
Harald Gapski und Lars Gräßer: Medienkompetent in Communitys – eine Einleitung

1 Dynamisches Wachstum und jugendliche Nutzung

Online-Communitys genießen eine weltweite Popularität. Mehr als 300 Millionen aktive Nutzer(innen) sind beispielsweise bei der Online-Community Facebook angemeldet, von denen sich etwa die Hälfte täglich einloggt.¹ In Deutschland verzeichnete Facebook im Oktober 2008 1,2 Millionen angemeldete User², Ende Januar 2009 waren es bereits zwei Millionen, Mitte September sollen es 3,7 Millionen gewesen sein.³ Im gleichen Monat rief das Magazin STERN bereits die „Generation Facebook“⁴ aus. In Deutschland verfügen auch andere Online-Communitys über vergleichbare Nutzer(innen)zahlen: Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) berichtete, dass Mitte Juni 2009 bei wer-kennt-wen laut Betreiber 6,5 Millionen Nutzer(innen), bei Lokalisten laut Betreiber mehr als 3 Millionen Nutzer(innen) und beim Business-Netzwerk Xing über 2,7 Millionen Mitglieder angemeldet gewesen sind.⁵

Der IVW-Index zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern⁶ sieht im September 2009 unter den 20 populärsten Adressen sechs von sozialen Netzwerken: studiVZ (Platz 4) liegt bei den Seitenbesuchen vor schülerVZ (Platz 5), wer-kennt-wen.de (Platz 6), meinVZ (Platz 10), MySpace (Platz 13) und Lokalisten (Platz 17).

Die Bedeutung der Online-Communitys insbesondere für junge Menschen ist offensichtlich: Die JIM-Studie (Jugend, Information, (Multi-)Media) 2008 kommt zu dem Ergebnis, dass fast drei Viertel der deutschen Internet-Nutzer(innen) im Alter von 12 bis 19 Jahren bereits Erfahrungen mit Online-Communitys haben. 41 Prozent besuchen diese täglich, weitere 16 Prozent mehrmals pro Woche (JIM 2008, S. 54). Die Hälfte der täglichen Nutzer(innen) schaut sich sogar mehrmals am Tag in der Community um. 45 Prozent der Jugendlichen waren schon einmal bei „schülerVZ“, mit Abstand folgen Angebote wie „studiVZ“ (12 Prozent) oder „MySpace“ (10 Prozent) (ebd.).

Laut ARD-ZDF-Onlinestudie 2009 sind knapp drei Viertel (74 Prozent) der deutschen Onliner im Teenageralter und 61 Prozent aller Twens im Netz

Mitglieder mindestens eines Netzwerkes (Busemann; Gscheidle 2009, S. 359). 81 Prozent der Onlinenutzer(innen) zwischen 14 und 19 Jahren nutzen soziale Online-Netzwerke zumindest gelegentlich, 69 Prozent zumindest wöchentlich (a. a. O., S. 361).

Die große Bedeutung der Online-Communitys für Jugendliche korrespondiert mit einer selbstverständlichen, teils habitualisierten Nutzung (Busemann; Gscheidle 2009, S. 361). Realität und Virtualität durchdringen einander und bilden einen sozialen Raum (Ertelt 2008, S. 55f), in dem für Jugendliche das „Beziehungsmanagement“ stattfindet (Schmidt u. a. 2009, S. 210 ff.). Damit sind Online-Communitys eine jugendkulturell geprägte Sphäre der Identitätsbildung oder -arbeit (vgl. etwa Röhl 2008), die möglicherweise auch als sozialer und virtueller Lernort genutzt werden kann (Bayer und Heimann 2009).

2 Risiken, Chancen und Kompetenzen

Anlässlich des Starts der Kampagne „Watch Your Web“ erklärte die Bundesverbraucherschutzministerin Ilse Aigner: „Der Schulhof des 21. Jahrhunderts ist im Internet zu finden“. ⁷ Auf diesem virtuellen Schulhof faszinieren die neuen Möglichkeiten des Austauschs, der Selbstinszenierung und der Beziehungspflege. Es geraten aber auch Risiken der Nutzung in den Blick: Probleme des sorglosen Umgangs mit persönlichen Daten, der Belästigung (Cyberbullying) oder des hohen Zeitaufwands, der für die digitale Beziehungspflege in einem wachsenden Kontaktnetzwerk aufgewendet werden muss. Darüber hinaus können Kinder und Jugendliche mit problematischen oder schädlichen Inhalten, etwa Pornografie oder extremistischen, gewaltverherrlichenden Inhalten, konfrontiert werden – dies sowohl als ungewollte Empfänger(innen) als auch als Autor(inn)en und Sender.

