

# Mediennutzung & Medienkompetenz

Tauchen unsere Kinder zu tief in die Welt digitaler Medien ein?

**Daniel Hajok**

Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM)

# Themen im Überblick

## **Veränderte Rahmenbedingung**

→ Heranwachsen in der zunehmend mediatisierten Gesellschaft

## **Angebot und Nutzung im Wandel**

→ Mit digitalen Medien hat sich der Medienumgang verändert

## **Medienvorlieben & Medienkompetenz**

→ Entwicklungen im Altersverlauf von Kindern und Jugendlichen

## **Chancen & Risiken des Medienumgangs**

→ Neue Möglichkeiten und erweiterte Risikolagen

## **Was können Eltern tun?**

→ Möglichkeiten einer 'angemessenen' Medienerziehung

# Veränderte Rahmenbedingungen

Heranwachsen in der zunehmend mediatisierten Gesellschaft

# Heranwachsen heute

## **Individualisierung in der Risikogesellschaft** (Beck 1986)

→ Heranwachsende können und müssen ihr Leben zunehmend autonom und selbstverantwortet gestalten → Peers + Medien

## **Beschleunigung gesellschaftlicher Prozesse** (Rosa 2005)

→ mit rasanten techn. Entwicklungen (Digitalisierung) geraten Menschen immer mehr unter Druck, die vielen Optionen im Leben noch 'unter zu bekommen' → episodische Erlebnisse

## **Mediatisierung kommunikativen Handelns** (Krotz 2001)

→ Durchdringung der Kultur von zeitlich, räumlich und sozial zunehmend entgrenzter Kommunikation → Veränderung des kommunikativen Handelns von Heranwachsenden

# Heranwachsen heute

## Neuer Sozialisationstypus (Böhnisch et al. 2009)

→ (junge) Menschen leben immer mehr von Situation zu Situation und von Punkt zu Punkt – und sehen vor lauter Punkten das Ganze nicht mehr

## Veränderte Perspektive auf Heranwachsende (Hajok 2015)

→ (wieder) weg vom pädagogisch idealisierten Bild des kritisch-reflexiven Subjektes hin zum ökonomischen Prinzipien gehorchenden Bild des sich situativ-anpassenden Individuums

**X**

*Gefragt ist immer mehr der flexible Mensch, der sich mit dem globalisierten Netzwerkkapitalismus arrangiert (hat), sich den neuen Marktentwicklungen anpasst, nicht zu sehr an Zeit und Ort bindet, langfristige Bindungen meidet und Fragmentierung (sogar) als Gewinn sieht. (Sennet 1998)*

# Alles anders durch digitale Medien?

## 'Schonraum' durchlässig – 'Schutzraum' adé (Böhnisch 2009)

- Die bisherigen Experimentierräume junger Menschen waren im Ideal sozial, kulturell, rechtlich geschützt → die neuen medialen Experimentierräume sind **nicht 'schützbar'**
- Beim pädagogischen Umgang muss es immer mehr darum gehen, Heranwachsende beim Erwerb der Fähigkeit zu unterstützen, sich die **Grenzen** im Medienumgang **selbst setzen** zu können

# X

*Im bisherigen Moratoriumsgedanken des 20. Jahrhunderts wurde davon ausgegangen, dass Jugendliche geschützt werden müssen, damit sie risikolos experimentieren können. Nun experimentieren sie in den ungeschützten medialen Räumen. Mit der Gefahr, dass das, was sie dort heute tun, morgen immer wieder neu hervorgeholt werden kann. (Böhnisch 2009, S. 31)*

# Angebot und Nutzung im Wandel

Mit digitalen Medien hat sich der Medienumgang verändert

# Wandel in der Welt der Medien (Hajok/Lauber 2013)

## Mobile Endgeräte mit Internetzugang

→ Laptops, Smartphones, Tablets, Konsolen etc.

## Zunehmend dynamische Angebote

→ User Generated Content, Kommentare, Likes etc.

## Gesellschaftliche und kulturelle Teilhabe

→ Foren, Blogs, YouTube, Instagram etc.

Spektrum der Möglichkeiten erweitert  
**vieles kann genutzt werden**

**nur wenig wird genutzt**

Anbieterkonzentration und digitale Spaltung

## Selbstdarstellung, Kontaktpflege im Netz

→ persönliche Profile, Online-Freundeskreise etc.

## Digitalisierung neuer und alter Inhalte

→ mitsamt Übertragung in andere Nutzungskontexte

## Neue Formen der Wertschöpfung

→ Prosuming, virales Marketing, personalisierte Werbung etc.

# Freizeit- und Medienwelten im Wandel (Hajok 2015a)

Kinder (Tendenz seit 2010)	Stellenwert in Freizeit 2014	Jugendliche (Tendenz seit 2010)
Hausaufgaben/Lernen (=)	1.	Internet nutzen (++)
Fernsehen (=)	2.	Handy/Smartphone nutzen (++)
Freunde treffen (-)	3.	Freunde/Leute treffen (-)
Draußen spielen (=)	4.	Fernsehen (-)
Draußen spielen (-)	5.	mp3 hören (-)
Musik hören (=)	6.	Radio hören (-)
Familie/Eltern (=)	7.	Sport treiben (=)
Sport treiben (-)	8.	Digitale Fotos machen (++)
PC-/Konsolen-/Onlinespiele (+)	9.	Musik-CDs/Kassetten hören (--)
Computer (offline) (=)	10.	PC-/Konsolen-/Onlinespiele (+)
Handy/Smartphone nutzen (+)	11.	Bücher lesen (=)
Radio hören (=)	12.	Tageszeitung lesen (-)
Internet nutzen (++)	13.	DVD/Video (+)
Bücher lesen (=)	14.	Familienunternehmungen (+)
Malen/Zeichnen/Basteln (=)	15.	Zeitschriften/Magazine (-)

# Veränderungen (Hajok 2014)

## Von der Rezeption zum produktiven Austausch

- Omnipräsenz sozialer Netzwerke (v.a. Facebook) und neuer Kommunikationsmedien (v.a. WhatsApp) im Alltag von Heranwachsenden → **2015 YouTube** Internetangebot Nr. 1

## Jederzeit und überall online

- Mit mobilen Endgeräten (Handys, Smartphones, Tablets) immer früher autonom in der Welt der Medien → zunehmend einer Kontrolle der Erziehenden entzogen

## Eintauchen in digitale Spielewelten

- Ab dem Grundschulalter besondere Faszination digitaler Spiele → neben Spiel und Spaß neue Möglichkeiten von Wirklichkeitsflucht (Eskapismus) und Austausch mit anderen

# Konstanten (Hajok 2014)

## Hoher Stellenwert non-medialer Freizeitaktivitäten

- Treffen mit Freunden/Bekannten nach wie vor besonders wichtig → Kinder an realen Spielerfahrungen interessiert, Jugendliche an Sport und familiären Unternehmungen

## 'Alte' Medien keineswegs 'out'

- Fernsehen noch immer Leitmedium von Kindern, Radio als Alltagsbegleiter Jugendlicher kaum an Stellenwert verloren, ebenso Bücher → v.a. bei weiblichen Heranwachsenden

## Gemeinsame Medienbeschäftigungen nicht unwichtig

- neben Radio, Fernsehen, Filmen nun auch Kommunikationsdienste wie **WhatsApp** wichtig für Familienalltag (Nähe-Distanz-Gestaltung, kommunikativer Austausch etc.)

# Jugendliche und bereits Kinder sind...

## **Nutzer des Vorhandenen** (nicht passiv-reagierend)

- Kinder und Jugendliche nutzen die Angebote der Medien, um eigene Interessen und Bedürfnisse zu befriedigen

## **Erschaffer von Neuem** (Möglichkeiten kreativ nutzend)

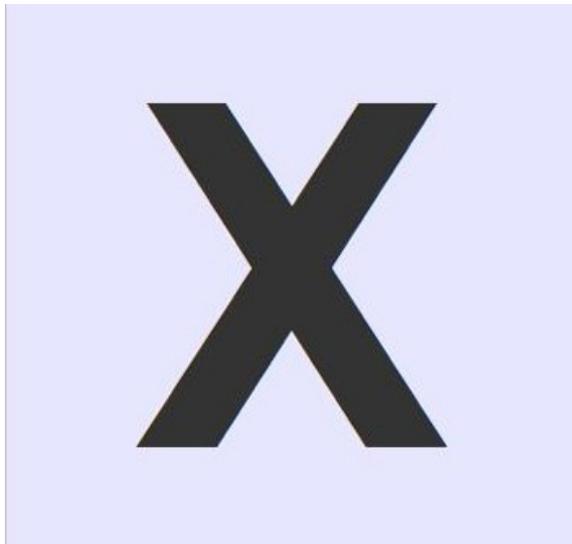
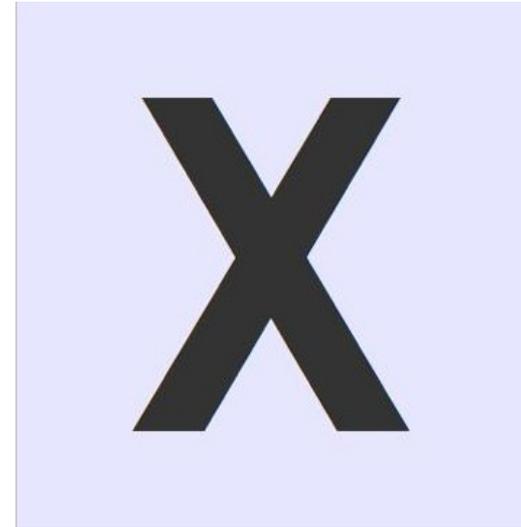
- Kinder und Jugendliche 'produzieren' eigene Medieninhalte  
→ Selbstdarstellung, Austausch, Vernetzung, Teilhabe an Diskursen, Präsentation der eigenen Fähigkeiten et.c

