

# **Aufwachsen im digitalen Zeitalter**

## Der Einfluss von digitalen Medien auf die Identitätsentwicklung von Kindern und Jugendlichen

**BACHELORARBEIT**

Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld (FHM)

Fachbereich: Personal, Gesundheit & Soziales

Studiengang: Sozialpädagogik & Management

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Begriffsdefinition Medien .....</b>	<b>3</b>
2.1 Der Medienbegriff .....	3
2.2 Digitale Medien .....	5
2.3 Soziale Medien .....	8
<b>3 Identitätsentwicklung .....</b>	<b>12</b>
3.1 Der Identitätsbegriff.....	12
3.2 Entwicklungsaufgaben im Jugendalter .....	14
3.3 Psychosoziale Entwicklung nach Erik H. Erikson .....	17
3.4 Die Bedeutung der Peergroup .....	22
3.5 Mediale Identitätsarbeit.....	23
<b>4 Kinder und Jugendliche im digitalen Zeitalter.....</b>	<b>24</b>
4.1 Digitale Medien im Lebenslauf der Kinder und Jugendlichen .....	24
4.2 Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland.....	26
4.3 Selbstdarstellung in sozialen Medien.....	31
4.4 Idole und Vorbilder .....	34
<b>5 Medienerziehung in der Sozialen Arbeit .....</b>	<b>36</b>
5.1 Medienkompetenz als Ziel .....	38
5.2 Medienerziehung in der offenen Kinder- und Jugendarbeit .....	40
5.3 Jugendmedienschutz .....	41

<b>6 Umfrage zum Thema „Einfluss digitaler Medien auf die Identitätsentwicklung von Kindern und Jugendlichen“</b> .....	<b>43</b>
6.1 Forschungsfrage .....	43
6.2 Forschungsdesign.....	44
6.2.1 Beschreibung des Datenerhebungsinstruments .....	44
6.2.2 Beschreibung der Stichprobe .....	48
6.2.3 Durchführung der Umfrage.....	49
6.2.4 Methode der Datenauswertung .....	49
6.3 Ergebnisse und Diskussion.....	50
6.3.1 Persönliche Daten der Probanden .....	50
6.3.2 Nutzung digitaler Medien.....	51
6.3.3 Inhalte der Internetnutzung .....	52
6.3.4 Nutzung sozialer Medien .....	53
6.3.5 Idole und Vorbilder .....	59
6.3.5 Freizeitbeschäftigungen ohne digitale Medien .....	62
6.4 Kritische Reflexion der gewählten Methode.....	64
<b>7 Fazit</b> .....	<b>66</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>68</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>74</b>
<b>Eidesstattliche Erklärung</b> .....	<b>82</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Medialer Gerätebesitz von Jugendlichen .....	27
Abbildung 2: Medienbeschäftigung von Jugendlichen in der Freizeit.....	28
Abbildung 3: Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung von Jugendlichen .....	29
Abbildung 4: Die wichtigsten Apps von Jugendlichen .....	30
Abbildung 5: Gesamte Alters- und Geschlechterverteilung der Probanden .....	50
Abbildung 6: Nutzung digitaler Medien .....	51
Abbildung 7: Inhalte der Internetnutzung.....	52
Abbildung 8: Nutzung sozialer Medien .....	54
Abbildung 9: Freunde/Follower in sozialen Medien .....	55
Abbildung 10: Nutzung sozialer Medien in Stunden pro Tag .....	56
Abbildung 11: Grund der Nutzung von sozialen Medien .....	58
Abbildung 12: Idole und Vorbilder .....	59
Abbildung 13: Grund der Bewunderung/zutreffende Aussagen .....	61
Abbildung 14: Hobbys ohne digitale Medien .....	63

## 1 Einleitung

Das Aufwachsen im 21. Jahrhundert bedeutet für Kinder und Jugendliche ein Aufwachsen im digitalen Zeitalter. Die Digitalisierung hat durch zahlreiche technische Entwicklungen die Welt verändert, wodurch es mittlerweile verschiedene Arten digitaler Medien gibt. Vor allem das Internet bietet die nötige Infrastruktur, um die ganze Welt miteinander zu vernetzen und eröffnet den Menschen mit seinen multimedialen und multifunktionalen Angeboten vielseitige Kommunikations- und Interaktionsräume. Das Internet ist zu einem zentralen Bestandteil im Alltag vieler Menschen geworden und nimmt in allen Lebensbereichen, sei es privat oder beruflich, einen hohen Stellenwert ein. Heutzutage wird das Internet von mehr als vier Milliarden Menschen genutzt.<sup>1</sup> Ein Leben ohne digitale Medien ist nicht mehr vorstellbar.<sup>2</sup>

