



Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Angewandte Psychologie

Bachelor Thesis 2016

**Vermittlung von Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche  
durch Eltern**

Verfasserin  
Praxispartner  
Begleitender Dozent

Benen Medini  
Swisscom AG  
Prof. Dr. Holger Horz

## Abstract

Medien, insbesondere die digitalen Medien, sind fest und vielschichtig in den Alltag von Kinder und Jugendlichen integriert. Die Förderung der Medienkompetenz von Kinder und Jugendlichen ist deshalb von zentraler Bedeutung. Dabei nimmt das medienerzieherische Handeln von Eltern heutzutage eine prominente Position in der Diskussion um die fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft ein. In Zusammenarbeit mit der Siwsscom AG wurden im Rahmen dieser Bachelorarbeit die Massnahmen fokussiert, welche Eltern bei der Vermittlung von Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche unterstützen können. Diese Arbeit setzt sich detailliert mit dem Thema Medienkompetenz, nach dem Modell von Groeben, auseinander. Eine empirische Untersuchung, welche sich aus vier Experteninterviews und einer Elternbefragung zusammensetzt, fokussiert die Medienkompetenz der Eltern sowie der Kinder und Jugendlichen in der Schweiz und generiert Empfehlungen welche Eltern dazu verhelfen, Medienkompetenz an Kinder zu vermitteln und gezielt zu fördern.

Schlüsselwörter: Kinder, Jugendliche, digitale Medien, Medienerziehung, Medienkompetenz, Eltern, Massnahmen, Groeben.

Zeichen: 127'370 (inkl. Leerzeichen und ohne Anhang)

## Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, die vorliegende Bachelor Thesis selbstständig, ohne Mithilfe Dritter und nur unter Benutzung der angegebenen Quellen verfasst zu haben. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Benen Medini

Bern, 8. Juni 2016

# Inhaltsverzeichnis

ABSTRACT.....	III
EIDESSTÄTTLICHE ERKLÄRUNG .....	IV
INHALTSVERZEICHNIS .....	V
ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....	VI
TABELLENVERZEICHNIS .....	VI
1 EINLEITUNG .....	1
1.1 AUSGANGSLAGE UND PRAXISPARTNER .....	1
1.2 FRAGESTELLUNG UND AUFBAU .....	2
2 BEGRIFFSERKLÄRUNG UND BEGRIFFSABGRENZUNG.....	3
2.1 DIGITALE MEDIEN.....	3
2.2 MEDIENKOMPETENZ .....	4
2.3 MASSNAHMEN.....	4
2.4 ELTERN.....	4
2.5 KINDER UND JUGENDLICHE .....	4
3 THEORETISCHE GRUNDLAGEN.....	5
3.1 MEDIENKOMPETENZ NACH GROEBEN .....	6
3.2 KINDER UND MEDIENKOMPETENZ: ENTWICKLUNG DER MEDIALEN ZEICHENKOMPETENZ .....	10
3.3 ELTERN UND MEDIENKOMPETENZ.....	13
4 METHODEN .....	14
4.1 FORSCHUNGSDESIGN .....	15
4.2 DATENERHEBUNG .....	16
4.3 LITERATURRECHERCHE .....	16
4.4 DOKUMENTENANALYSE SWISSCOM .....	16
4.4.1 EXPERTENINTERVIEWS .....	17
4.4.2 FRAGEBOGEN .....	19
5 ERGEBNISSE.....	23
5.1 ERGEBNISSE LITERATURRECHERCHE UND DOKUMENTENANALYSE .....	23
5.2 ERGEBNISSE EXPERTENINTERVIEWS .....	24
5.3 ERGEBNISSE FRAGEBOGEN.....	29
6 DISKUSSION .....	33
7 FAZIT .....	39
LITERATURVERZEICHNIS.....	40
ANHANG.....	42
ANHANG A .....	42
ANHANG B .....	47
ANHANG C .....	50
ANHANG D.....	61
ANHANG E.....	68
ANHANG F.....	102

## Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: GERÄTEBESITZ SCHWEIZER HAUSHALTE MIT JUGENDLICHEN JAMES STUDIE (2014). WILLEMSE, I., WALLER, G., GENNER, S., SUTER L., OPPLIGER S., HUBER, A.-L. & SÜSS, D. (2014). JAMES - JUGEND, AKTIVITÄTEN, MEDIEN - ERHEBUNG SCHWEIZ. ZÜRICH: ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN.) .....	1
ABBILDUNG 2: FORSCHUNGSDESIGN (EIGENE DARSTELLUNG).....	15
ABBILDUNG 3: HILFLOSIGKEIT BEI PROBLEMEN MIT COMPUTER (EIGENE DARSTELLUNG).....	30
ABBILDUNG 4: MEDIENNUTZUNGSZWECKE DER KINDER UND JUGENDLICHEN (EIGENE DARSTELLUNG). .....	31
ABBILDUNG 5: MEDIENNUTZUNGSZWECKE DER ELTERN (EIGENE DARSTELLUNG).....	31
ABBILDUNG 6: SOZIALE BEZIEHUNGEN IM INTERNET (EIGENE DARSTELLUNG).....	32
ABBILDUNG 7: COMPUTERSPIELE MACHEN DIE MENSCHEN EINSAM (EIGENE DARSTELLUNG).....	32
ABBILDUNG 8: GEMEINSAMES KONSUMIEREN VON KINDERFILMEN (EIGENE DARSTELLUNG). .....	34
ABBILDUNG 9: GEMEINSAMES KONSUMIEREN VON GAMES (EIGENE DARSTELLUNG). .....	34
ABBILDUNG 10: DISKUSSION ZEIT (EIGENE DARSTELLUNG). .....	37
ABBILDUNG 11: DISKUSSION ÜBER INHALT (EIGENE DARSTELLUNG).....	37

## Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: ERZIEHUNGSMASSNAHMEN NACH MEDIATIONSSTIL ANGELEHNT AN MEISTER (2014), (EIGENE DARSTELLUNG NACH MEISTER, 2014). .....	13
---	----

# 1 Einleitung

## 1.1 Ausgangslage und Praxispartner

Über die letzten Jahre beschäftigt das Thema der digitalen Medien unsere Gesellschaft sehr stark und tut es weiterhin. Die digitalen Medien sind kaum mehr aus unserem Alltag wegzudenken. Schweizer Familienhaushalte sind fast durchgängig mit neuen Medien ausgestattet. Dazu gehören Computer, Tablets, Mobiltelefone und weitere Geräte. Vor allem Jugendliche zeichnen sich häufig durch eine intensive Nutzung von Medien, insbesondere neuer Kommunikationstechnologien, aus. Gemäss der Jugend Aktivitäten Medien Erhebung Schweiz Studie 2014 (JAMES) gehört die Nutzung digitaler Medien zu den häufigsten Freizeitaktivitäten von Schweizer Jugendlichen (Willemse, Waller, Genner, Suter, Oppliger, Huber & Süss, 2014).

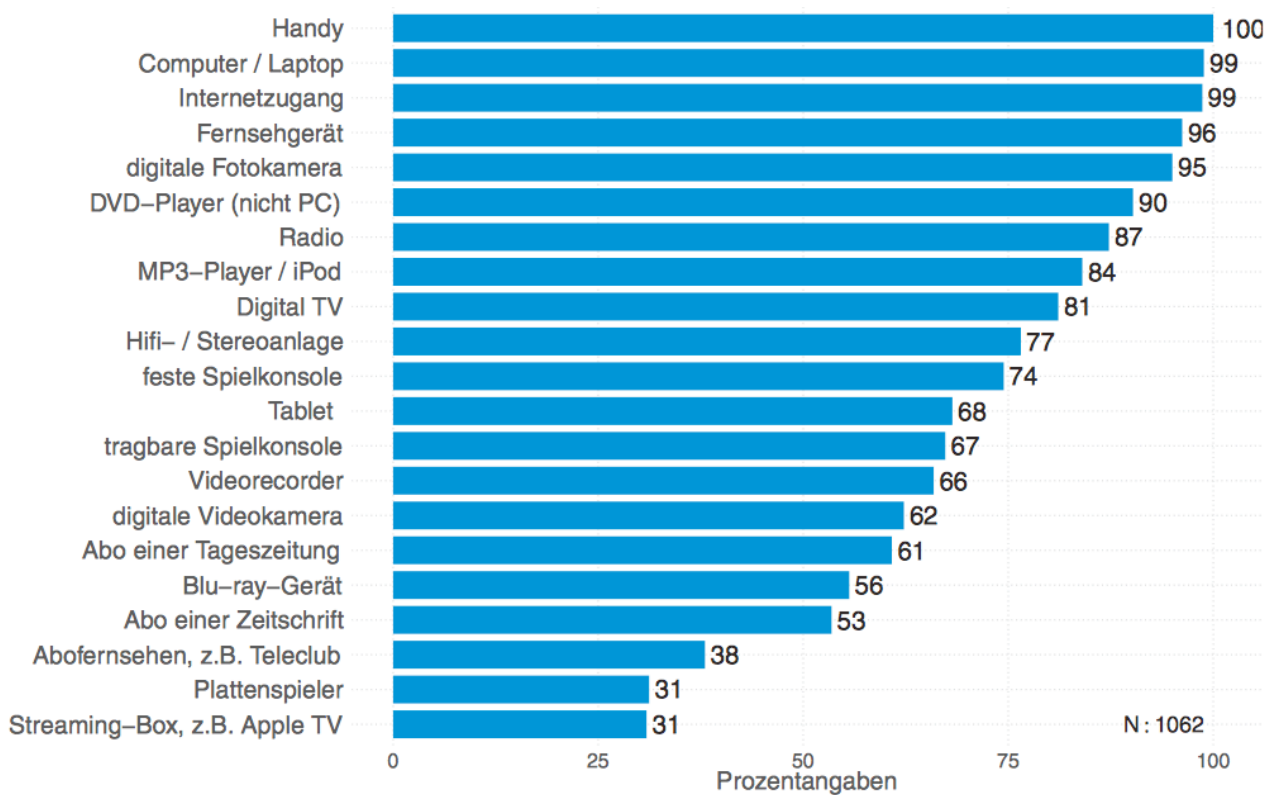


Abbildung 1: Gerätebesitz Schweizer Haushalte mit Jugendlichen JAMES Studie (2014)

Zunehmend geraten deshalb die medienerzieherischen Aufgaben der Eltern sowie deren Medienkompetenz in den Fokus der Diskussion über die digitalen Medien. Die Kompetenz von Schweizer Eltern im Umgang mit neuen Medien sowie ihre medienbezogenen Erziehungsmassnahmen hat sich zu einem Interessegebiet für viele Experten aus der Medienpsychologie, der Medienpädagogik und weiteren Disziplinen entwickelt. Der Bund hat den Handlungsbedarf in Bezug auf das Thema Medien auch erkannt und lancierte 2010 im Rahmen des Programms zur Förderung des Kinder- und Jugendschutzes das Nationale Programm Jugend und Medien mit dem Ziel der Förderung der Medienkompetenzen von Kindern und Jugendlichen in der Schweiz (vgl. Bundesamt für Sozialversicherungen, 2010).

Die Eltern sehen sich mit der Anforderung konfrontiert einen kompetenten Umgang mit Medien zu

pflegen und diesen Umgang an heranwachsende Jugendliche zu vermitteln. Damit das funktioniert muss die Vermittlung der Medienkompetenz durch Eltern an heranwachsende Jugendliche bereits im Kindesalter einsetzen (Steiner & Goldoni, 2011). In der Schweiz gibt es vermehrt Angebote die darauf zielen die Eltern in der Erfüllung dieser Aufgabe zu unterstützen und eine Hilfestellung zu bieten. Zumal dies keine einfache Aufgabe ist, denn die stetige dynamische Entwicklung der Medien und insbesondere der digitalen Medien ist gemäss Experten (vgl. Kapitel 5) für die ganze Gesellschaft eine Herausforderung.

Die Swisscom AG – der Praxispartner dieser Bachelorarbeit – ist eine der aktuellen Anbieter von Medienkurse für Eltern in der Schweiz. Die Swisscom bietet ein führendes Angebot zur Unterstützung von Eltern und Schulen in der Deutschschweiz. Das Unternehmen führt seit 2007 Angebote für drei Zielgruppen: Eltern, Lehrpersonen sowie Schülerinnen und Schüler durch.

Das folgende Kapitel thematisiert den Forschungsauftrag sowie die daraus abgeleitete Forschungsfragen.

## 1.2 Fragestellung und Aufbau

Wie bereits einleitend erwähnt ist die Swisscom eine der führenden Anbieter von Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen sowie Schülerinnen und Schüler. Das Angebot für Eltern besteht in Form von Medienkurse für Eltern. Die Swisscom verfolgt mit ihren Medienkursen für Eltern folgende Ziele (Swisscom, 2016):

- Digitale Welt der Tochter/des Sohnes verstehen
- Ideen für begleitende Unterstützung erhalten
- Kindersicherungsmöglichkeiten für Computer und Smartphone abwägen lernen

Insbesondere die zwei ersten Ziele stehen im Zentrum dieser Bachelorarbeit. Innerhalb des Angebots der Swisscom Medienkurse für Eltern ist die vorliegende Auftragsforschung dem Schwerpunkt Medienkompetenz der Eltern sowie deren medienerzieherische Fähigkeit zugeordnet. Ziel ist es die Medienkompetenz von Eltern in der Schweiz zu erfassen und Empfehlungen zu generieren wie sie die erworbene Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche weitervermitteln können. Die Empfehlungen für die Vermittlung der Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche werden von den theoretischen Grundlagen (vgl. Kapitel 3) sowie den Ergebnissen der empirischen Befunde dieser Arbeit (vgl. Kapitel 5) abgeleitet.

Vor diesem Hintergrund der dargestellten Ausgangslage und den damit verbundenen Interessen des Praxispartners und des Forschungsinteresse dieser Bachelorarbeit wurde folgende Fragestellung abgeleitet:

**Mit welchen Massnahmen können Eltern die Medienkompetenz ihrer Kinder fördern?**

Folgenden Teilfragen sollen zur Beantwortung dieser Fragestellung nachgegangen werden:

- 1 Welche Mediennutzungsmotive gibt es bei Kinder und Jugendlichen?
- 2 Welche Medienkompetenzen müssen Eltern selbst erwerben um die Medienkompetenz ihrer Kinder zu fördern?
- 3 Welche Entwicklungen muss ein Kind geleistet haben um medienkompetent zu sein?
- 4 Welche Art Massnahmen eignen sich für welche Altersstufen von Kinder und Jugendlichen?

Bei der Beantwortung dieser Teilfragen werden Erkenntnisse aus bereits vorhandener Forschung aus der Literatur herangezogen als auch ein Zugang durch empirische Forschung gesucht.

Um die Empfehlungen bzw. Massnahmen für die Eltern zu generieren werden vier Experten zu ihrem Wissen bezüglich Medienkompetenz von Eltern und Kinder/Jugendlichen in der Schweiz befragt. Aus den gewonnen Erkenntnissen werden Empfehlungen generiert welche in einen Fragebogen fliessen der durch Eltern beantwortet wird. Der Fragebogen erhebt einerseits die Medienkompetenz der Eltern, andererseits wird auch die Medienkompetenz der Kinder/Jugendlichen von den Eltern indirekt bewertet. Die Resultate aus den Experteninterviews und aus dem Fragebogen liefern eine Grundlage um Empfehlungen und Massnahmen abzuleiten, welche die Fragestellung dieser Arbeit beantworten und in die Medienkurse für Eltern fliessen.

Im zweiten Kapitel werden nun die in dieser Arbeit verwendeten Kernbegriffe definiert. Das nächste Kapitel beschreibt die theoretischen Grundlagen der Medienkompetenz und deren Facetten. Es zeigt auf wie im frühen Kindesalter die Grundlage für den Erwerb der Medienkompetenz entwickelt wird und wie diese anschliessend durch die Unterstützung der Eltern vertieft werden kann. Kapitel vier geht näher auf das Forschungsvorgehen in dieser Arbeit ein und beschreibt die Forschungsmethoden der Datenerhebung und der Datenauswertung. Im darauf folgenden Kapitel werden die Ergebnisse aus den Erhebungen präsentiert welche anschliessend in Kapitel sechs diskutiert werden. Kapitel sieben fasst schliesslich die Erkenntnisse der Arbeit zusammen.

## 2 Begriffserklärung und Begriffsabgrenzung

Dieses Kapitel definiert die Begriffe die der vorgestellten Fragestellung zugrunde liegen und grenzt diese ab, so dass die Begriffe im Sinne dieser Bachelorarbeit verstanden und teilweise theoretisch verankert werden. Es sind dies der Begriff der digitalen Medien, der Medienkompetenz, der Massnahmen, der Eltern sowie der Kinder und Jugendlichen.

### 2.1 Digitale Medien

Als erstes gilt es das Nomen Medien, welches das Plural von Medium ist, zu definieren. Unter dem Begriff Medium werden Trägersysteme für die Informationsvermittlung verstanden (vgl. Duden, 2016).

Digitale Medien ist ein Begriff der häufig als Synonym für die Bezeichnung „neue Medien“ verwendet wird (Brechtbühler, 2014). „In funktionaler Hinsicht zeichnen sich neue Medien im Unterschied zu Printmedien, Fernsehen, Video etc. durch ihre Interaktivität aus. Die massenmediale Einwegkommunikation wird durch vielfache Rückmelde- und Eingriffsmöglichkeiten des Nutzenden aufgebrochen“ (Sutter 2004; zitiert nach Steiner et al., 2011 S. 11). Die digitalen oder neuen Medien formulieren Rollendefinition der Benutzer dieser Medien neu. So verlieren die Nutzer die traditionellen Rollen der einerseits Rezipienten und andererseits Produzenten von Medieninhalten (Brechtbühler, 2014). Ein Rezipient kann nun zugleich auch Produzent von Medieninhalte sein ohne über grosse Mittel – sei es finanzielle oder weitere andersartige Ressourcen – zu verfügen. Neben diesem Ansatz, die neuen Medien nach ihrer Funktionalität zu definieren, gibt es weitere zum Beispiel historisch orientierte Definitionen für neue Medien. Diese verstehen unter neuen Medien die Medien, welche zeitlich nach den „klassischen Medien“ – Fernsehen, Radio, Zeitung – eingeführt wurden (Arnold & Neuberger 2005; zitiert nach Steiner et al., 2011).

Das Unterscheidungsmerkmal nach der Funktionalität bzw. Interaktivität zu definieren wird im Rahmen dieser Arbeit als sinnvoll erachtet. Im Hinblick auf die im Zentrum der Arbeit stehende Nutzergruppe – Kinder und Jugendliche – und deren Nutzungsverhalten wo sich die Nutzung von digitalen Medien vielfältig gestaltet und die Grenzen zwischen „klassischen“ und „neuen“ Medien nicht mehr gegeben sind, scheint diese eine sinnvolle Definition zu sein. Durch die heutzutage gängige Nutzung multifunktionaler Mobiltelefone, Tablets etc. wo „klassische“ sowie „neue“ Medien über einen Kanal laufen wird eine historische oder anderswertige Abgrenzung als nicht vorteilhaft betrachtet.

## 2.2 Medienkompetenz

Das Wort Medienkompetenz setzt sich aus zwei Wortteilen zusammen. Der erste Teil des Wortes „Medien“ bzw. „Medium“ wurde bereits in Punkt 2.1 erläutert. Auf den zweiten Teil, die Kompetenz, wird nun in einem ersten Schritt zur Erklärung der Medienkompetenz näher eingegangen.

Definiert man die Kompetenz nach Bourdieu (1993), so kann man unter diesem Begriff folgendes verstehen: „Kompetent sein heisst, das Recht und die Pflicht zu haben sich mit etwas zu befassen“ (S. 227).

Setzen wir diese beiden Begriffe, Medien und Kompetenz, zum Wort Medienkompetenz zusammen ergibt sich nach Brechbühler (2014) folgender Sinn: „ Zusammengefasst bedeutet der Begriff der Medienkompetenz demnach, sich im Umgang mit den eigenen Kommunikationsmittel auszukennen“ (S. 15).

Dies ist eine erste, kurze und einfache Verortung des Begriffs der Medienkompetenz. Eine ausführliche, theoretische Erläuterung wird in Kapitel drei im Rahmen der Ausführungen zu den theoretischen Grundlagen erfolgen.

## 2.3 Massnahmen

Massnahmen werden im Rahmen dieser Arbeit einer einfachen sprachlichen Definition zugeordnet. Massnahmen werden hier als Handlung oder Regelung verstanden, die etwas Bestimmtes bewirken sollen (vgl. Duden, 2016).

Die Massnahmen welche diese Arbeit generiert gelten als Empfehlungen für Handlungen welche die Eltern dabei unterstützen können Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche zu vermitteln.

## 2.4 Eltern

Die Bezeichnung Eltern wird in dieser Arbeit stellvertretend für alle Erziehungsberechtigten verwendet.

## 2.5 Kinder und Jugendliche

### **Kindheit**

Gemäss dem Bundesamt für Gesundheit (BAG) wird Kindheit oft als die Lebensphase, die sich von der Geburt bis zum 18. Lebensjahr bzw. der zivilrechtlichen Volljährigkeit erstreckt, definiert (vgl. UNICEF).

## **Jugend**

Die Jugend wird als die Lebensphase, die sich vom 13. Bis zum 24. Lebensjahr erstreckt, definiert (vgl. UNO; Bundesamt für Gesundheit BAG, 2016).

Die beiden Begriffe der Kindheit und der Jugend sind weitgehend überlappend. Sie können nicht vollständig gegeneinander abgegrenzt werden. Dabei ist der Übergang von der Kindheit in die Jugend an die individuelle Entwicklung sowie dem kulturellen Umfeld des Kindes gekoppelt (vgl. Bundesamt für Gesundheit BAG, 2016).

Für die Zielgruppe dieser Arbeit sind die gesamte Lebensphase der Kindheit sowie die Lebensphase der Jugend bis zu 17 Jahren relevant. Dies entspricht den Kriterien der Zielgruppe der Eltern, für welche die Medienkurse des Praxispartners bestimmt sind. Die Medienkurse zielen auf Eltern von Kindern und Jugendlichen ab der Geburt und bis zum Ende der obligatorischen Schulzeit.

## **3 Theoretische Grundlagen**

Für die Beantwortung der vorliegenden Fragestellung wird das Modell der Medienkompetenz nach Groeben (2002) rezipiert (vgl. Kapitel 3.1). Da es ein Modell aus der Disziplin der Medienpsychologie ist, folgt eine Vorstellung der Disziplin der Medienpsychologie und eine Einleitung in das Konzept der Medienkompetenz.

Diese Bachelorarbeit erläutert das Thema der Medienkompetenz von Eltern sowie Kinder und Jugendliche aus der Perspektive der Psychologie bzw. der Medienpsychologie. In den 1930er wurden erste medienpsychologische Untersuchungen durchgeführt. Die Medienpsychologie als eigenständige Disziplin begann sich Ende der 1970er zu etablieren und in den 1980er erlebte die Medienpsychologie einen Forschungsboom (Mangold, Vorderer & Bente, 2004). Der Psychologie wird zugeschrieben eine Beschreibung und Erklärung des Erlebens und Verhaltens von Individuen zu geben. Auch die Analyse der Bedingungen der Entstehung und Veränderung von Verhalten sind Interessensgebiete der Psychologie. Die Aufgabe der Medienpsychologie ist demnach die Beschreibung und Erklärung des menschlichen Erlebens und Verhaltens, das durch die Medien beeinflusst wird. Die Medienpsychologie unterscheidet sich hinsichtlich anderer Disziplinen darin, indem der Untersuchungsgegenstand sich auf die Mikroebene – Individuen bezogen – konzentriert (Winterhoff-Spurk, 2004).

Das Konzept Medienkompetenz hat sich mit der allgemeinen Übereinkunft, dass der soziale Wandel in der Entwicklung zur Mediengesellschaft bestanden hat, zu einer gesellschaftlichen Vorgabe entwickelt. Die Manifestationen dieses Wandels sind gemäss Groeben (2004) der „Siegeszug des Computers“ sowie die „Vernetzung klassischer und neuer Medien zur Multimedialität“ (S. 28). Nun wird die Medienkompetenz sowohl im wissenschaftlichen als auch im kultur- und politischen Diskurs als eine Schlüsselkompetenz betrachtet. Diese Fähigkeit gilt demnach als „eine notwendige Voraussetzung für die konstruktive Teilhabe am gesellschaftlichen Leben“ (Groeben, 2004, S. 28). Es ist demnach ein Lern- und Entwicklungsziel, welches formuliert wird. So verwundert es nicht, dass die Medienpädagogik entscheidend dazu beigetragen hat, dass dieses Konzept in dieser Form entwickelt wurde. Die Habilitationsschrift von Baacke (1973) gilt als die Geburtsstunde des Konzepts (Groeben, 2004). Es haben sich unterschiedliche konzeptionelle Schwerpunkte in Bezug auf die Medienkompetenz entwickelt. Die gesellschaftliche Perspektive, die Perspektive der Lehrenden sowie die individuelle Ebene (Groeben, 2004).

All diesen Modellierungen ist gemeinsam, dass sie das Konzept Medienkompetenz durch eine Binnendifferenzierung verschiedener Teilkompetenzen zu bestimmen versuchen sowie die gesellschaftliche Notwendigkeit der Entwicklung solcher Teilfähigkeiten auf Seiten des Individuums postulieren oder unterstellen. Darin kommt die starke normative Dimension des Konzepts Medienkompetenz zum Ausdruck, die darin besteht, dass die gesellschaftliche Entwicklung zur Mediengesellschaft sozusagen unvermeidbar das Ziel einer Entwicklung entsprechender individueller (Teil-)Fähigkeiten impliziert (Groeben, 2004, S. 28).

Diese normative Perspektive findet sich in den zwei bekanntesten und ausdifferenziertesten medienpädagogischen Modellen (nach Baacke, 1997, 1999; Tulodziecki, 1997, 1998; zitiert in Groeben, 2004) wieder. Diese stellen die Medienkompetenz als Lernaufgabe mit gewissen Teilkomponenten (Medienkunde, Medienkritik, Mediennutzung und Mediengestaltung nach Baacke 1997; zitiert in Groeben, 2004) dar. Für Groeben besteht das Problem dieser didaktischen Perspektive, in zwei Kernpunkten:

Zum einen darf der normative Ausgangspunkt der Konzeptualisierung nicht die empirische Operationalisierung der postulierten Teilkomponenten behindern, auf der aus psychologischer Sicht ein, wenn nicht der Schwerpunkt der Konstrukt-Explikation liegen muss; zum anderen ist die normative Dimension des Kompetenz-Begriffs zu akzeptieren und muss – unter Einbeziehung der empirischen Operationalisierungen – jeweils inhaltlich gerechtfertigt werden (S. 28, 2004).

Groeben gelangt dennoch zum Fazit, dass der Begriff der Medienkompetenz mit seiner gesellschaftlich-politischen Perspektive in die medienpsychologische Modellierung übernommen werden muss. Die damit verbundenen theoretischen Probleme gilt es zu lösen. Statt hierarchischen Binnendifferenzierungen ist eine prozessuale Strukturierung für die empirische Operationalisierung der Medienkompetenz sinnvoll (Groeben, 2004). Diese prozessuale Strukturierung nimmt Groeben als Grundlage für das Formulieren von sieben Prozessdimensionen von Medienkompetenz welche im nächsten Unterkapitel thematisiert werden.

### 3.1 Medienkompetenz nach Groeben

Im zweiten Kapitel wurde der Begriff der Medienkompetenz kurz anhand einer sprachlichen Definition vorgestellt. Nun wird der Begriff in diesem Kapitel theoretisch aus der Sicht der Medienpsychologie verankert.

Dieses Modell entwickelte Groeben in Zusammenarbeit mit Bettina Hurrelmann. Das Werk, das 2002 herausgegeben wurde heisst: *Medienkompetenz: Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*. Er stellt darin sein Modell eines multidimensionalen Verständnisses von Medienkompetenz vor:

1. **Medienwissen/Medienbewusstsein**
2. **Medienspezifische Rezeptionsmuster**
3. **Medienbezogene Genussfähigkeit**
4. **Medienbezogene Kritikfähigkeit**
5. **Selektion und Kombination von Mediennutzung**
6. **(Produktive) Partizipationsmuster**
7. **Anschlusskommunikation**

Groebe n weist darauf hin, dass diese Dimensionen als eine stichwortartige Strukturierung zu verstehen sind, die empirische Operationalisierung des Konstrukts Medienkompetenz steht für Groe b en noch ziemlich am Anfang. Der Strukturierungsvorschlag soll lediglich das Integrationspotenzial - möglichst alle bisherigen wichtigen Teilaspekte sollen integriert werden – aufzeigen. Es ist in diesem Sinne eine Ausformulierung sowie Komprimierung bereits vorliegender Ausführungen zum Begriff der Medienkompetenz. Die Strukturierung hat laut Groe b en (2004) keinen Anspruch zur Vollständigkeit „weil das der extensionalen Offenheit in Richtung auf die Einbeziehung neuer, zukünftiger Medienentwicklungen widersprechen würde“ (S. 34). Er formulierte die Dimensionen so, dass sie dem stetigen Wandel der Medienwelt immer wieder gerecht werden können, auf eine zu enge Beschreibung der Dimensionen verzichtet er somit explizit.

Das Modell von Groe b en beruht auf sein Verständnis für den Begriff Medien. Dabei versucht er diesen Begriff weder stark einzugrenzen, so dass eine starke Verengung auf ein bestimmtes Medium entsteht (zum Beispiel die Eingrenzung auf das Medium Internet) noch den Begriff extrem zu öffnen (wie es zum Beispiel im Fall von Medienphilosophie der Fall ist) (Behler & Wunderlich, 2005). Groe b en sieht im Medium einen Begriff von „mittlerer Reichweite“, Medien betrachtet er kurzgefasst als technologische Kommunikationsmittel (Behler et al., 2005).

Auch die Kompetenz hat für Groe b en eine bestimmte Reichweite. So sieht er das „gesellschaftlich handlungsfähige Subjekt“ als Grundwert von welchem ausgehend „normative und deskriptive Spezifizierungen“ definiert werden können (Behler et al., 2005).

Als erste Dimension formuliert Groe b en (2002) die Dimension:

### **1. Medienwissen/Medialitätsbewusstsein**

Diese Dimension ist die Voraussetzung für den Erwerb der Teilkompetenzen der weiteren Dimensionen, darum steht sie am Anfang.

Medienwissen beinhaltet all das was Mediennutzer über Medieninhalte, Medienstrukturen, Produktions- sowie Rezeptionsprozesse und Ähnlichem wissen müssen. Dabei kann man nicht verlangen, dass das ganze Wissen der Medienwissenschaft welches diese Dimension theoretisch erfasst von den Individuen im Alltagsbewusstsein vollumfänglich erfasst wird. Groe b en formuliert deshalb vier Unterkategorien zu dieser Dimension, welche grundsätzlich vorausgesetzt werden:

- a) Wissen über wirtschaftliche, rechtliche und politische Rahmenbedingungen der einzelnen Medien  
*(Als Beispiel für dieses Wissen führt Groe b en (2004) das Wissen über öffentlich-rechtliche vs. private Rundfunk- und Fernsehsender, Überparteilichkeit oder Parteilichkeit von Zeitungen und Zeitschriften etc. auf, es ist das Wissen über die Rahmenbedingungen von Medien)*
- b) Wissen über spezifische Arbeits- und Operationsweisen einzelner Medien und Mediengattungen  
*(Als Beispiel für dieses Wissen führt Groe b en (2004) die Einschätzung der Aktualität, Glaubwürdigkeit, Realitätsadäquanz etc. der Medieninhalte auf)*
- c) Identifikation und Bewertung der Intention von Medieninhalten  
*(Als Beispiel für dieses Wissen führt Groe b en (2004) Bewertung in Bezug auf die ökonomische Persuasion bei der Werbung, politische Persuasion bei Kommentaren, Reportsendungen etc. auf)*
- d) Wissen um die Medienwirkungen  
*(Dieses Wissen ist nach Groe b en (2004) die Erkennung der Wirkung durch realitätsadäquate wie – inadäquate Überzeugungen, welche selbst moderiert werden können, Angesprochen werden hier Self-Fulfilling Prophecies oder Bumerang-Effekte als Beispiel)*

Durch diese Spezifikation des Medienwissens wird eine Erfassung der möglichen Problembereiche

bei der Mediennutzung angestrebt (Behler et al., 2005).

Das Medialitätsbewusstsein zeichnet „das Gewährsein der Mediennutzer/innen, dass sie sich im Rahmen einer medialen Konstruktion, nicht der alltäglichen Lebensrealität befinden.“ (Groeben, 2004, S. 34). Hier werden drei Ebenen des Medialitätsbewusstseins unterschieden:

- a) Unterscheidung zwischen Medialität und Realität  
*(Thematisiert virtuelle Realitäten)*
- b) die Unterscheidung zwischen Realität und Fiktionalität  
*(Thematisiert zum Beispiel die Unterscheidung zwischen einer Dokumentation und einem Spielfilm)*
- c) die Unterscheidung Orthosozialität und Parasozialität  
*(Thematisiert die Grenzen von parasozialen Aspekten der Medienrezeption, zum Beispiel die Reaktion mit einer Liebesbeziehung auf eine schauspielerische Rolle)*

Die Merkmale der Medien sind heutzutage einem stetigen und schnellem Wandel ausgesetzt, dies bedingt dass das Medialitätsbewusstsein kontinuierlich der medialen Entwicklung angepasst werden muss. Diese Anpassung muss gemäss Groeben mit jedem neuen Medium stattfinden. Die bisherige Erfahrung zeigt, dass es bis jetzt immer gelungen ist diese Entwicklung zu machen. Das Medialitätsbewusstsein wurde von Individuen als auch von der Gesellschaft den neuen Voraussetzungen der Medienrealität bisher gut angepasst (Groeben, 2004).

## **2. Medienspezifische Rezeptionsmuster**

Diese Dimension erfasst eine grosse Bandbreite von Teilfähigkeiten, sie reicht von technologisch-instrumentellen Fertigkeiten bis hin zu komplexen (kognitiven) Verarbeitungsschemata. Je differenzierter das Medialitätsbewusstsein und Medienwissen ausgeprägt sind, desto ausgeprägter entwickeln sich die Verarbeitungsmuster (Groeben, 2004). Es ist eine Voraussetzung die erste Dimension der Medienkompetenz zu erlangen um diese zweite Dimension zu erreichen (Behler et al., 2005). Die technologisch- instrumentellen Fertigkeiten sind vor allem in Bezug auf neue Medien – insbesondere des Computers – eine wichtige Kompetenz, das schliesst aber die klassischen Medien hier nicht aus. Auch für das Lesen eines Buches braucht es die Kompetenz mit verschiedenen Textsorten umgehen zu können. Die kognitiven Verarbeitungsmuster werden medienübergreifend aber auch medienspezifisch gebildet (Behler et al., 2005). Stark verbunden mit den Rezeptionsmustern sind die Erwartungen. Die Entwicklung von medienadäquaten Erwartungen ist in dieser Dimension ein weiteres formuliertes Ziel. Dabei geht es um die Vermeidung negativer Effekte und die Maximierung positiver Effekte. Die Ansprüche an die konsumierten Medien sollten an das Angebotsformat angepasst werden, so dass Enttäuschungen in diesem Sinne möglichst vermieden werden (Behler et al., 2005).

## **3. Medienbezogene Genussfähigkeit**

Die medienbezogene Genussfähigkeit ist dies nach Groeben (2002) ein motivational entscheidender Faktor für die Aufnahme und Aufrechterhaltung von Medienrezeption. Sie stellt eine Dimension dar, welche bisher ungenügend konzeptuell aufgearbeitet wurde. Dennoch ist sie zentral, denn ein genussvolles Erleben von Medien ist darüber entscheidend, ob der Motivationsfaktor für die Mediennutzung erhalten bleibt oder nicht. Näher erläutert Groeben diesen Faktor nicht, es ist eine Zukunftsaufgabe der sich die Forschung stellen muss. Die „Genussdimension überschneidet sich teilweise mit anderen Dimensionen wie den medienspezifischen Rezeptionsmustern oder der Selektion von Mediennutzung. Bei den Rezeptionsmustern spielt der mögliche Genuss bei der Bildung

der Erwartungen eine Rolle. Zur Selektion und Kombination von Mediennutzung bildet die medienbezogene Genussfähigkeit gewissermaßen eine Voraussetzung“ (Behler et al., 2005, S.23).

#### **4. Medienbezogene Kritikfähigkeit**

Bisherige Konzepte haben diese Teilkompetenz als Kern des Konzepts der Medienkompetenz skizziert. Dabei steht die analytisch distanzierte Verarbeitungshaltung von Medieninhalten im Zentrum. Nach Groeben (2004) lässt sich die gezielte kritische Analysefähigkeit „als praktische Anwendung des jeweiligen medienspezifischen Strukturwissens (s.o. die Dimensionen Medienwissen/Medienbewusstsein) auffassen [...]“ (S. 37). Hier wird das Wissen über die Medien und das Medialitätsbewusstsein als Voraussetzung für eine kritische Auseinandersetzung mit Medien genannt, ohne dieses Wissen kann keine Auseinandersetzung mit Medieninhalten stattfinden. Die Dimension birgt für Groeben eine umfangreiche Fülle von Ausdifferenzierungsmöglichkeiten, was die Spezifizierung und Konkretisierung der Merkmale von Medien, anbelangt. Dabei sollte sich die Kritik sowohl auf die Inhalte als auch auf das Format eines Mediums beziehen. Bei der inhaltsbezogenen Kritik bauen die Fähigkeiten stark aufeinander auf: „an erster Stelle stehen Fertigkeiten zur Erkennung von Positionen von oder innerhalb von Medien, worauf zweitens die Befähigung zum Vergleich der eigenen mit der vorgefundenen Position und drittens die Fähigkeit zum Entschluss über Akzeptanz oder Kritik anschließen“ (Behler et al., 2005, S.23). Die formatbezogene Kritik thematisiert Fragen der Darstellungs- und Präsentationsart sowie ähnliche Aspekte.

#### **5. Selektion und Kombination von Mediennutzung**

Die Relevanz dieser Teilkompetenz besteht darin aus der Fülle der in der heutigen Gesellschaft vorhandenen Medienangeboten eine adäquate bestimmte Auswahl für die individuelle Bedürfnislage, Zielsetzung und Problemstellung treffen zu können (Groeben, 2004). Es gilt auch die getroffene Auswahl hinsichtlich der eigenen Bedürfnisse mit weiteren Inhalten zu kombinieren und somit den für die eigenen Nutzungsmotive optimalen Medienzugang zu gestalten.

#### **6. (Produktive) Partizipationsmuster**

Im Hinblick auf die neuen bzw. digitalen Medien stellt diese Kompetenz eine Kernkompetenz dar. Im zweiten Kapitel wurde die neue Rollendefinition der Mediennutzer welche dem funktionalen Unterscheidungsmerkmal zu Grunde liegt als ein wesentliches Merkmal für die neuen Medien definiert. Diese Dimension – welche auch für klassische Medien gilt, man denke an das Verfassen von Texten bei der Buchproduktion – ist deshalb eine Kernkompetenz in Bezug auf neue Medien weil sie genau diese Rolle des aktiven Produzierens von Medieninhalten, mit der sich Nutzer von neuen Medien konfrontiert sehen, fokussiert. Die aktive Teilnahme von Individuen an die Mitgestaltung von Medieninhalten ist eine neue Dimension der Medienwelt. Nach Behler et al. (2005) übernimmt dieses produktive Partizipationsmuster eine mittelbare Aufgabe bei der Identitätsbildung von Mediennutzer. Die genaue Bedeutung dieser Dimension für das gesellschaftlich handlungsfähige Subjekt nach Groeben wurde noch nicht definiert, es ist eine weitere Aufgabe der Forschung dies zu tun.

#### **7. Anschlusskommunikation**

Die letzte prozessuale Teilkomponente ist die Anschlusskommunikation. Damit ist die Kommunikation ausserhalb der medienspezifischen bzw. bezogenen Rezeptionsmuster und Partizipationsmuster gemeint. Zwar steht diese Dimension der Medienkompetenz am Schluss des Modells, doch bildet sie nach Behler et al. (2005) eine Voraussetzung für die Entwicklung der restlichen Teilkompetenzen

bzw. Dimensionen der Medienkompetenz. Durch die Gespräche über Medien im Elternhaus, in der Schule und in Peer Groups erlernen Kinder und Jugendliche weitere Dimensionen der Medienkompetenz, zum Beispiel Kritikfähigkeit. Die Kommunikation bietet eine Möglichkeit das medial erlebte zu verarbeiten (Behler et al., 2005, S.25).

Somit wurden die sieben Dimensionen der Medienkompetenz beschrieben. Für die sieben Dimensionen von Norbert Groeben gilt, damit von einer kompetenten Mediennutzung die Rede sein kann, dass das Individuum diese in einem bestimmten Mindestausmass alle erreichen sollte. Diese Aussage kann somit auch für Eltern übertragen werden, damit sie als „medienkompetent“ gelten, sollten Eltern diese Dimensionen in einem Mindestausmass erreichen.

Nun wird in einem nächsten Unterkapitel näher auf die Voraussetzungen des Erwerbs von Medienkompetenz bei Kindern eingegangen.

### 3.2 Kinder und Medienkompetenz: Entwicklung der medialen Zeichenkompetenz

Im Durchschnitt verbringen Jugendliche in der Schweiz – zwischen 12 und 19 Jahren – unter der Woche pro Tag zwei Stunden im Internet. An Wochenenden und in den Ferien sogar drei Stunden pro Tag (Willemse et al., 2014). Vor diesem Hintergrund ist das Anliegen Kinder und Jugendliche möglichst früh beim Erwerb der Medienkompetenz zu unterstützen durchaus berechtigt. Diesem Anliegen liegt der Gedanken zu Grunde, den Nutzen von Medienkonsum zu maximieren und den Schaden möglichst zu minimieren (Batinic & Appel, 2008). Weiter wird die Medienkompetenz in der heutigen Gesellschaft als eine Schlüsselkompetenz erachtet und verhilft dazu einen guten Zugang zum gesellschaftlichen Leben zu haben (Winterhoff-Spurk, 2004).

Die Ausführungen am Anfang dieses Kapitels haben gezeigt, dass die Medienkompetenz ein vielschichtiges Konzept ist, welches im Verlauf der Entwicklung eines Kindes bzw. eines Jugendlichen schrittweise erarbeitet werden muss. Im Kindesalter eignen sich die Kinder grundlegende Fähigkeiten im Umgang mit Medien an, die sich im Laufe der Zeit weiter entwickeln. Im Jugendalter werden diese Fähigkeiten im Idealfall zu einer tiefgründigen Auseinandersetzung mit dem Thema Medien eingesetzt (Nieding & Ohler, 2006). „Eine zentrale Stellung nimmt dabei die kognitive Verarbeitung unterschiedlicher Medien ein. Da vor allem kindliche Rezipienten noch nicht über die Medienkompetenz erwachsener Rezipienten verfügen, ist das Verstehen der medial vermittelten Inhalte immer an die Voraussetzung geknüpft, dass die Zeichensysteme, die die Inhalte transportieren, ebenfalls verstanden werden.“ (Nieding & Ohler, 2008). In diesem Unterkapitel wird deshalb anhand diversen Erkenntnissen aus empirischen Untersuchungen erklärt, wie Kinder ihre erste Erfahrungen mit Medien machen, wie sie die Grundlage erwerben Medienwissen zu konzipieren und wie das teilweise kognitiv verarbeitet wird.

Für Nieding et al. (2006) besteht die Hauptentwicklungsaufgabe der Medienkompetenz im frühen Kindesalter darin die mediale Zeichenkompetenz zu erwerben. Dadurch können die Kinder die Zeichensysteme in Medien bzw. die „Mediensprache“ und die zeichenhafte Organisation der Medien verstehen. Diese Entwicklungsaufgabe wird hauptsächlich zwischen dem dritten und dem siebten Lebensjahr nach Nieding et al. (2006) gemeistert. Aus diesem Grund konzentriert sich die Beschreibung der Entwicklung in diesem Kapitel mehrheitlich auf diese Altersspanne.

Nach Nieding et al. (2006) kommen Kinder bereits sehr früh mit Reize in Verbindung, welche durch Medien vermittelt werden. Ein Säugling hört zum Beispiel ein Laut, welches durch einen Lautsprecher erklingt und reagiert darauf. Bei diesem ersten Kontakt mit Medien, kann man noch nicht von Mediennutzung sprechen. Damit Medien als solches genutzt werden können ist es nach wie vor eine Voraussetzung, dass der Medienrezipient den Medienreiz als ein Kommunikationsangebot erkennt und als solches versteht. Beim neugeborenen Säugling ist dies noch nicht der Fall. Doch bereits ab der zweiten Hälfte des ersten Lebensjahrs erwerben Kinder die Fähigkeit in einer sozialen Interaktion mit ihren Bezugspersonen eine sogenannte „gemeinsame Aufmerksamkeit“ zu teilen. Sie lassen sich etwas zeigen, in dem der Säugling zum Beispiel dem Blick des Erwachsenen folgt und dadurch weiss worauf sich dessen Aufmerksamkeit richtet. Diese geteilte Aufmerksamkeit ist die Basis für das Funktionieren von Medien, Medienproduzenten wollen dem Medienrezipienten etwas mitteilen bzw. dessen Aufmerksamkeit auf etwas richten. Die Mediennutzung ist somit als eine Art soziale Interaktion zu stufen. Ende des ersten Lebensjahrs kann nicht nur die Bezugsperson dem Kind etwas zeigen, sondern das Kind weiss auch umgekehrt die Aufmerksamkeit einer erwachsenen Person auf Etwas zu lenken. Nach dieser Phase, kann man dem Kind langsam beibringen, dass zum Beispiel eine Abbildung etwas zeigt. Man zeigt dem Kind ein Bild, man bewegt das Bild, man verweist auf eine bestimmte Erfahrung mit etwas auf einem Bild oder man ahmt die Laute welche auf dem Bild möglicherweise aufgezeigt werden nach. So entwickelt das Kind ein Verständnis dafür, dass das Bild – ein Medium – etwas mitzuteilen hat und somit ein Träger einer Information ist. Diese Erfahrungen bilden die Basis für das Verständnis der Funktion von Kommunikationsangeboten (Charlton, 2004). Neun Monate alte Kinder berühren die Objekte in Abbildungen als wären es reale Gegenstände, sie wollen damit spielen oder versuchen daraus zu trinken. Sie merken, dass auf dem Bild eine Abbildung aus der Realität dargestellt ist. Dieses Erkenntnis, betrifft nicht nur Bilder, sie gilt genauso für Filme (Nieding et al., 2006).

Mit ca. 19 Monaten kommt eine weitere Einsicht, die Kinder zeigen nun auf die abgebildeten Objekte, das wird als ein Zeichen dafür gedeutet, dass die Kinder den Unterschied zwischen einem zweidimensionalen Objekt auf einer Abbildung und einem realen Objekt erkennen. Sie schreiben dem Objekt auf der Abbildung den Status einer medialen Repräsentation zu. Dies ist das Wissen darüber „dass Dinge für etwas anderes als sich selbst stehen“, oder auch die „repräsentationale Einsicht“ (DeLoache 2002; zitiert nach Nieding et al., 2006 S. 47). Dieses Wissen vertieft sich im Vorschulalter weiter.

Einen weiteren Schritt machen die Kinder bis ca. zum Alter von 2,5 Jahren wo sie das Verständnis für die sogenannte „duale Repräsentation“ entwickelt. „Kinder müssen das konkrete Material mit seinen Eigenschaften (z. B. die Seite eines Bilderbuchs) und seine Zeichenfunktion, d. h., dass die benutzten Zeichen für etwas anderes als sich selbst stehen (z.B. das Bild eines Bären/Teddybären für ein reales Tier/Kuscheltier), gleichzeitig repräsentieren“ (DeLoache 2002; zitiert nach Nieding et al., 2006 S. 47). Damit wird dieser Zeichencharakter relativ früh erkannt. Etwa ein halbes Jahr später, mit 3 Jahren, realisieren Kinder auch die Funktion von Modellen bzw. Miniaturen, und dass sie einen Verweis auf etwas machen. Aus diesen Ausführungen wird ersichtlich, dass die Kinder sehr früh auf die Zeichenfunktion von Bildern und ähnlichen Informationsträgern sensibilisiert werden, viel früher als dies im Fall von Schriftzeichen einsetzt.

Noch 4-Jährige geben an, dass das geschriebene Wort „Katze“ nur dann auch „Katze“ bedeutet, wenn es vor einer Katze steht, jedoch die Bedeutung „Vogel“ annimmt, wenn das gleiche Wort nun vor einen Vogel gestellt wird; d. h. 4-Jährige nehmen noch an, dass die Bedeutung geschriebener Worte davon abhängt, in welchem Kontext sie vorkommen. Im Vergleich dazu verstehen Kinder bereits ein Jahr früher, dass Bilder eine stabile Bedeutung besitzen, selbst wenn das Objekt, auf das sie referieren, auf dem Bild nicht erkennbar ist (Nieding et al., 2006, S. 47).

