

Digitale Teilhabe von Kindern und Jugendlichen

Eine Teilstudie zur „EU Kids Online“-Befragung in Deutschland 2019 | Zentrale Ergebnisse



FOTO: STOCK ROCKET/SHUTTERSTOCK.COM

Beispiele wie „Fridays for Future“ zeigen: Das Internet bietet Heranwachsenden zahlreiche Möglichkeiten der strategischen Vernetzung und gesellschaftlichen Teilhabe. Doch inwieweit nutzen Kinder und Jugendliche digitale Medien, um sich gesellschaftlich zu beteiligen? Dieser Frage ist das Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut in einem Zusatzmodul zur repräsentativen „EU Kids Online“-Befragung 2019 nachgegangen.

Digitale Teilhabe wurde dabei weit verstanden und in drei Schritten untersucht: Zunächst standen die verschiedenen Formen der Online-Nutzung im Fokus und somit die Art und Weise, wie sich Kinder und Jugendliche mit anderen Menschen und der Gesellschaft in Beziehung setzen – spielerisch oder unterhaltungsorientiert, mit gezieltem politischem Interesse oder eher beiläufig. Als weiterer Aspekt digitaler Teilhabe wurde die Nutzung aktueller Nachrichten über gesellschaftlich relevante Themen in den Blick genommen und untersucht, wie sich die Heranwachsenden über solche Themen informieren und welche Rolle dabei digitale Medien spielen. Und schließlich betrachteten die

Forscher konkrete Erscheinungsformen gesellschaftlicher Partizipation, etwa die Teilnahme an politischen Diskussionen oder Bewegungen.

Zusätzlich wurde erhoben, welche Unterstützung sich Kinder und Jugendliche für ihre digitale Teilhabe selbst wünschen. Aus den Ergebnissen haben die Autoren Handlungsansätze für verschiedene Altersgruppen abgeleitet.

Die Teilstudie „Digitale Teilhabe von Kindern und Jugendlichen“ wurde ermöglicht durch die Deutsche Telekom Stiftung. Nachfolgend ein Überblick über zentrale Ergebnisse. →

! ZUR TEILSTUDIE

Der Ergebnisbericht zur Teilstudie „Digitale Teilhabe von Kindern und Jugendlichen“ steht zum Download zur Verfügung unter: www.telekom-stiftung.de/EUKidsOnline



Deutsche Telekom Stiftung

Zentrale Ergebnisse im Überblick

Was machen Kinder und Jugendliche online? Wie informieren sie sich über das Weltgeschehen? Wie beteiligen sie sich an zivilgesellschaftlichen Diskussionen? Und was wünschen sie sich an Unterstützung für ihre digitale Teilhabe? Hier die wichtigsten Ergebnisse:

Wie 9- bis 17-Jährige Online-Medien nutzen

Nach eigener Einschätzung sind die 9- bis 17-Jährigen täglich im Durchschnitt 2,4 Stunden online – vor allem per Smartphone.

Je älter die Kinder und Jugendlichen, desto größer ihr Repertoire an Online-Aktivitäten, die mit verschiedenen Aspekten von Teilhabe verbunden sind, etwa der Suche nach Informationen über Arbeits- oder Studienmöglichkeiten oder der Teilnahme an politischen Diskussionen.

In der gesamten Altersspanne haben die Forscher anhand der Befragungsdaten fünf Nutzertypen identifiziert, die sich in ihren Interessenschwerpunkten – Unterhaltung, Spiele, Kommunikation, Information – teils stark voneinander unterscheiden.

Typ 1: „Spielorientierte Wenignutzer“

- wenig interessiert an unterhaltenden und informativen Aktivitäten
- 1,5 Stunden/Tag online
- Durchschnittsalter: 10,8 Jahre
- trifft auf die Hälfte der Altersgruppe 9 bis 11 Jahre zu
- Jungen leicht überrepräsentiert

Typ 2: „Spiel- und Unterhaltungsorientierte“

- überdurchschnittliche Nutzung von Online-Spielen
- wenig interessiert an kommunikativen Aktivitäten
- 2,7 Stunden/Tag online
- Durchschnittsalter: 13,7 Jahre
- Jungen überrepräsentiert

Typ 3: „Nichtinteraktive Wenignutzer“

- vor allem interessiert an unterhaltenden und informativen Aktivitäten
- 1,9 Stunden/Tag online
- Durchschnittsalter: 12,7 Jahre
- Mädchen deutlich überrepräsentiert

Typ 4: „Kommunikations- und Unterhaltungsorientierte“

- wenig Interesse an Information

- 3,3 Stunden/Tag online
- Durchschnittsalter: 14,4 Jahre
- Mädchen leicht überrepräsentiert

Typ 5: „Informations- und Kommunikationsorientierte“

- breitetes Aktivitätenrepertoire
- 2,9 Stunden/Tag online
- Durchschnittsalter: 14,7 Jahre
- Jungen und Mädchen zu gleichen Teilen vertreten

Wie 9- bis 17-Jährige sich über die Welt informieren

Das Nachrichteninteresse ist bei den 9- bis 17-Jährigen insgesamt (noch) gering ausgeprägt, steigt aber mit zunehmendem Alter. Es gilt vor allem den „Soft News“, also Nachrichten über Stars, Lifestyle-Berichte und lustige oder sonderbare Nachrichten.

