

Inhalt

TEIL I

Das Vorhaben im Überblick.....	11
1. Das Medienhandeln von Jugendlichen in Sozialen Netzwerkdiensten.....	13
<i>Ulrike Wagner</i>	
1.1 Das Internet als Handlungsraum für Heranwachsende	13
1.2 Zur Sozialisationsrelevanz Sozialer Netzwerkdienste	18
1.3 Souveränes Handeln mit Medien unterstützen	21
1.4 Thematische Schwerpunkte der Teilstudien	23
1.4.1 Strukturen jugendnaher Plattformen und Charakteristika exemplarischer Selbstdarstellungen von Jugendlichen	25
1.4.2 Umgang mit persönlichen Informationen und Privatsphäre	27
1.4.3 Umgang mit Konflikten	29
1.4.4 Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten	30
2. Zentrale Ergebnisse der ersten drei Teilstudien.....	32
<i>Niels Brüggem, Christa Gebel, Peter Gerlicher, Mareike Schemmerling, Ulrike Wagner</i>	
2.1 Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher	32
2.1.1 Charakteristika von Web 2.0-Strukturen: Individualisierte Wege, Zugänge und Umgangsformen	34
2.1.2 Erweiterung der Interpretationsspielräume durch den Umgang mit massenmedialen Inhalten	35
2.1.3 Artikulationsformen der Nutzenden: Rahmung durch Vorgaben und Vorlagen der Plattformen.....	37

2.1.4	Online-Öffentlichkeiten: Handlungsräume für Verortung und Teilhabe	38
2.2	Persönliche Informationen in aller Öffentlichkeit? Jugendliche und ihre Perspektive auf Datenschutz und Persönlichkeitsrechte in Sozialen Netzwerkdiensten	39
2.2.1	Mediale Erfahrungsräume und Motivlagen der Heranwachsenden	41
2.2.2	Bedeutung von Strukturwissen	42
2.2.3	Gegenseitige Erwartungshaltungen und Kontrolle	44
2.2.4	Verantwortung für das eigene Handeln und Mitverantwortung für medienvermittelte Interaktion	46
2.3	Wo der Spaß aufhört... Jugendliche und ihre Perspektive auf Konflikte in Sozialen Netzwerkdiensten.....	48
2.3.1	Der Perspektivenunterschied zwischen Erwachsenen und Jugendlichen	49
2.3.2	Konflikte und Bewältigungshandeln in mediatisierten Lebenswelten	53
2.4	Zwischenfazit.....	57
3.	Die aktuelle Teilstudie „Identitätsarbeit und sozialraum- bezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten“	61
	<i>Niels Brüggem, Peter Gerlicher</i>	
3.1	Thematische Fokussierung und theoretische Bezugspunkte für die Teilstudie	61
3.1.1	Identitätsarbeit von Jugendlichen mit Medien im Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen	64
3.1.2	Mediale Räume in ihrer Bedeutung für Identitätsarbeit – Grundlagen aus dem Sozialraum-Ansatz	69
3.1.3	Bedeutung von Medien für die Identitätsarbeit Jugendlicher - Ressourcen und/oder Beeinträchtigungen?	74
3.1.4	Ansatz der Teilstudie zur Untersuchung der Identitätsrelevanz des Handelns in Sozialen Netzwerkdiensten.....	84

3.2 Methodische Anlage der Teilstudie	90
3.2.1 Computerunterstützte, leitfadenbasierte Interviews.....	90
3.2.2 Forschungswerkstatt	97

TEIL II

Ergebnisse der aktuellen Teilstudie „Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten“	101
--	------------

1. Veränderte Rahmenbedingungen für das Online-Medienhandeln Jugendlicher	103
<i>Mareike Schemmerling, Peter Gerlicher</i>	
1.1 Veränderungen in der Medienwelt	103
1.2 Das Social Web aus der Perspektive Jugendlicher.....	111
1.2.1 Die Angebotsstrukturen des Social Web und das damit assoziierte Tätigkeitsspektrum	111
1.2.2 Herausforderungen, die die Jugendlichen im Umgang mit dem Social Web formulieren	120
1.2.3 Das Social Web aus Perspektive der anderen	124
1.3 Konvergenz und massenmediale Inhalte in Sozialen Netzwerkdiensten am Beispiel der Themenbereiche Stars und Computerspiele	126
1.4 Zwischenfazit	138
2. Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln im Sozialen Netzwerkdienst <i>facebook</i>.....	141
<i>Niels Brüggem, Mareike Schemmerling</i>	
2.1 Überblick über die Fälle.....	143
2.2 Thematische Ausrichtungen im Medienhandeln.....	145
2.2.1 Thematische Verortung der Selbstdarstellungen.....	146
2.2.2 Positionen zum Selbstbezug in der eigenen Selbstdarstellung in <i>facebook</i>	152
2.2.3 Inhaltliche Dimensionen der Identitätsarbeit im Medienhandeln.....	160

2.3 Medienhandeln in Bezug auf die Identitätsarbeit.....	170
2.3.1 Handlungsrepertoires der Befragten	170
2.3.2 Umgangsweisen mit unterschiedlichen Inhaltsformen im Kommunikations- und Handlungsraum <i>facebook</i>	174
2.4 Sozialraumbezogenes Medienhandeln in seiner Bedeutung für die Identitätsarbeit.....	188
2.4.1 Modi der Abbildung sozialräumlicher Bezüge.....	191
2.4.2 Modi der Skalierung sozialräumlicher Bezüge.....	200
2.4.3 Eigensinn und Anpassung im Medienhandeln in media- tisierten Sozialräumen	205
3. Identitätsarbeit im Social Web – Restriktionen und Erweiterungen im sozialraumbezogenen Medienhandeln	211
<i>Niels Brüggem, Mareike Schemmerling, Peter Gerlicher</i>	

TEIL III

Schlussfolgerungen für Pädagogik und Jugendmedienschutz	221
--	------------

Ulrike Wagner, Niels Brüggem

1. Herausforderungen für die Subjekte, um eigenständige Wege in mediatisierten Lebenswelten gehen zu können	223
1.1 Anspruch auf selbstbestimmtes Handeln	223
1.2 Herausforderungen für die Subjekte	226
2. Herausforderungen und Konsequenzen für pädagogische Felder und Jugendmedienschutz.....	233
2.1 Schwerpunkte für die pädagogische Arbeit	234
2.1.1 Unterstützung der Heranwachsenden	234
2.1.2 Unterstützung pädagogischer Fachkräfte.....	239
2.2 Etablierung eines umfassenden Kommunikations- und Interaktionsschutzes für Heranwachsende.....	241
Literatur.....	251