kjl&m 17.2
Kinder-/Jugendliteratur und Medien in Forschung, Schule und Bibliothek

Editorial **[2]**
Kinder- und Jugendmedien heute

Ina Brendel-Perpina
Aufwachsen mit Medien – Medienwelten heute. Mediatisierung und Medienaneignung **[3]**

Tobias Kurwinkel
Zur Theorie von Medien- und Produktverbünden und ihren Sammlungen am Beispiel von Bibi und Tina [**14]**

Alina Wanzek
Spielend lesen oder lesend spielen? Apps für Kinder zwischen Narration und Interaktivität **[23]**

Jan-Niklas Meier
„What are the Nazis really up to?" Erzählstrukturen des nationalsozialistischen Okkultismus in der Computerspielreihe Wolfenstein. „What are the Nazis really up to?" **[29]**

Kristin Weiser-Zurmühlen
„Ne Serie ist's ja wenn's …" Serialität aus RezipientInnenperspektive **[38]**

Stefanie Nosić
Narrative Fan-Praktiken Jugendlicher **[49]**

Ina Brendel-Perpina
Booktube auf YouTube: Produktwerbung und/oder Leseförderung? YouTube ist You(th)Tube: Die Plattform als Teil heutiger Jugendkultur **[62]**

Linda Schrader-Grimm
Vom heimischen Vielleser zum vernetzten Literaturkritiker im WWW. Kinder und Jugendliche als Buchblogger im Social Media Zeitalter **[69]**

Matthias Preis und Kristin Weiser-Zurmühlen
Mit Kästners *Emil* in der Hörspielwerkstatt – ein Projektbericht
Zur Projektidee **[77]**

Ute Wegmann
Zum Hören verleiten. Es muss gut klingen, auch wenn es ein Verriss ist **[82]**

Irene Wellershoff
Märchenperlen – vom Text zum Drehbuch **[86]**

Spektrum

Ina Brendel-Perpina
Wie Yaşar Kemal zum Schreiben kam – Interkulturell lesen und schreiben lernen. Im Gespräch mit dem Dichter Nevfel Cumart **[101]**

Fachliteratur **[105]**

Aktuell
Hinweise, Berichte, Mitteilungen **[111]**
Aus der AJuM und der GEW **[112]**

Verantwortlich für den Themenschwerpunkt dieser Ausgabe: Petra Josting

Themen der folgenden Ausgaben:
Traum (16.4)
Fiktion/Metafiktion (17.1)
Medien (17.2)

Coverabbildung: Cover (Ausschnitt) Frischmuth/
Dušan Kállay (Ill.).: Gutenachtgeschichte für Maria Carolina. Wien: Jugend und Volk, 1994

Kinder- und Jugendmedien heute

XXXX

Ina Brendel-Perpina

Aufwachsen mit Medien – Medienwelten heute

Mediatisierung und Medienaneignung

Mit dem Klingelton des Handys aufstehen, am Frühstückstisch Musik hören, ein Foto auf Snapchat erhalten, mit Kopfhörern auf dem Weg zur Schule, neueste Posts auf Facebook checken, eine Freundschaftsanfrage annehmen, zwei Likes setzen, im Unterricht Online-Recherche-Ergebnisse als digitale Präsentation gestalten, in der Cloud sichern, in der Pause über einen YouTube-Clip diskutieren, mittags einen Kampf in der Augmented Reality des momentanen Lieblingsspiels austragen oder als Follower das Instagram-Foto eines anderen Users kommentieren, ein Selfie veröffentlichen, für die Hausaufgaben ein Online-Lexikon nutzen, nebenbei weiter über die sozialen Netzwerke kommunizieren, den Link zu einem Lerntutorial teilen, am Nachmittag Filmtrailer auf dem Tablet ansehen, sich über WhatsApp für die neue Steinhöfel-Verfilmung im Kino verabreden, Abendessen mit der Familie vor dem Fernseher (oder jeder vor seinem Handy), später noch ein bisschen lesen, einen Gute-Nacht-Smiley an den besten Freund und wieder den Wecker auf dem Handy einstellen…

Auch wenn der geschilderte Tagesablauf im Einzelnen nicht prototypisch gedacht werden kann, sondern einer Ausdifferenzierung nach Alter, Entwicklungsstand, Interessen und Bedürfnissen der Heranwachsenden bedarf, skizziert er im Wesentlichen doch, wie Jugendliche in ihren Alltagsvollzügen selbstverständlich in Medien eingebunden sind und diese in verschiedenen Situationen und Lebensbereichen bewusst oder beiläufig nutzen (vgl. dazu auch den Tagesablauf zur Smartphone-Nutzung aus der Sicht von SchülerInnen einer neunten Jahrgangsstufe in: Eggert/Brüggen 2014, 26). Diese ubiquitäre Gegenwart der Medien im Alltag wird als *Mediatisierung* bezeichnet.