## **Aktiv Handelnde Subjekte** (an Teilhabe interessiert)

- Heranwachsende sind zunehmend Nutzer und Produzenten von Medien und gestalten 'ihre' Medienumwelt aktiv mit → insofern veränderten sie auch die Welt, die sie umgibt

# Auf der Suche nach Beachtung?

In Zukunft wird jeder für **15 Minuten berühmt sein!** (Andy Warhol 1968)



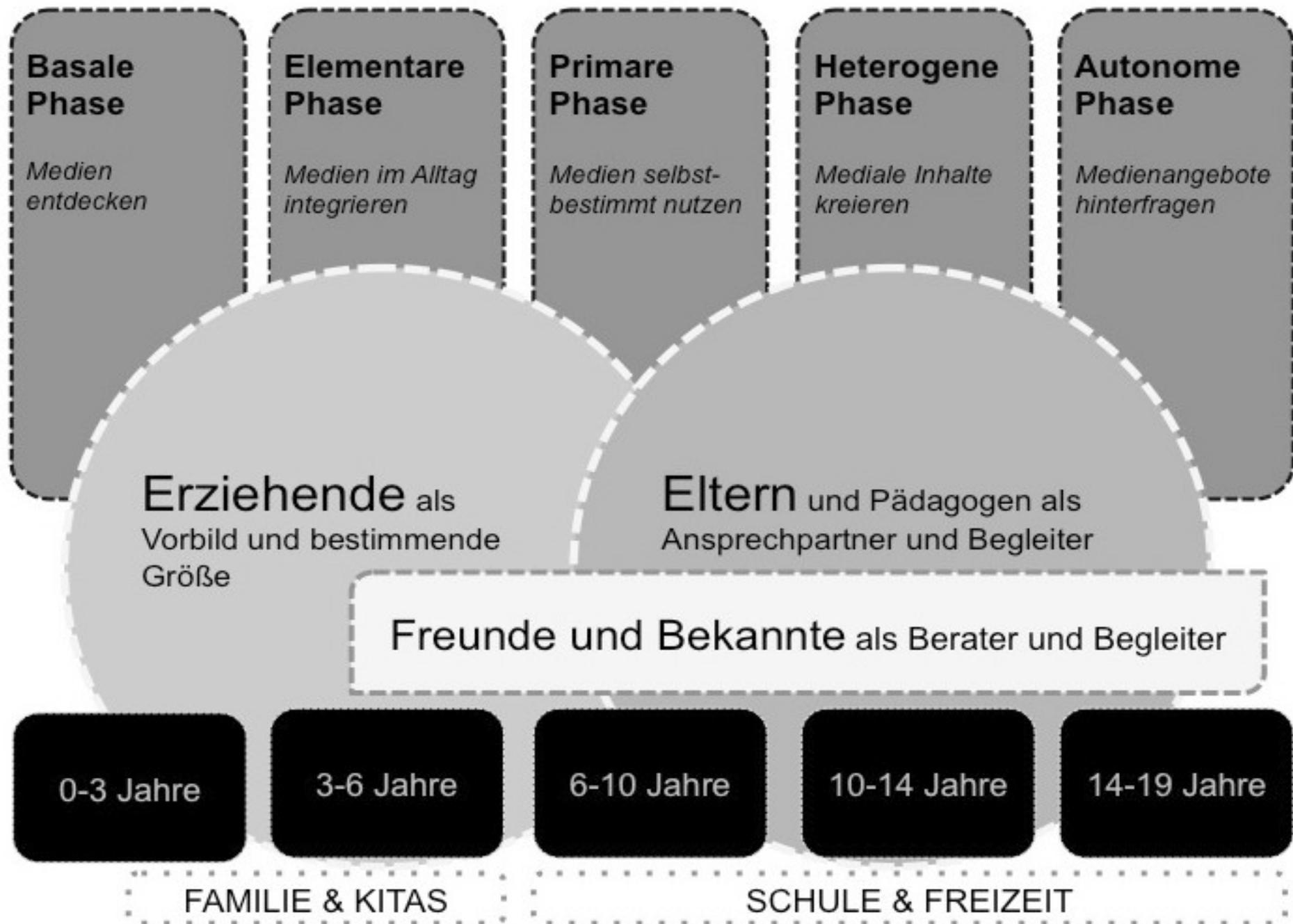
'Sein' heißt heute, **medial stattfinden:** mit Geschichten, starken Bildern, Konflikten, illustrativen Schicksalen, Wertungen (Pörksen & Krischke 2012)

# 'Wirkmacht' der Medien? (Hajok 2015a)

- Heranwachsende stehen (noch) am Anfang ihrer Entwicklung und sind durch reale wie mediale Erfahrungen (noch) **'beeinflussbarer' als Erwachsene**
- Jugendliche nutzen selbstverständlich digitale Medien, haben aber noch Schwierigkeiten, die Folgen ihres Medienhandelns abzuschätzen: **Neugierde/Leichtsinn gehen vor Vorsicht**
- Prekäre Umgangsweisen (z.B. Sexting, Posendarstellungen) und Nutzung problematischer Inhalte (z.B. Pornografie) oft in **fehlende elterliche Begleitung/Kontrolle** eingebunden
- Jugendliche können beim Medienumgang in Entwicklung oder Erziehung zu **eigenverantwortlicher/gemeinschaftsfähiger Persönlichkeit** beeinträchtigt/gefährdet werden

# Medienvorlieben & Medienkompetenz

Entwicklungen im Altersverlauf von Kindern und Jugendlichen



# Medienbezogene Fähigkeiten (Hajok 2015b)

## Medien registrieren und ihre Funktionen entdecken

- **0- bis 3-Jährige:** nehmen Mediengebrauch der Familienmitglieder wahr und versuchen die Medien zu 'begreifen'
- sie ertasten/untersuchen die Medien, imitieren den Umgang anderer (v.a. Eltern), entdecken die Funktionen der Medien

## Medien als gemacht verstehen und in Alltag integrieren

- **3- bis 6-Jährige** haben zunehmend konkrete Erwartungen an Medien und artikulieren medienbezogene Wünsche
- sie verstehen Medien als gemacht, bauen ein Genrewissen auf, können lineare Geschichten und einfache Beziehungen zwischen den Figuren nachvollziehen

# Medienbezogene Fähigkeiten (Hajok 2014)

## Medien und ihre Inhalte in ihrer Bedeutung verstehen

- **6- bis 10-Jährige** eignen sich auf der Basis grundlegender Fähigkeiten (Lesen, Schreiben, logisches Denken) Medien und ihre Inhalte sinnverstehend an
- sie 'begreifen' Mediengeschichten und können Realität von Fiktion grundsätzlich unterscheiden

## Sich in selbst ausgestalteten Medienwelten ausleben

- **10- bis 14-Jährige** nutzen Computer/Internet, Smartphones und Tablets zunehmend autonom zur Interaktion mit anderen
- sie sind offen für das, was sonst noch Spaß und Unterhaltung verspricht, informieren und orientieren sich interessengeleitet und etablieren eigene Medienmenüs (z.B. *YouTube*-Kanäle)

# Medienbezogene Fähigkeiten (Hajok 2014)

## Medien aktiv zu Austausch und Vernetzung nutzen

- **14- bis 18-Jährige** nutzen (fast) alle Medien bereits souverän zur Unterhaltung, Orientierung, Austausch und Vernetzung
- sie bedenken zunehmend die Folgen des eigenen (Medien-)Handelns und entwickeln eine Sensibilität für Datenschutz, Persönlichkeitsrechte etc.