Im Verlauf des Vorschulalters wird dieses Wissen weiter vertieft um in einer späteren Phase auch zu realisieren, dass zum Beispiel ein Bild oder ein Film auch falsche „Sachverhalte“ zeigen kann. Dies ist eine Phase von reiferen Erkenntnissen der Zeichenfunktion, welches Kinder im Altern von ca. 3 – 4 Jahren erreichen. Bei Filmmaterial verhält es sich ähnlich wie bei den Bildern, die Unterscheidung zwischen den dargestellten Sachverhalten und der Realität gelingt beim Film zunächst etwas weniger gut als bei Bildern. So kann man bei drei Jährigen feststellen, dass sie zum Teil das Gefühl haben ein Pferd würde aus dem Fernseher herauslaufen wenn man das Gerät öffnet (Flavell, Flavell, Green, Korfmacher, 1990; zitiert nach Nieding et al., 2006).

Sind diese Voraussetzungen vorhanden, so können Kinder nach Kunkel (2001; zitiert in Nieding et al., 2006) nun weitere Unterscheidungen machen, sie erkennen ca. ab dem vierten Lebensjahr die unterschiedlichen Formen von Programmformaten. So erkennen sie Werbung, können Cartoons von Programmen wie die Sesamstrasse unterscheiden oder auch Kindershow von Formaten für Erwachsene ausmachen. Dabei haben Kinder noch kein Verständnis dafür entwickelt was die Intentionen der Programmformate sind. Zwar können sie zum Beispiel Werbung als Format erkennen aber die Absicht der Werbung und deren Handlungsziele können Kinder nicht durchschauen und sind dem zur Folge nicht immun gegen den „Überredungskünsten“ der Werbeformate (Nieding, Ohler, Bodeck & Werchan, 2006). Studien aus Amerika kommen zu dem Befund, dass Kinder das Verständnis für die Überredensabsicht der Werbeformate erst ab einem Alter von 7 bis 8 Jahren entwickeln, aber auch dann ist es vorerst nur ein Erkennen der Verkaufsabsicht (Nieding et al., 2006), erst im Altern von ca. 10 Jahren etabliert sich gemäss Moeckel (2013) ein Verständnis persuasiver Werbeintentionen. Zwischen dem vierten und siebten Lebensjahr beginnt sich gemäss Nieding et al. (2005; Nieding & Ohler, 2008; zitiert nach Moeckel, 2013) das Verständnis für Montagetechniken und Schnittkonventionen in Filmen zu bilden. Nieding et al. (2006) fassen zusammen, dass „die Befundlage zeigt, dass das Wissen um filmische Schnittmuster als Teil der filmischen Zeichenkompetenz im Verlauf der kindlichen Entwicklung erworben wird, über die Filmerfahrung erlernt wird und mit Wissensbeständen um weitere Symbolsysteme (z. B. Schriftsprache) zusammenhängt“ S. 50.

Durch die Erläuterung dieser Entwicklungsschritte soll aufgezeigt werden, wie sich Kinder zunächst ein Basiswissen über die Funktionen von Medien aneignen. Für Nieding et al. (2006) besteht der Nutzen der Beschreibung sowie Operationalisierung der medialen Zeichenkompetenz unter anderem darin, dass die Fähigkeiten der Kinder in Bezug auf den Umgang mit Medien konkret eingeschätzt werden können und Handlungsanweisungen für Eltern gegeben werden können. Es wird auch möglich problematische Entwicklungen bzw. fehlende Entwicklungsschritte zu bemerken und dementsprechend gezielt zu handeln. In diesem Unterkapitel wurde nur eine Auswahl der empirischen Befunde von Nieding et al. beschrieben. Die Forschung von Nieding et al. hat weitere, interessante Er-

kenntnisse generiert, welche die Bildung der medialen Zeichenkompetenz für Bild- als auch für Filmmaterial separat aufzeigt.

Diese Erkenntnisse zeigen auf, wie Kinder einige grundlegende Aspekte des Medienwissens im Verlauf der Kindheit erwerben. Auf dieser Wissensgrundlage wird das mediale Wissen aufgebaut und die Dimensionen der Medienkompetenz nach Groeben (2002) können daran knöpfen. Somit ist der aktive Aufbau geeigneter kognitiver Strukturen ein wichtiger Bestandteil der Erarbeitung der Medienkompetenz. Diese werden durch die Unterstützung erfahrener Mediennutzer (den Eltern, die Lehrer, Gleichaltrige) ausgeweitet und vertieft (Charlton, 2004). Die erfahrenen Mediennutzer beeinflussen Kinder durch ihr Verhaltensmodell.

Im nächsten Unterkapitel wird auf einige Aspekte des medienerzieherischen Handelns von Eltern als eine wichtige Einflussgruppe eingegangen.

### 3.3 Eltern und Medienkompetenz

Die Medienerziehung in der Familie ist als Teil der gesamten Erziehungsaufgabe und innerhalb der familiären Beziehungen und Verhältnisse einzuordnen (Meister & Stocker Nebel, 2014). Der Erwerb von Medienkompetenz für Eltern ist gemäss Steiner et al. (2011) eine Grundlage für ein kompetentes medienerzieherisches Handeln. Je ausgeprägter die Medienkompetenz bei den Eltern entwickelt ist, desto eher erfolgt die Vermittlung einer guten Medienkompetenz an die Kinder.

Eltern gehen die medienerzieherische Aufgabe unterschiedlich an. Sie legen bei der Begleitung und Unterstützung ihrer Kinder verschiedene Schwerpunkte bzw. nehmen unterschiedliche Perspektiven ein. Das Konzept der parental Mediation, welches gemäss Meister et al. (2014) den elterlichen Umgang mit der Mediennutzung von Kinder beschreibt, ist ein Forschungsansatz welcher meist Medium differenziert vorgeht. Dabei lassen sich nach diesem Ansatz verschiedene Muster, je nach Schwerpunkt und Perspektive, beim Umgang mit der Mediennutzung der Kinder erkennen. Nach Meister et al. (2014) können folgende vier Muster von medienerzieherischem Handeln erkannt werden:

<b>Mediationsstil</b>	<b>Erziehungsmassnahmen</b>
<b>1. Restriktive Mediation (Regeln und Verbote)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ zeitliche Einschränkung</li> <li>→ Festlegen von Mediennutzungszeiten</li> <li>→ Verbot bestimmter Medienangebote</li> </ul>
<b>2. Aktiv begleitende Mediation /evaluative Mediation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Erklären von Medieninhalten</li> <li>→ Differenzierung zwischen Realität und Fiktion</li> </ul>
<b>3. Passiv begleitende Mediation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Gemeinsame Mediennutzung von Eltern und Kind</li> <li>→ Co-viewing (TV) oder conscious co-playing (Computerspiele)</li> </ul>
<b>4. Monitorin</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Überprüfung von Verläufen</li> <li>→ Installation von Log-Software</li> <li>→ Einsicht in Kommunikationsarchive des Social Web</li> </ul>

Tabelle 1: Erziehungsmassnahmen nach Mediationsstil angelehnt an Meister (2014)

Die vier Muster zeichnen sich durch jeweils andere Erziehungsmassnahmen bzw. Handlungsoptionen aus. Nach Duerager & Livingstone (2012; zitiert nach Meister et al., 2014) zeigen sich folgende Erkenntnisse im Hinblick auf die Auswirkung der Mediationsstile in Bezug auf digitale Medien:

Im Zusammenhang mit der Internetnutzung zeigt der heutige Stand der Forschung, dass eine Kombination von aktiver und passiver Mediation das Risiko der Internetnutzung durch Kinder erheblich minimiert, ohne dass Potenziale und Chancen der Nutzung digitaler Medien verpasst würden (S. 3).

Ein gutes Beispiel für die wichtige ergänzende Leistung der medialen Begleitung durch Eltern zeigt folgende Äusserung auf. Wie bereits im letzten Kapitel erwähnt, können bereits fünfjährige Kinder Kinderwerboclips von Kinderfilmen unterscheiden (Nieding, Ohler, Bodeck & Werchan, 2006). Dabei dauert es noch eine ganze Weile bis die Kinder die Intention und die Konsequenzen des Werbeformats erkennen. Durch eine aufmerksame Begleitung der Eltern können die Kinder diese Fähigkeit gezielt vertiefen (Hipeli, 2014):

Wir versuchten schon früh, mit unseren Töchtern (heute 21,19 und 16 Jahre) darüber zu sprechen, was Werbung ist, was sie möchte und wie man sie vom normalen Programm unterscheiden kann. Wir versuchten zu durchschauen, wozu eine bestimmte Werbung den Zuschauer wohl bringen möchte. Das wurde fast schon zu einem Familienspiel. Das funktioniert schon bei kleinen Kindern, und es ist eine aktive Auseinandersetzung mit dem Thema (S. 181-182).

Das Beispiel veranschaulicht eine aktiv begleitende Mediation welche sehr zielorientiert und mit Erfolg eingesetzt wurde. Es zeigt auf, wie die Eltern die Entwicklung der Kinder stark mitsteuern und unterstützen können. Die Kinder erreichen kognitiv eine gewisse Entwicklungsphase, die Eltern können diese Entwicklung begleiten und die Kinder dazu animieren ihre Fähigkeiten auszubauen und den Prozess der Ausreifung der Kenntnisse fördern. Gerade die Dimension des Medialitätsbewusstseins, welche eine Kernkompetenz ist entsteht in der Kindheit und bedingt eine starke Unterstützung und Begleitung durch die Eltern damit sie stärker ausgebaut wird (Behler et al., 2005).

Demnach erscheint es sinnvoll in Bezug auf neue Medien eine starke Begleitung, welche sich durch gemeinsame Mediennutzung und intensiver Teilhabe am medialen Nutzungsverhalten sowie einem Austausch unter den Eltern und Kindern welcher insbesondere die Kritikfähigkeit und das Medialitätsbewusstsein fokussiert einzusetzen. Die restriktive Mediation sowie das Monitorin sind ergänzende Massnahmen welche je nach Bedarf eingesetzt werden können.

Nach dieser theoretischen Verortung erfolgten nun die Schilderung des empirischen Schwerpunkts dieser Arbeit und die Erläuterung zur Umsetzung des Forschungsprojekts.

## 4 Methoden

Nachfolgend wird geschildert, wie auf die formulierte Fragestellung eingegangen wird. Das Forschungsdesign wird präsentiert, die Erhebungsmethoden vorgestellt und die Begründung und die Wahl der Erhebungsmethoden werden zudem erläutert. Schliesslich folgen Ausführungen zur Datenauswertung.

## 4.1 Forschungsdesign

Das Forschungsdesign dient der Beantwortung der Fragestellung nach den Massnahmen welche Eltern ermöglichen die Medienkompetenz ihrer Kinder zu fördern (vgl. Kapitel 1.2). Es macht den Verlauf des empirischen Teils dieser Arbeit und dessen Gliederung ersichtlich. Es setzt sich aus sieben Phasen, wie in Abbildung 2 veranschaulicht wird, zusammen.

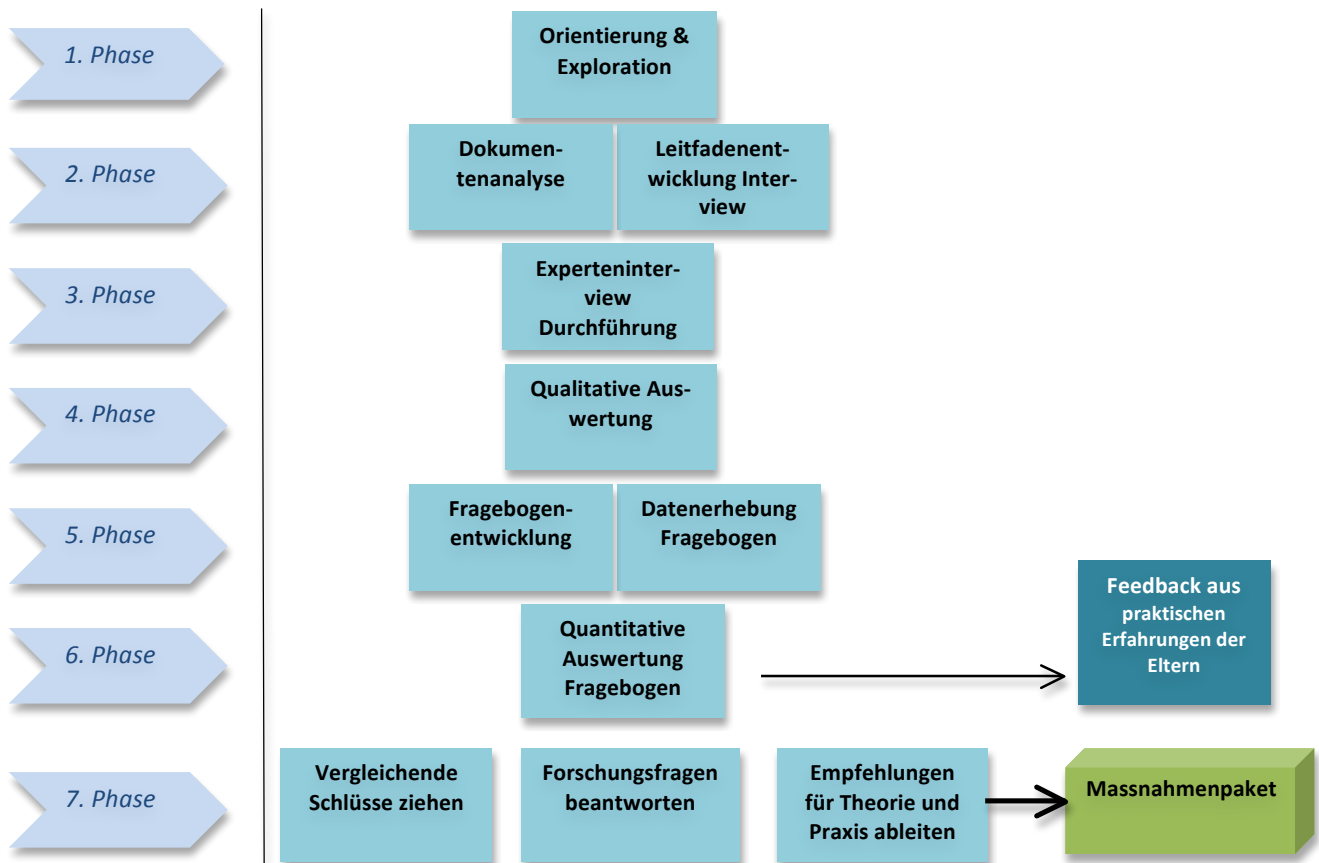


Abbildung 2: Forschungsdesign

Die erste Phase ist eine Phase der Orientierung und Exploration, dazu dienen theoretische und empirische Literatur als Grundlage (vgl. Kapitel 3).

Im Fokus der zweiten Phase steht die Dokumentenanalyse. Die Unterlagen der Swisscom zu den bisher durchgeführten Medienkursen für Eltern werden analysiert. Dies dient dazu die bereits vorhandenen Empfehlungen und Massnahmen zu identifizieren, sie werden als Informationsquelle und Ausgangslage für die nachfolgenden Erhebungen verstanden. Ein weiterer Teil dieser Phase befasst sich mit der Entwicklung des Leitfadens zur Datenerhebung durch die Experteninterviews. Die dritte Phase ist die Phase der Durchführung der Experteninterviews.

Die vierte Phase, setzt sich mit der qualitativen Auswertung des Textmaterials aus den Experteninterviews in Anlehnung an Mayring 2010 und Flick 2011 auseinander. Es folgt die Herleitung von Massnahmen bzw. Empfehlungen aus der Phase der Dokumentenanalyse und der Experteninterviews, auf dieser Grundlage wird der Fragebogen in der fünften Phase entwickelt und anschliessende die Befragung durchgeführt. Die sechste Phase widmet sich der Datenauswertung der durch die Befragung generierten Daten.

Die siebte und letzte Phase fasst schliesslich die Ergebnisse der Datenerhebungen zusammen und stellt diese dar. Die Fragestellung wird anhand der Resultate beantwortet.

In den folgenden Kapiteln werden die einzelnen Phasen genauer beschrieben. Die Ergebnisse aus der Datenauswertung werden in Kapitel 5 genauer vorgestellt.

## 4.2 Datenerhebung

An erster Stelle muss das Forschungsinteresse geklärt und die Fragestellung formuliert werden um das geeignete Erhebungsinstrument welches für die Datengewinnung passend ist bestimmen zu können (Helfferich, 2011). Dies wurde gemeinsam mit dem Praxispartner und anhand einer ersten Literaturrecherche vorgenommen. Damit eine umfangreiche Datengrundlage sichergestellt wird, wurden für die Untersuchung drei verschiedene Erhebungsmethoden gewählt:

- die Dokumentenanalyse,
- das Experteninterview
- sowie eine Elternbefragung bzw. ein Fragebogen.

Die Mischung aus quantitativen und qualitativen Methoden (Datentriangulation) bietet gemäss Flick (2011) eine Datengrundlage welche sich gegenseitig ergänzt. Die gewonnen Erkenntnisse sind dadurch breit abgestützt.

Sowohl die Fragen für das Experteninterview als auch die Fragen für den Fragebogen wurden in Anlehnung an das SPSS-Prinzip von Helfferich (2011) entwickelt. Mit dieser Methode kann eine grössere Bandbreite von Ideen generiert werden. SPSS bedeutet konkret „Sammeln“, „Prüfen“, „Sortieren“ und „Subsumieren“. So wird am Anfang sehr offen nach geeigneten Fragen gesucht und anschliessend werden die Fragen selektiert und reduziert bis der gewünschte und passende Umfang erreicht wird.

In einem ersten Schritt wurde eine Dokumentenanalyse vorgenommen. Danach wurden vier Experteninterviews durchgeführt. Erste Erkenntnisse aus der Dokumentenanalyse und den Experteninterviews flossen in den Fragebogen ein. Die Datenerhebung fand während den Monaten März und Mai 2016 statt. Die Daten wurden anschliessend ausgewertet und diskutiert.

## 4.3 Literaturrecherche

Im Vorfeld der Datenerhebungen wurde die theoretische Grundlage für das Thema Medienkompetenz erarbeitet. Anhand der Literaturrecherche konnte ein Überblick über das Thema gewonnen werden. Das Modell von Groeben wurde als Grundlage für die Arbeit definiert und somit das theoretische Rahmen für die Arbeit festgelegt.

## 4.4 Dokumentenanalyse Swisscom

Das Ziel der Dokumentenanalyse war, in Bezug auf die Fragestellung grundlegende Erkenntnisse aus den Dokumenten der Swisscom Medienkurse zu gewinnen. Die Analyse der Dokumente war dabei hilfreich die Ausgangslage bezüglich der Medienkurse der Swisscom darzustellen. Nach Mayring (2010) eignet sich die Dokumentenanalyse dafür, Informationen zu gewinnen die Ergebnisse aus anderen Datenerhebungsverfahren enthalten. Die gewonnen Informationen wurden aus Präsentations-

folien der Medienkurse für Eltern gewonnen, welche den Medientrainern der Swisscom als Grundlage für die Durchführung der Medienkurse dienen.

Die aus dieser Methode gewonnenen Daten wurden anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) ausgewertet. Die Beschreibung des Vorgangs erfolgte analog zu den Ausführungen in Kapitel 4.4.1.3 zur Auswertung der Experteninterviews. In dieser Phase wurden keine Kategorien induktiv gebildet.

#### 4.4.1 Experteninterviews

Ein Experteninterview kann gemäss Flick (2011) als eine spezielle Form von Leitfadeninterviews verstanden werden. Interessant ist dabei die Eigenschaft von Experten für ein bestimmtes Handlungsfeld als Vertreter da zu stehen. Diese werden als Repräsentant einer Gruppe von Menschen in eine Untersuchung miteinbezogen und bezüglich des gemeinsamen Handlungsfelds befragt. Experten verfügen in der Regel über ein bestimmtes professionelles Erfahrungswissen zu einem Thema bzw. Handlungsfeld.

Experteninterviews werden häufig als Leitfadeninterviews durchgeführt. Meistens dienen sie der Exploration in einem neuen Feld. Dadurch kann ein Thema strukturiert werden und Hypothesen dazu generiert werden. Es können mit Hilfe von Experteninterviews aber auch Kontextinformationen und Erkenntnisse aus anderen Methoden gesammelt werden. Die Rekonstruktion des Wissens von verschiedenen Experten hilft dabei den Untersuchungsgegenstand genauer zu umfassen und evtl. Theorien zu entwickeln (Flick, 2011).

In dieser Arbeit soll das Experteninterview Kontextinformationen zum IST-Zustand der Situation von Schweizer Eltern und deren Medienkompetenz liefern. Auch der IST-Zustand der Medienkompetenz von Kinder und Jugendlichen in der Schweiz steht im Vordergrund der Fragen. Weiter sollen die geführten Experteninterviews durch das Vorwissen und die Annahmen der Experten Schwerpunkte für das Ausformulieren der Fragen des Elternfragebogens setzen. Daraus lassen sich später die Angaben aus dem Fragebogen der Eltern mit den Angaben der Experten vergleichen bzw. die Auffassung der Experten über die Art der Massnahmen welche für Kinder und Jugendliche geeignet sind lässt sich mit der Meinung der Eltern darüber vergleichen. Die in den Experteninterviews formulierten Empfehlungen und Massnahmen zur Förderung von Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen durch Eltern fliessen in das Massnahmenpaket bzw. in die Ergebnisse der Erhebungen.

##### 4.4.1.1 Leitfadenentwicklung

Die SPSS Methode nach Helfferich (2011) dient als Orientierungsgrundlage für die Leitfadenentwicklung. In einem ersten Schritt wird eine grosse Anzahl Fragen gesammelt, sie werden auf ihre Eignung hin überprüft, anschliessend sortiert und in Themenblöcke aufgeteilt. Zu den einzelnen Themenblöcken werden Leitfragen welche als Erzählaufforderungen dienen sowie weiterführende Fragen formuliert. Nach Witzel & Reiter (2012) bezwecken die Erzählaufforderungen bzw. Hauptfragen die interviewte Person dazu offen über das gefragte Thema zu berichten. Der nächste Schritt definiert die Nachfragen welche erforderlich sind um das Thema näher zu beschreiben und die gesuchten Antworten für die Fragestellung zu liefern. Die entsprechende Grundlage für die Formulierung der Fragen bilden die Erkenntnisse aus der Literaturrecherche zu den theoretischen Grundlagen und der

Empirie. In diesem Fall diene das Modell von Groeben (2002) als Basis für die Zusammenstellung der Fragen. Die Haupt- sowie Vertiefungsfragen lassen sich jeweils den Dimensionen des Modells unterordnen.

Der Leitfaden enthält eine einleitende Informationsmitteilung über die Gründe, das Ziel der Erhebung sowie den Ablauf, die Dauer und die Gewährung der Anonymität. Anschliessend wird Anfangs der Bezug der interviewten Person zum Thema nochmals geklärt und die Fragen nach den Aspekten des Medienwissen/Medienbewusstsein, medienspezifische Rezeptionsmuster, medienbezogene Genussfähigkeit, medienbezogene Kritikfähigkeit, Selektion und Kombination von Mediennutzung, Partizipationsmuster und Anschlusskommunikation gerichtet. Jedes Thema wird mit einer eher offenen Frage eingeleitet und je nach Bedarf mit den weiteren vertiefenden Fragen ergänzt. Die Themen werden aus der Sicht des Experten dargestellt. Die interviewte Person erhält am Schluss die Gelegenheit sich nochmals frei zu äussern bzw. Aspekte welche im Interview nicht angesprochen wurden einzubringen. Auf das Erheben demografischer Daten wird in diesem Rahmen verzichtet, die Informationen sind für das behandelte Thema nicht relevant.

Im elektronischen Anhang (vgl. Anhang A) dieser Arbeit ist der Leitfaden für den Experteninterview verfügbar und kann gesichtet werden.

#### 4.4.1.2 Durchführung der Experteninterviews

Der entwickelte Leitfaden wurde im Vorfeld der Erhebung keinem Pretest unterzogen. Da es sich um einen Expertenleitfaden handelt welcher theoriegestützt ist und die Fragen sich an Experten richten welche das Thema sehr gut kennen, wurde dieser Schritt weggelassen. Die im Rahmen dieser Arbeit befragten Experten waren einerseits zwei Personen die in der Forschung tätig sind und andererseits zwei weitere Personen welche jeweils in weiteren Funktionen – Lehrer und pädagogische Beratung – einen beruflichen Hintergrund haben. Das Ziel war zu vermeiden, dass sich die Schwerpunkte der Auffassung der Experten, alleine nach theoriegestützten Erkenntnissen aus der Forschung richten. Der Ausgleich zu den in der Praxis bzw. im Alltag relevanten Chancen und Schwierigkeiten der Medienkompetenz sollten durch die Befragung der Lehrperson und der Person aus der pädagogischen Beratung geschafft werden.

Die Dimensionen der Medienkompetenz nach Groeben haben sich im Gespräch mit den Experten bewährt. Die Gespräche verliefen dadurch strukturiert und die Inhalte knüpften an das Wissen der Experten über die Medienkompetenz an.

Die Experteninterviews wurden zwischen Mitte März und Anfangs April 2016 geführt. Der Zeitrahmen für die Durchführung hat zwischen 1 Stunde und 1,5 Stunden variiert, was dem im Voraus definierten Rahmen entsprochen hat. Die befragten Experten wurden von der Autorin dieser Arbeit akquiriert. Sie wurden jeweils per E-Mail oder Telefon kontaktiert. Anschliessend wurden die Termine vereinbart. Die Interviews wurden alle an verschiedenen Tagen und in unterschiedlichen Räumen, je nach Arbeitsumgebung der befragten Personen, durchgeführt. Überall waren es gemütliche Räume ohne störende – zum Beispiel Lärm – Faktoren.

Die geführten Experteninterviews wurden mit Einverständnis der befragten Experten mit einem Audiogerät aufgenommen. Dies war hilfreich um später die detaillierte Auswertung vornehmen zu kön-

nen. Es erfolgte keine wörtliche Transkription der Interviews. Damit durch vorschnelle Zusammenfassungen Informationsmaterial nicht verloren geht wurden die Interviews abgehört und die Erkenntnisse in Form von Zitaten direkt in ein zuvor vorbereitetes Auswertungsraster (vgl. Kapitel 4.4.1.3) eingetragen. Die Interviews wurden auf Dialekt geführt, dies wurde beim Eintrag im Auswertungsraster in „Schriftdeutsch“ übertragen. Mundartwörter für welche es kein eindeutiges Synonym gibt, wurden belassen. Der Satzbau musste teilweise anders strukturiert werden um die inhaltliche Ebene hervorzuheben.

#### 4.4.1.3 Auswertung des Experteninterviews

Die Auswertung der Daten aus den Experteninterviews wurde anhand der qualitativen Inhaltsanalyse gemacht. Dies ist eine klassische Vorgehensweise zur Auswertung und Analyse von Textmaterial aus qualitativen Erhebungsmethoden. Gemäss Flick (2011) handelt es sich um ein regelgeleitetes Verfahren mit dem Ziel der Reduktion von Datenmengen. Die einzelnen Interviews wurden einzeln analysiert und der Inhalt wurde auf Zusammenhänge untersucht. Nach Mayring (2010) können für die qualitative Inhaltsanalyse zwei typische Techniken unterschieden werden. Die induktive und die deduktive Methode. In dieser Arbeit wurde in erster Linie das deduktive Verfahren angewandt. Dabei wurde die aus dem Interviewleitfaden bereits vorhandene Struktur bzw. die sieben Dimensionen der Medienkompetenz nach Groeben als Kategoriensystem eingesetzt. Dies bietet sich an, da die Daten anhand der Dimensionen systematisch und strukturiert erfasst werden können. Da bereits die Datenerhebung anhand dieser Datenstruktur vorgenommen wurde, war es naheliegend, dass die Daten anschliessend gut wieder in diese Struktur eingegliedert werden können. Die Inhalte des Erhebungsmaterials waren thematisch bereits anhand der Struktur der Dimensionen gegliedert weil der Leitfaden dementsprechend entwickelt worden ist. Das Textmaterial wurde analysiert und die Aussagen der Experten wurden systematisch den bereits vordefinierten Kategorien bzw. Dimensionen passend zugeordnet. Damit keine wichtigen Erkenntnisse, welche sich nicht eindeutig in das bereits vordefinierte Kategoriensystem erfassen lassen, verloren gingen wurden wichtige Aussagen welche keiner Kategorie zugeordnet werden können gesammelt und es wurden induktiv neue Kategorien dafür generiert. Im Kategoriensystem (vgl. Anhang B) wurden die deduktiv gebildeten Kategorien mit DED kennzeichnet und die induktiv gebildeten Kategorien mit IND markiert.

#### 4.4.2 Fragebogen

Der Fragebogen kommt in dieser empirischen Untersuchung zum Einsatz um einen weiteren Überblick über den IST-Zustand der Medienkompetenz von Eltern sowie von Kinder und Jugendlichen aus Sicht der Eltern von Kindern und Jugendlichen zu gewinnen. Der Fragebogen soll vor allem auch aufzeigen in welchen Bereichen Eltern oder Kinder und Jugendliche Schwierigkeiten haben und wo die Interventions- und Präventionsbemühungen sinnvoller Weise ansetzen müssen. Diese Erhebungsmethode wurde gewählt, damit eine grössere Anzahl Eltern berücksichtigt werden kann und dadurch die Erhebungen an Aussagekraft gewinnen können.

##### 4.4.2.1 Fragebogenentwicklung

Grundlage für die Erstellung des Fragebogens lieferte wiederum das Modell der Medienkompetenz nach Groeben (2002). Damit wurde sichergestellt, dass die erhobenen Daten aus den Experteninter-

views und aus dem Fragebogen im selben theoretischen Rahmen analysiert werden können. Dadurch können gut Vergleiche gemacht werden und die gewonnen Erkenntnisse aus beiden Erhebungen lassen sich nach einer gemeinsamen Struktur welche theoretisch verankert ist verarbeiten. Zudem flossen die Ergebnisse aus den vorgängig durchgeführten Experteninterviews in die Erstellung des Fragebogens, vor allem in die Gewichtung gewisser Bereiche, ein. Ergänzt wurde der Fragebogen mit eigenen Fragen zur Medienkompetenz gestützt auf Annahmen aus der Literatur. Die Fragebogenkonstruktion stützt sich auf Literatur von Bühner (2011).

Somit steht im Zentrum des Fragebogens das Konstrukt Medienkompetenz welches nach Groeben (2002) definiert wurde. Da das Konstrukt der Medienkompetenz nach Groeben 7 Dimensionen formuliert wurden zu diesen 7 Dimensionen Skalen erfasst. Die Skalen setzten sich aus mehreren Aspekten der jeweiligen Dimension, welche wie einleitend erwähnt, sich an den Erkenntnissen der Literatur, der Erkenntnissen aus den Experteninterviews sowie des Leitfadens für die Experteninterviews orientiert. Die Skalen sind anhand einzelner Aussagen – sogenannte Items – zu beurteilen.

Neben einer Einführung mit einer kurzen Vorstellung der befragenden Person sowie Informationen zum Rahmen und zur Zielsetzung des Fragebogens, besteht der Fragebogen aus drei Hauptteilen und umfasst 88 Fragen. Der erste Teil erhebt allgemeine Informationen zur Art und Dauer der Mediennutzung der Eltern sowie der Mediennutzung ihrer Kinder, am Anfang des ersten Teils wird zudem das Geschlecht der befragten Person erhoben (9 Items). Der zweite Hauptteil besteht aus Einstellungsfragen (13 Items) aus dem Inventar zur Computerbildung (INCOBI-R) von Naumann, Richter & Horz (2008). Der dritte und letzte Teil besteht aus Fragen (66 Items) zur Medienkompetenz. Die Fragen des dritten Teils orientieren sich inhaltlich wie bereits mehrfach erwähnt nach den Dimensionen der Medienkompetenz nach Groeben. Die Reihenfolge der Fragen richtet sich vorwiegend auch nach der Reihenfolge der Dimensionen nach Groeben. Das Ziel war es, die Ansicht der Eltern bezüglich ihrer Medienkompetenz sowie der Medienkompetenz ihrer Kinder quantitativ zu erfassen. Die Unsicherheiten sowie die Stärken beim Umgang mit digitalen Medien standen im Mittelpunkt der Fragen. Drei offene Fragen dienten dazu, die Ansicht der Eltern zu drei spezifischen Themen der Medienkompetenz detaillierter zu erfragen. Dabei ging es um das Alter, ab welchem die Kinder ein eigenes Smartphone besitzen dürfen; den Grund, welcher Eltern gegebenenfalls dazu veranlasst Empfehlungen von Experten nicht zu beachten; sowie die Risiken welche Kinder und Jugendliche im Internet aus Sicht der Eltern begegnen. Es bestand kein Anlass zur Erhebung von demografischen oder weiteren personenbezogenen Daten, die Alter der Kinder welche sich im Haushalt befinden wurde im dritten Teil im Rahmen einer Frage zur Medienkompetenz erhoben. Der Bildungsstand der Eltern wurde bewusst nicht erhoben. Viele Studien, unter Anderem die Medien Interaktion Kinder Eltern MIKE Studie (2015), konnten den positiven Zusammenhang zwischen höherem Bildungsstand der Eltern und einer guten Medienkompetenz der Kinder aufzeigen (Suter, Waller, Genner, Oppliger, Willemse, Schwarz, & Süß, 2015).

Für die Erfassung des zweiten Frageblocks zu den Einstellungen der Eltern gegenüber Medienthemen verwendet das INCOBI-R (Naumann et al., 2008) eine fünfstufige Zustimmungsskala, welche die Ablehnung und Zustimmung zu verschiedenen Aussagen über die Funktion und die Auswirkungen von Medien erfasst. Im Folgenden zeigt eine Abbildung eine Beispielaussage inklusive der Antwortskala:

	stimme zu	stimme eher zu	neutral	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
In meinem Leben ist der Computer als Unterhaltungsmedium wichtig.	2	1	0	-1	-2

Die Zustimmung ergab hohe, die Ablehnung tiefe Skalenwerte.

Der Fragebogen enthält insgesamt drei verschiedene Antwortskalen. Bei Fragen wo Stunden oder Altersangaben gemacht werden sollten konnten die befragten Personen ihre Antworten in Freitextfelder eintragen. Drei offene Fragen waren wie bereits erwähnt im Fragebogen enthalten. Die fünf-stufige Zustimmungsskala wurde neben den Einstellungsfragen im zweiten Teil auch im dritten Frageblock am häufigsten verwendet:

	stimme ich voll und ganz zu	stimme ich zu	weiss nicht	stimme ich nicht zu	stimme ich überhaupt nicht zu
Meine Kinder besuchen kindergerechte Seiten im Internet, ich habe keine Angst wenn sie alleine „surfen“.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Der gesamte Fragebogen ist im Anhang D ersichtlich.

#### 4.4.2.2 Pretest

Um den Fragebogen auf seine empirische Tauglichkeit hin zu überprüfen, wurde ein Pretest durchgeführt. Dies bietet die Möglichkeit die spätere Erhebung zu simulieren und eventuelle Schwierigkeiten im Vorfeld festzustellen und nach Möglichkeit zu beheben. Vor allem die sprachliche sowie inhaltliche Verständlichkeit standen im Zentrum des Pretests. Die Bearbeitungszeit war ein weiteres Kriterium (20 Minuten).

Am Pretest nahmen insgesamt vier Personen teil. Alle betroffenen Personen waren Eltern, eine Person verfügte zudem über Erfahrung als Lehrperson und Mitglied einer Schulkommission. Somit hatten alle Personen einen direkten Bezug zum Thema und haben den Kriterien der später befragten Stichprobe entsprochen. Die Lehrperson hat zudem ihre Meinung über ihre Einschätzung der Verständlichkeit für Eltern mitgeteilt.

Der Pretest hat hervorgebracht, dass bei allen Fragen der direkte Bezug zu den eigenen Kindern erstellt werden sollte. Somit wurde zum Beispiel nicht mehr gefragt „Kinder und Jugendliche benutzen Medien um soziale Kontakte zu pflegen“ sondern „Meine Kinder benutzen Medien um soziale Kontakte zu pflegen“. Die Betroffenheit und der tatsächliche Bezug der eigenen Person zum Thema wurden dadurch hervorgehoben. Es wurde zusätzlich vermieden, dass eine allgemeine Einschätzung welche sich allgemein auf Kinder und Jugendliche und nicht auf die eigene Kinder bezieht, geliefert wird. Gewisse Items welche mit JA oder NEIN beantwortet werden konnten, wurden mit einer weiteren Möglichkeit wie TEILWEISE ergänzt. Die Fragen beziehen sich jeweils auf mehrere Komponenten der Medienkompetenz oder fassen mehrere Medien zusammen, somit kann es sein, dass die Antwort bezüglich den verschiedenen Komponenten oder Medien anders lautet, die Angabe TEILWEISE bietet für dieses Problem eine Lösung. Einige Fragen waren in einer Sprache verfasst, die für Laien

nicht verständlich ist, diese wurden angepasst. Die Begriffe aus der Theorie wurden mit Synonymen ersetzt, welche auch für Laien verständlich sind. Fragen welche sehr ähnliche Inhalte hatten und somit die gleichen Ausprägungen des Konzepts erheben, wurden weggelassen. Der Fragebogen wurde anschliessend neu überarbeitet und die Darstellung wurde optimiert.

#### 4.4.2.3 Sampling

Das Sample – die Stichprobe – beschreibt die Auswahl der zu untersuchenden Fälle aus einer Grundeinheit. Im Falle dieser Arbeit können zum Beispiel nicht alle Eltern in der Schweiz befragt werden, es muss eine gewisse Auswahl getroffen werden. Diese Auswahl bietet ein verkleinertes Abbild und sollte repräsentativ für die Grundeinheit sein (Flick, 2011).

Das Sampling wurde in Absprache mit dem Praxispartner festgelegt. Es wurden Eltern von Kindern der 4 bis 9 Klasse befragt. Über die Pädagogische Hochschule Bern (PH Bern) wurden Schulen angefragt, welche bereit sind den Fragebogen an Eltern weiterzuleiten. Die Schulen welche angefragt wurden befinden sich alle im Kanton Bern. Das Anfragen an anderen Schulen aus anderen Kantonen bzw. Regionen in der Schweiz wäre sicher interessant gewesen, würde den Rahmen dieser Arbeit aber sprengen. Der daraus entstandene Aufwand könnte im Rahmen einer Bachelorarbeit nicht bewältigt werden. Dafür wurde die Form eines schriftlichen Fragebogens gewählt. Dies war für die Abwicklung der organisatorischen Abläufe zwischen der PH Bern, der Schulen und der Autorin dieser Arbeit eine angemessene Lösung. Der Fragebogen wurde den Eltern über die Schulen zugestellt, anschliessend konnten die Eltern den Fragebogen direkt der Autorin per Post zuschicken. Der Fragebogen wurde, aus Schulferien technischen Gründen, Anfangs Mai 2016 an die Eltern weitergeleitet. Die Schulen konnten die Fragen der Eltern – Verständnis Fragen zum Beispiel – jederzeit über die private E-Mail Adresse der Autorin weiterleiten.

Die Fragebogen wurden somit anonym ausgefüllt. Insgesamt haben sich 32 Personen bereit erklärt, bei der Befragung teilzunehmen. Obwohl dies im Vorfeld abgeklärt wurde und die Personen sich für die Teilnahme gemeldet haben wurden nur 16 Fragebogen ausgefüllt zurück gesandt. Alle 16 Fragebögen konnten bei der Auswertung berücksichtigt werden.

Die Elternstichprobe gilt als **nicht** repräsentativ. Die Eltern stammen aus einem sehr begrenzten geografischen Gebiet in der Schweiz und die Anzahl Teilnehmer ist relativ niedrig geblieben. Zudem waren es Personen die im Vorfeld der Erhebung über das Thema seitens der Schulen informiert wurden und sich somit bewusst für die Teilnahme und für das Thema entschieden haben, was eine gewisse Sensibilisierung auf das Thema mit sich bringt.

#### 4.4.2.4 Auswertung des Fragebogens

Die Auswertung der geschlossenen Fragen wurde anhand einer einfachen Auswertung im Office Programm Excel gemacht. Die Daten wurden in Excel transferiert, bereinigt und ausgewertet. Dabei wurden die Häufigkeiten berechnet. Die Antworten wurden zum Teil grafisch (prozentuale Anteile) dargestellt und so in das Kapitel 5, die Ergebnisse, dargestellt. Alle Daten der Fragebögen wurden von Hand ins Excel eingefügt.

Offene Antworten wurden mit einem dem Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse, analog zur Dokumentenanalyse und zu den Fragebögen, ausgewertet. Dabei wurde die Frage über das Alter, ab welchem die Kinder ein eigenes Smartphone besitzen dürfen der zweiten Dimension – Medienspezifische Rezeptionsmuster – zugeordnet. Dies weil die Fragen über die Entwicklung von kognitiven Fähigkeiten in dieser Dimension abgebildet werden, zwar werden in dieser Arbeit keine Altersstufen exakten Entwicklungsschritten zugeteilt, dennoch könnte eine grobe Einordnung der Altersklassen auch mit der Entwicklung in Verbindung gebracht werden, vor allem weil dies meistens die Begründung der Eltern war. Die Frage warum die Eltern die Empfehlungen von Experten nicht beachten, wurde der ersten Dimension – Medienwissen/Medienbewusstsein – zugeordnet. Dies weil es sich aus Sicht der Autorin um eine Art Wissen darüber handelt wo und wie man sich geeignetes Wissen über Medienumgang von Kindern und Jugendlichen holen kann. Die dritte und letzte offene Frage welche sich mit den Risiken der Mediennutzung für Kinder und Jugendliche befasst, wurde der medienbezogenen Kritikfähigkeit – der dritten Dimension – zugeordnet. Dies weil es um das Erkennen von Risikofaktoren geht, welche eine kritische Auseinandersetzung mit dem Medienangebot aber auch ein gewisses Medienwissen, voraussetzt. Die offenen Fragen wurden nicht immer von allen befragten Personen ausgefüllt.

In einem nächsten Kapitel werden nun die Ergebnisse aus den Erhebungen präsentiert, daraus werden Empfehlungen für die Praxis hergeleitet und ein Massnahmenpaket (siehe Anhang F) zusammengestellt.

## 5 Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Resultate aus den einzelnen Erhebungen dargelegt. Daraus wird ein Massnahmenpaket bzw. eine Sammlung von Empfehlungen erstellt, welche als Hilfestellung für Eltern bei der Vermittlung von Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche zu verstehen sind.

### 5.1 Ergebnisse Literaturrecherche und Dokumentenanalyse

Bei der Literaturrecherche hat sich das Modell von Groeben (2002) als Grundlage für die theoretische Verankerung des Konzepts der Medienkompetenz geboten. Die mediale Zeichenkompetenz nach Nieding et al. (2006) bietet eine Sammlung guter empirischer Befunde zur Erklärung des Erwerbs von wesentlichen Teilkompetenzen der Medienkompetenz im Kindesalter. Das Konzept parental Mediation kann für Eltern dabei hilfreich sein, den eigenen Mediationsstil und die daraus resultierenden Erziehungsmassnahmen zu reflektieren. Es zeigt Eltern konkret auf, welche Einstellungen bzw. Mediationsstile mit welchen Handlungsoptionen verbunden sind und ermöglicht den Eltern sich bewusst für einen Mediationsstil bzw. für gewisse Erziehungsmassnahmen in einer Situation zu entscheiden.

Das Angebot der Swisscom besteht bereits seit 2007. Die Kurse für Lehrpersonen als auch für Schülerinnen und Schüler sowie für Eltern sind sehr gut besucht. Das Angebot entspricht den Bedürfnissen der Schulen und bietet Unterstützung, vor allem im Hinblick auf die neuen Anforderungen bezüglich Medienbildung an die Schulen welche durch den Lehrplan 21 konkretisiert wurden. Die Medienbildung ist im Lehrplan 21 mitunter ein zentrales Thema, die Aspekte der Medienkompetenz sind nun

ein fester Bestandteil des Schulangebots. Des Weiteren wurde die Anzahl Lektionen für die Medienbildung erhöht. Das Angebot der Schulen muss an die neuen Vorgaben angepasst werden. Die Swisscom bietet eine Hilfestellung für die Schulen und die Lehrpersonen um die Medienbildung gemäss den Rahmenbedingungen des Lehrplans 21 umsetzen zu können, dabei hat sie eine langjährige Erfahrung im Bereich des Angebots zur Medienbildung auf welches sie aufbauen kann. Im Folgenden werden die wesentlichen Kernpunkte der Medienkurse der Swisscom zusammengefasst:

- Der Fokus der Kurse liegt auf die digitalen Medien
- Für die Swisscom stehen die Reflexions- und die Sozialkompetenz im Zentrum der Medienbildung bzw. der Medienkompetenz
- Die technische Nutzungskompetenz bringen die Schülerinnen und Schüler meist mit
- Damit die Vermittlung der Medienkompetenz nachhaltig ist, müssen die Eltern miteinbezogen werden
- Es gilt auch die Chancen und Risiken im Fokus zu behalten und gezielt beide Aspekte der Mediennutzung auf zu zeigen

In den Medienkursen der Swisscom stehen somit vor allem folgende Dimensionen der Medienkompetenz im Zentrum:

Swisscom Medienkurse Schwerpunktthemen
<p><b>Medienwissen/Medienbewusstsein</b> Ausgewählte Aspekte werden vermittelt, teilweise Konzeptwissen für die jeweils aktuell beliebten Social Media bei den Kindern und Jugendlichen</p>
<p><b>Medienbezogene Kritikfähigkeit</b> Schwerpunkt Reflexion und Rolle der Eltern sowie der Schule bei der Vermittlung der Kritikfähigkeit bzw. die Sozialisation der Mediennutzung</p>
<p><b>(Produktive) Partizipationsmuster</b> Rolle als Medienproduzent bzw. Social Media sowie Begleitung der Kinder und Jugendlichen in der Auseinandersetzung mit dieser Rolle</p>
<p><b>Anschlusskommunikation</b> Gesprächsführung und Austausch im Rahmen der Familie</p>

Der Teil der Ergebnisse der Literaturrecherche und der Dokumentenanalyse beschränkt sich auf diese zusammengefassten Informationen. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf die Ergebnisse der Experteninterviews und der Befragung der Eltern.

## 5.2 Ergebnisse Experteninterviews

Die Ergebnisse aus den vier durchgeführten Experteninterviews werden in diesem Unterkapitel zusammengefasst und entsprechend den Dimensionen der Medienkompetenz bzw. Kategorien des Leitfadeninterviews festgehalten. Im Anhang (C) ist eine ausführliche Version ersichtlich.

### Experteninterviews

#### 1. Medienwissen/Medienbewusstsein

##### Kernbereiche:

- Anwenderwissen und Erfahrung
- Konzeptwissen
- Allgemeiner Mangel an Medienwissen/ Medienbildung
- Sicherheitsanwendungen

**Kernaussagen:**

- Kinder/Jugendliche haben ihre Stärke in ihrem, durch den intensiven Konsum ausgeprägtem Anwenderwissen.
- Eltern haben ihre Stärke durch ihre mit klassischen Medien gesammelte Erfahrungen und allgemeine Lebenserfahrung, welche gut übertragbar sind auf die Verhaltensformen in digitalen Medien.
- Allgemein gibt es für die ganze Gesellschaft Nachholbedarf, es besteht ein Mangel an Institutionen welche tiefgründiges Medienwissen niederschwellig vermittelt.
- Insbesondere das Konzeptwissen wird von den Experten als sehr mangelhaft bezeichnet.
- Missverständnisse über die Funktion von Sicherheitsanwendungen sind gemäss den Befragten eine Ursache dafür, dass die Menschen sich Hintergrundwissen nicht aneignen. So bald man ein Virenschutz und ähnliche Software installiert hat, hat man das Gefühl man ist geschützt und muss keine weitere Leistung mehr machen und sich informieren.

**2. Medienspezifische Rezeptionsmuster**

**Kernbereiche:**

- Das Wissen über die kognitiven Verarbeitungsmuster
- Die Nutzungsmotive der Kinder und Jugendlichen
- Entwicklungspfad der Medienerkundung
- Erwartungen der Kinder und Jugendlichen an die Medien

**Kernaussagen:**

- Kenntnisse über kognitive Verarbeitung des Medienkonsums bei Eltern sind kaum vorhanden, das Erweitern dieses Wissens könnte den Eltern eine Hilfe dabei sein, die Kenntnisse ihrer Kinder einzuordnen, ihre Entwicklungsschritte gezielt und entsprechend ihrer Entwicklungsstufe zu begleiten. Experten bzw. Psychologen und Pädagogen sollten solche Entwicklungsstufen auf kognitiver Ebene mit dem Aufbau von Medienwissen in Verbindung bringen (ähnlich wie beim Modell der medialen Zeichenkompetenz) mit Verbindung an expliziten Empfehlungen.