> „Im Rahmen des Prozesses der Mediatisierung ist Medienhandeln als soziales Handeln in der eigenen Lebensführung verankert. Medien sind Gegenstände des täglichen Gebrauchs, sie vermitteln Sichtweisen und sie konstituieren individuelles und kollektives Handeln." (Wagner 2012, 11)

Insofern muss eine Beschreibung mediatisierten Aufwachsens den Blick sowohl auf die technischen Dispositive im medialen Wandel wie auch auf die individuellen, sozialen und kulturellen Dimensionen und auf die entsprechend neuen Formen kommunikativen Handelns richten. Infolge des tiefgreifenden sozialen und kulturellen Medienwandels mit seinen Auswirkungen auf die Lebenswelten Heranwachsender werden Veränderungsprozesse wirksam, die Tillmann/Hugger (2014) in interdisziplinärer Perspektive fokussieren. Neben der Frage nach der Rolle der Medien in der Beziehung zwischen Kindern und Erwachsenen und einer Perspektive auf den nach wie vor zentralen Kindheitsort der Familie (Medien im *Doing Family*, vgl. ebd., 36f.) richten die Autoren ihren Blick auf sozialräumliche Veränderungen

in kindlichen Lebenswelten. Während heutige Heranwachsende ihre Umwelt nicht mehr als *einen* sich kontinuierlich erweiternden einheitlichen Lebensraum wahrnehmen, sondern eine Verinselung durch ein Nebeneinander funktionalisierter oder privater Räume vorfinden, deren räumliche Trennung faktisch immer wieder zu überwinden ist, begegnen ihnen im Umgang mit den neuen Medien weitreichende Möglichkeiten, die realen Räume zu verlassen und neue Treffpunkte zu generieren.

> „Diese neuen Räume erscheinen vernetzt, einander überschneidend, bewegt und nicht mehr im geografischen Sinn verortbar. Sie sind immateriell, haptisch nicht zugänglich, territorial nicht gebunden und konstituieren sich erst über kommunikative Handlungsakte im Aneignungsprozess." (Ebd., 34)

Indem die Mediennutzung durch portable Geräte zunehmend *online* und *mobil* erfolgt, erhöht dies die zeitliche und räumliche Flexibilität der Handlungsakte, was im alltäglichen Umgang auch dazu führt, dass mehrere Medien gleichzeitig nebeneinander (*Second Screen*) oder in Kombination genutzt werden.

Ausgehend vom Begriff der Mediatisierung lassen sich mehrere Felder der Mediennutzung und Medienaneignung aufzeigen. Auch Ballis (2016) hebt hervor, dass Kinder und Jugendliche sich als Akteure mit den digitalen Medien neue Handlungsräume und -optionen erschließen. Weiterhin erfasse das Phänomen der Mediatisierung die veränderten kommunikativen und sozialen Praktiken, die Einfluss auf den Alltag von Heranwachsenden nehmen und diesen strukturieren. Nicht zuletzt integriere die Mediatisierungsperspektive die gegenwärtigen Diskurse über Potenziale und Risiken von Medien, in denen Mediennutzung und ihre Kontrolle

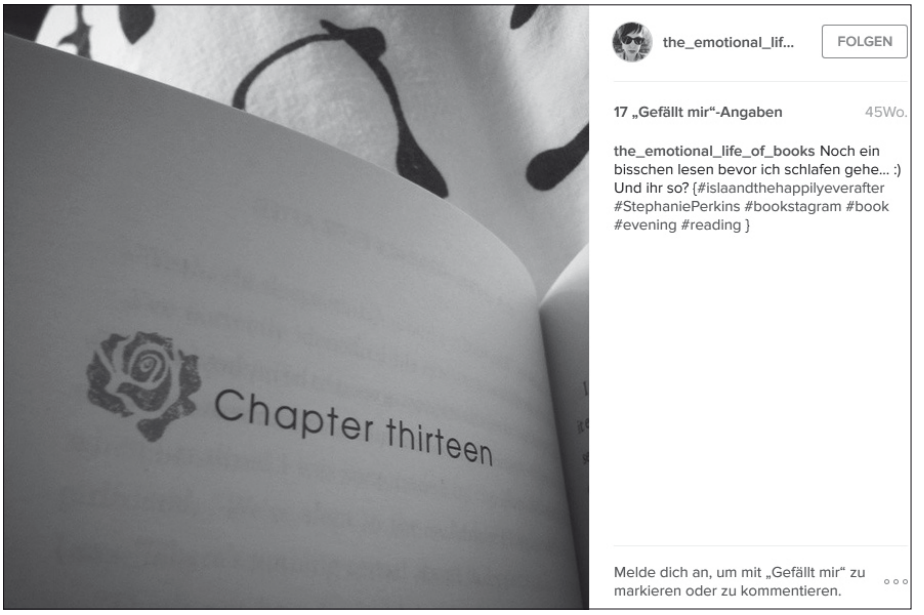

Abb. 1: „Noch ein bisschen lesen, bevor ich schlafen gehe…:) Und ihr so?" Instagram-Post einer jugendlichen Buchbloggerin zu einer Lektüre mit Bildlegende und *Gefällt mir*-Angaben (https://www.instagram.com/the_emotional_life_of_books/ 15.09.2015)

zum Thema werden (vgl. ebd., 3f.). Neben der Suche nach selbstbestimmten Freiräumen (als Abgrenzung zu Erwachsenen), der Möglichkeit, sich durch eigene Beteiligung zu positionieren wie auch durch ein medial gestütztes Beziehungsmanagement, das im Austausch mit Gleichaltrigen Bestätigung und Auseinandersetzung erlaubt, ist für das Medienhandeln Jugendlicher vor allem auch der Aspekt des eigenen Kompetenzerlebens zentral. Denn Jugendliche suchen „über das Ausleben ihrer Interessen in medialen Räumen eine Bestätigung für ihr Handeln […] und [sind] dabei stolz auf ihre Fähigkeiten und Kenntnisse […] und [wollen] diese beständig weiterentwickeln" (Wagner 2012, 11). Am Beispiel der Manga- und Animé-Szene zeigt Cwielong (2014), inwiefern digitale Jugendkulturen und Vergemeinschaftung ein Grundbedürfnis Jugendlicher nach Anerkennung und Zugehörigkeit erfüllen können.