# X

*Aufwachsen ist Aufwachsen mit Medien. Dabei integrieren junge Menschen Medien immer früher in ihren Alltag. Diese 'Verfrühung' ist nicht individuell oder milieuspezifisch, auch nicht nur den Strategien des Medienmarktes geschuldet. Sie ist Ausdruck der Bedeutung von Medien in der Gesellschaft, im öffentlichen Leben und im sozialen Miteinander. (Theunert 2015)*

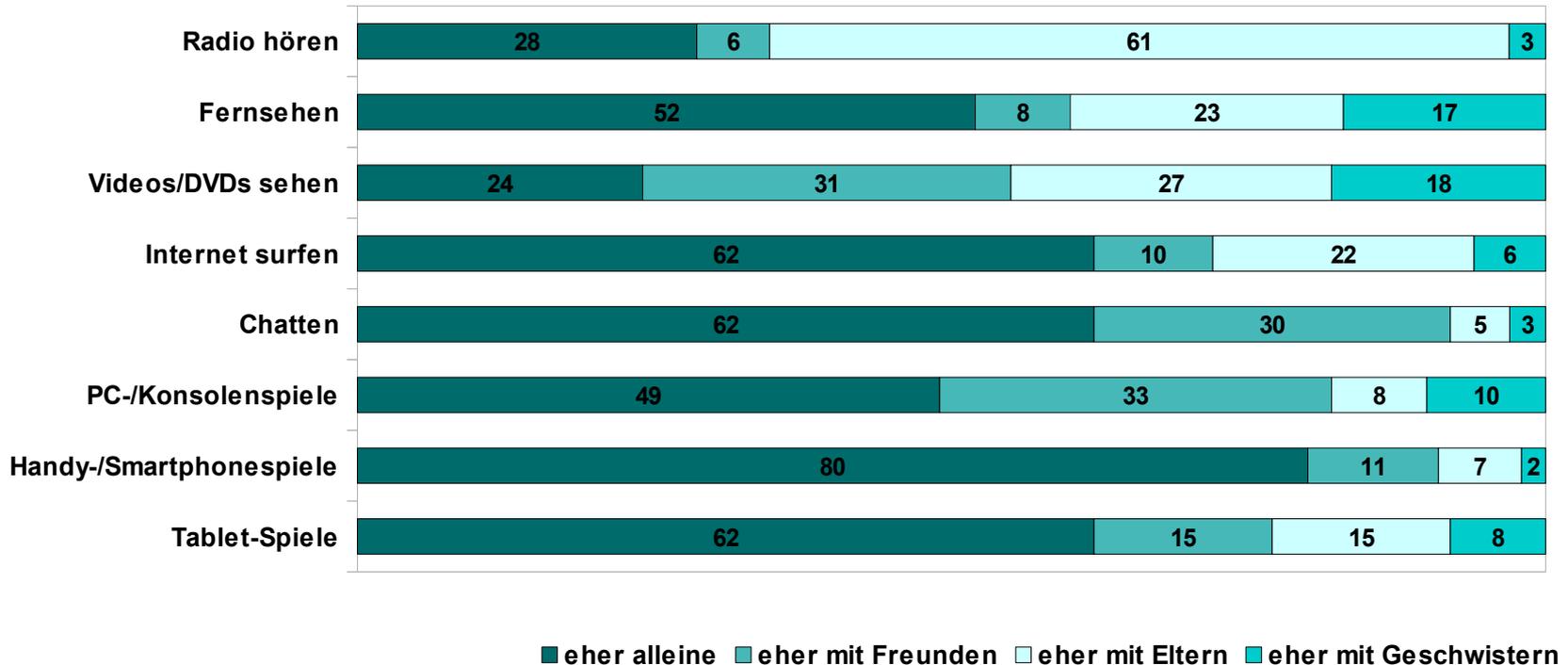
# Kontexte/Einflüsse (Hajok 2014a, Lauber/Hajok 2013)

## Der Umgang mit Medien ist bedingt durch:

- **die Heranwachsenden:** entwicklungsbedingte Fähigkeiten, reale/mediale (Vor-)Erfahrungen, Interessen/Vorlieben, medienbezogene Fähigkeiten/Kompetenzen
- **die Erziehenden:** Eltern, Pädagogen etc. mit ihren eigenen Erfahrungen, Geschwister und Freunde als ‚Miterziehende‘
- **die Medien:** ihre Inhalte und Strukturen, dahinter stehende Ziele und Funktionen, Interessen und ökonomische Zwänge
- **die Rahmenbedingungen:** das Mediensystem und seine Regulierung, v.a. der gesetzliche Jugendmedienschutz

# Soziale Kontexte (nach MPFS 2015)

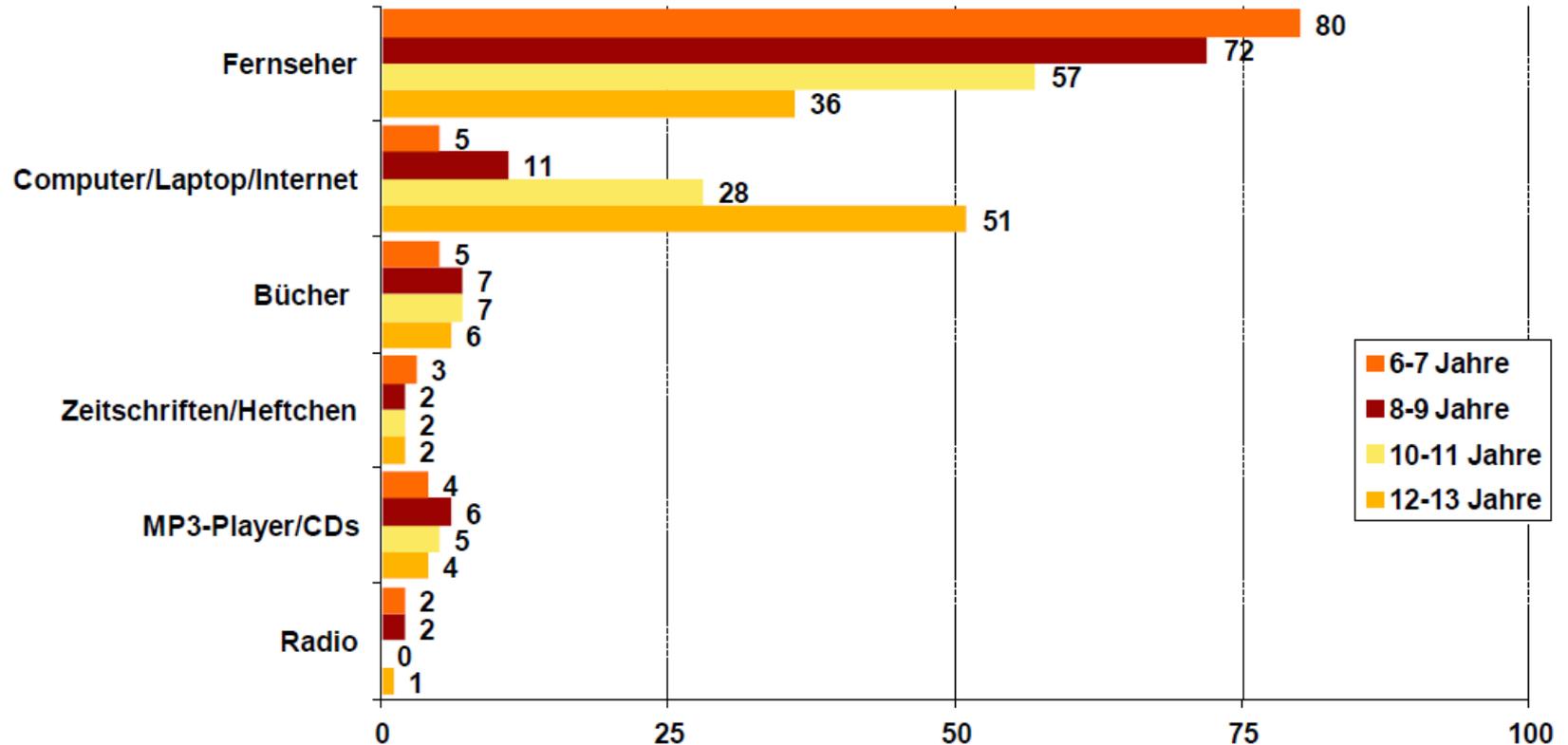
Anteile der 6- bis 13-jährigen Nutzer in Prozent