- Nutzungsmotive bei Kinder und Jugendliche:

1. Kommunikation
2. Unterhaltung
3. Information

Vor allem bei den Jugendlichen steht die Kommunikation an erster Stelle bei den Nutzungsmotiven. Für kleine Kinder ist es die Unterhaltung welche sich langsam in Richtung Kommunikation entwickelt. Dabei sind die Grenzen nicht eindeutig, die Kommunikation ist ein Teil der Unterhaltung für Kinder und Jugendliche, sie unterhalten sich in dem sie sich mit Gleichaltrigen über ihre Interessenthemen austauschen.

Allgemeiner Verlauf bzw. Erkundungspfad für Medien: → Neugierde (Kindheitsphase ab der Geburt)  
→ Peergroup (für Eltern: ab den ersten Medienerfahrungen; für Gleichaltrige: vermehrt ab dem Schulalter 6,7 Jahre) → Identitätsfindung (ab dem Jugendalter ca. 12 Jahre)!

Mit der Neugierde fängt das Erforschen von Medien an. Es ist ein Bestandteil der Erkundung der Umwelt, welches Kinder durchmachen. Im Verlauf des Kindesalters und durch die sozialen Interaktion mit Erwachsenen aber vor allem mit Gleichaltrigen entstehen in einem weiteren Schritt neue mediale Interessensbereiche – inhaltlich sowie technisch – beeinflusst von der Peergroup. Die nächste Stufe, welche sich ab der Pubertät bemerkbar macht ist der Prozess der Identitätsfindung welcher sich auf die Wahl der Medieninhalte und der Art der Medien welche genutzt werden auswirkt. Es werden Themen wichtig wie die Selbstdarstellung, das Interesse für die Sexualität, sowie der Austausch mit Gleichgesinnten etc.

**3. Medienbezogene Genussfähigkeit**

**Kernbereiche:**

- Suchtverhalten:
  - Einschätzung von Eltern
  - Einschätzung von Experten
  - Kinder und Jugendliche

**Kernaussagen:**

- Die Sucht ist kein Schwerpunktthema aus Sicht der Experten, die Gefahr wird überschätzt. Kinder selber erkennen meistens wenn es zu viel wird. Eltern neigen eher dazu schnell eine Gefahr zu sehen, sie messen die Sucht

aber nur an reine Zeitfaktoren.

- Eine stark engagierte Nutzung ist weitaus nicht das einzige Kriterium für ein Suchtverhalten.
- Solange eine Gewisse Balance zu den Alltagsaufgaben noch besteht und ein Verzicht auf Medien ab und zu auch noch möglich ist, ist kein Suchtverhalten vorhanden.

#### 4. Medienbezogene Kritikfähigkeit

##### Kernbereiche:

- Kritikfähigkeit bezüglich:
  - Kontext
  - Inhalt
  - Eigener Medienkonsum
- Reflexion
- Realität/Fiktionalität
- Konzeptwissen als fördernder Faktor für Medienkritikfähigkeit

##### Kernaussagen:

- Die Kritikfähigkeit ist eine zentrale Medienkompetenz welche sich auf verschiedenen Ebenen der Mediennutzung abspielt.
- Kinder und Jugendliche müssen bei dieser Kernkompetenz gut begleitet werden. Bei guter Begleitung durch die Eltern entwickelt sich diese Kompetenz schnell und kann als Grundhaltung mitgenommen werden. Das Konzeptwissen, welches als ein Teil der ersten Dimension der Medienkompetenz gilt, spielt hier eine nicht unwesentliche Rolle. Eine Kombination aus gutem Kontextwissen und allgemeines Wissen ist eine gute Basis für eine kritische Haltung und eine Voraussetzung für die Reflexion der Medieninhalte sowie der eigenen Mediennutzung.
- Die Reflexion ist ein weiterer Aspekt der Kritikfähigkeit. Auch hier spielt die Begleitung der Eltern und vor allem ein gutes Hintergrundwissen eine wichtige Rolle. Je Informierter eine Person über ein Thema ist desto eher findet eine gute Reflexion statt.
- Die Kritikfähigkeit und die Reflexion lösen Diskussionen in einer Gesellschaft aus, die zu einer gesunden Wertbildungskultur beitragen. Aus diesem Grund ist es ein wesentlicher Bestandteil des Allgemeinwissens heute zu Tage und eine Schlüsselkompetenz.
- Kinder und Jugendliche erkennen in der Regel bearbeitete Bilder und Videos viel Besser als Erwachsene, was unter Anderem mit dem regen Nutzen von Medien zu erklären ist, welche die Bildbearbeitung einsetzen (zum Beispiel Bildfilter auf Instagram). Auch die Möglichkeit welche die neuen Medien Nutzern bieten, selbst als Medienakteure zu handeln, ist den Jugendlichen in dieser Hinsicht eine grosse Hilfe. Sie sind mit dem Bearbeiten von Bild- und Videomaterial eher vertraut, da diese Technologien nicht mehr nur durch Professionelle und in professionellen Kontexten angewandt werden, heute sind diese Technologien für jeden Mediennutzer zugänglich und ihre Anwendung ist nicht mehr an professionellem Wissen gebunden.
- Fiktionalität: Pornografische Inhalte als problematisches Thema bei Jugendlichen in der heutigen Gesellschaft. Die Emotionale Betroffenheit ist bei diesem Thema gross bei den Jugendlichen. Im Gegensatz zu weiteren Bereichen erkennen die Jugendlichen in diesem Bereich die Fiktionalität der Inhalte am Wenigsten.

#### 5. Selektion und Kombination von Mediennutzung

##### Kernbereiche:

- Jugendliche und Selektion
- Individuelle bzw. Bedürfnisorientierte Medienwahl
- Funktionalität der Unterhaltung
- Das Potenzial von Social Media als Lernangebot

##### Kernaussagen:

- Selektion orientiert sich primär an persönlichen Präferenzen. Jugendliche haben keine Mühe die für sie zweckerfüllenden Medien zu wählen und zu nutzen.
- Bei der Selektion von geeigneten Medieninhalten braucht es, vor allem am Anfang der Nutzung die Unterstützung der Eltern, dabei raten die Experten den Eltern individuell vorzugehen bzw. bei jedem Kind die Medienwahl bedürfnisorientiert zu gestalten.
- Auch reine Unterhaltung ist funktional, das dürfen Eltern nicht vergessen. Unterhaltung dient der Regenerierung von Motivation und der Leistungsfähigkeit.

- Kombination von Unterhaltung und Information oder das Erlernen von Fähigkeiten und Kompetenzen kann auch durch Games oder weiteren Medienangeboten erfüllt werden, welche für Eltern zum Teil weniger zugänglich sind, Eltern sollten sich auf eine Erfahrung mit diesen Medienangeboten einlassen.
- Das Potenzial von Social Media als Lernangebot wird seitens der Eltern unterschätzt. Gemäss Experten zeigen Erfahrungen mit Jugendlichen, dass Lerninhalte immer wie mehr durch Social Media ausgetauscht werden. So gibt es viele Lerngruppen auf Facebook oder WhatsApp. Die Lernvideos auf Youtube haben in den letzten Jahren gemäss den befragten Experten wesentlich an Bedeutung zu genommen und werden teilweise intensiv seitens der Jugendlichen genutzt.

## 6. (Produktive) Partizipationsmuster

### Kernbereiche:

- Neue Rolle als Medienproduzent
- Technik wird niederschwelliger
- Aktive und breitere Teilnahme am gesellschaftlichen Leben möglich
- Selbstdarstellung Kernthema bei Jugendlichen

### Kernaussagen:

- Der Umgang mit der neuen Rolle als „Medienakteur“ bzw. „Medienproduzent“ ist relativ neu in der Geschichte der Mediennutzung welche sich vor allem in Social Media ausleben lässt. In dieser Rolle lassen sich typische Anfängerfehler nicht nur bei Kinder und Jugendlichen sondern auch oft bei Erwachsenen erkennen. Dies äussert sich gemäss den Experten am Verhalten der Neunutzer auf Social Media Plattformen teilweise unabhängig vom Alter.
- Viele technische Aspekte sind heutzutage niederschwelliger konzipiert, so dass der Zugang für Nutzer allgemein und spezifisch für junge Nutzer sehr leicht ist. Dies fördert die aktiven Partizipationsmuster und lässt sie umso professioneller daher kommen.
- Jugendliche bedienen sich der neuen Medien um auch selber Einfluss zu nehmen auf gesellschaftliche Geschehnisse, was die Teilnahme am gesellschaftlichen und politischen Diskurs in der Gesellschaft fördert. Die neuen Techniken vereinfachen diese Teilnahme. Jugendliche können auf sich und auf ihre Anliegen aufmerksam machen in dem sie sich Instrumente der neuen Medien bedienen.
- Die Möglichkeiten für die Selbstdarstellung waren noch nie vielfältig und konnten noch nie so viele Menschen erreichen wie jetzt. Die Kinder und Jugendlichen erkennen das Potenzial dieser Möglichkeiten und sehen, wie sich „positive“ Selbstdarstellung lohnt bzw. wie man es durch die „positive“ Selbstdarstellung zum Beispiel schafft berühmt zu werden. Dies ist eine Motivation um diese Möglichkeit auszuschöpfen. Angesichts der Identitätsfindungsphase in welche sich Jugendliche befinden werden diese Effekte viel stärker von den Jugendlichen wahrgenommen und ausgelebt.

## 7. Anschlusskommunikation

### Kernbereiche:

- Austausch innerhalb der Familie
- Gesprächsführung über Medienkonsum und Medieninhalte
- Austausch unter den Jugendlichen
- Kombination verschiedener Zwecke bei der Mediennutzung

### Kernaussagen:

- Austausch über Medieninhalte innerhalb der Familie:  
Für Experten wird weiterhin viel mehr über die mit Mediennutzung verbrachte Zeit als über den konsumierten Inhalt von Medien in Familien geredet, der Fokus muss auf die effiziente Mediennutzung im Hinblick auf den Inhalt und anschliessend auf die Zeit gerichtet werden.
- Gute Gespräche in der Familie:
  1. Gespräche über Medien in die Beziehung einbetten: Basis für gute Gespräche ist die Beziehung mit ihren wichtigen Elementen wie das Vertrauen und das Verständnis für die Anliegen des Kindes
  2. Die Gespräche sollten sich an die Perspektive des Kindes und des Jugendlichen orientieren
  3. Vorbildfunktion als indirekter Vermittlungsweg für Medienverhalten nutzen
  4. Eigene Medienerfahrungen mit dem Kind teilen (in Form von reiner Erzählung sowie von reflektierter Auseinandersetzung an welche das Kind teilnimmt)

5. Gemeinsame Medienerfahrungen als Gesprächsbasis

6. Regeln entstehen im Rahmen der gemeinsamen Diskussion innerhalb der Familie

- Der Austausch unter den Jugendlichen über den eigenen Medienkonsum passiert nicht bewusst auf einer konstruktiven Art und Weise. Jedoch werden hier genauso wie bei allen Lebenserfahrungen indirekt Werte und Verhaltensmuster vermittelt und ausgetauscht.
- Die Inhalte der Kommunikation zwischen den Jugendlichen sind sehr vielfältig. Die Grenzen zu erkennen, was darf man teilen/veröffentlichen was nicht ist ein Thema bei Jugendlichen vor allem im Hinblick auf die eigene Privatsphäre, Privatsphäre Anderer, das Verbreiten von unangemessenen Inhalten (z.B Cybermobbing), die Konsequenzen der Veröffentlichung eigener Informationen etc.

## 8. Empfehlungen bzw. Massnahmen

### Kernbereiche:

- Einlass auf das Thema Medien
- Verunsicherung der Eltern:  
technisches Knowhow wird überbewertet
- Parallelen zwischen Alltag und Medienalltag: Medienerziehung nur ein Teil der Erziehungsaufgabe
- Regeln
- Überbewertung der Risiken
- Vorbild: Gemeinsame medienfreie Zeit Gestaltung
- Beziehung
- Selbstbewusstsein

### Kernaussagen:

- Im Allgemeinen raten die Experten den Eltern sich mehr auf die Medien aus der Perspektive der Kinder und Jugendlichen einzulassen. Auch wenn Games zum Beispiel oder gewisse Social Media Plattformen für sie nicht in die Mediennutzungsroutine einbauen lassen, können es gelegentliche Auseinandersetzungen und Teilnahme am Medienkonsum mit den Kindern sein. Es ist wichtig die Absichten und das Medienkonsumverhalten der Kinder zu kennen um sie sinnvoll begleiten und unterstützen zu können.
- Verunsicherung der Eltern: Das technische Knowhow wird von den Eltern als wesentlicher Teil der Medienkompetenz bewertet. Die weiteren Teildimensionen der Medienkompetenz werden als weniger wichtig gewichtet.
- Medienerziehung nur ein Teil der Erziehung: Die Erziehung ist eine Aufgabe mit vielen dynamischen Prozessen. Hat man eine gute allgemeine Erziehungsgrundlage so kann man die Medienerziehung einfach darin einbetten und muss weniger für die Medien spezifischen Themen unternehmen. Hilfreich sind dabei gemäss Experten Parallelen zwischen alltäglichen Situationen und Situationen in Bezug auf Medienkonsum zu ziehen. Dies lässt sich zum Beispiel ganz gut auf Verhaltensmuster auf Social Media Plattformen projizieren.
- Die Regeln entstehen im innerfamiliären Diskurs. Dabei ist es wichtig, dass die Regeln in Einvernahme mit den Kindern entstehen. Die Eltern sollten sich auch an die Regeln halten bzw. diese vorleben. Die Konsequenzen der Regeln sollten klar formuliert sein und zwingend eingehalten werden, ansonsten erfüllen Regeln ihren Zweck nicht. Die Regeln sollten flexibel gestaltet sein und in Zeitabständen den Entwicklungsschritten der Kinder sowie ihren Kenntnissen und Bedürfnissen angepasst werden.
- Überbewertung der Risiken: Die Eltern überschätzen die Risiken häufig auch weil sie die verborgenen Chancen nicht kennen.
- Medienfreie Zeiträume zu planen lernt man in der Familie. Eltern müssen vor allem für Kinder alternative Beschäftigungen bieten und den Kindern zeigen wie man sich sinnvoll beschäftigt, ohne Medien. Die Eltern müssen dieses Konzept vorleben.
- Die Beziehung ist als Basis für die Erziehung im Allgemeinen und für die Medienerziehung insbesondere zu betrachten. Alle Art von Erziehung lässt sich nur im Rahmen einer gesunden Beziehung zu den eigenen Kindern optimal gestalten.
- Selbstbewusstsein ist eine Schlüsselkompetenz für die Medienerziehung. Selbstbewusste Kinder und Jugendliche können besser mit den Risiken umgehen, welche sie in digitalen Medien begegnen. Sie wissen sich zu wehren oder wissen zumindest wo und wie sie sich helfen lassen können. Weiter sind sie weniger anfällig für negative Einflüsse.

### 5.3 Ergebnisse Fragebogen

In diesem Teil wird nur auf eine Auswahl der erhobenen Themenaspekte eingegangen. Diese Schwerpunkte ergeben sich einerseits um Zusammenhänge mit den Schwerpunktbereichen bei den Experteninterviews auf zu zeigen als auch Gegensätze hervor zu heben. Da die Fragen nicht immer eindeutig nur eine Dimension der Medienkompetenz erheben, wird jeweils auf die Medienkompetenzdimensionen verwiesen, welche die Fragen thematisieren.

Bei der Stichprobe waren die Geschlechter ziemlich ausgeglichen repräsentiert. 58% der befragten Personen waren weiblich und 42% männlich. Dazu geben alle Befragten an, digitale Medien regelmäßig zu nutzen, ob im beruflichen Kontext (66%) oder auch in privatem Interesse (91%). Es gab keine Person welche angegeben hat, digitale Medien weder privat noch beruflich zu konsumieren. Die befragten Eltern haben Kinder welche zwischen 6 bis 29 Jahre alt sind, dabei ist die Gruppe der 12 bis 17 Jährigen mit 61% am meisten vertreten.

Die im ersten Kapitel dieser Arbeit geschilderte Tatsache, dass die Mediennutzung mittlerweile ein fester Bestandteil des Alltags von Kindern und Jugendlichen ist, lässt sich wieder ein Mal in den Ergebnissen dieses Fragebogens bestätigen. Auch bei Eltern sieht die Situation nicht anders aus. Mit Ausnahme des online Bankings, welcher von Kinder und Jugendlichen gemäss den Antworten der Eltern nicht genutzt wird, konsumieren Kinder und Jugendliche das gesamte erhobene Angebot der digitalen Medien. 75% der Kinder und Jugendlichen tun das im Umfang von mindestens 6 bis 26 Stunden in der Woche. Zwei drittel der Kinder sind in Besitz eines Smartphones. Alle befragten Eltern erlauben ihren Kindern den Besitz des Geräts ab einem Alter von 10 bis 17 Jahren. Dabei ist es zwei drittel der Kinder erlaubt zwischen 10 bis 13 Jahren ein Smartphone zu besitzen, lediglich ein drittel der Kinder darf ein Smartphone erst ab einem Alter von 14 bis 17 Jahren haben, keine Person hat angegeben den Kindern erst ab einem Alter von 18 Jahren oder mehr den Besitz eines Smartphones zu erlauben.

#### Fragebogen

##### Medienwissen/Medienbewusstsein/Medienbezogene Kritikfähigkeit

Ihr eigenes Medienwissen schätzen Eltern als gut ein (58%), 41% betrachten ihr Wissen als „mittel“ und keine der befragten Personen empfindet ihr Medienwissen als niedrig. Dieses Resultat widerspiegelt sich auch in den weiteren Fragen, so geben 58% der Eltern an, dass sie sich gut mit den Anwendungen ihres Computers auskennen, nur gerademal 8% geben an, dass sie ihre Kenntnisse diesbezüglich „niedrig“ sind. Die Aussage „Ich weiss wie die Programme die ich auf meinem Computer benutze funktionieren“ beantworten dementsprechend 50% der Eltern mit „JA“, nur 16% der Eltern geben an, dass sie ein niedriges Wissen darüber haben. Nur ein Viertel der Eltern fühlen sich hilflos wenn der Computer bei der Arbeit Probleme macht, hier gilt zu bemerken, dass 41% keine Angaben darüber machen können ob sie sich in dieser Situation hilflos fühlen würden oder nicht. Demnach schätzen Eltern ihr Wissen über Medien vorwiegend als gut ein.

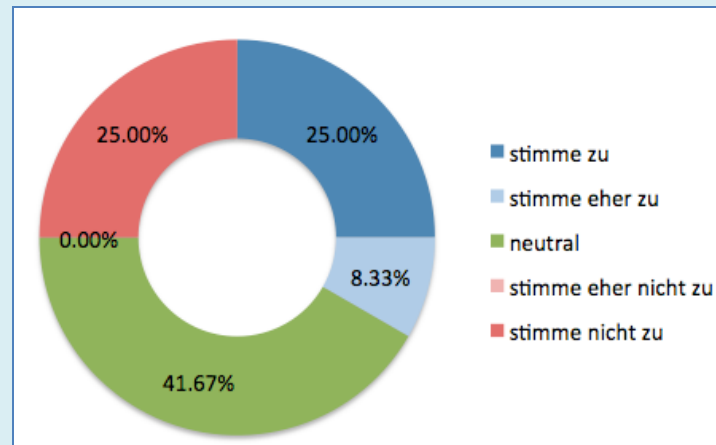


Abbildung 3: Hilflosigkeit bei Problemen mit Computer

Im Fragebogen wurde eine Unterkategorie der Dimension Medienwissen spezifisch abgefragt. Dies betrifft die Unterkategorie der Identifikation und Bewertung der Intention von Medieninhalten, dazu gehört auch das Erkennen von Werbeinhalten. Die Eltern wurden zunächst befragt ob sie verschleierte Werbung erkennen und klar identifizieren können. Diese Frage haben zwei Drittel der befragten Eltern mit JA beantwortet, ein weiterer Drittel gibt an verschleierte Werbung nicht klar identifizieren zu können. Um diese Angaben zu konkretisieren wurde anschliessend eine Auswahl von Werbeformate aufgelistet, bei welchen die befragten Personen jeweils angeben können ob sie dieses Werbeformat erkennen oder nicht. Zwei Auswahlmöglichkeiten waren dabei keine Werbeformate (Cookies und Hyperlinks). Die Nennung von Marken und Sponsoren haben alle Teilnehmenden als Werbemöglichkeit erkannt. Gewinnspiele und Verlosungen wurden zu 91% als Werbemöglichkeit identifiziert. Weitere Werbeformate wurden durch die Mehrheit der Befragten auch zu einem grösseren Anteil erkannt. Die einzige Ausnahme sind dabei die Pre-Rolls. Dieses Werbeformat hat nur ein Drittel der Stichprobe als Werbung eingestuft (obwohl diese Werbeform eine offensichtliche und nicht versteckte Werbeform ist. Hier stellt sich die Frage ob lediglich die Bezeichnung „Pre-Rolls“ nicht erkannt wurde). Bei den zwei „versteckten“ Werbeformen haben 75% der Befragten beim Hyperlink eine Werbeform „erkannt“ und 66% bei Cookies.

### Medienspezifische Rezeptionsmuster/(Produktive) Partizipationsmuster

Als nächstes wird auf die Frage nach den Mediennutzungszwecken von Kindern und Jugendlichen eingegangen, zumal diese Frage ein wesentlicher Teil der formulierten Fragestellung darstellt und eine Teilfrage ist, die es zu beantworten gilt. Die Eltern sehen die Nutzungsmotive in erster Linie durch die Unterhaltung begründet. Das Gamen, online Streaming sowie der Genuss von Musik werden seitens der Eltern als wesentliche Beweggründe für den Medienkonsum der Kinder betrachtet. Die Kommunikation steht an zweiter Stelle dabei nehmen die Chat bzw. Instant Messaging Angebote die erste Position, gefolgt vom Kommunizieren über E-Mail ein. Bemerkenswert ist, dass „nur“ ca. 41% der befragten Eltern in den Social Media ein Nutzungsmotiv sehen. Erstaunlicher Weise geben die befragten Eltern an, dass die Informationsrecherche überhaupt an oberster Stelle kommt bei den Nutzungsabsichten der Kinder und Jugendlichen.

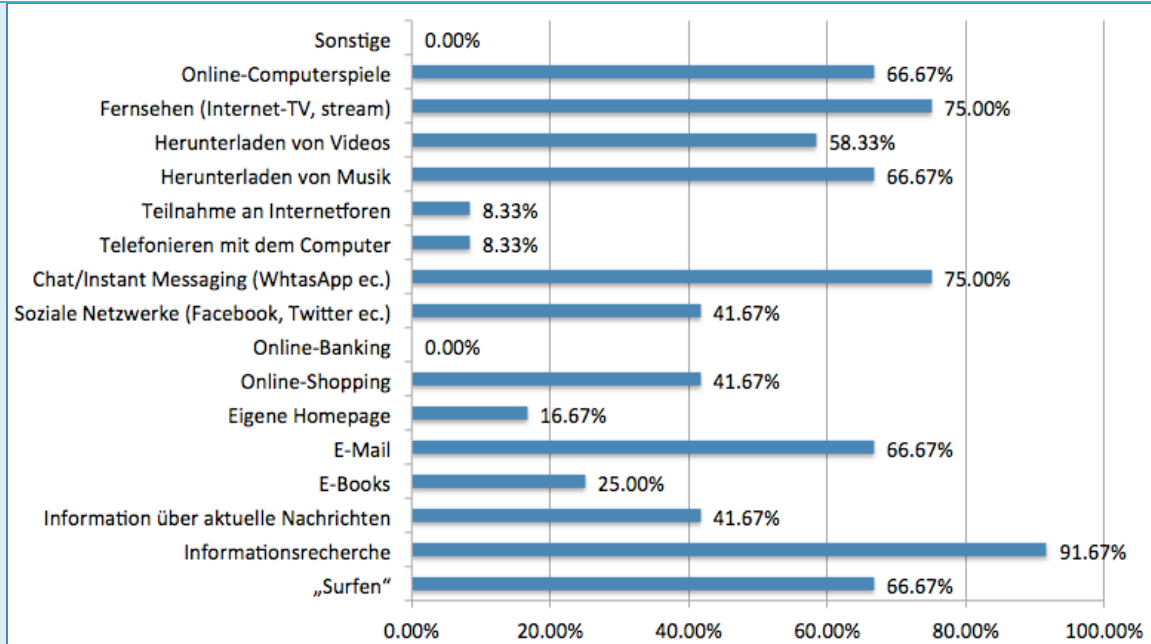


Abbildung 4: Mediennutzungszwecke der Kinder und Jugendlichen

Im Vergleich zu den Kindern und Jugendlichen steht nebst der Informationsrecherche die Kommunikation an erster Stelle, bei den Mediennutzungszwecke der Eltern. Dabei sind die Social Media (58%) als auch Chat und Instant Messaging Dienste (83%) vorne mit dabei, an erster Stelle ist weiterhin das Kommunizieren über E-Mail. Die Unterhaltung ist vor allem im Bereich des Konsumierens von Streaming Diensten (Internet-TV) als auch das Herunterladen von Videos und Musik vertreten. Über das aktuelle Geschehen informieren sich zwei Drittel der befragten Eltern über digitale Medien.

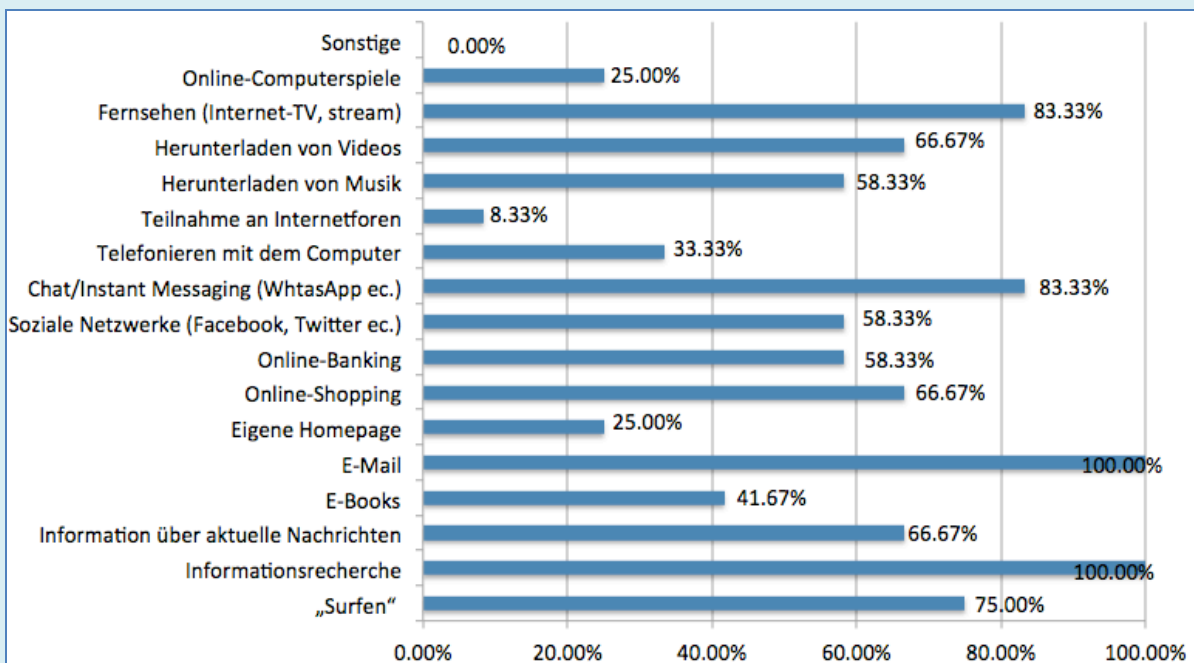


Abbildung 5: Mediennutzungszwecke der Eltern

### Medienbezogene Genussfähigkeit

Die Grenze zwischen angemessenem Medienkonsum und Sucht erkennen gemäss den Antworten 75% der Eltern. Die Eltern denken in 50% der Fälle, dass ihre Kinder diese Grenze auch selber erkennen können.

### Selektion und Kombination von Mediennutzung / Medienbezogene Kritikfähigkeit/ Medienbezogene Genussfähigkeit

Die Vorbehalte der Eltern gegenüber den digitalen Medien fallen in dieser Befragung nicht sehr ausgeprägt aus.

Das wird unter Anderem auch dadurch ersichtlich, dass 33% der Aussage nicht zustimmen, dass Internet ein Freizeit Medium ist, weitere 25% stimmen dieser Aussage eher nicht zu und nur gerade 8% stimmen dieser Aussage zu. Zudem sieht eine nicht zu kleine Anzahl der Eltern viele Chancen in der Nutzung der digitalen Medien. 58% sind der Meinung, dass ihre Kinder durch Medien wichtige Sachen lernen. Einzig bei der Frage der sozialen Beziehung äussern sich Eltern skeptisch dazu, dass „Die sozialen Beziehungen welche meine Kinder über das Internet pflegen sind genau so wertvoll, wie die sozialen Beziehungen die sie ausserhalb des Internets pflegen“, keine der befragten Personen stimmt dieser Aussage zu, ein Drittel stimmt der Aussage überhaupt nicht zu und 41% stimmen nicht zu. Auch sehen die Eltern vermehrt in Bezug auf das Lernen eine Chance. So stimmen zwei Drittel der Eltern zu, dass die Leistungsfähigkeit ihrer Kinder besser wird wenn sie die Möglichkeit haben mit digitalen Medien zu lernen, nur knapp ein Viertel der befragten Eltern können sich bezüglich dieser Aussage nicht positionieren oder haben eine ablehnende Haltung.

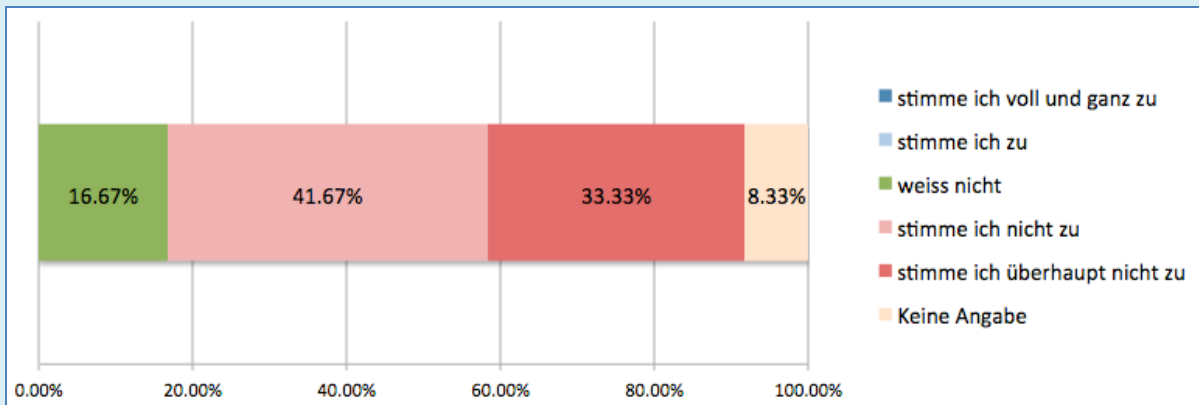


Abbildung 6: soziale Beziehungen im Internet

Vor allem die Games bzw. Computerspiele sind seitens der Eltern eine sehr negativ behaftete Medienbeschäftigung. Dies hat sich durch die Antworten der Eltern zu mehreren Fragen gezeigt. Teilweise wurden Bemerkungen, auch ausserhalb der offenen Fragen dazu formuliert, dass man sich bewusst dazu entschieden hat nicht zu gamen bzw. auch den Kindern den Zugang zu Games explizit eingrenzt, in dem man zum Beispiel sehr kleine Zeitspannen dafür vorsieht. Ein Beispiel zu der Einstellung der Eltern bezüglich Games: Der Aussage „Computerspiele machen die Menschen einsam, weil sie nicht mehr miteinander, sondern nur noch mit einer Maschine spielen“ Haben 83% der Eltern zugestimmt. Auch die Aussage „Gewalthaltige Computerspiele sollten generell verboten werden“ befürworten ca. 58% der Eltern, weitere 25% stimmen der Aussage eher zu. Wurde eine Aussage zu Games als Beispiel in einer allgemeinen Frage zu digitalen Medien eingebettet, so fielen die Resultate weniger stark ausgeprägt aus. So gaben 50% der Befragten an, dass sie der Aussage „Durch Medien lernen meine Kinder spezifische Fähigkeiten (Bsp. Strategien entwickeln in Computerspielen)“ zustimmen, 8% stimmen der Aussage sogar voll und ganz zu.

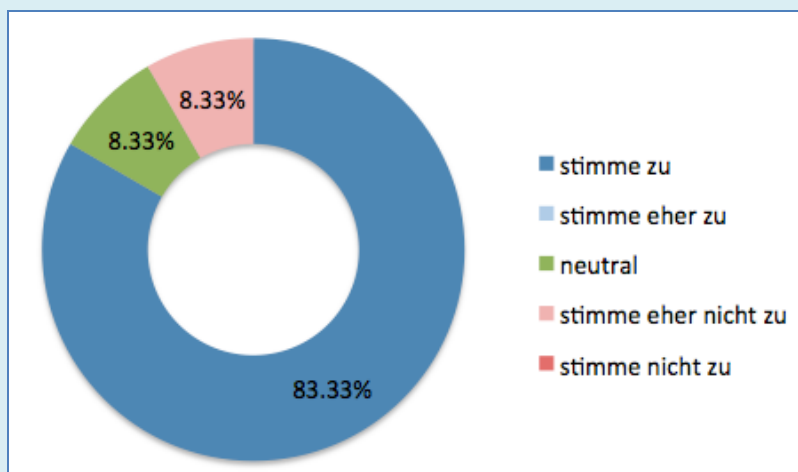


Abbildung 7: Computerspiele machen die Menschen einsam

### **(Produktive) Partizipationsmuster/Anschlusskommunikation**

Bezüglich Social Media ist es spannend zu beobachten, dass obwohl die Eltern ein stark ausgeprägtes Nutzungsverhalten angeben, diese Medien eher beschränkt zum Gesprächsthema mit Kindern und Jugendlichen gemacht werden. Nur die Hälfte der Eltern gibt an, mit den eigenen Kindern über ihr Facebookprofil zu sprechen, ein Viertel macht darüber keine Angaben. Auch gerademal 58% der Eltern thematisieren Inhalte von Whats App Nachrichten. Bei den Snap Chat Videos (50% NEIN, ein Drittel JA) und bei beim Twitter Account (58% NEIN, bei 25% die keine Angaben machen) sind es noch weniger Eltern, die diese Medien mit ihren Kindern thematisieren. Im Vergleich zu Inhalten von Filmen, Youtube Videos oder Games werden die Inhalte der Social Media markant weniger thematisiert. 83% der Eltern beantworten die Frage ob Kinder über die Youtube Videos sprechen, die sie schauen mit „JA“. Auch bei den Games sind es 75% der Eltern die das Medium thematisieren und Inhalte von Filmen werden mit 91% weitaus am häufigsten thematisiert.

### **Weitere Empfehlungen bzw. Massnahmen**

Dass Eltern in Bezug auf die Mediennutzung ihrer Kinder Regeln aufstellen, trifft auf 50% der befragten Eltern zu. Zum Beispiel setzen Eltern (83%) zeitliche Einschränkungen beim Konsum von gewissen Medien ein. Auch die Alterseinschränkungen welche zu Beginn festgehalten wurden sind Regeln welche die Eltern einsetzen.

Im Hinblick auf die in dieser Arbeit generierten Empfehlungen war es spannend zu erheben, ob die Eltern Empfehlungen von Experten bei ihrem Medienverhalten berücksichtigen oder nicht. Es wurde auch gefragt, warum die Empfehlungen von Experten allenfalls als nicht wichtig empfunden werden. Dabei hat sich herausgestellt, dass nur die Hälfte der befragten Eltern Empfehlungen von Experten im Umgang mit Social Media beachten, ein Viertel beachtet die Empfehlungen nicht. Im Folge dessen finden nur 58% der Eltern solche Empfehlungen wichtig. Warum die Eltern die Empfehlungen nicht beachten oder nicht wichtig finden, wurde von keiner teilnehmenden Person beantwortet.

Besser verhält es sich bei der Beachtung von gesetzlichen Altersangaben/Altersempfehlungen. Dort geben Eltern an diese Angaben meist zu beachten (Filme 83%, Social Media 66%, Games 58%).

Die gesamten Ergebnisse der Fragebogen Erhebung sind im Anhang E ersichtlich.

## **6 Diskussion**

In diesem Teil wird zuerst die Eignung der theoretischen Grundlagen diskutiert und anschliessend auf einzelne, ausgewählte Schwerpunktthemen aus dem Ergebnisteil eingegangen.

Die Auswahl des Modells von Groeben als Grundlage für die empirische Untersuchung erscheint im Nachhinein weiterhin als eine gute Auswahl. Es soll nach Möckel (2013, S. 55) „einen äusserst fruchtbaren Beitrag in Bezug auf die empirische Operationalisierung des, bislang noch sehr theoriegeprägten, Konstrukts der Medienkompetenz“ bieten. Für diese Arbeit lässt sich die Aussage bestätigen. Das Modell hat eine gut strukturierte und logisch aufgebaute Theoriegrundlage für das Thema geboten. Die Leitfäden für die Interviews und die Fragen für den Fragebogen konnten sehr gut vom Modell ausgehend formuliert werden und die aus der Literatur gewonnen Erkenntnisse lassen sich auch sehr gut in die Teilkompetenzen integrieren. Groeben hat die Dimensionen, wie bereits in Kapitel drei erwähnt, nicht näher beschrieben dadurch haben sich zugleich Chancen in der Bearbeitung als auch Herausforderungen ergeben. Die Chancen bestanden darin, dass die Fragen für den Interviewleitfaden als auch für den Fragebogen an die Ansprüche der Praxis angepasst werden und dennoch gut in die theoretisch verankerten Dimensionen eingeordnet werden konnten. Durch die breite Formulierung ergab sich aber auch die Schwierigkeit, dass die Grenzen der Dimensionen sehr offen bleiben. Die Fragen als auch die Ergebnisse in die Dimensionen einzuordnen war dadurch nicht immer eindeutig. Zumindest die Abgrenzung der einzelnen Dimensionen zu einander wäre daher sehr

sinnvoll um Fehlinterpretationen der Dimensionen bei der Operationalisierung sowie auch bei der Auswertung und Interpretation der Ergebnisse möglichst zu vermeiden.

Auch, dass Groeben die Medienkompetenz anhand medienpsychologischer- sowie medienpädagogischer Diskursströmungen in den Fokus nimmt, wird seitens Möckel (2013) als positiver Aspekt bewertet. Für diese Arbeit war dies sehr hilfreich. Die von Groeben formulierten Dimensionen ergänzen sich sehr gut mit medienpädagogischen Vorstellungen, welche für den Praxispartner für die bisherige Entwicklung des Projekts eine Grundlage geboten haben. Dadurch konnte der Anschluss an die bisherigen Konzepte der Medienkurse für Eltern relativ gut gestaltet werden.

Das Konzept der parental Mediation legt Eltern im Hinblick auf die digitalen Medien nahe, eine aktiv begleitende Mediation mit einer passiv begleitenden Mediation zu kombinieren und ihre Erziehungsmassnahmen demnach zu gestalten. Die Ratschläge der Experten bewegen sich sehr stark in die gleiche Richtung dieses Konzepts. Auch ihre Empfehlungen legen viel mehr Gewichtung auf die erklärenden Gespräche in der Familie, auf die Einbettung der Medienerziehung in die allgemeine Erziehung oder auf gemeinsame Mediennutzung. Die Angaben der Eltern im Fragebogen zu den eingesetzten Erziehungsmassnahmen zeigt auf, dass die Eltern diese Mediationsstile bereits einsetzen. Es zeigt sich aber auch, dass dies medienspezifisch anders ist. Die Gesprächsführung (vgl. Kapitel 5.3) hängt vom Medium ab. Das gilt auch in Bezug auf das gemeinsame Konsumieren von Medien. Die Anwendung der aktiven sowie passiven begleitende Mediation sollte im Idealfall auch auf die Medien ausgeweitet werden, für welche Eltern weniger Interesse aufbieten können oder mit welchen Eltern durch ihren eigenen Medienkonsum weniger in Kontakt kommen. Dies deckt sich mit den Empfehlungen der Experten, das Thema der Mediennutzung auch aus der Perspektive der Kinder und Jugendlichen aus zu betrachten, und sich auf die Medien einzulassen.

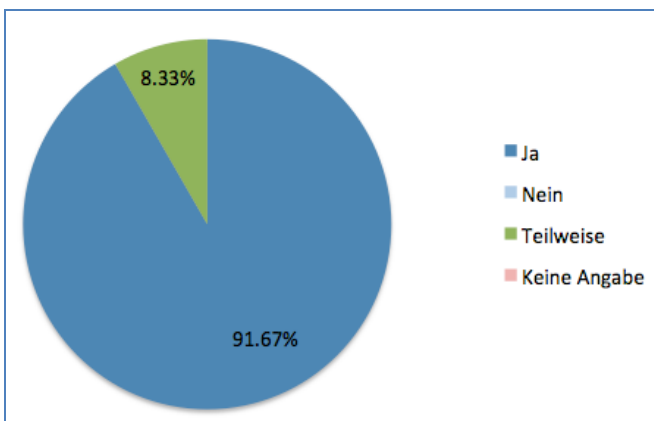


Abbildung 8: Gemeinsames Konsumieren von Kinderfilmen

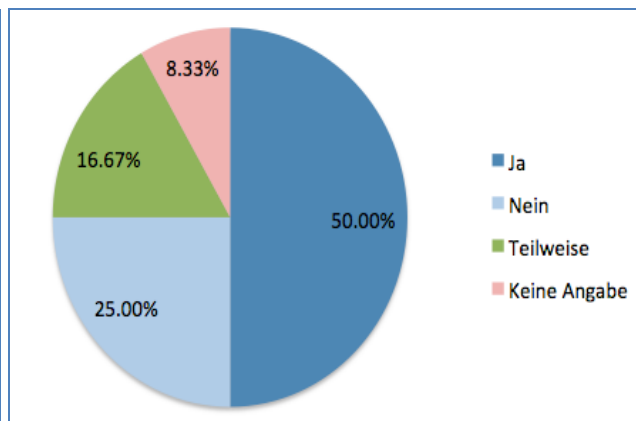


Abbildung 9: Gemeinsames Konsumieren von Games

Gemäss dem Entwicklungspfad welcher im Ergebnisteil der Experteninterviews formuliert wurde lassen sich vor allem Kinder durch das Neugier Gefühl in ihren ersten Erfahrungen mit Medien leiten. Dies entspricht den Schilderungen der Entwicklungsschritte welche Kinder ab der Geburt und bis zum erwerben der grundlegenden medialen Zeichenkompetenz durchlaufen. Die Aufmerksamkeit bzw. das Interesse oder die Neugier steht laut dem Modell der medialen Zeichenkompetenz als auch gemäss den Wahrnehmungen der Experten am Anfang des Erkundungspfads. Der Peergroup Einfluss oder auch der Einfluss der erfahrenen Mediennutzer in der sozialen Umgebung der Kinder wird auf beiden Ebenen auch bestätigt. Da sich der Erwerb der medialen Zeichenkompetenz hauptsächlich

auf die Lebensphase zwischen drei und sieben Jahren konzentriert kann keine Aussage zur Phase der Identitätsfindung aus Sicht des Modells der medialen Zeichenkompetenz gemacht werden.

Allgemeiner Verlauf Erkundungspfad für Medien:

- Neugierde (Kindheitsphase ab der Geburt) gezeichnet durch den Erwerb der medialen Zeichenkompetenz
- Peergroup (für Eltern: ab den ersten Medienerfahrungen; für Gleichaltrige: vermehrt ab dem Schulalter 6,7 Jahre)
- Identitätsfindung (ab dem Jugendalter ca. 12 Jahre)!

In der Praxis sehen sich die Anbieter der Medienkurse für Eltern oft damit konfrontiert, dass sich Eltern zum Teil Erklärungen zu den kognitiven Vorgängen oder den Entwicklungsschritten ihrer Kinder bezüglich Medienrezeption wünschen. Durch dieses Modell kann Eltern eine Erklärung dazu geboten werden, es können einzelne wichtige „Stationen“ in der Entwicklung erläutert werden anhand welchen Eltern sich vor allem in der Kindheitsphase orientieren können.

Die Mediennutzungsmotive lassen sich gemäss den befragten Experten in folgender Reihenfolge nummerieren: 1. Kommunikation, 2. Unterhaltung, 3. Information. Die Einschätzungen der Eltern zu den Nutzungszwecken ihrer Kinder variieren leicht von den Angaben der Experten. Auf welchen Grund dies zurück zu führen ist, kann aus den Ergebnissen der Erhebungen nicht erkannt werden. Die Reihenfolge ist in dieser Hinsicht aber auch nicht von zentraler Bedeutung, da die Grenzen wie bereits festgestellt vor allem bei der Kommunikation und der Unterhaltung sehr fließend sind.

Die Eltern sehen auch vermehrt die Chancen hinter dem Medienkonsum ihrer Kinder. Zwar gibt es gewisse Problembereiche, wie zum Beispiel der Konsum von Games welcher vorwiegend negativ behaftet ist (vgl. Kapitel 5.3), doch erkennen Eltern ganz klar den Potenzial digitaler Medien. Im eigenen Alltag wird der Wert der Unterhaltungsfunktion der digitalen Medien eingesehen oder auch der Nutzen des Computers als Arbeitsmittel anerkannt (vgl. detaillierte Resultate im Anhang E). Auch die Chancen für die Kinder, digitale Medien als Lernmöglichkeit einzusetzen und wichtige Fähigkeiten darüber zu lernen wird erkannt (vgl. detaillierte Resultate im Anhang E). Zu den Risiken, laut Experten bei Jugendlichen vor allem im Bereich der Pornografie und Sexualität, machen die Eltern keine expliziten Angaben. Vielmehr empfinden sie Nebeneffekte, wie das ungewollte Abschliessen von Abos für Internetdienste, als störend. Die Sorgen der Experten hinsichtlich des Konsums von Pornografie sind nicht unbegründet. Die JAMES Studie 2014 hat klar gezeigt, dass 43% der Schweizer Jugendlichen (zwischen 12 und 19) Jahren bereits Videomaterial mit diesem Inhalt konsumiert haben (Willemse et al., 2014). Es lässt sich gemäss Willemse et al. auch feststellen, dass es eine leichte Zunahme zwischen 2012 und 2014 bezüglich der Anzahl Jugendlichen gab, welche aufreizende Fotos oder Videos von sich selbst über digitale Medien verbreiten. Dabei wird neuen Trends der Social Media, zum Beispiel Snap Chat, eine wichtige Rolle zugeschrieben (Willemse et al., 2014). Die Entwicklungen in diesem Bereich sollten durch Experten aber auch durch Eltern beobachtet werden.

Das Medienwissen als die grundlegende Kompetenz auf welcher die weiteren Dimensionen aufbauen, hat sich bei den Experteninterviews als auch beim Fragebogen als ein zentrales Thema herauskristallisiert. Die Einschätzung der Eltern zu ihrem eigenen Medienwissen zeigt sich durchaus positiv. Vor allem im Bereich des Anwenderwissens scheint dies anhand der Resultate der Fall zu sein. Ein genauer Blick lässt aber erkennen, dass nicht überall dort, wo die Eltern ihr Wissen als gut einschät-

zen auch ein solches gutes Wissen vorliegt (vergleiche Ergebnissteil Kapitel 5.3 Ausführungen zum Medienwissen). Dies bestätigt die Experten darin, dass vor allem das Konzeptwissen mangelhaft ist. Zwar wissen sich die Eltern mit den Anwendungen welche sie kennen durch zu schlagen. Doch Hintergrundinformationen, zumindest solche die in diesem Fragebogen erhoben wurden, sind weniger ausgeprägt. Dies zeigt sich zum Beispiel an der gefühlten Hilflosigkeit, wenn der Computer bei der Arbeit Probleme macht (vgl. Ergebnisse Kapitel 5.3).

