten ohne großen Aufwand veröffentlicht und anderen Menschen zugänglich gemacht werden. Jeder hatte die Möglichkeit, die digitale Aktion eines anderen zu kommentieren und sich zu beteiligen. Es entstand das, was man später als **Social Web**, also als soziales Netz bezeichnete. Damit veränderte sich auch die Rolle des Surfers, der zuvor entweder als Konsument oder als Benutzer (User) tätig war. Durch die Beteiligungsmöglichkeiten des Web 2.0 entstand eine Mischform aus Produzent und User: der **ProdUSER**.



Smartphones, Apps und digitale Kommunikation gehören für Jugendliche zum Alltag.

Aufwachsen im digitalen Zeitalter

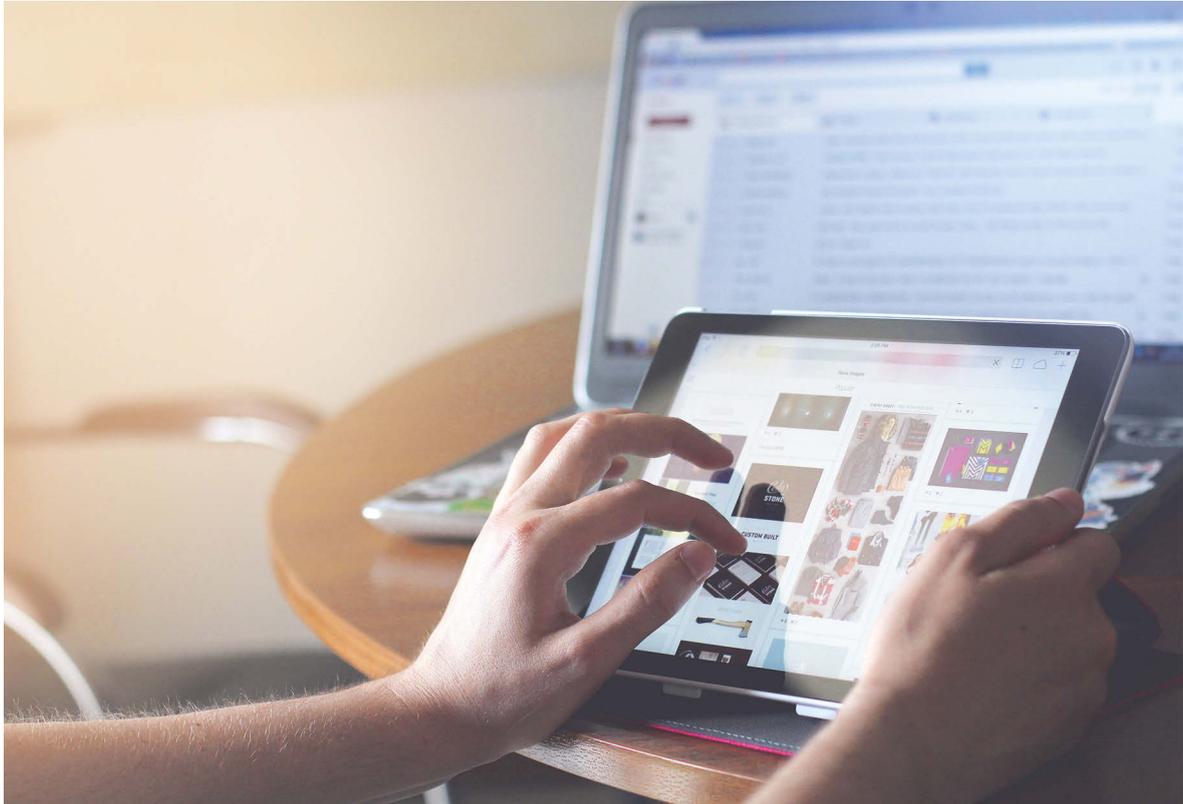
Kinder und Jugendliche wachsen heute unter anderen Gegebenheiten auf als wir damals. Internet, Computer, Smartphones – das alles sind Medien, die einfach da sind, sie gehören für junge Menschen in die normale alltägliche Umgebung wie für uns früher das Telefon oder der Fernseher. Aus diesem Grund reden wir auch bei Menschen, die mit digitalen Medien aufwachsen, von **Digital Natives**, also digitalen Eingeborenen, wobei nicht der Eindruck entstehen soll, dass allein durch das Aufwachsen in einer medialen Umgebung automatisch die hierfür notwendigen Handlungskompetenzen vorhanden sind.