Bereits von Geburt an wachsen Kinder und Jugendliche in einer mediatisierten Lebenswelt auf und sie begegnen den digitalen Medien mit Offenheit und Neugierde. Kinder und Jugendliche erhalten durch die Medienwelt die Möglichkeit ihren Erfahrungsraum zu erweitern, „sich in der Welt zu orientieren und sie gleichsam mitzugestalten“<sup>3</sup>. Für Kinder und Jugendliche sind die Erlebnisse und Erfahrungen in der medialen und realen Welt von gleicher Bedeutung, sie ergänzen sich gegenseitig und sind somit eng miteinander verzahnt. Aus diesem Grund werden die Medien bereits als eigene Sozialisationsinstanz angesehen. Die digitalen Medien werden von Kindern und Jugendlichen unter anderem „als Material und Handlungsraum für die Auseinandersetzung mit der eigenen Persönlichkeit [genutzt und] fungieren [...] als eine zentrale Orientierungsquelle, die vielfältig in die Prozesse der Identitätsbildung hinein wirkt“<sup>4</sup>. Die sozialen Medien stellen den Kindern und Jugendlichen einen virtuellen Raum zur Verfügung, in welchem sie ihre Identität auf vielfache Weise ausprobieren können. In Form der Selbstdarstellung können sie die „Facetten ihres faktischen und erwünschten Selbst mit allen medialen Mitteln“<sup>5</sup> präsentieren und erhalten über die verschiedenen Feedbackstrukturen Zuspruch oder Ablehnung, wodurch Selbstreflexionsprozesse ausgelöst werden können.<sup>6</sup>

Ziel dieser Arbeit ist es, den Einfluss digitaler und sozialer Medien auf die Identitätsentwicklung von Kindern und Jugendlichen im Alter von 12 bis 16 Jahren herauszuarbeiten und einen Bezug zum Arbeitsfeld der Sozialen Arbeit herzustellen. Die digitalen Medien nehmen im Alltag von Kindern und Jugendlichen einen hohen Stellenwert ein und sie

---

<sup>1</sup> Vgl. Bouwman, V. (2018): Web.

<sup>2</sup> Vgl. Fuchs, C. (2019): S. 9.

<sup>3</sup> Junge, T. (2013): S. 17.

<sup>4</sup> Theunert, H. (2009): S. 10.

<sup>5</sup> Ebd. S. 12.

<sup>6</sup> Vgl. ebd. S. 11 f.

nutzen diese als Mittel für ihre individuelle Identitätsarbeit. Sozialpädagogische Fachkräfte müssen ein Wissen über das Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen haben, um sie dabei zu unterstützen die Potenziale der digitalen Medien positiv für ihre Entwicklung zu nutzen und die Risiken frühzeitig zu erkennen. Darüber hinaus sind sozialpädagogische Fachkräfte wichtige Bezugspersonen, die den Kindern und Jugendlichen einen verlässlichen und geschützten Rahmen bieten können, um sich mit Gleichaltrigen zu treffen und sich über ihre Erfahrungen im Umgang mit digitalen Medien auszutauschen.

Die vorliegende Arbeit ist im Allgemeinen in einen Theorieteil und in einen Forschungsteil gegliedert. Im theoretischen Teil wird zunächst der Medienbegriff definiert und näher auf die Begrifflichkeiten und Arten digitaler und sozialer Medien eingegangen. Anschließend wird der Prozess der Identitätsentwicklung ausführlich beleuchtet. Hierzu gehört die Definition des Identitätsbegriffs, die Darstellung der Entwicklungsaufgaben im Jugendalter, die Auseinandersetzung mit der psychosozialen Entwicklung nach ERIK H. ERIKSON und die Bedeutung der Peergroup. Um den Bezug zu den Medien herzustellen wird als letztes auf die mediale Identitätsarbeit eingegangen. Anschließend wird auf das Aufwachsen von Kindern und Jugendlichen im digitalen Zeitalter eingegangen und die Bedeutung digitaler Medien im Lebenslauf der Kinder und Jugendlichen dargestellt. Die Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland gibt einen Aufschluss über den aktuellen Forschungsstand. Des Weiteren wird auf die Selbstdarstellung in sozialen Medien und auf die Bedeutung von Idolen und Vorbildern bei der Identitätsentwicklung eingegangen. Den Schluss bildet die Bedeutung der Medienerziehung in der Sozialen Arbeit. Hierbei wird sich mit dem Begriff der Medienkompetenz auseinandergesetzt, die Umsetzung der Medienerziehung in der offenen Kinder- und Jugendarbeit dargestellt und der Jugendmedienschutz näher betrachtet.