Grundsätzlich vollzieht sich *Medienaneignung* als Erwerbsprozess von Fähigkeiten in zwei Richtungen. Medien reichern die Erfahrungen des alltäglichen Lebens an ebenso wie die medialen Erfahrungen dazu beitragen, Medien in den alltäglichen Erfahrungsraum einzubetten. Die Teilprozesse der Nutzung, Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung konstituieren dabei die zentralen Handlungsmuster individueller Medienaneignung in bestimmten Lebenskontexten (vgl. Schorb 2009, 182f.): Die Nutzung der Medien bezieht sich auf den Akt der Medienauswahl sowie Umfang und Dauer der Medienrezeption auf der Basis bestimmter Präferenzen. Die Wahrnehmung von Medien vollzieht in der Medienrezeption als geistige Aufnahme medialer Reize und vor dem Hintergrund, welche Medien auf welche Weise aufgenommen werden. Medien zu bewerten erfolgt als Auswahl- und Entscheidungsprozess auf der Grundlage vorhandener Erfahrungen, Werte und Normen. Die Verarbeitung von Medien mündet schließlich in eine Umsetzung in Denken und Handeln der Subjekte, sodass durch den Einfluss der selektierten und wahrgenommenen Medien Umstrukturierungen vorhandener Bewertungskriterien und Handlungsweisen erfolgen können.

Grundlegende Aussagen über das Mediennutzungsverhalten Heranwachsender (von der Medienausstattung über Mediennutzungszeiten zu medialen Präferenzen nach Alter und Geschlecht) liefern die repräsentativen Daten der miniKIM-, KIM- und JIM-Studien, die in regelmäßigen Abständen vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) veröffentlicht werden. Entlang dieser Daten entsteht ein Bild mediatisierter Kindheit und Jugend, dessen Phasen der folgende Überblick nachzeichnet.

Mediennutzung von Kindern im Vorschulalter

Fraglos sind auch Kleinkinder bereits Mediennutzer. Sie altersgerecht in ihrer medialen Sozialisation zu begleiten, setzt die Kenntnis des Medienalltags der Kinder und der Situation in den Familien voraus. Daten zum Medienumgang Zwei- bis Fünfjähriger liefert die miniKIM-Studie seit 2012; 2014 erfolgte die zweite Erhebung, bei der rund 600 Haupterzieher stellvertretend für die Kinder Auskunft gaben (vgl. mpfs 2015b).

Hierbei zeigt sich, dass in den Haushalten mit Vorschulkindern zahlreiche Mediengeräte vom Fernseher, über Computer und Smartphone vorhanden sind und nahezu alle verfügen über einen Internetzugang. Die Kinder selbst besitzen wenig eigene Geräte, allen voran finden sich Kassettenrekorder und CD-Player in den Kinderzimmern, wobei die Ausstat-

tung mit zunehmendem Alter der Kinder ansteigt. Am häufigsten wird in dieser Altersgruppe das *Fernsehen* genutzt. Zu den Lieblingstätigkeiten von Kleinkindern zählt vor allem das Spielen (draußen und drinnen), hohe Bedeutung hat daneben die Beschäftigung mit Büchern, das Fernsehen und das Treffen von Freunden. Im Altersverlauf zeigt sich dabei eine Zunahme der Bedeutung des Fernsehens, was sich in zunehmender Nutzungszeit niederschlägt. Die Lieblingssendung der Jüngeren ist *Unser Sandmännchen*, gefolgt von der *Sendung mit der Maus*, ältere Kinder weisen dagegen eine größere Bandbreite an Lieblingssendungen aus. Als Lieblingssender dieser Altersgruppe wird von rund 70 Prozent der TV-Sender KIKA genannt. Neben der Unterhaltung spielt bei den Kindern im Vorschulalter auch der Zugang zu Wissen eine Rolle, denn ein Drittel der befragten Erzieher bestätigt, dass ihr Kind öfter Wissenssendungen anschaut. Die *Sendung mit der Maus* (Abb. 2) rangiert dabei vor *Löwenzahn*, *logo* und *Wissen macht Ah!*. Alle Sendungen verfügen über digitale Ableger in Internetmediatheken, die neben der aktuellen Sendung ein Archiv sowie weitere Geschichten, Spiele und Mitmachangebote bereitstellen.