Viele Eltern lassen sich durch die Frage nach dem fehlenden technischen Knowhow verunsichern. Das technische Knowhow ist ein wichtiger Teil des Medienwissens, jedoch schreiben die Eltern dieser Dimension eine sehr grosse Bedeutung zu. Dadurch entsteht eine subjektive Hemmschwelle. Wichtig ist, dass diese subjektive Hemmschwelle bei den Eltern angesprochen und relativiert wird. Zwar ist das technische Wissen tatsächlich die Basis für eine gute Medienkompetenz doch kann aufgrund der bereits vorhanden Erfahrungen der Eltern mit klassischen Medien viel Wissen auf die neuen Medien übertragen werden. Zudem bestehen die weiteren Dimensionen der Medienkompetenz aus Teilkompetenzen welche sich durch die allgemeine Lebenserfahrung sowie durch Bildung gut erschliessen lassen, somit können Kinder und Jugendliche sehr viel von der Medienkompetenz ihrer Eltern profitieren auch wenn diesen ein Teil des technischen Knowhows fehlt oder die Kinder in dieser Hinsicht den Eltern etwas voraus sind.

Die Reflexion ist ein zentraler Aspekt der Teilkompetenz Kritikfähigkeit. Auch hier spielt die Begleitung der Eltern und vor allem ein gutes Hintergrundwissen eine wichtige Rolle. Je informierter eine Person über ein Thema ist desto eher findet eine gute und tiefgründige Reflexion statt. Die in dieser Arbeit befragten Experten bestätigen den mehrfachen Befund von diversen Studien über den Zusammenhang zwischen dem Bildungshintergrund der Eltern und einer guten Medienkompetenz (Suter et al., 2015). Dies stellt die Frage nach dem geeigneten Zugang zu bildungsfernen Eltern einmal wieder in den Vordergrund. Konkrete Vorschläge seitens der befragten Experten hat es hierzu nicht gegeben. Es bleibt dabei, dass der Zugang zu diesen Eltern meist durch die Kinder gesucht wird, in dem die Medienkompetenz der Kinder durch die Medienbildung in der Schule gefördert wird oder die Schule auf Angebote und auf Hilfestellungen zu medienbezogenen Themen aufmerksam macht, in der Hoffnung dass bildungsferne Eltern zumindest darüber informiert sind, dass das Thema in Bezug auf die Kinder eine Relevanz hat und wo sie sich evtl. Informationen holen können bei Problemsituationen.

Mit der neuen Rolle als Medienproduzenten müssen sich Erwachsene als auch Kinder und Jugendliche auseinandersetzen. Eltern als auch Kinder und Jugendliche sehen sich mit einer neuen Form der Kommunikation konfrontiert welche ihr eigenes Medienverhalten in den Mittelpunkt stellt und durch welche sie produktiv Medieninhalte über alle Grenzen verbreiten können. Diese neue Erfahrung müssen nicht nur Eltern und Kinder, sondern auch die ganze Gesellschaft mitmachen. Aktive Nutzer haben hier den Vorsprung weil sie die Strukturen und die „Regeln“ der Nutzung schneller kennenlernen, sagen die Experten. Im Falle von Kinder und Jugendlichen bietet sich eine aktive Nutzung an weil dadurch einige Bedürfnisse, welche für das Kinder- und Jugendalter prägend sind, erfüllen lassen. So erleichtern die Social Media zum Beispiel die Kommunikationswege, was gemäss Experten ein wesentlicher Nutzungsmotiv ist, und bieten den Jugendlichen eine gute Möglichkeit das Prozedere der Identitätsfindung durch Möglichkeiten zur Selbstdarstellung voranzutreiben und aus-

zuleben. Meistens bleibt es aber auch bei den Jugendlichen beim Anwenderwissen welches sich Erwachsene durch aktive Nutzung genauso gleich wie Kinder und Jugendliche aneignen können. Die befragten Eltern geben an, Social Media Plattformen zu nutzen, inwiefern diese Nutzung als „aktive Nutzung“ bezeichnet werden darf und ob sich die Nutzungsart sich mit der Nutzungsweise der Kinder und Jugendlichen deckt oder ähnelt, ist weiterhin eine offene Frage. Diese Rolle sollte viel mehr ins Zentrum der Forschung zur Medienkompetenz rücken. Es sollte beobachtet werden, wie sich die Tendenzen in Bezug auf die Nutzergruppe als auch auf die Nutzungszwecke entwickeln.

Die Gesprächsführung über die Mediennutzung in der Familie ist je nach Medium anders ausgeprägt. Die Resultate haben gezeigt, dass vor allem die Sozialen Medien im Vergleich zu Filmen, Games oder auch Youtube Videos weniger ein Gesprächsthema sind. Es könnte die Vermutung auftauchen, dass Eltern die Social Media weniger aktiv nutzen. Eine Aussage dazu kann aus den Resultaten dieser Arbeit nicht definitiv gemacht werden. Zwar gibt ein grosser Teil der befragten Eltern an, dass die Social Media Plattformen rege genutzt werden – in Anteil Prozent mehr genutzt wird als Kinder und Jugendliche – doch bleibt die Frage offen wie sich dieses Nutzungsverhalten gestaltet. Es müsste geklärt werden ob dies ein intensiver Nutzen ist und wie je nach dem für welche Zwecke der Konsum dieser Art von Medien eingesetzt wird.

Die Experten formulieren die These, dass vielmehr über die verbrachte Zeit mit Medien als über die konsumierten Medieninhalte in Familien gesprochen wird. Eltern sehen in der Sucht reine Zeitaspekte die relevant sind, lautet zudem die Vermutung der Experten. In den Resultaten hat sich diese Vermutung nicht widerspiegelt. Es wurde jeweils separat danach gefragt, ob die Eltern mit ihren Kindern über die Zeit die sie im Internet verbringen diskutieren und ob die Eltern mit ihren Kindern über die Inhalte der konsumierten Medien diskutieren. Es ergab sich eine leichte Tendenz, dass etwas mehr über die verbrachte Zeit als über die Inhalte gesprochen wird, der Unterschied fällt aber bescheiden aus. Daraus erschliesst sich aber nicht zwingend, dass die Eltern Suchtsituationen gut erkennen. Es müsste noch in Erfahrung gebracht werden, in welchen Kontexten die Zeit- bzw. die Inhaltsfaktoren angesprochen werden um eine Aussage diesbezüglich machen zu können.

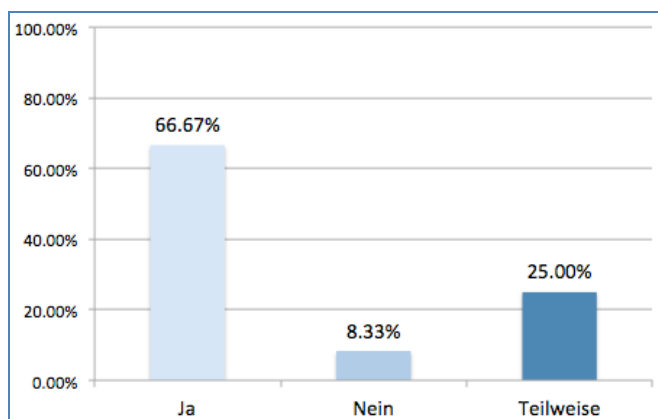


Abbildung 10: Diskussion Zeit

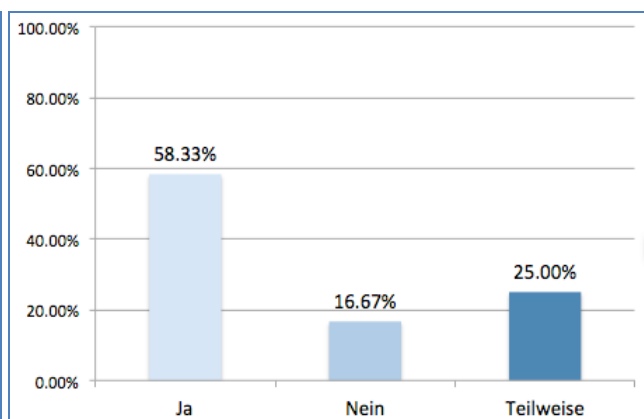


Abbildung 11: Diskussion über Inhalt

Der Einsatz von Regeln bzw. auch Verboten ist ein Thema welches Eltern beschäftigt und wo sich durch die Ergebnisse der Befragung der Eltern klar gezeigt hat, dass Eltern Regeln als Massnahme zur Medienerziehung einsetzen. Dabei orientieren sich die Eltern unter Anderem auch an Empfehlungen von Experten. Zwar gibt nur die Hälfte der befragten Eltern an, Expertenempfehlungen zu befolgen.

Doch zeigt sich bei der Befolgung der Altersempfehlungen ein Bild auf, das diese Aussagen relativiert (Filme 83%, Social Media 66%, Games 58% = Befolgen Altersempfehlungen). Eltern greifen auch auf ihre eigene Erfahrung zurück, bei der Aufstellung solcher Regeln. In der Befragung äusserte sich dies oft in den Angaben zur Altersstufe, ab welcher die Kinder ein eigenes Smartphone haben dürfen oder alleine Apps installieren dürfen. Die Antworten auf die offene Frage, welche den Grund zur Auswahl eines bestimmten Alters erhebt sind meist subjektiv begründet. Zum Beispiel beruht der Entscheid auf das Gefühl der Eltern, dass ihre Kinder ab einem bestimmten Alter verantwortungsbewusster sind. Meistens bestimmt die subjektive Wahrnehmung der Eltern, wie weit die Medienkompetenz ihrer Kinder ist, die Art der Massnahmen die sie wählen. Dies zeigt wieder mal auf, dass die Eltern von ihrer eigenen Erfahrung aus auf bestimmte medienbezogene Kompetenzen ihrer Kinder schliessen können, was gemäss den Experten sehr erwünscht ist, auch in Bezug auf digitale Medien. Das Eltern Hilfestellungen benötigen, ist dabei nicht abzustreiten. Zwar wissen zum Beispiel zwei Drittel der befragten Eltern wo sie sich über geeignete Medieninhalte für Ihre Kinder informieren können, dennoch sind es bemerkenswerte 33% die es nicht wissen. Eltern muss vergegenwärtigt werden, dass es Hilfestellungen gibt, und dass sie diese nutzen dürfen und können.

Schliesslich ist es wichtig zu bemerken, dass Eltern zu häufig auf der Suche nach medienerzieherischen Empfehlungen sind welche sich in Form von Anweisungen umsetzen lassen. Dies wurde seitens der befragten Experten mehrfach bestätigt. An dieser Stelle ist hervorzuheben, dass Empfehlungen immer im Rahmen der individuellen Situation jeder Familie und jedes einzelnen Kindes zu betrachten sind. Der beste Rat an Eltern bleibt deshalb immer, die Kinder und Jugendlichen gut zu begleiten, ihre Bedürfnisse gut zu kennen und dementsprechend ihr medienerzieherisches Handeln auszurichten.

## 7 Fazit

Als Fazit kann festgehalten werden, dass das Konzept der Medienkompetenz viele Ausprägungen hat, welche durch das Modell von Groeben im Wesentlichen festgehalten werden. In einem Mindestausmass müssen alle Dimensionen erreicht werden, damit von einer kompetenten Mediennutzung die Rede sein kann, dies gilt auch für Eltern. Diese Dimensionen der Medienkompetenz lassen sich aufbauend auf eine erarbeitete kognitive Grundlage im Kindesalter erwerben, eine Erklärung dafür bietet der Ansatz der medialen Zeichenkompetenz, und werden durch die Begleitung und Unterstützung der Eltern vertieft. Je bewusster sich die mediale Begleitung gestaltet, desto ausgeprägter sind die erworbenen Fähigkeiten auf der Ebene der einzelnen Dimensionen. Im Bezug auf die digitalen oder neuen Medien ist der Schwerpunkt der medialen Begleitung auf einen Mediationsstil zu legen, welcher vor allem Erziehungsmaßnahmen anwendet die mediale Inhalte erklären, den Austausch über Medieninhalte pflegen, eine medienkritische Haltung verankern und eine enge Begleitung der Mediennutzung durch gemeinsame Nutzung einsetzen. Die Massnahmen der medialen Begleitung werden an keine konkreten Altersstufen festgemacht. Vielmehr sind es Entwicklungsschritte die Kinder machen müssen und die Jugendliche durch die eigenen Medienerfahrungen und den Einfluss des sozialen Umfeldes vertiefen können.

Bezugnehmend auf die im Kapitel 1.2 formulierte Fragestellung und Teilfragestellungen, wurden somit die wesentlichen Aspekte dieser Fragestellungen beantwortet. Das Massnahmenpaket sowie die gesamte Bachelorarbeit wird dem Praxispartner zur Ergänzung des Angebots der Medienkurse für Eltern zur Verfügung gestellt.

Abschliessend gilt es zu bemerken, dass die Offenheit gegenüber Kinder und Jugendlichen und deren Bedürfnissen eine zentrale Einstellung ist um medienerzieherische Massnahmen umsetzen zu können. Diese Massnahmen verstehen sich als Handlungsoptionen welche den individuellen Umständen der Eltern sowie der Kinder und Jugendlichen anzupassen sind, sie bieten lediglich eine Hilfestellung und gelten als Orientierungsbasis.

## Literaturverzeichnis

- Baacke, D. (1973). *Kommunikation und Kompetenz*. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. München: Juventa.
- Batinic, B. & Appel, M. (Hrsg.) (2008). *Medienpsychologie*. Lehrbuch. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Behler, V. & Wunderlich, S. (2005). *Veranstaltungsarbeit Öffentlicher Bibliotheken zur Förderung der Medienkompetenz von Kindern*. Diplomarbeit. Köln: Fakultät für Information- und Kommunikationswissenschaften Fachhochschule Köln.
- Bourdieu, P. (1993). *Soziologische Fragen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Brechbühler, S. (2014). *Jugendarbeit und digitale Medien*. Mögliche Chancen einer lebensweltorientierten Jugendarbeit im digitalen Zeitalter. Olten: Hochschule für Soziale Arbeit, Fachhochschule Nordwestschweiz.
- Bühner, M. (2011). *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion* (3., Aufl.). München: Pearson Studium.
- Bundesamt für Gesundheit BAG (2016). Definitionen. Zugriff am 25.05.2016 unter <http://www.bag.admin.ch/jugendprogramme/10038/10039/index.html?lang=de>
- Bundesamt für Sozialversicherungen (2010). Nationales Programm Jugendmedienschutz und Medienkompetenzen. Zugriff am 25.05.2016 unter [http://www.bsv.admin.ch/themen/kinder\\_jugend\\_alter/00071/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,Inp6I0NTU042I2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2YUq2Z6gpJCDfIB8fmym162epYbg2c\\_JjKbNoKSn6A--](http://www.bsv.admin.ch/themen/kinder_jugend_alter/00071/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,Inp6I0NTU042I2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2YUq2Z6gpJCDfIB8fmym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A--)
- Charlton, M. (2004). Entwicklungspsychologische Grundlagen. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 129-150). Göttingen: Hogrefe.
- Duden (2016). Medien. Zugriff am 25.05.2016 unter <http://www.duden.de/suchen/dudenonline/Medien>
- Duden (2016). Medien. Zugriff am 25.05.2016 unter <http://www.duden.de/rechtschreibung/Masznahme>
- Flick, U. (2011). *Qualitative Sozialforschung*. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag.
- Groeben, N. (2004). Medienkompetenz. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 27-49). Göttingen: Hogrefe.
- Groeben, N. & Hurrelmann, B. (Hrsg.) (2002). *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*. Weinheim: Juventa.
- Hipeli, E. (2014). *Medien-Kids*. Bewusst umgehen mit allen Medien - von Anfang an. Zürich: Beobachter-Edition.
- Helfferich, C. (2011). *Die Qualität qualitativer Daten*. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews (4.Auflage). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mangold, R., Vorderer, P. & Bente, G. (Hrsg.) (2004). *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Göttingen: Hogrefe.

- Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse, Grundlagen und Techniken* (11., Aufl.). Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Meister, K. & Stocker Nebel, C. (2014). *Masterarbeit Kinder und digitale Medien*. Eine Untersuchung zur Praxistauglichkeit der 3-6-9-12 Regel in der Medienerziehung mit Kindern. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Möckel, T. (2013). *DIE ENTWICKLUNG DER MEDIALENZEICHENKOMPETENZ IM VOR- UND GRUNDSCHULALTER UND IHR BEZUG ZU BILDUNGSRELEVANTEN FÄHIGKEITEN - DIAGNOSE MITTELS COMPUTERGESTÜTZTEM ONLINE-TEST UND EMPIRISCHE BEFUNDE*. Dissertation. Chemnitz: Philosophische Fakultät der Technischen Universität Chemnitz.
- Naumann, J. Richter, T. & Horz, H. (2008). *Inventar zur Computerbildung*. Köln: Universität Köln.
- Nieding, G. & Ohler, P. (2006). Der Erwerb von Medienkompetenz zwischen 3 und 7 Jahren. *TV Diskurs*, 4, 46-51.
- Nieding, G., Ohler, P., Bodeck, S. & Werchan, A. (2006). Werbung im Fernsehen: Experimentelle Methoden zur Erfassung der Verstehensleistung von Kindern. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 3, 94-105.
- Nieding, G. & Ohler, P. (2008). Mediennutzung und Medienwirkung bei Kindern und Jugendlichen. In B. Batinic & M. Appel, (Hrsg.), *Medienpsychologie*. Lehrbuch. (S. 379-400). Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Steiner, O. & Goldoni, M. (2011). *Medienkompetenz und medienerzieherisches Handeln von Eltern*. Eine empirische Untersuchung bei Eltern von 10- bis 17-jährigen Kindern in Basel-Stadt. Basel/Olten: Hochschule für Soziale Arbeit, Fachhochschule Nordwestschweiz.
- Suter, L., Waller, G., Genner, S., Oppliger S., Willemse, I., Schwarz, B. & Süss, D. (2015). *MIKE - Medien, Interaktion, Kinder, Eltern*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Swisscom. *Medienkurse für Eltern und Lehrpersonen. Medienkompetenz für Erwachsene*. Zugriff am 25.05.2016 unter <https://www.swisscom.ch/de/schulen-ans-internet/medienkurse-eltern-lehrpersonen.html>
- UNICEF, (2007). UN-Konvention über die Rechte des Kindes. Kurzfassung. Zugriff am 25.05.2016 unter [http://www.unicef.ch/sites/default/files/attachements/unicef\\_kinderrechtskonvention\\_kurz\\_2007.pdf](http://www.unicef.ch/sites/default/files/attachements/unicef_kinderrechtskonvention_kurz_2007.pdf)
- fUNO. *Internationales Jahr der Jugend*. Dialog und gegenseitiges Verständnis. Zugriff am 25.05.2016 unter <https://www.unric.org/html/german/pdf/2010/UN-Youth-Year-Brochure-German-web.pdf>
- Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter L., Oppliger S., Huber, A.-L. & Süss, D. (2014). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Winterhoff-Spurk, P. (2004). *Medienpsychologie*. Eine Einführung (2. Aufl.). Stuttgart: W. Kolhammer.
- Witzel, A.s & Reiter, H. (2012). *The Problem-Centred Interview*. Principles and Practice. London: SAGE.

## Anhang

### Anhang A

## Leitfaden - Experteninterview

### Experteninterview Massnahmen Medienkompetenz Eltern und Kinder/Jugendliche

Experteninterview mit

Durchgeführt von: *Benen Medini*

Im Rahmen der Bachelorarbeit für angewandte Psychologie an der Fachhochschule Nordwestschweiz – Olten März 2016

---

### Einleitung des Interviews und Begrüssung

Vorstellung der Interviewenden Person: *Benen Medini*

Ziel des Interviews: Generieren von Empfehlungen für Massnahmen zur Förderung von Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen

Das Interview findet im Rahmen des Studiums der angewandten Psychologie statt, Bachelorarbeit.

Das Interview wird aufgenommen.

Der interviewten Person wird erklärt, dass die Daten nicht weitergegeben werden. Das Einverständnis zur Aufnahme des Interviews wird gewährt.  
Bestehen allfällige Fragen vor dem Starten des Interviews? Ist etwas nicht klar?

---

---

Thema	Einführende Frage	Vertiefende Frage/n
<p><b>1. Medienwissen/Medienbewusstsein</b></p> <p>a) allgemeines Wissen über Medien                      b) Funktion, Rahmenbedingungen, Wirkungsweisen                      c) Bewusstsein über Medien als Konstrukt, Unterscheidung Realität / Virtualität / Fiktion</p>	<p>Was verstehen Eltern von Kinder und Jugendlichen unter dem Begriff Medien? Was verstehen die Kinder und Jugendlichen darunter?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie sieht der aktuelle Standpunkt zu Medienwissen und Medienbewusstsein bei Kindern und Jugendlichen aus?</li> <li>- Wie weit können Kinder und Jugendliche die Intention von Medieninhalten identifizieren und Bewerten? Können sie die Medien Bsp. auch einordnen (öffentlich vs. privat) etc.? Ab wann ist das sinnvoll?</li> <li>- Haben Kinder und Jugendliche ein Wissen über Medienwirkung? Wie weit geht das Wissen der Eltern über die Medienwirkung?</li> <li>- Können Kinder und Jugendliche differenzieren zwischen der medial präsentierten Inhalte (gespielte Inhalte) und der realen Kontexte?</li> <li>- Wie sieht eine gute mediale Begleitung aus, bei welcher die Eltern das Medienbewusstsein ihrer Kinder stärken?</li> </ul>
<p><b>2. Medienspezifische</b> spezifische kognitive Verarbeitungsprozesse</p> <p>d) angebunden ans Medium                      e) Erwartungshaltungen an das Medium                      f) positiv                      g) negativ</p>	<p>Wie schätzen Sie das Wissen von Eltern, bezüglich den kognitiven Verarbeitungsprozessen beim Medienkonsum von Kinder, ein?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche Ziele verfolgen Kinder und Jugendliche in der Regel beim Konsum von Medien?</li> <li>- Welche Erwartungen haben Kinder an Medien bzw. an die Mediennutzung? Welche davon sind positiv bzw. negativ belastet?</li> <li>- Wie sehen die Verarbeitungsprozesse diesbezüglich bei Kinder und Jugendliche aus? Welche wesentlichen Entwicklungsschritte machen sie dabei?</li> </ul>
<p><b>3. Medienbezogene Genussfähigkeit</b> <i>(generell schlecht untersucht)</i></p> <p>h) Möglichkeit des genussvollen Erlebens entscheidender Faktor bei Aufrechterhaltung der Mediennutzung</p>	<p>Die zwei grundsätzlichen Pole der Motivation zum Medienkonsum sind das Unterhaltungsbedürfnis sowie das Informationsbedürfnis, wie können</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie sieht ein ausgewogener und gezielter Einsatz von Medien für Kinder aus, damit beide Faktoren berücksichtigt werden?</li> <li>- Wie können die potenziellen positiven Komponenten der Mediennut-</li> </ul>

	<p>nen Eltern diese zwei Pole beim Medienkonsum der Kindern unter einen Hut bringen?</p>	<p>zung (Informativer Wert sowie Komponenten auf emotional-motivationaler Ebene) auch in den Vordergrund des Mediengenusses gerückt werden? <i>(diese Komponenten werden im Gegensatz zum Unterhaltungswert von Mediennutzung benachteiligt)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Worin besteht aus Ihrer Sicht die Grenze zwischen angemessenem Genuss von Medien und Sucht?</li> <li>- Kennen die Eltern die Grenzen zwischen Genuss und Sucht beim Medienkonsum? Kennen die Kinder diese Grenze – falls nicht wie können sie sensibilisiert werden (die Kinder)?</li> </ul>
<p><b>4. Medienbezogene Kritikfähigkeit</b>  i) Inhalt vs. Form  j) Kontextualisierung</p>	<p>Bei dieser Medienkompetenz geht es um eine analytisch-distanzierte Verarbeitungshaltung welche die Eltern sowie die Kinder und Jugendlichen sich in Hinsicht auf den Inhalt, die Form sowie den Kontext von Medieninhalten aneignen können/sollten. Wie schätzen sie die Fähigkeiten von Eltern sowie von Kindern und Jugendlichen diesbezüglich allgemein ein?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ab wann können Themen, wie z.B formale Aspekte von Medien mit Kindern und Jugendlichen thematisiert werden?</li> <li>- Wie kann man Kinder und Jugendliche dazu anregen beim Konsum von Medien verschleierte Botschaften zu erkennen?</li> <li>- Wie weit können Kinder und Jugendliche diese Botschaften bezüglich ihrem eigenen Verständnis, ihren eigenen Meinungen sowie ihrer Realität reflektieren? Wie kann ein solcher Vorgang bei den Kindern und Jugendlichen bewusst gestärkt werden?</li> <li>- Wie schätzen Sie die Kompetenz der Eltern Inhalte der Medien auch in Hinsicht auf realitätsbezogenen Aspekten oder auch Fairness der Darstellung sowie Angemessenheit zu reflektieren ein? Findet hier ein guter Transfer dieser Kompetenz zu den Kindern statt?</li> </ul>
<p><b>5. Selektion und Kombination von Mediennutzung</b></p>	<p>Können Eltern gezielt eine Selektion bei der Mediennutzung und Medienauswahl, welche für die Bedürfnisse ihrer Kinder adäquat ist, vornehmen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Können Kinder und Jugendliche aus der Fülle der Angebote von Medien gezielt eine Selektion vornehmen welche für ihre Bedürfnislage relevant und adäquat ist vornehmen? Wie können Eltern ihre Kinder dabei unterstützen?</li> <li>- Wie können Kinder und Jugendliche allgemein eine gute Orientierungs-</li> </ul>

		<p>kompetenz im Umgang mit Medien entwickeln?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Was können Eltern tun damit ihre Kinder keine eindimensionalen Nutzungsgewohnheiten entwickeln?</li> </ul>
<b>6. (Produktive) Partizipationsmuster</b>	Wie gestalten sich die Partizipationsmuster hinsichtlich der digitalen Medien?	
<b>7. Anschlusskommunikation</b> k) Austausch / Abgleich	Wie können Verbesserungen bezüglich Qualifikationen in Zukunft vorgenommen werden?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Werden Ihrer Meinung nach die Medieninhalte in den Familien heutzutage genug thematisiert? Bsp. wird darüber gesprochen was in den Medien echt ist und was nicht etc.?</li> <li>- Findet ein gemeinsamer Reflektionsprozess in den Familien statt? Wie können Eltern einen solchen Prozess Kindgerecht und entsprechend den Kenntnissen der Jugendlichen gestalten?</li> <li>- Welche Themen sollten von den Eltern (ca. in welcher Entwicklungsstufe) thematisiert werden?</li> <li>- Wie kann man Kindern und Jugendlichen näher bringen wie sie ihre eigene Medienpartizipation bewusst angehen können (welche Informationen thematisiere ich und / oder verbreite ich und welche nicht, warum)?</li> </ul>
<b>8. Abschluss</b>	Gibt es für Sie wichtige Aspekte die nicht angesprochen wurden?	

Leitfaden angelehnt an Groeben (2002)

---

## Abschluss des Interviews

*Für die Teilnahme und Auskunftsbereitschaft danken, nochmal kurz erläutern, was mit den Daten geschieht. Sich verabschieden.*

---

## Rahmenbedingungen unter welchen das Interview stattgefunden hat

- Zeit
  - Umgebung bzw. Räumlichkeiten
  - Spezielle Umstände
-

## Anhang B

### Kodierleitfaden: mit Definitionen und Ankerbeispielen (Eigene Darstellung, 2016)

Nr.	Kategorie	Definition	Kodierregeln	Ankerbeispiel	Unterkategorien
1	<b>Medienwissen/Medienbewusstsein</b> (DED)	Ist das allgemeine Wissen über Medien, deren Funktionsweisen, Rahmenbedingungen, Wirkungsweisen sowie das Bewusstsein über Medien als Konstrukt bzw. die Unterscheidung der Realität zur Virtualität und Fiktionalität.	Hier wird alles subsummiert, was mit dem Medienwissen und Medienbewusstsein zu tun hat. Dies ist das allgemeine alltagsgeprägte Wissen welches ein Mediennutzer sich aneignen sollte.	«Die klassischen Medien (Fernsehen, Zeitung ec.) kennt man relativ gut, man ist ja mit denen auch aufgewachsen. Aber wenn es zu Medien kommt wie zum Beispiel Games, dann denken Eltern oh, ich weiss es nicht. Sie spielen selber auch nicht. Sie können sich nicht vorstellen was Kinder so toll finden an diesen Games. Auch weil sie es nicht kennen fehlt ihnen halt das Wissen.» (I3 01:34)	<b>1.1</b> Allgemeines Wissen über Medien <b>1.2</b> Funktion, Rahmenbedingungen, Wirkungsweisen <b>1.3</b> Bewusstsein über Medien als Konstrukte, Unterscheidung Realität / Virtualität / Fiktion
2	<b>Medienspezifische Rezeptionsmuster</b> (DED)	Teilfähigkeiten, welche von technologisch- instrumentellen Fertigkeiten bis hin zu komplexen (kognitiven) Verarbeitungsschemata reichen.	In dieser Kategorie wird beschrieben welches Hintergrundwissen man sich aneignen kann über die kognitiven Verarbeitungsmuster, die Ziele des Genusses von Medien und welche Entwicklungsschritte man bei der Mediennutzung macht. Die Erwartungen gegenüber Medieninhalte werden auch hier festgehalten.	«Kinder im Kindergarten können glaube ich auch Werbung noch nicht als Werbung erkennen. Sie verstehen noch nicht, dass die Person hinter der Werbung etwas verkaufen möchte. Es braucht eine kognitive Entwicklung um das verstehen zu können.» (I3 05:35)	<b>2.1</b> Wissen der Eltern über spezifische kognitive Verarbeitungsprozesse <b>2.2</b> Ziele Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen <b>2.3</b> Entwicklungsschritte <b>2.4</b> Erwartungshaltungen an das Medium
3	<b>Medienbezogene Genussfähigkeit</b> (DED)	Möglichkeit des genussvollen Erlebens entscheidender Faktor bei Aufrechterhaltung der Mediennutzung.	Diese Kategorie soll die Medienkompetenz bezüglich der Genussfähigkeit der Nutzer beschreiben. Des Weiteren wird das Thema Sucht hier mit behandelt, da handelt sich um den Verlust der Grenze zur Genussfähigkeit.	«Unsere Antwort auf das ist, man muss immer vorsichtig sein mit diesem Suchtbegriff. Als süchtig gilt man erst dann wenn die Balance aus dem Gleichgewicht geratet.» (I3 18:04)	<b>3.1</b> genussvolles Erleben <b>3.2</b> Sucht: Erkennung durch Eltern <b>3.3</b> Sucht: Erkennung durch Kinder und Jugendliche <b>3.4</b> Sucht: Kriterien
4		<b>Kritische Analysefähigkeit der konsumierten Medieninhalte</b>	Unter dieser Kategorie werden alle Ansätze zur kritischen Auseinanderset-	«Wenn sie (die Kinder und Jugendlichen) etwas kennen	<b>4.1</b> Inhalt <b>4.2</b> Form

	<b>Medienbezogene Kritikfähigkeit</b> (DED)	sowie deren Kontext.	zung mit Medien aufgeführt.	aus ihrem Alltag, dann können sie natürlich besser hinterfragen und reflektieren. Es kommt ein bisschen auf den Inhalt drauf an.» (I3 21:44)	<b>4.3</b> Kontextualisierung <b>4.4</b> Reflexion
<b>5</b>	<b>Selektion und Kombination von Mediennutzung</b> (DED)	Eine adäquate Medienauswahl für die individuelle Bedürfnislage, Zielsetzung, Problemstellung treffen können und diese mit weiteren Inhalten sinnvoll zu kombinieren.	Diese Kategorie beschäftigt sich mit der Selektion und Kombination von Medieninhalten. Die Auswahl von Medien aufgrund der eigenen Bedürfnisse und Ziele steht im Vordergrund. Die Kombination von Medienauswahl, so dass der Nutzen optimiert wird. Auch das entwickeln von sehr beschränkten und einseitigen Nutzungsverhaltensweisen ist hier ein Thema.	«Dann sind es vorwiegend persönliche Präferenzen, weil das ist nachher wie alle Konsumangebote auch.» (I1 1:04:51)	<b>5.1</b> Selektion von adäquaten Medien <b>5.2</b> Medien als Informationsmöglichkeit <b>5.3</b> Einseitige Nutzungsverhalten
<b>6</b>	<b>(Produktive) Partizipationsmuster</b> (DED)	Die aktive Teilnahme von Individuen an der Mitgestaltung von Medien.	Hier wird angeschaut wie sich der Umgang mit der Rolle des „Medienproduzenten“ aus der Perspektive von Individuen gestaltet. Diese Rolle ist eher neu in der Entwicklungsgeschichte der Medien, es wird angeschaut wie sich die Mediennutzer angesichts dieser neuen Rolle verhalten.	«Wie Früher die Zeitungen gesagt haben jetzt schreiben wir etwas und das liest die ganze Welt, das kann man heute auch als normaler Mensch, das hat Früher nicht funktioniert. Es hat eine Institution gebraucht die das gemacht hat.» (I4 11.15)	Keine Unterkategorien gebildet
<b>7</b>	<b>Anschlusskommunikation</b> (DED)	Damit ist die Kommunikation ausserhalb der medienpezifischen bzw. bezogenen Rezeptionsmuster und Partizipationsmuster gemeint.	Der Austausch über die Medieninhalte sowie der Abgleich der eigenen Nutzungsform mit der sozialen Umgebung ist ein zentrales Thema bei der Medienkompetenz welches unter dieser Kategorie behandelt wird.	«Gespräch kann Vieles heissen, es kann heissen man hat sich über die konsumierte Menge besprochen oder wirklich über den Inhalt reflektiert geredet. Es kann aber auch einfach sein - wie hast du die Rolle gefunden?» (I3 28:07)	<b>7.1</b> Austausch in der Familie <b>7.2</b> Austausch unter den Kindern und Jugendlichen <b>7.3</b> Abgleich
<b>8</b>	<b>Empfehlungen bzw. Massnahmen</b> (IND)	Empfehlungen und Massnahmen welche sich in keine (oder nicht direkt in eine) der sieben Dimensionen nach Groeben einordnen lassen.	Diese Kategorie fasst alle Empfehlungen/Massnahmen zusammen, welche sich nicht direkt in eine Dimension einordnen lassen. Diese Themen befassen sich vorwiegend mit Alltagserfahrungen und Aspekten der Erziehung.	«Die Diskussion über solche Themen läuft über die Beziehungsebene, diese muss man im Umfeld erst aufbauen. Erst dann kann man etwas bewirken.» (I1 8:30)	<b>8.1</b> Einlass auf das Thema Medien (IND) <b>8.2</b> Verunsicherung der Eltern (IND) <b>8.3</b> Parallelen zwischen Alltag und Medienalltag ziehen (als Hilfestellung für Eltern) (IND)

					<b>8.4</b> Regeln ( <i>IND</i> ) <b>8.5</b> Überbewertung der Risiken ( <i>IND</i> ) <b>8.6</b> Vorbild ( <i>IND</i> ) <b>8.7</b> Beziehung ( <i>IND</i> ) <b>8.8</b> Selbstbewusstsein stärken ( <i>IND</i> )
--	--	--	--	--	--

## Anhang C

Inhaltsanalyse Experteninterviews	
<p><b>5. Medienwissen/Medienbewusstsein</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Allgemein gibt es ein Wissensmangel in der Gesellschaft über Medien, wir haben alle ob Gross oder Klein Nachholbedarf. Die Entwicklung der Medienwelt geschieht im Moment sehr schnell. Da mit zu halten ist für breite Teile der Gesellschaft nicht einfach, was verständlich ist.</li> <li>- Online zu gehen ist eine Voraussetzung dafür, Medienwissen zu erlangen. Es gibt eine gute Anzahl Eltern die sich davor scheuen online zu gehen. Eines der Gründe dafür ist, dass wir von einer „romantischen“ Vorstellung aus gehen und den Wunsch haben, uns ohne digitale Medien gut durch zu schlagen.</li> <li>- Erwachsene sind den Kindern/Jugendlichen in gewissen Kompetenzen voraus. Dies betrifft vor allem das Wissen über die Umgangsform (Kritikfähigkeit, Reflexion der Medieninhalte, angemessener Umgang in den Social Media). Die Erwachsenen haben einen grossen Erfahrungswert. Kinder hingegen haben ein breiteres Anwenderwissen, dies beruht darauf, dass sie viel Zeit mit dem Nutzen von Medien verbringen.</li> <li>- Konzeptwissen ist bei Eltern sowie bei Kindern sehr wenig vorhanden. Das erschwert auch die Kernkompetenz des Medienbewusstseins zu erlangen. Die Hintergrundinformationen zu den benutzten Apps, Internetprogrammen und weiteren digitalen Anwendungen ist sehr beschränkt vorhanden. Man weiss zum Beispiel wenig darüber, was mit den über Apps verbreiteten Daten geschieht. Ein Grund dafür sehen die Experten darin, dass dieses Wissen einerseits aktiv gesucht werden muss. Die Auseinandersetzung mit dem Konzeptwissen muss gesucht werden. Die Informationen dazu sind nicht schwer zu finden, wenn man sich auf die Suche machen würde. Ein weiterer Grund scheint das Missverständnis darüber zu sein, was Sicherheitsanwendungen leisten können/sollen. Einige Mediennutzer scheinen davon auszugehen, dass sobald sie ein zum Beispiel ein Virenschutz installiert haben, die möglichen Risiken beim Nutzen von digitalen Medien beseitigt wurden. Dies widerspiegelt ein grosses Unwissen über die Funktionen solcher Sicherheitsanwendungen und deren Funktionen.</li> <li>- Allgemein bewerten die Experten die Bewertungsfähigkeit von Kindern und Jugendlichen gegenüber Medieninhalten als gering. Die Inhalte werden nicht anhand ihrer Qualität, in den meisten Fällen, sondern anhand subjektiver Auswahlkriterien gewählt. Der Unterhaltungswert steht im Vordergrund.</li> </ul>	<p><b>Kernbereiche:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anwenderwissen</li> <li>- Konzeptwissen</li> <li>- Sicherheitsanwendungen</li> </ul> <p><b>Kernaussagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinder/Jugendliche haben ihre Stärke in ihrem, durch den intensiven Konsum ausgeprägten, Anwenderwissen</li> <li>- Eltern haben ihre Stärke durch ihre mit klassischen Medien gesammelte Erfahrungen und allgemeine Lebenserfahrung, welche gut übertragbar sind auf die digitalen Medien</li> <li>- Allgemein gibt es für alle Nachholbedarf</li> <li>- Insbesondere das Konzeptwissen wird von den Experten als sehr mangelhaft wahrgenommen</li> <li>- Missverständnis über die Funktion von Sicherheitsanwendungen</li> </ul>
<p><b>6. Medienspezifische Rezeptionsmuster</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Kenntnisse der Eltern über kognitive Verarbeitungsprozesse bei Kinder und Jugendlichen welche mit Medien gekoppelt sind werden von den Experten als sehr gering bzw. kaum vorhanden eingestuft.</li> <li>- Bei der Frage warum Kinder und Jugendliche Medien konsumieren sind sich die Experten ziemlich einig. Die drei grossen Bereiche – die Kommunikation gefolgt von der Unterhaltung und anschliessend die Information – bilden die Hauptinteressen der</li> </ul>	<p><b>Kernbereiche:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kognitive Verarbeitungsmuster</li> <li>- Nutzungsmotive</li> <li>- Entwicklungspfad</li> <li>- Erwartungen</li> </ul> <p><b>Kernaussagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnisse über kognitive Ver-</li> </ul>

<p>Kinder und Jugendlichen. Dabei ist zu beobachten, dass Kinder eher „konsumorientiert“ sind, sie möchten in erster Linie unterhalten werden. Bei Jugendlichen steht die Kommunikation an erster Stelle.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gemäss Auskunft der befragten Experten gibt es in der Forschung noch keine Ergebnisse die explizit Entwicklungsschritte von Kindern und Jugendlichen mit Medien in Verbindung bringen. Es ist ein Anliegen in der Forschung dieses Thema anzugehen.</li> <li>- Allgemein gibt es aber einen Verlauf, den man als Entwicklungspfad bezeichnen könnte: In einer ersten Phase steht die Neugier im Vordergrund. Diese treibt Kinder dazu Medien zu erkunden. So entsteht der erste Kontakt zu Medien. Die zweite Phase ist meistens geprägt durch den Einfluss einer Peergroup. Im Vordergrund bei den Nutzungsmotiven steht nun das Gefühl dazugehören zu wollen und das zu machen, was die anderen in der Peergroup auch machen. Anschliessend beschäftigt man sich in der dritten Phase, welche im Jugendalter relevant ist mit der eigenen Identitätsfindung. Die Medien werden nun als eines, von vielen Instrumenten, dafür eingesetzt die Komponenten der eigenen Identität zu finden. Themen wie Selbstdarstellung stehen nun im Vordergrund.</li> <li>- Eine allgemeine Feststellung ist auch, dass je mehr die Kinder und Jugendlichen durch Eltern und weiteren Bezugspersonen (zum Beispiel Lehrpersonen in der Schule) zu gewissen Denkprozessen in Bezug auf Medien angeregt werden, desto schneller entwickeln sich die medienbezogenen Denkkompetenzen. Dies zeigt sich zum Beispiel gut an der Fähigkeit Werbeinhalte zu identifizieren. Falls dies geübt wird mit den Kindern, und es funktioniert zum Teil auch bei kleinen Kindern, werden sie schnell auf das Thema aufmerksam und die Fähigkeit Werbung zu erkennen entwickelt sich wesentlich schnell durch die Unterstützung.</li> <li>- Die Erwartungen der Kinder und Jugendlichen an die Medien werden durchaus als positive Erwartungen im Sinne der Bedürfniserfüllung bewertet (Bedürfniserfüllung = Kommunikation, Unterhaltung und Information), negative Erwartungen sind bei Kinder und Jugendlichen kaum anzutreffen.</li> </ul>	<p>arbeitung des Medienkonsums bei Eltern kaum vorhanden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nutzungsmotive bei Kinder und Jugendliche:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kommunikation</li> <li>2. Unterhaltung</li> <li>3. Information</li> </ol> </li> <li>- In der Forschung keine weitgelegten Studien vorhanden welche die kognitiven Entwicklungsschritte explizit mit Medienkonsum in Verbindung bringen</li> <li>- Allgemeiner Verlauf bzw. Erkundungspfad für Medien: Neugierde, Peergroup, Identitätsfindung</li> </ul>
<p><b>7. Medienbezogene Genussfähigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Thema Sucht wird in der Wahrnehmung der Experten von den Eltern als Schwerpunktthema in Bezug auf die Mediennutzung von Kinder und Jugendlichen definiert. Für Experten ist dieses Thema aber kein Schwerpunktthema. Für die Kriterien einer Suchtproblematik zu erfüllen braucht es viel mehr als „nur“ eine intensive Nutzung von Medien über einen grösseren Zeitraum. Vielmehr gehören weitere Kriterien zu einem Suchtverhalten, wie das nicht mehr Verzicht leisten können und der Verlust des Realitätsbezugs. Oft neigen Eltern die Sucht ausschliesslich mit der intensiven Nutzung von Medien gleich zu stellen.</li> <li>- Das tatsächliche Vorkommen von Suchtverhalten bei Medienkonsum von Kinder und Jugendlichen schätzen die Experten als sehr gering ein.</li> <li>- Vor allem Jugendliche merken wenn ihr Medienkonsum sich in ein Abhängigkeitsverhältnis verwandelt und oft können sie be-</li> </ul>	<p><b>Kernbereiche:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Suchtverhalten:             <ul style="list-style-type: none"> <li>Einschätzung von Eltern</li> <li>Einschätzung von Experten</li> <li>Kinder und Jugendliche</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Kernaussagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Sucht ist kein Schwerpunktthema aus Sicht der Experten, die Gefahr wird überschätzt. Kinder selber erkennen meistens wenn es zu viel wird. Eltern neigen eher dazu schnell eine Gefahr zu sehen, sie messen die Sucht aber nur an reine</li> </ul>

<p>reits vorher die Bremse ziehen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Allgemein raten die Experten den Eltern vorsichtig mit diesem Begriff umzugehen. Nur wenn es im Leben eines Kindes oder eines Jugendlichen über längere Zeit kein Raum mehr gibt für andere Aktivitäten als Medienaktivitäten kann von einer Sucht die Rede sein. Solange die Schule und einige, wenn auch kleinere Aktivitäten, im Alltag noch Platz haben ist noch kein Suchtverhalten vorhanden. Eine engagierte Nutzung über längere Zeit ist nicht das einzige Kriterium für ein Suchtverhalten.</li> </ul> <p>Parallelen zum Alltag: Die Aufgabe der Medienerziehung in die allgemeine Erziehungsaufgabe einbauen.</p>	<p>Zeitfaktoren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eine stark engagierte Nutzung ist weitaus nicht das einzige Kriterium für ein Suchtverhalten.</li> <li>- Solange eine Gewisse Balance zu den Alltagsaufgaben noch besteht und ein Verzicht auf Medien ab und zu auch noch möglich ist, ist kein Suchtverhalten vorhanden.</li> </ul>
<p><b>8. Medienbezogene Kritikfähigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Eltern haben einen Vorsprung gegenüber ihren Kindern weil sie dieses Medienwissen ganz gut aus der Erfahrung mit anderen Medien auf die neuen Medien übertragen können. Diese Art von Medienkompetent bedingt nicht unbedingt ein technisches Vorwissen. Es geht um Verhaltensformen welche sich auch im Alltagsleben parallel zu den Medien anwenden lassen.</li> <li>- Allgemein bewerten die Experten die Fähigkeit der Kinder und Jugendlichen Medieninhalte zu reflektieren als sehr abhängig von ihrem sozialen Umfeld. Eltern die Medieninhalte thematisieren haben und reflektieren haben wenig Mühe diese kritische Haltung ihren Kindern weiterzugeben. Meistens verbindet sich damit eine gelebte Form von Medienkonsum welche diese Haltung widerspiegelt. Hingegen haben Kinder von Eltern die Medieninhalte wenig thematisieren und hinterfragen eher Mühe diese Inhalte zu bewerten oder gar kritisch anzugehen. Was auch gut beobachtet werden kann ist, dass Inhalte die sich im Alltag der Kinder und Jugendlichen wiederfinden einfacher zu reflektieren sind, als Inhalte welche sie nicht in ihrem Alltag begegnen.</li> <li>- Eine frühe Form der Kritikfähigkeit die sich bereits bei kleinen Kindern äussert, sind die Fragen und die Unsicherheiten die es beim Medienkonsum entwickelt. Aufmerksame Eltern nehmen diese Fragen auf und bemerken die Unsicherheiten, darauf aufbauend kann einem Kind bereits früh auf einer einfachen Art ein Grundverhalten vermittelt werden, dass das Fragen bezüglich den Medieninhalten und weiteren Medienaspekten fördert.</li> <li>- Gerade das Thema Werbung in den Medien, zum Beispiel Produktplatzierung in Youtube Videos welche gerade bei Jugendlichen viel konsumiert werden oder auch Schleichwerbung in Games und Kinderspiele, bedarf einer grossen Aufmerksamkeit gemäss den befragten Experten. Das Durchschauen der Absicht von Werbung für Kinder und Jugendliche ist nicht einfach zu erreichen. Aber gerade bei diesem Thema kann der Zugang zu einer kritischen Hinterfragung generell einfach erreicht werden. Das Gespräch ist zum Beispiel ein sehr gutes Instrument um diese kritische Hinterfragung auch bei sehr jungen Kindern zu fördern, sagen die Experten.</li> <li>- Auch Erwachsene erkennen Schleichwerbung und Produktplatzierungen sowie ähnliche Phänomene nicht auf Anhieb. Sie sind den Kindern und Jugendlichen in dieser Hinsicht zwar voraus doch auch für sie ist der Bedarf nach Aufklärung gross. Erwachsene haben durch ihre Erfahrung mit klassischen Medien (Zeitun-</li> </ul>	<p><b>Kernbereiche:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kritikfähigkeit bezüglich: <ul style="list-style-type: none"> <li>Kontext</li> <li>Inhalt</li> <li>Eigener Medienkonsum</li> </ul> </li> <li>- Reflexion</li> <li>- Realität/Fiktionalität</li> <li>- Konzeptwissen als fördernder Faktor für Medienkritikfähigkeit</li> </ul> <p><b>Kernaussagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Kritikfähigkeit ist eine zentrale Medienkompetenz welche sich auf verschiedenen Ebenen der Mediennutzung abspielt.</li> <li>- Kinder und Jugendliche müssen bei dieser Kernkompetenz gut begleitet werden. Bei guter Begleitung durch die Eltern entwickelt sich diese Kompetenz schnell und kann als Grundhaltung mitgenommen werden.</li> <li>- Die Reflexion ist ein weiterer Aspekt der Kritikfähigkeit. Auch hier spielt die Begleitung der Eltern und vor allem ein gutes Hintergrundwissen eine wichtige Rolle. Je Informierter eine Person über ein Thema ist desto eher findet eine gute Reflexion statt.</li> <li>- Die Kritikfähigkeit und die Reflexion lösen Diskussionen in einer Gesellschaft aus die zu einer gesunden Wertbildungskultur beitragen.</li> <li>- Fiktionalität: Pornografische Inhalte als problematisches Thema bei Jugendlichen</li> <li>- Fiktionalität: Für Kinder be-</li> </ul>

gen, Radio, Fernsehen ec.) die Möglichkeit Vergleiche zu machen. Die Strukturen im Hintergrund laufen zum Teil ähnlich und die Grundprinzipien der Finanzierung von online Zeitungen oder ähnlichen Angeboten können bei einem Vergleich, zum Beispiel mit Printzeitungen, erkannt werden. Diese Hintergrundinformationen werden von den Medien selbst nur in Ausnahmefällen, zum Beispiel ein Dokumentarfilm oder ein kritischer Bericht, thematisiert. Es fehlt allgemein an Institutionen die diese Aufklärungsarbeit und die Vermittlung des Wissens über diese Konzeptvorgänge übernehmen.

