

**Vorstudie zum Thema
„Familienleben im Digital-Zeitalter“**

Susanne Gerleigner / Claudia Zerle-Elsäßer

Wissenschaftliche Texte

Wissenschaftliche
Texte

Gerleigner, Susanne / Zerle-Elsässer, Claudia

Vorstudie zum Thema „Familienleben im Digital-Zeitalter“

Ansprechpartnerinnen:

Dr. Karin Jurczyk, Tel. 089-62306-255, jurczyk@dji.de

Dr. Claudia Zerle-Elsässer, Tel. 089-62306-317; zerle@dji.de

Das Deutsche Jugendinstitut e.V. ist ein zentrales sozialwissenschaftliches Forschungsinstitut auf Bundesebene mit den Abteilungen „Kinder und Kinderbetreuung“, „Jugend und Jugendhilfe“, „Familie und Familienpolitik“, „Zentrum für Dauerbeobachtung und Methoden“ sowie dem Forschungsschwerpunkt „Übergänge im Jugendalter“.

Es führt sowohl eigene Forschungsvorhaben als auch Auftragsforschungsprojekte durch. Die Finanzierung erfolgt überwiegend aus Mitteln des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und den Bundesländern. Weitere Zuwendungen erhält das DJI im Rahmen von Projektförderungen vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, Stiftungen und anderen Institutionen der Wissenschaftsförderung.

© 2016 Deutsches Jugendinstitut e. V.
Projekt: Familienleben im Digital-Zeitalter
www.dji.de
Nockherstraße 2, 81541 München
Telefon: +49 (0) 89 62306-0
Fax: +49 (0) 89 62306-162

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	7
1.1	Problemstellung	8
1.2	Was heißt Digitalisierung?	9
1.3	Medienausstattung und -nutzung in Familien	11
2	Wo und wie verändert sich Familie durch Digitalisierung?	21
2.1	Erwerbsarbeit ↔ Familie: Vor- und/oder Nachteile für das Vereinbarkeitsmanagement?	22
2.2	Kommunikation/Beziehungen in der Familie: Vergemeinschaftung und/oder Vereinzelung?	27
2.3	Medienerziehung in der Familie	33
3	Digital Divide	42
3.1	Digitalisierung und soziale Ungleichheit	42
3.2	Besondere Situation in NRW	47
4	Fazit	53
4.1	Zusammenfassung und Ableitung von Forschungslücken	53
4.2	Identifikation von politischen Handlungsfeldern	57
5	Literatur	59
6	Anhang: Überblick vorliegender Forschungsprojekte	64

1 Einleitung

Einen Großteil der Technologien, die derzeit in Familien verwendet werden, gab es vor 20 Jahren noch nicht (vgl. Carvalho u.a. 2015). Heute kommunizieren Familienmitglieder, Freunde, Arbeitskollegen, Kunden und Vorgesetzte, je nach Situation direkt, mobil über das Handy, über Text- oder Sprachnachrichten oder Email miteinander und Menschen sind umgeben von digitalen Assistenten wie dem Navigationssystem, das den Fahrer klug durch den Berufsverkehr schleust. Das Abend-/Fernseh-/Kulturprogramm lässt sich aus einer Vielzahl von Informationen und Angeboten auswählen und nach dem individuellen Zeitplan genießen. Wenn man den Prognosen aus Industrie, Technik und Wirtschaft glauben kann, wird das ‚Internet der Dinge‘ schon bald zur Realität. Es „steht für eine grandiose Vision, in der das Internet über den Bildschirm hinaus Teil der physischen Welt wird, und in der jeder Gegenstand der realen Welt umgekehrt ein Teil des Internets werden kann“ (vgl. Bullinger/ten Hompel 2007, S. XIV). Möglich wird dies technisch über die Entwicklung von Kleinstcomputern und Sensoren, die sie umgebende Informationen aufnehmen, weiterverarbeiten und entsprechend reagieren. Das Auto, das bei Regen automatisch den Scheibenwischer aktiviert, der Sonnenschutz, der sich bei Sonne entfaltet, der Kühlschrank, der Abgelaufenes selbst nachbestellt – all das soll uns in Zukunft das Leben erleichtern und uns über „einen Zugewinn an Zeit, Flexibilität und Lebensqualität“ (vgl. BMFSFJ 2015, S. 5) das verschaffen, von dem alle gerne mehr hätten: mehr „Qualitätszeit“ (vgl. McKinsey&Company 2016, S. 1).

Wenngleich der voll-digitale Haushalt noch mehr Zukunftsvision als Realität ist, zeigt sich jedoch deutlich, dass die Digitalisierung aus modernen Gesellschaften nicht mehr wegzudenken ist – oder: „it’s no longer a matter of going online, but being online“ (Carvalho u. a. 2015, S. 102). Kennzeichen dieser Form der Digitalisierung ist die zunehmende Durchdringung unseres Alltags mit digitalen Technologien, „diejenigen, die mit dem Internet aufgewachsen sind, kommen kaum noch ohne aus“ (Stegbauer, 2012, S. 11). Die damit aufgewachsen sind, das sind die „digital natives“ (vgl. Prensky 2001, S. 1), also die ab-1980-Geborenen, die jetzt oder zumindest bald eigene Familien gründen. Auch ihre Kinder werden sich von ihnen in der Selbstverständlichkeit, mit der sie die digitalen Technologien in ihren Alltag integrieren, unterscheiden.

1.1 Problemstellung

Aus der Digitalisierung des Alltags ergeben sich zahlreiche Chancen, wie etwa verbesserte Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf, indem die technischen Voraussetzungen es ermöglichen, zunehmend zeit- und ortsunabhängig zu arbeiten. Der Kontakt zu Familienmitgliedern, Freunden, Kollegen – ob über weite oder kurze Distanzen hinweg – ist nicht nur erleichtert, sondern es wird möglich, ohne Zeitverzögerungen am Alltag der anderen virtuell teilzunehmen. Diese Chancen fordern jedoch auch neue Kompetenzen. Jeder muss selbst entscheiden (lernen), wann und wo Grenzen gezogen werden: Zwischen Arbeit und Familie, zwischen virtueller und physischer (Ko-)Präsenz, zwischen Kommunikation und Nicht-Kommunikation. Und wie sich zeigt, ist das mitunter nicht einfach: Die Möglichkeit permanenter Erreichbarkeit wird so auch zum Zwang der Allzeit-Verfügbarkeit. Obwohl also die Lebenswelten von Familien, Kindern und Jugendlichen in hohem Maße medial durchdrungen sind (vgl. Hasebrink u.a. 2012), bieten die medialen Praktiken Stoff für zahlreiche Diskussionen und kritische Diskurse in und außerhalb der Familien (vgl. Lange 2014). So machen sich mehr als ein Viertel (27%) der Eltern, deren Kinder das Internet nutzen, große Sorgen, weitere 47% zumindest „ein wenig“ Sorgen, dass sie dort Erfahrungen machen könnten, die nicht gut für sie sind (vgl. Hasebrink u.a. 2012). Damit ist das „neue“ Medium Internet deutlich dasjenige Medium, mit dessen Umgang sich die Eltern am unsichersten sind. Die Art der Ängste der Eltern reichen dabei von „Gewalt, vulgärer Sprache sowie verstörenden oder beängstigenden Inhalten [über] Datenmissbrauch, versteckte Kosten, Aufforderungen zu Handlungen, deren Konsequenzen das Kind noch nicht absehen kann [bis zu] sexuelle[r] Belästigung und Pornografie“ (ebd. u.a. 2012, S. 20). Etwa die Hälfte der befragten Eltern gibt an, dass ihr Kind bereits solche negativen Erfahrungen gemacht hat (ebd.).

Der vorliegende Report bietet einen Überblick über den derzeitigen Stand der Forschung zum „Familienleben im Digital-Zeitalter“ und weist dabei auf Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung hin. Zu Beginn wird dabei auf Begriff und Bedeutung von Digitalisierung eingegangen (vgl. Kapitel 1.2), daran schließen sich Informationen zur Ausstattung und Nutzung (digitaler) Medien der Familien in Deutschland an (vgl. Kapitel 1.3). Kapitel 2 greift die wichtigsten Bereiche auf, in denen sich in Familien Veränderungen durch die Digitalisierung zeigen: im Spannungsfeld von Erwerbsarbeit und Familie (vgl. Kapitel 2.1), im Bereich Kommunikation und Beziehungen (vgl. Kapitel 2.2) sowie in Bezug auf die Medienerziehung in der Familie (vgl. Kapitel 2.3). Kapitel 3 verweist auf die bedeutsamsten Faktoren sozialer Ungleichheit, nach denen sich Zugang und Nutzung digitaler Medien unterscheiden (vgl. 3.1) und leitet daraus die besondere Situation der Familien in Nordrhein-Westfalen ab (vgl. Kapitel 3.2). Ein Fazit fasst die Befunde zusammen und leitet daraus Forschungslücken (vgl. Kapitel 4.1) und politische Handlungsoptionen ab (vgl. Kapitel 4.2) ab. Im An-

hang findet sich ein Überblick über die aktuellsten und wichtigsten Studien zum Thema Digitalisierung und Familie.

1.2 Was heißt Digitalisierung?

Digitalisierung meint zunächst nicht mehr und nicht weniger als die Umstellung von analogen Technologien auf digitale. Es werden nicht mehr Spannungen übertragen, sondern binär kodierte Zahlenwerte (0 und 1), die den Spannungswerten entsprechen. Beispiele hierfür sind die Umstellung von VHS-Kassette auf DVD oder von Schallplatte auf CD. Daten können durch die digitale Speicherung auch auf verschiedenen Endgeräten gespeichert oder präsentiert werden, während dies früher nicht der Fall war. Dies ermöglicht unter anderem höhere Speicherkapazitäten, verbesserte Übertragungsqualitäten oder auch multimediatisierte Systeme, in denen verschiedene Medienformen integriert werden können (vgl. Bentele u. a. 2006).

Dadurch ergeben sich ganz andere, umfassendere und effizientere Möglichkeiten der Nutzung verschiedener Techniken und Dienste, so dass mit dem Begriff der Digitalisierung oft nicht nur die rein technische Umstellung gemeint ist, sondern vielmehr all jene Prozesse und Innovationen, die daraus resultieren. Diese wiederum dringen nach und nach in verschiedene Teilbereiche unseres Lebens ein und verändern somit schrittweise unser gesamtes Leben bzw. die Gesellschaft.

Die meisten technischen Innovationen werden zunächst für die Wirtschaft entwickelt. Wenn die Entwicklungen weit genug fortgeschritten (und kostengünstig genug) sind, dringen sie aber in der Regel auch in unser Privatleben vor. Ein naheliegendes Beispiel wäre hier der Personal Computer, dessen Einsatz zunächst in der Arbeitswelt immer flächendeckender wurde, mittlerweile zur Grundausstattung in fast jedem Haushalt zählt und für den eine Internet-Flatrate und hohe Übertragungsgeschwindigkeit auch im Privaten mittlerweile die Regel sind (vgl. Kapitel 1.3).

Zusätzlich zeigt sich eine zunehmende Verschmelzung von neuen technischen Angeboten (Internet bzw. worldwideweb) und entsprechenden Medien als Träger von Informationen (Personal Computer). Eine Unterscheidung zwischen Technologien und Medien wird dadurch immer schwieriger, möglicherweise unnötig. So subsumieren die sogenannten Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) letztlich Kommunikationsinstrumente sowie -anwendungen und unterscheiden nicht mehr explizit zwischen der entsprechenden Hardware (Telefon, Handy, Computer,...) und der darauf installierten und genutzten Software bzw. bestimmten Nutzungsform. Dies ist aufgrund der fortschreitenden Medienkonvergenz oft gar nicht mehr möglich. Gemeint ist mit diesem Begriff, dass bestimmte (mobile) Endgeräte wie beispielsweise das Smartphone viele verschiedene Nutzungsmöglichkeiten vereinen. So kann man mit einem Smartphone Musik hören (wie mit Rundfunkgerät/CD-Player), E-Mails schreiben (wie mit Computer/Internet), Videos streamen (wie mit Fernsehgerät), telefonieren (wie mit Telefon), Zeitung lesen (wie mit Zeitung, Buch) oder fotografieren (wie mit Fotoapparat), um nur einige Beispiele zu nennen. Zwar sind die einzelnen Medien, die die neuen Geräte in sich vereinen, teilweise gar nicht

mehr so neu (z.B. Radio oder Fernsehen), neu sind aber die sehr viel flexibleren Einsatzmöglichkeiten sowie die Verknüpfung verschiedener Medien bzw. Dienste mit dem Internet (z.B. auf dem Fernsehgerät installiertes Video on demand via Internet). Durch immer neuere technische Innovationen werden die Möglichkeiten nicht nur zahlreicher, sondern auch zeitlich und örtlich immer weniger gebunden. Smartphone oder Tablet-PCs sind zum ständigen Begleiter geworden und der technische Fortschritt somit allgegenwärtig.

Am Beispiel des worldwideweb (www) lässt sich gut aufzeigen, dass der eigentlich rein technische Aspekt der Digitalisierung mit Veränderungen in der Nutzung und somit auch in der Gesellschaft per se einhergeht. Wurde die technische Neuerung Internet anfangs dafür verwendet, von Einzelnen zur Verfügung gestellte Informationen abzurufen (Web 1.0), wurden mit der Weiterentwicklung und der Einführung des sogenannten Web 2.0 die Partizipationsmöglichkeiten des bis dato einseitigen Internetkonsumenten grundlegend geändert. Das sogenannte Mitmach-Web ermöglichte den Nutzern, nicht nur Informationen und Daten abzurufen, sondern auch selbst aktiv an der Gestaltung des www teilzunehmen, eigene Blogs, Videos oder Beiträge in sozialen Netzwerken der Öffentlichkeit zugänglich zu machen und verschiedene Inhalte mit anderen zu teilen. Mit dem Web 3.0 erfolgte in den letzten Jahren eine Weiterentwicklung dahingehend, dass Informationen des Web 2.0 in intelligenter Weise genutzt und auf den Einzelnen zugeschnitten werden können (Stichwort „semantisches Web“). Perspektivisch sprechen einige Experten bereits vom Web 4.0, indem Visionen von einer Symbiose von Mensch und Maschine diskutiert werden (vgl. Aghaei u.a. 2012; Choudhury 2014). Und unter dem oben eingeführten Stichwort „Internet der Dinge“ ist dies vielleicht auch gar nicht mehr so weit von der Realität entfernt.

Wenn wir im Folgenden also die Auswirkungen der Digitalisierung auf Familien diskutieren, sind neben der rein technischen Umstellung von analoger zu digitaler Speicherung und Verarbeitung von Informationen insbesondere auch all jene Prozesse gemeint, die mit dieser Umstellung und der immer weiter fortschreitenden Weiterentwicklung und Allgegenwärtigkeit der digitalen Technologien einhergehen. Im Fokus stehen dabei insbesondere mobile, interaktive, sowohl zeit- als auch ortsunabhängige digitale Medien bzw. multifunktionale Endgeräte. Da viele Geräte mittlerweile jedoch nicht mehr nur auf eine Nutzungsmöglichkeit begrenzt sind und somit bspw. ein Wechsel zwischen Massen- und Individualkommunikation mit den neuen digitalen Errungenschaften jederzeit möglich wird (vgl. Tillmann/Hugger 2014), wird auch interpersonale (z.B. via Mobiltelefon) Kommunikation oder einseitige Mediennutzung (von Massen-)Medien (z.B. Fernsehen) mit thematisiert.

1.3 Medienausstattung und -nutzung in Familien

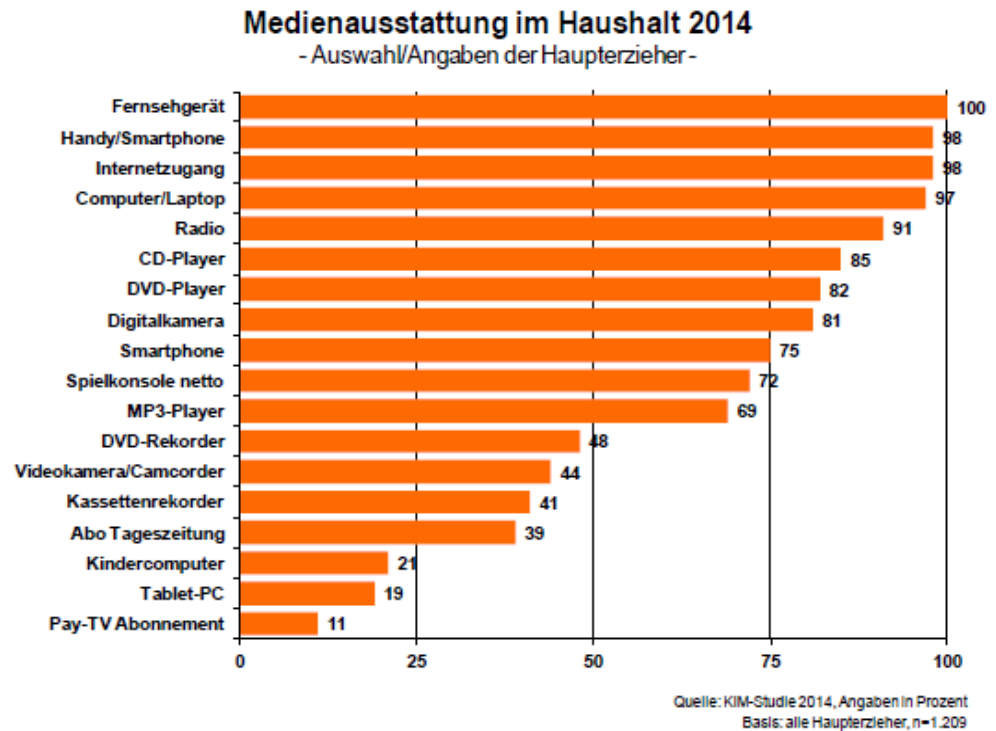
Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) veröffentlicht in regelmäßigen Abständen (teilweise jährlich, teilweise im Zweijahresrhythmus) Zahlen und Fakten zum Medienbesitz und zur Mediennutzung von Kindern im Alter zwischen 6 und 13 Jahren (KIM-Studie seit 1999) sowie von Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren (JIM-Studie, seit 1998) in der Bundesrepublik Deutschland. Seit 2012 wird auch die Situation von unter 6-jährigen Kindern erhoben (miniKIM 2012 und 2014) und 2011 wurde die Mediennutzung für die komplette Familie untersucht (FIM-Studie). Mithilfe dieser Daten lassen sich zahlreiche Aussagen über die Medienausstattung und -nutzung insbesondere von Kindern und Jugendlichen verschiedener Altersgruppen in Familien sowie über etwaige Veränderungen im Zeitverlauf treffen, weshalb im Folgenden insbesondere auf die aktuellsten Daten der KIM und JIM Studien zurückgegriffen wird (weitere Informationen unter: <http://www.mpfs.de>).

Medienausstattung im Haushalt

Eine Grundausrüstung an (digitalen) Medien ist in jedem Haushalt verfügbar, unabhängig vom Alter der Kinder. So gut wie alle in den Studien befragten Haushalte besitzen mindestens ein Fernsehgerät, einen Computer/Laptop, sowie ein Handy bzw. ein Smartphone und verfügen über Internetzugang (jeweils 95-100% bei mini-KIM 2014, KIM 2014 und JIM 2015; exemplarisch ist die genaue Verteilung nach KIM 2014 in Abbildung 1 zu sehen).

Zwar zeichnen sich in der FIM-Studie (2011) minimale Unterschiede in der Geräteausstattung der Eltern je nach Alter der Kinder ab, im Vergleich mit den anderen drei Studien (miniKIM 2014, KIM 2014 und JIM 2015) sind die Zahlen der häufigsten Geräte (Fernsehgerät, Handy/Smartphone, Computer/Laptop) jedoch sehr ähnlich und verweisen durchgehend auf den Trend, dass digitale Medien in der Nutzergunst immer weiter steigen. Im Zeitvergleich zeigt sich zwar, dass auch ein paar Jahre zuvor (2010 bzw. 2012) diese Geräte sowie Internetzugang bereits zur Grundausrüstung der befragten Haushalte zählten. Interessant ist aber die Zunahme allein von Smartphones im Haushalt in den vier Jahren von 2011 bis 2015 in beiden Altersgruppen von gut 40 Prozent auf 65 Prozent in Familien mit jüngeren Kindern (miniKIM 2014, S. 5) bzw. 85 Prozent in Familien mit Jugendlichen (JIM 2015, S. 6). Bei den Tablet-PCs zeigt sich ebenso ein Zuwachs in den letzten vier Jahren, insbesondere in Familien mit Jugendlichen.

Abbildung 1: Medienausstattung 2014 in Haushalten mit Schulkindern



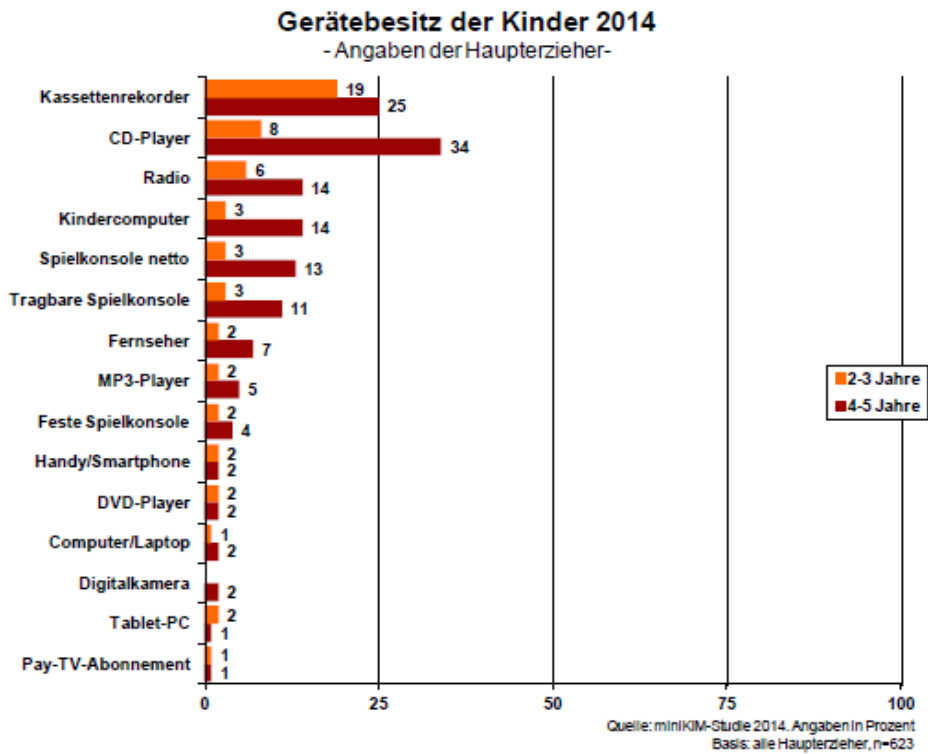
Quelle: KIM 2014, S. 8

Bezüglich Medienabonnements zeigt sich, dass immerhin noch mehr als die Hälfte der befragten Haushalte (53%) täglich eine Zeitung ins Haus geliefert bekommt und zwei von fünf Familien (40%) über ein weiteres Zeitschriften-Abonnement verfügen. Abonnements von elektronischen Diensten sind im Vergleich dazu etwas seltener: Nur in jeder vierten Familie steht den Jugendlichen zuhause Pay-TV wie bspw. Sky zur Verfügung.

Medienbesitz der Kinder und Jugendlichen

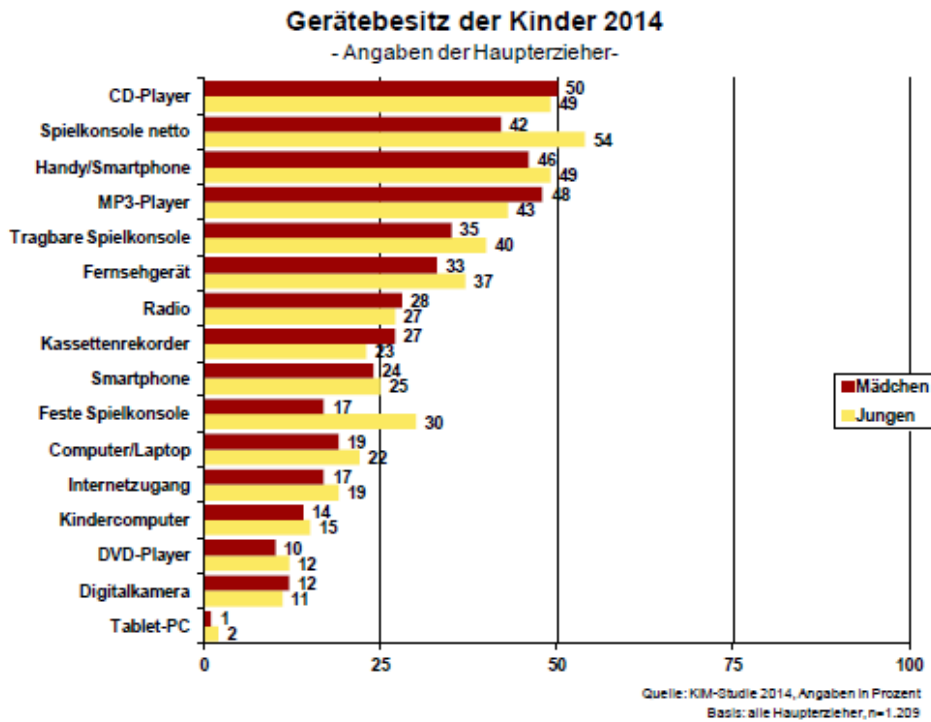
Anders als die grundsätzliche Medienausstattung des kompletten Familienhaushalts variiert der Medien- bzw. Gerätebesitz der Kinder und Jugendlichen stark nach Alter und teilweise auch nach Geschlecht (vgl. Abbildungen 2-4).

Abbildung 2: Medienbesitz von Klein- und Vorschulkindern



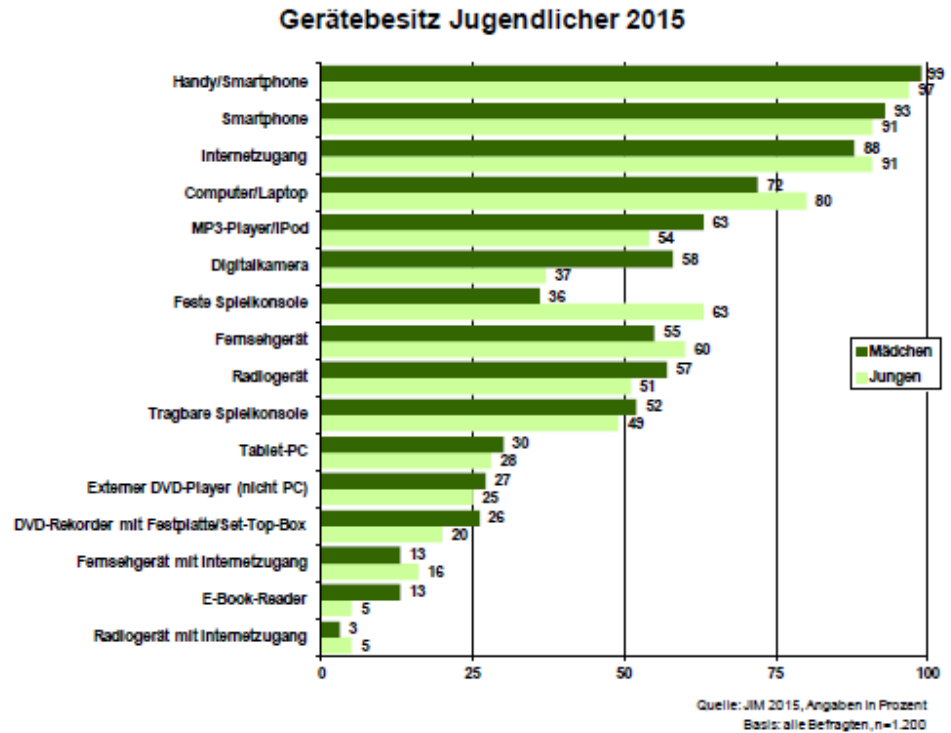
Quelle miniKIM 2014, S. 6

Abbildung 3: Medienbesitz von Schulkindern



Quelle KIM 2014, S. 9

Abbildung 4: Medienbesitz von Jugendlichen



Quelle JIM 2015, S. 8

Wie bereits Süß, Lampert und Wijnen im Jahr 2010 konstatierten, zeigen auch die aktuellen Zahlen, dass der Umfang an Medien, der Kindern und Jugendlichen zur Verfügung steht und den sie auch ohne Kontrolle der Eltern nutzen können, mit steigendem Alter zunimmt. Gleichzeitig steigt auch der Grad der Digitalisierung sowie Konvergenz der Medien mit zunehmendem Alter.