Der Forschungsteil beinhaltet eine Umfrage zu dem Thema „Einfluss digitaler Medien auf die Identitätsentwicklung von Kindern und Jugendlichen“. Zunächst wird die Forschungsfrage und anschließend das Forschungsdesign dargestellt. Hierbei werden das Datenerhebungsinstrument, die Stichprobe, die Durchführung und die Datenauswertung der Umfrage beschrieben. Im Anschluss werden die Ergebnisse visualisiert und ausführlich interpretiert und diskutiert. Beendet wird die vorliegende Arbeit mit einem Fazit.

## 2 Begriffsdefinition Medien

Medien jeglicher Art sind heutzutage in das Alltagsleben vieler Menschen fest integriert und ein Großteil der Kommunikation findet über technische Mittel statt. Eine bündige Antwort auf die Frage „Was ist ein Medium?“ zu finden bzw. den Medienbegriff eindeutig zu definieren, stellt sich jedoch als eher schwierig heraus, da es keine einheitliche wissenschaftliche Definition gibt. Die Medien entwickeln sich immer weiter, weshalb es mittlerweile zahlreiche unterschiedliche Arten von Medien gibt.

### 2.1 Der Medienbegriff

Wörtlich übersetzt bedeutet das Wort Medium (lat. medius) „das Mittlere“ oder „das in der Mitte Befindliche“. Ein Medium ist somit ein vermittelndes Element und bildet die Grundlage dafür, dass eine zwischenmenschliche Kommunikation stattfinden kann. Hierbei ist zu beachten, dass der Begriff Medium nicht mit dem Begriff Kommunikation gleichgesetzt werden kann. Die Aufgabe eines Mediums ist es, zwischen einem Sender und einem Empfänger zu vermitteln und Informationen weiterzugeben und stellt somit die Voraussetzung für Kommunikationsprozesse dar.<sup>7</sup>

In diesem Zusammenhang ist ein Medium „also zunächst eine Bezeichnung für die unterschiedlichsten Gegenstände, mit deren Hilfe sich Kommunikation „herstellen“ lässt“<sup>8</sup>. Beispiele für diese Gegenstände, welche als Medium bezeichnet werden, sind: Sprache, Gestik, Mimik, Bilder, Filme, Briefe, Fernseher oder Computer. Kommunikation ist ein wesentlicher Bestandteil des menschlichen Verhaltens und somit „ein sozialer Prozess, der in einem kulturellen und sozialen Umfeld geschieht, der symbolische Informationen schafft, die zu Wissen werden können, das wiederum das Denken und Handeln der Menschen beeinflussen kann“<sup>9</sup>. In der Kommunikationswissenschaft wird zwischen der Pluralform Medien und der Singularform Medium unterschieden. Unter der Pluralform Medien werden Massenkommunikationsmittel verstanden und unter der Singularform Medium ein technischer Kanal bzw. ein Mittel.<sup>10</sup>

Laut THOMAS MOCK ist jedes Medium ein Mittel von Kommunikation. Er unterscheidet zwischen drei Arten: Medien als Mittel der Wahrnehmung, der Verständigung und der Verbreitung. Unter *Medien als Mittel der Wahrnehmung* werden auch physikalische Medien verstanden. Mit Hilfe von elektromagnetischen Feldern (z.B. Luft oder Licht) werden die menschlichen Sinne (Hören, Sehen, Schmecken, Fühlen, Riechen) angesprochen, über welche der Mensch überhaupt erst wahrnehmen kann. Während bei der direkten

---

<sup>7</sup> Vgl. Dittmar, J.F. (2011): S. 11.

<sup>8</sup> Mock, T. (2006): S. 183.

<sup>9</sup> Dittmar, J.F. (2012): S. 11.

<sup>10</sup> Vgl. ebd. S. 11 ff.

Kommunikation generell alle menschlichen Sinne angesprochen werden können, haben technische Medien nur spezifische Kanalkapazitäten. Unter den *Medien als Mittel der Verständigung* werden sogenannte Zeichensysteme (z.B. Klänge, Bilder, mündliche/schriftliche Sprache) verstanden. Diese ermöglichen Informationen in erkennbare Signale umzuwandeln, welchen wiederum eine Bedeutung zugeordnet wird. Dadurch können Inhalte übermittelt werden. Bei den *Medien als Mittel der Verbreitung* geht es in der Regel um technische Medien, welche die Kommunikation über jegliche zeitlichen und räumlichen Grenzen hinaus ermöglichen. Beispiele hierfür sind z.B. Telefon oder Fernseher. Eine eindeutige Zuordnung der verschiedenen Medienformen in die drei Arten lässt sich nicht vornehmen, da sie einen untrennbaren Zusammenhang darstellen und sich gegenseitig beeinflussen.<sup>11</sup>