Ebenso wie das Fernsehen gehören *Bilderbücher* zu den zentralen Medien der frühen Kindheit und werden meist zusammen mit den Eltern genutzt. Die Ausstattung mit Büchern in den Haushalten hängt dabei vom formalen Bildungsstand der Eltern ab. Die Begeisterung für Bücher ist bei Kindern im Alter von zwei bis fünf Jahren generell hoch (bei den Zwei- bis Dreijährigen noch etwas ausgeprägter als bei den Vier- bis Fünfjährigen), wobei geschlechtsspezifische Unterschiede zu diesem Zeitpunkt noch keine Rolle spielen. Die Lieblingsbücher dieser Altersgruppe befassen sich mit Tieren, Bauernhofgeschichten und Märchen, beliebt sind weiterhin Wimmelbücher sowie die *Prinzessin Lillifee*-Bände bei Mädchen und Autobücher bei Jungen.

Computer und Internet spielen für Kleinkinder eine untergeordnete Rolle. Auch

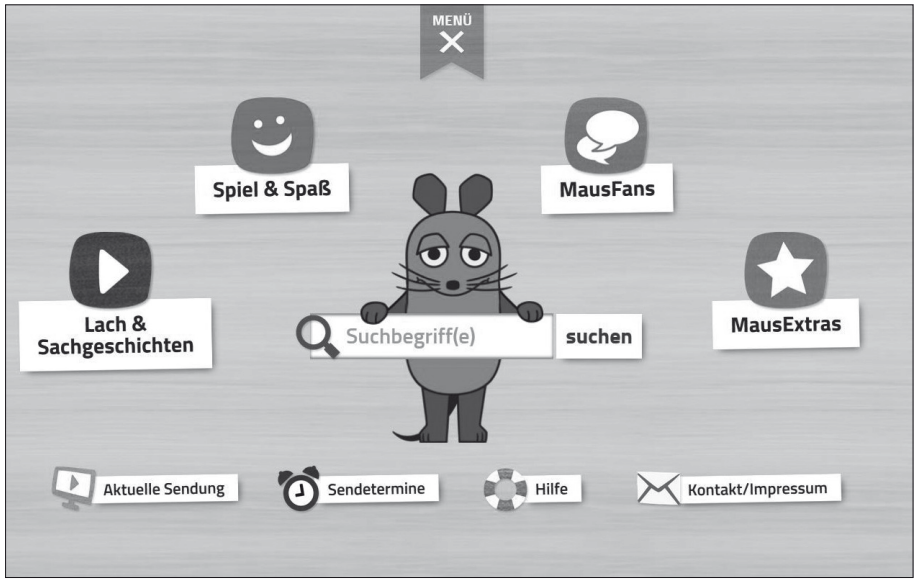

Abb. 2: Menüansicht Mediathek *Die Seite mit der Maus*: http://www.wdrmaus.de (7.12.2015)

Tablet-PCs sind 2014 für die Mehrheit der Kinder nicht relevant, ebenso wenig wie Computer-, Konsolen- und Online-Spiele im Alltag der Jüngsten verankert sind. Dies ändert sich jedoch bereits bei den Vier- bis Fünfjährigen, von denen bereits ein Viertel digitale Spiele nutzt. Die Ergebnisse der Vorlesestudie 2012 (Deutsche Bahn/Die Zeit/Stiftung Lesen), die die Verbreitung elektronischer Lesegeräte/digitaler Leseangebote und den Einfluss von Smartphones, Tablets und E-Readern auf die Vorlesesituation in Familien untersucht hat, belegen dagegen die Zunahme von Tablets in Haushalten mit Kindern, und zwar in gleicher Weise bei Familien mit formal hoher und formal niedriger Bildung (wenngleich die Haushaltsausstattung mit Tablets weit hinter den Besitz von Smartphones zurückfällt). Dass ein Drittel der Familien mit Tablets auch *Bilderbuch-Apps* einsetzt, erscheint als eine Auffälligkeit in der Nutzung des Medienverbunds mit Kleinkindern, wobei insbesondere Väter sich bevorzugt dieses Mediums beim Vorlesen bedienen. Dreiviertel der Eltern, die Bilderbuch-Apps gemeinsam mit ihrem Kind angeschaut haben, bestätigen eine im Vergleich mit dem herkömmlichen Buch höhere Begeisterung der jungen Leser: „Bei der App ist er neugieriger, was als nächstes kommt, was für Animationen es gibt und welche Spiele er spielen kann. Auch kann er nicht so schnell Seiten überspringen." (Vorlesestudie 2012)

Hinsichtlich ihrer eigenen Einschätzung potenzieller Medienwirkungen (vgl. mpfs 2015b) betonen die Eltern übereinstimmend die positive Wirkung von Büchern, welche die Fantasie anregen, Lerninhalte vermitteln und für den Schulerfolg maßgeblich sind. Die Nutzung von Bilderbuch-Apps wird 2011von rund der Hälfte der Eltern aufgrund ihres Motivationspotenzials für das Lesen und als Erweiterungsangebot zum Buch als positiv eingeschätzt, während ebenso viele Eltern den Einsatz digitaler Medien beim Vorlesen ablehnen (vgl. Vorlesestudie 2012).

Medienumgang und Einstellungen von Kindern im Schulalter

Daten über die Mediennutzung von Kindern im Alter zwischen sechs und 13 Jahren liefert die Studienreihe KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) seit 1999. Für die Studie von 2014 wurden rund 1200 deutschsprachige Schulkinder befragt und Interviews mit den Haupterziehern durchgeführt (vgl. mpfs 2015a).