Bei unter 6-jährigen Kindern ist ein eigenes Mobiltelefon noch kein Thema, doch bereits jedes zweite Schulkind und so gut wie jeder Jugendliche besitzt ein Handy (vgl. Abbildung 2 bis 4). Während bei Kindern offline-Medien, die eher klassisch zum Spielen oder zur Unterhaltung dienen (z.B. CD-Player, Spielkonsole) vorrangig sind, liegt der Fokus im Jugendalter ganz klar auf online-Medien (Smartphone, Computer/Laptop). Doch auch bei den Grundschulkindern zeigt sich im Vergleich mit früheren Befragungen deutlich, dass in dieser Altersgruppe die Ausstattung mit offline-Medien ebenfalls abnimmt und insbesondere Smartphones stärker nachgefragt werden. So besitzen Kinder im Befragungsjahr 2014 im Vergleich zum Befragungsjahr 2012 seltener CD-Player, Radios oder Kassettenrekorder, dafür aber dreimal so oft ein Smartphone (KIM 2014, S. 9).

Im Jugendalter geht der Trend klar in die Richtung, verschiedene Medienangebote über ein Gerät zu nutzen. Sind Kassettenrekorder bzw. CD-Player im Kindesalter noch mit die häufigsten Medien (bei den Grundschulkindern aber bereits gleichauf mit Mobiltelefonen), spielen sie im Jugendalter nur mehr eine untergeordnete Rolle. Dafür sind die Jugendlichen gut mit Laptop & Co ausgestattet (12-13 Jährige: 63%; 18-19 Jährige: 93%)

(JIM 2015, S. 8), welche zahlreiche Möglichkeiten der Mediennutzung in sich vereinen. Und auch im Zeitverlauf zeigt sich eine Zunahme an mobilen und konvergenten Medien. Im Vergleich zu 2014 ist im Jahr 2015 die Ausstattung mit Tablet-PCs um 9 Prozentpunkte und Smartphones um 4 Prozentpunkte gestiegen, während Medien, die für eine gezielte Nutzung bestimmt sind, etwas seltener im Besitz der Jugendlichen sind (MP3-Player 7% weniger und Digitalkameras 6% weniger) (JIM 2015, S. 7). Ähnliche Trends zeigen sich auch bezüglich der allgemeinen Medienausstattung im Haushalt.

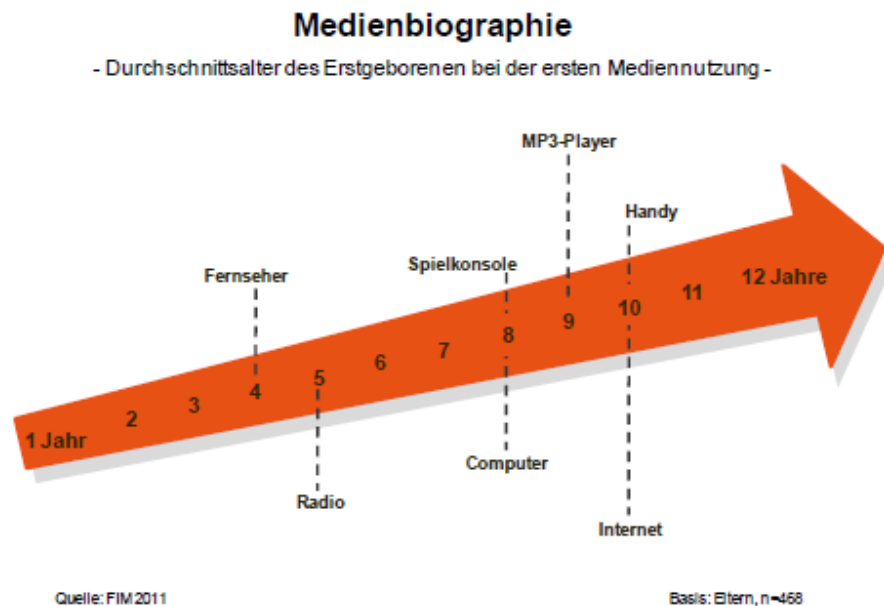
Mediennutzung der einzelnen Familienmitglieder

Die Ausweitung der Befragung auf unter 6-jährige Kinder macht deutlich: Medien sind auch in jungen Jahren ständiger Begleiter und gerade digitale Medien werden immer selbstverständlicher. Bei den ganz jungen Kindern (2-3 Jahre) bleibt das beliebteste und wichtigste Medium zwar weiterhin das (Bilder-)Buch, doch bereits bei den 4- bis 5-jährigen nimmt den ersten Platz in der Beliebtheit das Fernsehen ein.

Wenn auch die Nutzung der verschiedenen Möglichkeiten des Internets insgesamt eine eher untergeordnete Rolle in dieser Altersgruppe spielt, zeigt sich dennoch, dass bereits im Vorschulalter mobile Endgeräte wie Handys und Smartphones bzw. Tablet-PCs immer mehr Thema werden (10 bzw. 12% der befragten Eltern von 4- und 5-jährigen geben an, dass ihre Kinder mindestens einmal wöchentlich Handys und Smartphones bzw. Tablet-PCs nutzen). Die tägliche Nutzungsdauer fällt hier im Schnitt jedoch noch sehr gering aus und die Geräte werden vor allem genutzt um Spiele zu spielen. Gemessen an der täglichen Nutzungsdauer sind Fernsehen gefolgt von (Bilder-)Büchern weiterhin die wichtigsten Medien im Alltag von 6-jährigen Kindern.

Die Daten der FIM-Studie zeigen sehr anschaulich, ab wann die Erstgeborenen im Schnitt welche Medien nutzen (vgl. Abbildung 5). Interessant ist, dass jüngere Eltern (bis 34 Jahre) für alle Medien eine deutlich frühere Nutzung ihrer Kinder angeben als ältere Eltern (ab 45 Jahre). Und auch Kinder mit älteren Geschwistern beginnen tendenziell früher mit der Mediennutzung (vgl. FIM 2011). Im Jahr 2011 starteten Kinder im Schnitt mit 4 Jahren mit der Fernsehnutzung, Spielekonsole und Computer folgen mit 8 Jahren und Handy und Internet ab 10 Jahren. Zwar lassen sich mit neueren Studien wie der miniKIM keine Angaben dazu machen, ab welchem Alter Kinder im Durchschnitt ein bestimmtes Medium nutzen, es zeigt sich aber, dass gut 10 Prozent der 4- bis 5-jährigen bereits mindestens einmal die Woche mit Tablet-PCs und/oder Smartphones hantieren (miniKIM 2014, S. 8). Dies lässt vermuten, dass der Einstieg in die digitale Medienwelt immer weiter nach vorne verlagert wird.

Abbildung 5: Durchschnittsalter bei erster Mediennutzung

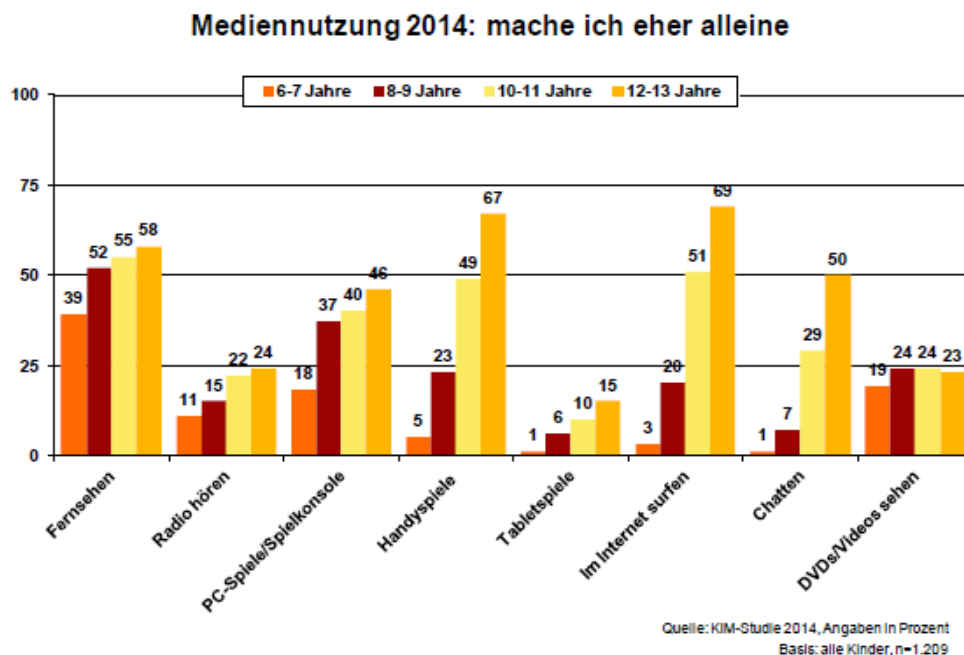


Quelle: FIM 2011, S. 62

Nach Hausaufgaben bzw. Lernen ist Fernsehen die häufigste Freizeitbeschäftigung von Grundschulkindern, dicht gefolgt von Freunde treffen. Internet- bzw. Handy- oder Smartphonennutzung rangieren im Durchschnitt aller befragten Grundschulkindern erst an 11. bzw. 13. Stelle, jedoch immer noch knapp vor Bücher lesen. Mit zunehmendem Alter nehmen sowohl die Häufigkeit von PC-Spielen¹ und Computernutzung (online und offline) zu (KIM 2014, S.10), als auch die Häufigkeit der Mediennutzung ohne elterliche Aufsicht. Surfen von den 6- und 7-Jährigen nur 3 Prozent alleine im Internet, sind es bei den 10- und 11-Jährigen bereits die Hälfte (51%) und bei den 12- und 13-Jährigen schon mehr als zwei Drittel (69%) (vgl. Abbildung 6).

¹ Die Problematik exzessiven Computerspielens von Kindern und Jugendlichen wird in diesem Bericht aufgrund anderer Foki nicht eingehender thematisiert.

Abbildung 6: Durchschnittsalter bei erster Mediennutzung



Quelle: KIM 2014, S. 15

Auch die Relevanz der verschiedenen Medien ändert sich im Verlauf der Grundschulzeit bzw. beim Übergang in die weiterführenden Schulen. Können die jüngeren Kinder (6- bis 9-Jährige) am wenigsten auf das Fernsehen verzichten, sind für die Älteren (12- und 13-Jährige) der Computer bzw. das Internet unverzichtbar (KIM 2014, S. 16). Die aktuellen Mediennutzungszahlen bestätigen somit erneut, was Süß u.a. bereits 2010 konstatierten: Im Laufe der Kindheit und Jugend wird das Leitmedium Fernsehen von Computer und Internet abgelöst, wobei sich die Altersgrenze beim Medienzugang immer weiter nach unten verschiebt (vgl. Süß u.a. 2010). Fragt man die Kinder, was sie in ihrer Freizeit am liebsten machen, zeigt sich aber ganz klar, dass Freunde treffen und draußen spielen weiterhin wichtiger sind als jede Mediennutzung.

Bei der Befragung der Jugendlichen (12- bis 19-Jährige) wurde nicht mehr gefragt, was sie in ihrer Freizeit am liebsten machen, sondern nach medialen und non-medialen Freizeitaktivitäten getrennt erhoben.

Platz eins der non-medialen Freizeitaktivitäten ist wie in den Jahren zuvor Freunde bzw. Leute treffen (78% der Befragten machen dies täglich/mehrmals pro Woche), gefolgt von Sport (72%) und Familienunternehmungen (36%). Vergleicht man diese Zahlen mit der Freizeitbeschäftigung von Jugendlichen 10 Jahre früher zeigt sich, dass Freunde treffen abgenommen hat (2005 noch 88%), der Stellenwert der Familienunternehmungen dafür deutlich angestiegen ist (2005 nur 16%) (JIM 2015, S. 9ff).

Bezüglich der Mediennutzung zeigt sich, dass fast alle Jugendlichen mindestens mehrmals pro Woche ihr Handy/Smartphone bzw. das Internet nutzen (94 bzw. 92%). 89 Prozent nutzen das Handy täglich (JIM 2015, S. 11). Fernsehen rangiert nur mehr an dritter Stelle (80% sehen mindestens

mehrmals pro Woche fern) und die Frage nach der subjektiven Wichtigkeit verschiedener Medien macht erneut deutlich, dass der Stellenwert des Fernsehens im Jugendalter langsam aber kontinuierlich abnimmt. Das Internet (90%), das Hören von Musik (87%) und das Handy (86%) sind mit Abstand für die meisten Jugendlichen wichtig bis sehr wichtig, nur 46 Prozent sagen dies auch über das Fernsehen. Radio hören und Bücher lesen ist für jeweils rund die Hälfte der Jugendlichen wichtig bis sehr wichtig und rangiert somit an vierter und fünfter Stelle.

Smartphone als Nebenbei-Medium und ständiger Begleiter

War das Fernsehen immer schon in gewisser Weise ein „Nebenbei-Medium“ der Jugendlichen, zeigt sich im Vergleich mit den Daten von 2008, dass dieses Nebenbei zum einen zugenommen hat, zum anderen das Handy hier den Computer abgelöst hat. Fast 60 Prozent der Jugendlichen geben 2015 an, sich neben dem Fernsehen mit ihrem Handy zu beschäftigen, 2008 wurde beim Fernsehen am ehesten noch nebenbei der Computer genutzt.

Das Handy bzw. mobile, möglichst zeit- und ortsunabhängige digitale Endgeräte werden immer mehr zum selbstverständlichen Begleiter in allen Lebenslagen, das stellen auch andere Studien wie z.B. *Mediatisierung mobil* vermehrt fest (vgl. Knop u.a. 2015). Mehr noch als mit Computer/Laptop wird mittels des eigenen Smartphones das Internet genutzt und auch Tablet-PCs sind seit 2013 auf dem Vormarsch. Im Mittelpunkt der Internetnutzung steht die Kommunikation (40% der verwendeten Internetzeit) mit anderen via WhatsApp und online communitys (allen voran Facebook), ein Viertel der Zeit im Internet wird aber auch für Unterhaltung verwendet, gefolgt von Spielen (20%). Für die Informationssuche im Internet (vorrangig über Suchmaschinen, YouTube-Videos und Wikipedia) wird insgesamt 14 Prozent der Internetzeit aufgebracht. Der klare Trend der Jugendlichen zur Nutzung konvergenter Medien zeichnet sich bereits bei den Kindern ab. So ist die Nutzung von Audiomedien (CD-Playern & Co) ähnlich wie deren Besitz von 2012 bis 2014 deutlich zurückgegangen, was darauf schließen lässt, dass Musik wohl auch schon von den Kindern verstärkt über Computer oder Handy gehört wird (KIM 2014, S.9).

Und auch bei den Eltern werden die neuen digitalen Medien immer wichtiger, wobei hier Unterschiede je nach Generation zu verzeichnen sind (vgl. FIM 2011). Bei den jüngeren Eltern (bis 34 Jahre) nutzen 82 Prozent mindestens mehrmals pro Woche das Internet, bei den über 45-jährigen Eltern 15 Prozent weniger (67%). Genau andersrum verhält es sich mit dem Lesen von (Tages-)Zeitungen. Während weniger als die Hälfte der jüngeren Eltern (44%) mindestens mehrmals pro Woche diese Printmedien nutzt, geben dies 82 Prozent der über 45-Jährigen an (vgl. FIM 2011). Geht man davon aus, dass die jüngere Elterngeneration nicht per se weniger Interesse an tagesaktuellen Nachrichten hat, scheint sich auch hier der Trend weg von analogen hin zu digitalen Medien durchzusetzen.

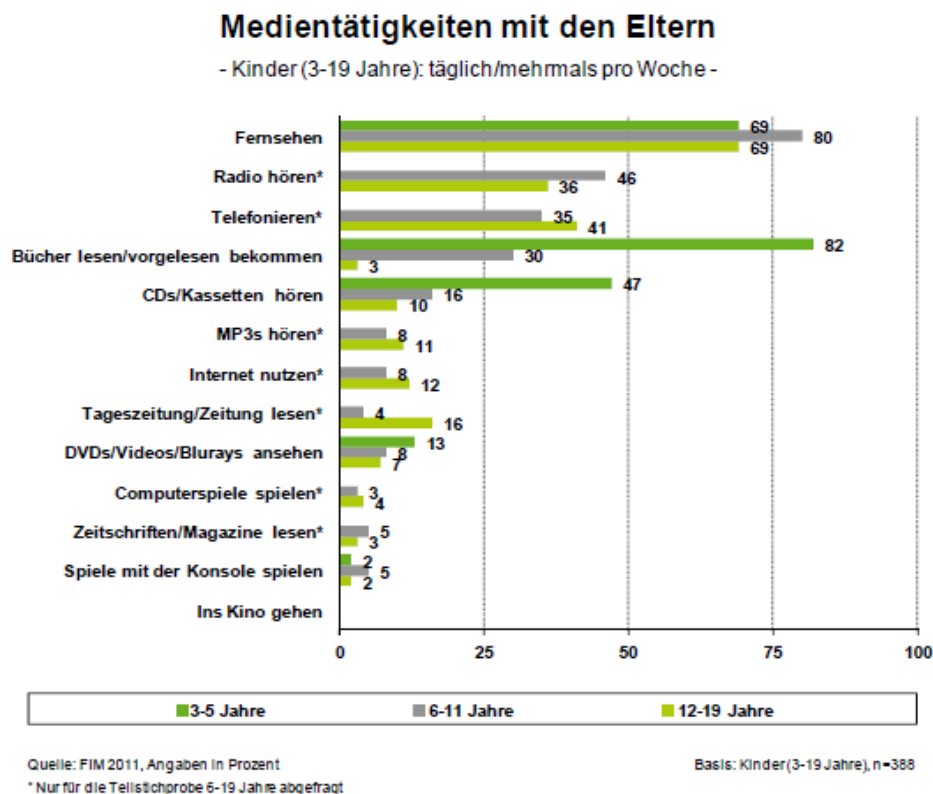
Leider gibt es zur Mediennutzung der Eltern in Deutschland keine aktuellen Zahlen, da die FIM-Studie bisher nur einmal durchgeführt wurde und

auch keine anderen, ähnlichen Studien aus Deutschland explizit für Eltern herangezogen werden konnten. Zwar gibt es Studien, die das online-Verhalten nach Altersgruppen untersuchen (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2015), inwieweit die Erwachsenen hier aber Eltern sind und ihr Nutzungsverhalten eventuell an ihre Kinder weitergeben, muss an dieser Stelle offen bleiben.

Gemeinsame Mediennutzung in der Familie

Das in der Familie am häufigsten gemeinsam genutzte Medium ist das Fernsehgerät. In 80 Prozent der Familien mit Kindern zwischen 6 und 11 Jahren wird mindestens mehrmals die Woche gemeinsam ferngesehen. In Familien mit jüngeren oder älteren Kindern ist dies zu knapp 70 Prozent der Fall (vgl. Abbildung 7). Gemeinsame Internetnutzung hingegen wird eher selten praktiziert.

Abbildung 7: gemeinsame Mediennutzung in der Familie



Quelle: FIM 2011, S. 66

Da diese Daten jedoch aus einer Erhebung von 2011 stammen und sich gerade bezüglich der Verbreitung und Allgegenwärtigkeit des Internets in den letzten Jahren viel geändert hat, muss zumindest mit dieser Studie offen bleiben, wie sich die gemeinsame Mediennutzung in der Familie heutzutage konkret gestaltet. Andere Untersuchungen wie die Studie *Mediatisierung Mo-*

bil (vgl. Knop u.a. 2015) zeigen auf, dass das, insbesondere bei den Jugendlichen, so beliebte Smartphone in der Regel kaum gemeinsam in der Familie genutzt wird. Dies mag unter anderem an den kleinen Bildschirmen liegen, die wohl eher nicht für eine gemeinsame Nutzung mehrerer Personen gleichzeitig konzipiert wurden. Und auch aktuellere Ergebnisse der KIM- und JIM-Studien verweisen auf den Trend, dass zum einen das Internet von Jugendlichen vorrangig über das eigene Smartphone und ohne Einbezug der Eltern genutzt wird, zum anderen mit zunehmendem Alter der Kinder immer weniger gemeinsame Medienzeit in der Familie stattfindet.

Fazit: Gute Ausstattung der Familie mit digitalen Medien

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass die Medienausstattung in bundesdeutschen Haushalten immer umfangreicher und digitaler wird und auch die Kinder und Jugendlichen selbst schon relativ früh mit ersten eigenen Medien ausgestattet sind bzw. mit den verfügbaren (digitalen) Medien im Haushalt in Berührung kommen. Spätestens ab dem Übertritt in die weiterführende Schule scheint der Computer bzw. das Internet mit seinen zahlreichen Nutzungsmöglichkeiten das Fernsehen in der Beliebtheit abzulösen. So sind dann auch fast alle Befragten ab 12 Jahren mit Handy bzw. Smartphone ausgestattet und nutzen vor allem dieses Endgerät zur Unterhaltung und Kommunikation im Internet. Das Smartphone wird immer mehr zum „vielseitig genutzte[n] Allround-Gegenstand“ (Knop u.a. 2015, S. 5). Mit steigendem Alter nimmt neben dem Besitz eigener (mobiler) Endgeräte dann auch deren Nutzung ohne Aufsicht der Eltern zu.

2 Wo und wie verändert sich Familie durch Digitalisierung?

In einer Familie müssen die individuellen Lebensführungen aller Familienmitglieder – ihr individuelles, konkretes alltägliches Tun und die Koordination ihrer verschiedenen Lebensbereiche – zu einer gemeinsamen familialen Lebensführung verschränkt und zusammengeführt werden (vgl. Jurczyk u.a. 2009). Angenommen wird, dass diese Verschränkung zu einer gemeinsamen Lebensführung – durch Aktivitäten, Alltagsorganisation und -praxen – die besondere Qualität von Familie für ihre Mitglieder ausmacht und die soziale Funktionsfähigkeit von Familie für die Gesellschaft (Sozialisation, Reproduktion und Versorgung der Familienmitglieder) aufrechterhält. Durch Wandlungsprozesse der späten Moderne hat das Leben in einer Familie insbesondere durch Prozesse der Entgrenzung von Familien- und Erwerbsleben an Selbstverständlichkeit verloren. Zeiten in und für Familie müssen zunehmend aktiv geschaffen und die Anforderungen an die einzelnen Mitglieder aus dem Erwerbsleben, aus Schule/Ausbildung, von den Betreuungseinrichtungen und allen anderen bedeutsamen Lebensbereichen aufeinander abgestimmt werden. Familie hat sich so zu einer anspruchsvollen Herstellungsleistung der Familienmitglieder verändert.

(Neue) Medien und technische Artefakte wie Handys/Smartphones, Computer und Internet spielen bei der Alltagsorganisation und der Herstellung von Familie eine nicht mehr wegzudenkende Rolle, sie „erleichtern, erzwingen und moderieren bestimmte Formen und Typen der alltäglichen Lebensführung von Familien“ (Lange 2014, S. 485) und helfen somit, den „Alltag Tag für Tag zu etablieren“ (ebd.). Dabei haben die neuen, digitalen Medien insbesondere für drei Bereiche von Familie und familialer Lebensführung eine herausragende Bedeutung:

Erstens wirkt die Digitalisierung wie ein Motor auf die Entgrenzung von Erwerbs- und Familienleben und unterstützt mit ihren technischen Artefakten die weitere Auflösung – aber auch die Überbrückung dieser Auflösung – der vormals deutlich stärker getrennten Sphären von Arbeit und Privatem. Sie können damit dem Vereinbarkeitsmanagement (z.B. durch Home-Office etc.) dienen, machen jedoch gleichzeitig die Etablierung neuer, individueller Grenzziehungsstrategien nötig.

Zweitens verändern sich durch die digitalen Medien die Kommunikation und damit die Beziehungen innerhalb von Familien, indem sie einerseits Möglichkeiten zur Stärkung der Verbundenheit in Familien (in Kern- und Nachtrennungs-Familien sowie ihren größeren Verwandtschaftszusammenhängen), andererseits auch mehr Möglichkeiten zum Rückzug aus der Familie bieten.

Drittens stellt Familie einen zentralen Ort der Sozialisation dar, in dem Kinder den kompetenten Umgang mit digitalen Medien erlernen, in den sie aber aus Schule und Peerzusammenhängen eigene, neue Praktiken mit einbringen. Der Umgang mit diesen Nutzungsweisen und die Etablierung gemeinsamer Standards setzen seinerseits Medienkompetenzen bei den Eltern

voraus. Häufig sind Eltern jedoch noch eher „digital immigrants“, ihre Kinder wachsen jedoch als „digital natives“ (vgl. Prensky 2001) auf, was zu Unsicherheiten und Unterstützungsbedarfen von Familien führen kann.

Diesen drei Kernbereichen, in denen die Digitalisierung Familien am stärksten trifft und verändert soll in den folgenden Kapiteln in Form der Aufarbeitung des bestehenden Forschungsstandes nachgegangen werden.

2.1 Erwerbsarbeit ↔ Familie: Vor- und/oder Nachteile für das Vereinbarkeitsmanagement?

Die Entgrenzung von Arbeit, die durch die anhaltende Digitalisierung von Arbeitsprozessen und Arbeitsinhalten einen weiteren massiven An Schub erlebt hat, hat starke Folgen für das Zusammenleben in Familien und die familiäre Alltagsgestaltung und stellt daher ein prominentes Forschungsfeld in der aktuellen Familienforschung dar. Bevor diesbezügliche Befunde vorgestellt werden, soll zunächst jedoch kurz auf die Veränderungen und Entgrenzungen der Erwerbswelt näher eingegangen werden.