**Mit digitalen Medien entziehen sich Kinder immer früher einer Kontrolle durch die Erziehenden!**

## Medienbindung 2014

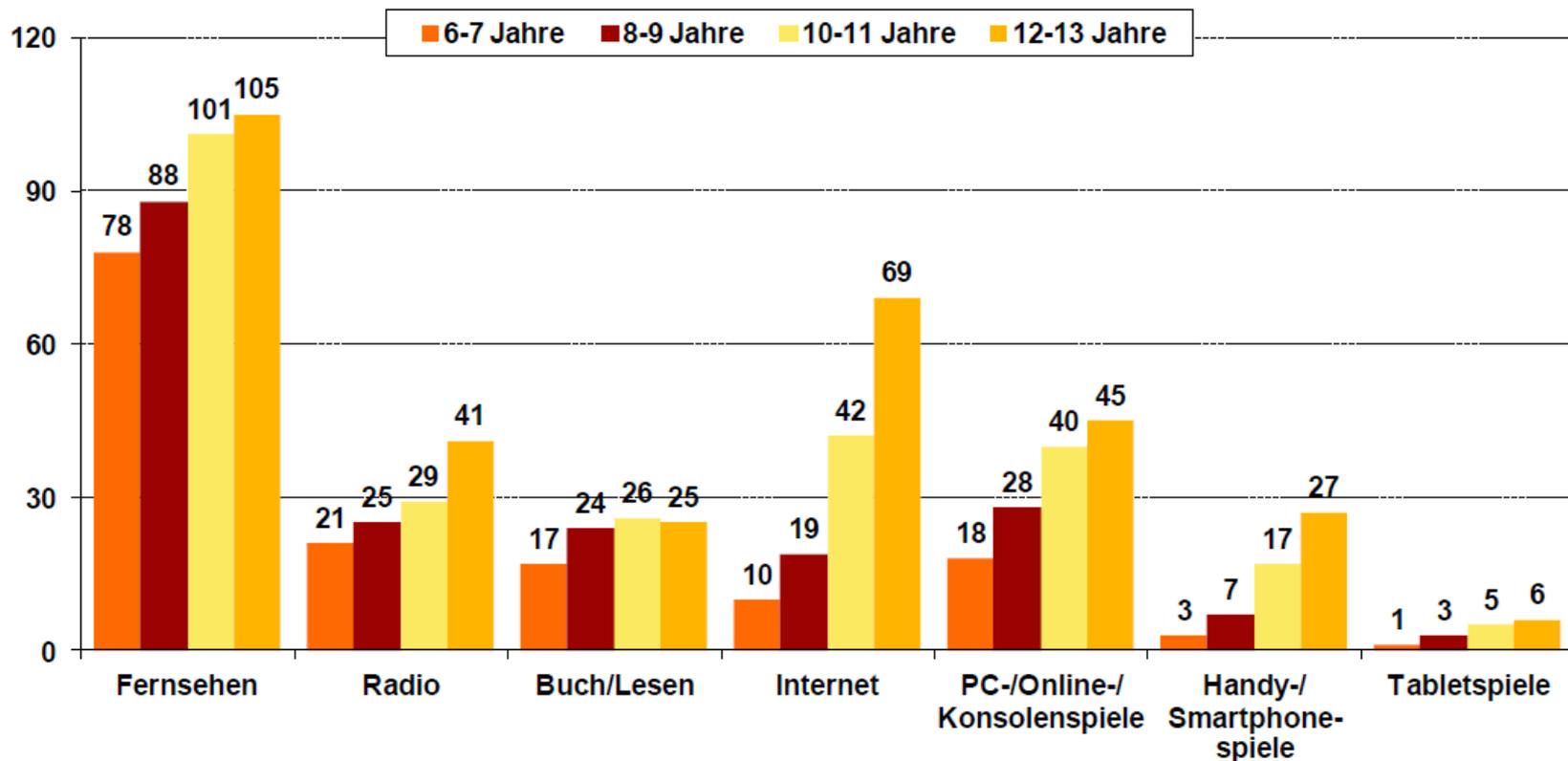
- Am wenigsten verzichten kann ich auf ... -



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent

Basis: alle Kinder, n=1.209

## Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien durch Kinder - Angaben der Haupterzieher -



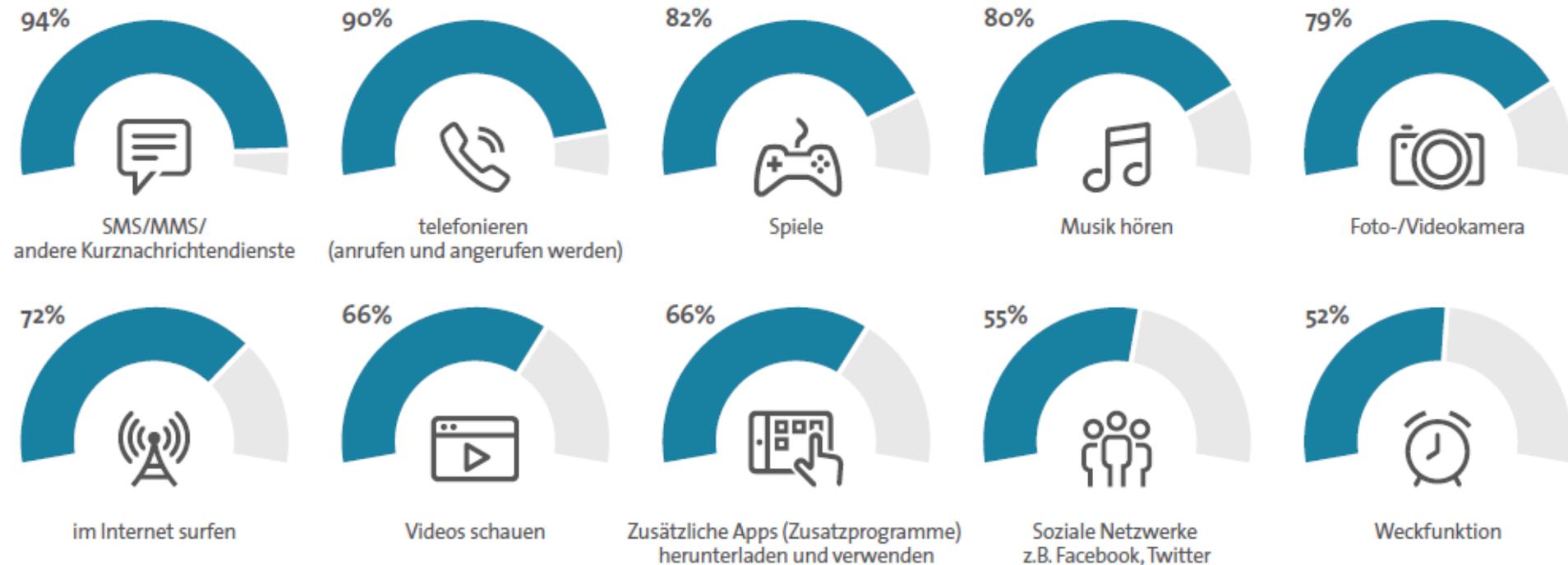
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Minuten, Mittelwert  
Basis: alle Haupterzieher, n=1.209

# Smartphones & Co.

Vom Siegeszug der mobilen Alleskönner

# Handy-/Smartphone-Nutzung (BITKOM 2014)

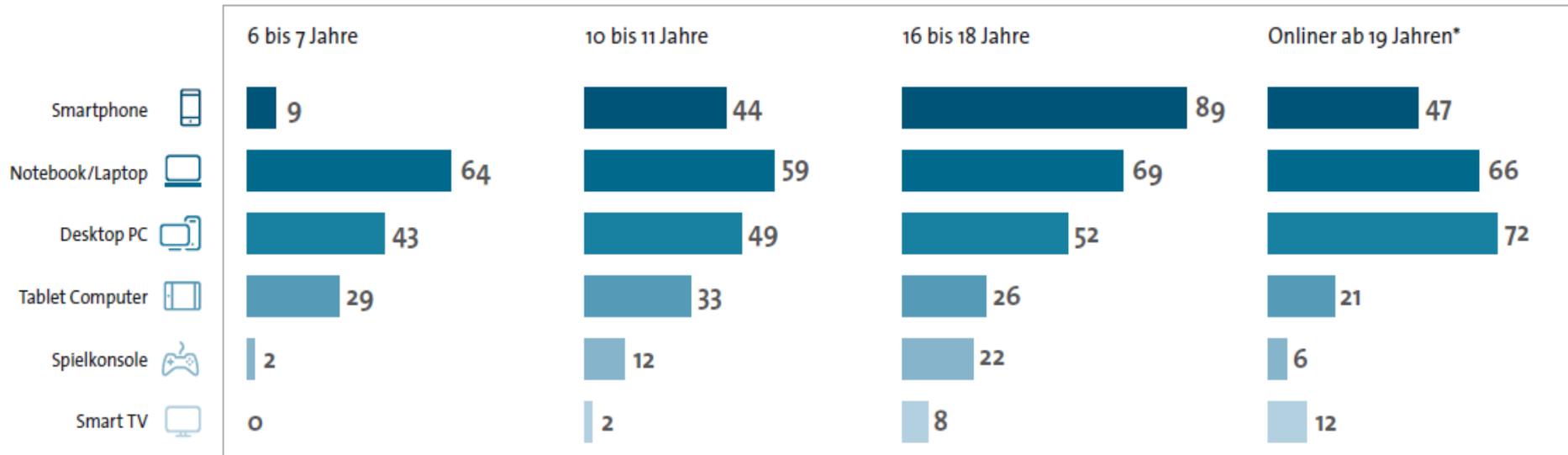
Abbildung 2: Verwendung von Mobiltelefonen



Frage: »Welche der folgenden Funktionen und Anwendungen nutzt Du mit Deinem Handy/Smartphone zumindest ab und zu?« (Mehrfachnennung möglich)

Basis: 637 Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 18 Jahren, die ein Handy oder Smartphone nutzen | Angaben in Prozent

# Wie online? (BITKOM 2014)



Frage: »Mit welchen dieser Geräte gehst Du ins Internet – wenn auch nur manchmal?«  
(Mehrfachnennung möglich)