Diese Eingeborenen können also im Prinzip gar nicht wissen, wie es ist, ohne Medien im Alltag auszukommen. Sie werden groß mit medialen Nutzungsformen, die sich in den letzten Jahren bei uns Erwachsenen etabliert haben, also Nachrichten per Smartphone schreiben, Informationen »googeln« und Bilder von der Digitalkamera am Computer verwalten. Dass die Fotos früher einmal in einer Dunkelkammer entwickelt werden mussten, dürfte für einen großen Teil der Kinder und Jugendlichen unbekannt sein.

Die tollen Möglichkeiten, die das Web 2.0 also bietet und an die sich unsere Generation erst gewöhnen musste, stehen jungen Menschen von Anfang an zur Verfügung. Kinder und Jugendliche fangen in ihrer **Mediensozialisation** auf einer ganz anderen Ebene an als Erwachsene und haben dadurch auch ganz andere Möglichkeiten, sich mit der Vielfalt des digitalen Angebots auseinanderzusetzen. **Das jugendliche Bedürfnis nach Kommunikation, Gemeinschaft, Interessenaustausch und sozialer Integration trifft auf die sozialen und interaktiven Möglichkeiten des Internets.**

Tipp

Der Umgang mit Medien ist für Kinder und Jugendliche normal, und auch dass manche Eltern das Gefühl haben, mit der ganzen Entwicklung nicht mithalten zu können, ist kein Grund zur Panik.



Die Veränderung der Kommunikation bringt neue Anforderungen an uns mit.

Kommunikationskultur im Wandel

Diejenigen von uns, die bereits ein Leben vor dem digitalen Zeitalter kennengelernt und gelebt haben, werden auch als **Digital Immigrants** bezeichnet, also digitale Einwanderer. Als Einwanderer sind wir mit einer bestimmten Kultur der Kommunikation aufgewachsen, die sich auch in den für uns traditionellen Medien wie Fernsehen, Zeitung und Radio wiederfindet. Es gab Sender, die von ihnen gesendeten Botschaften und deren Empfänger.

In der sich immer weiter entwickelnden medialen Gesellschaft verändert sich allerdings auch immer mehr dieses klassische Modell der Kommunikation. Die eindimensionalen und eindeutig trennbaren Rollen, beispielsweise **Sender und Empfänger, Journalist und Publikum, öffentlich und privat**, sowie die damit verbundenen Funktionen verschmelzen zusehends.

Hierdurch entstehen einerseits zahlreiche neue Möglichkeiten der **Zusammenarbeit** und der **Vernetzung**. Menschen können sich über Ländergrenzen hinweg in Echtzeit verständigen und rund um die Uhr informieren. Staatlich regulierte Informationen in Krisengebieten können beispielsweise in ein völlig neues Licht gerückt werden, und durch die Quellenvielfalt ist jeder Mensch in der Lage, sich eigene objektive Bilder zu erstellen. Auf der anderen Seite entsteht durch diese neue Freiheit auch eine nicht zu unterschätzende Herausforderung für die Gesellschaft. **Fake-News** und **Filterblasen** sind hier wesentliche Stichwörter, mit denen wir uns in Kapitel 10 noch intensiv beschäftigen werden.

Der allseits bekannte Spruch »... ich muss es nicht wissen, ich muss nur wissen, wo es steht« hat dank dieser Informationsvielfalt heute keine Gültigkeit mehr, denn wir finden alles, was wir suchen, per Google, YouTube und Facebook. Heute muss es heißen: »... ich muss wissen, wie ich die gefundene Information bewerten kann«.



Die Digitalisierung macht analoge Lebenswelten keineswegs überflüssig!

Das Recht der Eltern auf eine analoge Lebenswelt

Kinder und Jugendliche wachsen in einem anderen medialen Umfeld und einer anderen **Lebenswelt** auf als wir damals, das wissen wir jetzt. Die Frage, die sich einige Eltern vielleicht stellen, ist, ob wir Erwachsenen jetzt alles vergessen müssen, womit wir aufgewachsen sind, nur um unsere Kinder in ihrem medialen Alltag begleiten und unterstützen zu können und um unseren erzieherischen Ansprüchen gerecht zu werden? Sind denn all unsere medialen und analogen Erfahrungen sowie unsere Kommunikationsformen hinfällig geworden und längst überholt?

NEIN!