- Die kritische Auseinandersetzung mit den neuen Medien ist vor allem mit der neuen Rolle des Mediennutzers in den digitalen Medien gekoppelt. Die neuen Medien erlauben dem Nutzer die Rolle des Verfassers, des aktiven Akteurs, zu übernehmen. Das war früher in der Geschichte des Menschen und der Kommunikation nie der Fall. Mit dieser Rolle muss man sich auch kritisch auseinander setzen, nicht in der Position des Konsumenten aber nun des „Produzenten“. Man muss sich mit der eigenen medialen Tätigkeit kritisch auseinander setzen. Dies als Eltern zu tun und den Kindern und Jugendlichen zu vermitteln geschieht gemäss Experten auf zwei unterschiedlichen Weisen: Als erstes ist es wichtig allgemeine Umgangsformen welche auch im Alltag gelten, die Experten haben hier zum Teil von Anstand geredet, als eine Basis für den Umgang in digitalen Medien zu definieren. So könne man gemäss den Experten einige Probleme beseitigen wie Verhalten bezüglich Cybermobbing, Beleidigungen im Internet, das Verbreiten von pornografischen Inhalten und weitere ähnliche Themen. Die Hemmschwelle in den digitalen Medien ist zwar niedriger als in der Realität doch kann eine gute Auseinandersetzung mit diesen Verhaltensweisen in der Realität eine Grundeinstellung mitgenommen werden. Die Hemmschwelle solche Verhaltensweisen im medialen Zusammenhang zu zeigen steigt dadurch sichtlich. Ein zweiter Schritt ist das Kindern und Jugendlichen klar aufzuzeigen, was ihr Verhalten im digitalen Kontext für Konsequenzen im realen Leben hat. Ein immer wieder erwähntes Beispiel ist einem Jugendlichen klar mitzuteilen, dass zum Beispiel ein potentieller zukünftiger Arbeitsgeber die eigenen veröffentlichten Bilder, Texte und Videos ganz einfach über das Internet einsehen kann. So kann das Bewusstsein darüber was mit den eigenen Daten alles passiert werden kann erhöht werden, wenn ein direkter Bezug zur eigenen Person und zu der eigenen Zukunft gemacht wird, wie in diesem Beispiel.
- Die Reflexion hat zwei Dimensionen in Bezug auf Medien, die erste Dimension ist die Reflexion der Medieninhalte die zweite Dimension ist die Reflexion des eigenen Medienkonsums. Beide Ebenen sollten nicht vernachlässigt werden. Die Reflexion über den eigenen Medienkonsum, vor allem bei den Eltern gestaltet sich manchmal schwierig weil diese Gewohnheiten meistens habitualisiert sind und somit einfach im Alltag integriert sind, man stellt diese Alltagsstrukturen nicht mehr in Frage, aber genau das sollte man in Bezug auf die Reflexion von Medienkonsum tun.
- Die Reflexion hängt vom Allgemeinen Bildungsstand ab. Um überhaupt ein Thema reflektieren zu können müssen verschiedene Standpunkte darüber bekannt sein, das ist eine Vorausset-

ängstigende Inhalte

zung. Die Reflexionstiefe hängt stark vom Informationsgrad ab. Dies sollte Eltern bewusst sein.

- Ein spannender Effekt welcher hier von einem Experten genannt wurde ist, dass die prominente Darstellung von Themen in den Medien, welcher die Mediennutzer natürlich kritisch geniessen sollten, durchaus positiv ist. Nur so finden in der Gesellschaft Diskussionen statt und es entwickeln sich gemeinsame Werte. Doch Voraussetzung für diesen positiven Effekt bleibt eine kritische Haltung die eine Diskussion auslöst.
- Die Unterscheidung zwischen der Realität und der Fiktionalität scheint Themenspezifisch zu sein. Die Sensibilität ist je nach Anwendungsbereiche anders ausgeprägt. Oft wurde erwähnt, dass die Kinder/Jugendlichen zum Beispiel keine Mühe haben Inhalte von Games klar von ihrer tatsächlichen Realität abzugrenzen. Diese sind klar als Spiele deklariert und werden auch in diesem Rahmen konsumiert. Pornografische Inhalte wurden hingegen als Problembereich definiert. Die Experten sehen die emotionale Betroffenheit bei den Jugendlichen als einen relevanten Faktor dafür, dass bei Inhalten mit pornografischen Darstellungen die Grenze zur Fiktionalität oft nicht wahrgenommen wird. Dies scheint das Thema, dass im Moment hinsichtlich der Fiktionalität/Realität bei Jugendlichen die Experten am meisten beschäftigt. Hier besteht momentan der Bedarf nach mehr Aufklärung. Die Kinder und Jugendlichen können gemäss Aussagen der Experten die Fiktionalität/Realität bei Bilder und Videos hinsichtlich ihrer Echtheit besser beurteilen als Erwachsene. Dies hängt damit zusammen, dass sie zum Beispiel durch das Nutzen von Apps und Internetdiensten Erfahrung mit der Manipulation von Bild- und Videomaterial gesammelt haben. Zum Beispiel durch Filteranwendung auf Instagram. Bei Kindern in einem gewissen Alter (ca. 5 – 7. Klasse) könnte es je nach Hintergrund in der Familie sein, dass auch gewisse Inhalte von Reality Shows, deren Konsum über Internetdienste zugänglicher gemacht wird, ein Thema bezüglich der Realität/Fiktionalität ist. Diese Inhalte werden zwar zum Teil nicht unbedingt als reale Kontexte wahrgenommen aber ihre Darsteller übernehmen die Funktion von Vorbildern und ihr „Lifestyle“ erhält einen hohen Nachahmungswert. Die Wahrnehmung dieser Inhalte in der Familie spielt hier eine wichtige Rolle. Je nach Hintergrundwissen, dass die Kinder und Jugendlichen diesbezüglich in ihren Familien mitbekommen sind sie relativ unterschiedlich weit in der Beurteilung dieser Inhalte bezüglich ihrem Bezug zur Realität.
- Konzeptwissen ist gemäss Experten auch ein gutes Instrument um Medienkritikfähigkeit zu fördern. Untersuchungen haben gemäss Experten öfters gezeigt, dass Medieneinflüsse, zum Beispiel falsche Vorstellungen über das ideale Körperbild, durch das Aufzeigen von der Bearbeitungsweise der in den Medien präsentierten Körperbilder sehr schnell sinkt wenn man ein Konzeptwissen dazu hat und sieht wie solche Bilder entstehen.
- Spezieller Aspekt im Kindesalter – Erfahrungen und Angst: Gemäss einem befragten Experten erwähnen Kinder wenn sie gefragt werden, welche negativen Erfahrungen sie mit digitalen Medien gemacht haben, sehr häufig Kriegsberichterstattungen. Kriegsberichterstattung ist keine neue Sache doch durch Social

Media ist sie zugänglicher geworden. Sie ist nicht mehr beschränkt auf die Tagesschau welche in der Regel durch Erwachsene konsumiert werden, sie erscheint zum Beispiel so bald irgend jemand mit dem man auf einer Social Media Plattform befreundet ist etwas dazu „postet“. Auch weitere Inhalte wie Figuren in Märchen ec. sind manchmal ein Thema für Kinder. Diesen Inhalten wird seitens der Eltern erstaunlich wenig Beobachtung geschenkt. So kommt zum Beispiel beim Erwähnen der Gefahren welche die Kinder und Jugendlichen im Internet begegnen Gewalt vor, doch verbinden die Eltern das Thema Gewalt häufig mit Games oder mit Inhalten von Filmmaterial. Dabei ist es wichtig genau diese Themen aufzugreifen, gerade weil sie Kinder beschäftigen und sie diese Themen nicht mit ihrem Alltag in Verbindung bringen können. Die Idee den Konsum solcher Inhalte einfach zu verbieten, wie zum Beispiel die Regel, dass die Kinder keine Filme schauen dürfen wo Geister zu sehen sind, wird von den Experten kritisch betrachtet. Sie raten eher dazu die Kinder mit diesen Inhalten je nach Alter und Entwicklung zu konfrontieren, auch weil sie zum Teil später Teil des Weltgeschehens sind in welchem die Kinder aufwachsen, doch eine sehr enge Begleitung ist dabei zwingend nötig. So muss man zum Beispiel mit einem Kind die Umweltkatastrophe von der Alle im Moment reden thematisieren und dem Kind Raum bieten sich darüber zu äussern um eventuellen Ängsten überhaupt begegnen zu können.

#### 5. Selektion und Kombination von Mediennutzung

- Die Selektion von Medien geschieht primär über die persönlichen Präferenzen. Ich wähle das aus, was für im Moment ein Bedürfnis erfüllt.
- Die Erfahrung der Experten zeigt, dass Jugendliche bereits zwischen Facebook und Instagram (sie sind zwar auf Beiden Kanälen drauf) sehr klar entscheiden was sie wo machen. Sie sind auch bewusst auf mehrere Kanäle aber sie verfolgen verschiedene Ziele mit diesen verschiedenen Kanälen.
- Eltern sollten die Aufgabe übernehmen ihre Kinder bei der Auswahl der für sie geeigneten Medien zu begleiten. Dabei ist es wichtig individuell vorzugehen. Die konsumierten Medieninhalte sollten ganz klar einen Unterhaltungsfaktor bieten, das ist für Kinder und Jugendliche wichtig. Ein Rat der Experten ist, auf die Interessen des Kindes einzugehen, wenn es sich für ein Thema interessiert kann man ein Kind schnell dazu begeistern darüber im Internet zu recherchieren, dabei kann das Thema eine reine unterhaltsame Freizeitbeschäftigung des Kindes sein. So kombiniert es die Unterhaltung mit einer guten Art sich zu informieren. Man bietet dem Kind einfach Informationszugang. Dazu kann man dem Kind während der Recherche im Internet gute Tipps geben wie es die Inhalte zum Beispiel hinterfragen kann und die Informationen der einzelnen Angebote vergleichen kann, es lernt zusätzliche Medienkompetenzen dazu.
- Es gibt Eltern, die haben kein Verständnis wenn ein Kind ein Medium nutzt wo sie keinen „Sinn“ dahinter sehen. Dabei ist reine Unterhaltung auch ein Sinn von Mediennutzung. Die Unterhaltung ist funktional, denn um am nächsten Tag den Herausforderungen des Alltags gerecht zu werden muss man sich erholen und da erfüllt die Unterhaltung einen sehr wichtigen, funktionalen

#### Kernbereiche:

- Selektion
- Jugendliche und Selektion
- Unterhaltungsfaktor
- Reine Unterhaltung
- Kombination verschiedener Zwecke bei der Mediennutzung

#### Kernaussagen:

- Selektion orientiert sich primär an persönlichen Präferenzen
- Jugendliche haben keine Mühe die für sie zweckerfüllenden Medien zu wählen
- Bei der Selektion von geeigneten Medieninhalten braucht es, vor allem am Anfang der Nutzung die Unterstützung der Eltern, dabei raten die Experten den Eltern individuell vorzugehen
- Auch reine Unterhaltung ist funktional
- Kombination von Unterhaltung und Information oder das Erlernen von Fähigkeiten und Kompetenzen kann auch durch Games oder weiteren Angeboten erfüllt werden, welche für

<p>Zweck. Das muss den Eltern bewusst gemacht werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wo Eltern reine Unterhaltung sehen, sind manchmal auch weitere verborgene Faktoren zu finden. So kann es durchaus sein, dass ein Kind bei einem Spiel lernt, auch wenn der Inhalt auf den ersten Blick kein Lerninhalt ist. Das Lernen von Fähigkeiten und Kompetenzen geschieht bei vielen Games einfach nebenbei. Dies kann man zum Beispiel auch bei Shooting Spiele gut beobachten. Viele Eltern sehen in diesen Games reine Gewaltspiele. Jugendliche erzählen von ihren Erlebnissen bei diesen Games jeweils von Strategieentwicklung und Teamfähigkeit, was bei genauerem Beobachten tatsächlich auch erlernt wird bei diesen Games. Wichtig ist hier die Reflexion über den Inhalt dieser Spiele, wenn man das mit dem Jugendlichen reflektiert und darüber diskutiert kann auch ein Shooter Game durchaus positive Effekte haben. Die Eltern haben häufig kein Verständnis dafür, weil sie selber das Spiel nicht erlebt haben. Ein häufig erwähnter Rat der Experten ist, sich auf die Erlebniswelt der Kinder und Jugendlichen mit digitalen Medien einzulassen. Nur wenn man es auch erlebt hat, kann man ein Verständnis dafür bilden und sich überhaupt ein Urteil darüber bilden.</li> </ul>	<p>Eltern zum Teil weniger zugänglich sind.</p>
<p><b>6. Anschlusskommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Gespräch sollte nicht nur über die Zeitspanne, innerhalb welcher digitale Medien konsumiert werden geführt werden, vielmehr sollte das Gespräch Medieninhalte thematisieren. Die Zeit welche das Kind im Internet verbringt ist sicher wichtig doch viel wichtiger ist was das Kind konsumiert und mit welchen Inhalten es im Internet in Kontakt kommt. Gemäss den befragten Experten ist es leider immer noch so, dass viel mehr über die Zeitdauer als über den konsumierten Medieninhalten in den Schweizerfamilien geredet wird.</li> <li>- Gute Gespräche in der Familie über die Mediennutzung und die Medieninhalte sind gemäss unseren Experten ein Kernpunkt um Medienkompetenz allgemein zu vermitteln. Dabei sehen die Experten die Basis für gute Gespräche in folgenden wichtigen Punkten:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eine gute Beziehung zum Kind: Die gute Beziehung zum Kind muss sehr früh gepflegt werden. Das ist das wichtigste Mittel überhaupt um mit einem Kind oder mit einem Jugendlichen über ein Thema zu sprechen und zu diskutieren. Eine gesunde Beziehung basiert auf Verständnis, Vertrauen und gegenseitiges Interesse. Es muss ein erklärtes Ziel der Eltern sein in jungen Jahren die gute Beziehung zum Kind zu entwickeln. Eltern müssen Verständnis zeigen für das Kind, für seine Bedürfnisse auch wenn sie im Alltag durchaus gefordert sind. Sich auch mal auf das Kind voll einzulassen und sich in seine Welt Zugang zu verschaffen ist ein zentraler Aspekt der Entwicklung einer guten Beziehung. Das bedingt ein Interesse an das, was das Kind beschäftigt seine Fragen zu beantworten und seine Interessen zu kennen ist für das Kind zentral für den Aufbau der guten Beziehung. Dadurch entwickelt sich auch Vertrauen, was in der medialen Erziehung sehr wichtig ist. Wenn Eltern eine gute Beziehung zu ihren Kindern haben können sie durchaus die mediale Erziehung darin einfach einbetten. Das Kind weiss zum Beispiel bei Unsicherheiten im</li> </ol> </li> </ul>	<p><b>Kernbereiche:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Austausch innerhalb der Familie</li> <li>- Gesprächsführung über Medienkonsum und Medieninhalte</li> <li>- Reine Unterhaltung</li> <li>- Kombination verschiedener Zwecke bei der Mediennutzung</li> </ul> <p><b>Kernaussagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Austausch über Medieninhalte innerhalb der Familie: Viel mehr über die verbrachte Zeit als über den konsumierten Inhalt</li> <li>- Gute Gespräche in der Familie:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gespräche über Medien in die Beziehung einbetten</li> <li>2. Vorbildfunktion</li> <li>3. Gespräche orientieren sich an die Perspektive des Kindes, des Jugendlichen</li> <li>4. Eigene Erfahrungen mit dem Kind teilen</li> <li>5. Gemeinsame Erfahrungen als Gesprächsbasis</li> <li>6. Regeln entstehen in einer gemeinsamen Diskussion innerhalb der Familie</li> </ol> </li> <li>- Der Austausch unter den Jugendlichen über den eigenen Medienkonsum passiert nicht bewusst auf einer konstruktiven</li> </ul>

Internet immer, dass es auf die Eltern vertrauen kann und dass die Eltern die erste Adresse bei Ärger sind ob in der realen oder digitalen Welt. Diese offene Tür zu den Eltern kann sehr viele für das Kind unangenehme Begegnungen im Netz verhindern. Auch wenn mal etwas passiert, was das Kind im Netz erlebt hat und es beschäftigt kann es das im Gespräch mit den Eltern verarbeiten, Voraussetzung bleibt jedoch das Vertrauensverhältnis. Für die digitale Welt bedeutet das auch, dass man zum Beispiel mit dem Kind gemeinsam seine Spiele spielt und darüber redet, dass man die Regeln, welche für das Kind gelten mit ihm bespricht ec.

2. Das Vorleben von gewissen guten Mediengewohnheiten ist auch für das Führen von Gesprächen über Medienkonsum und Medieninhalte zentral. Wenn die Eltern in ihrer Vorbildrolle das in den Gesprächen gepredigte Verhalten vorleben ist es für die Kinder einfacher das zu verstehen. Wenn aber die Schere zwischen dem gepredigten Verhalten und dem was die Eltern vorleben gross ist, kommt es häufig zu Konfliktsituationen weil die Kinder den Sinn des Verhaltens nicht verstehen können.
3. Bei Gesprächen muss man als Eltern auch die Perspektive des Kindes kennen und sich an seine Bedürfnisse orientieren.
4. Ein guter Zugang um Gespräche über Medieninhalte und Medienkonsum zu führen ist die eigene Erfahrung als Eltern mit dem Kind zu teilen. Es ist ein gutes Mittel mit dem Kind indirekt über sein Medienverhalten zu sprechen, indem man das eigene Medienverhalten in den Vordergrund nimmt. Ein gutes Beispiel eines Experten war, dass man dem Kind darüber erzählen kann wie es sich anfühlt immer erreichbar zu sein und was die Konsequenzen davon sind. Es können durchaus positive Konsequenzen sein, zum Beispiel dass man froh darüber ist, dass man das Kind immer erreichen kann und sich so weniger Sorgen machen muss, aber auch dass es manchmal belastend sein kann immer und überall erreichbar zu sein. Die Kinder machen sich in den meisten Fällen dann auch selber Gedanken darüber, was es für sie selber bedeutet immer erreichbar zu sein.
5. Mit dem Kind die Erfahrungen zu Teilen und dies als Gesprächsbasis zu nehmen ist ein weiteres effizientes Mittel um Medienkompetenz zu vermitteln. So kann man sich zum Beispiel vom Kind ein Spiel, das es gerade spielt erklären lassen und dadurch hat man einen Zugang zu dieser Welt des Kindes. Man kann als Eltern daraus lernen, und darf es dem Kind auch ruhig sagen, dass man jetzt von diesem Erfahrungsaustausch profitiert hat. Das verschafft eine gemeinsame Basis für die Diskussionen über das mediale Verhalten und die medialen Erfahrungen. Wenn das Kind selber ein Spiel erklärt oder einfach über seine Medienerlebnisse redet verschafft man sich als Elternteil auch viele Informationen darüber wie das Kind medial unterwegs ist was für Schwierigkeiten es evtl. hat. Man sieht wie weit ist das Kind mit seinem Verständnis für die Medieninhalte und weiss konkret wo es eine Intervention braucht.
6. Regeln sollte man im Gespräch mit dem Kind/Jugendlichen

ven Art und Weise.

- Die Inhalte der Kommunikation zwischen den Jugendlichen sind sehr vielfältig. Die Themen sind hier die Grenzen zu erkennen, was darf man teilen/veröffentlichen was nicht.

<p>vereinbaren. Ausgehandelte Regeln gehören zur Medienerziehung dazu. Die Regeln sollten im Gespräch entstehen damit das Kind/ der Jugendliche auch den Sinn dahinter erkennt. Regelbruch sollte Konsequenzen haben und diese sollten auch eingehalten werden. Wenn erfüllen die Regeln ihre Aufgabe nicht. Gut wäre wenn es auch Regeln gibt, die nicht nur für die Kinder und Jugendlichen gelten sondern die man gemeinsam als Familie einhält. Zum Beispiel werden alle Telefone beim Essen von allen Mitgliedern der Familie nicht genutzt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Der Austausch unter den Jugendlichen über ihre Medienaktivitäten und ihren Medienkonsum geschieht gemäss den Experten nicht bewusst auf einer konstruktiven Weise. Das geschieht in den wenigsten Fällen.</li> <li>- Der Austausch unter den Kindern und vor allem Jugendlichen über Medien bzw. die Kommunikation steht bei den Jugendlichen an erster Stelle bei den Nutzungsmotiven. Dabei sind die Inhalte welche ausgetauscht werden sehr vielfältig. Die private Kommunikation nimmt einen grossen Zeitanspruch darüber hinaus werden viele zum Beispiel „lustige“ Videos geteilt und kommentiert. Eine neue Beobachtung zeigt, dass Jugendliche vermehrt auch Lerninhalte untereinander teilen und austauschen (zum Beispiel Youtubevideos die Lerninhalte vermitteln). Die Gefahr beim Austausch unter Jugendlichen ist zum Teil die Grenzen zu erkennen, was darf verbreitet werden und was nicht. Hier spielt das Thema Datenschutz (wenn man zum Beispiel Videos von Mitschülern aufnimmt und verbreitet) zum Teil eine Rolle. Auch das Teilen/Verbreiten von pornografischen Inhalten, Cybermobbing und Gewaltszenen ist weiterhin ein Thema. Da ist aber auch zu beobachten, dass das Bewusstsein hier gestiegen ist. Auch weil durch die Nutzung ein gewisser Erfahrungswert nun vorhanden ist und die Jugendlichen langsam merken, was für Folgen ihr Medienverhalten hat. Die Experten sehen hier auch eine Erziehungsleistung die ausserhalb der Medien auch stark stattfinden muss bzw. die Vermittlung von allgemeinen Verhaltensregeln welche dann auch für die Medienwelt gelten. Es ist allgemein ein typisches Problem, das auch Erwachsene beschäftigt, was mit der neuen Rolle der Mediennutzer als aktive Akteure von Medieninhalten zusammenhängt. Diese Diskussionen müssen allgemein in der Gesellschaft geführt werden, bei Jugendlichen kommen diese Probleme einfacher und schneller zum Vorschein, als bei Erwachsenen. Ein erster Weg die Kinder und Jugendlichen diesbezüglich zu sensibilisieren ist zum Beispiel auch sie über die gesetzlichen Folgen von unangemessenem Austausch von Medieninhalten aufmerksam zu machen. Diese gesetzlichen Folgen müssen zum Teil auch den Eltern bekannt gemacht werden, da wissen viele zum Beispiel nicht, was die Folgen der Verletzung des Datenschutzes sind.</li> </ul>	
<p><b>Weitere Punkte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Verunsicherung der Eltern welche zum Teil auf das Fehlen des technischen Knowhows beruht, ist eine subjektive Hemmschwelle. Die Technik spielt für die Medienkompetenz eine wichtige Rolle doch ist es ein Bruchteil vom Ganzen. Die weiteren Komponenten der Medienkompetenz können sehr gut von den</li> </ul>	<p><b>Kernbereiche:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verunsicherung der Eltern: technisches Knowhow</li> <li>- Bildungsferne Eltern</li> <li>- Medienerziehung nur ein Teil</li> </ul>

Eltern vermittelt werden, ohne dass ein grosses technisches Knowhow vorhanden ist. Die Debatte um die sogenannten Digital Natives ist übertrieben. Das technische Unwissen lässt sich schnell ausgleichen, die Kinder und Jugendlichen haben meist Anwenderwissen und kein grosses Konzeptwissen. Anwenderwissen ist auch für Eltern zugänglich, dafür müssen sich die Eltern einfach auf die Technik einlassen und ausprobieren genau gleich wie es die Kinder und Jugendlichen machen. Es muss nicht bedeuten, dass die Eltern diese Anwendungen dann rege nutzen, doch wenn sie es ausprobieren wissen sie wie es funktioniert und was die Kinder und Jugendlichen da konkret machen. Sie haben eine Vorstellung davon, wie es mit diesen Anwendungen funktioniert.

- Die Experten bestätigen alle die von den Studien mehrmals belegten Resultaten, dass Bildungsferne Eltern und Eltern die einen gewissen Bildungsstand haben sich in Sachen Medienkompetenz und deren Vermittlung an Kinder und Jugendliche stark unterscheiden. Dabei ist es meist so, dass die Kinder welche in einem Haushalt leben, dass einen bewussten Umgang mit Medien hat meist diese Haltung übernehmen und sie sich in ihrem Medienverhalten widerspiegelt. Ohne dass die Eltern gross sensibilisieren. Die bewusste Haltung wird einfach vorgelebt, was die Kinder und Jugendlichen meist automatisch übernehmen.
- Eltern ist häufig nicht bewusst, dass die Medienerziehung ein Teil der Erziehungsaufgabe und die Aspekte der Erziehung sich ergänzen. Die Eltern müssen keine neuen erzieherischen Massnahmen erfinden. Es geht darum die digitalen Medien, genau gleich wie jede andere Aktivität in das individuelle Leben und das Familienleben auf sinnvoller Weise zu integrieren. Die Experten raten dazu, Parallelen zu weiteren erzieherischen Massnahmen aufzuzeigen. Diese können dann einfach an die digitalen Medien angepasst werden.
- Eltern neigen allgemein dazu die Risiken der digitalen Medien zu überwerten. Chancen der digitalen Medien, und vor allem der einzelnen durch Kinder und Jugendliche häufig konsumierte Anwendungen zu zeigen ist wichtig damit die Eltern auch die Chancen erkennen. Einige Beispiele wurden bereits erwähnt, zum Beispiel die Fähigkeiten und Kompetenzen welche durch Gamen erworben werden können oder auch Lerninhalte bei Youtube Videos und ähnliche Chancen. Eltern muss klar werden, dass die Kommunikation über Social Media für Jugendliche das Pflegen der sozialen Kontakte in der realen Welt bedeutet. Dies ist oft bei den Jugendlichen aneinander gekoppelt. Verbietet man einem Jugendlichen sich zum Beispiel über WhatsApp und Ähnlichem mit seinen Kollegen auszutauschen läuft es zum Teil Gefahr sich zu isolieren. Das müssen Eltern einsehen.
- Gemeinsame medienfreie Zeit in der Familie zu planen ist eine sehr gute Orientierung für Kinder und Jugendliche. Wenn eine Familie gemeinsame Zeitfenster bestimmt, wo alle Mitglieder inklusive Eltern keine Medien konsumieren und sich auf eine gemeinsame Aktivität konzentrieren merken die Kinder und Jugendlichen warum es sinnvoll ist medienfreie Zeiträume zu planen. Vor allem für Kinder ist es jedoch wichtig diese medienfreie Zeit gut zu nutzen und die Kinder während dieser Zeit zu beschäf-

der Erziehung

- Überbewertung der Risiken
- Gemeinsame medienfreie Zeit Gestaltung
- Selbstbewusstsein

#### **Kernaussagen:**

- Verunsicherung der Eltern: Eine subjektive Hemmschwelle die auf Mangel des technischen Knowhows beruht.
- Bildungsferne Eltern: Die Experten bestätigen die Studien darin, dass der Bildungshintergrund der Eltern eine grosse Rolle bei der Medienerziehung spielt.
- Medienerziehung nur ein Teil der Erziehung: Die Erziehung ist eine Aufgabe mit vielen dynamischen Prozessen. Hat man eine gute allgemeine Erziehungsgrundlage so kann man die Medienerziehung einfach darin einbetten und muss nicht mehr viel für die Medien spezifisch unternehmen.
- Überbewertung der Risiken: Die Eltern überschätzen die Risiken häufig auch weil sie die verborgenen Chancen nicht kennen.
- Medienfreie Zeiträume zu planen lernt man in der Familie. Eltern müssen vor allem für Kinder alternative Beschäftigungen bieten und den Kinder zeigen wie man sich sinnvoll beschäftigt, ohne Medien. Die Eltern müssen dieses Konzept vorleben.
- Selbstbewusstsein ist eine Schlüsselkompetenz für die Medienerziehung. Selbstbewusste Kinder und Jugendliche können besser mit den Risiken umgehen, welche sie in digitalen Medien begegnen. Sie wissen sich zu wehren oder wissen zumindest wo und wie sie sich helfen lassen können.

tigen. Wenn es nur „leere“ Zeiträume sind ohne sinnvolle Beschäftigung verstehen die Kinder den Sinn nicht hinter diesen medienfreien Zeit.

- Das Selbstbewusstsein der Kinder und Jugendlichen zu stärken ist eine Schlüsselkompetenz die zur allgemeinen erzieherischen Aufgabe der Eltern gehört und die speziell auf die Medienerziehung einen grossen Einfluss hat. Um mit unangenehmen Situationen im Netz klar zu kommen und auch negativen Einflüssen, zum Beispiel in der Peer Group, nicht um Opfer zu werden muss das Selbstbewusstsein von Kindern und Jugendlichen gestärkt werden. Für Fälle von Cybermobbing müssen sich die Kinder und Jugendlichen wehren können.

## Anhang D

### Fragebogen Medienkompetenz

Guten Tag!

Mein Name ist Benen Medini, ich studiere angewandte Psychologie an der Fachhochschule Nordwestschweiz in Olten und arbeite aktuell an meiner Bachelor-Arbeit zum Thema Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen.

Bei der folgenden Umfrage geht es um Ihre Einstellung gegenüber **digitalen Medien**, Ihren Gewohnheiten als Familie in Umgang mit digitalen Medien, die mediale Begleitung Ihrer Kinder und den Umgang Ihrer Kinder mit digitalen Medien.

Warum nun also diese Umfrage?

Ich möchte gerne in Erfahrung bringen wie Eltern Ihre Kinder im Umgang mit **digitalen Medien** begleiten. Um Eltern Empfehlungen zu geben, wie sie das am Besten tun, möchte ich einen Überblick verschaffen welche Themengebiete Eltern verunsichern, deshalb ist Ihre Teilnahme wichtig!

Ihre Antworten werden anonym erhoben und ausschliesslich zu wissenschaftlichen Zwecken ausgewertet.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

---

#### 0. Allgemeine Informationen

Geschlecht

Männlich    Weiblich

Benutzen Sie privat oder beruflich digitale Medien?

Privat

Beruflich

Weder privat noch beruflich

Wie viel Zeit in Stunden verbringen Sie  
*durchschnittlich pro Woche* mit digitalen Medien?

\_\_\_\_\_ Stunden

Wie viel Zeit in Stunden verbringen Ihre Kinder  
*durchschnittlich pro Woche* mit digitalen Medien?

\_\_\_\_\_ Stunden

Besitzen Ihre Kinder ein Smartphone?

JA

NEIN

Ab welchem Alter dürfen  
Ihre Kinder ein Smartphone besitzen?

\_\_\_\_\_ Jahre

Warum dürfen Ihre Kinder ein Smartphone ab diesem Alter benutzen?

---

---

Für welche Zwecke nutzen Sie das Internet?

	JA	NEIN
1. „Surfen“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Informationsrecherche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Information über aktuelle Nachrichten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. E-Books	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. E-Mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Eigene Homepage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Online-Shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Online-Banking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter ec.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Chat/Instant Messaging (WhatsApp ec.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Telefonieren mit dem Computer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Teilnahme an Internetforen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Herunterladen von Musik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Herunterladen von Videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Fernsehen (Internet-TV, stream)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Online-Computerspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Sonstige: _____		

Für welche Zwecke nutzen Ihre Kinder das Internet?

	JA	NEIN
1. „Surfen“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Informationsrecherche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Information über aktuelle Nachrichten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. E-Books	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. E-Mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Eigene Homepage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Online-Shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Online-Banking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter ec.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Chat/Instant Messaging (WhatsApp ec.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Telefonieren mit dem Computer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Teilnahme an Internetforen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Herunterladen von Musik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Herunterladen von Videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Fernsehen (Internet-TV, stream)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Online-Computerspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Sonstige: _____		

## 1. Einstellungsfragen

	stimme zu	stimme eher zu	neutral 0	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
In meinem Leben ist der Computer als Unterhaltungsmedium wichtig.	2	1	0	-1	-2
Es schadet den Jugendlichen, wenn sie viel Zeit mit Computerspielen verbringen.	2	1	0	-1	-2
Für mich ist der Computer ein nützliches Arbeitsmittel.	2	1	0	-1	-2
Das Internet ist wirr und undurchschaubar.	2	1	0	-1	-2
Durch die zunehmende Vernetzung von Computern rund um den Globus wird sich das Verständnis zwischen Menschen unterschiedlicher Kulturen verbessern.	2	1	0	-1	-2
Computerspiele machen die Menschen einsam, weil sie nicht mehr miteinander, sondern nur noch mit einer Maschine spielen.	2	1	0	-1	-2
Der intensive Einsatz von Computern in der Ausbildung sorgt dafür, dass Kinder gut auf das Berufsleben vorbereitet sind.	2	1	0	-1	-2
Ich finde es gefährlich, über das Internet mit Fremden in Kontakt zu kommen.	2	1	0	-1	-2
Die elektronischen Kommunikationsmedien werden die Menschen stärker miteinander in Kontakt bringen.	2	1	0	-1	-2
Wenn mir mein Computer bei der Arbeit Probleme macht, fühle ich mich hilflos.	2	1	0	-1	-2
Durch die weite Verbreitung von Computerspielen geht das Innovations- und Kreativitätspotential der jungen Generation verloren.	2	1	0	-1	-2
Gewalthaltige Computerspiele sollten generell verboten werden.	2	1	0	-1	-2
Internet ist für mich ein Freizeitmedium.	2	1	0	-1	-2

## 2. Fragen zur Medienkompetenz

	NIEDRIG	MITTEL	GUT
Wie schätzen Sie Ihr Wissen über digitale Medien ein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kenne mich gut mit den Anwendungen meines Computers aus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kenne mich gut mit Social Media aus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich weiss wie die Programme die ich auf meinem Computer benutze funktionieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	JA	NEIN	TEILWEISE
Wissen Sie wo Sie sich über die geeigneten Medieninhalte für Ihre Kinder informieren können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich diskutiere mit meinen Kindern häufig über die viele Zeit die sie vor dem Internet verbringen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich diskutiere mit meinen Kindern häufig über den Inhalt der Spiele die sie im Internet spielen, die Filme die sie im Internet schauen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	JA	NEIN	TEILWEISE
Wissen Sie warum Ihre Kinder Medien nutzen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissen Sie welche Erwartungen Kinder und Jugendliche an Medien haben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beachten Sie Altersangaben wenn (Sie und) Ihre Kinder Filme anschauen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beachten Sie Altersangaben wenn (Sie und) Ihre Kinder Gamen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beachten Sie gesetzliche Altersangaben wenn sich Ihre Kinder auf Social Media Plattformen registrieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beachten Sie Empfehlungen von Experten im Umgang mit Social Media?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finden Sie Empfehlungen von Experten wichtig?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Falls Sie die Empfehlungen von Experten nicht beachten, warum nicht?

---



---



---

Welche Aussagen treffen auf die Medien zu, die Sie und Ihre Kinder nutzen?

	stimme ich voll und ganz zu	stimme ich zu	weiss nicht	stimme ich nicht zu	stimme ich überhaupt nicht zu
Medien unterhalten meine Kinder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medien sorgen dafür, dass meine Kinder keine Langeweile mehr haben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Über Medien lernen meine Kinder wichtige Sachen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durch Medien lernen meine Kinder spezifische Fähigkeiten (Bsp. Strategien entwickeln in Computerspielen).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die sozialen Beziehungen welche meine Kinder über das Internet pflegen sind genau so wertvoll, wie die sozialen Beziehungen die sie ausserhalb des Internets pflegen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Meine Kinder benutzen Medien um sich zu informieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Kinder benutzen Medien um sich zu unterhalten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Leistungsfähigkeit meiner Kinder wird besser wenn sie die Möglichkeit haben mit digitalen Medien zu lernen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gute Games mit Lerninhalten motivieren meine Kinder zum lernen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Kinder benutzen Medien um soziale Kontakte zu pflegen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gute Games können die Konzentrationsfähigkeit meiner Kinder verbessern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Kinder sollten früh genug lernen mit den digitalen Medien umzugehen, um gute Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Zukunft in der Gesellschaft zu haben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Kinder dürfen keine sozialen Kontakte über digitale Medien knüpfen, wer weiss wer sich hinter den online Profilen versteckt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

JA      NEIN      WEISS NICHT

Kennen Sie die Grenze zwischen angemessenem Medienkonsum und Mediensucht?            

Kennen Ihre Kinder die Grenze zwischen angemessenem Medienkonsum und Mediensucht?            

Setzen Sie zeitliche Rahmen für die Mediennutzung Ihrer Kinder?      

Ich schütze die Privatsphäre meiner Kinder im Internet.      

Welche Aussagen treffen auf die Medien zu, die Sie und Ihre Kinder nutzen?

	stimme ich voll und ganz zu	stimme ich zu	weiss nicht	stimme ich nicht zu	stimme ich überhaupt nicht zu
Meine Kinder besuchen kindergerechte Seiten im Internet, ich habe keine Angst wenn sie alleine „surfen“.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Für meine Kinder überwiegen die Risiken beim Nutzen vom Internet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Für Meine Kinder überwiegen die Chancen beim Nutzen vom Internet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich beantworte die Fragen meiner Kinder die sie über digitale Medien stellen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe genügend Wissen um die Fragen meiner Kinder über digitale Medien zu beantworten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich stelle Fragen an meine Kinder bezüglich den Medien, die sie nutzen (Games, WhatsApp ec.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich zeige meinen Kindern was an den Medieninhalten die sie konsumieren real ist und was nur gespielt ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Meine Kinder wissen wenn sie ein Film/eine Sendung ec. schauen, dass nicht alles wahr ist was sie sehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich diskutiere mit meinen Kindern über die Vorteile und Nachteile der Medien die sie nutzen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Kinder erkennen verschleierte Werbung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir haben in der Familie Regeln wie wir digitale Medien nutzen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	JA	NEIN	TEILWEISE
Setzen Sie Kinder- und Jugendschutzprogramme ein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dürfen Ihre Kinder selber Apps auf Ihren Smartphones installieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schauen Sie gemeinsam mit Ihren Kindern Kinderfilme?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielen Sie gemeinsam mit Ihren Kindern Games?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Welche dieser Werbeonlineformen kennen Sie?

	JA	NEIN
1. Ich erkenne verschleierte Werbung und kann sie klar identifizieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Pre-Rolls	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Cookies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Banner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Pop-ups	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Overlays	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Hyperlinks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Logos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Nennung von Marken und Sponsoren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Gewinnspiele und Verlosungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Klären Sie Ihre Kinder über diesen Arten von Werbung auf?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Benutzen Sie Werbeblock Apps?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	JA	NEIN	TEILWEISE
Wählen Sie die Medien die Ihre Kinder benutzen aus?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbieten Sie Ihren Kindern die Nutzung bestimmter Medien?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es gibt bei uns zu Hause ein Medium, dass viel mehr benutzt wird als alles andere (WhatsApp, Twitter, Facebook, Filme, ec.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie alt sind Ihre Kinder?  
 \_\_\_\_ Jahre

Ab welchem Alter dürfen Ihre Kinder selber Apps auf ihren Smartphones installieren?  
 \_\_\_\_ Jahre

Ab welchem Alter dürfen Ihre Kinder selber die Medien auswählen, die sie nutzen?  
 \_\_\_\_ Jahre

Was sind Ihrer Meinung nach die Risiken für Ihre Kinder im Internet?

---



---

	JA	NEIN	TEILWEISE
Sind Sie mit Ihren Kindern auf soziale Plattformen vernetzt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit meinen Kindern kommuniziere ich auch über Instant Messaging Apps.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit meinen Kindern kommuniziere ich auch über soziale Plattformen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kenne die online Profile meiner Kinder auf den sozialen Plattformen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	JA	NEIN
Sprechen Sie mit Ihren Kindern über die Inhalte der Filme die sie schauen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sprechen Sie mit Ihren Kindern über die Inhalte der Games die sie spielen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Meine Kinder sprechen mit mir (oder mit dem anderen Elternteil) über:

	JA	NEIN
1. Die Games, die sie spielen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ihr Facebookprofil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ihre Whtasapp Nachrichten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Ihren Twitter Account	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Ihre Snap Chat Videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ihre Instagram Bilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Darüber was sie auf Youtube schauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Sonstige Aktivitäten im Netz: _____		

Ich spreche mit meinen Kindern über meine eigenen Erfahrungen mit Medien:

JA	NEIN
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

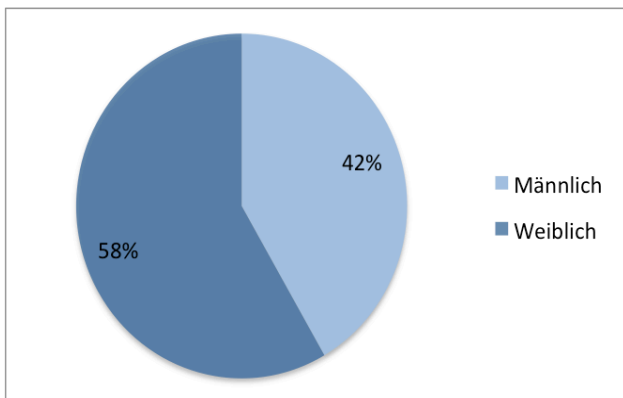
Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

## Anhang E

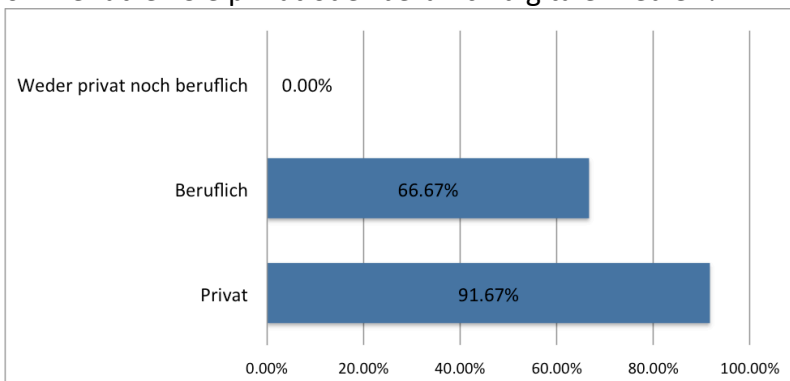
# Auswertung Fragebogen Medienkompetenz

### 0. Allgemeine Informationen

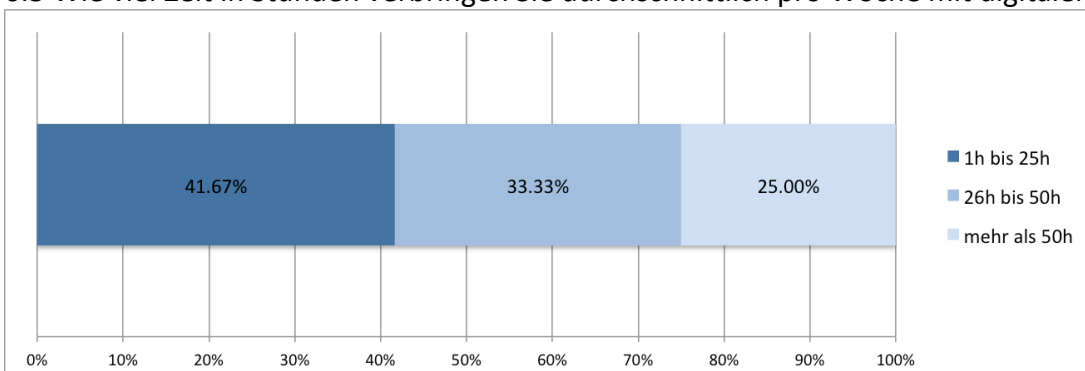
#### 0.1 Geschlecht der Teilnehmer



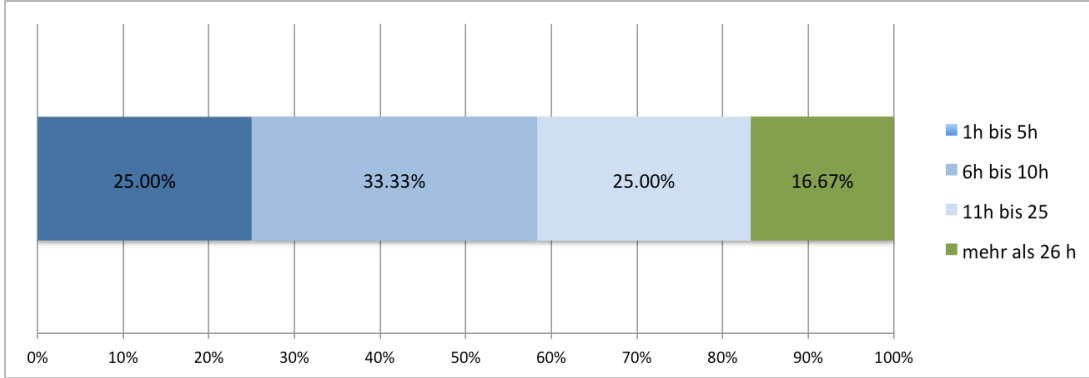
#### 0.2 Benutzen Sie privat oder beruflich digitale Medien?



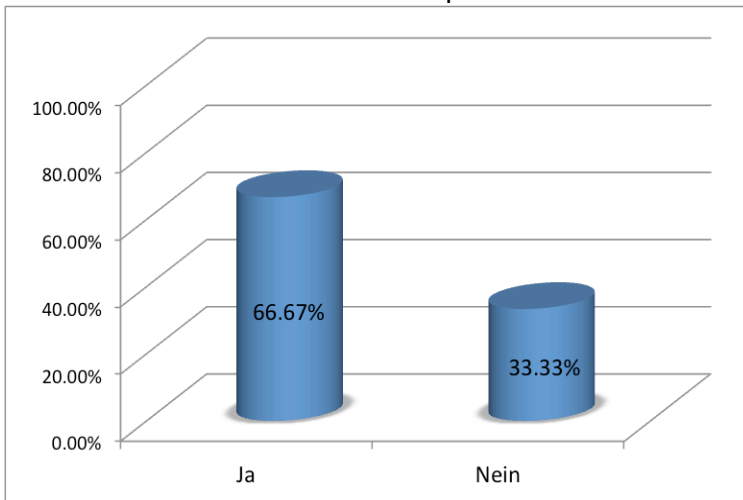
#### 0.3 Wie viel Zeit in Stunden verbringen Sie durchschnittlich pro Woche mit digitalen Medien?



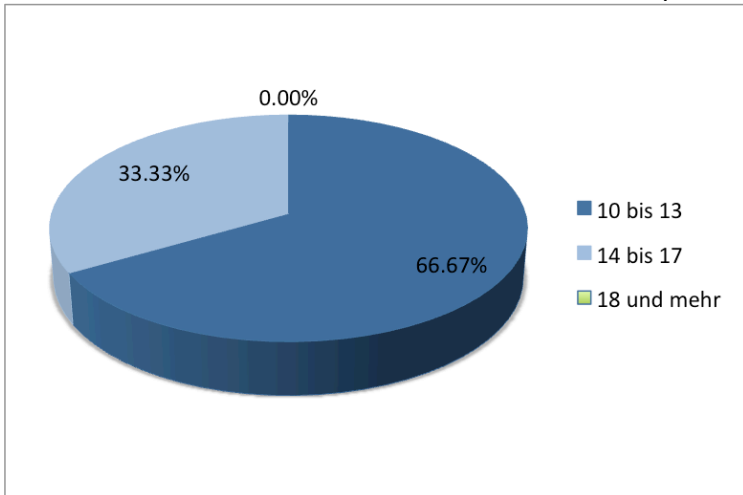
0.4 Wie viel Zeit in Stunden verbringen Ihre Kinder durchschnittlich pro Woche mit digitalen Medien?