Veränderung und Entgrenzung von Arbeit

Seit der Einführung der Personal Computer in den 1980er und 1990er Jahren wurde Arbeit zunehmend medienbasiert und ist heute insbesondere durch die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKTs) geprägt (vgl. Roth-Ebner 2013). Die Branchenstudie Life2 nennt als wichtigste durch Informations- und Kommunikationstechnologien ausgelöste Trends in der Ökonomie *Flexibilität* (Cloud Computing², Flexibles Sourcing³), *Kooperation* (Virtual Cooperation, Open Innovation⁴) und *Mobilität* (Enterprise Mobility⁵, Internet der Dinge) und sieht in der Nutzung von IKTs einen „Wachstumsmotor“ (Deutsche Telekom AG 2010b, S. 15), der Innovationen und neue Geschäftsmodelle ermöglicht. Dies führt zu grundsätzlichen Veränderungen von Arbeitsformen, aber auch Arbeitsinhalten und erfordert von Arbeitnehmern nicht nur neue Bereitschaften, sondern auch neue Kompetenzen. Aus wissenschaftlicher Sicht charakterisiert sich mediatisierte Arbeit heute durch folgende Eigenschaften (vgl. Roth-Ebner 2013):

- Virtualisierung und Informatisierung
- Flexibilität, Mobilität
- Globale Kommunikation und Vernetzung
- Subjektivierung und Standardisierung
- Entgrenzung von Lebensbereichen

2 Cloud computing= Ausführung von Programmen, die nicht auf dem lokalen Rechner installiert sind

3 Flexible sourcing=Flexible Beschaffungsstrategie

4 Open Innovation=das Unternehmen für Innovationen von extern öffnen

5 Enterprise Mobility=Nutzung von Smartphones und Tablets durch Mitarbeiter

Voraussetzung für die Bereitschaft einer zunehmenden Grenzüberschreitung zwischen Erwerbsarbeit und Privatleben, ist eine Entwicklung, die unter dem Stichwort „Subjektivierung von Arbeit“ (z.B. Moosbrugger 2012), im Sinne einer „Selbstverwirklichung durch Erwerbsarbeit“ (Lange 2013, S. 62) subsumiert werden kann: „Die Individuen sind [...] gefordert, sich zunehmend als ‚ganze Person‘ mit Gefühlen, Kreativität, Eigenmotivation und Leidenschaft in den Arbeitsprozess einzubringen“ (Carstensen 2014, S. 26). Neben „erweiterter Handlungsautonomie“ (Moosbrugger 2012, S. 31) geht damit jedoch ein „doppelter Zwang“ (ebd.) einher: „Erstens, mit subjektiven Beiträgen den Arbeitsprozess auch unter entgrenzten Bedingungen im Sinne der Betriebsziele aufrecht zu erhalten; und zweitens, die eigene Arbeit viel mehr als bisher aktiv zu strukturieren, selbst zu rationalisieren und zu verwerten“ (Moldaschl/Voß 2003, S.16). Die digitalen Medien sind dabei nicht nur die technische Antwort auf, sondern auch „Ermöglicher oder Katalysatoren des gesellschaftlichen Aktivierungs- und Entgrenzungstrends“ (Lange 2013, S. 63) und verändert dadurch die Organisation von Erwerbsarbeit grundlegend (vgl. Kratzer/Monz 2016). Es zeigt sich, „dass nicht nur Personen mobiler werden, sondern auch die Arbeitsinhalte und arbeitsbezogene Kommunikation und Interaktion sich von geographischen Räumen lösen und mobil und virtuell werden“ (ebd., S. 2). Es ist eine „zunehmende Durchdringung existierender Arbeitsprozesse durch digitale Medien und intelligente Tools zu erkennen“ (Münchener Kreis 2013, S. 3). Waren diese Entwicklungen lange Zeit auf bestimmte, selektierte „Pionier- und Avantgardeberufen“ (Lange 2013, S. 62) begrenzt, so weiten sich die genannten Veränderungen immer mehr auch auf andere Berufe und Branchen aus. Zwar profitieren Arbeitsinhalte und -alltag in Wissens-, Kommunikations- und einigen Dienstleistungsberufen mehr von den Möglichkeiten der Digitalisierung, jedoch greift diese zunehmend auf alle Formen der Erwerbsarbeit über.

Entgrenzte Arbeit – entgrenzte Familie

Auf die Familie hat die Entgrenzung der Erwerbswelt durch Digitalisierung insbesondere dort Auswirkungen, wo sich die Grenzen zwischen Beruflichem und Privatem auflösen und Inhalte aus dem einen Bereich in den jeweils anderen Bereich übergreifen. Dies kann positive Folgen für die Vereinbarkeit der beiden Sphären haben, z.B. wenn „flexibel und souverän über Arbeitsort- und -zeit entschieden werden kann“ (Roth-Ebner 2013, S. 33). Es kann jedoch auch „der Zugriff durch die Arbeit auf die Freizeit als bedrohlich oder vereinnahmend wahrgenommen werden“ (Roth-Ebner 2013, S. 33), insbesondere dann, wenn den Arbeitnehmern, den Eltern, dabei nur wenig eigene Entscheidungsspielräume zukommen. Grundsätzlich lassen sich zwei Szenarien unterscheiden: 1) familiäre Belange dringen in die Arbeitswelt ein und 2) Erwerbsarbeit dringt in primär privat genutzte Lebensbereiche ein.

1) Familiäre Belange dringen in die Arbeitswelt ein

Spätestens seit der Ausbreitung des Mobiltelefons haben Familienmitglieder nahezu immer die Möglichkeit, ihre Lieben auch in eigentlich für Schule und/oder Arbeit reservierten Zeiten zu erreichen (vgl. Lange 2013). Dies hat zahlreiche Vorteile für die Aufrechterhaltung der familialen Beziehun-

gen und die Organisation von Alltag: Kinder erreichen ihre Eltern, um verfrühten Schulschluss oder spontane Verabredungen mitzuteilen, Eltern verständigen sich, wer wen wann abholen oder Einkäufe erledigen kann, Arzt- und andere Termine können vereinbart werden und auch für die zwischenmenschlichen Beziehungen von Paaren hat die Möglichkeit von Kontakt während des Arbeitstages mitunter beziehungsstärkende Wirkung (vgl. Coyne u.a. 2011). Internet und Mobiltelefon dienen dabei in hohem Maße der Aufrechterhaltung von kontinuierlicher Verbindung zu den Familienmitgliedern und Freunden (vgl. Wajcman u.a. 2008) sowie dem Transport von Nachrichten gegenseitiger Zuneigung (vgl. Coyne u.a. 2011), aber auch der Überwachung und (sozialer) Kontrolle.

Gleichzeitig werden so jedoch private Belange mit in den Arbeitsalltag genommen und können die konzentrierte Arbeit stören, können spontanes Umorganisieren erfordern und fordern ihrerseits permanente Erreichbarkeit auch während der Schul- oder Arbeitszeit ein. Obwohl eine australische Studie den sehr interessanten Befund veröffentlicht hat, dass das Internet scheinbar stärker während der Arbeitszeit für private Belange genutzt wird, als während der Freizeit für die Arbeit (vgl. Wajcman u.a. 2010) liegen bislang nur wenige Studien zu Art und Umfang der Entgrenzung familialer Belange in den Bereich der Arbeit vor.

2) Erwerbsarbeit dringt in primär privat genutzte Lebensbereiche ein

Umgekehrt finden sich zahlreiche Befunde zu dem Eindringen der Erwerbsarbeit in den Bereich Familie. Schon seit den 1970er Jahren, in denen sich die sogenannte Telearbeit zunehmend etablierte (vgl. BMFSFJ 2015) wurden positive wie negative Effekte von Heimarbeit/Home-Office diskutiert. Das Ausmaß der Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort durch die Nutzung digitaler Medien bietet heute unbestritten noch weitaus mehr Chancen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Dennoch wird anhand von aktuellen Erhebungen deutlich, dass sich hier noch zahlreiche unausgeschöpfte Potenziale bieten, da nur ein kleiner Teil der Unternehmen seinen Mitarbeitern möglich macht, was möglich wäre (vgl. ebd. 2015). So arbeiteten in 2014 nur 11% der Beschäftigten in Deutschland „manchmal“ oder „für gewöhnlich“ im Home-Office (vgl. ebd. 2015, S. 8). Darüber hinaus verliert Heimarbeit seit 2008 zunehmend an Bedeutung; unklar ist derzeit aufgrund fehlender Studien warum genau (vgl. Brenke 2014), denn den Wunsch (auch) von zuhause aus arbeiten zu können haben etwa 50% der Beschäftigten (vgl. BMFSFJ 2015, S. 8). Gleichzeitig ergeben sich aus der durch digitale Tools weiter verstärkten Entgrenzung von Arbeit nicht nur vereinbarkeitsfördernde Aspekte, sondern es werden auch neue Anforderungen an die Familien gestellt. Das DJI-Projekt „Entgrenzte Arbeit – Entgrenzte Familie“ beschäftigte sich während seiner Laufzeit von 2003-2008 noch mit einer vergleichsweise ‚analogen‘ Form der Entgrenzung. Als Kennzeichen entgrenzter Arbeit galten dabei (vgl. Jurczyk u.a. 2009):

- Irreguläre/befristete/geringfügig Beschäftigung
- Zeitliche Entgrenzung (Teilzeitarbeit, exzessive Gleitzeit, Vertrauensarbeitszeit, Arbeitszeitkonten, Sonn- und Feiertagsarbeit, Schichtarbeit)

- Räumliche Entgrenzung: Heimarbeit/Telearbeit (an betriebliche Arbeitszeiten gekoppelt), Außendienste, Tages-/Wochenend-/Monatspendeln
- Subjektivierung von Arbeit
- Erosion der Normalbiographie

Die für das Projekt näher untersuchten Branchen waren *erstens* mit dem Einzelhandel eine Branche, die durch starke zeitliche Entgrenzung mit Schicht-, Abend- und Wochenendarbeit gekennzeichnet ist und *zweitens* die Film- und Fernsehbranche, die durch zeitliche, vor allem aber räumliche Entgrenzung gekennzeichnet ist, indem sie projektförmig und zumeist für mehrere Monate entfernt vom Heimatort, dafür aber verdichtet mit langen Tages- und Nachtarbeitsstunden arbeitet. Ein zentraler Befund der Studie war, dass die Akteure in den Familien sowohl ihr Vereinbarkeitsmanagement betreffend, aber auch in Bezug auf die Konstruktion von Gemeinsamkeit neue Praktiken entwickeln (müssen), um Familie auch unter entgrenzten Bedingungen am Laufen zu halten (vgl. Jurczyk u.a. 2009). Schon in diesem Projekt wurde deutlich, dass die digitalen Medien als Arbeits- und Kommunikationsmedium eine bedeutende Rolle zur Ermöglichung und/oder Überbrückung von Entgrenzung spielen. Expliziter noch nahm jedoch das Projekt „Multilokalität von Familie“, welches von 2009-2014 von der Schumpeter-Nachwuchsgruppe am DJI durchgeführt wurde, in seinen beiden Teilbereichen der *erstens* durch Trennung und Scheidung verursachten und *zweitens* der beruflich bedingten Multilokalität von Familie die digitalen (Kommunikations-)Medien als Mittel der Überbrückung der Entgrenzung von Arbeits- und Familienleben in den Blick. Zu den zentralen Befunden der qualitativ angelegten Studie gehörte, dass digitale Medien heute nicht nur dazu genutzt werden, die Alltagsorganisation von Familie zu gewährleisten, sondern dass sowohl Elternschaft und Erziehung, als auch Partnerschaft medial vermittelt auch über räumliche Distanz hinweg etabliert und aufrechterhalten werden können.⁶ So konnte Monz (2016) zeigen, welche hohe Bedeutung Handy und Internet für die Überbrückung körperlich abwesender Zeiten für die Paarbeziehung hat (vgl. hierzu auch Kapitel 2.2). Schier und Schlinzig (2016) fokussieren mehr auf die Eltern-Kind-Interaktion und zeigen, wie insbesondere Eltern mit langen berufsbedingten Abwesenheiten ihre Kinder aus der Entfernung versorgen, sei es emotional oder unterstützend. So wird z.B. über Mail, Skype, Telefon etc. gemeinsam gelernt und sich dabei sogar über weitergeleitete Schulunterlagen ausgetauscht (vgl. ebd. 2016, S. 4).

6 Eine dritte Form der Entgrenzung zu untersuchen steht hier noch aus: Der Arbeitnehmer 4.0, der an seinem „digital workplace“ autonom arbeitet und dennoch hochgradig (weltweit) vernetzt ist und sich mit zeitlich sowie räumlich nahezu losgelösten Arbeitsinhalten beschäftigt. Hier bieten sich zahlreiche Ansatzpunkte für eine vertiefende Forschung zum Verhältnis von Arbeit und Familie.

Digitale Medien dienen also in starkem Maße der Unterstützung bei der Überbrückung von Entgrenzung. Dies betrifft neben erwerbs- und/oder trennungsbedingt multilokal Lebenden auch transnationale/multiethnische Familien oder Familienmitglieder weiterer Verwandtschaftsgrade, also all diejenigen Familienformen, bei denen es notwendig ist „soziale Beziehungen (auch) in räumlicher Distanz herzustellen“ (vgl. Schier/Schlinzig 2016, S. 1). Dennoch wird in diesen und weiteren Studien auch deutlich, welches Konfliktpotential Kommunikationsmedien haben, da mit ihnen auch während der eigentlichen Paar- und/oder Familienzeiten der Kontakt mit der Erwerbsarbeit aufrechterhalten wird – vielfach nicht nur passiv in Form von Erreichbarkeit sondern auch in Form einer aktiven Interaktionsaufnahme mit Kollegen, Kunden etc. (vgl. Monz 2016, S. 206ff). Anna Monz (2016) bezeichnet diese Form der Präsenz in Familie mit Gergen (2000, S. 36) als „abwesende Anwesenheit“, in der Akteure zwar eigentlich bei ihrer Familie, jedoch phasenweise quasi abwesend sind, da sie über Handy, Skype etc. in intensive Interaktion mit Abwesenden treten (vgl. Monz 2016, S. 207f). Dieser ständige Zugriff der Erwerbsarbeit auf Familienzeiten – sowie allein schon die Möglichkeit des ständigen Herausgerissen-Werdens aus dem familialen Alltag – hinterlässt ein Gefühl von Zersetzung und Zerstückelung der gemeinsam verbrachten Zeit. Dies wird häufig als frustrierend und belastend wahrgenommen (ebd.), zumal hier unterschiedliche Arbeitslogiken von privater Sorgearbeit und an Zeit- und Kostenökonomie ausgerichteter Lohnarbeit aufeinander prallen (vgl. Jurczyk u.a. 2009). Es liegen Befunde dazu vor, dass entgrenztes Arbeiten mitunter zu permanenter Selbstüberforderung (vgl. Moosbrugger 2008) führen kann, und dass Eltern zum Teil so erschöpft sind, dass sie die Herstellung von Familie nur noch schwer erbringen können (vgl. Lange 2014; Jurczyk u.a. 2009).

Fazit: Notwendige Etablierung neuer Grenzziehungsstrategien

Die Entgrenzung von Beruf und Familie bietet durch die Flexibilisierung von Arbeitszeit und –ort große Chancen für eine verbesserte Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Gleichzeitig erfordert sie eine verstärkte ‚Abgrenzungskompetenz‘ der Arbeitnehmer bzw. Familienmitglieder und macht die Etablierung neuer Grenzziehungsstrategien notwendig. Von Arbeitnehmern werden daher in mediatisierten Arbeitswelten neben einer grundlegenden Medien- und Technikkompetenz (z.B. Wissen um Datenverarbeitungsprozesse von digitalen Medien) *erstens* auch ein gekonntes Management von Zeit und Raum erwartet (vgl. Roth-Ebner 2013) (in flexibler werdenden Arbeitszusammenhängen; z.B. „placing work“ als strategisches Zuordnen bestimmter Tätigkeiten zu passenden Orten, Zeiten und Rahmenbedingungen im Arbeitsalltag) und *zweitens* die Fähigkeit zu Grenzmanagement und Entschleunigung. Wie und ob sich solche Fähigkeiten etablieren und wann sie eingesetzt werden bietet ebenfalls Raum für weitere Forschung.

2.2 Kommunikation/Beziehungen in der Familie: Vergemeinschaftung und/oder Vereinzelung?

Zwischenmenschliche Beziehungen sind durch wechselseitige Kommunikation bzw. Interaktion gekennzeichnet. Dies gilt auch und in besonderer Weise für soziale Gruppen wie die Familie, die selbst einen Kommunikationszusammenhang darstellt. Die starke Verbreitung und Etablierung neuer, digitaler Kommunikationsmedien, aber auch die Veränderung von Verwendungszwecken und Funktionen alter Medien haben Kommunikation in letztlich allen Bereichen des Lebens stark verändert (vgl. Krotz 2003). Dies betrifft Kultur und Gesellschaft insgesamt, aber auch Aspekte der Identität und der Bewältigung des Alltags (vgl. Krotz 2003 und Hepp 2011). Allein die Möglichkeiten für Kommunikation in/mit der Familie sind durch die neuen Technologien in den vergangenen Jahren exponentiell angestiegen (vgl. Carvalho u.a. 2015): „Zu den klassischen Medien wie Brief, Telefon oder Fax ist eine Vielzahl an Internet- und Mobiltelefon-basierten Plattformen wie E-Mail, Chat, Instant Messenger, SMS, soziale Netzwerke sowie Internet-Telefonie hinzugekommen“ (Schier/Schlinzig 2016, S. 4). Diese Technologien werden in den Familien auch genutzt: Laut einer Studie von McKinsey&Company (2016, S. 22) und dem Bundesfamilienministerium nutzen 84% der befragten Personen zwischen 18 und 65 Jahren mit minderjährigen Kindern im Haushalt bereits digitale Technologien für „persönliche und telefonische Gespräche, schriftliche Kommunikation“, 83% für „persönliche Bildung“, 77% für „Kultur und Unterhaltung“, 76% für „Einkaufen von Bekleidung, Elektro- und Freizeitartikel, Einrichtung“ und 63% für ihre „Hobbys“ (ebd., S. 22). Dies hat zu einer fortschreitenden Mediatisierung familialer Lebenswelten (vgl. Feldhaus 2005; Hepp 2011) beigetragen, weswegen die digitalen *Kommunikationsmedien* für Familien im Prozess der Digitalisierung eine herausragende Bedeutung haben.

Funktion medienbasierter Kommunikation in der Familie

Mediale Praktiken von Kindern und ihren Eltern stellen heute einen „integralen Teil der alltäglichen Lebensführung von Familien“ dar (Lange 2014, S. 484) und erfüllen „vielfältige organisatorische, koordinierende, kommunikative, kontrollierende, emotionale sowie gemeinschaftsfördernde Funktionen“ (Schier/Schlinzig 2016, S. 6). Diese Funktionen herauszuarbeiten ist notwendig, um erkennen zu können, wo sich Kommunikation und Beziehungen von Familienmitgliedern am stärksten durch die Digitalisierung verändern. Dabei gibt es zahlreiche Ansätze zur Kategorisierung der Funktionen mobiler Kommunikation für Familien. Michael Feldhaus (2005, S. 161) arbeitet bereits in Bezug auf das Mobiltelefon die vier Funktionen a) Sicherheitsfunktion, b) Funktion emotionaler Stabilisierung, c) Organisationsfunktion sowie d) die Erziehungsfunktion heraus. Anna Monz (2016) sortiert auf dieser Basis unter Einbeziehung aller digitalen Medien und mit Fokus auf die Eltern- bzw. Paarbeziehung in ihrer Dissertation etwas anders und identifiziert vier Funktionen „virtueller Kopräsenz“ (Monz 2016, S. 211), nämlich a) der Funktion der emotionalen Stabilisierung, b) der Or-

ganisationsfunktion, c) der Integrationsfunktion und d) der Sicherheits- und Kontrollfunktion. Unter Einbezug der Arbeiten zur Herstellung von Familie (vgl. Jurczyk u.a. 2009) sowie insbesondere der Arbeiten von Andreas Lange zur Bedeutung von (digitalen) Medien in der alltäglichen Lebensführung von Familien (z.B. Lange 2013, 2014; Theunert/Lange 2012) ergeben sich insgesamt fünf zentrale Funktionen einer medienbasierten Kommunikation in der Familie:

1. Praktiken der Alltagsorganisation

Das Vereinbarkeits- bzw. Balancemanagement zählt zu den zentralen Gestaltungsleistungen von Familien, umfasst „vielfältige alltägliche Praktiken und Abstimmungsleistungen der Familienmitglieder, um Familie im Alltag lebbar zu machen“ (vgl. Jurczyk u.a. 2009, S. 68) und soll das „Funktionieren“ von Familie gewährleisten (ebd.). Digitale Medien bieten für die (all-)tägliche Organisation von Familienleben und Haushalt eine Vielzahl nützlicher Anwendungen und ermöglichen dadurch zeitsparende Abstimmungsprozesse. Allein durch Möglichkeiten, wie Rechnungen online zu bezahlen oder Termine leicht über das Handy zu vereinbaren/verlegen, hat sich die tägliche Organisation des Familienalltags deutlich erleichtert, indem sie Familien unabhängiger von zeitlichen Zwängen machen (vgl. Carvalho u.a. 2015). Digitale Tools wie elektronische Kalender, GoogleDocs, Emails, aber auch das Handy/Smartphone werden genutzt, um den Alltag der Familie zu organisieren, Abholzeiten zu vereinbaren, Einkaufslisten zu erstellen etc⁷. (vgl. Feldhaus 2004, Monz 2016, Schier/Schlinzig 2016). Wie eine aktuelle Studie, die McKinsey&Company (2016) mit dem Bundesfamilienministerium erstellt hat, zeigt, (können) Familien schon heute zahlreiche digitale Technologien oder Anwendungen zur effektiven Bearbeitung von Haus- und Familienarbeit nutzen, um dadurch mehr Qualitätszeit für Familie einsparen zu können. Dabei orientieren sie sich an den sechs wichtigsten, von ihnen identifizierten Zeitfressern in Familien (McKinsey&Company 2016, S. 25):

1. „Putzen und aufräumen“ (z.B. Staubsaugerroboter oder Online-Plattformen, um flexible Haushaltshilfen zu finden),
2. Der „Weg zum Arbeitsplatz“ (z.B. Software für verkehrsabhängige Routenoptimierung, digitale Assistenten, Tools für Home-Office),
3. „Dienstleistungen und Behördengänge“ (Onlinevereinbarung von Terminen, elektronische Anträge),
4. „Waschen, Bügeln und Nähen“ (z.B. Online-Angebote),
5. „Arztbesuche“ (z.B. Online-Terminvereinbarung, Online-Sprechstunde) sowie
6. „Einkaufen“ (z.B. digitale Einkaufszettel, Online-Bestelldienste).

Kritisch wird in der Forschung hierzu jedoch diskutiert, wie der Konsument durch diese Entwicklungen zwar zeitlich und örtlich unabhängig wird,

7 In Nachtrennungsfamilien ist die Nutzung dieser digitalen Tools durchaus auch mit dem Zweck verbunden, dadurch nicht in unmittelbaren Kontakt zueinander treten zu müssen (vgl. Schier/Schlinzig 2016).

sich gleichzeitig jedoch auch zum „arbeitenden Kunden“ entwickelt (vgl. Voß/Rieder 2005), der Online-Banking macht und Reisen im Internet bucht und so Teil des Produktionsprozesses wird, „was ebenfalls zusätzliche Arbeit für die Subjekte darstellt“ (Carstensen 2014, S. 26).

2. *Praktiken zur Konstruktion von Gemeinsamkeit*

Eine weitere Gestaltungsleistung von Familien liegt in der Konstruktion von Gemeinsamkeit und der Stärkung eines Gefühls der ‚We-Ness‘. „Gemeint ist damit, dass Familie in Interaktionen, in der Darstellung nach außen, fortlaufend sozial sinnhaft und symbolisch neu (re-)konstruiert wird“ (Jurczyk u.a. 2009, S. 68). So lässt sich „die Konstruktion von Familie als zusammengehörige Gruppe, ihre Selbstdefinition und Inszenierung als solche, als „Doing Family“ bezeichnen“ (ebd.). Zu diesen Konstruktionen gehören auch solche der eigenen Familienidentität und des Familiengedächtnisses, für die digitale Medien im Sinne eines „displaying family“ (vgl. Finch 2007) eingesetzt werden, z.B. über Familienhomepages, Familienfotografien⁸ (vgl. Lange 2014)⁹, Familien-WhatsApp-Gruppen, Familien-Skype-Konferenzen etc. Familienbeziehungen lassen sich so leichter etablieren und aufrechterhalten – über den Tag, über räumliche Distanzen, sogar weltweit (vgl. Carvalho u.a. 2015, S. 103). Neben bilateraler Adressierung können in diese Kommunikationen auch mehrere Personen gleichzeitig einbezogen werden, über Instant-Messenger oder soziale Netzwerke. Neben der Konstruktion von Gemeinschaft und Gemeinsamkeit dienen Handy und Co. auch der emotionalen Stabilisierung (vgl. Feldhaus 2004, Monz 2016, Schier/Schlinzig 2016), also der „Herstellung von Intimität über Distanz“ (vgl. Monz 2016, S. 211), dem Austausch von emotionalen Nachrichten über den Tag hinweg (vgl. Coyne u.a. 2011) und damit der „Versicherung über den Bestand und das Fortbestehen der Paarbeziehung“ (vgl. Monz 2016, S. 211). Monz (2016) konnte zeigen, dass Paare über Kommunikationsmedien „kompensatorische Formen der Kopräsenz in Zeiten körperlicher Abwesenheit“ (ebd., S. 211) entwickeln. Der Vorteil solcher medienvermittelter Kommunikation ist, dass es sich dabei in der Regel um „zentrierte Interaktion“ (Goffman 1986) handelt, also nicht nur um ein beiläufiges Miteinander, sondern um fortlaufende Gespräche etc. Insbesondere berufsmobile Personen sind Monz (2016) zufolge besonders „damit vertraut, im Alltag Kommunikation mit Abwesenden herzustellen und eine mediale Kopräsenz zu erzeugen“ (ebd., S. 208). Auch Schier/Schlinzig (2016) berichten in ihrer Arbeit über zahlreiche Praktiken, mit denen sich getrennt voneinander befindende/lebende Familienmitglieder über (digitale) Kommunikationsmedien nicht nur gegenseitig informieren oder austauschen, sondern auch das Gefühl von Zueinandergehörigkeit und Gemeinschaft aufrechterhalten, wie etwa SMS- oder WhatsApp-Nachrichten mit Bezeugungen gegenseitiger Liebe und des Vermissens, Einschlaf-Rituale,

8 Zur Bedeutung von Fotografien in der Familie vgl. z.B. Berger 2013.

9 Aktuell läuft in der Schweiz ein eigenes Projekt zu der bildbasierten Präsentation familialer Ereignisse im Social Web (<http://netzbilder.net/schwerpunkte/familienbilder/>).

gemeinsames Fernsehen/Videoschauen über Skype etc. oder sogar das Zuschalten des abwesenden Familienmitgliedes zum gemeinsamen Abendessen oder anderen Familien-Events. „Die Multimedialität der Smartphones erlaubt überdies eine eher beiläufige Teilhabe am Alltag des/der anderen via Videos, Fotos, Sprachnachrichten oder nicht personell adressierten Facebook-Posts“ (Schier/Schlinzig 2016, S. 5).

Dennoch gibt es widersprüchliche Befunde, was den Einfluss digitaler Medien auf den familiären Zusammenhalt¹⁰ betrifft (vgl. Carvalho 2015, S. 104): Zahlreiche Befunde deuten darauf hin, dass die IKTs die für die Familie genutzte Zeit, die familiäre Bindung und die erlebte Intimität insgesamt erhöhen und die Familienkommunikation verbessern. Einige andere Befunde, finden nahezu gegenteilige Ergebnisse¹¹, wie etwa Tendenzen der Isolierung von Menschen innerhalb eines Haushaltes und Missverständnisse, die aufgrund des Auseinanderfallens von verbaler und non-verbaler Interaktion entstehen (ebd.). Aufgrund dieser Uneindeutigkeit der Befunde wird hier weiterer Forschungsbedarf offenkundig.