Basis: 830 Kinder und Jugendliche zwischen 6 und 18 Jahren, die das Internet nutzen  
\*936 Internetnutzer | Angaben in Prozent

# Nutzungsvorlieben (BITKOM 2014)

## MEDIEN/UNTERHALTUNG

55%



Online-Spiele spielen

56%



Musik im Internet hören (als Stream oder im Webradio) oder herunterladen

75%



Filme, Videos, Serien im Internet anschauen oder herunterladen

## KOMMUNIKATION

48%



mit Freunden / Verwandten chatten

45%



Soziale Netzwerke nutzen

42%



an Freunde / Verwandte E-Mails schreiben

37%



telefonieren z.B. mit Skype

25%



eigene Fotos verschicken oder online stellen

## INFORMATION/BILDUNG

34%



Nachrichten lesen / über aktuelles Geschehen informieren

53%



Informationen suchen zu persönlichen Interessen /Hobbys

70%

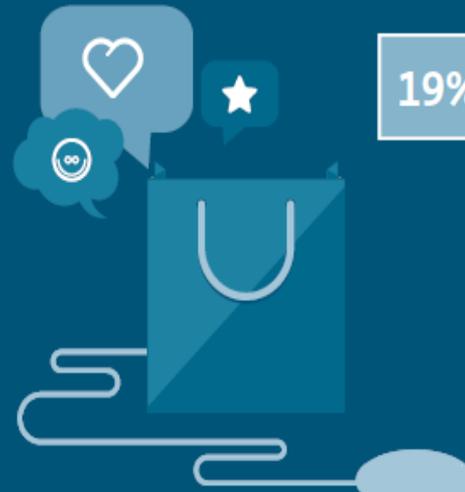


Informationen suchen für die Schule oder Ausbildung, z.B. für Hausaufgaben

## SHOPPING

19% einkaufen in Online-Shops

19% einkaufen von Apps inkl. In-App-Käufe



## Das passiert binnen einer Minute im Internet



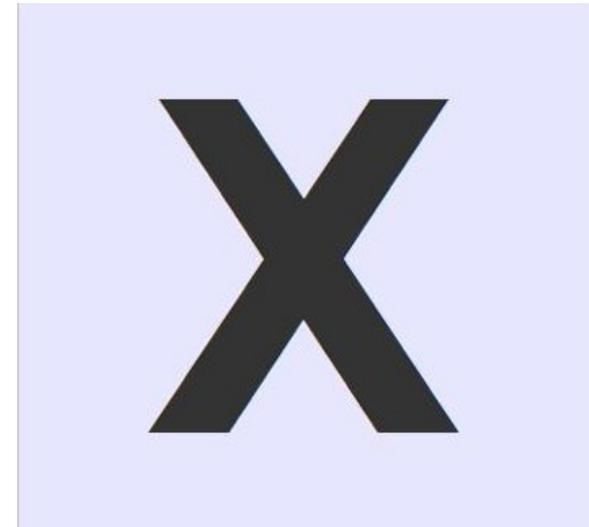
Quellen: Inside Facebook, Instagram, SoicalTimes, WhatsApp, Wikipedia

Franffurter Allgemeine **statista**

# Veränderte Kommunikation

Immer häufiger kommunizieren wir,  
**nur um zu kommunizieren** – und  
empfinden eine unbändige Lust  
dabei. (Norbert Bolz 2008)

**Ich kommuniziere, also bin ich!**



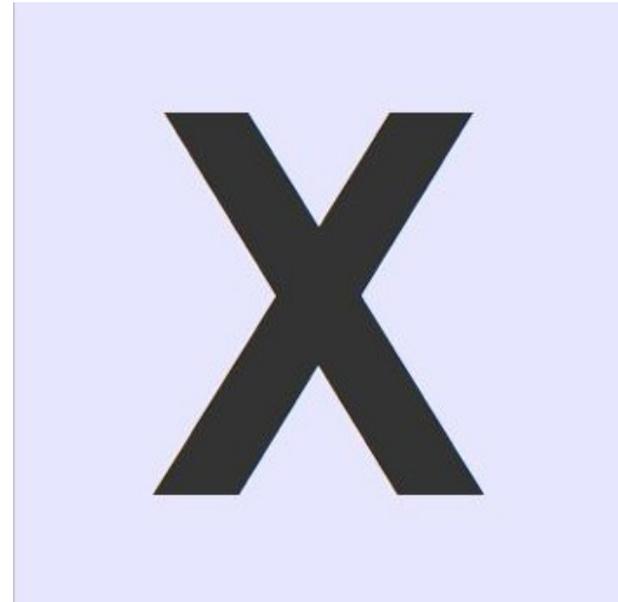
**Zu Zeiten der SMS ...**

'Durchschnittsnutzer' senden 2-3 SMS-Nachrichten pro Tag

# Veränderte Kommunikation

Der am schnellsten gewachsene Internetdienst in der Geschichte des Internet. '**Einstiegsalter**' ist mittlerweile das 11. Lebensjahr.

**Ich whatsapppe, also bin ich!**



**Zu Zeiten von WhatsApp ...**

'Durchschnittsnutzer' versenden 30-50 Nachrichten pro Tag

# Negative Erfahrungen (BITKOM 2014)

Ich bin gemobbt oder beleidigt worden.



14%

Ich habe im Internet Sachen gesehen, die mir Angst gemacht haben.



14%

Über mich sind Lügen verbreitet worden.



10%

Jemand hat peinliche Fotos von mir veröffentlicht.

4%

Ich wurde von etwa Gleichaltrigen sexuell belästigt.

4%

Ich bin finanziell betrogen worden.

3%

Ich wurde von Erwachsenen sexuell belästigt.

3%

»Etwa ein Drittel der 10- bis 18-jährigen Internetnutzer (35%) hat bereits negative Erfahrungen im Internet gemacht.«