Eine Kategorisierung der Chancen und Risiken für Kinder in Online-Umgebungen hat das europäische Forschungsprojekt EU Kids online⁸ in Form einer Matrix vorgestellt.

Diese Risiken lassen sich nicht nur der technischen Anbieterseite zuordnen, sondern sie sind Emergenzeffekte des soziotechnischen Systems Online-Community: Die technisch vorgezeichneten Interaktionsmöglichkeiten in der Community *und* die medialen sowie sozialen Kompetenzen ihrer Nutzer(innen)

2 Risiken, Chancen und Kompetenzen

		“Content” Kind als Rezipient	“Contact” Kind als Teilnehmer	“Conduct” Kind als Akteur
CHANCEN	Bildung, Lernen und digitale Kompetenz	Bildungsressourcen	Kontakt mit Gleichgesinnten	Eigeninitiative oder gemeinsames Lernen
	Teilnahme und soziales Engagement	Allgemeine Informationen	Austausch in Interessensgruppen	Konkrete Formen sozialen Engagements
	Kreativität und Selbstdarstellung	Ressourcenvielfalt	Eingeladen/inspiriert werden kreativ zu sein oder mitzumachen	Erstellung von benutzergenerierten Inhalten
	Identität und soziale Beziehungen	Beratung (Persönliches/Gesundheit/Sexuelleben usw.)	Soziale Netzwerke, Erfahrungen mit anderen teilen	Ausdruck eigener Identität
RISIKEN	Kommerziell	Werbung, Spam, Sponsoring	Verfolgung/Sammlung von persönlichen Informationen	Glücksspiel, illegale Downloads, Hacken
	Aggressiv	Gewaltverherrlichende/ grausame/volksverhetzende Inhalte	Mobbing, Belästigung oder Stalking	Andere mobben oder belästigen
	Sexuell	Pornographische/schädliche Inhalte	Treffen mit Fremden, missbräuchliche Annäherungsversuche	Erstellen/Hochladen von pornographischem Material
	Werte	Rassistische/verzerrte Informationen/Ratschläge (z.B. Drogen)	Selbstverletzung, ungewolltes Zureden/Überredung	Ratschläge z.B. zu Selbstmord/Magersucht geben

Tabelle 1: Kategorisierung von Online-Risiken und -Chancen nach Livingstone/Haddon (2009, S. 3)

können zu riskanten Kommunikationsformen führen. Werden beispielsweise die Verbreitungswege und die Kombinatorik von Datenbeständen von einem Jugendlichen unterschätzt, können leichtfertig innerhalb der Community veröffentlichte Fotos Personen zugeordnet werden, an Dritte gelangen und weiterverbreitet werden. Die dezentrale Architektur des Internets verhindert ein einfaches Zurückholen oder Löschen bereits veröffentlichter Daten. Die Studie des Hans-Bredow-Instituts „Heranwachsen mit dem Social Web“, die im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen erstellt wurde, kommt im Hinblick auf die Kompetenz der jugendlichen Nutzer(innen) von Communitys zu dem Schluss: „Das Wissen um potenzielle Risiken kann sicherlich zu deren Minimierung beitragen, doch die Ergebnisse der Studie zeigen, dass viele Jugendliche entweder gar nicht risikobewusst handeln oder aber die Risiken zwar benennen, aber ihr eigenes Handeln nicht entsprechend ausrichten.“ (Schmidt u. a. 2009, S. 285) Wie könnten solche „kompetenzfördernden Ansätze“ (ebd.) aussehen?