3. *Praktiken des „Sich-Ausklinkens“*

Medien werden nicht nur im Sinne eines Sich-Einklinkens in das Geschehen, in Kommunikation, in Aktionen genutzt, sondern auch gegenteilig, über ein Sich-Ausklinken – aus der Kommunikation (Status: offline/nicht erreichbar), aus der Gruppe (Gruppe verlassen/abmelden von Tweets) oder auch aus dem Arbeitszusammenhang (durch Abwesenheitsassistenten u.ä.). Denn wer nur durch virtuelle Aktionen zeigt, dass er anwesend ist, muss auch durch solche Aktionen zeigen, dass er abwesend ist. Lange (2013) zufolge nutzen Familien diese (Funktionen) der Medien auch dafür, um „Zeitoasen“ für die Familie zu schaffen und um „gegen die gesellschaftlichen Zugriffe ihre Eigenzeiten etablieren zu können“ (ebd., S. 63). Sie können so „als bewusste Barrieren gegenüber Entgrenzungen und Leistungszumutungen eingesetzt werden, um eigensinniges, ungestörtes Familienleben zu ermöglichen“ (Lange 2013, S.63). So wird Fernsehen explizit auch als Ablenkung und Zerstreuung, „zur Entspannung und zur Ruhigstellung eingesetzt“ (Lange 2014, S. 496). Durch Medien grenzen sich Familien also einerseits nach außen ab; andererseits werden sie aber auch innerhalb von Familien „nicht nur genutzt, um Kontakte herzustellen und Verbundenheit anzuzeigen, sondern auch, um sich zu entziehen und Dinge geheim zu halten“ (Schier/Schlinzig 2016, S. 9). Sich mit dem Handy, Skype u.ä. auf sein Zimmer zu verziehen, sich aus der Familiensituation rauszunehmen und stattdessen mit den Peers zu kommunizieren kann also auch der (durchaus notwendigen) Abgrenzung von anderen Familienmitgliedern dienen. Ähnliches gilt für den Konsum von Medieninhalten über Fernsehen, DVD, vi-

10 Unter familiärem Zusammenhalt verstehen wir mit Carvalho u.a. (2015, S. 104) die emotionale Bindung zwischen den Familienmitgliedern.

11 Carvalho u.a. (2015, S. 106) sehen diese Widersprüchlichkeit insbesondere in dem Mangel standardisierter Instrumente und den starken Unterschieden in den Anlagen und Stichproben der Studien begründet

deo-on-demand etc.: „Aufgrund der Verfügbarkeit von mehreren Fernsehern in den Familien ist das alleinige bzw. das gemeinsame Fernsehen eine wichtige Option des Doing Family im Sinnes eines Sich-Ausklinkens aus einer dominierenden anforderungsgeprägten Zeitorientierung“ (Lange 2014, S. 496).

Die Frage, die sich an dieser Stelle daher stellt ist, inwieweit digitale Medien nicht nur der Vergemeinschaftung sondern (gleichzeitig) auch der Vereinzelung dienen. Carvalho u.a. (2015) etwa verweisen auf spanische bzw. portugiesische Studien, die kritisch anmerken, dass sich manche Jugendliche durch die Nutzung (digitaler) Medien in ihren Zimmern zunehmend isolieren und folgern daraus: „Street culture has been changed to room culture“ (Carvalho u.a. 2015, S. 102). Auch Monz (2016) weist in ihrer Studie zu den Paarbeziehungen auf das Konfliktpotential hin, welches ein Sich-Ausklinken aus der gemeinsamen Situation durch das Reagieren auf plötzliches Klingeln des Mobiltelefons oder auf eingegangene Nachrichten verursachen kann. Es wird „häufig als Desinteresse und Mangel an emotionaler Verbundenheit interpretiert wird und führt somit zu Konflikten unter den Partnern/Partnerinnen und zu einer hohen Frustration hinsichtlich der Qualität der Paarbeziehung“ (vgl. Monz 2016, S. 209). Ob sich tatsächlich Konflikte ergeben, hängt jedoch unter anderem vom Paarkonzept der Akteure ab, sowie von dem Verständnis vom „Da-Sein“ oder des „Zusammenseins“ (Schinkel 2013 zitiert nach Monz 2016, S. 209). Auch hier wird weiterer Forschungsbedarf deutlich: Wann, wo und für wen ergeben sich aus der Funktion des „Sich-Ausklinkens und Ruhigstellens“ Konflikte und wo werden sie als positives und notwendiges Mittel der Lebensführung eingesetzt.

4. Medien als ‚Taktgeber‘ des Alltags

Das familiäre Alltagsleben basiert wesentlich auf Routinen und Ritualen, welche die Abläufe des Familienlebens erleichtern und ihnen Struktur geben. Auch digitale Medien können als soziale Zeitgeber im Alltag wirken (vgl. Neverla 2010). Schon immer hatten Medien eine Zeitordnung (ebd.), viele haben es noch heute: Tages-, Wochen- Monatszeitschriften, aber auch das Fernsehen mit Sendungen auf festen Sendeplätze, wie dem Tatort oder der Tagesschau, werden in der Lebensführung zu „einem festen Orientierungspunkt im Wochengeschehen“ (Lange 2013, S. 69). Fernsehen dient damit auch der Strukturierung von Alltag: „Die mit den Medien transportierten Inhalte liefern vielfältige Anlässe der Strukturierung des Tages- und Wochenablaufs. Gemeinsame Lieblingsserien und -bands bieten gemeinsamen Gesprächsstoff und stellen damit Material für die sozialen Beziehungen der Familienmitglieder bereit“ (Jurczyk u.a. 2009b, S. 5).

Aber auch hier wird Forschungsbedarf deutlich: Time-shift-Funktionen oder video-on-demand machen zeitversetztes oder gar ganz selbst bestimmten Medienkonsum möglich. Das Beziehungshandeln insgesamt verändert sich, verliert zunehmend an Verbindlichkeit und kann so auch de-

strukturierend und ständig reversibel wirken (vgl. Vorderer 2015). Auch dies ermöglicht es einerseits die Zeit nach den eigenen Bedürfnissen zu strukturieren, führt aber andererseits auch hier zu weniger Handlungs- und Verhaltenssicherheit, denn Routinen haben auch in Bezug auf Medienhandeln eine entlastende Funktion (vgl. Neverla 2010). Förderliche und kritische Aspekte dieser Entwicklung sind noch kaum wissenschaftlich erforscht.¹²

5. Sicherheits-/Kontrollfunktion

Grundsätzlich schafft die Möglichkeit (potenziell) ständiger Erreichbarkeit ein Gefühl der Sicherheit, insbesondere bei Eltern: „This device is seen as a key way for modern families to [...] ensure children’s safety (e.g., means of communication in emergency situations)“ (Carvalho u.a. 2015, S. 103). Dieser Nutzen hat ebenfalls eine problematische Seite, so können Handy und Co. „zur Absicherung der Betreuung oder auch zur Kontrolle der Kinder eingesetzt werden“ (Jurczyk u.a. 2009b, S. 5). Über Tracking-Apps kann ohne das Wissen der Kinder ermittelt werden, wo sie sich gerade aufhalten. Einige Apps ermöglichen es den Eltern sogar ihren Kindern das Handy zu sperren, wenn diese nicht auf ihre Anrufe/Nachrichten reagieren.¹³ Vorderer (2015) subsumiert dies unter der Entwicklung „soziale Kontrolle ersetzt Vertrauen“ (ebd. S. 7). So sind über zahlreiche Internetdienste Online-Zeiten nachvollziehbar, es gibt Informationen, ob Mails oder Nachrichten empfangen und/oder sogar gelesen wurden. All dies verstärkt das Gefühl von, sowie das Bedürfnis nach ständiger Erreichbarkeit und provoziert Konsequenzen wie „Sorgen aufgrund einer Online-Abwesenheit, Ärger, Trauer oder Enttäuschung aufgrund einer ausbleibenden Antwort oder auch Freude aufgrund einer sofortigen Reaktion“ (Vorderer 2015, S. 7). Über den eigenen Partner kann so ebenfalls medienvermittelt soziale Kontrolle ausgeübt werden (vgl. Monz 2016). Diese gleichzeitig wichtige, gleichzeitig problematische Funktion der medienvermittelten Kommunikation in Familien macht deutlich, dass sich in Umgang und Nutzung digitaler Medien zum Teil erst noch neue Umgangsweisen ausbilden müssen, „etwa hinsichtlich der Latenzzeiten für Antworten sowie des Zulassens einer unkontrollierten Mobilität von Kindern“ (Schier/Schlinzig 2016, S. 8). Auch hierzu wären weitere Forschungsprojekte wünschenswert.

Fazit: Vergemeinschaftung vs. Vereinzelung?

Vorderer (2015) spricht von dem neuen Lebenswandel im POPC-Modus – permanently online, permanently connected (ebd., S. 5). Die permanente Verknüpfung mit Beziehungspartnern, Freunden, Kolleginnen dient also der Vergemeinschaftung und verringert interpersonale Distanzen auf ein Minimum. Das Gefühl ständiger Erreichbarkeit kann dabei räumliche Nähe ein Stück weit ersetzen (vgl. Vorderer 2015). Damit einher geht jedoch eine

12 Eine kommerzielle Untersuchung zu Thema findet sich unter http://www.wuv.de/medien/video_on_demand_schafft_frieden_vor_der_glotze.

13 <http://www.zeit.de/digital/mobil/2014-09/eltern-apps-ueberwachung-ignore-no-more>

„massiv gestiegene Erwartung an die Erreichbarkeit“ (Vorderer 2015, S. 6) unserer „relevant others“ (ebd.), den Partnern, Freunden, Kollegen, Angehörigen und Bekannten. Dies macht einerseits auch ein bewusstes „Sich-Ausklinken“ aus Interaktions- und Kommunikationszusammenhängen nötig, was andererseits als Prozess der Vereinzelung oder Isolation gedeutet werden könnte. Insgesamt lässt sich festhalten: Medienbasierte Praktiken werden körperliche Kopräsenz nie ganz substituieren können, sondern „eher komplementär zu und in enger Verknüpfung mit Interaktionen in physischer Kopräsenz gelebt“ (Schier/Schlinzig 2016, S. 6) werden.

2.3 Medienerziehung in der Familie

Hat sich bisher deutlich herauskristallisiert, dass (digitale) Medien aus unserem Leben und Handeln nicht mehr wegzudenken sind, so stellt sich zwangsläufig auch die Frage nach deren Stellenwert als Sozialisationsinstanz bzw. als Gegenstand von Erziehungsfragen. Diesen beiden Aspekten widmet sich das vorliegende Kapitel.

Medien als Sozialisationsinstanz

Sozialisation lässt sich beschreiben als „lebenslanger Prozess der Entwicklung sozialer Handlungsfähigkeit in wechselseitiger Auseinandersetzung zwischen aufeinander bezogenen Akteuren, Gruppen und physikalisch-materiellen Gegebenheiten“ (Walper u.a. im Druck). Es handelt sich somit um die Persönlichkeitsentwicklung des Einzelnen durch die produktive Auseinandersetzung mit ihrer/seiner Umwelt (vgl. Hurrelmann 2002). Neben der Familie als sogenannte primäre Sozialisationsinstanz gibt es auch weitere (sekundäre und tertiäre) Sozialisationsinstanzen wie beispielsweise die Schule, die Peers, aber auch die Medien.

Gerade bei den älteren (digitalen) Medien mit einseitigem Sendekanal (gemeint sind v.a. Massenmedien wie das Fernsehen) ist der Anspruch auf wechselseitige Auseinandersetzung jedoch nur bedingt gegeben. Da der Zuschauer nur empfängt, aber selbst nichts sendet, fehlt die Möglichkeit der wechselseitigen Koordination zwischen einer Medienfigur (Persona) und dem Rezipienten (z.B. Fernsehpublikum). Beispielsweise werden Fernsehzuschauer zwar von den medial dargestellten Entitäten beeinflusst, deren Reaktionen wiederum (lachen, applaudieren, etc.) haben jedoch keinen unmittelbaren Einfluss auf die Fernsehfiguren. Das Charakteristische von Interaktionen, nämlich das wechselseitige aufeinander Wirken von Akteuren, welches wiederum deren Interessen, Motive und Stimmungen beeinflusst, fällt somit weg. Man spricht dann von einer asymmetrischen Interaktionsform bzw. von parasozialer Interaktion (kurz PSI) (vgl. Schramm/Hartmann, 2010).

In früheren Forschungen standen sich zwei Auffassungen mehr oder weniger unversöhnlich gegenüber: die erste, die die Menschen als Opfer der Medien sah und untersuchte, inwieweit die Medien auf die Menschen quasi ungefiltert einwirkten und die zweite, die die Menschen als komplett autonom, kompetent und selbstbestimmt das Medienangebot selektierend

wahrnehmung und der Frage nachging, was die Menschen mit den Medien machen (vgl. Aufenanger 2008). Die Mediensozialisation hat sich mittlerweile aus diesem Dilemma gelöst und die Überlegungen der Sozialisationsforschung auf den Bereich der Medien konsequent angewendet, mit dem Ergebnis: „Menschen und Medien interagieren miteinander und die Einflüsse müssen in diesem Wirkgefüge gesehen werden“ (ebd., S. 88). Somit lässt sich „Mediensozialisation als Prozess verstehen, in dem sich das entwickelnde Subjekt aktiv mit seiner mediengeprägten Umwelt auseinandersetzt, diese interpretiert sowie aktiv in ihr wirkt und zugleich aber auch von Medien in vielen Persönlichkeitsbereichen beeinflusst wird“ (ebd., S. 88).

Wenn auch die Wechselseitigkeit als eigentliche Voraussetzung für Sozialisation auf den ersten Blick insbesondere bei den älteren digitalen Medien nicht direkt gegeben ist, nehmen (zumindest indirekt) die Medienkonsumenten Einfluss auf die Medienwelt. Beispielsweise durch ihre (mehr oder weniger) gezielte Auswahl der Mediennutzung, durch Leser-/Zuschauerbriefe bzw. E-Mails, durch Feedback in Internetforen etc., wodurch eine gewisse Wechselseitigkeit – wenn auch mittelbar – wieder gegeben ist. Und spätestens seit dem sogenannten Mitmach-Web (Web 2.0, vgl. Kapitel 1.2) finden sich zahlreiche Möglichkeiten der Mediengestaltung, die auch für weniger technikaffine Nutzer einfach zu bewerkstelligen sind, z.B. das Gestalten und Pflegen einer eigenen Homepage via facebook oder das Einstellen von Filmen bei YouTube als nur zwei von vielen denkbaren Möglichkeiten. Hier sind direkte Rückkopplungen an die Interaktionspartner durchaus möglich oder werden sogar eingefordert. Gerade mit den neuesten technischen Entwicklungen wird die direkte wechselseitige Beeinflussung von Mensch und Medien immer offensichtlicher. Menschen sind nicht mehr nur reine Konsumenten von Medienangeboten, sondern prägen die medialen Inhalte ausdrücklich mit, gestalten sie sogar teilweise selbst und werden Teil der Medienwelt. Beispielsweise könnten facebook oder YouTube ohne aktive Teilnahme und eigene Mediengestaltung in der jetzigen Form gar nicht existieren, gleichzeitig beeinflussen sie aber auch ihre Nutzer.

Dieser sozialisierenden Wirkung der Auseinandersetzung durch und mit Medien kommt insbesondere (aber nicht nur) im Jugendalter eine wichtige Rolle zu. Denn diese Lebensphase ist geprägt von verschiedenen Entwicklungsaufgaben mit dem Ziel, eine eigene Persönlichkeit auszubilden (vgl. Niederbacher/Zimmermann 2011) und die Medien können (und sollen) hierzu einen eigenen Beitrag leisten (vgl. Süß u.a. 2010). Zwar bieten auch Medien wie das Fernsehen durch die oben angesprochene parasoziale Interaktion mit verschiedenen Medienfiguren (Moderatoren, Schauspielern, Musikern, Sportlern, etc.) zum einen die Möglichkeit, verschiedene Charaktere und Lebensentwürfe kennenzulernen. Zum anderen kann der Zuschauer aufgrund der fehlenden direkten Rückkopplung der eigenen Reaktion an die Medienfigur auch sehr frei auf bestimmte Szenen reagieren, ohne Sanktionen dafür fürchten zu müssen (vgl. Schramm & Hartmann, 2010) oder sich für die Zeit des Rezipierens mit der Medienfigur identifizieren, auf diese Weise eine Gruppenzugehörigkeit erfahren und gleichzeitig spielerisch in

neue Rollen schlüpfen bzw. bestimmte Identitäten erproben und Antworten auf Fragen wie „Wer bin ich?“ erhalten (vgl. ebd.).

Die neuen, digitalen und interaktiven Medien (Stichwort Web 2.0) bieten hier aber nochmal sehr viel mehr Freiheiten und Möglichkeiten, als sie Massenmedien wie das Fernsehen bereitstellen konnten. Denn Medienfiguren sind immer schon in gewisser Weise geformte Charaktere und durch die Medienmacher vorselektiert. Die neuen digitalen Angebote und Dienste erlauben (und vereinfachen) es jedoch, Medien nicht nur einseitig zu nutzen, sondern auch selbst (mit-) zu gestalten und medial präsent zu werden, so dass eine Identifikation, Interaktion, aber auch Auseinandersetzung mit viel mehr Charakteren des alltäglichen Lebens (und nicht nur mit den vorselektierten früheren Medienfiguren) möglich ist. So können zwei Zuhörer in Call-in-Radiosendungen miteinander über diverse Themen diskutieren und sich und die eigene Meinung öffentlich machen. Über online-basierte soziale Netzwerke und Plattformen wie Twitter können sich Individuen fast grenzenlos selbst darstellen, zu sämtlichen gesellschaftlichen Themen Stellung nehmen oder via eigener (Kurz-)Filme auf Seiten wie YouTube prinzipiell die ganze Welt mit ihren Botschaften erreichen.

Insbesondere soziale Netzwerke wie facebook bieten eine gute Plattform für das vielfältige Erproben zeitlich begrenzter (medialer) Selbstinszenierung (vgl. Schorb 2009). Bestimmte Vorlieben und Interessen an Themen sind durch einen Klick auf den „Gefällt mir“- Button zeitnah aller Welt mitgeteilt und auch die Zugehörigkeit zu bestimmten Jugendszenen (am Beispiel der Musik vielleicht heute Punk, morgen Hip-Hopper und übermorgen Rocker) sind im Internet schneller und unproblematischer gewechselt, als im echten Leben. Eigene Kompetenzen (vom Häkeln über Handwerken bis hin zu mathematischen Fähigkeiten) können durch online gestellte Videos einfach und unproblematisch der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden und Bewertungen des eigenen Könnens folgen meist auch prompt.

Zusätzlich bieten neue mobile Endgeräte die Möglichkeit (manchmal aber auch den Druck), nahezu jederzeit und an jedem Ort diese Dienste auch zu nutzen und so immer und überall mit Freunden und der Welt in Verbindung treten zu können. Der Einzelne wird immer mehr vom reinen Rezipienten zum Mitgestalter seiner eigenen medialen Umwelt.

Wobei hier noch einschränkend zu erwähnen ist, dass diese neuen Möglichkeiten der Technik letztlich nur ein Nutzungsangebot darstellen. Niemand (außer vielleicht aus sozialem Druck) ist gezwungen, all diese Möglichkeiten zu nutzen. Jeder kann versuchen, sich der neuen Medienwelt zu entziehen und auf entsprechende Konten bei sozialen Netzwerken verzichten. Es können auch Inhalte anderer rezipiert, eigene Rückmeldungen gegeben werden, ohne selbst Eigenes zu gestalten. In der Realität wird dieser bewusste Verzicht auf digitale Medien jedoch immer schwieriger.

Fazit: Medien sind wichtige Sozialisationsinstanz und Teil des Alltags von Kindern und Jugendlichen

Anders als vielleicht im Leben von Erwachsenen, sind digitale Medien aus dem Sozialisationsprozess von Kindern und insbesondere von Jugendlichen

nicht mehr wegzudenken. Das spielerische Ausprobieren von Identitäten, der unkomplizierte Wechsel von Gruppenzugehörigkeiten oder schlichtweg die Möglichkeit sich schnell und zeitnah Information zu verschiedenen Themen oder jugendrelevanten Veranstaltungen zu beschaffen, sind wesentliche Kernelemente des heutigen Aufwachsens in der Bundesrepublik. (Digitale) Medien sind im Prozess der Ausbildung einer eigenen Identität im Jugendalter selbstverständliche Begleiter. Ein konsequenter Verzicht auf Medienteilhabe scheint kaum möglich. Medien und hier insbesondere die in den letzten Jahren verstärkt nachgefragten mobilen Endgeräte werden immer präsenter, nicht nur im Leben von Jugendlichen, sondern auch bereits bei Kindern (vgl. Kapitel 1.2). Sie werden von beiden Gruppen wie selbstverständlich in die alltägliche Lebensführung integriert (vgl. Zerle/Lange 2010).

Damit die Heranwachsenden durch die Omnipräsenz der (digitalen) Medien aber nicht überfordert werden, wird Medienkompetenz als „Fähigkeit zur aktiven, selbstbestimmten und sozial-verantwortlichen Auseinandersetzung mit Medien“ (Aufenanger 2008, S. 88) immer wichtiger. Was dies beinhaltet, inwieweit hierbei die Eltern gefragt sind und welche Handlungsbedarfe bestehen, ist Thema des folgenden Abschnitts.

Medienerziehung und Medienkompetenzerwerb

Zur Notwendigkeit einer Medienerziehung

Ganz selbstverständlich wischen bereits Kleinkinder heute über das Tablet der Eltern, Spiele-Apps werden immer mehr auf den elterlichen Smartphones für den Zeitvertreib der Kleinen installiert und gleichzeitig haben Hör- und Bilderbücher dennoch nicht ausgedient. Die verschiedenen Medien und ihre jeweiligen Vorteile, wie beispielsweise die ort- und zeitunabhängige Nutzung digitaler Medienangebote auf mobilen Endgeräten, werden oft souverän miteinander kombiniert und sind Teil bereits des kindlichen Alltags geworden. Kinder und insbesondere Jugendliche sind immer mehr mit eigenen (mobilen) Endgeräten ausgestattet und können dadurch immer freier entscheiden, wann sie welche Medien, in welchem Umfang nutzen. Technische Grenzen gibt es kaum, reglementiert wird die mobile Internetnutzung maximal noch über den Preis, was in Zeiten von Flatrates aber auch immer weniger wird. Gleichzeitig bringen die neuen digitalen Medien aber auch Probleme mit sich, wie die Gefahr der Verinselung, den Druck, immer erreichbar zu sein und – gerade für Kinder und Jugendliche relevant – nicht aufgrund fehlender technischer Ausstattung ausgegrenzt zu werden. Und gerade weil die Nutzung digitaler Medien und die Verbindung ins Internet immer zeit- und ortsunabhängiger wird, wird es auch für die Eltern immer schwieriger die Mediennutzung ihrer Kinder im Auge zu behalten. So ist es während des Aufwachsens wichtig, nicht nur den Umgang mit den neuen digitalen Medien einzuüben, sondern auch sich bewusst zu machen, wo Fallstricke lauern können und wo der einzelne Nutzer möglicherweise selbst Grenzen setzen sollte.

Unter dem Stichwort Medienkompetenz hat Dieter Baake bereits Mitte der 1990er Jahre hierunter vier wesentliche Aspekte subsummiert. Für ihn

beinhaltet Medienkompetenz neben sowohl rezeptiver als auch interaktiver (1) Mediennutzung ebenso (2) Wissen über die Medien sowie über deren Macher (Medienkunde), die Möglichkeit, (3) Medien zu gestalten und zu guter Letzt auch (4) die Fähigkeit, Medien kritisch und reflexiv gegenüberstehen zu können, mögliche gesellschaftliche Auswirkungen absehen zu können und dieses Wissen reflexiv auf das eigene Medienhandeln übertragen zu können; kurz Medienkritik (vgl. Baake 1996). Hugger (2008) fasst Medienkompetenz auch zusammen als nötige „Wissensbestände über Medien, sowie die Fähigkeit, Medien souverän bedienen, kritisch beurteilen und kreativ gestalten zu können“ (ebd., S. 93), was insbesondere mit dem Anstieg der neuen interaktiven digitalen Medien wohl immer wichtiger wird. Einige dieser Fähigkeiten und Kenntnisse erwirbt das Individuum in der Auseinandersetzung mit den Medien sozusagen nebenbei (vgl. Tillmann/Hugger 2014). Teilweise ist eine gezielte Medienerziehung von institutioneller Seite oder durch Eltern notwendig, die hierfür ihrerseits eine ausreichende Sensibilisierung für die Problematik der (neuen) Medien mitbringen müssen.

Medienerziehung beinhaltet dabei „alle Aktivitäten und Überlegungen in Erziehung und Bildung [...], die das Ziel haben, ein humanes bzw. verantwortliches Handeln im Zusammenhang mit der Mediennutzung und Mediengestaltung zu entwickeln“ (Tulodziecki 2008, S. 110). Es geht also nicht darum, sämtliche Medieneinflüsse von Kindern und Jugendlichen fernzuhalten. Dies ist in der heutigen Zeit auch weder möglich noch sinnvoll um gesellschaftliche Partizipation zu ermöglichen. Institutionen wie Kindergarten und Schule sehen die Notwendigkeit von Medienerziehung zwar durchaus gegeben, Studien zeigen aber, dass noch um die Jahrtausendwende in Kindergärten die Bemühungen vorherrschten, Medien gezielt aus dem Betreuungsalltag zu verbannen und auch in Grundschulen kaum medienerzieherische Aktivitäten zu beobachten waren (vgl. ebd.). Wohl nicht zuletzt aufgrund der Allgegenwärtigkeit von Medien hat hier in den letzten Jahren unbestritten ein Umdenken stattgefunden, so dass viele Institutionen versuchen, gezielt Medien und den Umgang damit in den Betreuungs- und Bildungsalltag zu integrieren. Da die Familie als Primärsozialisationsinstanz und aufgrund der Zeit, die die Kinder hier verbringen, jedoch den wichtigsten Stellenwert hat, obliegt die Medienerziehung mit dem Ziel, einen informierten, bedachten und kompetenten Umgang mit Medien auszubilden, insbesondere den Eltern.

Vieles lernen die Kinder und Jugendlichen bereits nebenbei, indem sie z.B. das Verhalten der Eltern als Vorbild nehmen (vgl. Süß 2010). Teilweise ist es aber auch wichtig, dass Eltern bewusst die Mediennutzung ihrer Kinder nicht nur steuern und zeitlich reglementieren, sondern auch über Medieninhalte, Nutzung verschiedener Angebote und deren (auch rechtliche) Konsequenzen mit ihren Kindern sprechen. Insofern sind Medien im Sinne eines bewussten und zielgerichteten Medienerziehungsverhaltens vom familialen Alltag nicht mehr wegzudenken.

Da das Feld der Medienpädagogik hier aber noch relativ weit und unscharf ist, fehlen den Eltern oft klare Erziehungsziele und Orientierungen hinsichtlich des Medienumgangs ihrer Kinder (vgl. Süß u.a. 2010). Zum

einen ist ihnen oft nicht klar, in welchem Maße Mediennutzung in welchem Alter der Kinder empfohlen wird, zum anderen fühlen sie sich oft selbst nicht ausreichend über die neuen digitalen Medien informiert, um ihre Kinder kompetent begleiten zu können. Gerade die häufig negative öffentliche Berichterstattung führt bei den Eltern zu weiteren Verunsicherungen darüber, ab wann welcher Medienkonsum und in welchem Umfang in welchem Alter erwünscht oder gefördert bzw. zumindest als unproblematisch angesehen werden kann (vgl. ebd.). Zwar bieten sich bezüglich der Medienerziehung ebenso wenig wie bei der alltäglichen Erziehung allgemeingültige Patentlösungen an, dennoch scheinen insbesondere Eltern, die selbst eher weniger Erfahrungen mit den neuen Medien haben, hier weitere Unterstützung zu benötigen (Europäische Kommission 2008; zitiert nach Süß u.a. 2010). Empirisch zeigt sich, dass analog zum übrigen Erziehungsverhalten die Regeln und Vorschriften bezüglich der Mediennutzung mit zunehmendem Alter des Kindes abnehmen. Dies mag auch daran liegen, dass mit zunehmendem Alter die Heranwachsenden immer mehr eigene mobile Endgeräte haben und aufgrund der flexiblen Einsatzbereiche die Eltern dann letztlich deren Konsum immer weniger vor Augen haben, was erneut die Relevanz einer frühzeitigen Sensibilisierung der eigenen Mediennutzung auf Seiten des Kindes betont.