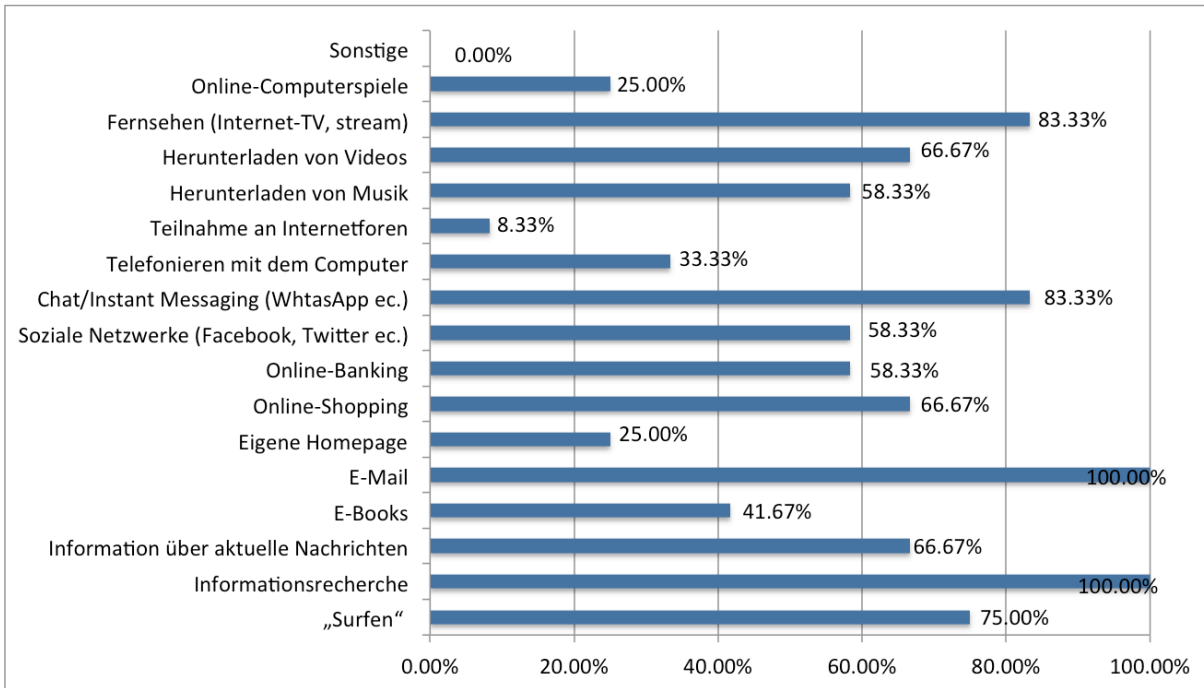
0.5 Besitzen Ihre Kinder ein Smartphone?



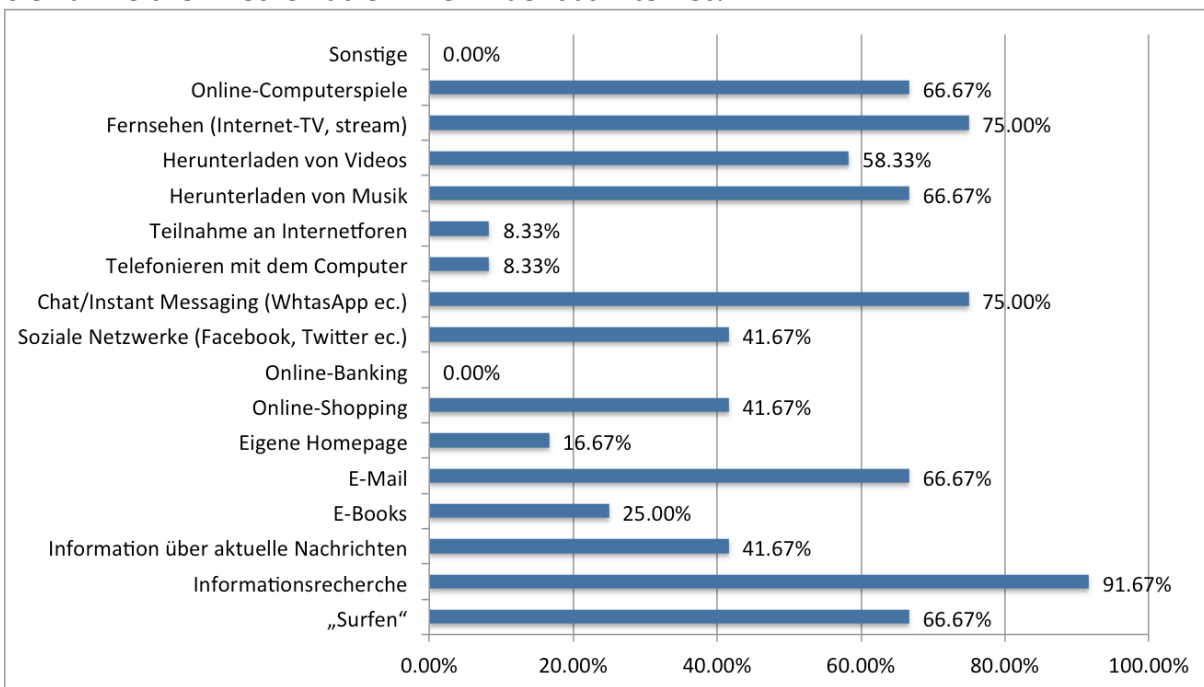
0.6 Ab welchem Alter dürfen Ihre Kinder ein Smartphone besitzen?



### 0.7 Für welche Zwecke nutzen Sie das Internet?

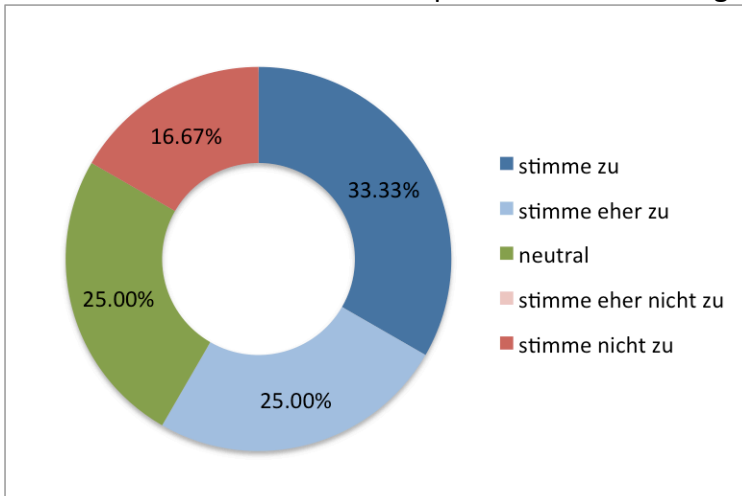


### 0.8 Für welche Zwecke nutzen Ihre Kinder das Internet?

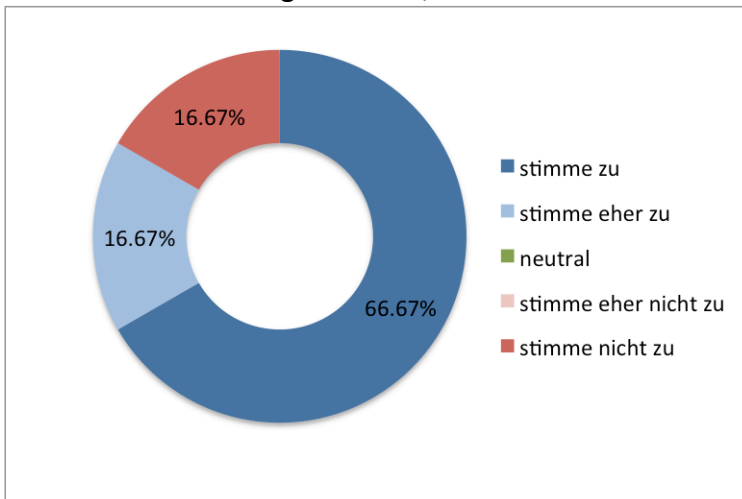


## 1. Einstellungsfragen

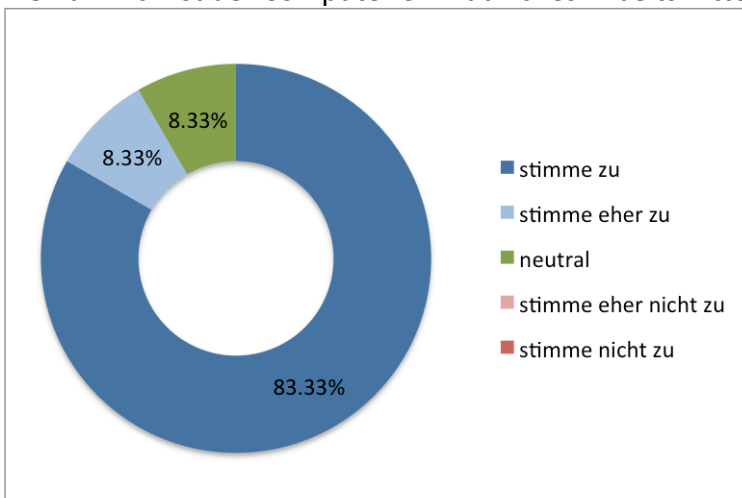
1.1 In meinem Leben ist der Computer als Unterhaltungsmedium wichtig.



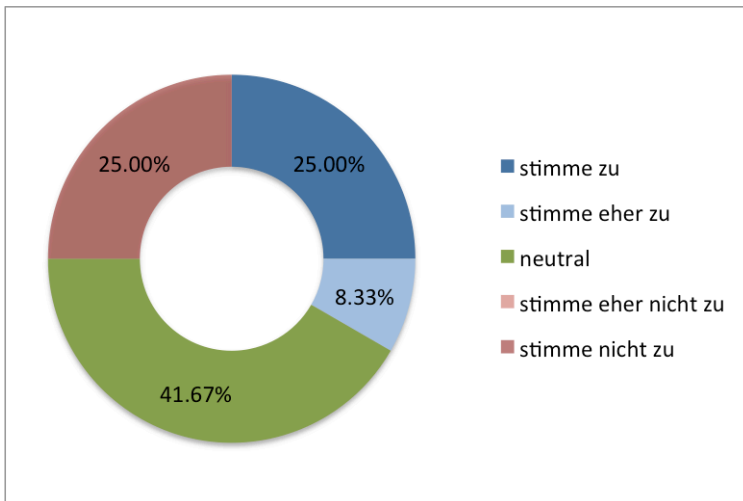
1.2 Es schadet den Jugendlichen, wenn sie viel Zeit mit Computerspielen verbringen.



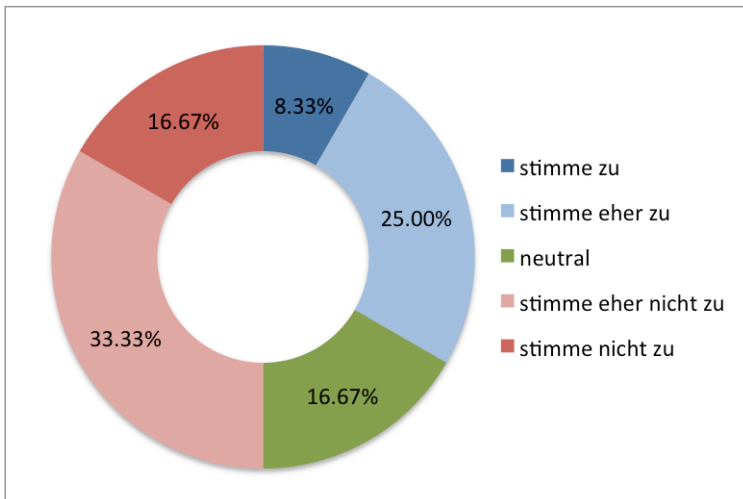
1.3 Für mich ist der Computer ein nützliches Arbeitsmittel.



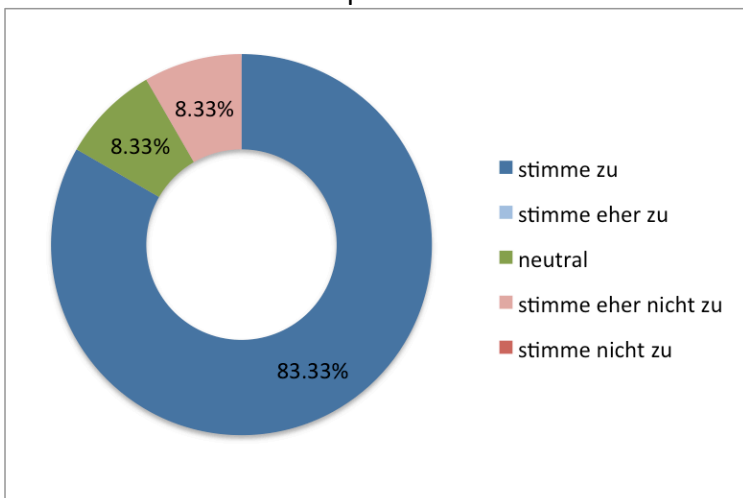
#### 1.4 Das Internet ist wirr und undurchschaubar.



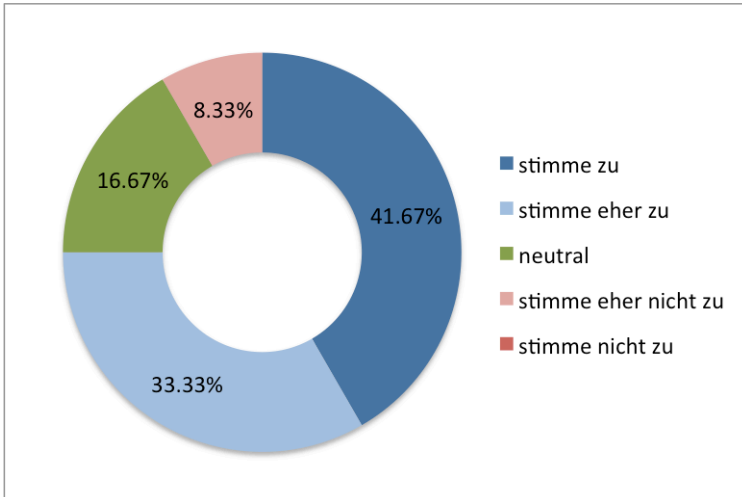
#### 1.5 Durch die zunehmende Vernetzung von Computern rund um den Globus wird sich das Verständnis zwischen Menschen unterschiedlicher Kulturen verbessern.



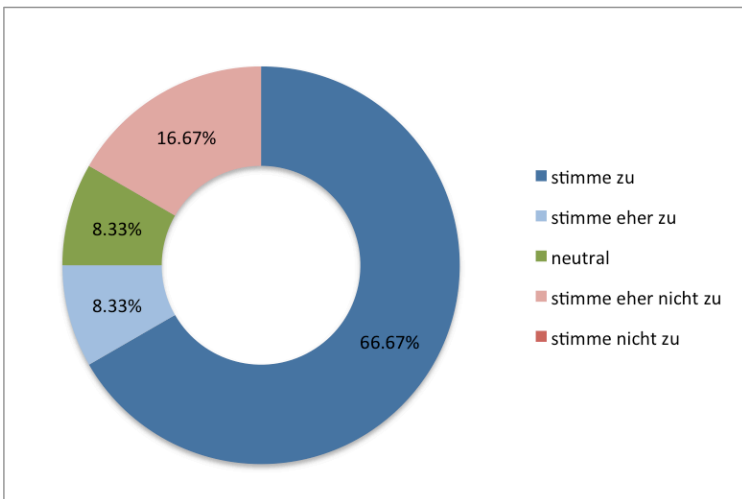
#### 1.6 Computerspiele machen die Menschen einsam, weil sie nicht mehr miteinander, sondern nur noch mit einer Maschine spielen.



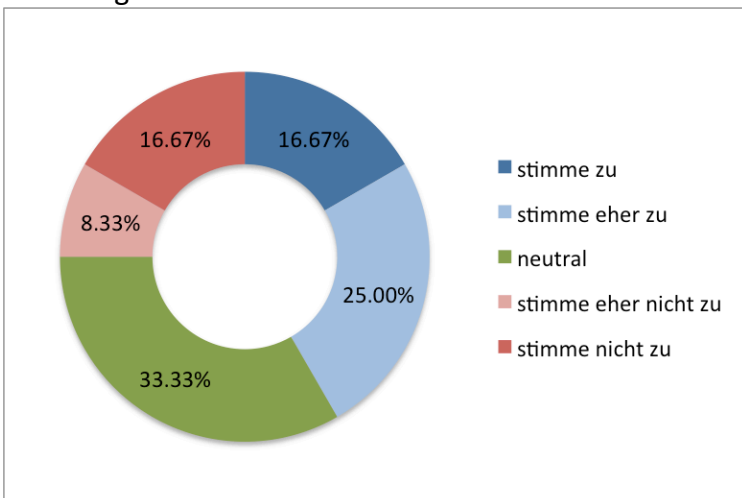
1.7 Der intensive Einsatz von Computern in der Ausbildung sorgt dafür, dass Kinder gut auf das Berufsleben vorbereitet sind.



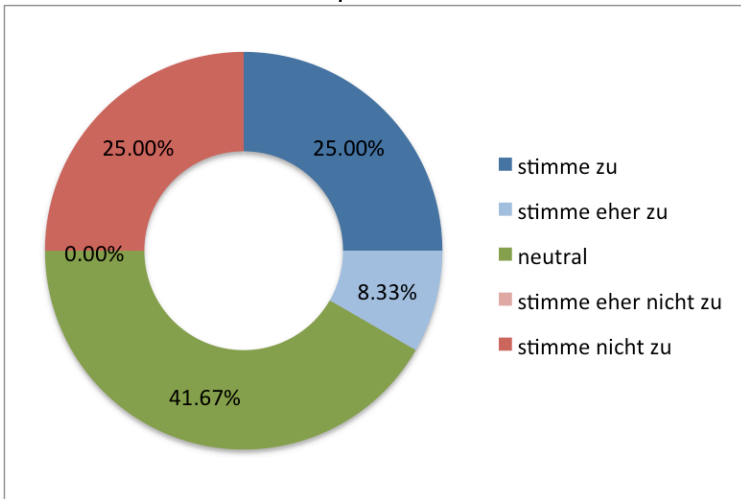
1.8 Ich finde es gefährlich, über das Internet mit Fremden in Kontakt zu kommen.



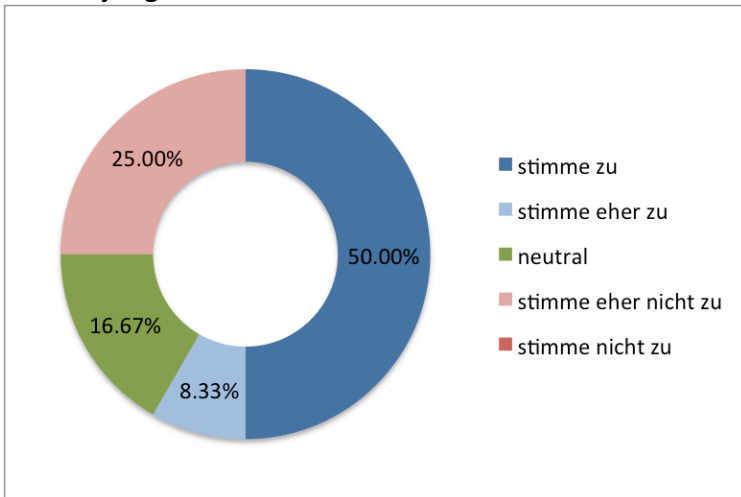
1.9 Die elektronischen Kommunikationsmedien werden die Menschen stärker miteinander in Kontakt bringen.



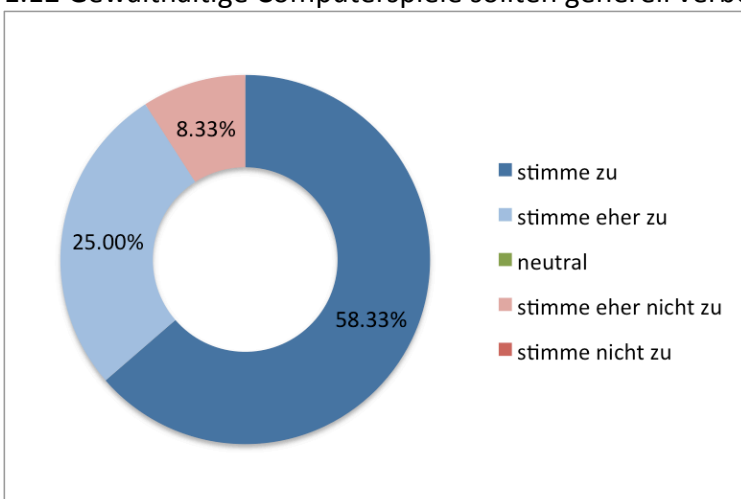
1.10 Wenn mir mein Computer bei der Arbeit Probleme macht, fühle ich mich hilflos.



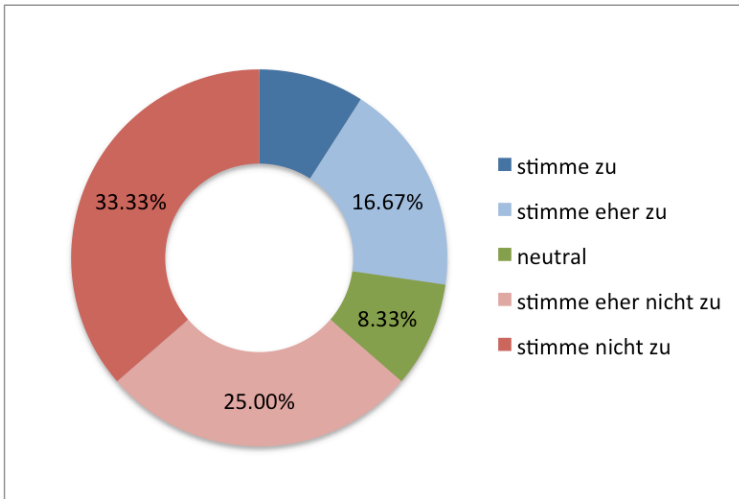
1.11 Durch die weite Verbreitung von Computerspielen geht das Innovations- und Kreativitätspotential der jungen Generation verloren.



1.12 Gewalthaltige Computerspiele sollten generell verboten werden.

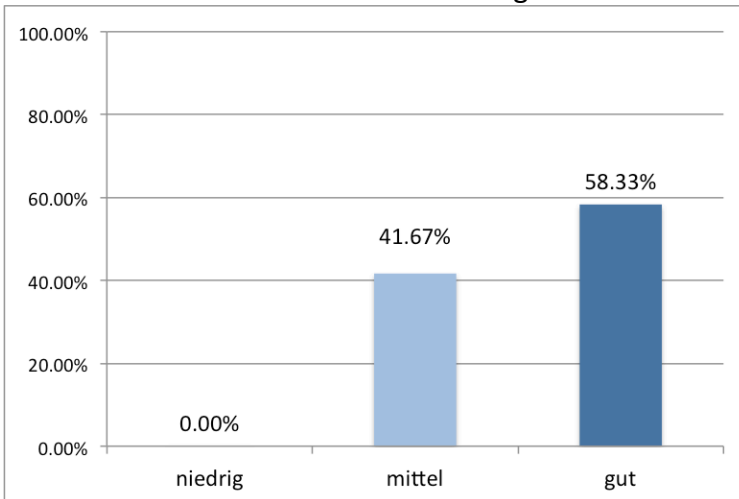


### 1.13 Internet ist für mich ein Freizeitmedium.

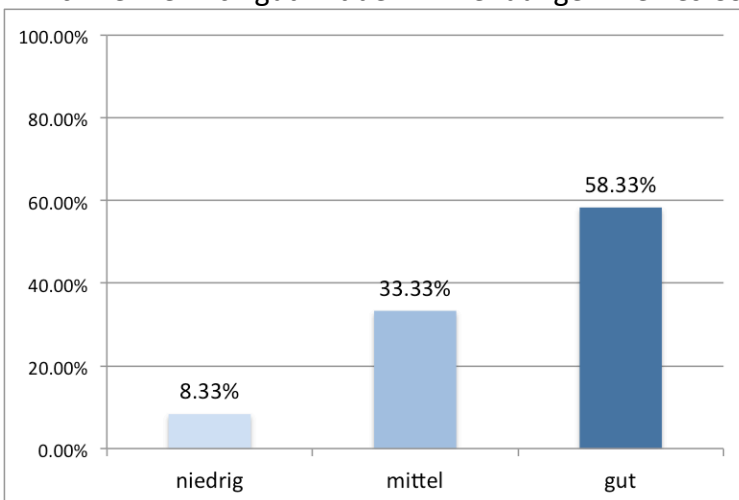


## 2. Fragen zur Medienkompetenz

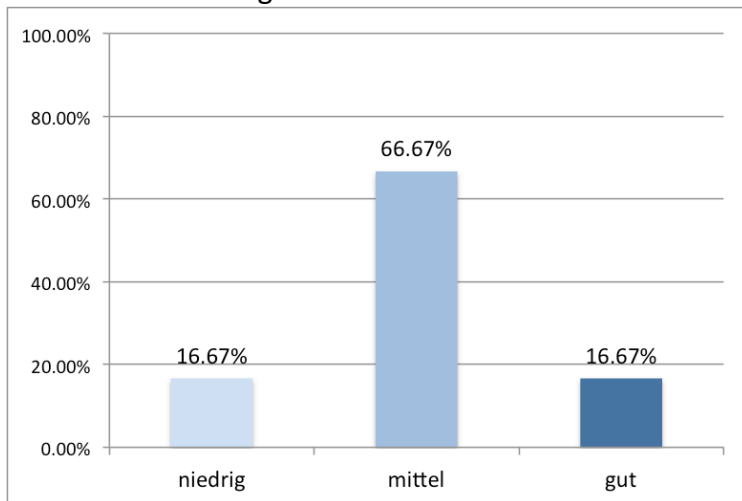
### 2.1 Wie schätzen Sie Ihr Wissen über digitale Medien ein?



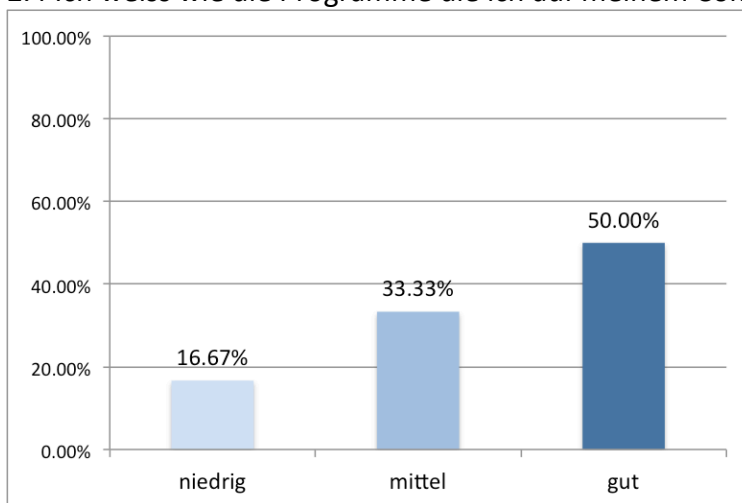
### 2.2 Ich kenne mich gut mit den Anwendungen meines Computers aus



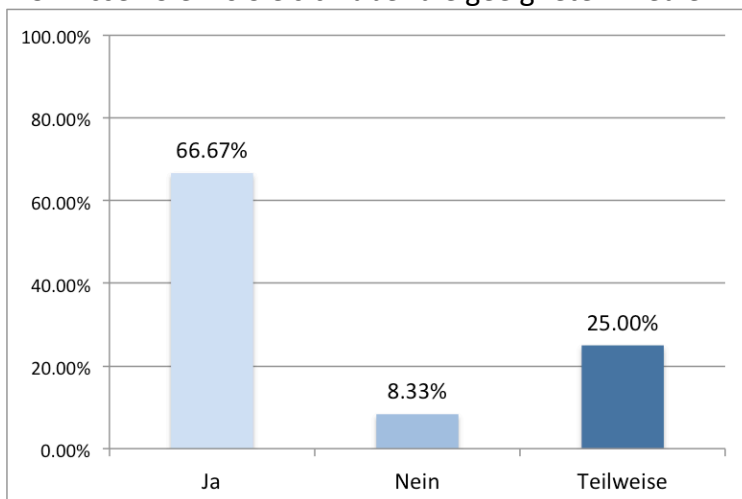
### 2.3 Ich kenne mich gut mit Social Media aus



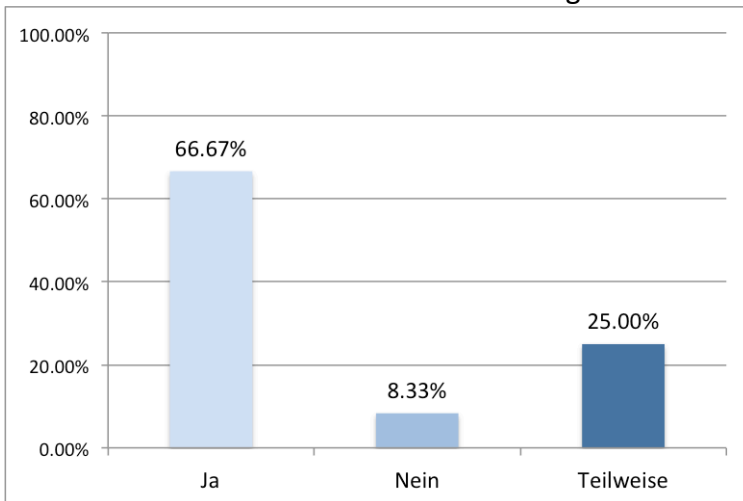
### 2.4 Ich weiss wie die Programme die ich auf meinem Computer benutze funktionieren



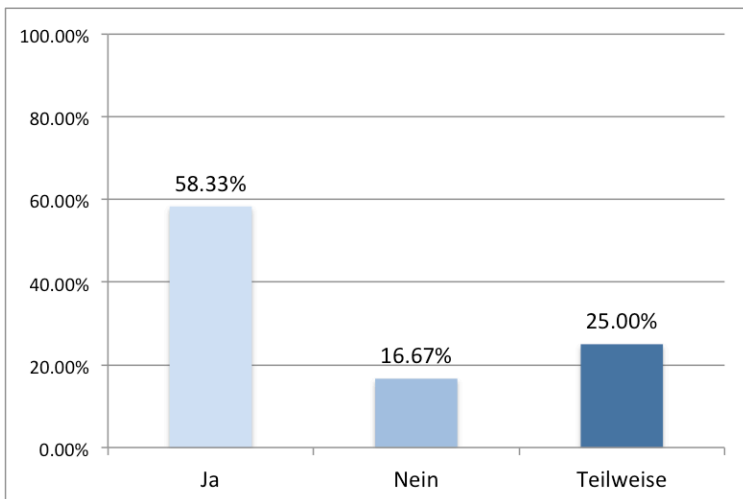
### 2.5 Wissen Sie wo Sie sich über die geeigneten Medieninhalte für Ihre Kinder informieren können?



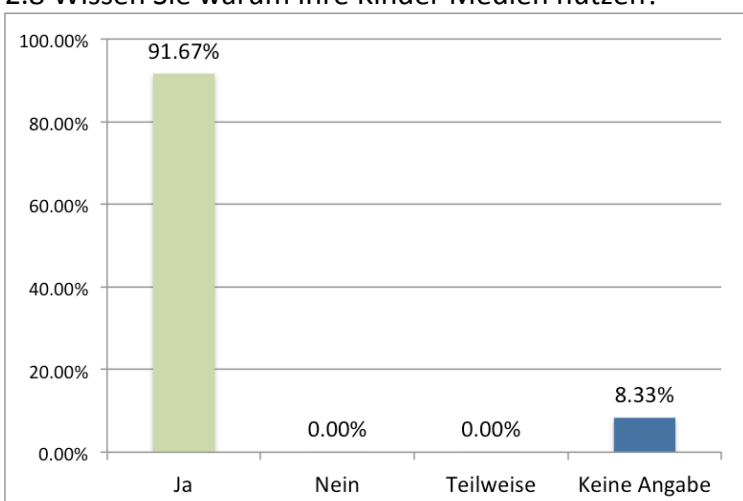
2.6 Ich diskutiere mit meinen Kindern häufig über die viele Zeit die sie vor dem Internet verbringen.



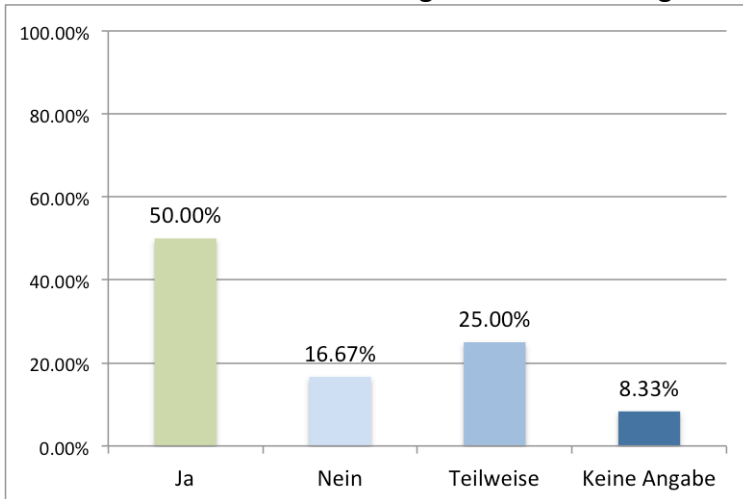
2.7 Ich diskutiere mit meinen Kindern häufig über den Inhalt der Spiele die sie im Internet spielen, die Filme die sie im Internet schauen.



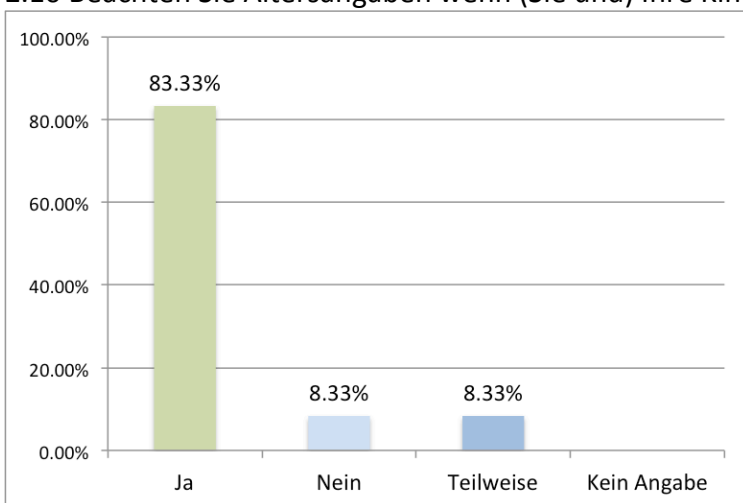
2.8 Wissen Sie warum Ihre Kinder Medien nutzen?



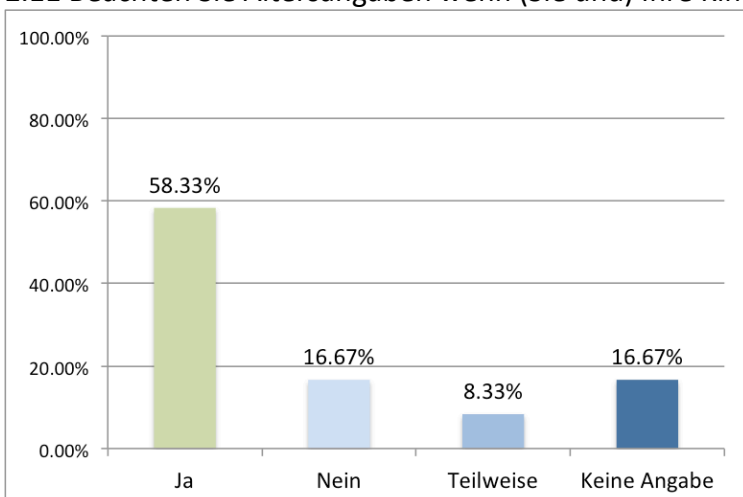
### 2.9 Wissen Sie welche Erwartungen Kinder und Jugendliche an Medien haben?



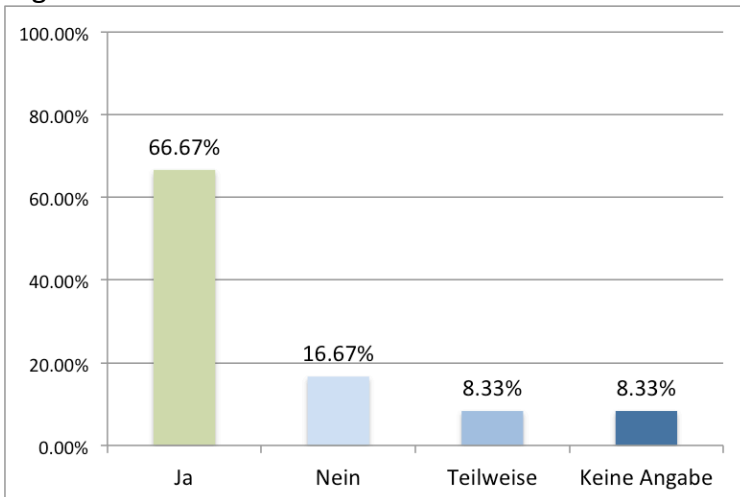
### 2.10 Beachten Sie Altersangaben wenn (Sie und) Ihre Kinder Filme anschauen?



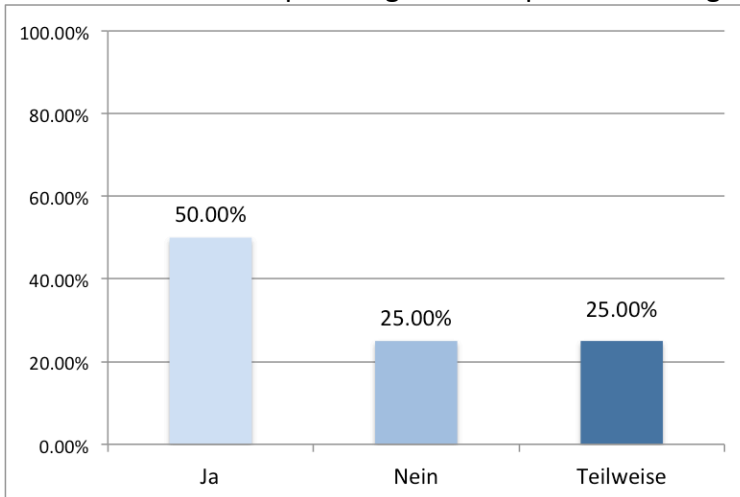
### 2.11 Beachten Sie Altersangaben wenn (Sie und) Ihre Kinder Gamen?



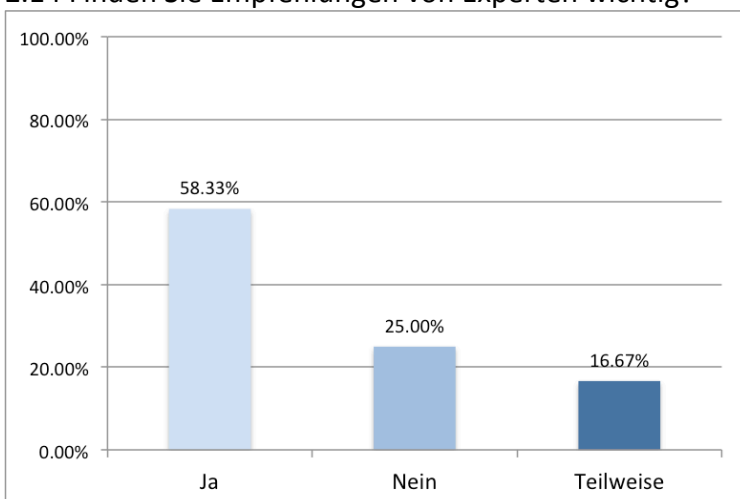
### 2.12 Beachten Sie gesetzliche Altersangaben wenn sich Ihre Kinder auf Social Media Plattformen registrieren?



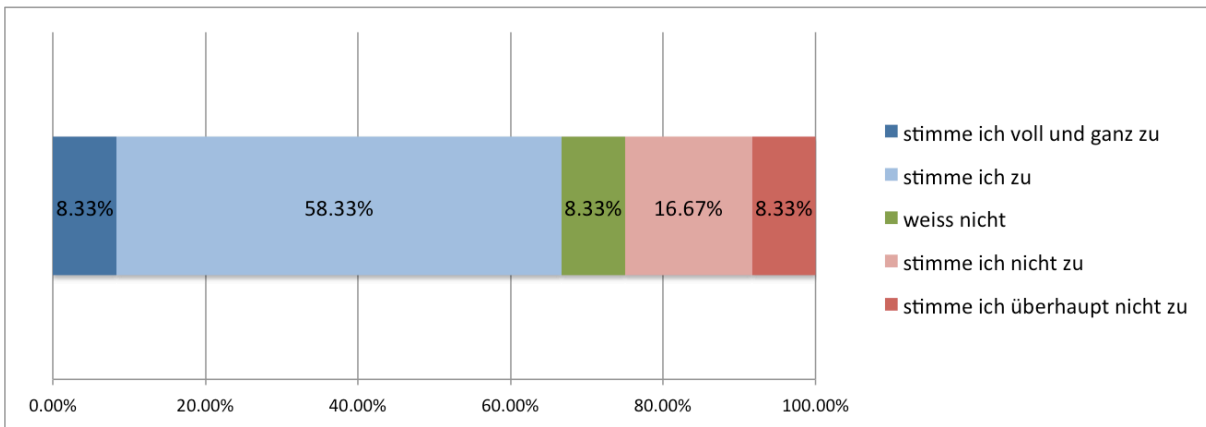
### 2.13 Beachten Sie Empfehlungen von Experten im Umgang mit Social Media?



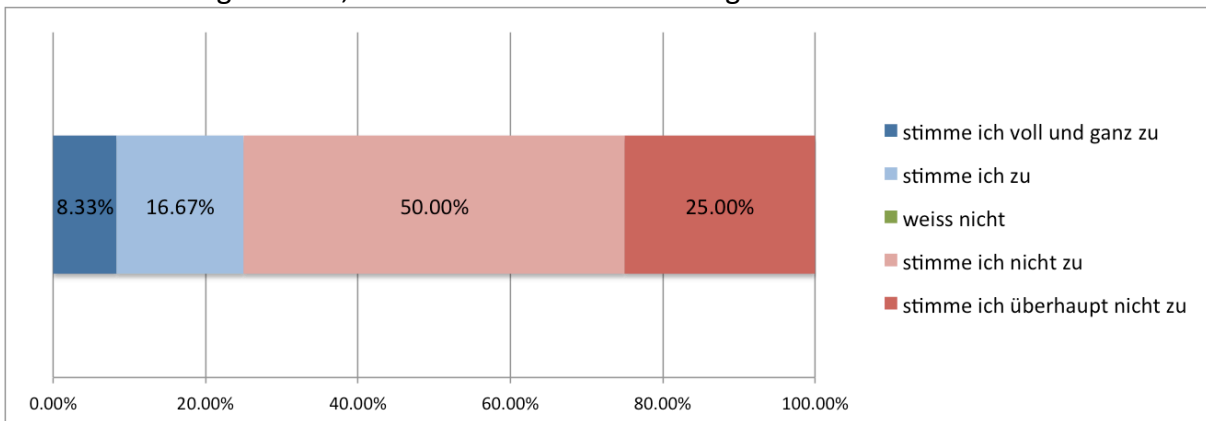
### 2.14 Finden Sie Empfehlungen von Experten wichtig?



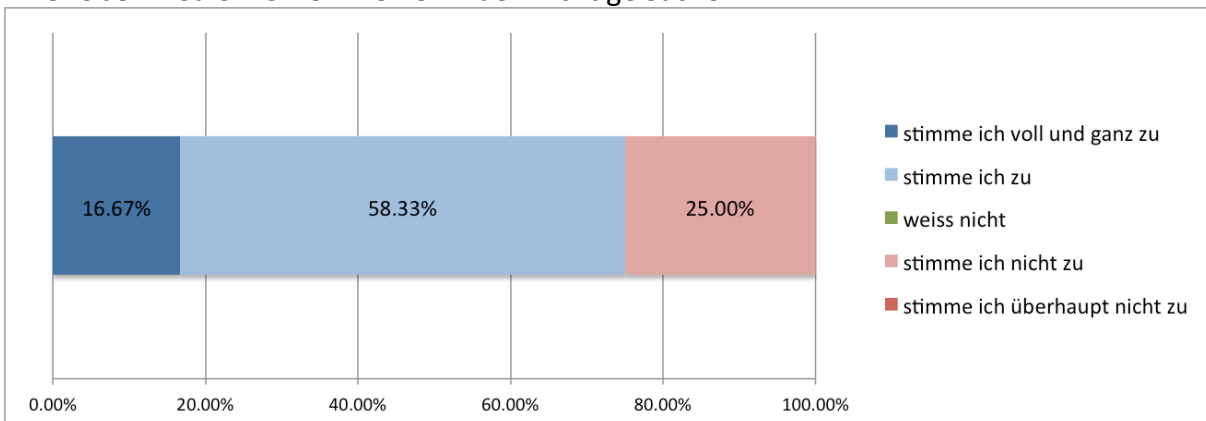
### 2.16 Medien unterhalten meine Kinder.



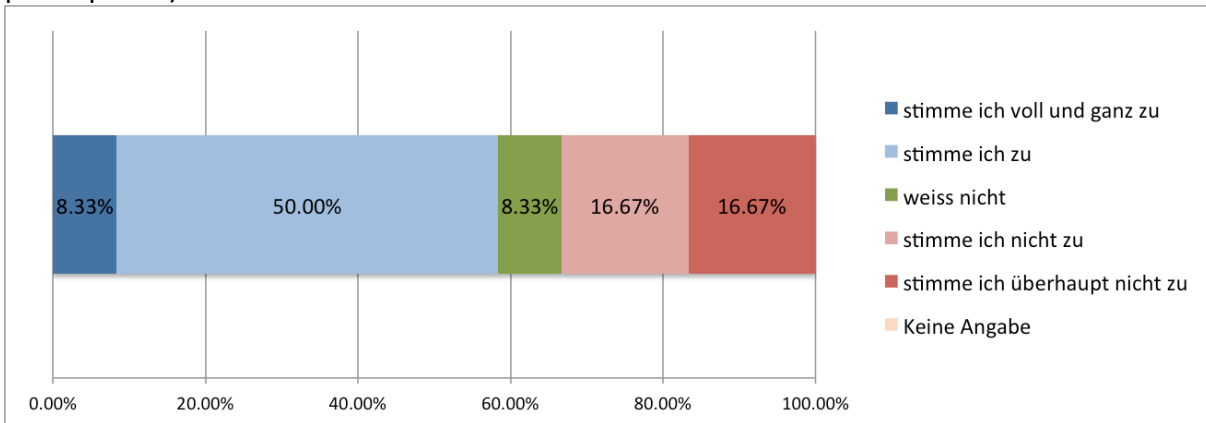
### 2.17 Medien sorgen dafür, dass meine Kinder keine Langeweile mehr haben.



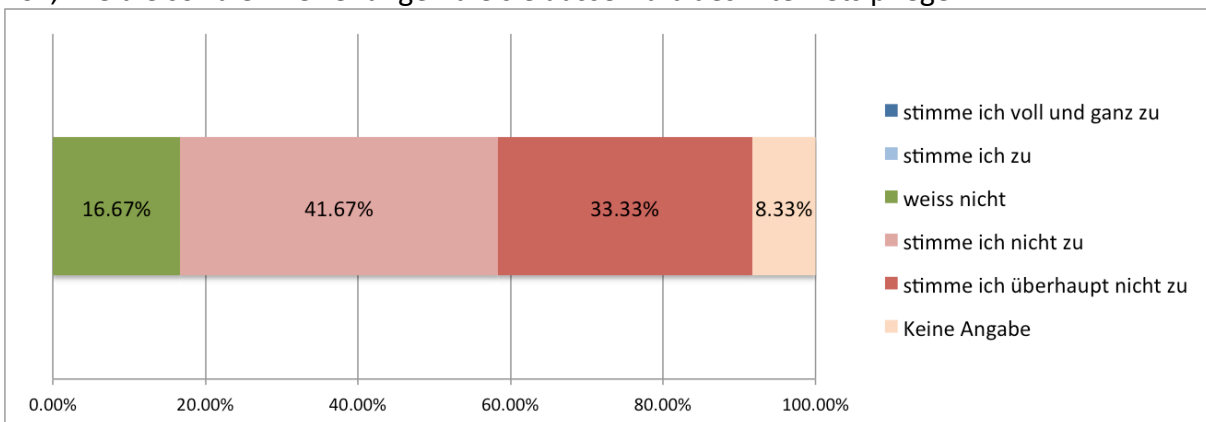
### 2.18. Über Medien lernen meine Kinder wichtige Sachen.