3 Computer-/Onlinespiele – und ihre Communitys

Computerspiele zählen zu den häufigsten Anwendungen, die Kinder am Computer ausüben. Insgesamt spielen 70 Prozent aller Kinder zumindest selten, 13 Prozent jeden oder fast jeden Tag, 43 Prozent ein- bis mehrmals pro Woche, 14 Prozent seltener und 30 Prozent nie (KIM 2008, S. 4). Auch unter Jugendlichen besitzen Computer- und Onlinespiele eine hohe Popularität und Nutzungsdauer, selbst wenn die Statistik nur bedingt Aufschluss über die Online- bzw. Offline-Nutzung eines Spiels gibt: Fast jeder dritte Jugendliche beschäftigt sich mit Computerspielen auf dem PC, die oftmals auch online gespielt werden können, 12 Prozent täglich und 18 Prozent mehrmals pro Woche (JIM 2008, S. 12). Rund ein Viertel der Jugendlichen spielt mit einer Spielkonsole, 10 Prozent täglich, 16 Prozent mehrmals pro Woche (ebd.). Auch diese sind immer häufiger internetfähig, weshalb das Spielen nicht zwangsläufig offline geschieht. Die durchschnittliche Nutzungsdauer für Konsolen- bzw. Computerspiele liegt nach Eigeneinschätzung der Jugendlichen an einem durchschnittlichen Wochentag bei 58 Minuten, am Wochenende wird etwas länger gespielt (74 Minuten) (JIM 2008, S. 39).

Die oben genannten populären Online-Communitys wie schülerVZ, studiVZ oder Facebook sind nur ein Ausschnitt jugendlicher Medienwelten. Aus dem Bereich der Computer- und Onlinespiele treten weitere Netzwerke hinzu, die zwar zunächst von einem eingeschränkten Themenfokus ausgehen, deren kommunikativer Austausch aber häufig den oben genannten Communitys immer ähnlicher wird und den Spielcharakter teilweise überlagert.⁹ Nicht wenige halten sie für die Online-Communitys der Zukunft, handelt es sich hierbei doch um regelrechte „communities of practice“,¹⁰ die ein spielerisches Problemlösen¹¹ im Tun vereint: „Das Bild des einsamen Videospielers verschwindet. Spielen ist heute mehr denn je Kommunikation. Dies betrifft nicht nur Online-Rollenspiele wie „World of Warcraft“ oder „Herr der Ringe Online“. Auch die meisten sonstigen Spiele auf Konsolen, Handhelds und PCs ermöglichen inzwischen das Spielen über das Internet. Systeme wie Xbox Live oder Playstation Home unterstützen dieses mit weit reichenden Funktionen.“¹² Abseits dessen verfügen viele Spielsysteme über eine Online-Verwaltung von Spielerfolgen, Mitspieler(innen)bewertungen und die Möglichkeit, individuelle Profile anzulegen.

In der öffentlichen Diskussion wird das Thema „Computerspiele“ teils emotional, teils kontrovers geführt (JIM 2008, S. 39), angefangen von der Nutzungsdauer (Stichwort „Mediensucht“) über die Inhalte (Forderung nach Verboten von „Gewalt induzierenden Killerspielen“¹³ bzw. „Internetsperren für Online-Gewaltspiele“¹⁴ oder auch die „Alters-Kennzeichnung auch für Online-spiele“¹⁵) bis hin zu Rechtsfragen¹⁶ und Datenschutzaspekten¹⁷. Spielende Jugendliche berichten dagegen eher seltener davon, dass Computerspiele Probleme bergen (JIM 2008, S. 44). Hauptthema familiärer Diskussionen und Streitigkeiten ist fast ausschließlich die Nutzungsdauer, Inhalte werden nur in den seltensten Fällen thematisiert (ebd.). Abseits der Risiken werden aber auch zunehmend die kompetenzförderlichen Potenziale in den Blick genommen, insbesondere im Bereich der Lernsoftware.

Wie wird mit dem Problem der hohen Nutzungsdauer umgegangen? Eltern wird z. B. empfohlen, die hohe Nutzungsdauer erzieherisch zu limitieren, dabei aber eine individuelle Anpassung gemäß dem Entwicklungsstand vorzunehmen und Schritt für Schritt ihren Kindern mehr Eigenständigkeit im Medienkonsum zuzutrauen. Bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen dürfte diese Interventionsform allerdings meist ins Leere laufen. Im Extremfall der Computerspielsucht helfen dann nur noch therapeutische Angebote.