69 Prozent aller Befragten geben an, in der letzten Woche Fernsehnachrichten gesehen zu haben, gut 40 Prozent haben Nachrichten über soziale Netzwerke genutzt, 28 Prozent im Radio. Im Schnitt haben sie zwei Nachrichtenquellen genutzt.

WhatsApp (55 %), YouTube (49 %), Facebook (38 %) und Instagram (34 %) sind die Online-Plattformen, die die Befragten nach eigenen Angaben nutzen, um Nachrichten zu finden, zu lesen, anzusehen, zu teilen oder zu diskutieren (s. Abb. 1). →

! ZUR GESAMTSTUDIE

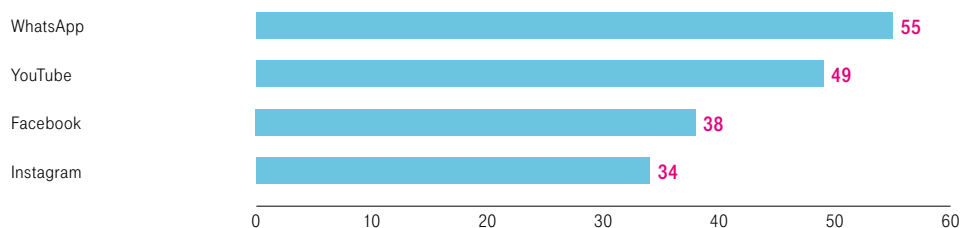
EU Kids Online ist ein europäischer Forschungsverbund, dessen Mitglieder 2019 zum zweiten Mal international vergleichend untersucht haben, wie Heranwachsende digitale Medien nutzen, was sie tun, was sie können, welche Erfahrungen sie dabei machen und wie sie mit Online-Risiken umgehen. Dazu hat das Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut im Sommer 2019 deutschlandweit 1.044 Kinder und Jugendliche und je ein Elternteil befragt. Die Gesamtstudie für EU Kids Online in Deutschland wurde ermöglicht durch UNICEF, die Deutsche Telekom Stiftung, den Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest und die Niedersächsische Landesmedienanstalt.

Der Ergebnisbericht steht zum Download unter: bit.ly/EUKO_DE

! ONLINE-PLATTFORMEN ZUR NACHRICHTENNUTZUNG

Nachrichten lesen, ansehen, teilen oder diskutieren – die zu diesem Zweck meistgenutzten Online-Plattformen der befragten Kinder und Jugendlichen

Anteil der Befragten, die die jeweilige Plattform in der letzten Woche für die Nachrichtenrezeption genutzt haben, in Prozent



Wie 9- bis 17-Jährige sich an zivilgesellschaftlichen Diskussionen beteiligen

Niedrigschwellige Formen der Partizipation wie das Bewerten und Liken (36 %), Kommentieren (28 %) oder Teilen (14 %) einer Nachricht in sozialen Netzwerken spielen eine größere Rolle als Partizipationsformen, die mehr Eigeninitiative voraussetzen. Die persönliche Kommunikation über aktuelle Nachrichten in der Peer-Gruppe (36 %) ist die häufigste Partizipationsform (s. Abb. 2).

Ihr Wissen über Politik und das aktuelle Weltgeschehen schätzen die befragten Kinder und Jugendlichen tendenziell eher gering ein. Gleiches gilt für das Gefühl, Einfluss auf das politische Geschehen nehmen zu können.

Diejenigen, die das Internet verstärkt zur Informationssuche nutzen und entsprechend auch häufiger mit Nachrichten in Kontakt kommen, haben eher den Eindruck, sich in der Politik auszukennen und auf politische Vorgänge Einfluss nehmen zu können.

Welche Unterstützung sich 9- bis 17-Jährige für ihre digitale Teilhabe wünschen

Unterstützung wünschen sich die Kinder und Jugendlichen etwa bei der Unterscheidung von echten und falschen Nachrichten („Fake News“) (22 %), beim Teilen persönlicher Informationen im Internet (17 %) oder dabei, anderen zu helfen, wenn sie mitbekommen, dass diese online belästigt werden (16%). Immerhin 13 Prozent möchten Rat, wie sie sich online über politische Themen informieren können, 9 Prozent, wie sie sich online politisch engagieren können.