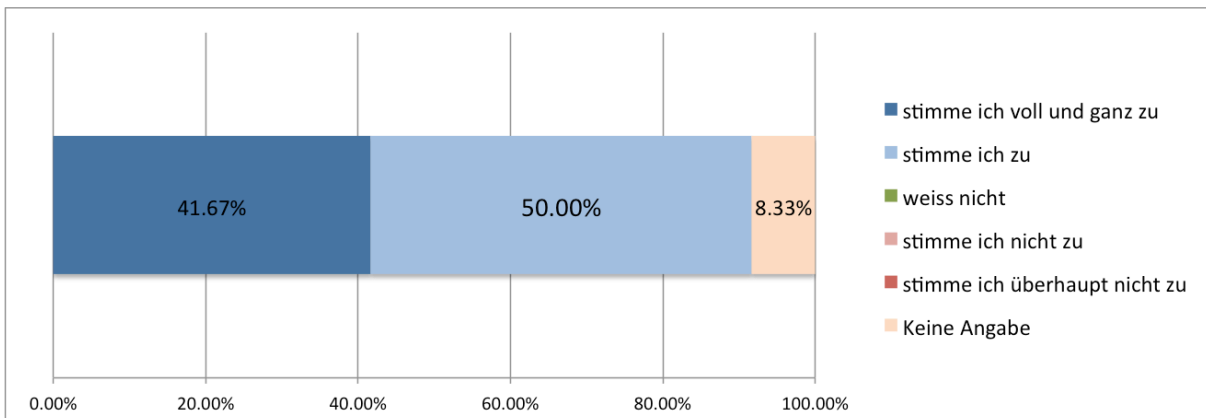
2.19 Durch Medien lernen meine Kinder spezifische Fähigkeiten (Bsp. Strategien entwickeln in Computerspielen).



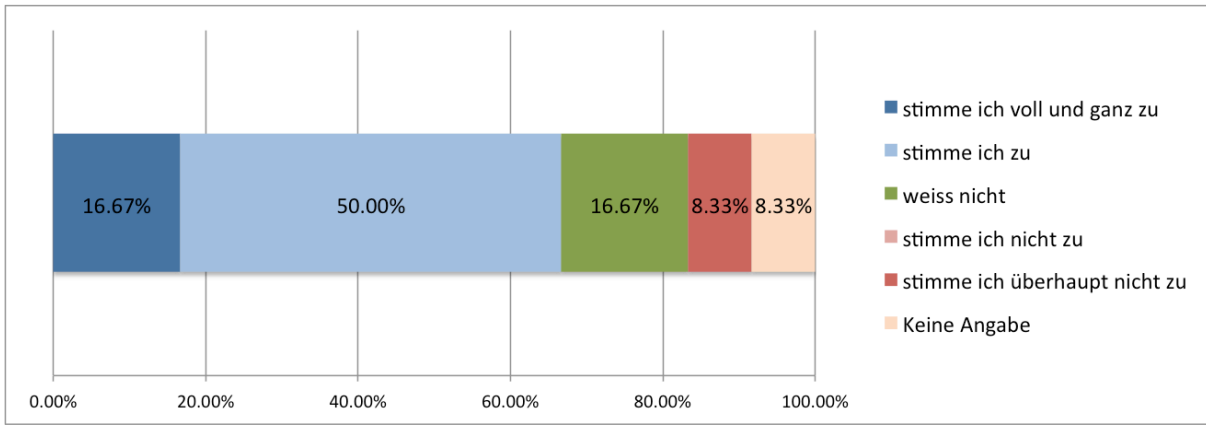
2.20 Die sozialen Beziehungen welche meine Kinder über das Internet pflegen sind genau so wertvoll, wie die sozialen Beziehungen die sie ausserhalb des Internets pflegen.



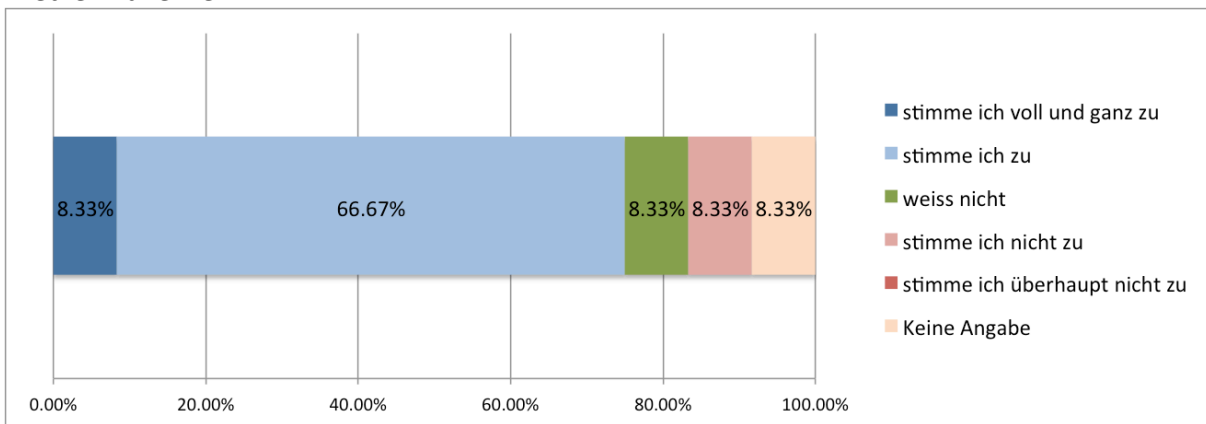
2.21 Meine Kinder benutzen Medien um sich zu informieren.



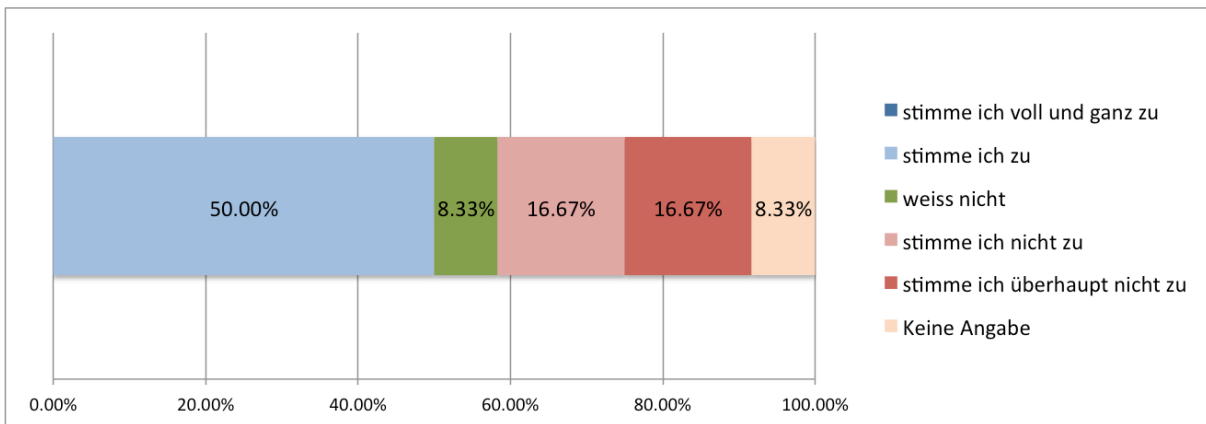
2.22 Meine Kinder benutzen Medien um sich zu unterhalten.



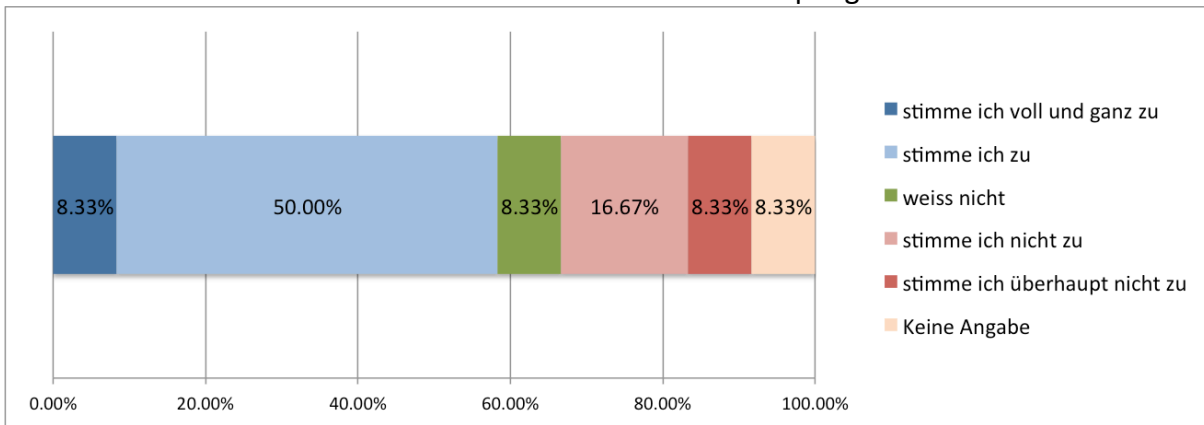
2.23 Die Leistungsfähigkeit meiner Kinder wird besser wenn sie die Möglichkeit haben mit digitalen Medien zu lernen.



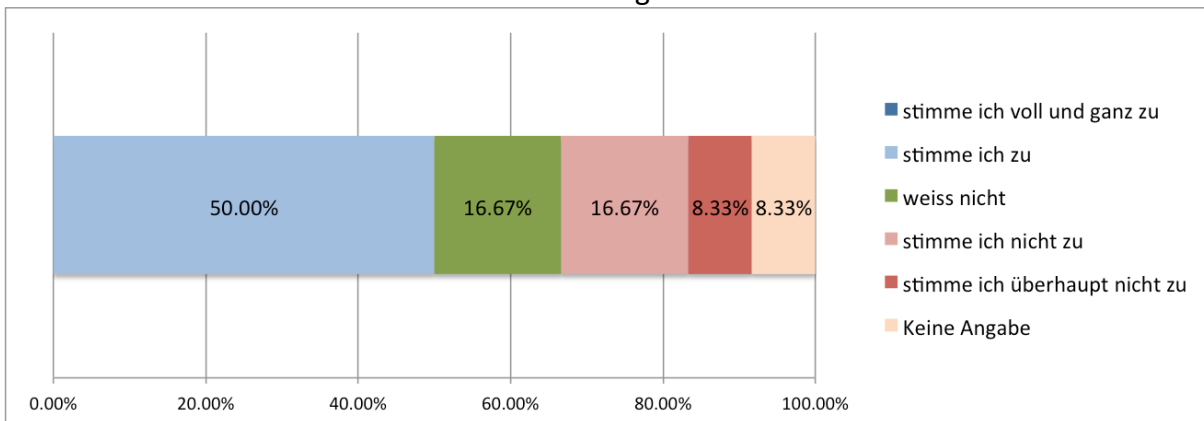
2.24 Gute Games mit Lerninhalten motivieren meine Kinder zum lernen.



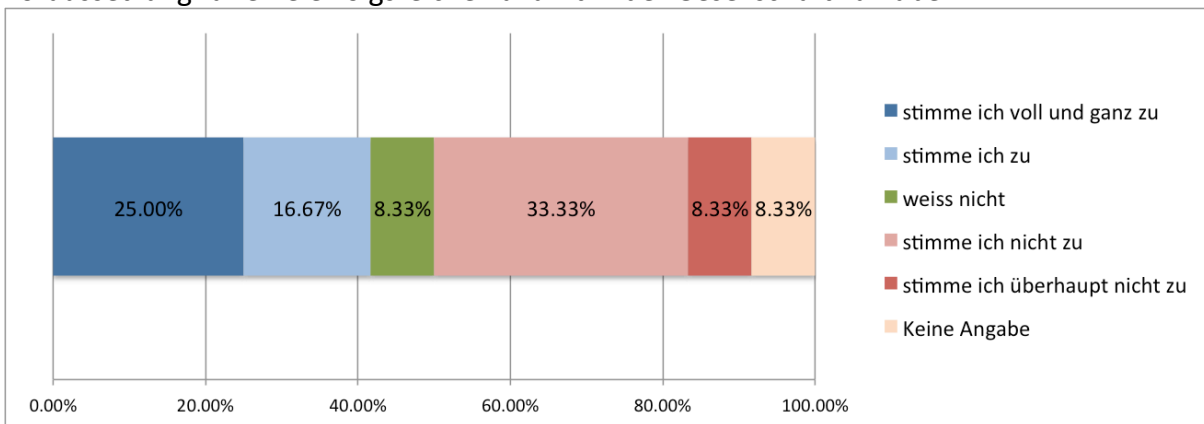
### 2.25 Meine Kinder benutzen Medien um soziale Kontakte zu pflegen.



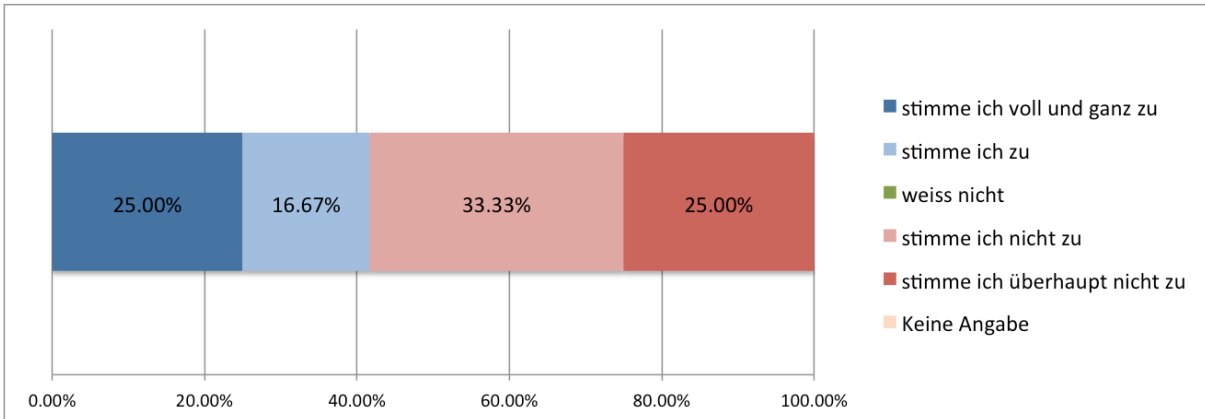
### 2.26 Gute Games können die Konzentrationsfähigkeit meiner Kinder verbessern.



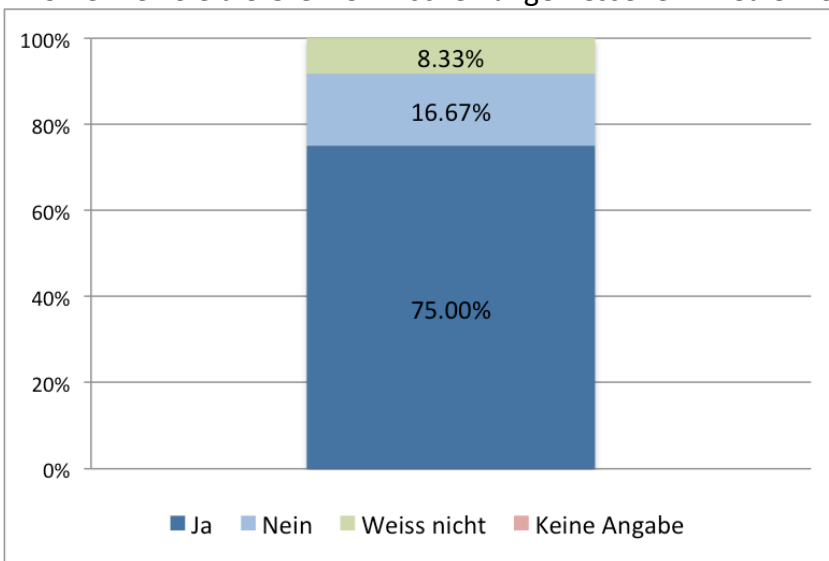
### 2.27 Meine Kinder sollten früh genug lernen mit den digitalen Medien umzugehen, um gute Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Zukunft in der Gesellschaft zu haben.



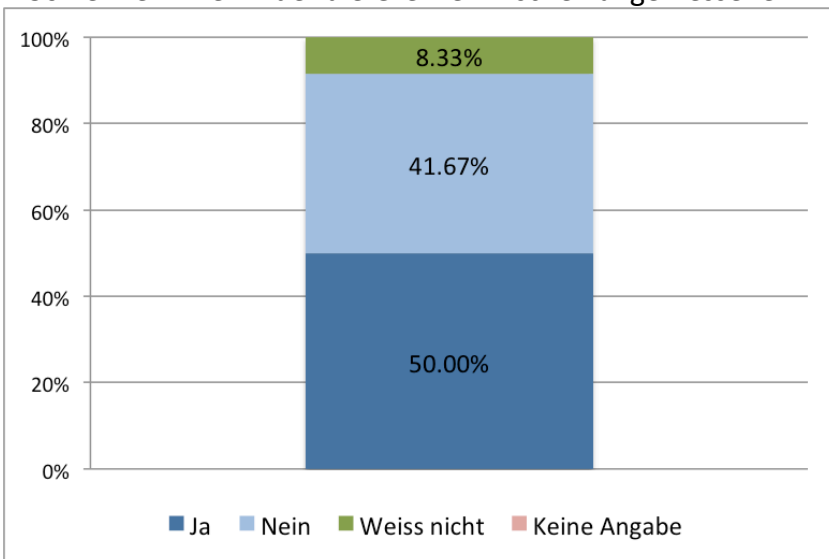
2.28 Meine Kinder dürfen keine sozialen Kontakte über digitale Medien knüpfen, wer weiss wer sich hinter den online Profilen versteckt.



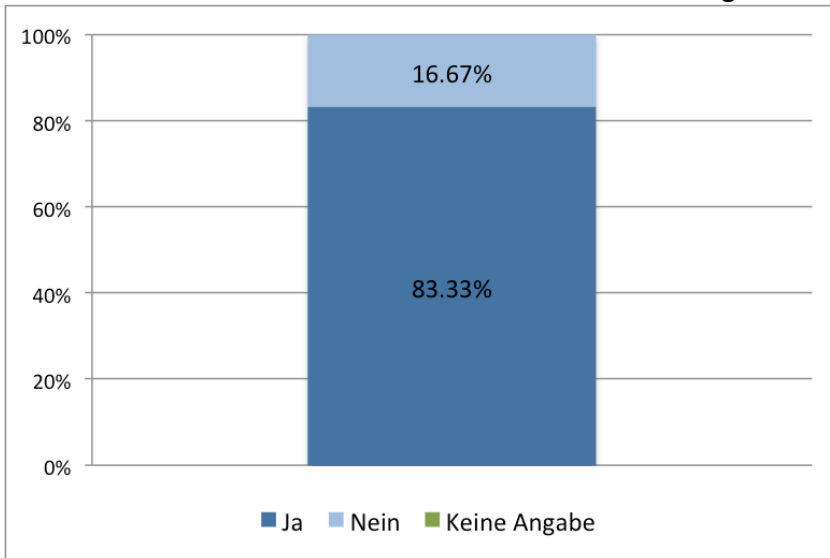
2.29 Kennen Sie die Grenze zwischen angemessenem Medienkonsum und Mediensucht?



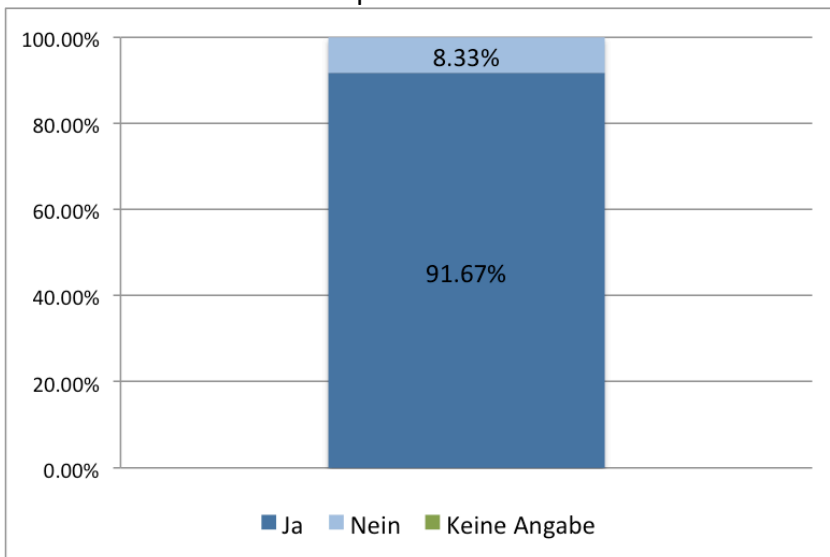
2.30 Kennen Ihre Kinder die Grenze zwischen angemessenem Medienkonsum und Mediensucht?



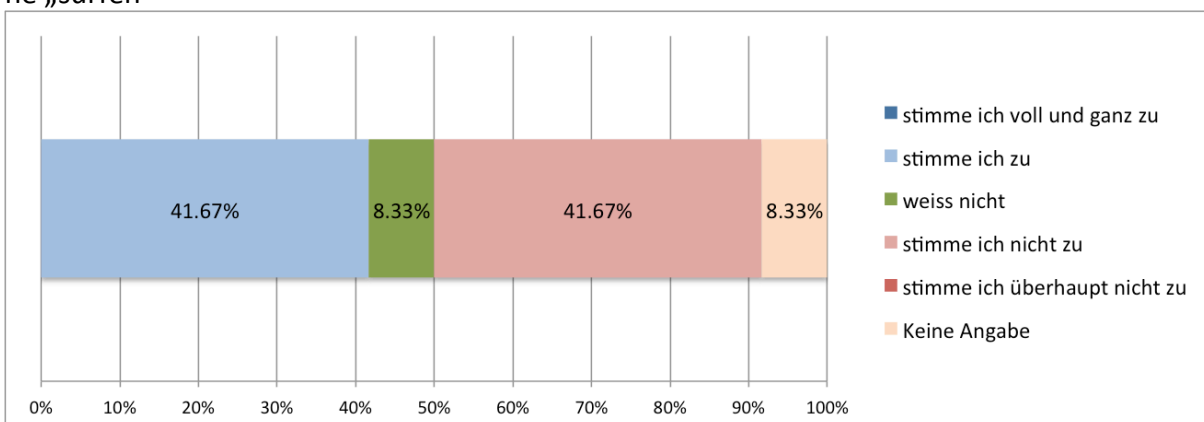
2.31 Setzen Sie zeitliche Rahmen für die Mediennutzung Ihrer Kinder?



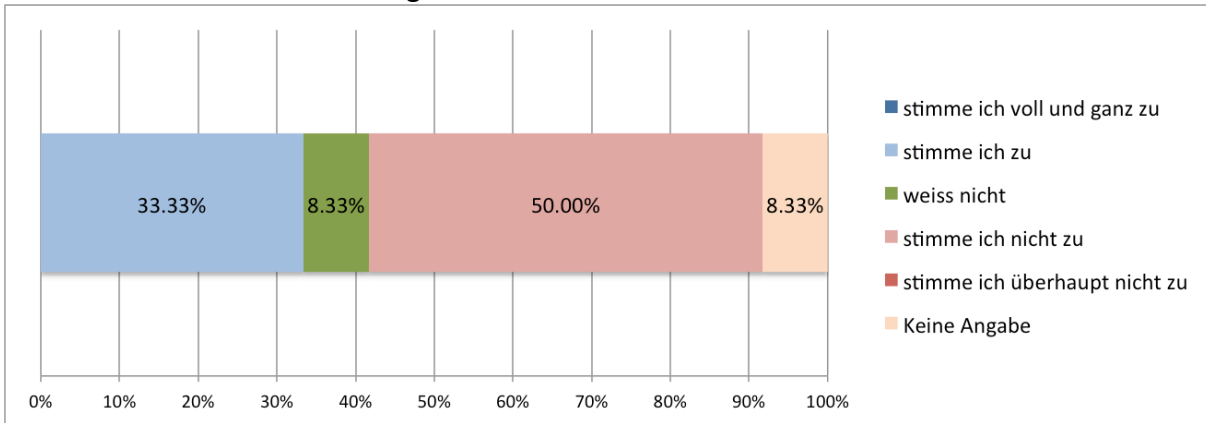
2.32 Ich schütze die Privatsphäre meiner Kinder im Internet.



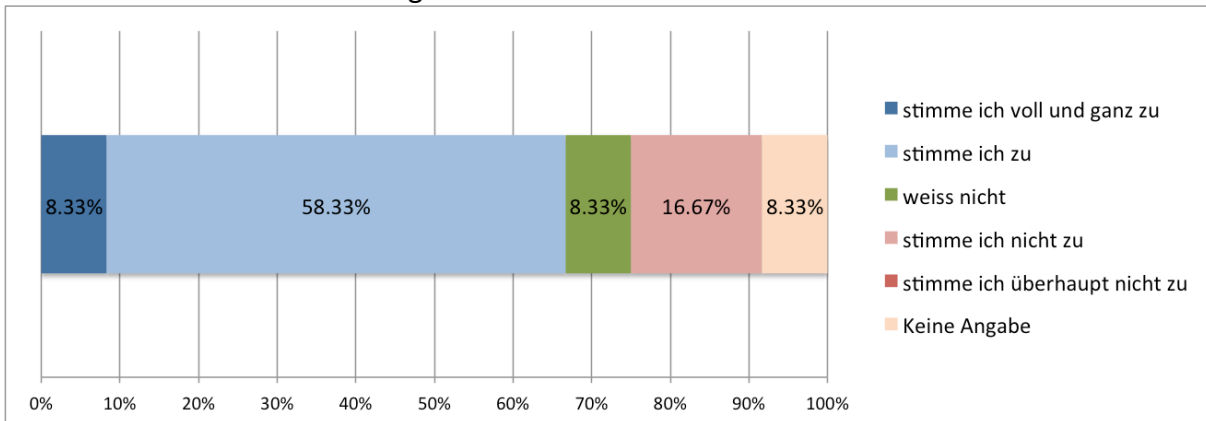
2.33 Meine Kinder besuchen kindergerechte Seiten im Internet, ich habe keine Angst wenn sie alleine „surfen“



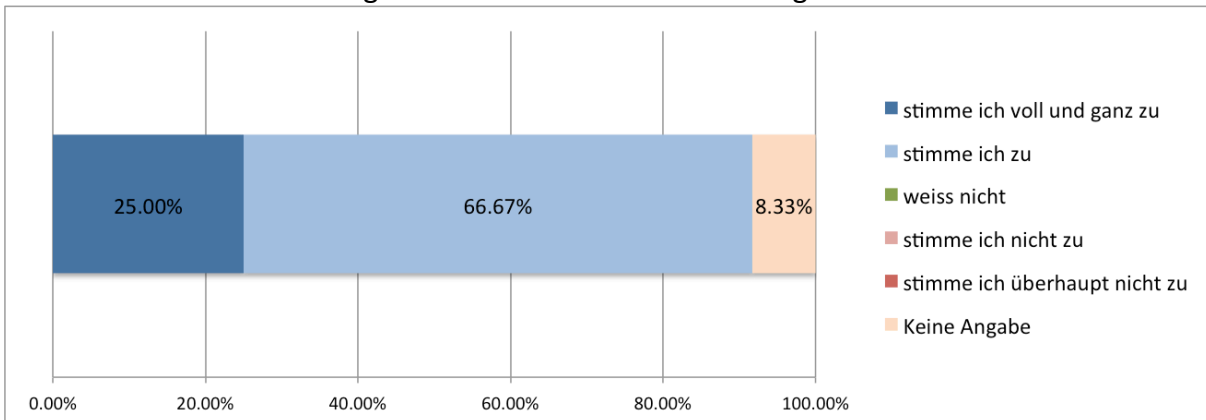
2.34 Für meine Kinder überwiegen die Risiken beim Nutzen vom Internet.



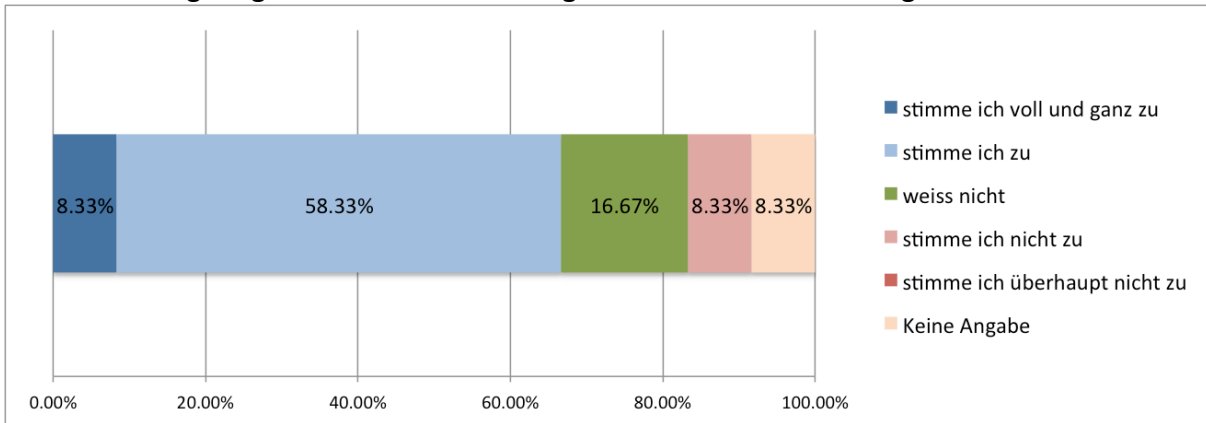
2.35 Für Meine Kinder überwiegen die Chancen beim Nutzen vom Internet.



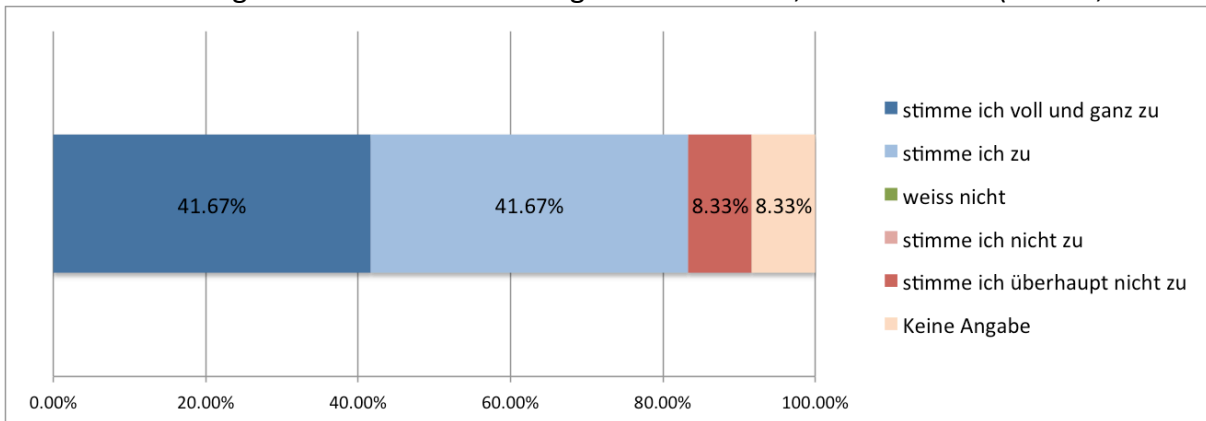
2.36 Ich beantworte die Fragen meiner Kinder die sie über digitale Medien stellen.



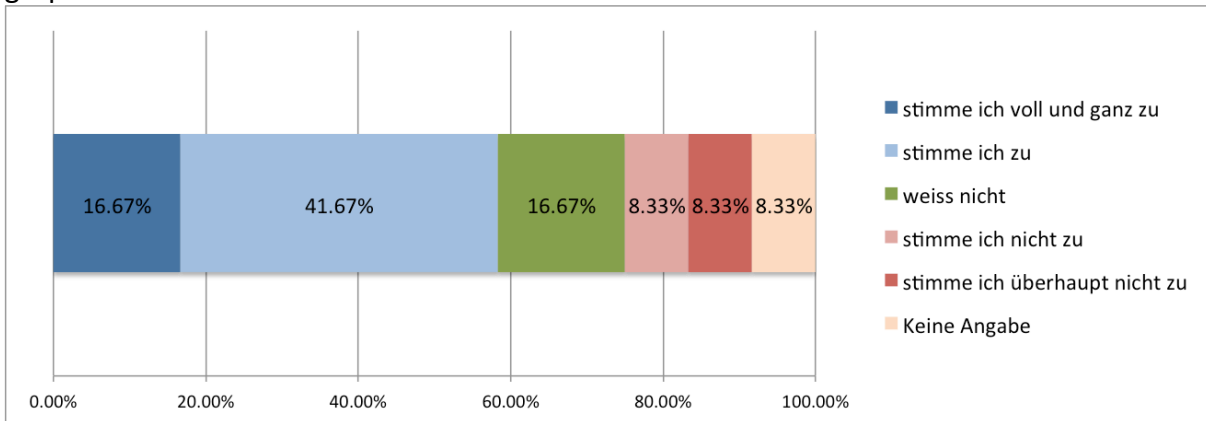
2.37 Ich habe genügend Wissen um die Fragen meiner Kinder über digitale Medien zu beantworten.



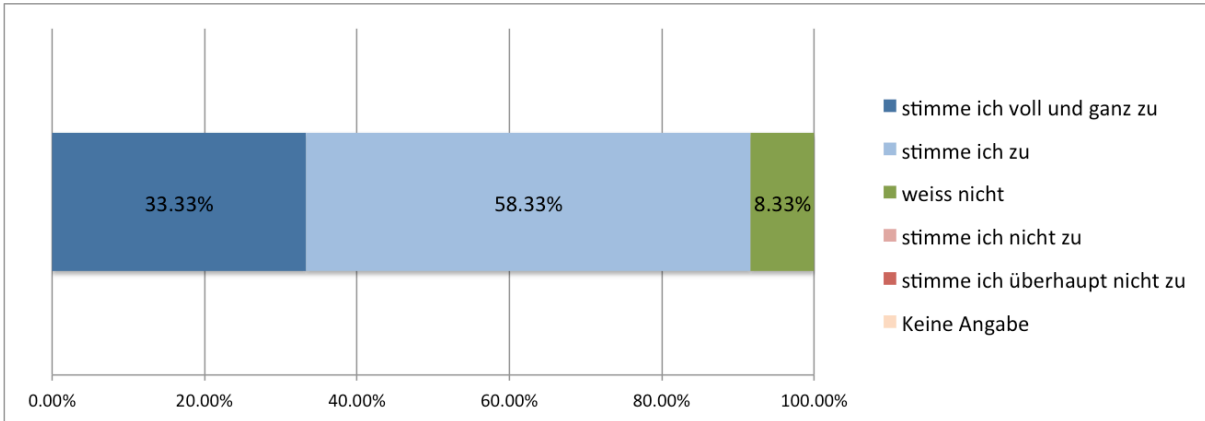
2.38 Ich stelle Fragen an meine Kinder bezüglich den Medien, die sie nutzen (Games, WhatsApp ec.).



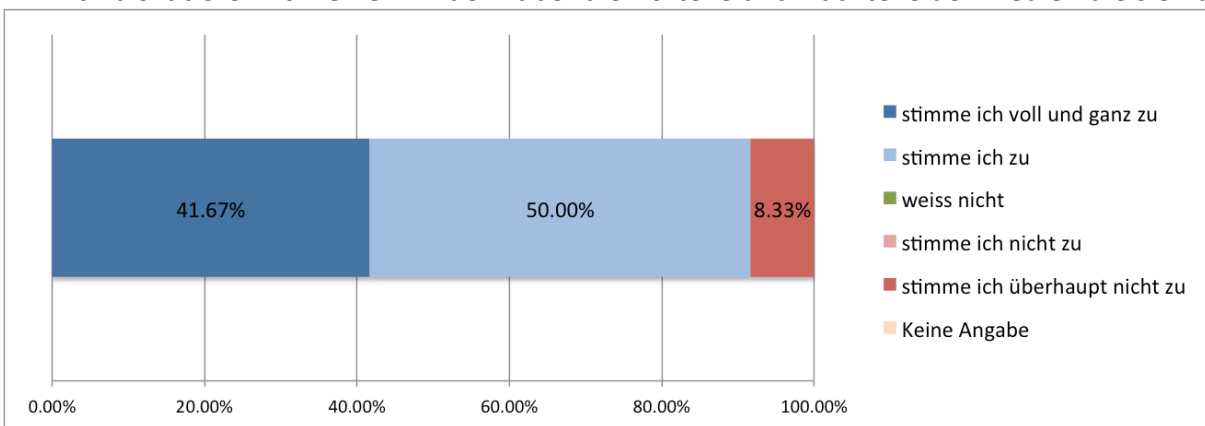
2.39 Ich zeige meinen Kindern was an den Medieninhalten die sie konsumieren real ist und was nur gespielt ist.



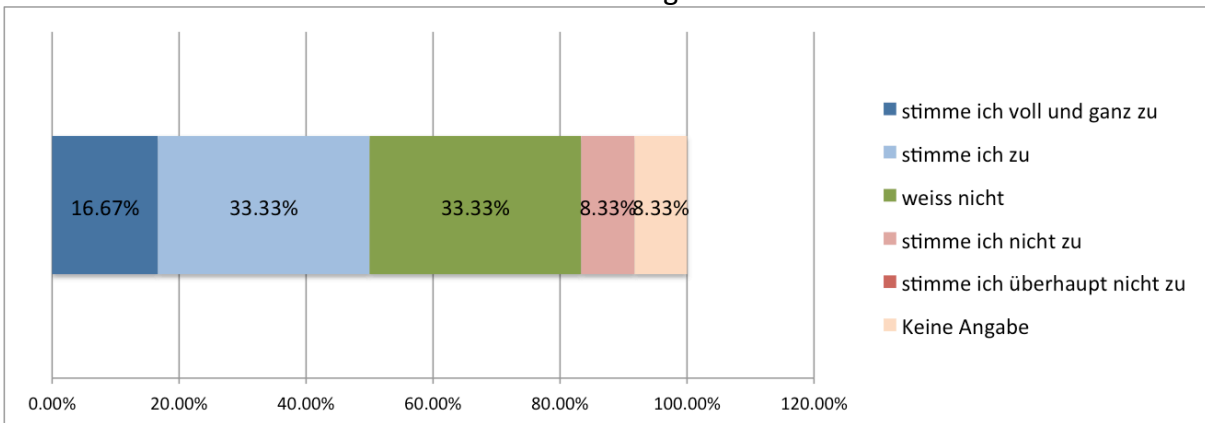
2.40 Meine Kinder wissen wenn sie ein Film/eine Sendung ec. schauen, dass nicht alles wahr ist was sie sehen.



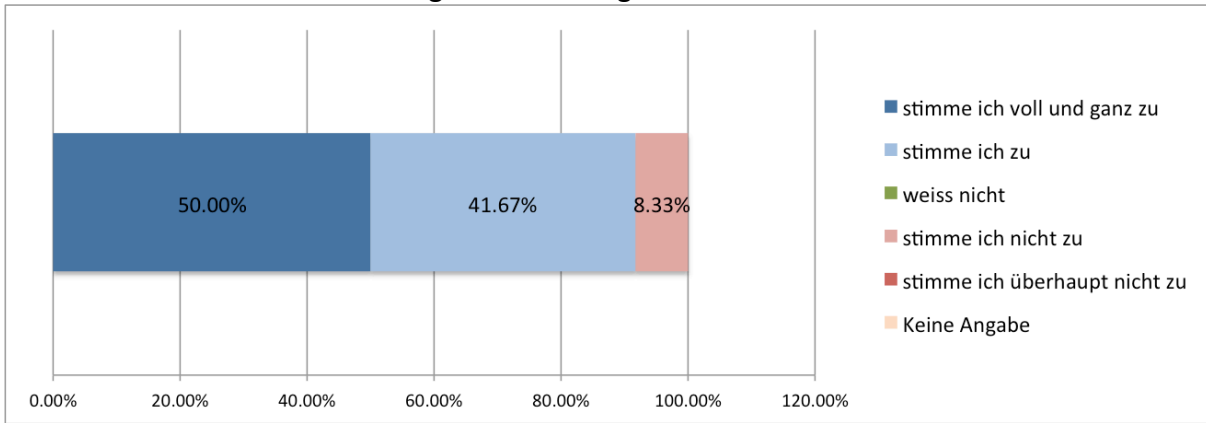
2.41 Ich diskutiere mit meinen Kindern über die Vorteile und Nachteile der Medien die sie nutzen.



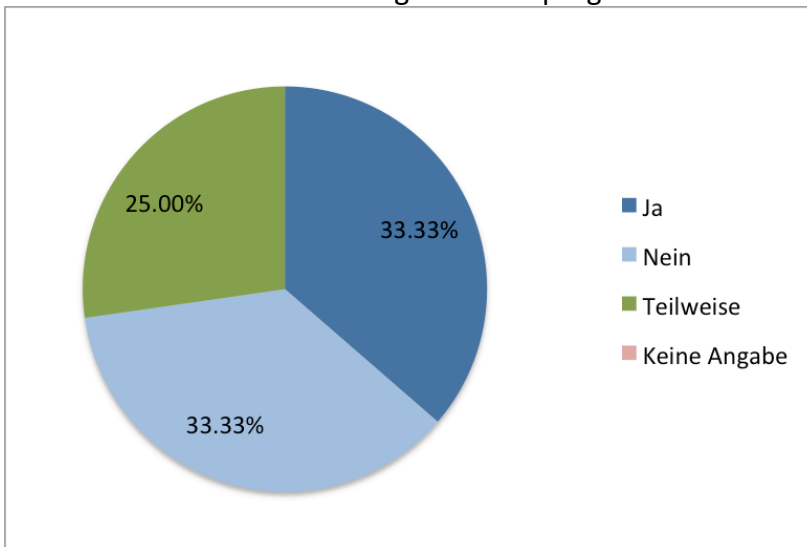
2.42 Meine Kinder erkennen verschleierte Werbung.



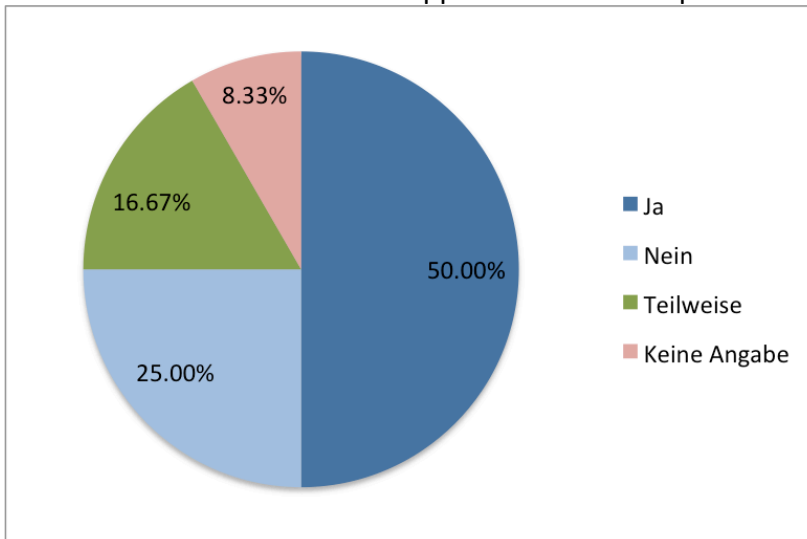
2.43 Wir haben in der Familie Regeln wie wir digitale Medien nutzen.



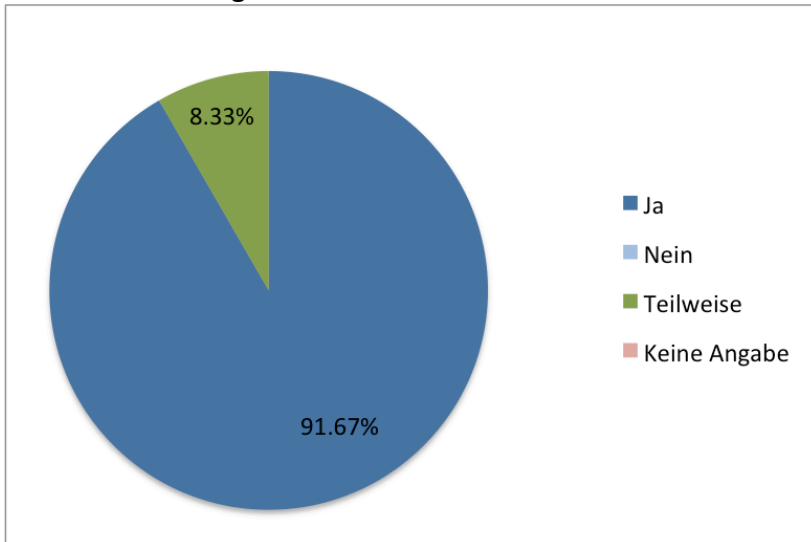
2.44 Setzen Sie Kinder- und Jugendschutzprogramme ein?



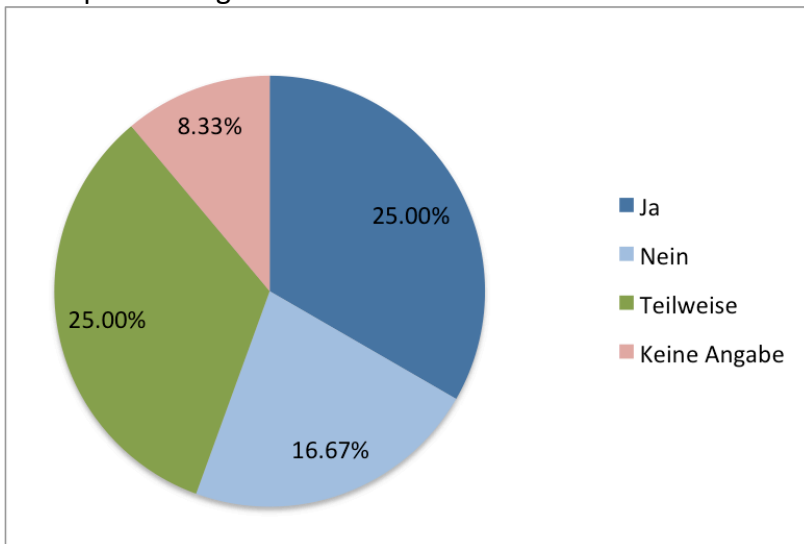
2.45 Dürfen Ihre Kinder selber Apps auf Ihren Smartphones installieren?



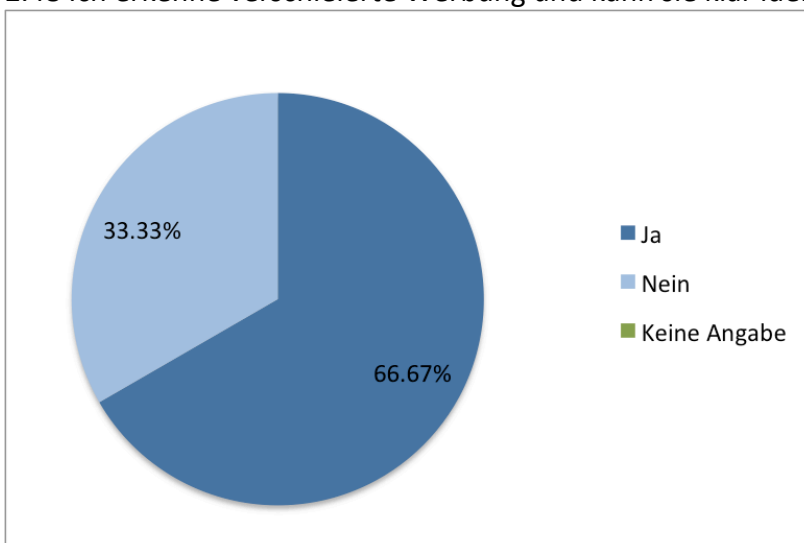
### 2.46 Schauen Sie gemeinsam mit Ihren Kindern Kinderfilme?



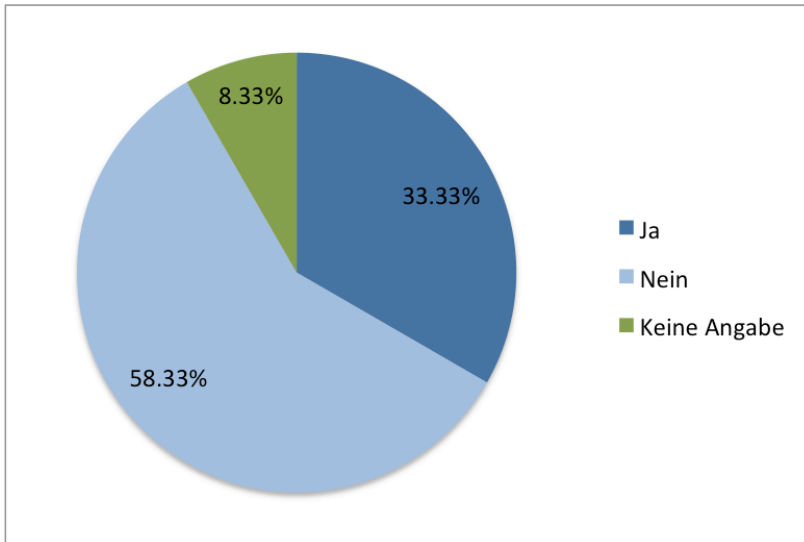
### 2.47 Spielen Sie gemeinsam mit Ihren Kindern Games?