4 Medienkompetenzförderung: von außen und von innen?

Um für problematische Formen der jugendlichen Nutzung von Online-Communitys und Online-Computerspielen zu sensibilisieren und kompetenzfördernde Maßnahmen einzuleiten, starteten auf lokaler und regionaler Ebene sowie auf Landes-, Bundes- und Europaebene zahlreiche Initiativen. Die Ansprache der relevanten Zielgruppen – Jugendliche, Eltern, Pädagog(inn)en und Multiplikator(inn)en – geschieht dabei auf unterschiedlichen Wegen: Fast immer gehört eine ausführliche Onlinekommunikation mit eigener Website dazu; Faltblätter, Lernmaterialien und Schulungen vermitteln Hintergrundinformationen, jährlich stattfindende Aktionstage (z. B. der europaweite „Safer Internet Day“) mobilisieren zahlreiche lokale Akteure und öffentliche Kampagnen, beispielsweise mit TV-Spots und Anzeigen in Zeitungen, versuchen, die relevanten Zielgruppen crossmedial zu erreichen.

Wenn die Online-Communitys und Spielnetzwerke bedeutsame Aufenthaltsräume, Treffpunkte und Lebenswelten insbesondere junger Menschen sind, sollten dann nicht sensibilisierende, beratende und unterstützende Kommunikationsangebote gerade diese Orte aktiv (oder zumindest ergänzend) aufsuchen? Muss eine medienkompetente aufsuchende Jugendsozialarbeit heutzutage nicht auch innerhalb einer Community agieren anstatt nur „von außen“?

Es stellt sich die Frage, ob eine direkte Ansprache der jugendlichen Zielgruppe *innerhalb* des Nutzungskontexts Online-Community oder Online-Spiel sinnvoll die Medienkompetenzförderung bereichern kann. Wäre beispielsweise eine „Beratung“ auch „in-game“ beziehungsweise innerhalb der Online-Community der Spielenden wünschenswert? Würde ein Beratungsprofil in einer Online-Community von der jugendlichen Zielgruppe in Fällen des Cybermobbings angenommen und aufgesucht? Inwieweit sollte das Umfeld der jugendlicher Mediennutzer(innen) einbezogen werden? Welche Ansätze und Erfahrungen zur Akzeptanz und Wirksamkeit liegen vor?

Dieser Band der Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen greift das Thema Sensibilisierungs-, Beratungs- und Lernangebote in Social Communitys und Online-Spielen auf und diskutiert Einsatzmöglichkeiten und Grenzen entsprechender Angebote. Antworten auf einige der oben genannten Fragen geben die Autorinnen und Autoren der Beiträge:

Dorothee M. Meister und Bianca Meise untersuchen in ihrem Beitrag die Funktionsweisen der Online-Netzwerke und Differenzenerfahrungsprozesse zwischen Identitätsarbeit und Sozialität der jungen Nutzer(innen). Sie wollen den eher defizitorientierten Diskurs über das Medienhandeln Heranwachsender um (selbst-)sozialisationsrelevante Aspekte bereichern und mahnen den Respekt vor den selbstbestimmten Räumen Jugendlicher an. Nach ihrer Argumentation ist die bereits vorhandene Medienkompetenz junger, aktiver Community-Mitglieder anzuerkennen, wenngleich insbesondere ihr medienkundliches Wissen über die Besonderheiten von Communitys gefördert werden sollte.

Maren Gaidies beschreibt am Beispiel zweier Kampagnen im schülerVZ, wie Sensibilisierungsangebote in sozialen Online-Netzwerken funktionieren (können) und welche Wirkungen hier zu beobachten sind. Dabei greift sie

auf Nutzer(innen)befragungen zurück, die zur Evaluation der Kampagnen erstellt wurden. Im Ergebnis zeigt sich, dass die exemplarisch herangezogenen Kampagnen vor allem Kinder zwischen zwölf und vierzehn Jahren und insgesamt eher Mädchen ansprechen bzw. angesprochen haben. Im Ausblick zieht sie schließlich die Konsequenzen für die Gestaltung neuerer Ansätze in der Medienkompetenzförderung, die für sie vor allem integrativ ansetzen müssen – in Zusammenarbeit mit dem sozialen Umfeld der Heranwachsenden und am besten in Zusammenarbeit mit ihnen selbst.