Gerade wir sind jetzt in der wunderbaren Situation, die Entwicklung der Medien mit anderen Augen betrachten zu können als diejenigen, die das Leben ohne sie nicht kennen. Wir haben gesehen und erlebt, wie schnell sich Medien entwickeln, und können erahnen, dass diese Entwicklung in den nächsten Jahren nicht aufhören wird. Es ist manchmal gar nicht verkehrt, eine Entwicklung mit anderen – skeptischen – Augen zu verfolgen.

Auch wenn wir selbst nicht alles kennen und teilweise auch nicht in der Lage sind, diese Medien zu nutzen, können wir mit Interesse und Engagement unsere Kinder befähigen, Medien kritisch zu betrachten und sie kreativ und zielgerichtet anzuwenden. Wir wissen, wie schnell sich Dinge verändern können.

Tipp

Vielleicht sind wir technisch nicht versiert genug, um in verschiedenen Netzwerken die Freunde unserer Kinder zu sein – aber wir sind sicherlich erfahren genug, um unseren Kindern als Eltern zur Seite zu stehen.



L'Arrivée d'un train à La Ciotat (Louis Lumière, 1896)

1.800 Aufrufe

17 0 TEILEN ...

Nächstes Video

AUTOPLAY

Arrival of a Train at La Ciotat (1895) | IFI Player
Independent Film Institute
241 Aufrufe

Ein einfahrender Zug sorgte 1896 in einem Kino für eine Massenpanik.

Die Angst vor Veränderungen

Damit wir unsere Kinder unvoreingenommen und konstruktiv unterstützen können, müssen wir uns bewusst machen, was uns selbst in diesem Vorhaben blockieren könnte. Schon immer gab es in der Menschheitsgeschichte Momente, in denen große Veränderungen zunächst mit **Skepsis** oder auch mit **Angst** aufgenommen wurden, was erst einmal nichts Schlimmes ist, gäbe es nicht eine Vielzahl unbewusster **Angstabwehrmechanismen**, wie zum Beispiel Ablehnung, Verdrängung, Vermeidung etc. Die Angst vor einer Veränderung, vor dem Verlust der gewohnten **Lebenswelt** und der eigenen Identität kann sehr leicht auf eine neue kulturtechnologische Entwicklung projiziert werden, deren Potenzial wir vielleicht nur erahnen können.

Eine psychologisch »normale« Reaktion hierauf könnte die komplette Verweigerung oder Vermeidung des Themas sein. Im Jahr 1795 sprach beispielsweise Johann Rudolph Gottlieb Beyer in der »Academie nützlicher Wissenschaften zu Erfurt« über die **Lesesucht**: *»Die erzwungene Lage und der Mangel aller körperlichen Bewegung beim Lesen in Verbindung mit der so gewaltsamen Abwechslung von Vorstellungen und Empfindungen führt zu Schlawheit, Verschleimung, Blähungen und Verstopfungen in den Eingeweiden, ...«*

Dass eine neue Technologie erst einmal in der Gesellschaft ankommen muss, hat auch vor über 120 Jahren der erste Stummfilm im Kino gezeigt, der unter anderem für eine **Massenpanik** sorgte. Im Jahr 1896 zeigten die Gebrüder Lumière, wie ein Zug in den Bahnhof von La Ciotat einfährt. Die Besucher, die eine solche filmische Darstellung überhaupt nicht kannten, verließen fluchtartig den Raum – offensichtlich aus Schrecken angesichts dieser nicht realen und zugleich doch erstaunlich realistischen Abbildung.

Die Geschichte zeigt, dass viele Technologien und Medien, die für uns Eltern zu unserer Kindheit und Jugend selbstverständlich waren, in ihrer Entstehung teilweise mehr als kritisch betrachtet wurden. Selbstverständlich ist nicht alles gut, was neu ist, aber die innere Auseinandersetzung mit einem solchen Thema fällt wesentlich leichter, wenn sie **vorbehaltlos und angstfrei** geschieht.



Rosa Elefanten begleiten uns ständig in unserem Alltag.

Denken Sie bitte nicht an rosa Elefanten

Sie fragen sich an dieser Stelle bestimmt, was ein **rosa Elefant** mit der Mediennutzung zu tun hat? Die Antwort: eine ganze Menge!

Verwirrt? Gut, tun Sie uns dann bitte mal den Gefallen und denken Sie jetzt **nicht** an einen rosa Elefanten. Noch einmal: Denken Sie **nicht** an den rosa Elefanten.