Ziele der Medienerziehung

Nach Lange (2014) verbinden Eltern mit der Medienerziehung im Wesentlichen zwei Ziele: Sie möchten zum einen ihren Kindern Spiel und Spaß (auch mit Medien) ermöglichen und zum anderen deren Medienkompetenzen fördern, auch um langfristig eine gelungene Platzierung am Arbeitsmarkt zu ermöglichen (vgl. ebd. 2014). Zudem geht es den Eltern bei der Medienerziehung darum, ihre Kinder kurz- und mittelfristig vor Gefahren insbesondere des Internets zu schützen. Denn stehen bei Eltern von jüngeren Kindern (bis neun Jahre) Sorgen über den Fernsehkonsum im Fokus, wird mit zunehmendem Alter und zunehmender Nutzung das Internet verstärkt zum Gegenstand der Besorgnis (vgl. Hasebrink u.a. 2012).

Insgesamt zeigt sich, dass hohe Besorgnis um den Medienkonsum der Kinder auch mit mehr Regeln einhergeht. Wie die vom ZDF und der Hans-Bredow-Stiftung in Auftrag gegebene Studie zeigen konnte, sorgen sich vor allem die Eltern um den Medienkonsum ihrer Sprösslinge, wenn diese sich gerade am Übergang zwischen Kindheit und Jugendalter befinden (12- bis 13-Jährige) (vgl. ebd.). Und genau in diesem Alter der Kinder finden sich dann auch die häufigsten Reglementierungen des Medienkonsums (vgl. Süß u.a. 2010). Ab einem Alter von in etwa 13 Jahren gehen die medienbezogenen Sorgen der Eltern insgesamt dann wieder zurück (vgl. Hasebrink u.a. 2012) und auch die Regeln zur Mediennutzung werden wieder weniger (vgl. Süß u.a. 2010). Ob dies der Fall ist, weil Eltern ihre Kinder dann für ausreichend medienkompetent halten oder weil ihnen schlichtweg die Kontrollmöglichkeiten fehlen, muss an dieser Stelle offen bleiben. Und auch bezüglich rechtlicher Fallstricke wie Urheberrecht oder Privatheit im Internet scheinen Kinder und Jugendliche nicht ausreichend sensibilisiert zu sein, wie eine Studie des JFF zeigen konnte. Hier fehlt oft schlichtweg das Be-

wusstsein dafür, warum es problematisch sein könnte, zu viel von sich (und auch anderen) preiszugeben und sich beispielsweise die Möglichkeit zur medialen Selbstdarstellung mitunter über die Abtretung der Nutzungsrechte zu erkaufen (vgl. Wagner u.a. 2009).

Mit Blick auf Gewalt im Internet konnten Lange und Sander (2010) herausarbeiten, dass die meisten Eltern zwar glauben zu wissen, was ihre Kinder im Netz machen, dies aber nur teilweise stimmt. Denn fragt man die Jugendlichen selbst, zeigt sich, dass ein Viertel der 12- bis 19-Jährigen schon mindestens einmal Gewalt im Netz gesehen hat (vgl. Lange/Sander 2010). Dies stellten auch Kammerl u.a. (2012) in ihrer Studie zur exzessiven Internetnutzung in Familien (EXIF) fest und pointieren ihr Fazit wie folgt: „Die Eltern wissen oft nicht genau, was ihr Kind am Computer und im Internet macht, kennen sich häufig mit den digital-interaktiven Medien nicht so gut aus, weshalb sie die Medienaktivität des Jugendlichen nicht nachvollziehen und verstehen können. Die Eltern fühlen sich dadurch überfordert und besitzen kein angemessenes Bewusstsein für eine Vorbildrolle. Es gilt, die Medienkompetenz der Eltern zu stärken, damit diese angemessene medienerzieherische Maßnahmen ergreifen können“ (ebd., S. 141).

Dieses Problem der unzureichenden Informiertheit erkennen auch die Eltern. Von ihnen sind drei Viertel davon überzeugt, dass Kinder und Jugendliche am besten vor negativen Einflüssen des Internets geschützt sind, wenn sie ausreichend über Risiken informiert sind und wissen, wie sie sich schützen können (vgl. Hasebrink u. a. 2012).

Setzen von Regeln und Grenzen als wesentlicher Teil der Medienerziehung

Was das Setzen von Regeln bezüglich der Mediennutzung angeht, scheinen Eltern vor allem dann aktiv zu werden, wenn sie das Gefühl haben, das Mediennutzungsverhalten ihrer Kinder könnte pathologische Züge annehmen oder wenn bereits erste Probleme auftreten (vgl. Süß 2010; Süß u.a. 2010). Konflikte bezüglich der Mediennutzung in der Familie betreffen nach Angaben der Jugendlichen selbst vornehmlich die Nutzungsdauer des Handys im familiären Alltag. Ärger wegen zu häufigem Fernsehen gibt es dagegen seltener und die Nutzung nicht-elektronischer Medien wie Bücher wird in der Regel nicht problematisiert (vgl. Süß u.a. 2010; JIM 2015). Die Konflikte innerhalb der Familie bezüglich der Mediennutzungsdauer nehmen insgesamt mit steigendem Alter der Kinder ab (vgl. JIM 2015).

Dass die Jugendlichen seltener Konflikte bezüglich ihres Fernsehkonsums haben, könnte damit zusammenhängen, dass dieser von den Eltern sehr viel stärker reglementiert wird als die Internetnutzung. 55 Prozent der befragten Eltern von 16-Jährigen setzen zeitliche und/oder inhaltliche Einschränkungen zum Fernsehkonsum, bezüglich der Internetnutzung tun dies aber nur 48 Prozent der Eltern und laut Lange und Sander (2010) geht ein Drittel der 12- bis 18-Jährigen stets allein ins Internet. Zwar machen sich Eltern insbesondere Sorgen darüber, dass ihr Kind zu viel von sich im Internet preisgibt oder zu viel Zeit im Internet verbringt, letztlich weiß aber ca. die Hälfte der Eltern nicht genau, was ihr Kind eigentlich im Internet tut (Deutsche Telekom 2014).

Wenn Eltern die Internetnutzung ihrer Kinder reglementieren, dann unterscheiden sie in der Regel auch genauer danach, was mit welchem Endgerät im Internet gemacht werden darf. So differenzieren sie beispielsweise zwischen allgemeiner Internetnutzung und Nutzung von social media, bzw. beim Mobiltelefon zwischen Telefonieren und Internetnutzung etc. Konkret verbieten Eltern insbesondere, Daten im Internet preiszugeben und sich offline mit online-Kontakten zu treffen (vgl. Süß u.a. 2010). Hier zeigen sich mitunter große Unterschiede zwischen den Eltern: Die einen setzen gar keine Regeln, die anderen sehr gezielt. Möglicherweise hängt das auch stark mit der eigenen Mediennutzung und -kompetenz zusammen.

Andere, technische Reglementierungen wie Jugendmedienschutz-Software zur Einschränkung der Internetnutzungsmöglichkeiten sind bei den Eltern insgesamt eher weniger bekannt und werden auch von den Eltern, die von diesen Möglichkeiten wissen, dennoch selten eingesetzt (vgl. Hasebrink u.a. 2012; Knop u.a. 2015). Dies ist insofern verwunderlich, als Eltern zum einen beklagen, dass sie sich mit der Medienerziehung der Kinder überfordert und allein gelassen fühlen, von Experten bereitgestellte technische Lösungen zur Kontrolle bestimmter Medieninhalte dann aber trotzdem nicht nutzen. Möglicherweise fehlen den Eltern hier detailliertere Informationen zum Zugang sowie zur Funktionsweise derartiger Software. Denkbar wäre aber auch, dass sie den Kindern zwar Regeln in der Internetnutzung mitgeben wollen, gleichzeitig aber nicht zu sehr in deren Medienkonsum eingreifen wollen um einen reflektierten und selbstbestimmten Umgang mit den Medien zu fördern.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Internet mit seinen sehr umfangreichen Nutzungsmöglichkeiten und vor allem der Vormarsch der mobilen Endgeräte wie dem Smartphone den Eltern die größten Sorgen bereiten. Sie berichten zum einen, dass ihre Kinder sich oft besser auskennen als sie selbst und sie sich dadurch oft machtlos, ohne Kontrolle und überfordert fühlen, zum anderen ist ihnen die Notwendigkeit einer Medienerziehung aber durchaus bewusst (vgl. Knop u.a. 2015) Dieses Dilemma gepaart mit dem fehlenden Einsatz technischer Schutzmaßnahmen stellt Eltern nach wie vor immer wieder vor große Herausforderungen (vgl. Hasebrink u.a. 2012) mit dem Ergebnis, dass rund 15 Prozent der befragten Eltern in einer Studie angeben, so gut wie gar keine Handyerziehung zu betreiben (vgl. Knop u.a. 2015).

Vorbildfunktion der Eltern

Schon aufgrund des ständigen *Mitmach-Drucks*, der von Seiten der Peers auf den Kindern und Jugendlichen lastet, sollten die Eltern aber auch bedenken, dass zu viele Medienverbote auch nicht unbedingt förderlich sind. Neben dem Setzen von klaren Regeln und Grenzen werden somit das Vorleben eines bedachten und kompetenten Medienumgangs durch die Eltern sowie die Kommunikation über Medieninhalte und -probleme zu weiteren wichtigen Aspekten der Medienerziehung. Unter anderem die KIM-Studien machten deutlich, dass die Medienbindung der Kinder sehr stark mit der Medienbindung der Eltern zusammenhängt. Kinder, deren Eltern Bücherle-

sen dem Fernsehen vorziehen, nennen auch häufiger Bücher als Lieblingsmedium und vice versa (vgl. Süß u.a. 2010). Eltern sollten ihren Medienkonsum also mit Bedacht auswählen und sich dabei immer bewusst machen, dass ihre Kinder sich viel sozusagen nebenbei aneignen, auch weniger erwünschte Verhaltensweisen.

Zudem ermöglicht die gemeinsame Mediennutzung und damit einhergehend die Kommunikation über konsumierte Medieninhalte gerade jüngeren Kindern, bewusster und reflektierter mit Medieninhalten umgehen zu können und das Konsumierte richtig einzuordnen. Wichtige Voraussetzung hierfür ist jedoch ein ausreichend reflektierter und informierter Medienumgang der Eltern selbst, kurz Medienkompetenz der Eltern. Über verschiedene Studien hinweg schätzten sich Eltern in ihrer eigenen Medienkompetenz aber auch heute noch eher schlecht ein, wobei insbesondere Mütter sich weniger kompetent fühlen als Väter (vgl. FIM 2011; Knop u.a. 2015). Und insbesondere was das richtige Maß an Medienkonsum anbelangt fühlen sich Eltern insgesamt sehr unsicher und schlecht beraten. Zwar gibt es von verschiedenen Seiten Handreichungen und Empfehlungen, aber laut empirischen Ergebnissen orientieren sich Eltern am ehesten an der Medienerziehung von Freunden und Bekannten und weniger an offiziellen Handreichungen (vgl. Knop u.a. 2015).

Fazit: Eltern wünschen sich mehr Unterstützung bei der Medienerziehung, nutzen bisherige Angebote aber kaum

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass ein Leben ohne die digitalen Medien kaum mehr vorstellbar ist und ein bewusster und verantwortungsvoller Umgang mit Medien somit zu einem wichtigen, unabdingbaren Erziehungsziel geworden ist. Die Eltern äußern hierbei jedoch einerseits mehr Unterstützungswünsche, andererseits nehmen sie die Hilfen, die ihnen bereitgestellt werden, bisher kaum in Anspruch. Einigkeit herrscht darüber, dass ein erweiterter Bedarf an Schutzmaßnahmen für die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen besteht. Fast alle befragten Eltern sehen sich hier zwar einerseits selbst in der Verantwortung, sehen andererseits aber ebenso zusätzlichen Handlungsbedarf bei den verantwortlichen Medienmachern, Bildungsinstitutionen sowie der Politik. Die aktuell bestehenden Jugendmedienschutzmaßnahmen werden von der Mehrheit der befragten Eltern als zu wenig effektiv eingeschätzt (vgl. Hasebrink u.a. 2012). Somit bleibt die Verantwortung zunächst ganz klar auf Seiten der Eltern, die ihrerseits für eine gelingende Medienerziehung ausreichend Medienkompetenz benötigen.

3 Digital Divide

3.1 Digitalisierung und soziale Ungleichheit

Heute nutzen 77,6% der Menschen in Deutschland das Internet¹⁴ (vgl. Initiative D21/TNS Infratest 2015, S. 54). Zwischen 2001 und 2011 ergab sich hier ein Anstieg von 37,0% in 2001 auf mehr als das Doppelte in 2011 (74,7%) – seither stagnieren die Werte und es ergibt sich ein vergleichsweise stabiler Anteil von etwa einem Viertel Offlinern. Allerdings unterliegt der Zugang zum Internet und den digitalen Medien einigen soziostrukturellen Unterschieden. So nutzen Frauen, ältere Menschen (ab-50-Jährige), Nichtberufstätige, Menschen mit geringeren Bildungsabschlüssen, geringer Verdienende sowie Personen aus kleineren Orten das Internet weniger häufig¹⁵ (ebd.):

1. *Geschlecht*: Wie der D21-Digital-Index (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 58f.) zeigt, haben 82,2 Prozent der Männer, aber nur 73,1 Prozent der Frauen Zugang zum Internet.

2. *Alter*: Deutlich zeigt sich laut D21-Digital-Index (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 58f.), dass der Anteil der Menschen mit Internetzugang mit dem Alter abnimmt, wobei sich die 14- bis 19-Jährigen, die 20- bis 29-Jährigen sowie die 30- bis 39-Jährigen mit ihrem Zugang zum Internet auf einem ähnlich hohen Niveau zwischen 98,4 Prozent und 96,9 Prozent bewegen. Ab den 40- bis 49-Jährigen sinkt der Anteil auf 90,5 Prozent, liegt bei den 50- bis 59-Jährigen bei 81,8 Prozent, bei den 60- bis 69-Jährigen bei 64,5% Prozent und bei den über-70-Jährigen nur noch bei 29,7 Prozent.

3. *Erwerbsstatus*: Während laut D21-Digital-Index (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 58f.) 90,6 Prozent der berufstätigen Menschen einen Internetzugang haben, sind dies nur 61,2 Prozent unter den Nichtberufstätigen.

4. *Bildung*: Während laut D21-Digital-Index (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 58f.) unter den Noch-Schülern der Anteil an Menschen mit Internetzugang bei 99,1 Prozent liegt, haben 58,8 Prozent der Menschen mit einem Volks- oder Hauptschulabschluss Internetzugang, 83,8 Prozent derer mit einer Weiterbildenden Schule ohne Abitur, 94,5 Prozent derer mit Abitur/Fachhochschulreife und 92,4 Prozent derer mit einem abgeschlossenen Studium.

5. *Haushaltsgröße*: Auch nach der Haushaltsgröße unterscheidet sich der Internetzugang beträchtlich (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 58f.), so haben nur 58,7 Prozent der Menschen in Ein-Personen-Haushalten, aber 74,1 Prozent der Menschen in Zwei-Personen- und sogar 90,9 Prozent der Men-

14 Breitband wird von 60% der Deutschen Bevölkerung genutzt (vgl. D21/TNS Infratest 2015, S. 13).

15 Für den Zugang zu Breitbandinternet gelten dieselben Faktoren als Unterscheidungskriterien.

schen in Drei-Personen sowie 92,4 Prozent der Menschen in Vier- und Mehr-Personen-Haushalten Zugang zum Internet.

6. *Haushaltsnettoeinkommen*: Auch nach dem Haushaltseinkommen zeigen sich erwartbare Unterschiede, so haben 51,7 Prozent der Menschen in Haushalten mit einem monatlichen Nettoeinkommen unter 1000 Euro Zugang zum Internet, 64,2 Prozent der Menschen in Haushalten mit 1000 bis unter 2000 Euro haben Zugang, 84,7 Prozent der Menschen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 2000 bis unter 3000 Euro und 94,3 Prozent der Haushalte mit 3000 Euro und mehr haben Internetzugang (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 58f.).

7. *Ortsgröße*: Auch nach der Ortsgröße unterscheidet sich der Zugang zum Internet, wenngleich deutlich weniger stark als nach den anderen Faktoren: So haben 72,2 Prozent der Menschen in Orten unter 5.000 Einwohnern einen Internetzugang, 75,3 Prozent der Menschen in Orten zwischen 5000 bis unter 20.000 Einwohnern, 75,2 Prozent der Menschen in Orten mit 20.000 bis unter 100.000 Einwohnern, 76,8 Prozent der Menschen in Orten mit 100.000 bis 500.000 Einwohnern und 81,1% der Menschen an Orten mit 500.000 Einwohnern und mehr. Es zeigt sich also, dass der Internetzugang zwar in großen Städten besser erfolgt als in kleinen Orten, dass jedoch die Unterschiede zwischen den kleinen Orten und den großen Städten nicht besonders stark ausgeprägt ist (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 58f.). Ähnliches gilt übrigens auch für den Zugang zu Breitbandinternet (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 63).

Haushalte mit Kindern sind besonders gut mit (digitalen) Medien ausgestattet

Haushalte mit Kindern sind in Deutschland besonders gut mit (digitalen) Medien ausgestattet, nahezu alle (zwischen 95 und 100%) haben einen Internetzugang (vgl. hierzu auch Kapitel 1.3). Das DJI-Projekt „Digital Divide – Digitale Kompetenz im Kindesalter“ kommt daher bereits 2010 zu dem Schluss, dass sich in Bezug auf Familien nicht mehr von einer „digitalen Spaltung der Gesellschaft nach On- und Offlinern“ (vgl. DJI-Online 2010) sprechen lässt. Neben der reinen Unterhaltungsfunktion, die von den Familienmitgliedern geschätzt wird, ist Lange (2014, S. 489) zufolge ein Grund dafür, dass Eltern sich heute ihrer Verantwortung zur gelingenden Platzierung ihrer Kinder in der Gesellschaft sehr bewusst sind und dazu auch den kompetenten Umgang ihrer Kinder mit den neuen, digitalen Medien fördern möchten. Die „Bildungsapanik“ (vgl. Bude 2011) greift um sich und Eltern entwickeln hierzu „handfeste Strategien [...] um den eigenen Kindern den entscheidenden Startvorteil zu verschaffen“ (Lange 2014, S. 489). Es zeigt sich eine „Intensivierung und zeitliche Ausdehnung der Investitionen aller Eltern [...] für die Förderung der Kinder“ (Lange 2014, S. 490). Alte wie neue Medien werden heute als notwendige Voraussetzung „des modernen Bildungs- und Qualifikationsgeschehens gesehen [...] nicht zuletzt deshalb, weil Eltern heute schon selbst intensiv mediensozialisiert sind“ (Lange 2013, S. 65). Dies gilt für *alle* Eltern: „Auch die Eltern sozial benachteiligter Kinder wissen, dass Kinder möglichst früh lernen sollten, kompetent mit dem Computer umzugehen.“

Zwischen den Familien zeigen sich also kaum noch Unterschiede in der Medienausstattung, umso deutlicher jedoch in der Art der Mediennutzung sowie in Art und Umfang der Medienerziehung durch die Eltern (vgl. Kutschner 2014; Paus-Hasebrink 2009).

Der Einfluss von Bildung und Einkommen auf die Art der Mediennutzung und -erziehung

Eine klassische Ungleichheitsdiskussion der Medienforschung seit den 1980er Jahren ist die unterschiedliche Nutzung von Medien wie dem Fernsehen, welche sich als schichtspezifisch in die beiden Pole der „Informationselite“ (vgl. Eichmann 2000, zitiert nach Zillien 2009, S. 240) einerseits und des „Unterhaltungsproletariats“ (ebd.) andererseits aufgliedert beschreiben lässt. Demzufolge nutzen die bildungsferneren Schichten das Fernsehen eher zur Entspannung und Unterhaltung, die bildungsnäheren Schichten verstärkt zur Information (vgl. Busse 2009, zitiert nach Stegbauer 2012, S. 13). Zwar finden sich ähnliche Befunde auch für den Umgang mit dem Computer (vgl. Schwab/Stegmann 1999, zitiert nach Stegbauer, 2012, S. 13), doch scheint die Grenze bei den neuen Medien durchaus offener zu verlaufen, denn trotz der höheren Informationsorientierung scheinen gebildete Personengruppen ihre digitalen Medien ebenfalls gerne zu Unterhaltungszwecken zu nutzen (vgl. Zillien 2009, S. 240).

Insgesamt wirken sich jedoch die Bildungshintergründe von Eltern stark auf die Häufigkeit entwicklungsförderlicher Aktivitäten mit ihren Kindern aus (vgl. Lange 2014, S. 487). Dementsprechend begleiten und kontrollieren die Eltern aus höher gebildeten und sozioökonomisch besser ausgestatteten Familien ihre Kinder stärker in ihrer Mediennutzung als solche aus sozial benachteiligten Familien, die dies „zumeist aus Gründen der Überforderung bzw. Inkompetenz“ (Paus-Hasebrink 2009, S. 23) nicht tun. Dies zeigt sich auch in internationalen Studien, so finden etwa auch De Almeida u.a. (2012) in ihrer portugiesischen Studie, dass hochgebildete Eltern am stärksten in die Internetnutzung ihrer Kinder eingreifen. Darüber hinaus lassen die Eltern in sozial benachteiligten Familien häufig ein „unausgewogenes, in sich inkohärentes (Medien-)Erziehungsverhalten erkennen“ (Paus-Hasebrink 2009, S. 23) und die Mediennutzung der Kinder erfolgt oft unbeaufsichtigt von den Eltern. Auch Probleme mit einer exzessiven Computer- und Internetnutzung scheinen häufiger in sozial benachteiligten Familien vorzuliegen (vgl. Kammerl u.a. 2012, S. 141f.). Ein Grund für die andere, insbesondere stärkere Mediennutzung scheint aber auch die sozioökonomischen Deprivation selbst zu sein, denn insbesondere in sozial benachteiligten Familien stellen Fernsehen und Co. eine „kostengünstige Ersatzbeschäftigung für teure oder gar unerschwingliche Hobbys dar, wie beispielsweise Tennisspielen oder Reiten“ (Paus-Hasebrink 2009, S. 22).

Die Unterschiede in der Art der Nutzung und der Aneignung digitaler Medien können also bereits bestehende soziale Ungleichheiten in der Gesellschaft weiter verstärken. Während einerseits Familien mit ohnehin schon guter Ressourcenausstattung auch hier weiter „gemeinsam am digitalen Fortschritt profitieren“ (vgl. Lange 2014, S. 493), bleiben geringer ausge-

stattete Familien hinter den Möglichkeiten, die sich durch Digitalisierung ergeben, zurück. „Die Wissenskluft“ (Tichenor et al. 1970) zwischen den sozialen Schichten wächst damit weiter“ (Stegbauer 2012, S. 13).

Migrationshintergrund

Während zahlreiche Befunde zu bildungs- bzw. schichtspezifischen Unterschieden in der Internetnutzung vorliegen, finden sich in der Literatur nur wenige Aussagen über Unterschiede in der Medienausstattung, Mediennutzung und/oder -erziehung in Abhängigkeit vom Migrationshintergrund der Familien (vgl. Eickelmann u.a. 2014, S. 299). Die wenigen vorliegenden Befunde deuten darauf hin, dass es Unterschiede im Zugang zu digitalen Medien sowie in Bezug auf computer- und informationsbezogene Kompetenzen zwischen Migranten und Nicht-Migranten gibt. Häufig geht jedoch der Status Migrationshintergrund gleichzeitig mit Merkmalen der sozialen Herkunft einher, wie einem niedrigeren sozioökonomischen Status, sowie mit der gesprochenen Familiensprache einher, so dass sich aufgrund dieser Intersektionalität „allenfalls indirekte Hinweise auf mögliche Disparitäten im kompetenten Umgang mit digitalen Medien in Abhängigkeit vom Migrationshintergrund“ (vgl. ebd., S. 299f.) finden lassen. Eickelmann u.a. (2014) selbst finden auf Basis der Daten von ICILS 2013 signifikante Unterschiede in den gemessenen computer- und informationsbezogenen Kompetenzen Jugendlicher mit und ohne Migrationshintergrund sowie in Abhängigkeit von der Art des Migrationshintergrundes. So sinken die hier erreichten durchschnittlichen Punktezahlen systematisch von den Jugendlichen ohne Migrationshintergrund über diejenigen mit partiellem Migrationshintergrund, über die SchülerInnen der zweiten Zuwanderergeneration bis hin zu den am schlechtesten abschneidenden Schülerinnen erster Zuwanderergeneration. Insgesamt liegen die Jugendlichen mit Migrationshintergrund hier auf einem niedrigen Leistungsniveau. Interessante Unterschiede zeigen sich jedoch auch in Bezug auf die besuchte Schulform: An Gymnasien zeigen sich auch unter Kontrolle der sozialen Herkunft Unterschiede in Bezug auf die Leistungsunterschiede zwischen Migranten und Nicht-Migranten. Auf allen anderen Schulformen zeigen sich in multivariaten Analysen keine migrationsspezifischen Leistungsunterschiede mehr sondern nur noch schichtspezifische (vgl. ebd., S. 324). Interessant ist außerdem, dass die Jugendlichen mit Eltern, die beide im Ausland geboren sind, signifikant seltener zuhause den Computer nutzen, aber deutlich häufiger „an anderen Orten“ wie z.B. Internetcafés und Stadtbibliotheken.

Darüber hinaus gibt einige qualitative Studien, die auf Besonderheiten in Nutzung und Aneignung von Computer und Internet bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund hinweisen (vgl. Hugger 2009; Hacke 2012). Einige weitere Befunde finden sich auch in internationalen Studien, wie etwa US-amerikanischen, die unterschiedliche Nutzungsmuster von Hispanics, Afro-amerikanern und Kaukasiern herausarbeiten konnten (vgl. Carvalho u.a. 2015, S. 103). Auch Lange (2014, S 491) stellt zusammenfassend fest, dass die Eltern je nach kulturellem Kontext auf andere Strategien bei der Medienregulation zu setzen scheinen, und Eltern aus individualistischen Kultu-

ren den Zugang zum Internet stärker regulierten, als solche in kollektivistischen Kulturen. Insgesamt lässt sich jedoch nach Sichtung des Forschungsstandes festhalten, dass in Bezug auf die Nutzung digitaler Medien in Familien mit Migrationshintergrund noch umfangreicher Forschungsbedarf besteht, insbesondere um Unterschiede zwischen (verschiedenen) kulturellen und sozialen Hintergründen sichtbar machen zu können.

Geschlecht

Zahlreiche vorliegende Befunde hingegen deuten auf starke und persistente Genderunterschiede hin, was die Nutzungsmuster betrifft, so nutzen Mädchen mehr Online-Konversations-Tools und Jungen mehr Online-Games (z.B. Süß u.a. 2010; DJI-Online 2010; Carvalho 2015; JIM 2015). Hasebrink u.a. (2012) finden mehr Maßnahmen zur Medienerziehung bei den Müttern, während Väter sich mehr mit technischen Schutzoptionen beschäftigen. Aus den USA liegen Befunde vor, dass Mütter Facebook stärker nutzen als Väter, und dass sich dies mit dem Übergang in die Elternschaft weiter verstärkt. Als Grund wird hier ein stärkerer Erziehungsstress angenommen (vgl. Carvalho u.a. 2015, S. 103.) Weiterhin scheint sich deutlich zu unterscheiden, wem welche Medienkompetenzen innerhalb der Familien zugeschrieben werden: „Vätern kommt die Rolle der Technikfreaks zu, Mütter sind kompetent für Fernsehinhalte und für Bücher“ (Lange 2014, S. 494). Und schließlich finden De Almeida u.a. (2012) in ihrer portugiesischen Studie deutliche Unterschiede in der elterlichen Begleitung der Mediennutzung bei Jungen und Mädchen (Mädchen werden in Bezug auf ihre Internettätigkeiten stärker überwacht als Jungen).