Unter den zentralen Interessen der Kinder rangiert bei allen das Thema Freundschaft mit Abstand an erster Stelle. Weitere zentrale Interessen gelten einerseits Tieren, Musik, Mode, Büchern und Stars sowie andererseits Computer-/Online-Spielen und Sport, womit sich deutliche Geschlechterdifferenzen abzeichnen. In den Haushalten steht eine Vielzahl an Mediengeräten zur Verfügung, während der eigene Gerätebesitz von Kindern dieser Altersgruppe überschaubar ist: Neben dem weit verbreiteten CD-Player besitzt jedes zweite Kind eine Spielkonsole, einen MP3-Player ebenso wie ein Handy. Die Nutzung des Mobiltelefons hat vor allem bei jüngeren Kindern eine wichtige Funktion im Kontakt mit den Eltern.

Das *Fernsehen* bleibt die häufigste Freizeitbeschäftigung, dessen Bindungskraft jedoch mit zunehmendem Alter nachlässt. Die Spannbreite der Lieblingssendungen individualisiert sich, bei jüngeren Kindern ist KIKA der Lieblingssender vor SuperRTL und RTL und nach wie vor werden auch Wissenssendungen wie z. B. *Galileo*, das eigentlich ein Wissensformat für Erwachsene darstellt, von den Kindern rezipiert. *Computer-/Online-Spiele*, Handy bzw. Smartphone gehören nun zu den im Alltag

vermehrt und regelmäßig genutzten Medien, aber auch das Lesen von Büchern spielt für jedes zweite Kind weiterhin eine Rolle. Dabei ist die Bindung an das Medium *Buch* bei Mädchen stärker vorhanden als bei Jungen, die sich häufiger Computer/Laptop und Internet zuwenden. Vor allem Computer-/Konsolen- und Online-Spiele zählen zu den Präferenzen von Jungen, wenngleich tragbare Spielkonsolen auch von Mädchen genutzt werden und ein Spiel wie *Super Mario* beide Geschlechter gleichermaßen anspricht. Auch das *Radio* zählt zum festen Bestandteil des Alltags von Kindern und wird zumeist gemeinsam mit der Familie gehört. Musik hören ist für Kinder also ein wesentlicher Bereich, der jedoch im beginnenden Jugendalter noch weitaus mehr Bedeutung erhält, wenn Audio-Inhalte dann auch vermehrt über Laptop und Smartphone genutzt werden.

Insgesamt sind 2014 Häufigkeit und Dauer der *Internetnutzung* von Kindern im Vergleich zum Jahr 2012 deutlich angestiegen, was sich mit zunehmendem Alter noch intensiviert. An der Spitze der regelmäßigen Aktivitäten steht die Recherche (oft im Zusammenhang der Erledigung von Hausaufgaben, aber auch auf der Suche nach neuen Spielen oder *Promi-Informationen*). Hinzu kommt die Nutzung der kommunikativen Funktion des Internets, die ebenfalls mit dem Alter ansteigt. Online-Communities, allen voran Facebook, dienen hauptsächlich dem Chatten und Versenden von Nachrichten. Dabei erweist sich die Nutzung von mobilem Internet, Apps und Spielen durch den angestiegenen Besitz von Smartphones, insbesondere im Übergang zum Jugendalter, als zunehmend bedeutsam. Vor allem ältere Kinder beiderlei Geschlechts greifen vermehrt auf den Messenger-Dienst WhatsApp zu.

Als Ergebnis der Altersphase der Kindheit zeichnet sich ab, dass die jungen Nutzer trotz ihrer zunächst noch anhaltenden Bindung an das Fernsehen ab etwa zehn Jahren beginnen, die Online-Welten zu erschließen und sich damit auch verstärkt den sozialen Netzwerken zuwenden.

Jugendliche Mediennutzer

Wie sich der Medienalltag Heranwachsender im Alter von zwölf bis 19 Jahren gestaltet, welche medialen Vorlieben und aktuellen Aspekte der Mediennutzung entsprechend neuer medialer Entwicklungen hierbei hervortreten, zeigt sich in den Daten der seit 1998 jährlich durchgeführten JIM-Studie. Für die aktuelle Studie 2016 wurden 1200 Jugendliche befragt; die Ergebnisse über die Medienangebote und ihre Nutzung wurden dabei erstmals nach Plattformen differenziert: Radio, Musik, Spotify & Co./TV, YouTube, Netflix & Co./WhatsApp, Instagram, Snapchat & Co./Wikipedia, Google und Co. (vgl. mpfs 2016, 4).

Beim *Gerätebesitz* der Jugendlichen stehen Mobiltelefone an erster Stelle und nahezu alle Jugendlichen haben die Möglichkeit, von ihrem Zimmer aus mit Tablet, Laptop oder PC das Internet zu nutzen. Dreiviertel von ihnen haben einen eigenen PC und ebenso gehören Fernseher, Radio, MP3-Player und Spielekonsolen (mit einem höheren Anteil bei Jungen) zum Besitz von gut der Hälfte der Jugendlichen. E-Book-Reader spielen bislang eine untergeordnete Rolle. Die höchste *Alltagsrelevanz* in der Mediennutzung zeigt sich bei beiden Geschlechtern im Zugriff auf das Handy, das Internet und beim Musikhören, gefolgt von Online-Videos, Fernsehen, Radio und dem Ansehen von Fotos und Videos auf dem Smartphone.