# Negative Erfahrungen (BITKOM 2014)

**17%**

haben den Vorfall beim  
Betreiber des Online-  
Angebots gemeldet

**58%**

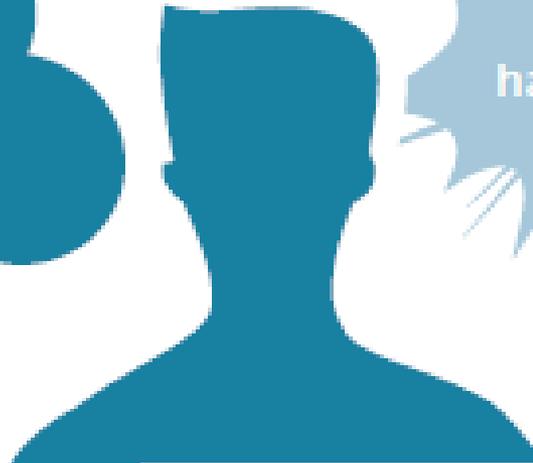
haben mit Eltern  
darüber gesprochen

**50%**

haben mit Freunden  
darüber gesprochen

**14%**

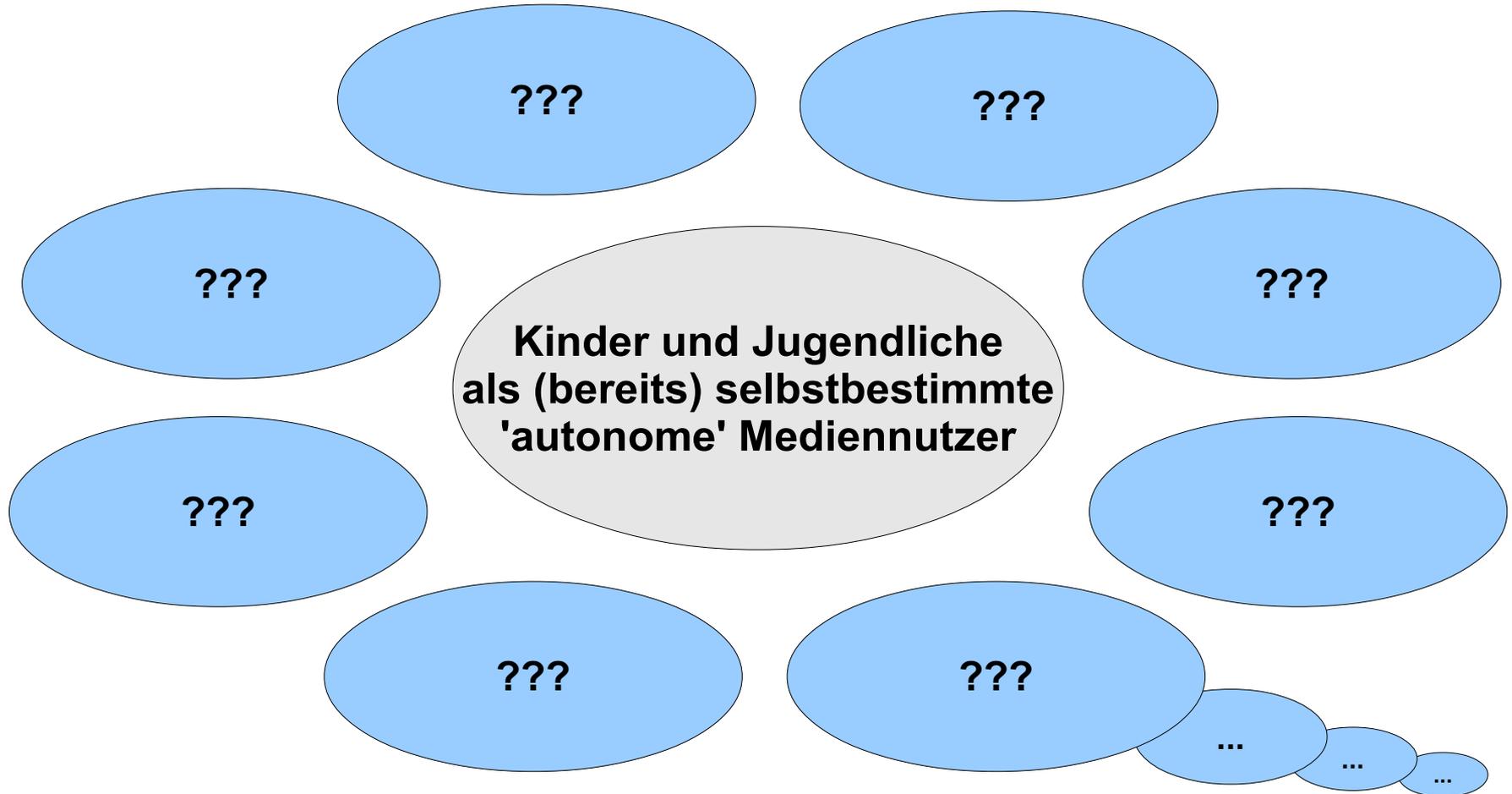
haben sich selbst  
verteidigt



# Chancen & Risiken

Neue Möglichkeiten und erweiterte Risikolagen

# Zuerst die Chancen!



# Zuerst die Chancen!



# Partizipatives Medienhandeln (Wagner/Würfel 2013)

## Information und Orientierung

- Individuell zusammengestellte Medienmenüs enthalten zunehmend User Generated Content

## Austausch und Vernetzung

- Mischformen öffentlich-privater Kommunikation entgrenzen  
Face-to-face-Austausch räumlich, zeitlich, sozial-situativ

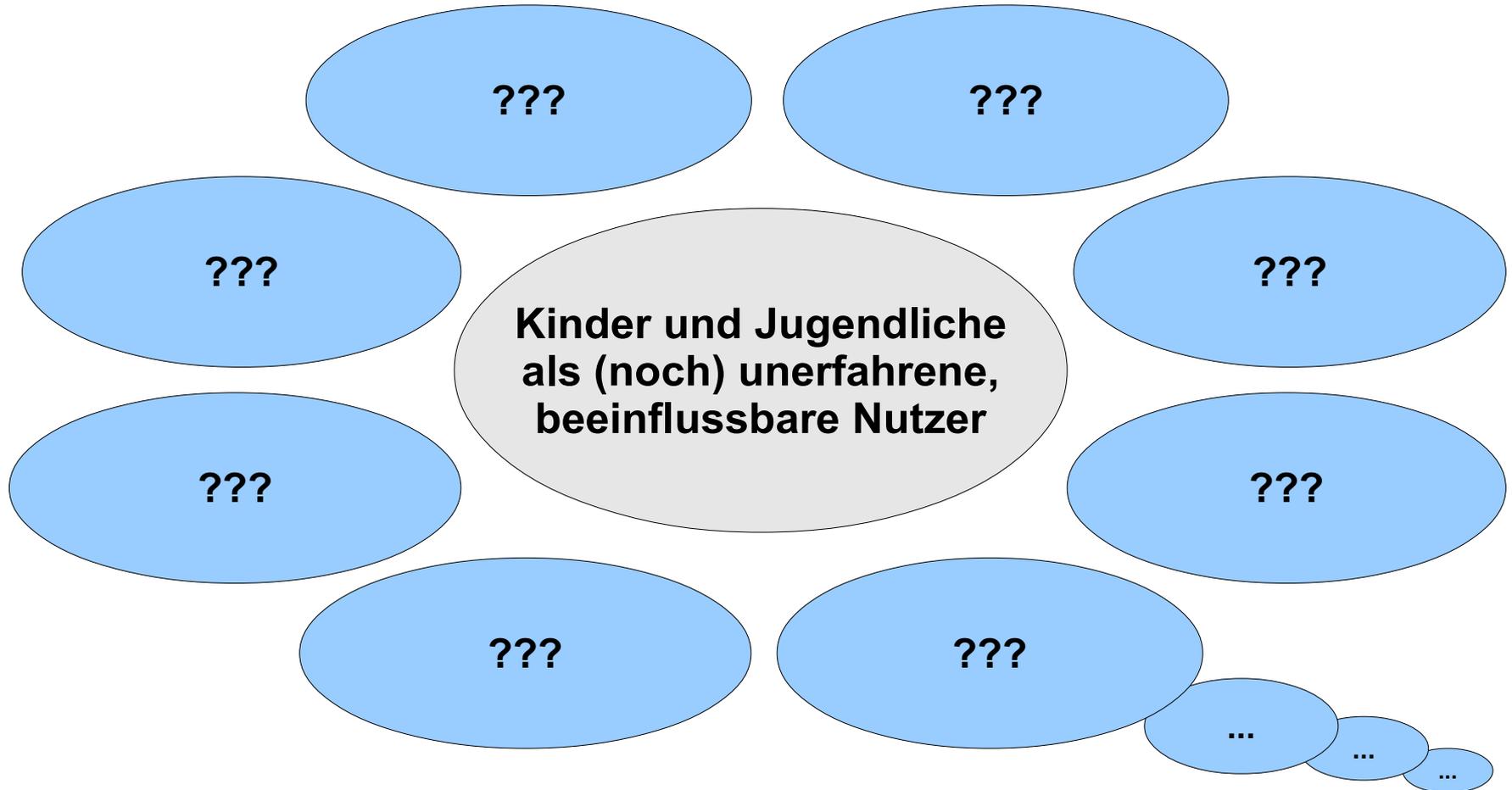
## Selbsta Ausdruck über eigene Medienprodukte

- Erstellen eigener Texte, Bilder, Videos und kreatives Bearbeiten/Verändern vorhandener (mult-)medialer Werke