Fazit: Familien unterscheiden sich nach Art und Umfang der Mediennutzung

Es lässt sich zusammenfassen: Noch immer zeigen sich in der Gesellschaft bedeutsame soziostrukturelle Unterschiede in Bezug auf Art und Umfang der Nutzung digitaler Medien. Familien hingegen sind im allgemeinen sehr gut mit digitalen Medien ausgestattet, hier finden sich jedoch insbesondere in Abhängigkeit von sozioökonomischen Ressourcen wie Bildungshintergrund und Einkommen der Eltern, aber auch in Bezug auf das Geschlecht – der Eltern und der Kinder – Unterschiede in der Art der Mediennutzung sowie in Art und Umfang der Begleitung der Mediennutzung durch die Eltern. Wenige Befunde liegen jedoch zu weiteren ungleichheitsfördernden Aspekten wie Migrationshintergrund oder Familienform und -größe vor.

3.2 Besondere Situation in NRW

Nordrhein-Westfalen ist das bevölkerungsreichste und gleichzeitig das am dichtesten besiedelte Bundesland Deutschlands. Es gliedert sich auf in zahlreiche große Städte in der Rhein-Ruhr-Metropolregion, in der allein ca. 10 Millionen Einwohner leben, aber auch in große Flächen mit geringer Besiedlung. Der Bedeutungsverlust des primären Wirtschaftssektors, zusammen mit dem Anstieg des tertiären Sektors, bewirkte einen umfassenden Strukturwandel, den das Land gut gemeistert hat. Noch immer gilt es als eines der wirtschaftlichen Zentren Deutschlands – es ist das Land mit der höchsten Wirtschaftsleistung Deutschlands – weswegen es für das Land, aber auch für die Republik insgesamt besonders bedeutsam ist, mit den technischen Entwicklungen durch die Digitalisierung Schritt zu halten.

Internetzugang in Nordrhein-Westfalen

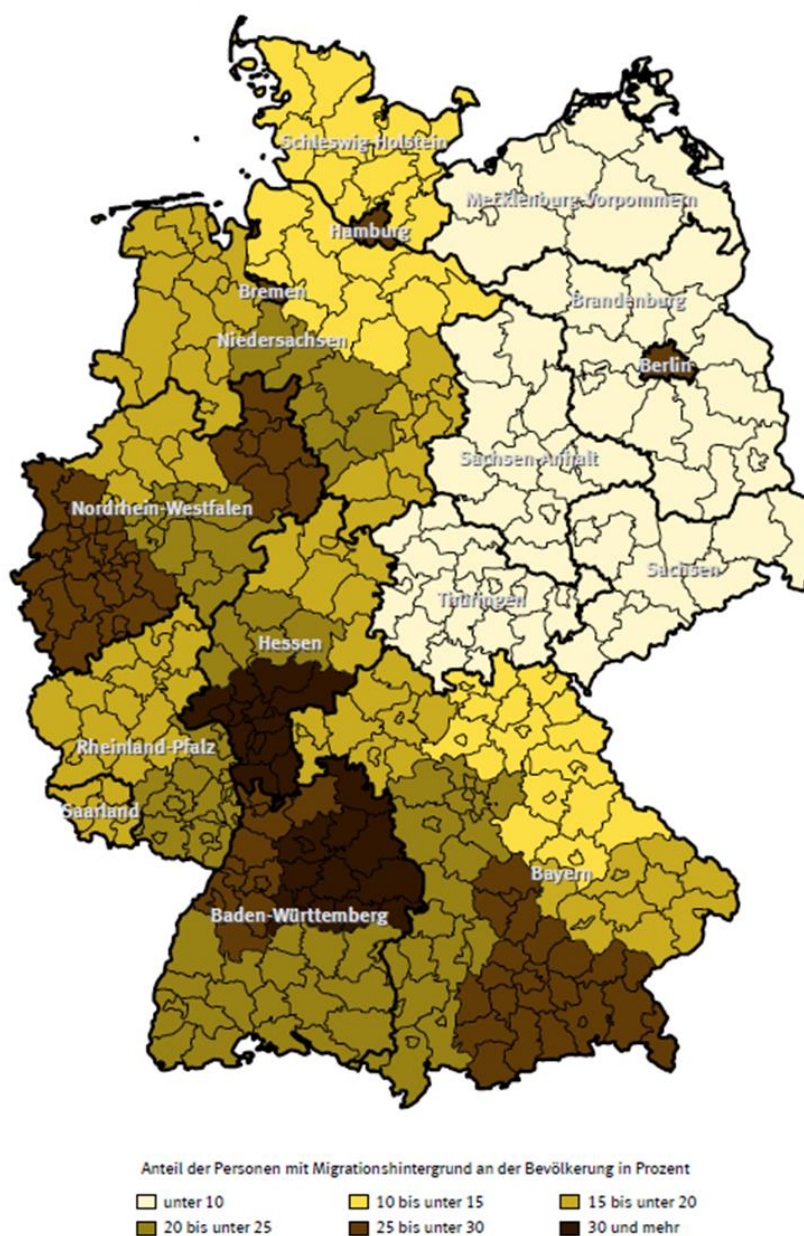
Was die Anbindung an das Internet betrifft, bewegt Nordrhein-Westfalen sich hier auf einem guten Kurs: Laut des D21-Digital-Index 2015 (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 57) befindet sich Nordrhein-Westfalen derzeit auf Platz 8 in der Reihe der Bundesländer, was den Anteil an Onlinern betrifft: 78,2% der Menschen Nordrhein-Westfalens haben Zugang zum Internet – 59,4% sogar Breitbandinternet (vgl. D21/TNS-Infratest 2015, S. 61). NRW gehört damit zu den Aufsteigern der Studie, die ihren Platz im Ranking der Bundesländer von 2014 auf 2015 um zwei Plätze verbessern konnten. An der Spitze des Rankings steht Hamburg mit einem Anteil von 84,3% an Onlinern, am Ende steht Sachsen-Anhalt mit 69% Onlinern. Als wichtigste Einflussfaktoren auf den Internetzugang wurden Geschlecht, Alter, Erwerbsstatus, Bildung, Haushaltsgröße, Haushaltsnettoeinkommen und Ortsgröße ermittelt, als wichtigste Unterscheidungskriterien, was Art und Umfang der Mediennutzung in Familien betrifft, gelten Bildung bzw. Schichtzugehörigkeit und Geschlecht (vgl. Kapitel 3.1). Da sich die Familien in Nordrhein-Westfalen nur in wenigen Punkten von den Familien in anderen Bundesländern unterscheiden, gibt es auch nur wenige Punkte, in denen die Digitalisierung das Land quantitativ oder qualitativ anders treffen könnte als andere Bundesländern:

Migrationshintergrund

In Nordrhein-Westfalen leben mehr Menschen mit einem Migrationshintergrund als dies in Gesamtdeutschland der Fall ist: Knapp ein Viertel (24,5%) der Menschen haben einen Migrationshintergrund. In Gesamtdeutschland beträgt dieser Anteil 19,7% (vgl. MFKJKS 2015, S. 14). Dementsprechend unterscheiden sich an dieser Stelle auch die Familien in NRW an von denen in Gesamtdeutschland und mehr Familien in NRW haben einen Migrationshintergrund, als im Bundesdurchschnitt (38,7% in NRW, 30% in Gesamtdeutschland (vgl. BMFSFJ 2016, S. 15).

Abbildung 8: Anteile der Personen mit Migrationshintergrund nach Bundesländern

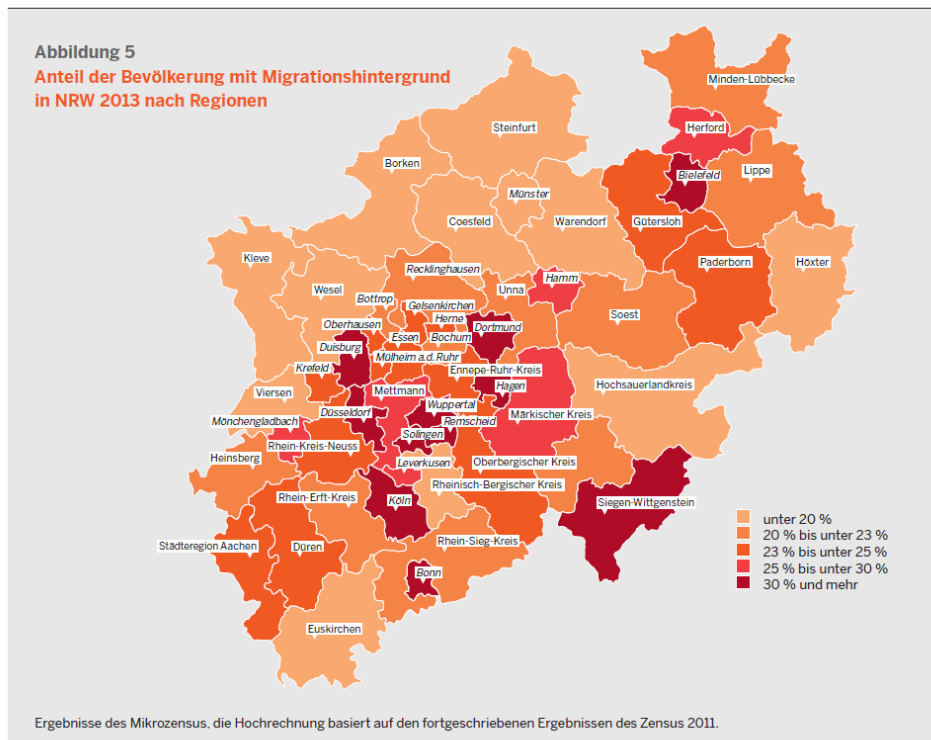
Abb. 3 Anteil der Personen mit Migrationshintergrund an der Bevölkerung im Jahr 2014 in den Regierungsbezirken und Ländern



Quelle: StBA 2015, S. 17

Diese leben weniger im ländlichen Raum als vielmehr im Ruhrgebiet und der Rheinregion, angeführt von den Städten Remscheid, Düsseldorf, Wuppertal, Bielefeld und Köln (vgl. MFKJKS 2015, S. 14). Eine gute Anbindung an das Internet, an öffentliche Einrichtungen der (Familien-)Bildung und -hilfe sind dort gegeben.

Abbildung 9: Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund in NRW nach Regionen



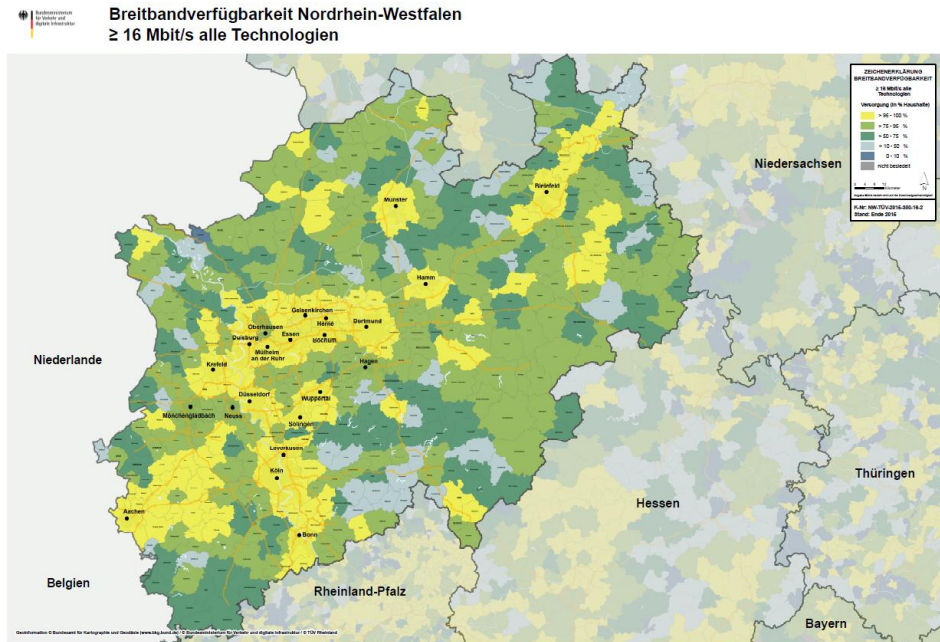
Quelle: MFKJKS 2015, S. 14

Die wenigen bislang vorliegenden Befunde deuten auf einen Zusammenhang zwischen Migrationshintergrund und Zugang bzw. Nutzung von digitalen Medien hin. Insbesondere Gruppen, die durch Intersektionalität gekennzeichnet sind, in denen also ein Migrationshintergrund auch mit einer Benachteiligung im Bereich Bildungs- und/oder Schichtzugehörigkeit einhergeht, scheinen sowohl in Bezug auf den Zugang zu neuen digitalen Medien benachteiligt zu sein, als auch in den Kompetenzen im Umgang damit. Aufgrund des deutlich höheren Anteils an Menschen mit einem Migrationshintergrund, lohnt es sich, diese Gruppen für vertiefende Studien in den Blick zu nehmen.

Region

Durch seine spezielle Struktur, mit großen, bevölkerungsreichen und dichten städtischen Ballungsgebieten einerseits, aber auch sehr ländlich geprägten Räumen andererseits, stellt Region einen ebenso bedeutsamen, wie bislang jedoch wenig erforschten Faktor für die Veränderungen durch Digitalisierung dar. Wie aus Abbildung 10 ersichtlich ist, variiert die Abdeckung mit Breitbandinternet ≥ 16 Mbit/s; in zahlreichen Kreisen und Regionen liegt die Abdeckung unter 50 Prozent. Was dies für Arbeit, Kommunikation und Medienerziehung bedeutet, stellt noch eine offene Frage in der Forschung dar.

Abbildung 10: Breitbandverfügbarkeit in Nordrhein-Westfalen



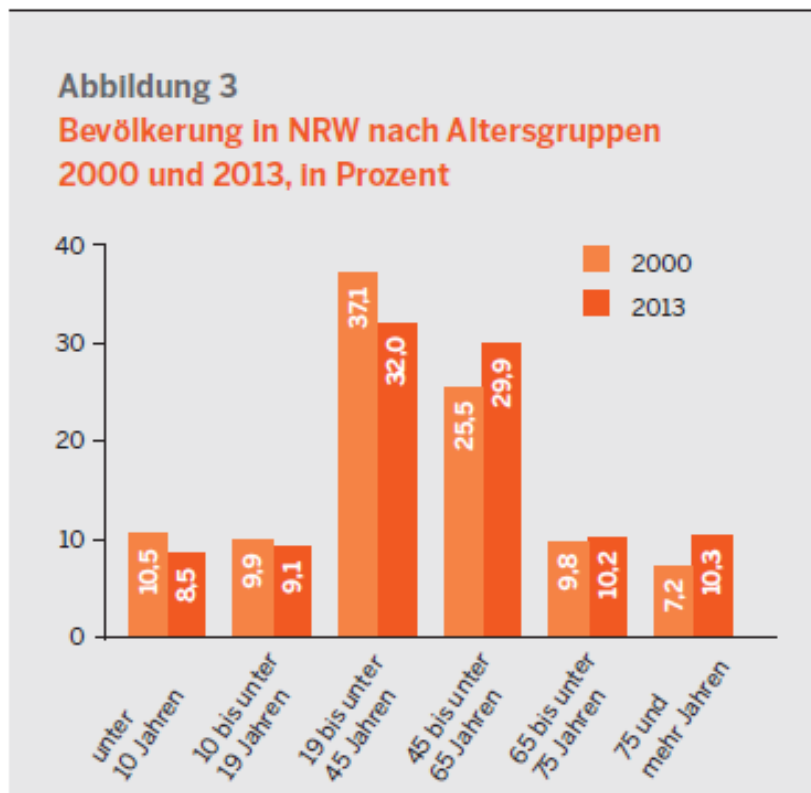
Quelle: Zukunft Breitband¹⁶

Altersstruktur

In Nordrhein-Westfalen nimmt der Anteil der älteren Menschen, insbesondere der Gruppe der 45- bis unter 65-Jährigen – wie in Gesamtdeutschland auch –, zu (vgl. Abbildung 11), die Gruppe der Kinder unter 18 Jahre ging jedoch zwischen 2000 und 2013 von 20 Prozent auf 17,6 Prozent zurück (MFKJKS 2015, S. 13). Wie bereits in Kapitel 3.1 diskutiert stellen gerade die ab-50-Jährigen eine Gruppe dar, die besonders in Gefahr ist, durch den digitalen Wandel abgehängt zu werden, weil sie seltener Internetzugang haben und dementsprechend die Vorteile der Digitalisierung nur eingeschränkt nutzen können. Auch wenn sich Nordrhein-Westfalen an dieser Stelle nicht vom Rest der Bundesrepublik unterscheidet, lohnt es sich doch in einer „Digitalen Agenda“ des Landes speziell auch die Gruppe der Älteren mit in den Blick zu nehmen.

16 Download unter: http://www.zukunft-breitband.de/SiteGlobals/Forms/Archiv/Karten/Breitband-kartendownload.html?nn=126536&resourceId=126646&input_=126536&pageLocale=de&cl2Categories_Themen=&cl2Categories_Themen.GROUP=1&cl2Categories_Themen2=Nordrhein Westfaen&cl2Categories_Themen2.GROUP=1&cl2Categories_Themen3=&cl2Categories_Themen3.GROUP=1&searchIssued=0&searchIssued.HASH=303d2990f614058746e4&submit=fi nden

Abbildung 11: Bevölkerung in NRW nach Altersgruppen



Quelle: Information und Technik NRW: Bevölkerung nach Alter und Geschlecht, teilweise eigene Berechnung, eigene Darstellung

Quelle: MFKJKS 2015, S. 13

Familienformen und Haushaltsgröße

Auch in Nordrhein-Westfalen steigt der Anteil der Alleinerziehenden unter den Familien (wie in Gesamtdeutschland) an: Von knapp 15 Prozent in 2002 auf 19,1 Prozent in 2013 (MFKJKS 2015, S. 15). Auch der Anteil der Eltern in Lebensgemeinschaften stieg von 4 Prozent in 2002 auf 7,3 Prozent in 2013 (ebd., S. 15). Der Anteil der verheirateten Paar geht hingegen zurück ((von 85% in 1996 auf 81% in 2002 auf knapp 74% in 2013; (ebd., S. 15)). Eng mit der Familienform und den Altersentwicklungen hängt auch die Entwicklung der Haushaltsgröße in Nordrhein-Westfalen zusammen: Zwischen 2005 und 2013 ging die durchschnittliche Haushaltsgröße von 2,15 auf 2,05 zurück (ebd., S. 13). Auch die Haushaltsgröße hat einen entscheidenden Einfluss auf den Internetzugang der Menschen (vgl. Kapitel 3.1) und so scheinen kleinere Haushalte – insbesondere Ein-Personen-Haushalte – weniger häufig Zugang zum Internet zu haben und damit wiederum weniger von der Digitalisierung profitieren zu können. Andererseits deuten die Befunde des DJI-Projekts „Digital Divide“ darauf hin, dass die Zugriffsmöglichkeit der Kinder und Jugendlichen auf die Medien mit der Geschwisterzahl sinkt – die Geräte müssen häufiger mit den anderen geteilt werden. Auch hier bleibt jedoch insgesamt festzuhalten, dass derzeit kaum

Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass sich Art und Umfang der Nutzung digitaler Medien nach der Familienform unterscheiden. Das Risiko „abgehängt“ zu werden besteht demnach vermutlich weniger für Familien an sich, als für solche in schwierigen soziale Lagen, mit Nachteile, die Bildungs- und/oder Schichtzugehörigkeit betreffend.

Substituierbarkeitspotenziale aus der Digitalisierung

Ein Kriterium, welches sich weniger auf die klassischen Faktoren sozialer Ungleichheit bezieht, betrifft eine ‚Gefahr‘, die für die Beschäftigten mit der Digitalisierung der Erwerbswelt einhergeht – die Substituierbarkeitspotenziale.¹⁷ Diese Potenziale variieren stark zwischen den einzelnen Berufen und sind im Verarbeitenden Gewerbe besonders hoch, weswegen die Wirtschafts- und damit die Berufsstruktur in den Bundesländern bedeutsamen Einfluss auf die Arbeitsmarktentwicklung haben (vgl. Buch u.a. 2016). Die Befunde aus dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung zeigen, dass die Substituierbarkeitspotenziale in Nordrhein-Westfalen mit 15,6% nur knapp über dem Bundesdurchschnitt (15%) liegen, was insbesondere daran liegt, dass die Berufsstruktur im Land kaum vom Bundesdurchschnitt abweicht (ebd.). Dennoch lässt sich festhalten, dass sich auch für Nordrhein-Westfalen dort politische Handlungsfelder auf tun, wo sichergestellt werden muss, dass sich die Beschäftigten weniger im Bereich der Fertigung qualifizieren als im Bereich der Anlagenbetreuung und zugehöriger Softwareentwicklung (vgl. Buch u.a. 2016) um sicherzustellen, dass sich daraus kein Abbau sondern lediglich ein ‚Umbau‘ der Beschäftigten ergibt.

17 „Das Substituierbarkeitspotenzial ist der Anteil der Tätigkeiten in einem Beruf, der bereits heute von Computern oder computergesteuerten Maschinen erledigt werden könnte“ (Dengler/Matthes 2015a und 2015b).

4 Fazit

Die rasante Geschwindigkeit, mit der sich digitale Technologien derzeit entwickeln, macht es schwierig, einen umfassenden Überblick zu den Veränderungen aus der Digitalisierung für Familien zu geben. Wissenschaftliche Ergebnisse veralten schneller, als sie veröffentlicht werden können, da so manche neue Tools wie etwa video-on-demand oder Dienste zur Nachrichtenübermittlung die Bevölkerung in kürzester Zeit durchdringen: Allein der Instant-Messenger WhatsApp, der die Kommunikationsmöglichkeiten auf den Kopf gestellt hat und als die Ablösung der SMS gilt, hat seine Nutzerzahlen von Februar 2014 bis Februar 2016 mehr als verdoppelt – auf 1 Milliarde Nutzer weltweit.¹⁸ Mit dem vorliegenden Report ist es dennoch gelungen, die derzeit wichtigsten Veränderungen, die sich für Familien aus der Digitalisierung ergeben, herauszuarbeiten. Im Folgenden werden die Befunde zusammengefasst und Forschungslücken herausgestellt. Abschließend erfolgen Hinweise auf politische Handlungsoptionen.

4.1 Zusammenfassung und Ableitung von Forschungslücken

1. Medienausstattung und Mediennutzung

Die Ausstattung und der Zugang zu digitalen Technologien ist in den Familien der Bundesrepublik Deutschland – und auch in Nordrhein-Westfalen – sehr gut: Nahezu alle Familien verfügen über einen Computer sowie über einen Zugang zum Internet. Mobile Endgeräte (insbesondere Smartphones) sind ständige, zumeist persönliche Begleiter und werden insbesondere von Jugendlichen favorisiert für den Internetzugang genutzt. Mit zunehmendem Alter der Kinder/Jugendlichen verfügen diese auch selbst über eigene entsprechende Geräte. Wenig bekannt ist jedoch über die elterliche Nutzung digitaler Medien bzw. über gemeinsame Nutzung digitaler Medien von Kindern und ihren Eltern. Ansätze für vertiefende Forschung wären hier unter anderem, inwieweit die neuen Möglichkeiten von digitalen Technologien wie video-on-demand in Familien ausgeschöpft werden, inwieweit welche Medien und aus welchen Gründen gemeinsam oder einzeln verwendet werden oder welche Vorbildwirkung von der Mediennutzung der Eltern auf die der Kinder besteht bzw. vice versa.

18 <http://www.sueddeutsche.de/digital/messenger-whatsapp-hat-mehr-als-eine-milliarde-nutzer-1.2845262>

2. Das Spannungsfeld Erwerbsarbeit und Familie

Das Verhältnis von Erwerbsarbeit und Familie hat sich durch die Digitalisierung umfassend verändert: Bereits seit längerem existierende Entgrenzungstendenzen der Sphären von Beruf und Familie haben durch die Digitalisierung weiteren An Schub erfahren. Dies birgt große Chancen für die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf, beispielsweise durch Home-Office oder potenzielle Erreichbarkeit für familiäre Belange auch während der Arbeitszeit. Wie der Forschungsstand zeigt, werden diese Potenziale bislang nur in geringem Umfang auch tatsächlich genutzt. Die Chancen bringen jedoch auch neue Herausforderungen mit sich: So macht eine zunehmende Vermischung von Beruf und Familie neue Kompetenzen der individuellen Grenzziehung notwendig, um ein zu starkes Eindringen der einen in die jeweils andere Sphäre zu verhindern, denn dies wird mitunter als stark belastend empfunden. Vertiefende Forschung wäre insbesondere in Bezug auf folgende Fragestellungen wünschenswert: Welche Aspekte der Digitalisierung wirken förderlich auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf? Welche Branchen betreffen diese Veränderungen vor allem? Aber auch: Welche Belastungen zeigen sich in den Familien durch die ständige Erreichbarkeit für den Job? Welche Folgen hat eine solche Unberechenbarkeit des Herausgerissen-Werdens der Eltern aus der familiären Situation für die Kinder bzw. die Aufteilung der Familienaufgaben? Welche Grenzziehungsstrategien etablieren sich in den Familien vor ‚Zugriffen‘ durch Arbeit, Freunde, Peers in den familialen Raum? Etablieren sich überhaupt welche? Wie werden ‚Zeitoasen‘ für die Familie geschaffen?

3. Neue Möglichkeiten der Alltagsorganisation

Digitale Medien haben die Möglichkeiten der Alltagsorganisation umfassend reformiert. Die Option permanenten Austausches mit den Familienmitgliedern über den Tag hinweg, über Distanzen hinweg, mittels digitalen, gemeinsam einsehbaren Tools wie elektronischen Kalendern etc. erleichtern Absprachen, Aufgabenverteilung, Terminkoordination und damit das Vereinbarkeits- und Balancemanagement in den Familien. Auch hier weisen aktuelle Studien auf bislang ungenutzte Potenziale hin; zahlreiche digitale Technologien zur Erleichterung von Organisation und Haushaltsaufgaben (insbesondere Smart-Home-Technologien) müssen sich erst noch etablieren. Unbeantwortet bleiben muss auf Basis des vorliegenden Forschungsstandes, in welchem Maß und Umfang ein derart (zeit-)effizientes Alltagsmanagement von den Familien überhaupt gewollt ist und wem dies nutzt. Ermöglicht es Familien wirklich mehr Qualitätszeit oder geht es um mehr Zeit für die Erwerbsarbeit? Auch hier bleiben derzeit viele Fragen offen, die möglicherweise auch erklären können, warum sich einige Technologien noch nicht wirklich durchsetzen können.