Das *Lesen von Büchern* erweist sich innerhalb der letzten zehn Jahren als konstant, d. h. eine Verdrängung durch

die digitalen Medien lässt sich nicht nachweisen. Unter den rund 40 Prozent der jugendlichen LeserInnen (im Unterschied zu jeder/m Fünften, die nie ein Buch lesen) ist der Anteil an Mädchen deutlich höher, zudem zeigt sich eine größere Begeisterung für das Lesen bei den jüngeren Befragten ebenso wie die formale Bildung deutlich Einfluss nimmt: Es gibt mehr zum Vergnügen lesende GymnasiastInnen als LeserInnen mit anderem Bildungshintergrund. Diese seit Längerem bekannten Befunde lassen sich durch die Nennung aktuell von Heranwachsenden gelesener Bücher ergänzen, wobei auch hier die seit Jahren gängigen Titel erscheinen: die *Harry Potter*-Reihe, *Gregs Tagebuch*, *Die Tribute von Panem*, *Das Schicksal ist ein mieser Verräter* sowie die zum ersten Mal genannte Fantasy-Romanreihe *Warrior Cats*.

Musik nimmt im Leben Jugendlicher einen zentralen Stellenwert ein. Musikhören erfolgt dabei weiterhin über das traditionelle Medium Radio, vielfach außerdem über YouTube und knapp die Hälfte der Jugendlichen nutzt Streaming-Dienste wie z. B. Spotify vor Trägermedien wie MP3-Dateien oder CDs.

Der gestiegene Smartphone-Besitz von Jugendlichen, der sich seit 2012 fast verdoppelt hat und auch bei den Zwölf- bis 13-Jährigen inzwischen die 90 Prozent-Marke erreicht, führt zu einer erheblich gewachsenen Bedeutung für die *Internetnutzung*, da das mobile Endgerät für eine räumlich und zeitlich uneingeschränkte Internetnutzung von Jugendlichen zentral geworden ist. Wiederum zeigt sich, dass die Nutzungszeit im Altersverlauf ansteigt. Bei der inhaltlichen Verteilung der Internetnutzung steht Kommunikation an erster Stelle, gefolgt von Unterhaltung, Spiel und Informationssuche, wobei die Jugendlichen aber die Glaubwürdigkeit von Nachrichten aus der Tageszeitung als wesentlich höher ansetzen als für das Internet.

Abb. 3: Kanalbanner des YouTubers *LeFloid*: https://www.youtube.com/user/LeFloid (07.12.2016)

Die *kommunikativen Aktivitäten* beziehen sich auf die Nutzung von Instant Messaging-Diensten und Social Media-Plattformen, die den Austausch von text- und bildbasierten Nachrichten ermöglichen. An der Spitze steht dabei WhatsApp (für beide Geschlechter), gefolgt von Instagram und Snapchat (mit weiblich dominierter Nutzung). Auch Facebook spielt für die Hälfte der Nutzer eine Rolle, wobei dessen Position im Alltag im Vergleich zu den beliebter gewordenen Plattformen WhatsApp, Instagram und Snapchat an Bedeutung verloren hat. Weitere Dienste wie Twitter, Tumblr und Pinterest erscheinen randständig. Während Whatsapp und Snapchat weitgehend aktiv genutzt werden (User Generated Content), ist dies bei Instagram und Facebook weniger der Fall, da hier die passiven Nutzer überwiegen. Im Bereich der Bewegtbildnutzung spielt neben den Mediatheken und YouTube-Kanälen im Netz auch das klassische Fernsehen nach wie vor eine Rolle. Beliebtester Fernsehsender ist mit Abstand

Pro7, als Lieblingsgenres werden Sitcoms, Zeichentrick und Krimis vor Scripted Reality (als einer Form von Reality-TV) sowie Wissensmagazine genannt. Im Bereich der *Unterhaltung* dominiert die Nutzung des Portals YouTube, das Video-Clips in großer thematischer Bandbreite kostenlos zur Verfügung stellt und den Nutzern Bewertung, Kommentierung und eigenes Einstellen von Videos ermöglicht. Inhaltliche Präferenzen gelten Musikvideos, lustigen Clips, Let's-Play-Videos (Vorführen eines Spiels) und Comedy-Formaten von YouTubern. Generell ist YouTube bei Jungen noch beliebter als bei Mädchen. Beauty-Kanäle wie *Bibis Beauty Palace* werden hingegen überweiegend von Mädchen rezipiert, während der Newskommentar-Kanal *LeFloid* bei beiden Geschlechtern gleichermaßen ankommt. Gerade das Beispiel des abonnentenstarken Kanals *LeFloid* verdeutlicht, dass das Internet für Jugendliche als *Informations- und Recherchemedium* fungiert. Informationen über ein bestimmtes Thema bzw. aktuelle Nachrichten zu recherchieren, erfolgt vorrangig über Suchmaschinen, aber auch über YouTube-Videos, in den sozialen Netzwerken oder im Online-Lexikon Wikipedia. Die Onlineangebote klassischer Printmedien werden dagegen vor allem von älteren Nutzern verstärkt rezipiert. Im Bereich des *digitalen Spielens* hat im Jahr 2016 *Pokémon Go* mit seiner Augmented Reality-Spielumgebung großes mediales Echo erzeugt, das sich jedoch in den Daten der JIM-Studie nicht abbildet, da die Spieler mehrheitlich einer höheren Altersgruppe angehören. Digitale Spiele haben im Alltag Jugendlicher einen festen Platz, sind jedoch ein eindeutig männlich besetztes Thema. Im Vergleich digitaler Spielformen zeigt sich die weiteste Verbreitung bei Handyspielen, die auch von Mädchen regelmäßig genutzt werden, z. B. die Handy-App *Candy Crush*. Auf dem zweiten Platz rangieren Online-Spiele, während Konsolenspiele, Offline-Computer-Spiele und Tabletspiele weniger attraktiv erscheinen. Ein vor allem bei Jungen populäres Spiel an PC und Konsole ist *Minecraft*, als beliebtestes Spiel gilt seit Längerem das Fußballspiel *FIFA*.