In der Medienwissenschaft für Kommunikationsmedien werden Medien nach Primärmedien, Sekundärmedien, Tertiärmedien und Quartärmedien gegliedert. Die Unterscheidung in die unterschiedlichen Typen erfolgt durch das Ausmaß der Verwendung von technischen Hilfsmitteln. Von einem *Primärmedium* ist die Rede, wenn bei der Vermittlung von Informationen keine technischen Hilfsmittel eingesetzt werden. Sender und Empfänger müssen somit zur gleichen Zeit am gleichen Ort sein und die Kommunikation erfolgt direkt über Mimik, Gestik und Sprache. Der Empfänger erhält die Informationen über seine Sinne. Eine Kommunikation durch ein *Sekundärmedium* erfolgt dann, wenn allein der Absender der Information technische Hilfsmittel verwendet. Der Empfänger hat die Möglichkeit auch lange Zeit nach der Herstellung der Information diese zu empfangen. Beispiele hierfür sind Schreib- und Printmedien z.B. Zeitungen oder Bücher. Bei der Kommunikation über *Tertiärmedien* sind Sender und Empfänger auf technische Hilfsmittel angewiesen. Dies hat zum Zweck räumlich getrennte Kommunikationspartner zu verbinden. Beispiele für Tertiärmedien (elektronische Medien) sind das Radio, das Telefon oder der Fernseher. Die letzte Gattung sind die *Quartärmedien*, worunter die computerbasierte Kommunikation fällt. Hierbei wird die klassische Sender-Empfänger-Beziehung aufgelöst und die Voraussetzung ist eine digitale Vernetzung zwischen Sender und Empfänger. Beispiele für Quartärmedien (digitale Medien) sind z.B. das Internet, E-Mails oder soziale Netzwerke.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Vgl. Mock, T. (2006): S. 189 ff.

<sup>12</sup> Vgl. Schirra, J. (2014): Web.



## 2.2 Digitale Medien

Mit dem Beginn der Digitalisierung in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts gab es für die Menschen einen Wandel in nahezu allen Lebensbereichen. Vor allem das Internet ist bei vielen Menschen fest in den Alltag integriert. Aus diesem Grund „ist der kompetente Umgang mit digitalen Medien [heutzutage] eine essentielle Schlüsselfunktion“<sup>13</sup>.

Mittlerweile hat der Begriff Digitalisierung zahlreiche Bedeutungen, jedoch bezeichnet er ursprünglich „das Umwandeln von analogen Informationen in digitale Formate“<sup>14</sup>. Das Resultat ist, dass die analogen Medien in digitale Medien umgewandelt wurden und der Medienkonsum nun mehr über Displays oder Touchscreens stattfindet, als über physische Informationsträger wie z.B. Papier. Mittlerweile werden die meisten Medien direkt in digitaler Form erstellt, ohne eine analoge Vorstufe. Der Grund hierfür ist, dass sich digitale Formate „wesentlich flexibler und schneller verarbeiten lassen als analoge Informationen“<sup>15</sup>. Im Allgemeinen erfolgt „die Erstellung, Speicherung, Verteilung und Verarbeitung der digitalen Daten [...] mithilfe moderner Informationstechnik, wie Computer, Smartphones, Kommunikationsnetze, Internetanwendungen und Datenbanken“<sup>16</sup>. Die Digitalisierung bringt viele Vorteile mit sich. Im Vergleich zu Informationen in analoger Form, sind Informationen in digitaler Form maschinell lesbar und lassen sich dadurch langfristig speichern, bearbeiten, wiedergeben und verteilen. Digitale Medien sind somit elektronische Kommunikationsmedien und ihre Grundlage ist die Computertechnik. Ein digitales Signal wird durch das Binärsystem codiert, welches durch die Zahlen 0 und 1 gekennzeichnet ist. Ein Computer kann nur mit diesen zwei Zuständen arbeiten und interpretiert die binären Daten als digitale Informationen. „Je nach Format der digitalen Daten sind die binären Werte nach bestimmten Schemata und Kodierungen geordnet.“<sup>17</sup> Hieraus entstehen unterschiedliche Dateiformate, welche aus Bits und Bytes bestehen. Ein Bit ist die kleinste elektronische Speichereinheit und ein Byte ist die kleinste Datenmenge, welche sich aus acht Bits zusammensetzt. Mit Hilfe dieser Codierungen lassen sich Daten auf einem Datenträger (z.B. Festplatte, USB-Sticke, DVD) speichern.<sup>18</sup>

Im Folgenden werden vier Arten der digitalen Medien vorgestellt und definiert. Hierzu gehört der Fernseher, der Computer, das Internet und das Smartphone.

---

<sup>13</sup> o.V. [Bundesamt für Wirtschaft und Energie] (2019): Web.

<sup>14</sup> Luber, S., Litzel, N. (2019): Web.

<sup>15</sup> Ebd. Web.

<sup>16</sup> Ebd. Web.

<sup>17</sup> Ebd. Web.

<sup>18</sup> Vgl. ebd. Web.