Handlungsansätze für verschiedene Altersgruppen

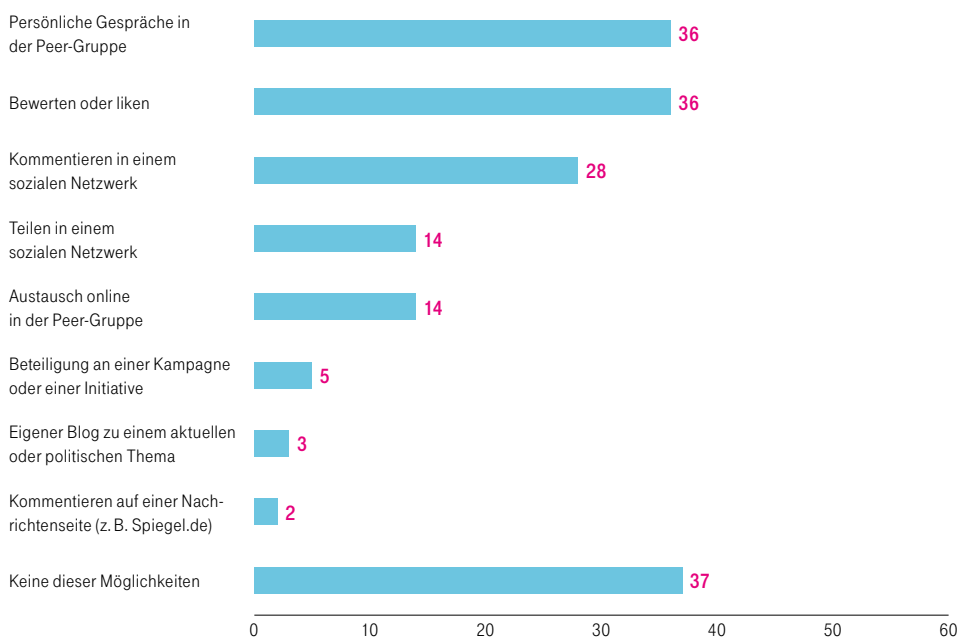
Um die gesellschaftliche Beteiligung von Kindern und Jugendlichen zu fördern, empfehlen die Forscher altersdifferenzierte Unterstützungsangebote. Diese sollten vor allem auf diejenigen gerichtet sein, die nicht die notwendigen Voraussetzungen, ein sehr geringes politisches Bewusstsein oder eine geringe politische Selbstwirksamkeitserfahrung haben.

Ausgehend von den jeweils bevorzugten Online-Aktivitäten empfehlen die Forscher folgende Maßnahmen zur Unterstützung der verschiedenen Altersgruppen:

2 NIEDRIGSCHWELIGE PARTIZIPATIONSFORMEN BEVORZUGT

An gesellschaftlichen Diskussionen beteiligen sich Kinder und Jugendliche deutlich häufiger über Aktivitäten, die geringeren Aufwand erfordern oder im persönlichen Umfeld stattfinden. Formen, die mehr Eigeninitiative voraussetzen, nutzen die wenigsten. Mehr als ein Drittel nutzt keine der genannten Partizipationsformen.

Anteil der Befragten, die auf die jeweilige Art über aktuelle Nachrichten diskutieren, in Prozent



9- bis 11-Jährige

- interessante gesellschaftliche und politische Themen für die Altersgruppe identifizieren
- das Online-Aktivitätenrepertoire um aktive, partizipative Nutzungsformen erweitern
- Beteiligungsmöglichkeiten (online/offline) sowie mögliche Konsequenzen aufzeigen
- Beteiligungsansätze unterstützen und begleiten

12- bis 14-Jährige

- Interesse für politische Themen wecken und politische Selbstwirksamkeit reflektieren
- für unterschiedliche zivilgesellschaftliche Online-Beteiligungsformen sowie deren Reichweite und Wirkung sensibilisieren
- Beteiligungsansätze beratend unterstützen und begleiten

15- bis 17-Jährige

- ihr Spektrum an Beteiligungsmöglichkeiten (offline/online) erweitern
- bei der Organisation von eigenen Beteiligungsaktivitäten unterstützen

! KONTAKT

Annika Klaus
Referentin Kommunikation

Deutsche Telekom Stiftung
Französische Straße 33 a-c
10177 Berlin
Telefon: 030 8353-82827
annika.klaus@telekom-stiftung.de
www.telekom-stiftung.de