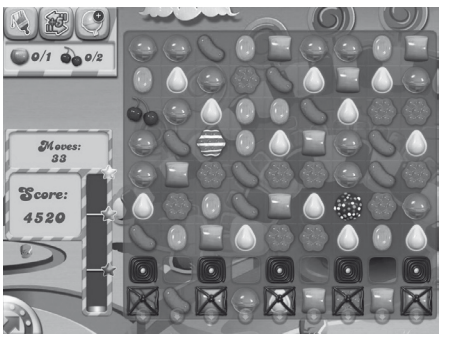

Abb. 4: Oberfläche des Online-Spiels *Candy Crush*: http://media.gamerevolution.com/images/galleries/1059/Candy-Crush-Saga-Screenshot-01.jpg (07.12.2016)

Automatisch Digital Native?

Inwieweit sich das Lese- und Medienverhalten im Zuge der digitalen Revolution verändert hat, macht eine weitere Zusammenschau mehrerer Studien zu den *Digital Natives* sichtbar, in der sich folgende Beobachtungen abzeichnen (vgl. Dawidowski 2016): Prominente *kinder- und jugendspezifische Figuren* von Benjamin Blümchen bis zu Harry Potter treten in umfassenden Medienverbundsystemen auf und werden als solche vermarktet, wobei zwischen Print-, AV- und digitalen Medien fließende Übergänge festzustellen sind. Ein solches, also durchaus ökonomisch motiviertes *Wandern* durch unterschiedliche Medien bedient ein medienübergreifendes Fantum, so z.B. auch, wenn YouTube-Stars wie *ConCrafter* oder *FittiHollywood* als Buchautoren

auftreten. Wenngleich sich durch die weitreichende Medienverbundnutzung keine Verdrängung der alten Medien abzeichnet, tritt eine deutliche Ausdifferenzierung unterschiedlicher *Lesemodi* hervor. Dabei wird das lineare Lesen eines Buches (belletristisches Lesen), vor allem bei den unter 30-Jährigen, in zunehmendem Maße ergänzt durch den Modus des fragmentarischen, switchenden Lesens in multimedialen Kontexten. Im Hinblick auf *Funktionsveränderungen des Lesens* bleibt das Buch weiterhin Garant einer Bildungsorientierung (unter anderem entsprechend der eingangs genannten Einschätzung der Eltern in der miniKIM-Studie), während die Gratifikationen der Unterhaltung und des Eintauchens in fiktive Welten deutlich stärker anderen Medien zugeschrieben werden.

Doch gehören damit alle Heranwachsenden quasi automatisch den *Digital Natives* an? Unser Überblick über das mediale Nutzungsverhalten vom Kleinkind- bis ins Jugendalter bestätigt, dass Kinder und Jugendliche heute selbstverständlich in einer komplexen Medienwelt aufwachsen und dementsprechend mediale Nutzungsgewohnheiten und Zugänge zu Medien ausbilden, die früheren Generationen in dieser Weise nicht möglich waren. Diese Ausgangslage greift die einflussreiche Unterscheidung von *Digital Natives* und *Digital Immigrants* auf, da sie von generationenbedingten unterschiedlichen Mediensozialisationen ausgeht:

> "Today's students – K through college – represent the first generations to grow up with this new technology. They have spent their entire lives surrounded by and using computers, videogames, digital music players, video cams, cell phones, and all the other toys and tools of the digital age. Today's average college grads have spent less than 5,000 hours of their lives reading, but over 10,000 hours playing video games (not to mention 20,000 hours watching TV). Computer games, email, the Internet, cell phones and instant messaging are integral parts of their lives." (Prensky 2001, 1)

Unterschiedliche Sozialisationsbedingungen in analogen und digitalen Welten generieren die Vorstellung von selbstverständlichen, quasi automatischen Aneignungsprozessen, die sich bei den *Digital Natives* aufgrund der permanenten Nutzung digitaler Kommunikationsmedien, der omnipräsenten Virtualität und Vernetzung im Internet, bei Online-Spielen und anderen digitalen Informations- und Unterhaltungsangeboten ergeben. Auch wird das Social Web aus der Sicht der Jugendlichen selbst als der ihnen zugehörige mediale Handlungsraum betrachtet, während sie die Großeltern-Generation als zu alt einschätzen, um sich mit dem Internet und seinen Angebotsstrukturen zu befassen:

> „Die checken das nicht. Die müssen das erst neu lernen sozusagen. Keine Ahnung, die sind jetzt 90 oder 80 und […] dann ist das ja für sie etwas Neues. Und meistens, wenn was Neues ist, dann muss man ja erst, vielleicht, die Großeltern mögen neue Sachen nicht und haben da keinen Bock drauf." (zit. n. Schemmerling/Gerlicher 2013, 124)

Wer sich als *Digital Native* fühlt, stellt, wie das Beispiel einer Social Media-Userin zeigt, seine medial geformte Identität folgendermaßen dar:

> „Ich habe nie gelernt, ohne das Internet zu leben. Meine Sozialisation wurde maßgeblich von Internetbekanntschaften beeinflusst, meinen Musik- und Filmgeschmack verdanke ich Online-Communities der frühen 2000er. Ich lese seit Jahren Blogs oder Tweets von Menschen, die ich noch nie gesehen habe und fühle mich mit ihnen trotzdem so verbunden, als würden wir uns persönlich kennen. Ohne das Internet

> wäre ich ein anderer Mensch. […] Wenn meine Eltern ins Internet gehen, drücken sie auf einen Knopf, geben eine Adresse ein und klicken sich durch ein paar Webseiten. Nach einer Stunde ist Schluss, und sie schalten den Laptop wieder aus. In meiner Generation gibt es diesen Knopf nicht. Das Internet ist immer da und so allgegenwärtig wie die Luft zum Atmen." (Rieke 2014)

Auch wenn sich im Begriff der *Digital Natives* durchaus zutreffende Grundannahmen über unterschiedliche mediale Nutzungsgewohnheiten ausdrücken, handelt es sich gleichwohl um eine nicht unproblematische Bezeichnung, die sich bestimmter Projektionen bedient und Widersprüche in sich trägt (vgl. Wampfler 2014a; Wampfler 2014b; Krommer 2016). Die Fähigkeit zum kompetenten Umgang mit Medien ist keineswegs nur eine Frage des Geburtszeitpunkts und die *Digital Natives* stellen in Bezug auf ihre Medienkompetenz bei Weitem keine homogene Gruppe dar. Dass neben dem Alter zahlreiche weitere Einflussfaktoren wirksam werden, bildet der Begriff ebenso wenig ab wie er die mit der digitalen Ungleichheit verbundenen Probleme verschleiert. Auch der von den *Digital Immigrants* „geradezu hegemoniale Deutungsanspruch medialer Verhaltensweisen der *Natives*" (Krommer 2016, 57) verhindert aufgrund seiner stereotypen Abwertung des digitalen Mediennutzungsverhaltens eine objektivvorurteilsfreie Auseinandersetzung mit der Online-Kultur Heranwachsender. Wir wissen, dass zahlreiche Jugendliche in informellen Settings mediale Kompetenzen erwerben, dass sie Medienangebote nicht nur naiv wahrnehmen, sondern diese selektieren, reflektieren, sich mit den komplexen Anforderungen neuer kommunikativer Settings und neu zu verhandelnden Regeln von Nähe und Distanz, von Privatheit und Öffentlichkeit auseinandersetzen und vielfache Formen der Selbstdarstellung erproben. Dies jedoch enthebt Erziehung und Bildung nicht ihrer Aufgabe, Lernumgebungen für alle Kinder und Jugendlichen zu gestalten, die das Aufwachsen mit Medien für den Einzelnen unter den sich wandelnden sozialen und gesellschaftlichen Bedingungen begleiten, unterstützen und in seinen Ambivalenzen kritisch reflektierbar machen. Denn es geht für Heranwachsende um nicht weniger als darum, in einer mediatisierten Welt mit ihren vielfältigen und sich ständig weiterentwickelnden Angeboten von Medienwelten heute bestehen und an ihnen partizipieren zu können.

Sekundärliteratur

Ballis, Anja: Mediatisierte Lebenswelten. Von allgegenwärtigen Medien, Kindern und Eltern. In: JuLit 42 (2016) H. 2, 3-6

Cwielong, Ilona Andrea: Digitale Jugendkulturen – ein Raum der Anerkennung. Wahrnehmung und Anerkennung am Beispiel der Manga- und Animé-Szene. In: Hugger, Kai-Uwe (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2. erw. und akt. Aufl. Wiesbaden 2014

Dawidowski, Christian: Die Digital Natives und der Literaturunterricht. In: Der Deutschunterricht 68 (2016) H. 5, 36-45

Eggert, Susanne/ Niels Brüggen: Mobile Medien in der Lebenswelt Jugendlicher. Reflexionen zum Heranwachsen in mediatisierten Lebenswelten. In: Wagner, Ulrike (Hg.): vernetzt_öffentlich_aktiv. Mobile Medien in der Lebenswelt von Jugendlichen. München 2014, 23-34

Feierabend, Sabine/ Theresa Plankenhorn/ Thomas Rathgeb: Ergebnisse der miniKIM-Studie 2014. Mediennutzung von Kleinkindern. In: Media Perspektiven (2015) H. 5, 234-240

dies.: Ergebnisse der KIM-Studie 2014. Kinder und Medien, Computer und Internet. In: Media Perspektiven (2015) H. 5, 186-198

Krommer, Axel: Digitale Jugendliteratur: Social Media, eBooks und Apps. In: Der Deutschunterricht 68 (2016) H. 5, 56-67

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.): KIM-Studie 2014. Kinder + Medien. Comuter + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart 2015. (mpfs 2015a)