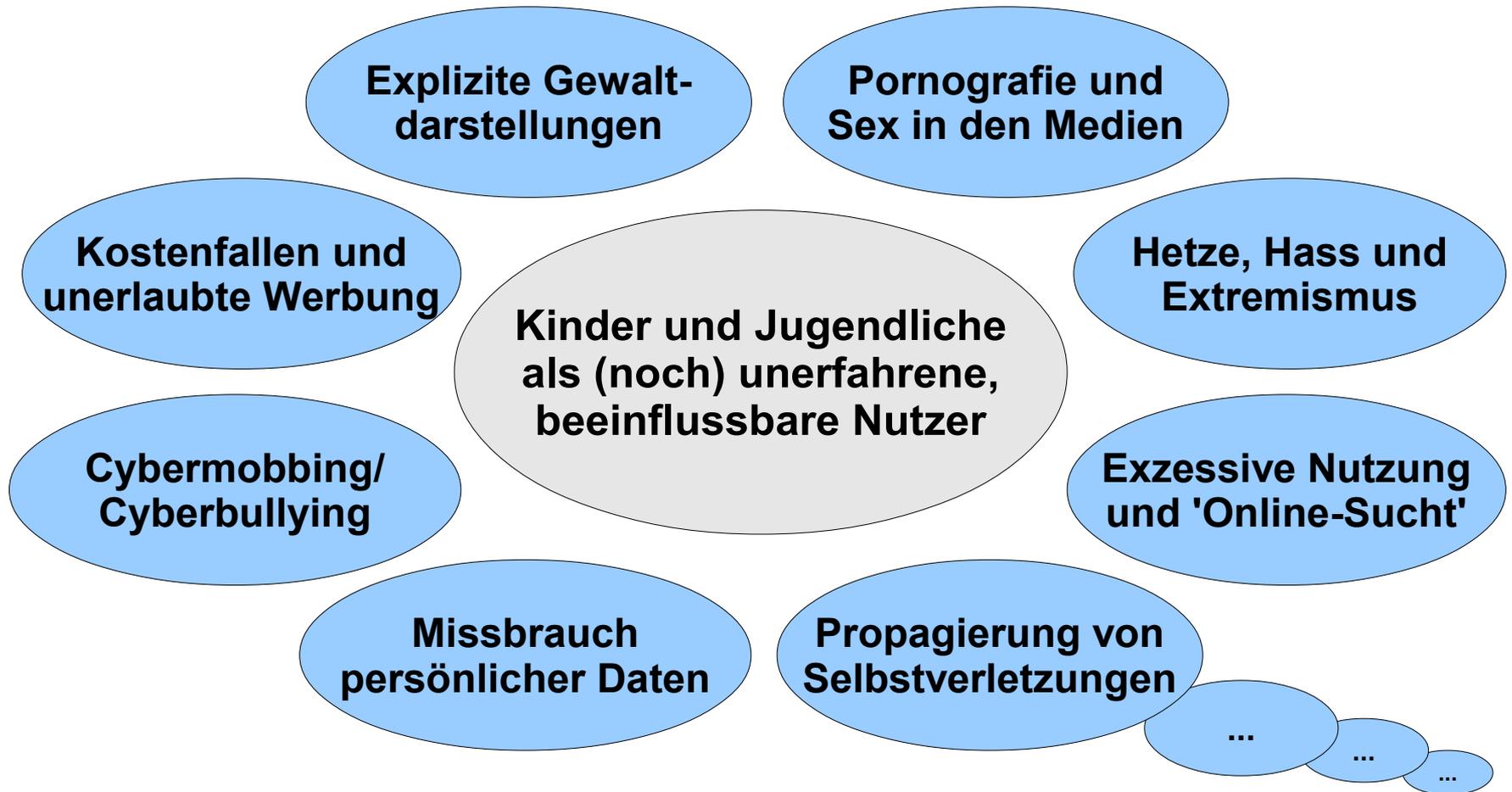
## Kooperation und Kollaboration

- Schaffung gemeinschaftlicher Inhalte und Strukturen im Social Web durch Formen der Zusammenarbeit

# Nun die Risiken!



# Nun die Risiken!

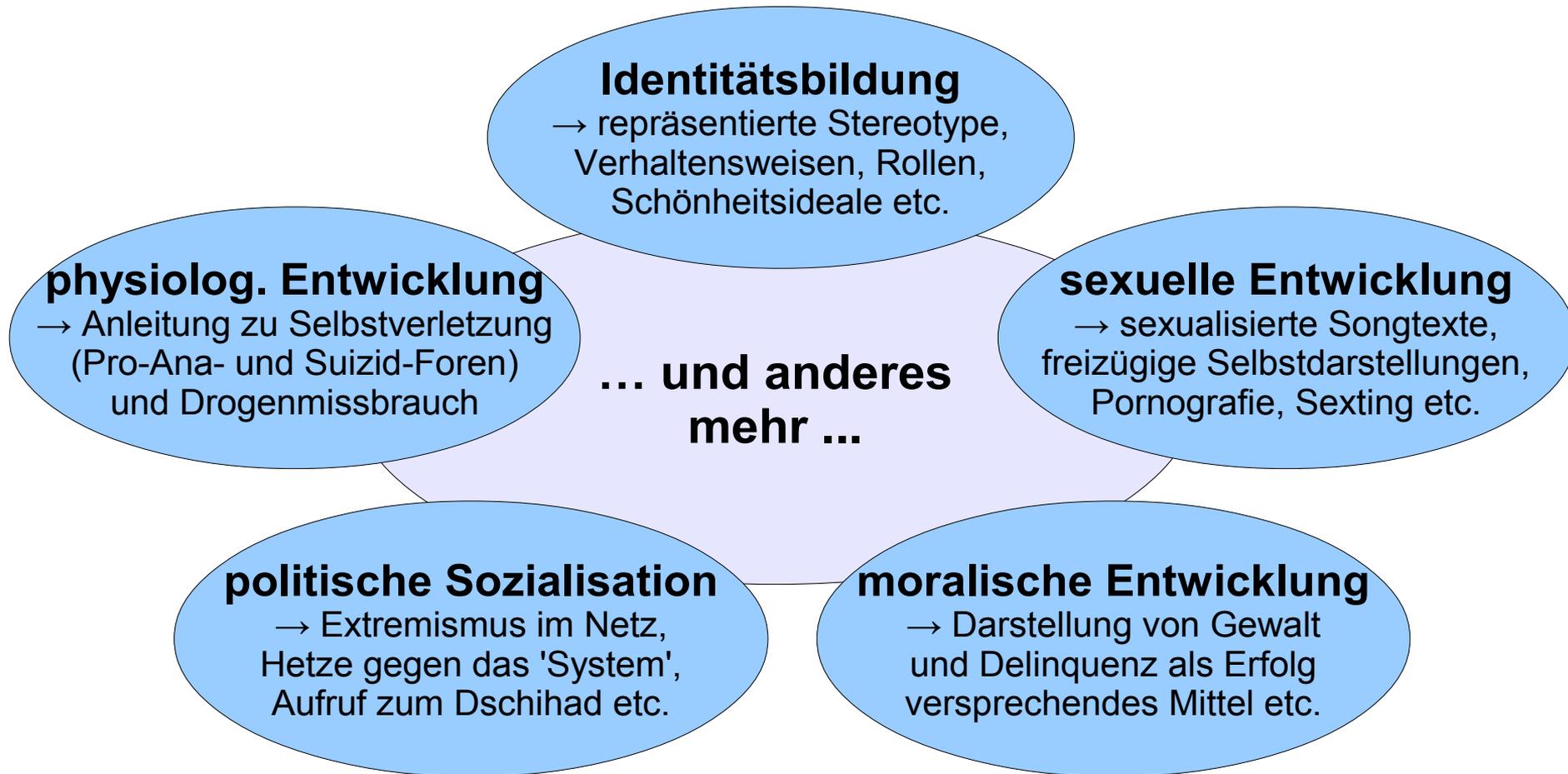


# Von Kontakt- zu Verhaltensrisiken

## Neue Akteursrollen – neue Gefahren (Dreyer et al. 2013)

- als **Nutzer standardisierter Inhalte** werden Kinder und Jugendliche weiterhin mit problematischen Darstellungen von Gewalt, Sexualität, Extremismus etc. konfrontiert
- als **Marktteilnehmer** machen sie nun auch unliebsame Erfahrungen mit versteckten Kosten, Targeting und der Weitergabe persönlicher Daten
- als **Kommunizierende** sind sie im Kontakt mit anderen zuweilen Mobbing, Sexting und Gruppendruck ausgesetzt
- als **Akteure** sind sie es manchmal selbst, die andere attackieren, sich zu freizügig präsentieren oder zu tief in die Welt der Medien eintauchen

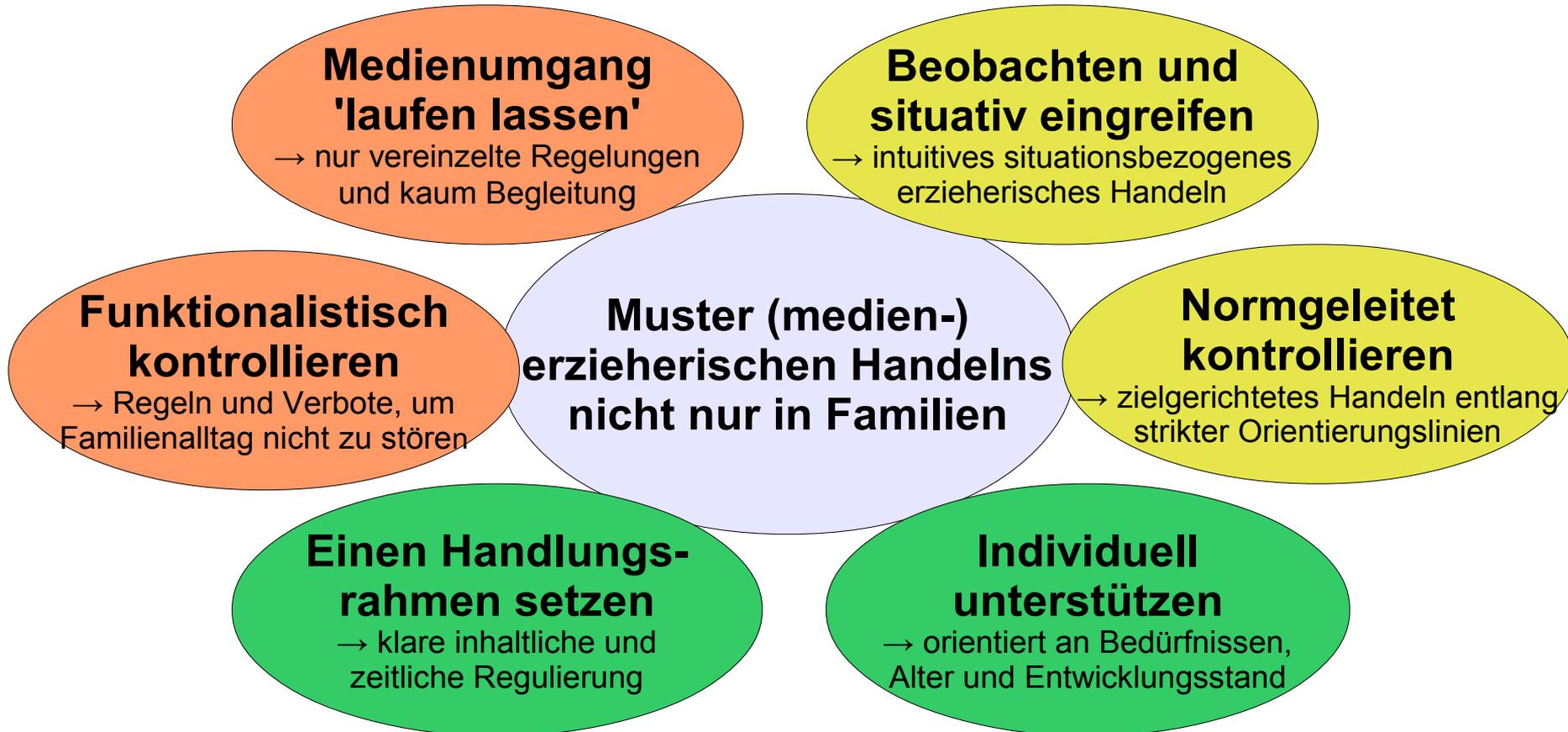
# Bereiche möglicher Beeinflussungen (Hajok 2015a)