Daniel Poli verdeutlicht in seinem Beitrag den selbstverständlichen und alltäglichen Umgang von Heranwachsenden mit dem Web 2.0, in dem Online-Communitys als jugendkulturell geprägte Räume hervor stechen. Sie dienen als Informationsquelle und Erprobungsfeld zur Identitäts- und Gruppenbildung. Klassische, lineare Bildungskonzepte im Netz greifen nicht mehr, da sich Heranwachsende vor allem hier Wissen und Kompetenzen aneignen und Angebote abseits dessen kaum noch Beachtung finden. Um erfolgreich zu sein, muss die Medienkompetenzförderung als „digitale Jugendbildung“ daher auch in Online-Communitys mit einer Pädagogik ansetzen, so sein Plädoyer, die sich „irritierend“ in die Jugendkommunikation im Web 2.0 einbringt und gleichzeitig begleitende Angebote einer Jugendarbeit online bereitstellt. Nur so kann es seiner Meinung nach gelingen, eine große Zahl junger Menschen im Internet zu motivieren, selbst zu Multiplikator(innen)en der Medienbildung für Gleichaltrige zu werden: „Peer-to-Peer“. Dies belegt er am Erfolg der Kampagne „watch your web“.

Ibrahim Mazari und Mathias Flierl richten den Blick auf die Welt der Computer- und Onlinespiele und präsentieren die Communitys der (Online-)Spieler(innen) als „Social Gaming Networks“, die sowohl im Web 2.0 verankert sind, als auch starke reale Netzwerke ausbilden. Hier bieten sich neue Anknüpfungspunkte für die medienpädagogische Arbeit, insbesondere mit Blick auf die Gruppe der Spieladministrator(inn)en, die ohnedies eine wichtige Multiplikator(inn)enfunktion im Spielbereich bekleiden. Dabei ist auf die soziale Binnenstruktur der „Social Gaming Networks“ zu achten, die in Clans organisiert sind.

Tanja Adamus gibt einen Einblick, wie die Computer- und Onlinespieler(innen) in konvergierenden Medienwelten agieren. Für Adamus erwerben sie im

so genannten E-Sport durch informelle Lernprozesse unterschiedliche Kompetenzen, welche die vielfach angemahnten negativen Auswirkungen der intensiven Beschäftigung mit Computerspielen übertreffen und ihrer Einschätzung nach zu den elementaren Kernkompetenzen für das Leben und Arbeiten im digitalen Zeitalter gehören (werden). Eher kritisch betrachtet Adamus die Möglichkeiten des gezielten Einflusses auf die Förderung von Medienkompetenz(en) in den „Social Gaming Networks“. Wenn überhaupt, kann sie allenfalls von respektierten Computer- und Onlinespieler(inne)n aus der Szene selbst geleistet werden – auch sie plädiert für eine Peer-to-Peer-Strategie.

Michael Lange beschreibt, wie sich im Rahmen seiner medienpädagogischen Projektarbeit ein grafischer Textchat in eine dreidimensionale Onlinewelt verwandelt hat und welche Bildungschancen sich eröffnen, wenn jugendlichen Nutzer(inne)n diese Onlinewelten selbst überlassen und die darin gültigen Regeln einem fortlaufenden Diskussionsprozess unterworfen werden. In seinen Projekten konnten Jugendliche mit sehr unterschiedlichen Bildungshintergründen zur Teilnahme gewonnen werden, wobei die beobachteten sozialen Lernprozesse bei bildungsfernen Jugendlichen sehr viel intensiver ausfielen. Hier können Kinder und Jugendliche erreicht werden, die sich in der realen Lebenswelt eher nicht in sozialen oder politischen Gruppen engagieren. Sie erhalten die Möglichkeit, sich neue Netzwerke und mediale Handlungskompetenzen zu erschließen, wenn die informellen Lernsettings so gestaltet sind, dass die Reflexion der Lernerfahrung gelingt und ein Transfer zum Alltagshandeln möglich wird. Michael Lange plädiert für die medienpädagogische Durchdringung von Online-Communitys, aber auch für die Notwendigkeit öffentlich finanzierter Netzangebote mit medienpädagogischer Unterstützung abseits kommerzieller Community-Angebote.