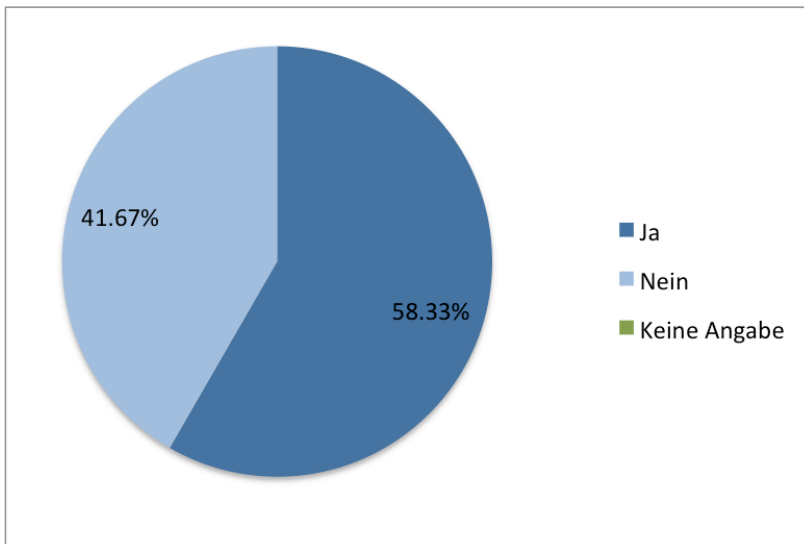
### 2.48 Ich erkenne verschleierte Werbung und kann sie klar identifizieren



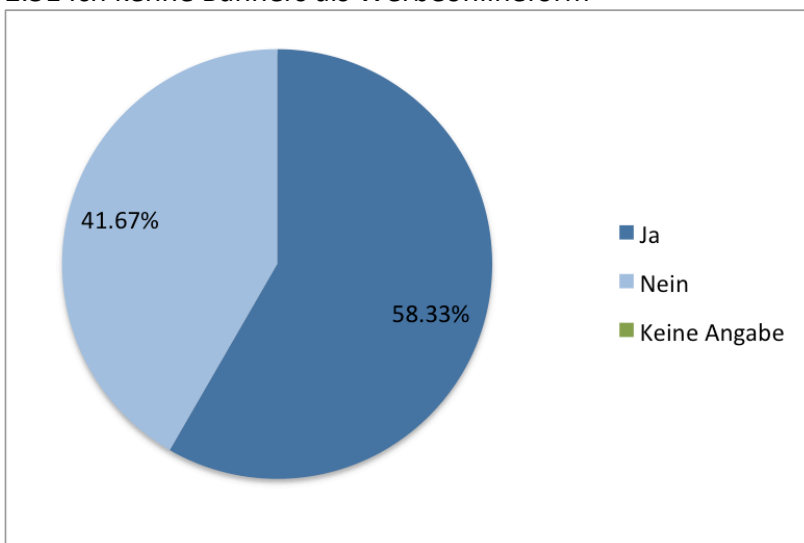
### 2.49 Ich kenne Pre-Rolls als Werbeonlineform



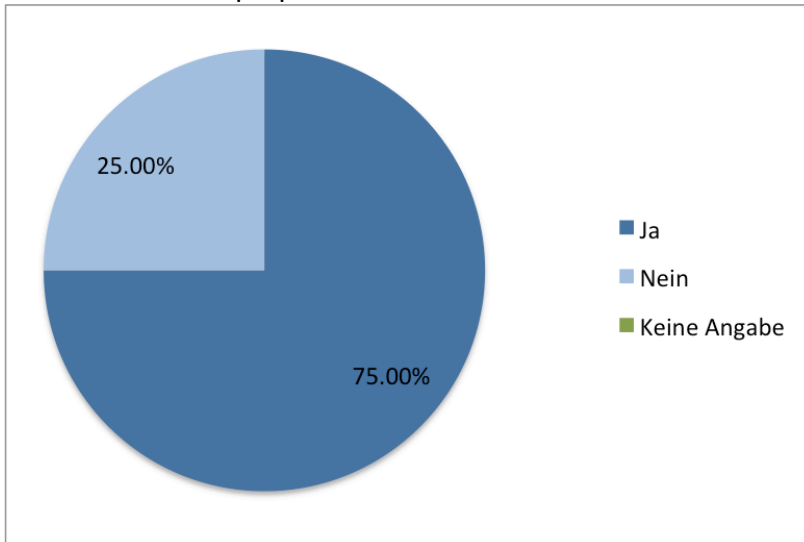
### 2.50 Ich kenne Cookies als Werbeonlineform



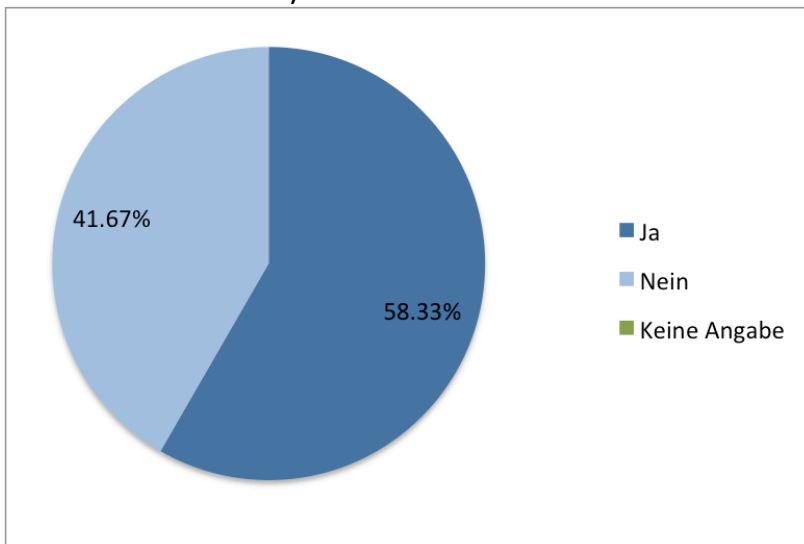
### 2.51 Ich kenne Banners als Werbeonlineform



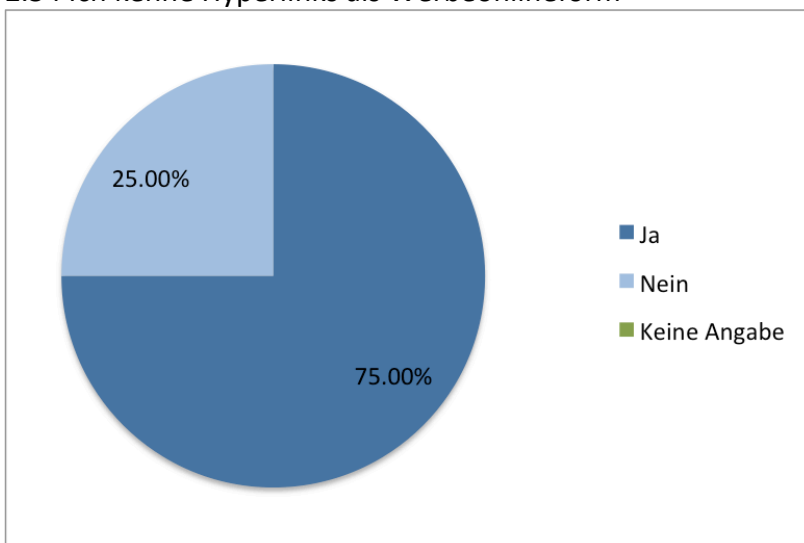
### 2.52 Ich kenne Pop-ups als Werbeonlineform



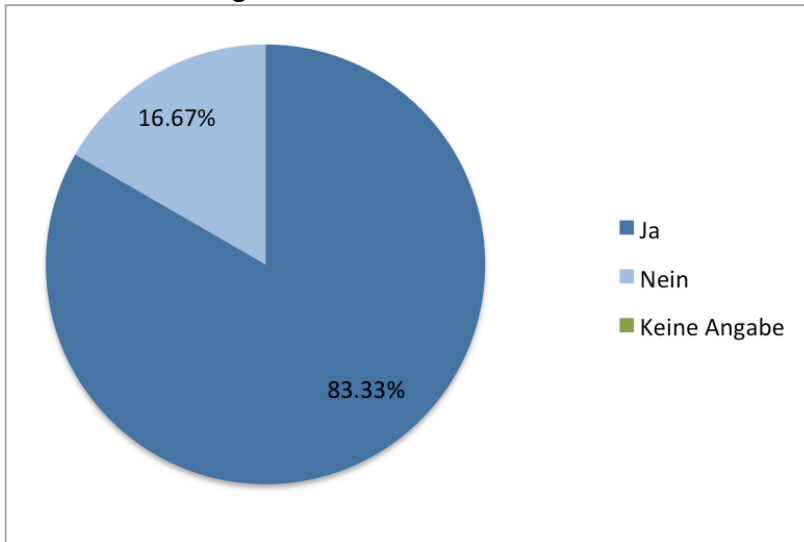
### 2.53 Ich kenne Overlays als Werbeonlineform



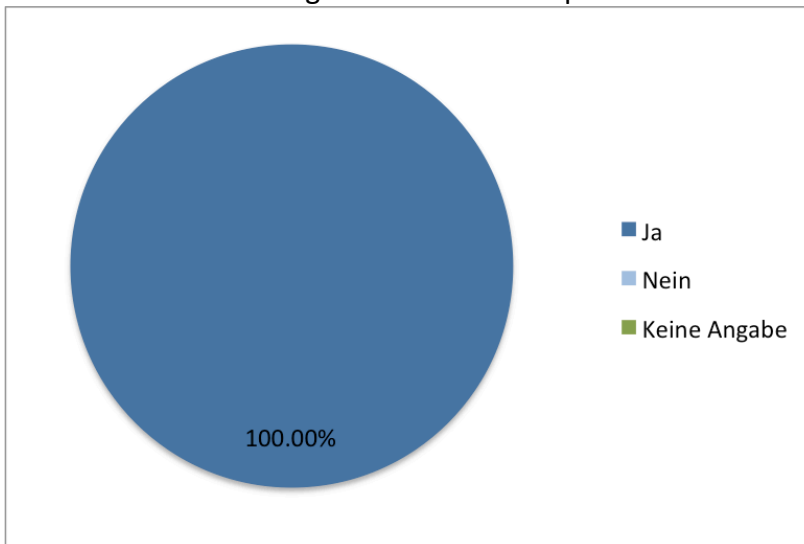
### 2.54 Ich kenne Hyperlinks als Werbeonlineform



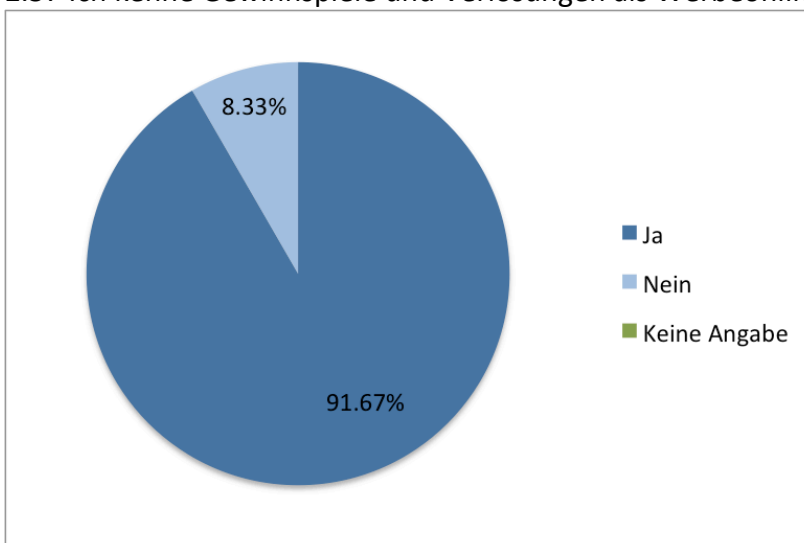
### 2.55 Ich kenne Logo als Werbeonlineform



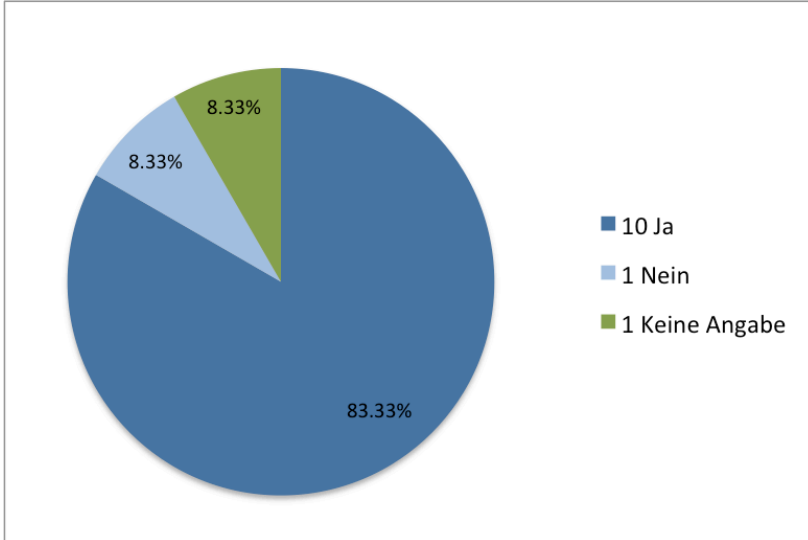
### 2.56 Ich kenne Nennung von Marken und Sponsoren als Werbeonlineform



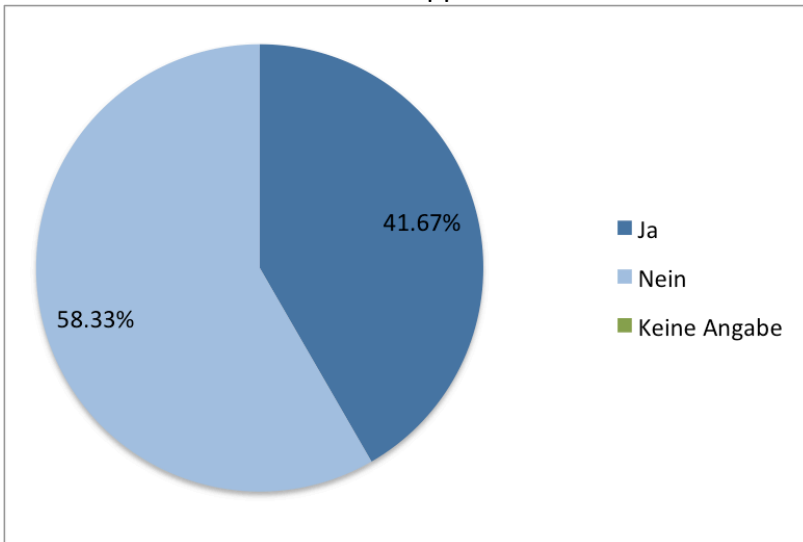
### 2.57 Ich kenne Gewinnspiele und Verlosungen als Werbeonlineform



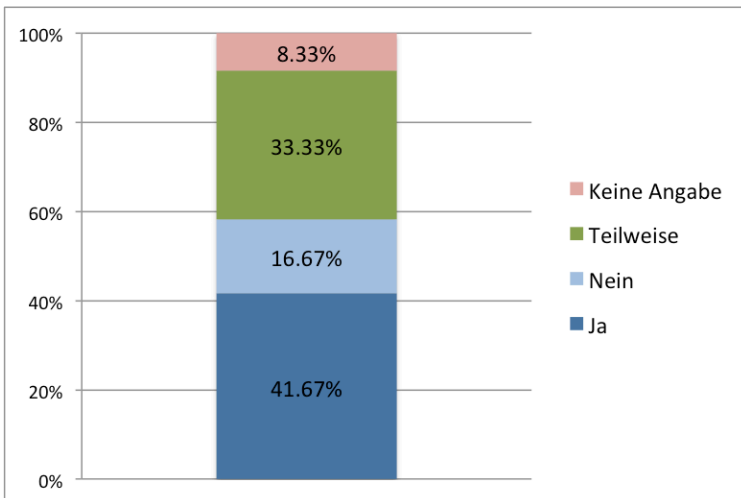
2.58 Klären Sie Ihre Kinder über diesen Arten von Werbung auf?



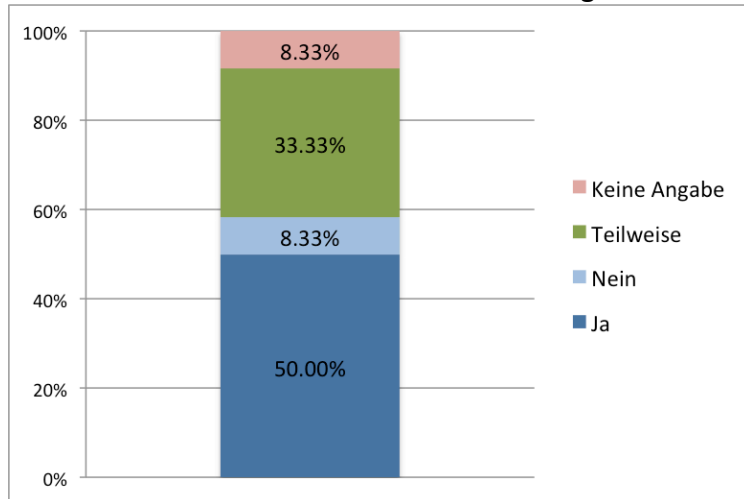
2.59 Benutzen Sie Werbeblock Apps



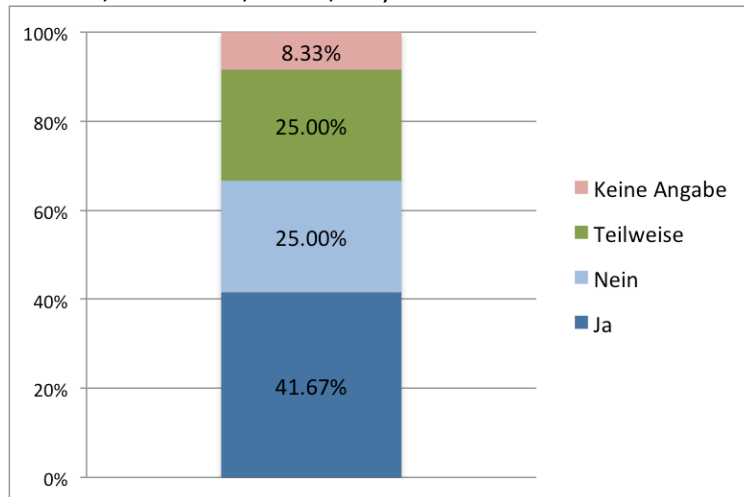
2.60 Wählen Sie die Medien die Ihre Kinder benutzen aus?



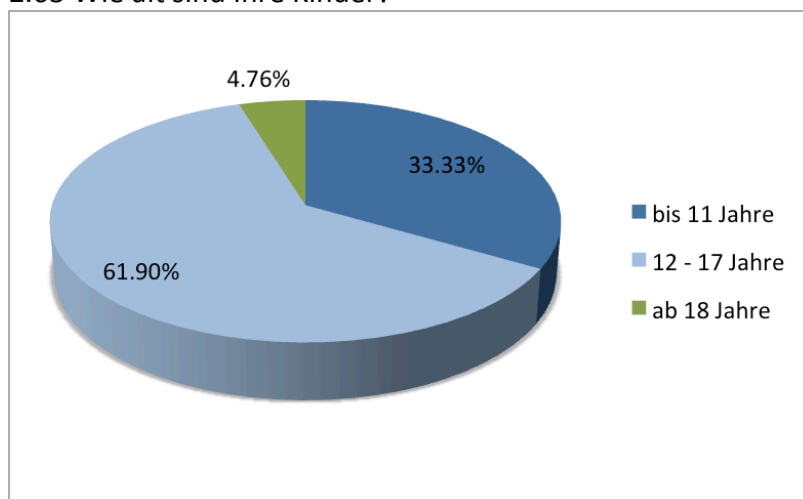
2.61 Verboten Sie Ihren Kindern die Nutzung bestimmter Medien?



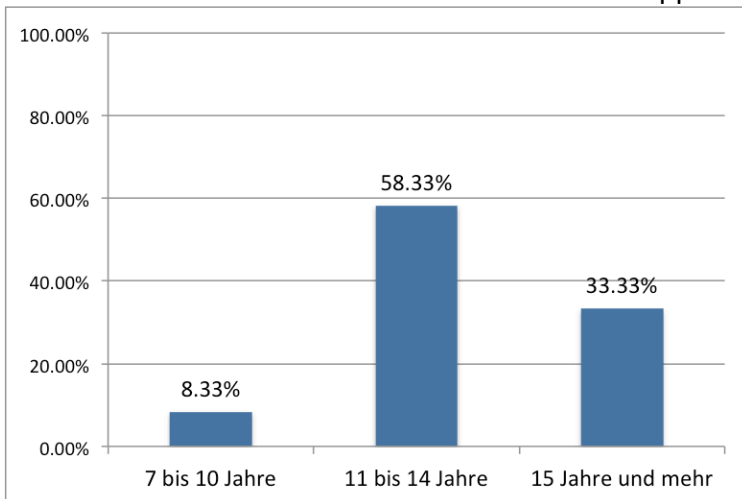
2.62 Es gibt bei uns zu Hause ein Medium, das viel mehr benutzt wird als alle anderen (WhatsApp, Twitter, Facebook, Filme, etc.).



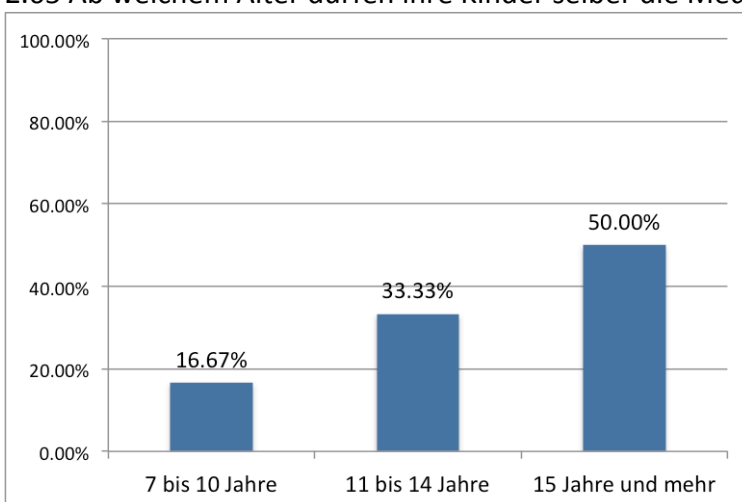
2.63 Wie alt sind Ihre Kinder?



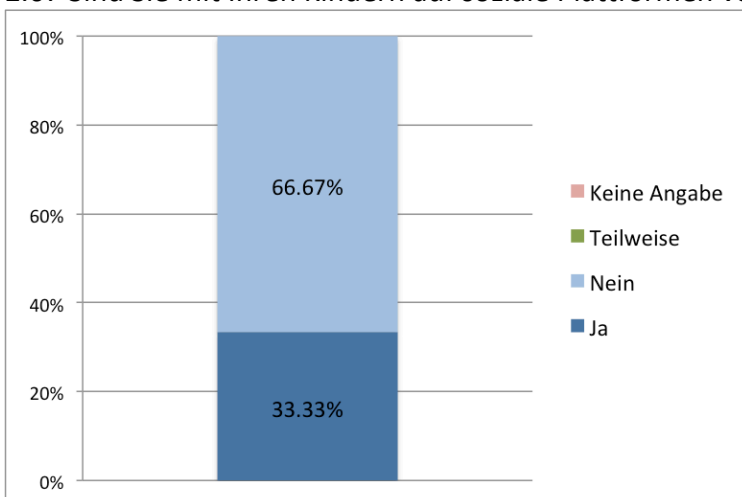
### 2.64 Ab welchem Alter dürfen Ihre Kinder selber Apps auf ihren Smartphones installieren?



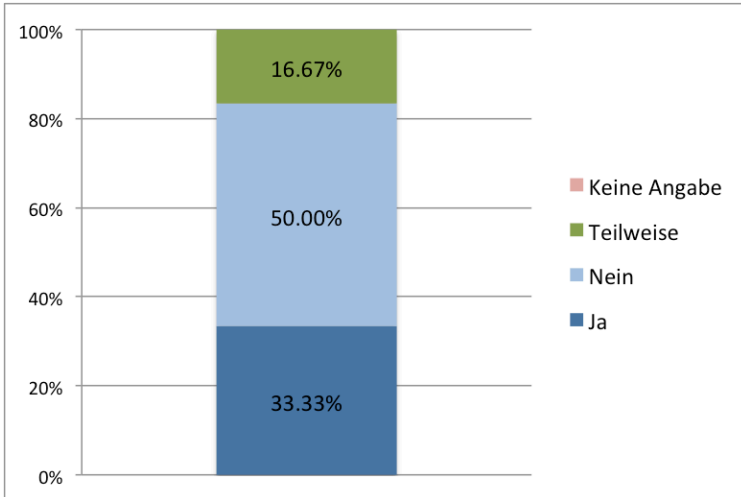
### 2.65 Ab welchem Alter dürfen ihre Kinder selber die Medien auswählen, die sie nutzen?



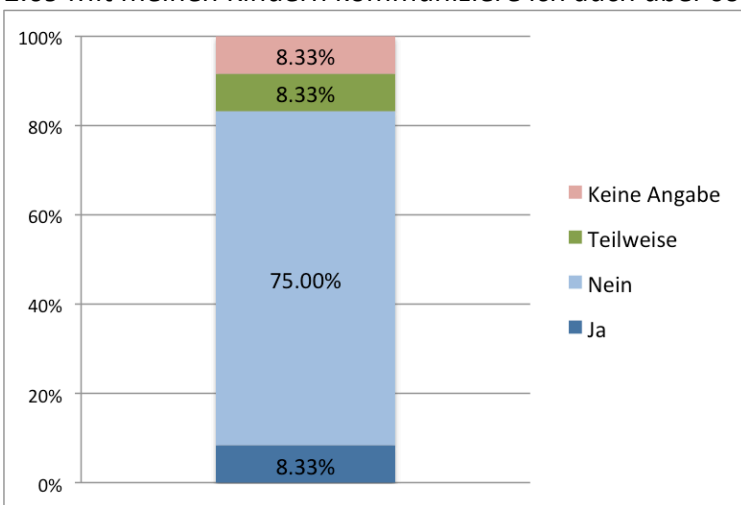
### 2.67 Sind Sie mit Ihren Kindern auf soziale Plattformen vernetzt?



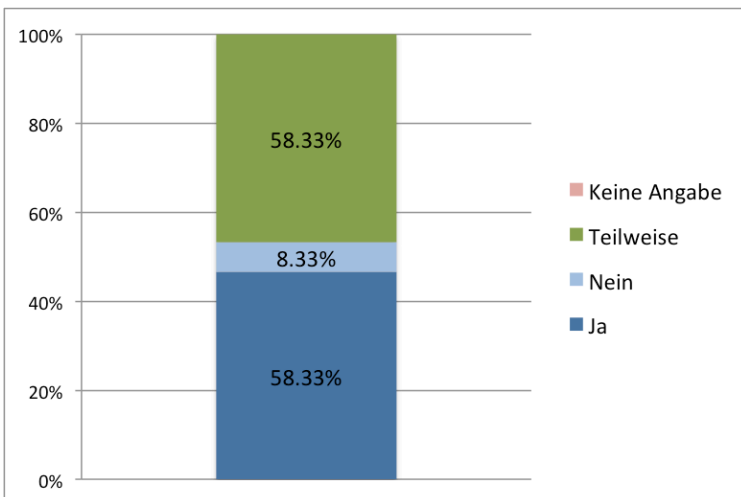
2.68 Mit meinen Kindern kommuniziere ich auch über Instant Messaging Apps.



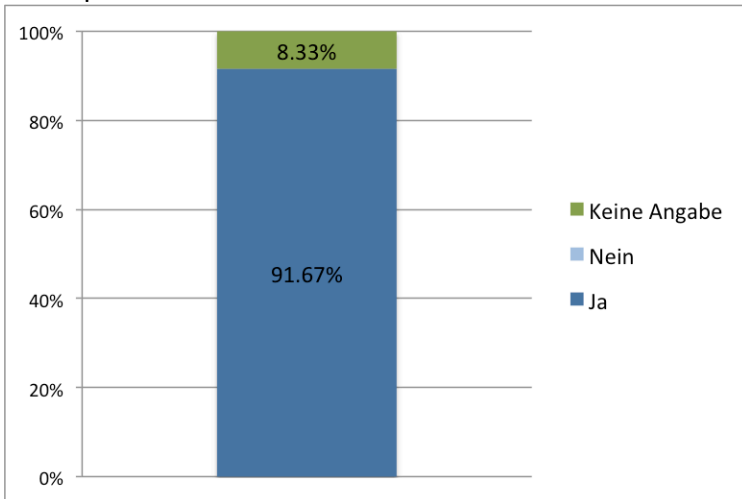
2.69 Mit meinen Kindern kommuniziere ich auch über soziale Plattformen.



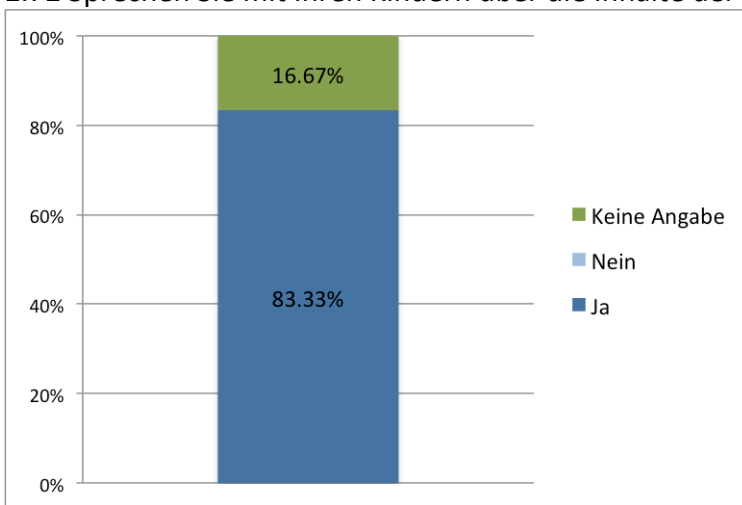
2.70 Ich kenne die online Profile meiner Kinder auf den sozialen Plattformen.



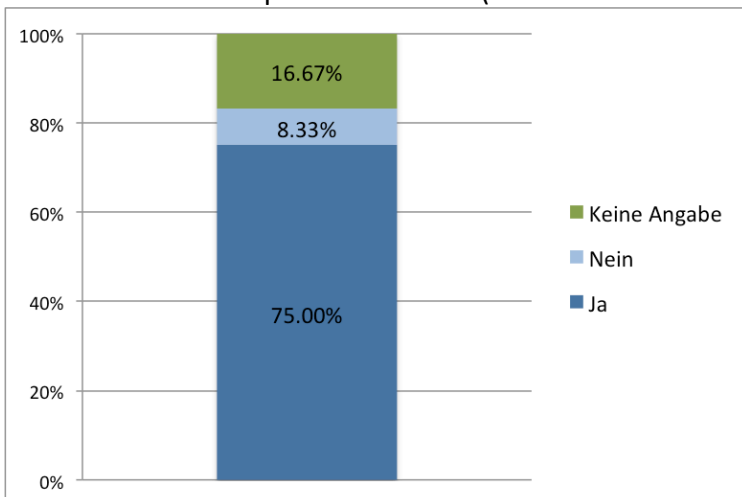
### 2.71 Sprechen Sie mit Ihren Kindern über die Inhalte der Filme die sie schauen?



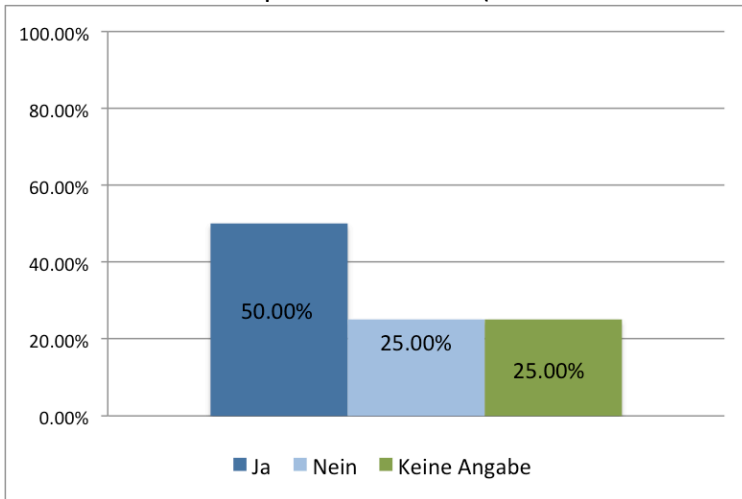
### 2.72 Sprechen Sie mit Ihren Kindern über die Inhalte der Games die sie spielen?



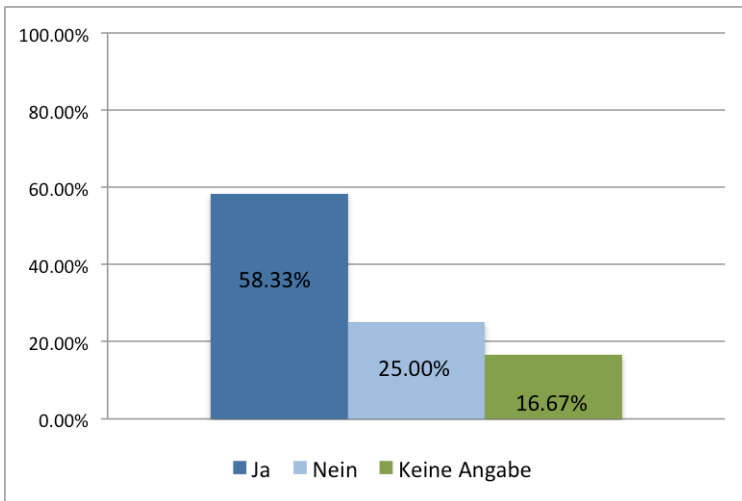
### 2.73 Meine Kinder sprechen mit mir (oder mit dem anderen Elternteil) über Games, die sie spielen



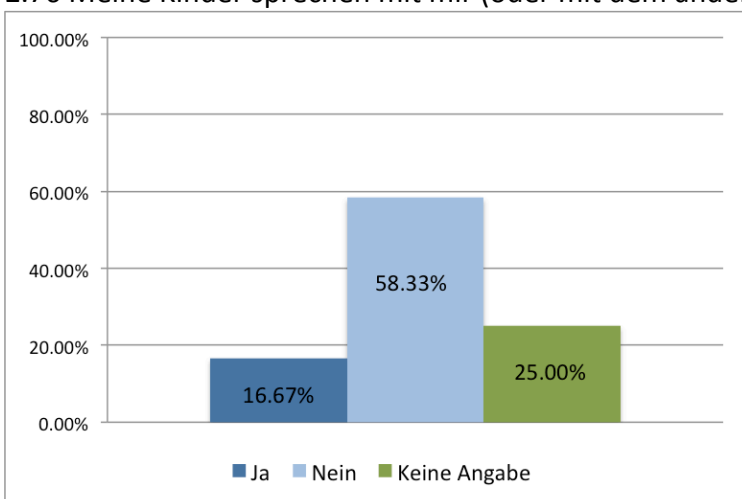
### 2.74 Meine Kinder sprechen mit mir (oder mit dem anderen Elternteil) über ihr Facebook-Profil



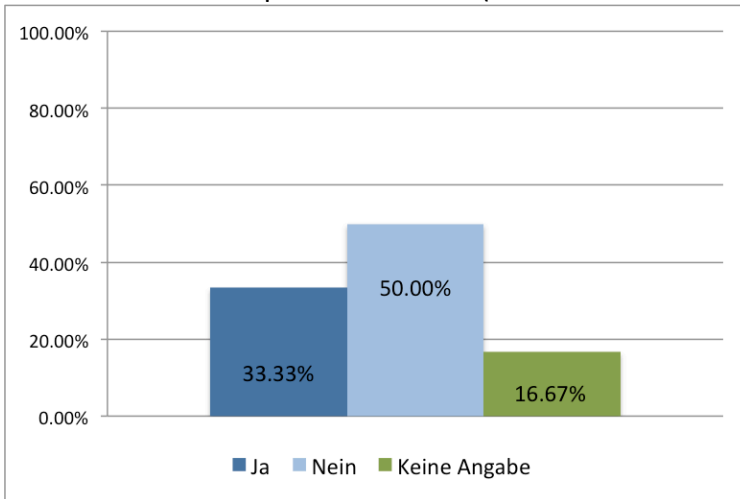
### 2.75 Meine Kinder sprechen mit mir (oder mit dem anderen Elternteil) über ihr Whtasapp Nachrichten



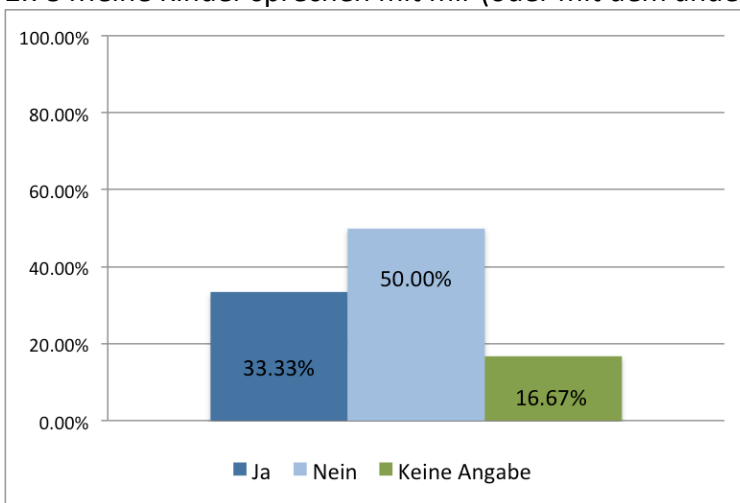
### 2.76 Meine Kinder sprechen mit mir (oder mit dem anderen Elternteil) über ihren Twitter Account



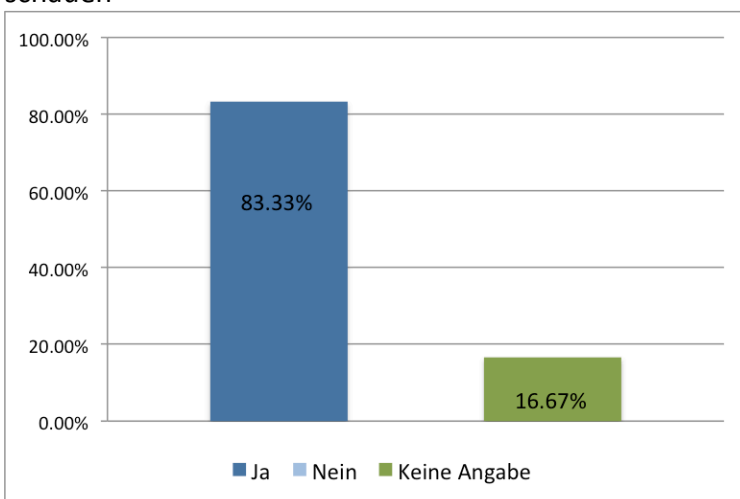
2.77 Meine Kinder sprechen mit mir (oder mit dem anderen Elternteil) über ihre Snap Chat Videos



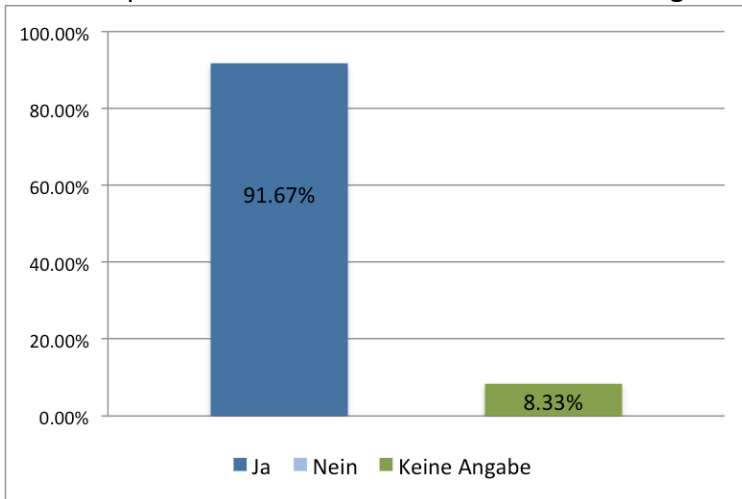
2.78 Meine Kinder sprechen mit mir (oder mit dem anderen Elternteil) über ihre Instagram Bilder



2.79 Meine Kinder sprechen mit mir (oder mit dem anderen Elternteil) darüber was sie auf Youtube schauen



### 2.81 Ich spreche mit meinen Kindern über meine eigenen Erfahrungen mit Medien



## Anhang F

# Massnahmenpaket

### Massnahmenpaket zur Förderung von Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen

#### 1. Medienwissen/Medienbewusstsein

- Eltern wird geraten sich auf die Medien, welche ihre Kinder benutzen einzulassen. Dies bietet einen Zugang zu Wissen zu spezifischen Medien welche die Kinder aktiv konsumieren.
- Bei den Eltern ist eine subjektive Hemmschwelle entstanden welche auf die Annahme basiert, dass ihnen das technische Knowhow fehlt bzw. dass die Kinder ihnen diesbezüglich voraus sind. Diese Hemmschwelle muss gezielt thematisiert und abgebaut werden. Kinder und Jugendliche haben ein ausgeprägtes Anwenderwissen welches sie durch intensive Nutzung bestimmter Medien erlangen, ansonsten sind sie ihren Eltern hinsichtlich Medienwissen nicht generell voraus.
- Die Kenntnisse der Eltern sind insbesondere im Bereich des Konzeptwissens sind zu vertiefen. Das Verständnis für die Konzeptstrukturen stärkt das Medialitätsbewusstsein.

#### 2. Medienspezifische Rezeptionsmuster

- Das Verständnis über die medienspezifischen Rezeptionsmuster bei Kindern und Jugendlichen kann Eltern dabei Helfen, die geeigneten medienerzieherischen Massnahmen nach Entwicklungsstufe ihrer Kinder auszusuchen und einzusetzen.
- Eltern sollten das Thema Medien aus der Perspektive der Kinder und Jugendlichen heraus betrachten.
- Eltern sind somit Erklärungen zu den kognitiven Vorgängen und den Entwicklungsschritten ihrer Kinder bezüglich Medienrezeption zu bieten:
- Allgemeiner Verlauf bzw. Erkundungspfad für Medien:
  - ➔ Neugierde (Kindheitsphase ab der Geburt) gezeichnet durch den Erwerb der medialen Zeichenkompetenz
  - ➔ Peergroup (für Eltern: ab den ersten Medienerfahrungen; für Gleichaltrige: vermehrt ab dem Schulalter 6,7 Jahre)
  - ➔ Identitätsfindung (ab dem Jugendalter ca. 12 Jahre)! Die relevanten Themen der Identitätsfindung sind: Selbstdarstellung, das Interesse für die Sexualität, sowie der Austausch mit Gleichgesinnten
- Funktionalität der Unterhaltung muss von den Eltern erkannt werden.

#### 3. Medienbezogene Genussfähigkeit

- Das Thema Sucht hängt nicht nur von reinen Zeitfaktoren ab. Die regelmässig konsumierten Inhalte spielen auch eine Rolle.
- So lange das Verzichten noch möglich ist, wird keine grosse Gefahr angenommen.

#### 4. Medienbezogene Kritikfähigkeit

- Eltern sollten das eigene Medienverhalten reflektieren und das Bewusstsein für die Verhaltensmodellrolle entwickeln.
- Eltern können aus der Lebenserfahrung und der bisherigen Erfahrung mit Medien schöpfen, das deckt weiterhin einen grossen Teil der Dimensionen der Medienkompetenz ab.
- Bildung ist in Bezug auf die Kritikfähigkeit ein zentraler Zugang. Eltern sollten sich dies bewusst sein.

#### 5. Selektion und Kombination von Mediennutzung

- Die Chancen der Mediennutzung sind vielfältig, die heutigen Medien bieten unter Anderem einen Zugang zu Informationen, Lernmöglichkeiten etc. Auch Unterhaltungsangebote wie Games können gewisse Fähigkeiten bei den Kindern und Jugendlichen gezielt fördern. Eltern sollte dies bewusst sein.
- In der Regel können sich Kinder und Jugendliche selber gut orientieren und eine Medienauswahl treffen, die ih-

ren Bedürfnissen entspricht.

## 6. (Produktive) Partizipationsmuster

- Mit der neuen Rolle als Medienproduzenten müssen sich Erwachsene als auch Kinder und Jugendliche auseinandersetzen. Eltern als auch Kinder und Jugendliche sehen sich mit einer neuen Form der Kommunikation konfrontiert welche ihr eigenes Medienverhalten in den Mittelpunkt stellt und durch welche sie produktiv Medieninhalte über alle Grenzen verbreiten können. Aktive Nutzer haben hier den Vorsprung weil sie die Strukturen und die „Regeln“ der Nutzung schneller kennen lernen.

## 7. Anschlusskommunikation

- Gute Gespräche in der Familie:
  7. Gespräche über Medien in die Beziehung einbetten: Basis für gute Gespräche ist die Beziehung mit ihren wichtigen Elementen wie das Vertrauen und das Verständnis für die Anliegen des Kindes
  8. Die Gespräche sollten sich an die Perspektive des Kindes und des Jugendlichen orientieren
  9. Vorbildfunktion als indirekter Vermittlungsweg für Medienverhalten nutzen
  10. Eigene Medienerfahrungen mit dem Kind teilen: in Form von reiner Erzählung sowie von reflektierter Auseinandersetzung an welche das Kind teilnimmt
  11. Gemeinsame Medienerfahrungen als Gesprächsbasis: Gemeinsame Erlebnisse mit Medieninhalte oder Mediennutzung thematisieren
  12. Regeln entstehen im Rahmen der gemeinsamen Diskussion innerhalb der Familie
- Inhalte der konsumierten Medien auch thematisieren, sich beim Gespräch nicht nur auf die Dauer der Nutzung beschränken.

## 8. Allgemeine Empfehlungen bzw. Massnahmen

- In erster Linie ist sollten folgende Mediationsstile mit den entsprechenden Erziehungsmaßnahmen eingesetzt werden, sie sind insbesondere im Hinblick auf digitale Medien erfolgsversprechend, sie fördern die Entwicklung der Medienkompetenz, insbesondere des Medienwissens/Medialitätsbewusstseins und der Kritikfähigkeit:

### Mediationsstil

### Erziehungsmaßnahmen

#### 5. Aktiv begleitende Mediation / evaluative Mediation

- Erklären von Medieninhalten
- Differenzierung zwischen Realität und Fiktion

#### 6. Passiv begleitende Mediation

- Gemeinsame Mediennutzung von Eltern und Kind
- Co-viewing (TV) oder conscious co-playing (Computerspiele)

- Folgende Mediationsstile können ergänzend eingesetzt werden:

### Mediationsstil

### Erziehungsmaßnahmen

#### 7. Restriktive Mediation (Regeln und Verbote)

- zeitliche Einschränkung
- Festlegen von Mediennutzungszeiten
- Verbot bestimmter Medienangebote

#### 8. Monitorin

- Überprüfung von Verläufen
- Installation von Log-Software
- Einsicht in Kommunikationsarchive des Social Web

- Regeln:

1. Regeln: gemeinsam mit den Kindern formulieren
2. Konsequenzen klar kommunizieren
3. Konsequenzen einhalten
4. Regeln sollten Elemente enthalten welche die Zeit als auch den Inhalt fokussieren
5. Eltern halten sich an die Regeln und leben diese vor (Modellverhalten)

6. Regeln betreffen nicht nur die Dauer der Nutzung, sie thematisieren auch die konsumierten Inhalte

- Selbstbewusstsein
- Medienfreie Zeiträume zu planen lernt man in der Familie. Eltern müssen vor allem für Kinder alternative Beschäftigungen bieten und den Kindern zeigen wie man sich sinnvoll beschäftigt, ohne Medien. Die Eltern müssen dieses Konzept vorleben.