Haben Sie es geschafft? Haben Sie nicht an den rosa Elefanten gedacht? Obwohl wir uns selbst in diesem Moment vornehmen, nicht an diesen rosa Elefanten zu denken, geht uns das Bild jetzt nicht mehr aus dem Kopf.

Allein schon dadurch, dass in den letzten Sätzen sechsmal vom rosa Elefanten die Rede war und Sie auf der Bildseite die Abbildung eines solchen sehen, hat sich das Bild im Kopf festgesetzt, auch wenn die Aufgabe lautete, nicht daran zu denken.

Dies ist ein rein psychologischer Effekt. Allein durch die Nennung der ungewöhnlichen und kontrastierenden Wörter »rosa« und »Elefant« entsteht ein Bild im **Unterbewusstsein**. Diesem ist es übrigens ziemlich egal, ob in dem Satz ein »nicht« oder ein »kein« oder ein »ohne« drinsteht. Es konzentriert sich auf das eigentliche Schlagwort.

Immer also, wenn wir etwas für uns Ungewöhnliches lesen, stellen wir es uns unbewusst vor und erschaffen ein Bild, das dann auch abgespeichert wird. Diese Bilder bleiben zunächst einmal im Unterbewusstsein und erscheinen erst wieder, wenn Sie neue Informationen aufnehmen, die Ihr Gehirn damit verbindet. Vielleicht müssen Sie das nächste Mal, wenn Sie wieder einen rosa Elefanten sehen, an dieses Buch hier denken.

Aber wieso hat das etwas mit der Mediennutzung unserer Kinder zu tun?



100.000 Teenager betroffen Süchtig nach Instagram und Co.



01.03.2018 12:00 Uhr

Ständig chatten, posten, liken: Etwa 100.000 Teenager in Deutschland sind laut einer Studie süchtig nach sozialen Medien. Die Forscher sehen ein erhöhtes Risiko für Depressionen.



"Wichtig ist, dass die virtuelle Welt nicht die reale Welt dominieren darf", sagt Andreas Storm, Vorstand der Krankenkasse DAK, über die Social-Media-Abhängigkeit bei Jugendlichen.

5 min | 01.03.2018

Unsachliche Überschriften und Bilder sind nicht förderlich für eine kritische Auseinandersetzung.

Mediennutzung – das Unterbewusstsein beobachtet mit

»WhatsApp, Instagram und Co. – so süchtig macht Social Media« ist der Titel einer **aktuellen Studie**, die Anfang 2018 von der DAK-Versicherung veröffentlicht wurde und für rege Diskussionen sorgte. Wieder einmal wurde festgestellt, dass viele Kinder und Jugendliche süchtig nach sozialen Medien sind. Ohne das wichtige Thema **Medienabhängigkeit** geringschätzen zu wollen, soll es hier aber um die psychologischen Folgen einer solchen einseitigen Berichterstattung gehen.

In ihrer kritischen Auseinandersetzung mit der Studie schreibt Prof. Dr. Angelika Beranek von der Hochschule München: *»Schwierig finde ich solche Studien immer, wenn sie Angst schüren – wobei dies gerade vor allem in den Rezeptionen der Studie in den großen Medien durch unsachliche Überschriften wie ›Viele sind süchtig/können nicht mehr ohne Social Media leben‹ geschieht. Dies führt in der Praxis dazu, dass das Thema in vielen Familien hochkocht, unnötige Konflikte entstehen und die Medienerziehung eher misslingt als gelingt.«*

An dieser Stelle kommt nun unser **rosa Elefant** ins Spiel. Obwohl viele Menschen sich nicht mit der Studie befasst haben, nehmen sie lediglich das Wort »Internetsucht« als Ergebnis wahr. Dieses negative Schlagwort setzt sich im Unterbewusstsein fest und kommt genau dann wieder hervor, wenn wir denken, dass sich unsere Kinder mal wieder zu lange mit dem Smartphone beschäftigen.

Es ist keine böse Absicht der Eltern, die wahrgenommene Mediennutzung der eigenen Kinder mit dem Wort Sucht zu verbinden, sondern eher ein psychologischer Effekt, der aus der erzieherischen Sorge heraus entsteht. Objektiv können Sie sich in Kapitel 9 mit dem Thema Medienabhängigkeit auseinandersetzen.



Wo vor Gefahr gewarnt wird, kann diese nicht weit entfernt sein.