In diesen sechs Beiträgen sind theoretische Konzepte mit praktischen Erfahrungen verknüpft. Diese Verknüpfungen können helfen, den gegenwärtigen Herausforderungen der Medienkompetenzförderung unter den sich stetig wandelnden medialen Bedingungen mit sinnvollen und innovativen Strategien zu begegnen, welche die Zielgruppe ansprechen und erreichen. Für die Beiträge und die von ihnen ausgehenden Impulse zur Gestaltung solcher zukünftiger Strategien in oder im Kontext von Online-Communitys sei den beteiligten Autorinnen und Autoren herzlich gedankt.

Anmerkungen

- 1 facebook.com, online unter: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (Zugriff 05.10.2009).
- 2 Medienhandbuch.de (28.01.2009 00:52 Uhr): Zwei Millionen Facebook-Nutzer in Deutschland, online unter: <http://www.medienhandbuch.de/news/zwei-millionen-facebook-nutzer-in-deutschland-20583.html> (Zugriff 05.10.2009).
- 3 tagesschau.de (16.09.2009 14:56 Uhr), online unter: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/facebook136.html> (Zugriff 05.10.2009)
- 4 STERN (Nr. 37, 03.09.2009): „Generation Facebook – Wie sich Millionen Deutsche im Internet vernetzen“, online unter: <http://www.stern.de/magazin/heft/stern-nr-37-03092009-generation-facebook-1506715.html> (Zugriff 05.10.2009).
- 5 Verbraucherzentrale Bundesverband (vom 14.07.2009): „Soziale Netzwerke mit mangelndem Fair-Play. Verbraucherzentrale Bundesverband geht gegen Geschäftsbedingungen von Sozialen Netzwerken vor“, online unter: <http://www.vzbv.de/go/presse/1180/index.html> (Zugriff 05.10.2009).
- 6 IVW-Abfrage vom 18.09.2009 (ohne Facebook, Ausweismonat August 2009), online unter: <http://www.ivwonline.de/ausweisung2/suchen2.php> (Zugriff 18.09.2009).
- 7 heise.de (09.06.2009 13:08): „Watch Your Web“ wirbt für mehr Datenbewusstsein bei Jugendlichen, online unter: <http://www.heise.de/newsticker/Watch-Your-Web-wirbt-fuer-mehr-Datenbewusstsein-bei-Jugendlichen--/meldung/140126> (Zugriff 05.10.2009).
- 8 http://www.lse.ac.uk/collections/EUKidsOnline/Reports/de_summary.pdf (Zugriff 20.10.2009)
- 9 Teils ist daher die Rede von „virtuellen Welten“ und nicht mehr von Spielen. Hier wird nicht mit Profilen, sondern oftmals mit Avataren agiert und vor allem kommuniziert. Mal sind diese rollenmäßig stärker eingeschränkt, mal sind sie freier. Vgl. heise.de (07.04.2008 19:27): „Virtuelle Welten für Kinder werfen zahlreiche Fragen auf“, online unter: <http://www.heise.de/newsticker/Virtuelle-Welten-fuer-Kinder-werfen-zahlreiche-Fragen-auf--/meldung/106154> (Zugriff 05.10.2009). Siehe hierzu auch den Beitrag von Michael Lange in diesem Band oder Petra Grell und Anke Grotlüschen (2009): Lernort Second Life. In: Bayer und Heimann 2009, S. 111–128.
- 10 Etienne Wenger (2006): „Communities of practice are groups of people who share a concern or a passion for something they do and learn how to do it better as they interact regularly“, online unter: <http://www.ewenger.com/theory/> (Zugriff 05.10.2009).
- 11 Nadia Kraam-Aulenbach (2005): Spielend schlauer. Computerspiele fordern und fördern die Fähigkeit Probleme zu lösen, online unter: http://www.bpb.de/themen/1N2SBJ,0,0,Spielend_schlauer.html (Zugriff 05.10.2009).