4. Mehr Möglichkeiten zur Vergemeinschaftung, aber auch für bewussten Rückzug

Deutlich wurde auf Basis des Forschungsstandes auch, dass digitale Medien die Herstellung von Gemeinsamkeit in Familien unterstützen können. Durch digitale Medien bleiben Familienmitglieder, Eltern-Kinder, Paare über den Tag hinweg, über Distanzen hinweg in ständiger Verbindung und

nutzen dies gerne für emotionale Botschaften an den/die anderen. Gleichzeitig ermöglichen diese Tools natürlich auch den Austausch mit Freunden, Peers, Kollegen während gemeinsamer Familienzeiten und dienen damit auch dem Rückzug aus der Familiensituation. Der Forschungsstand deutet auf widersprüchliche Effekte digitaler Medien auf den Zusammenhalt in der Familie, auf Familienkommunikation und die Grenzen von Familien hin; sowohl negative als auch positive Befunde liegen vor. Ein Grund dafür ist die große Diversität der Studien, Stichproben, Fragestellungen, weswegen auch hier vertiefende Forschung ratsam wäre. Dabei ist auch auf die Grenzen virtueller Kommunikation einzugehen: Was braucht der Mensch an kopräsender Kommunikation? (Wann) reicht virtuelle Präsenz anderer oder/und (wann) brauchen wir reale soziale Kontakte? Aber auch: Wann, wo und wie dienen digitale Medien zur Herstellung von Familie, wo zur Individualisierung und wo zur Abgrenzung?

5. Werden medial vermittelte Zeitstrukturen obsolet?

Medien waren schon immer Takt- und Strukturgeber des Alltags: Stündliche Nachrichten, abends die Tagesschau, samstags die Familien-Show und sonntags der Krimi. Besonders wichtig sind solche Strukturen für Menschen, denen andere Strukturen fehlen, aufgrund von Arbeitslosigkeit, fehlender Einbindung etc. Aber auch das familiäre Alltagsleben an sich basiert wesentlich auf Routinen und Ritualen, die die Abläufe des Familienlebens erleichtern und ihnen Struktur geben. Video-on-demand, Time-Shift-Funktionen, Internet-Radio etc. weichen solche Strukturen auf. Kaum etwas ist dazu bekannt, was das für den Alltag bedeutet. Inwieweit ist eine solche Destrukturierung gut, nützlich und vereinbarkeitsförderlich, wann und für wen ist sie problematisch? Auch hier bieten sich zahlreiche Ansatzpunkte für vertiefende Forschung.

6. Mehr Sicherheit! Mehr Kontrolle?

Das Wissen darum, die Kinder oder den Partner potenziell jederzeit erreichen zu können, wirkt sich positiv auf das Sicherheitsgefühl der Menschen aus und bedeutet letztlich auch mehr Sicherheit. Gleichzeitig bieten sich hier zahlreiche Möglichkeiten der sozialen Kontrolle, explizit über Tracking und Monitoring, implizit über die Erwartung ständiger Erreichbarkeit der anderen, bis hin zu Ängsten und Verunsicherung, wenn der Andere unerwartet nicht erreichbar ist. Auch hier liegen bislang nur wenige Studien dazu vor, wie sich das auf das Verhältnis der Familienmitglieder zueinander auswirkt. Ersetzt hier soziale Kontrolle das Vertrauen? Inwieweit verändert das die Autonomieentwicklung von Kindern und Jugendlichen?

7. (Digitale) Medien tragen bei zur Sozialisation von Kindern und Jugendlichen

Das Aufwachsen von Kindern und Jugendlichen ist mehr denn je geprägt von digitalen Medien. Dies beinhaltet sowohl zahlreiche neue Möglichkeiten insbesondere für die Sozialisation im Jugendalter (z.B. vereinfachte Selbstdarstellung inklusive zeitnahe Feedback auf sozialen Online-Plattformen) als auch damit einhergehende (teilweise neue) Risiken (z.B. Urheberrechtsverletzungen oder Cybermobbing). Da aber sowohl von Sei-

ten der Gesellschaft als auch von Seiten der Peers ein gewisser *Mitmach-Zwang* besteht, ist ein Ausstieg aus diesen Entwicklungen nur eingeschränkt möglich. Aus den Medien- und Kommunikationswissenschaften liegen zahlreiche Studien zur Mediennutzung vor, die jedoch *erstens* die neuesten Technologien (allen voran WhatsApp) und deren Auswirkungen auf die Sozialisation Heranwachsender bislang noch nicht berücksichtigen und *zweitens* kaum Bezüge zu Familie aufmachen. Auch hier besteht also weiterhin Forschungsbedarf, der sich insbesondere mit der Identifikation von Risikogruppen, der Frage von Präventionsmöglichkeiten sowie den Herausforderungen für die Medienerziehung der Eltern auseinandersetzt.

8. Eltern sind sich unsicher in ihrer Medienerziehung

Die Relevanz von Medienerziehung, die durch die Neuerungen auch teilweise neu gedacht werden muss und neue Aspekte mit berücksichtigen muss, wird dadurch wichtiger denn je. Aus den bisher vorliegenden zahlreichen Befunden zur Medienerziehung und Medienregulation von Eltern geht jedoch deutlich hervor, dass sich viele Eltern in der Medienerziehung ihrer Kinder und gerade in Bezug auf die Nutzung digitaler Medien sehr unsicher fühlen und häufig den Eindruck haben, dass sie dieser Aufgabe (noch) nicht wirklich gewachsen sind. Sie reklamieren einerseits zu wenig Unterstützung von Seiten der Pädagogik bzw. des Staates, nehmen andererseits bereits existierende medienpädagogische Angebote häufig jedoch nicht wahr. Zu erforschen wäre hier insbesondere, wie Angebote und Unterstützungsbedarfe besser verknüpft und bestehende Hilfen besser in den Erziehungsalltag von Familien integriert werden können. Zum anderen stellt sich auch die Frage, ob Eltern wirklich so wenig medienkompetent sind, wie sie sich teilweise einschätzen. Es gilt zu klären, wo tatsächlich Unterstützungs- und Aufklärungsbedarf herrscht, welche Stärken und Kompetenzen bei der heutigen Elterngeneration bereits vorhanden sind und wo Unterschiede nach sozialen, kulturellen oder auch regionalen Faktoren bestehen.

9. Nordrhein-Westfalen steht gut da, sollte aber bestimmte Gruppen nicht aus dem Blick lassen

Aus dem Forschungsstand wurde deutlich, dass sich der Zugang zu und insbesondere die Nutzung von digitalen Medien zum Teil deutlich nach sozial-strukturellen Faktoren unterscheiden: Dabei spielen das Alter, das Geschlecht, der Bildungs-, Schicht- und kulturelle Hintergrund eine große Rolle, wengleich insbesondere zur Bedeutung des Migrationshintergrundes in Familien nur wenig Forschung vorliegt. Nordrhein-Westfalen selbst nimmt im Vergleich der Bundesländer eine gute Position im Zugang zum Netz sowie dem fortschreitenden Ausbau von Breitbandinternet ein. Dennoch sollte das Land aufgrund spezieller Charakteristika einige Gruppen nicht aus den Augen verlieren: Mehr Menschen, insbesondere Familien, in Nordrhein-Westfalen haben einen Migrationshintergrund. Die Befunde deuten darauf hin, dass gerade bei Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund weniger computerspezifische Kompetenzen vorliegen als bei solchen ohne Migrationshintergrund. Insbesondere Gruppen, in denen also ein Migrationshintergrund auch mit einer Benachteiligung im Bereich Bildungs- und/oder Schichtzugehörigkeit einhergeht, könnten hier jedoch

spezielle Bedarfe haben, weswegen vertiefende Studien speziell zu diesen Gruppen sinnvoll wären.

Weiterhin ist Nordrhein-Westfalen gespalten in städtische Ballungszentren einerseits sowie große Teile ländlichen Raums andererseits. Wenig bekannt ist bislang, welche Chancen und Herausforderungen sich gerade für die ländlichen Räume aus der Digitalisierung ergeben. So lässt sich möglicherweise gerade langes Pendeln durch Home-Office, Video-Konferenzen etc. vermeiden. Daraus ergeben sich wiederum neue Möglichkeiten der Vereinbarkeit. Auch hier wird weiterer Forschungsbedarf sichtbar. Zu guter Letzt steht auch Nordrhein-Westfalen vor der Herausforderung, die Substituierbarkeit einiger Berufe bzw. Tätigkeiten durch digitale Technologien wahrzunehmen und hier rechtzeitig auf Neu- bzw. Umqualifizierungsbedarfe der Beschäftigten einzugehen. Insgesamt liegen bislang kaum NRW-spezifische Studien und Befunde zum „Familienleben im Digitalzeitalter“ vor; auch hier wird also Forschungsbedarf deutlich.

Fazit: Hoher Forschungsbedarf, der die Familien in den Blick nimmt

Carvalho u.a. (2015) stellen in ihrem internationalen Literaturreview fest, dass obwohl die technologischen Entwicklungen einen derart starken Einfluss auf den Alltag haben, nur sehr wenig darüber bekannt ist, wie sich dies auf die Familien auswirkt. Gilt dies schon für den internationalen Forschungsstand, gilt dies für Deutschland umso mehr. Zwar liegt eine Vielzahl an Studien zu Überwachung und Regulierung des Medienkonsums ihrer Kinder durch Eltern vor. Hinzu kommen einige praxisbezogene Arbeiten aus dem ökonomischen bzw. politischen Umfeld zu den Möglichkeiten der Vereinbarkeit von Familie und Beruf (z.B. BMFSFJ 2015) bzw. zu Zeitsparmöglichkeiten durch clevere Alltagsorganisation mit digitalen Technologien (z.B. McKinsey&Company 2016). Die konkreten Wechselwirkungen von Digitalisierung und Familien sind insbesondere in Bezug auf die oben ausgearbeiteten Punkte bislang jedoch deutlich untererforscht. Notwendig erscheint hierzu eine Vernetzung der Perspektiven von Familien-, Kindheits- und Jugend-, Medien-, Kommunikations- und Arbeitsforschung.

4.2 Identifikation von politischen Handlungsfeldern

1. Ausbau von vereinbarkeitsförderlichen Aspekten stärken

Deutlich wurde anhand des Forschungsstandes, dass das vereinbarkeitsförderliche Potenzial, das sich aus der Digitalisierung ergibt, bislang kaum ausgeschöpft wird. Auch wenn die Diskussion von Heimarbeit/Home-Office bereits seit langem und teilweise sehr kritisch geführt wird, bieten zahlreiche neue Tools Ansatzpunkte für mehr Vereinbarkeit, die nicht mehr unbedingt mit Isolierung der Mitarbeiter im Home-Office einhergehen. Bislang können jedoch nur 11 Prozent der Beschäftigten in Deutschland ihrer Arbeit „manchmal“ oder „überwiegend“ von zu Hause aus nachgehen (BMFSFJ 2016, S. 8) – interessanterweise etwas mehr Männer als Frauen und nur geringfügig mehr Eltern als Kinderlose (vgl. Brenke 2014). Hier bieten sich Ansatzpunkte für Gespräche von Politik und Wirtschaft, wie sich der Ausbau von Home-Office gestalten ließe, denn aktuell würden et-

wa 50 Prozent der Beschäftigten durchaus gerne mehr von zu Hause aus arbeiten (BMFSFJ 2016, S. 8). Wichtig sind dabei jedoch auch klare Leitlinien zur Ziehung von Grenzen, denn Home-Office darf nicht grenzenloses Arbeiten bedeuten.

2. Rechtliche Regelungen für Sicherheit und zum Schutz der Persönlichkeitsrechte

Die erhöhte Sicherheits- wie Kontrollfunktion digitaler Medien bringen sowohl positive wie negative Effekte mit sich. Notwendig sind hier rechtliche Regelungen u.a. für den Einsatz von Trackingtools, die sowohl dem Sicherheitsbedürfnis (der Eltern) als auch den Persönlichkeitsrechten (der Kinder) entsprechen. Bund und Länder sind darüber hinaus hier in der Pflicht auf Datenschutzprobleme insbesondere im Zusammenhang mit international agierenden Unternehmen wie facebook oder google einzuwirken.

3. Medienkompetenzen der Eltern und Kinder stärken

Eltern wünschen sich mehr Unterstützung bei der Medienerziehung. Lange (2014) sieht hier unter anderem neue wichtige Aufgaben für die Familienbildung, die sowohl über Machart und Medientechnik aufklären, als auch Räume für Erfahrungsaustausch schaffen sollte. Gleichzeitig gibt es bundesweit Bemühungen, die Stärkung der Medienkompetenz mehr in den Bildungsinstitutionen zu verankern. Gerade Nordrhein-Westfalen zeigt hier bspw. mit dem seit 2011 zur Verfügung stehenden *Medienpass NRW* viel Initiative. Wie die Evaluation dieses Konzepts zur Förderung von Medienkompetenz in Grund- und weiterführenden Schulen aber auch aufzeigt, wäre eine flächendeckende Einführungen derartiger Unterrichtseinheiten wünschenswert. In Baden-Württemberg beispielsweise gelten ab Schuljahr (2016/2017) neue Bildungspläne für die allgemeinbildenden Schulen, in welchen die Medienbildung bereits in der Grundschule umfassend verankert ist. Inwieweit dies die Eltern in ihrer Aufgabe der Medienerziehung entlasten und/oder ergänzen kann, gilt es zu erforschen.

5 Literatur

- Aghaei, Sareh/Nematbakhsh, Mohammad Ali/Farsani, Hadi Khosravi (2012): Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0. In: International Journal of Web & Semantic Technology, 3. Jg., H. 1, S. 1-10
- Aufenanger, Stefan (2008): Mediensozialisation. In: Sander, Uwe/von Gross, Friedericke/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag, S. 87-92
- ARD/ ZDF (2015): ARD/ZDF Online Studie 2015. Ergebnisse unter: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/> (5.06.2016)
- Baake, Dieter (1996): Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In: von Rein, Antje (Hrsg.): Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, S. 112-114
- Bentele, Günther/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (2006): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaften. Wiesbaden: VS Verlag
- Berger, Katrin (2013): „Das sind wir!“ Zur Bedeutung fotografischer Praxis in der Familie. Eine Studie am Beispiel der Familienfotografie. Verfügbar unter: <https://www.ph-ludwigsburg.de/10599.html#c29490> (31.05.2016)
- BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (2012): EXIF – Exzessive Internetnutzung in Familien. Zusammenhänge zwischen der exzessiven Computer- und Internetnutzung Jugendlicher und dem (medien-)erzieherischen Handeln in den Familien. Verfügbar unter: <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/EXIF-Exzessive-Internetnutzung-in-Familien,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf> (30.06.2016)
- BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (2015): Digitalisierung – Chancen und Herausforderungen für die partnerschaftliche Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Verfügbar unter: <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Abteilung2/Pdf-Anlagen/digitalisierung-chancen-und-herausforderungen,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf> (04.06.2016)
- BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (2016): Familien mit Migrationshintergrund. Analysen zu Lebenssituation, Erwerbsbeteiligung und Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Verfügbar unter: <https://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Familien-mit-Migrationshintergrund,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf> (15.06.2015)
- Bos, Wilfried/Eickelmann, Julia/Goldhammer, Frank/Schaumburg, Heike/Schwippert, Knut/Senkbeil, Martin/Schulz-Zander, Renate/Wendt, Heike (Hrsg.) (2014): ICLIS 2013. Computer und informationsbezogenen Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern in der 8. Jahrgangsstufe im internationalen Vergleich. Münster: Waxmann
- Brenke, Karl (2014): Heimarbeit: Immer weniger Menschen in Deutschland gehen ihrem Beruf von zu Hause aus nach. In: DIW Wochenbericht, 8. Jg., S. 131-139
- Buch, Tanja/Dengler, Katharina/Matthes, Britta (2016). Relevanz der Digitalisierung für die Bundesländer. Saarland, Thüringen und Baden-Württemberg haben den größten Anpassungsbedarf. In: IAB-Kurzbericht 14/2016, S. 1-8
- Bude, Heinz (2011): Bildungs-panik. Was unsere Gesellschaft spaltet. München: Hanser
- Bullinger, Hans-Jörg/ten Hompel, Michael (Hrsg.) (2007): Internet der Dinge. Wiesbaden: Springer VS
- Carstensen, Tanja (2014): Zwischen Handlungsspielräumen und eigensinniger Materialität: Subjekte im Umgang mit den Herausforderungen der Internet-Arbeitswelt. In: Arbeits- und Industriesoziologische Studien, 7. Jg., H. 1, S. 24-41
- Carvalho, Joana/ Francisco, Rita/Relvas, Ana P. (2015): Family functioning and information and communication technologies: How do they relate? A literature review. In: Computers in Human Behavior, 45. Jg., S. 99-108
- Choudhury, Nupur (2014): World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0. In: International Journal of Computer Science and Information Technologies. 6. Jg., H. 5, S. 8096-8100
- Coyne, Sarah M./Stockdale, Laura/Busby, Dean/Iverson, Bethany/Grant, David (2011): "I luv u :)!": A Descriptive Study of the Media Use of Individuals in Romantic Relationships. In: Family Relations, 60. Jg., H.2, S. 150-162

- De Almeida Nunes, Ana/De Almeida Alves, Nuno/Deicado, Ana/Carvalho, Tiago (2011): Children and Digital Diversity: From „unguided rookies“ to „self-reliant“ cybernauts. In: *Childhood*, 19. Jg., H. 2, S. 219-234
- Dengler, Katharina/Matthes Britta (2015a): Folgen der Digitalisierung für die Arbeitswelt. Substituierbarkeitspotenziale von Berufen in Deutschland. IAB-Forschungsbericht Nr. 11, Nürnberg
- Dengler, Katharina/Matthes, Britta (2015b): Folgen der Digitalisierung für die Arbeitswelt: In kaum einem Beruf ist der Mensch vollständig ersetzbar. IAB-Kurzbericht Nr. 24, Nürnberg
- Deutsche Telekom AG (2010b): Life 2. Work. Verfügbar unter <http://www.studie-life.de/life-studien/vernetztes-arbeiten/> (23.05.2016)
- Deutsche Telekom (2014): Sicherheitsreport 2014. Institut für Demoskopie Allensbach. Verfügbar unter: <http://www.telekom.com/medien/konzern/243000>
- DIVSI (Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet) (2014): DIVSI U25-Studie – Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. Hamburg. Verfügbar unter: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2014/02/DIVSI-U25-Studie.pdf> (06.04.2016)
- DIVSI (Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet) (2015): DIVSI U9-Studie – Kinder in der digitalen Welt. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Hamburg. Verfügbar unter: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2015/06/U9-Studie-DIVSI-web.pdf> (05.04.2016)
- DJI Online 02/2010: Digital kompetent oder abgehängt? Wege von Kindern und Jugendlichen. Verfügbar unter: <http://www.dji.de/index.php?id=1354> (04.06.2016)
- Eichmann, Hubert (2000): Medienlebensstile zwischen Informationselite und Unterhaltungsproletariat. Wissensungleichheiten durch die differentielle Nutzung von Printmedien, Fernsehen, Computer und Internet. Frankfurt am Main: Verlag Peter Lang
- Eickelmann, Birgit/Schaumburg, Heike/Senkbeil, Martin/Schwippert, Knut/Vennemann, Mario (2014): Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. In: ICILS 2013. Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern in der 8. Jahrgangsstufe im internationalen Vergleich. Münster, New York: Waxmann, S. 297-327
- Europäische Kommission (2008): Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe. Executive summary. Verfügbar unter: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/ex-sum.pdf>
- Feldhaus, Michael (2005): Mobile Kommunikation in der Familie: Chancen und Risiken. In: Höflisch, Joachim R./Gebhardt, Julian (Hrsg.): Mobile Kommunikation. Perspektiven und Handlungsfelder. Frankfurt am Main: Verlag Peter Lang, S. 159-177
- Feil, Christine/Gieger, Christoph/Grobbin, Alexander (2010): Kernaussagen und zentrale Ergebnisse des DJI-Projekts „Digital Divide“ (Auf einen Blick). In: DJI Online Thema 2010/02: Digital kompetent oder abgehängt? Wege von Kindern und Jugendlichen ins Netz
- Feil, Christine (2016): Kinder am Tablet. Beobachtungen zur Medienaneignung zwei- bis sechsjähriger Kinder. Vortrag. Verfügbar unter: http://www.dji.de/fileadmin/user_upload/www-kinderseiten/1161/Feil_Kinder%20am%20Tablet.pdf (04.06.2016)
- FIM 2011 (2012): Familie, Interaktion & Medien. Untersuchungen zur Kommunikation und Medien-nutzung in Familie. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). Verfügbar unter: <http://www.mpfs.de/fileadmin/FIM/FIM2011.pdf> (05.04.2016)
- Finch, Janet (2007): Displaying Families. In: *Sociology*, 41. Jg., H. 1, S. 65-81
- Fresnoza-Flot, Asuncion (2009): Migration Status and Transnational Mothering. In: *Global Networks*, 9. Jg., H. 2, S. 252-270
- Gergen, Kenneth (2000): Die Gegenwart des Abwesenden. Ist das Handy ein Medium menschlicher Nähe? In: *Psychologie heute*, 27. Jg., H. 8, S. 36-40
- Goffman, Erving (1986): Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Frankfurt am Main: Suhrkamp (zuerst: 1967)
- Grobbin, Alexander/Feil, Christine (2015): Digitale Medien: Beratungs-, Handlungs- und Regulierungsbedarf aus Elternperspektive. Ergebnisse aus einer Befragung von Müttern und Vätern mit 1- bis 15-Jährigen Kindern. Verfügbar unter: http://www.dji.de/fileadmin/user_upload/www-kinderseiten/1176/DJI-Digitale-Medien-Eltern-Kongress_Net_Children_2020_deutsch.pdf (4.06.2016)
- Grobbin, Alexander (2016): Online-Medien im Kindesalter. Ergebnisse aus dem DJI-Projekt: „Digitale Medien: Beratungs-, Handlungs- und Regulierungsbedarf aus Elternperspektive. Vortrag. Verfügbar unter: http://www.dji.de/fileadmin/user_upload/www-kinderseiten/1161/Grobbin_OnlineMedien%20im%20Kindesalter.pdf (04.06.2016)

- Hacke, Sebastian. (2012): Medienaneignung von Jugendlichen aus deutschen und türkischen Familien. Eine qualitativ-rekonstruktive Studie. Freiburg: Centaurus
- Hasebrink, Uwe/Lampert, Claudia/Schröder, Hermann-Dieter/Drosselmeier, Marius (2011): Jugendschutz aus Sicht der Eltern. Kurzbericht über eine Studie des Zweiten Deutschen Fernsehens. Verfügbar unter:
<https://www.hans-bredow-institut.de/de/aktuelle-projekte/projektergebnisse-jugendmedienschutz-aus-sicht-eltern> (04.06.2016)
- Hasebrink, Uwe/Schröder, Hermann-Dieter/Schumacher, Gerlinde (2012): Kinder- und Jugendmedienschutz aus Sicht der Eltern. In: Media Perspektiven, H. 1, S. 18-30
- Hepp, Andreas (2011): Medienkultur. Wiesbaden: VS Verlag
- Hugger, Kai-Uwe (2009): Junge Migranten online. Suche nach sozialer Anerkennung und Verge-
 wisserung von Zugehörigkeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Hugger, Kai-Uwe (2008): Medienkompetenz. In: Sander, Uwe/Gross, Friedericke/Hugger, Kai-Uwe
 (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag, S. 93-99
- Hurrelmann, Klaus (2002): Einführung in die Sozialisationstheorie. Weinheim/Basel: Beltz
- JIM 2015 (2015): Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-
 Jähriger in Deutschland. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs).
 Verfügbar unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf15/JIM_2015.pdf (05.04.2016)
- Jurczyk, Karin/Keddi, Barbara/Lange, Andreas/Zerle, Claudia (2009): Zur Herstellung von Familie.
 Wie sich die Alltagspraxis von Vätern, Müttern und Kindern erforschen lässt – Ein Werkstattbe-
 richt. In: Bulletin Plus, 4. Jg., H. 88, S.1-9
- Jurczyk, Karin/Schier, Michaela/Szymendersky, Peggy/Lange, Andreas/Voß, Günter V. (2009):
 Entgrenzte Arbeit – entgrenzte Familie. Grenzmanagement im Alltag als neue Herausforde-
 rung. Berlin: edition sigma
- Kammerl, Rudolf/Hirschhäuser, Lena/Rosenkranz, Moritz/Schwinge, Christiane/Hein, Sandra
 /Wartberg, Lutz/Petersen, Kay-Uwe (2012): EXIF – Exzessive Internetnutzung in Familien. Zu-
 sammenhänge zwischen der exzessiven Computer- und Internetnutzung Jugendlicher und
 dem (medien-)erzieherischen Handeln in den Familien. Verfügbar unter:
<http://www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/publikationen,did=184996.html> (3.6.2016)
- KIM Studie 2014 (2015): Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medien-
 umgang 6- bis 13-Jähriger. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
 (mpfs). Verfügbar unter: <http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf14/KIM14.pdf> (05.04.2016)
- Knop, Karin/Hefner, Dorothee/Schmitt, Stefanie; Vorderer, Peter (2015): Mediatisierung mobil.
 Handy- und Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen. Zusammenfassung der LfM-
 Schriftenreihe Medienforschung. Verfügbar unter:
https://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Tagungen_und_Praesentationen/Alwayson/Dokume-nte/Band-77_Mediatisierung-mobil_Zusammenfassung.pdf (06.04.2016)
- Kratzer, Nick/Monz, Anna (2016): Familie in Entgrenzung 4.0 – wie arbeitet und lebt die digitale
 Familie? Unveröffentlichtes Arbeitspapier
- Krotz, Friedrich (2003): Die Mediatisierung der Lebensräume von Jugendlichen. Perspektiven für
 die Forschung. In: Bug, Judith/Karmasin, Matthias (Hrsg.): Telekommunikation und Jugendkul-
 tur. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 167-183
- Krotz, Friedrich/Wagner, Ulrike (2014): Medienwandel durch generationenspezifisches Medien-
 handeln. In: Krotz, Friedrich/Despotovic, Cathrin/Kruse, Merle-Marie (Hrsg.): Die Mediatisie-
 rung sozialer Welten. Wiesbaden: Springer VS, S.189-214
- Kutscher, Nadia (2014): Soziale Ungleichheit. In: Tillmann, Angela/Fleischer, Sandra/Hugger, Kai-
 Uwe (Hrsg.): Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: VS Verlag, S. 101-112
- Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (Hrsg.) (2014): Mit Kindern unter-
 wegs im Internet. Beobachtungen zum Surfverhalten – Herausforderungen für die Medienaus-
 sicht (Jugendschutz und Werbung). Baden-Baden: Nomos
- Lange, Andreas (2014): Medienkindheit in zeitgenössischen Familien: Zur notwendigen Verbin-
 dung praxis- und wirkungstheoretischer Ansätze. In: Tillmann, Angela/Fleischer, Sand-
 ra/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: VS Verlag, S. 484-501
- Lange, Andreas (2013): Medien und die gefo(e)rderte Familie. Thesen und Befunde aus interdis-
 ziplinärer Sicht. In: Wagner, Ulrike (Hrsg.): Familienleben: Entgrenzt und vernetzt? München:
 kopaed, S. 59-75
- Lange, Andreas/Sander, Ekkehard (2010): Mediensozialisation in der Familie. In: Vollbrecht,
 Ralf/Wegener, Claudia (Hrsg.): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden: VS Verlag, S. 180-
 191