# Was können Eltern tun?

Möglichkeiten einer 'angemessenen' Medienerziehung

# Muster der Medienerziehung (Eggert et al. 2013)



# Handlungsrahmung (Eggert et al. 2013)

## Kindorientierung

- Offenheit gegenüber medialen Vorlieben
- grundlegendes Verständnis, wie Kinder Medien wahrnehmen (Was macht ihnen Spaß? Was ängstigt/überfordert sie?)
- Erkennen der Bedeutung von Mediennutzung für Integration in die Peergroup

## Aktivitätsniveaus

- Vielfältigkeit der Eltern-Kind-Interaktionen beim medienerzieherischen Handeln
- Regeln, Sanktionen, Zugangsbeschränkungen, Kommunikation über Inhalte, gemeinsame Mediennutzung etc.
- Auseinandersetzung mit Fragen der Medienerziehung außerhalb der Interaktionen mit den Kindern

# Information & Orientierung

## [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)

- ➔ EU-Initiative für Sicherheit im Netz: umfangreiches Angebot an Materialien für Eltern, Pädagogen, Heranwachsende v.a. zu den aktuellen Risiken in der Welt der Medien

## [www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info)

- ➔ Initiative von BMFSFJ und Medienunternehmen: Elternratgeber zur Mediennutzung von Heranwachsenden und ausgewählten Problembereichen

## [www.spielbar.de](http://www.spielbar.de)

- ➔ Plattform der Bundeszentrale für politische Bildung: Informationen zu Computerspielen und pädagogische Beurteilungen für Eltern und andere Erziehende

# Technische Hilfsmittel? (Hajok/Schwarz 2014)

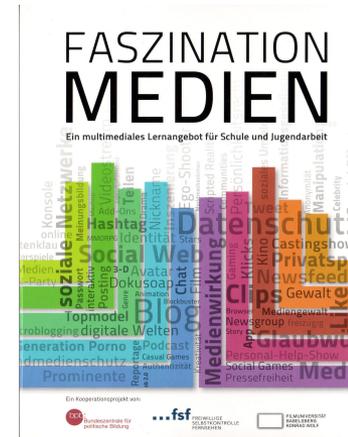
In Vergangenheit beim Fernsehen (z.B. Vorsperre Pay-TV), mittlerweile '**Hoffnungsträger**' des **Online-Bereiches**

- technische Zugangsbarrieren: a) anbieterseitig den Inhalten vorgeschaltet (AV-Systeme), b) nutzerseitig auf Endgeräten installiert (Filtersoftware, Jugendschutzprogramme)
- anerkannte **Jugendschutzprogramme** (JSP) sollen einen altersdifferenzierten Zugang zu Online-Angeboten ermöglichen
- Zusammenspiel von a) Alterskennzeichnung und Labeling der Inhalte, b) Auslesung und korrekte Verarbeitung durch JSP
- Achtung: **Keine 100prozentige Sicherheit!** Mit der Installation alleine ist es noch lange nicht getan

# DVD-ROM: Faszination Medien (bpb et al. 2014)

## Behandlung aktueller Medienthemen

- ➔ News, Filme & Videoclips, Reality-TV, Computerspiele und Communities
- ➔ Anliegen: Phänomene der digitalen Medienwelt anschaulich aufgreifen/erklären
- ➔ Ziel: Unterstützung beim Erwerb von (Struktur-)Wissen



## Auseinandersetzung mit Diskursen

- ➔ zu Gewalt in Medien, Sexualität in Medien, Prominent um jeden Preis, Privatheit und Gefangen in Medienwelten
- ➔ Anliegen: Diskurse Angebot und Nutzung von Medien nachzeichnen
- ➔ Ziel: Anregung zu Reflexion über Medien/eigene Nutzung

**Danke für Aufmerksamkeit!**

# Literatur

- Beck, U. (1986):** Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- BITKOM (2014):** Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft. Berlin: BITKOM.
- Böhnisch, L. (2009):** Jugend heute – Ein Essay. In: H. Theunert (Hrsg.), Jugend. Identität. Medien. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. München: kopead, S. 27-34.
- Böhnisch, L. / Lenz, K. / Schröer, W. (2009):** Sozialisation und Bewältigung. Eine Einführung in die Sozialisationstheorie der zweiten Moderne. Weinheim, München: Juventa.
- Bolz, N. (2008):** Total vernetzt. In: DIE ZEIT, Ausgabe 36/2008.
- Bundeszentrale für politische Bildung, Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen, Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf (Hrsg.) (2014),** Faszination Medien. Ein multimediales Lernangebot für Schule und Jugendarbeit. DVD-ROM.
- Dreyer, S. / Hasebrink, U. / Lampert, C. / Schröder, H.-D. (2013):** Herausforderungen für den Jugendmedienschutz durch digitale Medienumgebungen. In: Soziale Sicherheit (CHSS), Heft 4/2013, S. 195-199.
- Eggert, S. / Schwinge, C. / Wagner, U. (2013):** Muster medienerzieherischen Handelns. In: U. Wagner / C. Gebel / C. Lampert (Hrsg.), Zwischen Anspruch und Alltagsbewältigung: Medienerziehung in der Familie. Berlin: Vistas, S. 141-219.
- Fleischer, S. & Hajok, D. (2016):** Einführung in die medienpädagogische Praxis und Forschung. Kinder und Jugendliche im Spannungsfeld der Medien. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Hajok, D. (2015a):** Veränderte Medienwelten – veränderte Ansprüche an die Soziale Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und Familien. In: Jugendhilfe, Jg. 53, Heft 3, S. 208-220.
- Hajok, D. (2015b):** Medienbezogene Fähigkeiten und Vorlieben. Ein Überblick zum altersspezifischen Schutzbedarf von Kindern und Jugendlichen. In: JMS-Report, Jg. 38, Heft 1, S. 2-8.
- Hajok, D. (2014):** Veränderte Medienwelten von Kindern und Jugendlichen. Neue Herausforderungen für den Kinder- und Jugendmedienschutz. In: BPJM-Aktuell, Heft 3/2014, S. 3-17.

# Literatur

- Hajok, D. & Lauber, A. (2013):** Kompetent durchs Internet!? Anlässe und Perspektiven internetbezogener Medienkompetenzforderung. In: K.-D. Felsmann (Hrsg.), Die vernetzte Welt: Eine Herausforderung an tradierte gesellschaftliche Normen und Werte. München: kopaed, S. 99-110.
- Hajok, D. & Schwarz, G. (2014):** Technischer Jugendmedienschutz bei digitalen Medien. Ein Überblick zu anbieter- und nutzerseitigen Schutzmöglichkeiten. In: JMS-Report, Jg. 37, Heft 4, S. 2-7.
- Krotz, F. (2001):** Die Mediatisierung des kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Lauber, A. & Hajok, D. (2013):** Zur Bedeutung des Jugendmedienschutzes in der Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen. In: A. Hartung / A. Lauber / W. Reißmann (Hrsg.), Das handelnde Subjekt und die Medienpädagogik. Festschrift für Bernd Schorb. München: kopaed, S. 277-286.
- MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hrsg.) (2015):** KIM-Studie 2014. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart: mpfs.
- Pörksen, B. & Krischke, W. (2012):** Die Gesellschaft der Beachtungsexzesse. In: D. Hajok / O. Selg / A. Hackenberg (Hrsg.), Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coaching-sendungen. Konstanz: UVK, S. 57-70.
- Rosa, H. (2005):** Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Sennett, R. (1998):** Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin: Berlin-Verlag.
- Theunert, H. (2015):** Medienaneignung und Medienkompetenz in der Kindheit. In: F. von Gross / D.M. Meister / U. Sander (Hrsg.), Medienpädagogik – ein Überblick, Weinheim: Beltz Juventa, S. 136-163.
- Wagner, U. & Würfel, M. (2013):** Gesellschaftliche Handlungsfähigkeit in mediatisierten Räumen. In: A. Hartung / A. Lauber / W. Reißmann (Hrsg.), Das handelnde Subjekt und die Medienpädagogik. München: kopaed, S. 159-167.