- 12 Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein: „DOS – Datenschutz in Online-Spielen“, online unter <https://www.datenschutzzentrum.de/dos/> (Zugriff 05.10.2009).
- 13 heise.de (05.06.2009 16:01): Innenminister fordern Verbot von „Killerspielen“, online unter: <http://www.heise.de/newsticker/Innenminister-fordern-Verbot-von-Killerspielen-/meldung/139973> (Zugriff 05.10.2009).
- 14 heise.de (11.06.2009 14:49): CDU-Bundestagsabgeordneter erwägt Internetsperren für Online-Gewaltspiele, online unter: <http://www.heise.de/newsticker/CDU-Bundestagsabgeordneter-erwaegt-Internetsperren-fuer-Online-Gewaltspiele-/meldung/140273> (Zugriff 05.10.2009).
- 15 Minister Andreas Krautscheid: „Alterskennzeichnung muss auch bei Onlinespielen her“, online unter: http://www.mbem.nrw.de/news-infoservice/presse-meldungen/pm_mbem_20082009-2037.html (Zugriff 05.10.2009).
- 16 Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein: „DOS – Datenschutz in Online-Spielen“, online unter <https://www.datenschutzzentrum.de/dos/> (Zugriff 05.10.2009).
- 17 heise.de (07.04.2008 19:27): „Virtuelle Welten für Kinder werfen zahlreiche Fragen auf“, online unter: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Virtuelle-Welten-fuer-Kinder-werfen-zahlreiche-Fragen-auf-197066.html> (Zugriff 05.10.2009).

Literaturangaben

- Bayer, Mechthild; Heimann, Klaus: Lernorte nutzen. In: Faulstich, Peter; Bayer, Mechthild (2009), S. 155–174.
- Busemann, Katrin; Gscheidle, Christoph (2009): Web 2.0: Communitys bei jungen Nutzern beliebt. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009, online unter: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Busemann_7_09.pdf (Zugriff 05.10.2009).
- Ertelt, Jürgen (2008): Netzkultur 2.0 – Jugendliche im globalen Dorf. In: Ertelt, Jürgen; Röhl, Franz Josef (2008), S. 50–58.
- Ertelt, Jürgen; Röhl, Franz Josef (Hg.) (2008): Web 2.0: Jugend online als pädagogische Herausforderung. Navigation durch die digitale Jugendkultur. München: kopaed.
- Faulstich, Peter und Bayer, Mechthild (Hg.) (2009): Lernorte – Vielfalt von Weiterbildungs- und Lernmöglichkeiten. Hamburg: VSA Verlag.
- Geisler, Martin (2009): Clans, Gilden und Gamefamilies: Soziale Prozesse in Computerspielgemeinschaften. Weinheim: Juventa.
- Grell, Petra; Grotlüschen, Anke (2009): Lernort Second Life. In: Faulstich, Peter; Bayer, Mechthild (2009), S. 111–128.
- Livingstone, Sonja; Haddon, Leslie (2009): Kurzversion von EU Kids Online: Abschlussbericht. Juni 2009. Online unter: http://www.lse.ac.uk/collections/EUKidsOnline/Reports/de_summary.pdf (Zugriff 20.10.2009)
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.) (2008): Jugend, Information, (Multi-)Media (JIM) 2008. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Online unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf08/JIM-Studie_2008.pdf (Zugriff 18.09.2009).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.) (2008): Kinder und Medien, Computer und Internet (KIM) 2008. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Online unter: <http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf08/KIM2008.pdf> (Zugriff 05.10.2009).
- Röhl, Franz Josef (2008): Von der Stärke schwacher Beziehungen – Kommunikationskultur und Gemeinschaftsbildung als Ausdruck von Identitätssuche. In: Ertelt, Jürgen; Röhl, Franz Josef (2008), S. 119–140.
- Schmidt, Jan; Hasebrink, Uwe; Paus-Hasebrink, Ingrid (Hg.) (2009): Heranwachsen mit dem Social Web: Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Band 62. Schriftenreihe Medienforschung der LfM NRW. Berlin: Vistas.