

# Inhalt

## TEIL I

<b>Das Vorhaben im Überblick.....</b>	<b>11</b>
<b>1. Das Medienhandeln von Jugendlichen in Sozialen Netzwerkdiensten.....</b>	<b>13</b>
<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
<b>2. Zentrale Ergebnisse der ersten drei Teilstudien.....</b>	<b>32</b>
<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
<b>3.</b>	<b>Die aktuelle Teilstudie „Identitätsarbeit und sozialraum- bezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten“ .....</b>	<b>61</b>
	<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

<b>Ergebnisse der aktuellen Teilstudie „Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten“ .....</b>	<b>101</b>
--	------------

<b>1. Veränderte Rahmenbedingungen für das Online-Medienhandeln Jugendlicher .....</b>	<b>103</b>
<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
<b>2. Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln im Sozialen Netzwerkdienst <i>facebook</i>.....</b>	<b>141</b>
<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
<b>3. Identitätsarbeit im Social Web – Restriktionen und Erweiterungen im sozialraumbezogenen Medienhandeln .....</b>	<b>211</b>
<i>Niels Brüggem, Mareike Schemmerling, Peter Gerlicher</i>	

### TEIL III

<b>Schlussfolgerungen für Pädagogik und Jugendmedienschutz .....</b>	<b>221</b>
--	------------

*Ulrike Wagner, Niels Brüggem*

<b>1. Herausforderungen für die Subjekte, um eigenständige Wege in mediatisierten Lebenswelten gehen zu können .....</b>	<b>223</b>
1.1 Anspruch auf selbstbestimmtes Handeln .....	223
1.2 Herausforderungen für die Subjekte .....	226
<b>2. Herausforderungen und Konsequenzen für pädagogische Felder und Jugendmedienschutz.....</b>	<b>233</b>
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
<b>Literatur.....</b>	<b>251</b>