- Livingstone, Sonia/Haddon, Leslie/Görzig, Anke/Olafsson, Kjartan u.a. (2011): Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full findings.LSE, London: EU Kids Online. Verfügbar unter: <http://www.eukidsonline.de/das-projekt/> (26.06.2016)
- McKinsey&Company (2016): Digitalisierung in deutschen Haushalten. Wie Familien mehr Qualitätszeit gewinnen können. Verfügbar unter: <https://www.mckinsey.de/digitalisierung-in-deutschen-haushalten> (26.06.2016)
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2015): miniKIM 2014. Kleinkinder und Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland. Verfügbar unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/miniKIM/2014/miniKIM_2014.pdf (25.06.2016)
- Mikos, Lothar (2010): Mediensozialisation als Irrweg – Zur Integration von medialer und sozialer Kommunikation aus der Sozialisationsperspektive. In: Mikos, Lothar/Hoffmann, Dagmar (Hrsg.): Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag, S. 27-46
- miniKIM (2015): miniKIM- Studie 2014. Kleinkinder und Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Verfügbar unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/miniKIM/2014/miniKIM_2014.pdf (25.06.2016)
- Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (MFKJKS) (2015): Familienbericht Nordrhein-Westfalen. Familien gestalten Zukunft. Verfügbar unter: http://www.prognos.com/uploads/tx_atwpubdb/150918_familienbericht_langfassung_rz.pdf (26.04.2015)
- Moldaschl, Manfred /Voß, G. Günther (2003): Subjektivierung von Arbeit. Arbeit, Innovation und Nachhaltigkeit. Band 2. München/Mering: Rainer Hampp Verlag
- Monz, Anna (2016): Mobile Arbeit, mobile Eltern. Formen, Wirkung und Funktion von Kopräsenz in der Paarbeziehung berufsmobiler Eltern. Bislang unveröffentlichte Dissertation
- Moosbrugger, Janine (2012): Subjektivierung von Arbeit: Freiwillige Selbstausschöpfung. Ein Erklärungsmodell für die Verausgabebereitschaft von Hochqualifizierten. 2., erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag
- Münchener Kreis (2013): Arbeit in der digitalen Welt. Zusammenfassung der Ergebnisse der AG1-Projektpruooe anlässlich des IT-Gipfel-Prozesses 2013. Verfügbar unter <https://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/A/arbeit-in-der-digitalen-welt,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf> (24.05.2016)
- Neverla, Irene (2010): Medien als soziale Zeitgeber im Alltag: Ein Beitrag zur kultursoziologischen Wirkungsforschung. In: Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hrsg.): Die Mediatisierung des Alltags. Wiesbaden: VS Verlag, S. 183-194
- Niederbacher, Arne/Zimmermann, Peter (2011): Grundwissen Sozialisation. Einführung zur Sozialisation im Kindes- und Jugendalter. Wiesbaden: VS Verlag
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Kulterer, Jasmin (2014): Praxeologische Mediensozialisationsforschung. Langzeitstudie zu sozial benachteiligten Heranwachsenden. Baden-Baden: Nomos
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2009): Mediensozialisation von Kindern aus sozial benachteiligten Familien. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, H. 17, S. 20-25
- Prensky, Marc (2001) Digital Natives, Digital Immigrants. In: On the Horizon, 9. Jg.; H.5, S. 1-6
- Roth-Ebner, Caroline (2013): Fit für mediatisierte Arbeitswelten. Ein Kompetenzprofil für Heranwachsende. In: Merz Heft, H.1, S. 31-37
- Röser, Jutta/ Peil, Corinna (2012): Das Zuhause als mediatisierte Welt im Wandel. Fallstudien und Befunde zur Domestizierung des Internets als Mediatisierungsprozess. In: Hepp, Andreas/ Krotz, Friedrich (Hrsg.): Mediatisierte Welten: Beschreibungsansätze und Forschungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag, S. 137-163
- Röser, Jutta/Peil, Corinna (2014): Internetnutzung im häuslichen Alltag. Wiesbaden: Springer VS
- Schier, Michaela/Schlinzig, Tilo (2016): Anwesenheit in Abwesenheit. Digitale Elternschaft in mobilen Gesellschaften. In: Friese, Heidrun/Rebane, Gala/Nolden, Marcus/Schreiter, Miriam (Hrsg.): Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten. Wiesbaden: Springer VS (im Druck)
- Schinkel, Sebastian (2013): Familiäre Räume. Eine Ethnographie des ‚gewohnten‘ Zusammenlebens als Familie. Bielefeld: transcript
- Schorb, Bernd. (2009): Mediale Identitätsarbeit: Zwischen Realität, Experiment und Provokation. In: Theunert, Helga (Hrsg.): Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. München: kopaed, S. 86-92

- Schorb, Bernd (Hrsg.) (2013): Jugend – Information – Medien. Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung von Information durch 12- bis 19-Jährige. Verfügbar unter: <https://www.uni-leipzig.de/mepaed/medienkonvergenz-monitoring/news/jugend-information-medien/> (04.06.2016)
- Schramm, Holger/Hartmann, Tilo (2010): Identität durch Mediennutzung? Die Rolle von parasozialen Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren. In: Mikos, Lothar/Hoffmann, Dagmar (Hrsg.): Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag, S. 201-219
- Statistisches Bundesamt (2015): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit 2014. Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus. Wiesbaden
- Stegbauer, Christian (2012): Medien und soziale Ungleichheit: Eine Einleitung. Wiesbaden: VS Verlag
- Süß, Daniel/Lampert, Claudia/Wijnen, Christine W. (2010): Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: VS Verlag
- Techniker Krankenkasse (2014): Jugend 3.0 – abgetaucht nach Digitalien? Umfrage zur Gesundheit und Mediennutzung von Jugendlichen. Verfügbar unter: <https://www.tk.de/centaurus/servlet/contentblob/657918/Datei/129096/TK-Broschuere-Medienkompetenz.pdf> (05.06.2016)
- Theunert, Helga/Lange, Andreas. (2012): "Doing Family" im Zeitalter von Mediatisierung und Pluralisierung. In: Medien + Erziehung, 56. Jg., H. 2, S. 10-20
- Tichenor, Phillip J./Donohue, George A./Olien, Clarice N. (1970): Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. In: The Public Opinion Quarterly, 34. Jg., H. 2, S.159-170
- Tillmann, Angela/Hugger, Kai-Uwe (2014): Mediatisierte Kindheit – Aufwachsen in mediatisierten Lebenswelten. In: Tillmann, Angela/Fleischer, Sandra/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: VS Verlag, S. 31-45
- Tulodziecki, Gerhard (2008): Medienerziehung. . In: Sander, Uwe/von Gross, Friedericke/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag, S. 110-115
- Vorderer, Peter (2015): Der mediatisierte Lebenswandel. Permanently online, permanently connected. In: Publizistik, 60. Jg., H. 3, S.259-276
- Voß, Günter G./Rieder, Kerstin (2005): Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden. Frankfurt/New York: Campus Verlag
- Wagner, Ulrike/Gebel, Christa (2014). Jugendliche und die Aneignung politischer Information in Online- Medien. Wiesbaden: Springer VS
- Wagner, Ulrike/Brüggen, Niels/Gebel, Christa (2009): Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher. Verfügbar unter: https://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwihpN2rwPXMAhXJaRQKHyoDBKoQFggdMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.jff.de%2Fdateien%2FBericht_Web_2.0_Selbstdarstellungen_JFF_2009.pdf&usq=AFQjCNEkAnIONydTrNgR8WiHpcVjalh8ig&cad=rja (03.06.2016)
- Wajcman, Judy/Bittman, Michael/Brown, Judith E. (2008): Families without borders: Mobile phones, connectedness and work-home divisions. In: Sociology, 42. Jg., S. 635–652.
- Wajcman, Judy/Rose, Emily/Brown, Judith E./Bittmann, Michael (2010): Enacting virtual connections between work and home. In: Journal of Sociology, 46. Jg., H. 3, S. 257–275
- Walper, Sabine/Wendt, Eva-Verena/Langmeyer, Alexandra (im Druck): Familiäre Sozialisation und Erziehung. In: Dieter Frey/Hans-Werner Bierhoff (Hrsg.): Enzyklopädie der Psychologie. Serie VI: Sozialpsychologie. Göttingen: Hogrefe
- Zerle, Claudia. /Lange, Andreas. (2010): Mediensozialisation im (Kinder-)Alltag und in der "Kinderfreizeit". In: Vollbrecht, Ralf/Wegener, Claudia (Hrsg.): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden: VS Verlag, S. 171-179.
- Zillien, Nicole (2009): Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag

6 Anhang: Überblick vorliegender Forschungsprojekte

Studie	Schwerpunkte	Methode	Quelle
Familie			
<p><i>ARD/ZDF-Online Studie 2015</i></p> <p>Zeitraum: jährlich (seit 1997)</p> <p>Homepage: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Frequenz und Vielfalt der Internetnutzung - mobile Internetnutzung - Nutzung sozialer Netzwerke - Mediennutzung in Abhängigkeit von Lebenswelten (Sinus-Milieus) - Nutzung von Social TV (Kommunikation über TV- und Radioprogramme in sozialen Medien) 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative telefonische Befragung <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1800 Erwachsene <p>(Erhebungszeitraum März/April 2015)</p>	<p>ARD/ZDF 2015</p>
<p><i>Das mediatisierte Zuhause: Wandel häuslicher Kommunikationskulturen</i></p> <p>Teilprojekt des DFG Schwerpunktprogramms 1505 Mediatisierte Welten</p> <p>(jeweils zweijährige Förderphasen, Laufzeit 2010-2016)</p> <p>Homepage: http://www.mediatisiertewelten.de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Wandel häuslicher Kommunikation durch digitale Mediatisierung - Häusliche Mediennutzungsmuster und Geschlechterkonstellationen - Bildungsspezifische Differenzen von Kommunikationspraktiken 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - qualitative ethnographisch orientierte Haushaltsstudie - Panel (3 Erhebungswellen 2008, 2011/2012 und 2013/2014) - Fotografische Dokumentation von Medienarrangements im Haushalt <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 25 Paar-Haushalte; 50 Erwachsene und Kinder 	<p>Röser/Peil 2012, 2014</p>
<p><i>Digitale Medien: Beratungs-, Handlungs- und Regulierungsbedarf aus Elternperspektive</i></p> <p>(Medienzusatzerhebung im Rahmen des DJI-Survey „Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten (AID:A))</p> <p>(Laufzeit: 01.04.2013 – 31.12.2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Altersabhängiger Zugang von Kindern zu digitalen internetfähigen Geräten vor dem Hintergrund derer Lern- und Risikopotenziale - Konvergentes und divergentes Medien-erziehungsverhalten von Müttern und Vätern - Strukturelle Disparitäten zwischen Medien-erziehung in Familien, Betreuungsinstitutionen und Schule - Informationsverhalten 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative telefonische Befragung <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4.800 Haushalte mit Kindern im Alter von 1 bis 15 Jahren - 4.690 Mütter und 3.089 Väter <p>Erhebung in zwei Wellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2013: Eltern mit Kindern (1 bis 8 Jahre); - 2014: Eltern mit Kindern (9 bis 15 Jahre) 	<p>Grobbin/Feil 2015 Grobbin 2016</p>

Homepage: http://www.dji.de/index.php?id=1602	sowie Lücken in den Beratungs- und Unterstützungsangeboten für Eltern	(Erhebungszeitraum September 2013 bis Februar 2014)	
<i>Familie, Interaktion & Medien 2011</i> (FIM-Studie 2011) Zeitraum: Einmalig Homepage: http://www.mpfs.de/?id=26	<ul style="list-style-type: none"> - Qualität, Inhalte und Formen innerfamiliärer Kommunikation - Kommunikative Verhaltensmuster und Bedeutung von Medien in der Familie - Medientätigkeiten und Medienkompetenz - Generationsunterschiede in Mediennutzung 	Design: <ul style="list-style-type: none"> - quantitative face-to-face Befragung - qualitative Tagebucherhebung Stichprobe: <ul style="list-style-type: none"> - 260 Haushalte/Familien (Befragung aller Familienmitglieder) - Eltern: n= 468 - Kinder (3 bis 19 Jahre): n= 388 - Tagesabläuferhebung mittels Tagebüchern (über 3 Tage, n= 586 Personen aus Basiserhebung) 	FIM 2012
<i>Mediensozialisation unter Bedingungen sozialer Benachteiligung</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mediensozialisation im Zusammenhang der alltäglichen Lebensführung - Mediennutzung von Kindern aus sozial benachteiligten Familien - Möglichkeiten der Identitätsausbildung und Handlungskompetenz durch Medien 	Design: <ul style="list-style-type: none"> - qualitative Langzeiterhebung - 4 Panelwellen: 2005, 2007, 2010 und 2012 - Leitfadengestützte Interviews mit Eltern und Kindern + Fragebögen zu sozioökonomischer Situation Stichprobe: <ul style="list-style-type: none"> - 20 Familien mit Kindern (4 bis 6 Jahre zu Beginn der Studie) 	Paus-Hasebrink/ Kulterer 2014
<i>MoFam – Mobile Medien in der Familie</i> Homepage: http://www.jff.de/jff/aktivitaeten/forschung/projekt/proj_titel/mofam-mobile-medien-in-der-familie/	<ul style="list-style-type: none"> - Erkenntnisse der Entwicklungspsychologie sowie der Kinder- und Jugendforschung, die für die Medienerziehung als relevant einzuschätzen sind, werden erarbeitet - Bedarfe und Fragen der Eltern zum Umgang mit mobilen Medien und dem Internet werden analysiert: Welche Unterstützung brauchen die Familien? - Welche Fragen werden von den Fachkräften aufgeworfen? Welche Unterstützung brauchen die Fachkräfte? 	Design: <ul style="list-style-type: none"> - Expertise „Grundlagen zur Medienerziehung in der Familie“ - Befragung von Eltern in Kleingruppen und Paargesprächen - Befragung von Fachkräften: 5 Gruppendiskussionen, 4 Einzelinterviews Stichprobe: <ul style="list-style-type: none"> - Eltern mit Kindern zwischen 8 und 14 Jahren (18 Väter, 35 Mütter) - 35 Fachkräfte der Erziehungsberatung sowie (teil-)stationären Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe 	Wagner u.a. 2016
Kinder			
<i>Digital Divide –</i>	- Digitale Nutzungsstile	Design:	DJI Online

<p><i>Digitale Medien und Kompetenzerwerb im Kindesalter</i></p> <p>Zusatzerhebung zur Nutzung digitaler Medien im Rahmen des DJI-Kinderpanels: Wie wachsen Kinder aus?</p> <p>Zeitraum: 01.01.2007 bis 31.12. 2009</p> <p>Homepage: http://www.dji.de/index.php?id=930</p>	<p>von Kinder und Jugendlichen im Zusammenhang mit Bildungschancen bzw. -benachteiligung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifizierung unterschiedlicher digitaler Nutzergruppen/ Nutzungsstile - Digitale Kompetenz im Zusammenhang von informellen, formellen und formalen Bildungsprozessen 	<ul style="list-style-type: none"> - Sekundäranalyse + Zusatzinstrument - quantitative face-to-face Befragung - qualitative Interviews <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitativ: - 1.250 Kinder (10 bis 14 Jahre) + schriftlicher Fragebogen zu Medienausstattung bei einem Elternteil - qualitativ: - Leitfadeninterviews mit 150 Kindern (10 bis 14 Jahre) 	<p>02/2010</p>
<p><i>Digitale Medien in der Lebenswelt von Klein- und Vorschulkindern</i></p> <p>(Laufzeit 01.01.2013 bis 31.03.2016)</p> <p>Homepage: http://www.dji.de/index.php?id=1586</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nutzung/-skontexte digitaler Medien im Kinder und Familienalltag - Medienpädagogische Bewertung von Kindermedienangeboten - Medienqualifikation von Erzieherinnen sowie Prüfung potenzieller Einsatzmöglichkeiten im Kindergartenalltag 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - qualitative Beobachtungsstudie - Experteninterview, - Angebotsanalyse, - teilnehmende Beobachtung, - qualitative Interviews <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 12 Experteninterviews - teilnehmende Beobachtung von 23 Kindern (0 bis 6 Jahre) aus 17 Familien - 17 Leitfadeninterviews mit mind. einem Elternteil 	<p>Feil 2016</p>
<p><i>Kinder in der digitalen Welt</i></p> <p>(DIVSI U9-Studie)</p> <p>Homepage: https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u9-studie-kinder-der-digitalen-welt/</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sinus-Milieustudie - digitale Mediennutzung von Kindern - Medienerziehung durch Eltern in Abhängigkeit von Internet-Milieu - Bedeutung von Betreuungs- und Bildungsinstitutionen bei der Vermittlung digitaler Kompetenz - Chancen und Risiken des Internets für die Zukunft der Kinder aus Elternsicht 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative face-to-face Befragung - qualitative Fokusgruppen und Interviews - teilnehmende Beobachtung, unterstützt durch Fotografien des Wohnumfeldes <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitativ: - 1832 Eltern mit Kindern (6 bis 8 Jahre) - 1029 Kinder - qualitativ: - Fokusgruppen mit Grundschullehrern und Erziehern - 28 In-Home-Interviews 	<p>DIVSI 2015</p>
<p><i>Kinder + Medien, Computer + Internet</i></p> <p>(KIM Studie 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Medienausstattung - Mediennutzung und Freizeitaktivitäten - Medienbindung 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative face-to-face Befragung 	<p>KIM 2015</p>

<p>Zeitraum: zweijährig (seit 1999)</p> <p>Homepage: http://www.mpfs.de/?id=646</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Medienkompetenz und familiäre Regeln zum Medienumgang 	<p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1209 Schulkinder (6 bis 13 Jahre) und je ein Haupterzieher 	
<p><i>Kleinkinder und Medien</i> (miniKIM 2014)</p> <p>Zeitraum: zweijährig (seit 2012)</p> <p>Homepage: http://www.mpfs.de/?id=565</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Medienausstattung, und Medienbindung von Kleinkindern aus der Sicht der Eltern - Aktivitäten im Alltag und Mediennutzung (Dauer, Medienarten) - Medienerziehung/ Medienkompetenz der Eltern - Medienausstattung in Kitas 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative paper-pencil Befragung <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 623 Elternteile von Kindern (2 bis 5 Jahre), in der Mehrzahl Mütter <p>(Erhebungszeitraum Mai bis Juni 2014)</p>	<p>miniKIM 2015</p>
<p><i>Frühe Kindheit und Smartphone. Familiäre Interaktionsordnung, Lernprozesse und Kooperation</i></p> <p>Teilprojekt B05 des SFB 1187 Medien der Kooperation</p> <p>Homepage: https://www.mediacoop.uni-siegen.de/de/projekte/b05/</p> <p>(Laufzeit 2016 bis 2019)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Medienpraktiken von Kleinkindern im Alter von 0 bis 6 Jahren - Fokus: Smartphone Nutzung - Aneignungsprozesse, Interaktionspraktiken im alltäglichen Gebrauch in Familien. 	<p>Design:</p> <p>Ethnomethodologische Sequenzanalyse</p>	<p>Noch keine Ergebnisse</p>
<p><i>Mit Kindern unterwegs im Internet.</i></p> <p>Beobachtungen zum Surfverhalten – Herausforderungen für die Medienaufsicht (Jugendschutz und Werbung) (LMK- (Landeszentrale für Medien und Kommunikation) Studie 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Umgang von Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren mit Werbung im Internet - Erkennen und Reaktion auf Werbeangebote - Handlungsbedarfe für Medienkompetenzförderung an Schulen sowie der elternpädagogischen Arbeit 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative Inhaltsanalyse - qualitative Rezeptionsanalyse <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitativ: - Inhaltsanalyse von Werbeangeboten auf Webseiten - qualitativ: - Rezeptionsanalyse an zwei Schulen in Stuttgart mit 24 Teilnehmern mit anschließender Evaluationsanalyse bezüglich Werbeerkenntnis und Werbekompetenz. <p>(Erhebungszeitraum Dezember 2012)</p>	<p>LMK 2014</p>

Jugend			
<p><i>Eukids online</i></p> <p>Hier: Projektabschnitt EU Kids online II Risks and safety on the internet: The perspective of European children</p> <p>Zeitraum: 2009-2011</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Onlinenutzung und Onlineriesiken von Kindern und Jugendlichen und deren Eltern in 25 europäischen Ländern - Internet-Nutzungsverhalten - Risiken (Mobbing, Sexuelle Belästigung, Datenmissbrauch) - Medienerziehung der Eltern und Handlungsbedarfe 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative face-to-face Befragung <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 25.142 Kinder und Jugendliche (9 bis 16 Jahre) und jeweils ein Erzieher <p>(Erhebungszeitraum April bis August 2010)</p>	<p>Livingstone u.a. 2011</p>
<p><i>Exzessive Internetnutzung in Familien (EXIF Studie)</i></p> <p>Homepage:</p> <p>https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/exif---exzessive-internetnutzung-in-familien/88346</p>	<ul style="list-style-type: none"> - exzessive Computer- und Internetnutzung unter sozialisationstheoretischen Gesichtspunkten - Bedeutung von Medien im Jugendalter und für die Interaktion in Familien - medienerzieherisches Handeln in Familien 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative face-to-face Befragung - qualitative Gruppendiskussionen und Experteninterviews <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitativ: - 1.744 Haushalte (jeweils ein Jugendlicher im Alter von 14 bis 17 Jahren) und ein Elternteil - qualitativ: - 4 Gruppendiskussionen (Familien, in denen Mediennutzung häufiges Streitthema ist) - 16 Experteninterview 	<p>BMFSFJ 2012</p>
<p><i>ICILS 2013</i></p> <p>Computer- und informationsbezogenen Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern in der 8. Jahrgangsstufe im internationalen Vergleich</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Schulleistungsstudie - Rahmenbedingungen auf Schul-/ Bildungssystemebene - Zusammenhang von Kompetenz und Geschlecht, Herkunft, Migrationshintergrund 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative Bildungsmonitoringstudie - Computerbasierte Kompetenztests - 21 Teilnehmerländer, - Schüler-, Lehrer- und Schulfragebogen - Nationaler Kontextfragebogen <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deutschland: - 2.225 SchülerInnen der 8. Jahrgangsstufe - 1.386 Lehrkräfte, die in der 8 Jahrgangsstufe unterrichten 	<p>Bos u.a. 2014</p>
<p><i>Jugend 3.0 – abgetaucht nach Digitalien?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Elternbefragung zum Mediennutzungsverhalten ihrer Kinder - Freizeitverhalten - Medienausstattung - Online Nutzungszeiten 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative telefonische Befragung <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1.000 Eltern mit Kindern (12 	<p>Techniker Krankenkasse 2014</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Medienerziehung und Kontrolle - Risikowahrnehmung 	<p>bis 17 Jahre)</p> <p>(Erhebungszeitraum 21. Juli bis 1. August 2014)</p>	
<p><i>Jugendmedienschutz aus Sicht der Eltern</i></p> <p>Homepage: https://www.hans-bredow-institut.de/de/projekte/jugendmedienschutz-aus-der-sicht-der-eltern</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Wahrnehmung von Risiken und Schutzbedarfen im Hinblick auf verschiedenen Medien - Inanspruchnahme verschiedener Maßnahmen zur Sicherung des Kindes- und Jugendschutzes - Elternbefragung zu Schutzbedarfen, Verantwortlichkeiten, Bekanntheit verschiedener Maßnahmen 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative telefonische Befragung <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 750 Eltern mit Kindern (3 bis 17 Jahre) <p>(Erhebungszeitraum August bis September 2011)</p>	<p>Hasebrink u.a. 2011</p>
<p><i>Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt.</i> (DIVSI U25-Studie)</p> <p>Homepage: https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u25-studie-kinder-jugendliche-und-junge-erwachsene-in-der-digitalen-welt/</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vertrauen und Sicherheit im Internet, Bewusstsein und Identifikation von Gefahren - Mediennutzung im Alltag - Privatsphäre und Identität - Rechts- und Sicherheitsverständnis im Online-Kontext - Sinus Milieustudie, Identifizierung von 7 Internet-Milieus 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative face-to-face Befragung - qualitative Fokusgruppen <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitativ: - 1.512 (Personen zwischen 9 und 24 Jahren) - qualitativ: - Kreativwerkstätten - moderierte Online-Chats mit 83 Fokusgruppenteilnehmern - 12 Fokusgruppen- Interviews mit maximal 8 Teilnehmern - Online-Tagebücher <p>(Erhebungszeitraum August bis Sept 2013)</p>	<p>DIVSI 2014</p>
<p><i>Jugend, Information, (Multi-) Media</i> (JIM Studie 2015)</p> <p>Zeitraum: Seit 1998 jährlich durchgeführt</p> <p>Homepage: http://www.mpfs.de/?id=676</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Medienausstattung - Freizeitaktivitäten und Mediennutzung - Medienbindung (subjektive Wichtigkeit von Medien) - Informationsverhalten - Computer- und Internetnutzung - Soziale Netzwerke/ Online-Communities - Sicherheit/ Konflikte der Mediennutzung 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative telefonische Befragung <p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1200 Jugendliche (12 bis 19 Jahre) 	<p>JIM 2015</p>
<p><i>Jugend – Information – Medien</i></p> <p>Aktuellste Ergebnisse des Projekts Medienkonvergenz Monitoring (MeMo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informationshandeln und Themeninteressen Jugendlicher - Bedeutung verschiedener Medien bei der Informationssuche - Informationsaneig- 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative Online-Befragung - qualitative Leitfadeninterviews - Paneluntersuchung 	<p>Schorb 2013</p>

<p>(2003-2013)</p> <p>Zeitraum: 2009-2013</p>	<p>nung und -verhalten am Beispiel der Bereiche Politik und Musik</p>	<p>Stichprobe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitativ: - 4920 Jugendliche (12 bis 19 Jahre) (Gesamtstichprobe der Langzeitstudie) - 1787 jugendliche Internet-NutzerInnen (12 bis 19 Jahre) (Stichprobe zu Medien und Informationshandeln) - qualitativ: - 57 leitfadengestützte Interviews im Zeitraum von 2007 bis 2012 mit 26 Jugendlichen aus Sachsen im Alter von 12-19 Jahren 	
<p><i>Mediatisierung mobil. Handy und mobile Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen</i> (Ifm 2015)</p> <p>Homepage: http://www.lfm-nrw.de/foerderung/forschung/abgeschlossene-projekte/schriftenreihe-medienforschung/mediatisierung-mobil.html</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alltägliche und altersabhängige Medien-nutzung - Auswirkungen von digitalen Kommunikation auf Familie und Freundeskreis - Einfluss der Peergroup auf Medienumgang - Chancen und Risiken der Internetnutzung - Elterneinschätzung hinsichtlich neuer Erziehungsaufgaben und Einfluss auf Medienkonsum ihrer Kinder 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative Befragung - qualitative Gruppendiskussion und Interviews <p>Stichprobe:</p> <p>quantitativ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 500 Kinder/Jugendliche (8 bis 14 Jahre) und ein Elternteil <p>qualitativ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 8 Gruppendiskussionen mit Peergroups - 20 Leitfadeninterviews mit Kindern und Jugendlichen und einem Elternteil 	<p>Knop u.a 2015</p>
<p><i>Rezeption und Produktion von Information durch Jugendliche in der konvergenten Medienwelt</i></p> <p>Teilprojekt des DFG Schwerpunktprogramms 1505 Mediatisierte Welten (2010-2016)</p> <p>Zeitraum: 2010-2012</p> <p>Homepage: http://www.mediatisiertewelten.de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Online- Informationsverhalten Jugendlicher im Hinblick auf politisch/ gesellschaftlich relevante Themen - Mediensozialisation - Medienkompetenz und gesellschaftliche Teilhabe 	<p>Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quantitative Online Befragung - qualitative Interviews <p>Stichprobe</p> <p>quantitativ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1.206 Jugendliche (12-19 Jahre) <p>qualitativ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Leitfadeninterviews mit 24 Jugendlichen (14 bis 20 Jahre) 	<p>Wagner/ Gebel 2014</p>

Im Auftrag des Ministeriums für Familie, Kinder, Jugend, Kultur
und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen
Referat 211
Vergabe-Nr. 32/2016
40190 Düsseldorf

Deutsches Jugendinstitut
Nockherstr. 2
81541 München
Telefon +49(0)89 62306-0
Fax +49(0)89 62306-162
www.dji.de