
Jahrbuch Medienpädagogik 22: Die Gesellschaft der Medienpädagogik.
Herausgegeben von Christian Swertz, Mandy Schiefner-Rohs, Sven Kommer,
Franco Rau und Franziska Bellinger

Figurationstheoretische und empirische Annäherungen an Kommunikative KI-Systeme in der medienpädagogischen Sozialisationsforschung

Katrin Kreutz¹ , Rudolf Kammerl¹  und Claudia Lampert² 

¹ Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

² Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Zusammenfassung

Kommunikative KI, z. B. in Form von algorithmenbasierten Vorschlägen oder Large Language Models (LLMs), ist inzwischen ein selbstverständlicher Teil des Medienrepertoires von Individuen. Der Beitrag erläutert auf Grundlage des Forschungsstands, inwiefern kommunikative KI bereits in der medienpädagogischen Sozialisationsforschung berücksichtigt wird und welche Bedeutung ihr von Heranwachsenden und Eltern für den Sozialisationsprozess zugeschrieben wird. Diesen Fragen wird anhand empirischer Ergebnisse des qualitativen und längsschnittlichen DFG-Projekts «Connected Kids – Sozialisation in einer sich wandelnden Medienumgebung (ConKids)» nachgegangen, in dem Interviews mit Kindern und je einem Elternteil geführt wurden. Die theoretische Rahmung bildet der Ansatz «kommunikativer Figurationen» bzw. die Weiterentwicklung von Hepp et al. (2022). Diese schlagen vor, kommunikative Figurationen, in die kommunikative KI eingebunden ist, als hybride Figurationen zu betrachten. Die empirischen Daten bieten einen exemplarischen Einblick, inwiefern sich kommunikative KI in Form von algorithmenbasierten Vorschlägen, Sprachassistenten, SmartSpeakern

sowie ChatBots und Large Language Models bereits in den Medienrepertoires von Heranwachsenden findet und in die kommunikativen Praktiken innerhalb der Familie eingebunden wird. Die Befunde werden in einem abschliessenden Fazit mit Blick auf die Weiterentwicklung der Mediensozialisationsforschung diskutiert.

Figuration-theoretical and Empirical Approaches to Communicative AI Systems in Media Pedagogical Socialization Research

Abstract

Communicative AI, e.g., in the form of algorithm-based suggestions or large language models (LLMs), is now a natural part of individuals' media repertoires. Based on the current state of research, the article explains the extent to which communicative AI is already taken into account in media socialization research and what significance is attributed to it by adolescents and parents for the socialization process. These questions are explored on the basis of empirical results from the qualitative and longitudinal DFG-project «Connected Kids – Socialization in a Changing Media Environment (ConKids)», in which interviews were conducted with children and one parent each. The theoretical framework is formed by the approach of «communicative figurations» and the further development of Hepp et al. (2022). They propose to analyze communicative figurations, in which communicative AI is integrated, as hybrid figurations. The empirical data provide exemplary insights into the extent to which communicative AI in the form of algorithm-based suggestions, voice assistants, smart speakers, chatbots and large language models is already part of the media repertoires of adolescents and is integrated into communicative practices within the family. In the conclusion, the findings are discussed with regard to the further development of media socialization research.

1. Zur Veränderung der Medienumgebung durch kommunikative KI

Wurden Medien ursprünglich als Mittler definiert, so findet sich heute im Medienrepertoire von Individuen, welches sich als Gesamtheit der regelmässig genutzten Medien einer Person beschreiben lässt (Hasebrink und Domeyer 2012), eine Vielzahl von Medien, die weit über diese Funktion

hinausgehen. Internet-Plattformen bzw. Intermediäre nehmen die Rolle digitaler Infra- und Meta-Strukturen ein und schaffen selbst neue Medienangebote (Van Dijck et al. 2018). Zu den bekanntesten zählen etwa die Vertriebsplattformen wie der *Apple App Store* oder der *Google Play Store*, Social-Media-Plattformen wie *Meta* oder Spiele-Plattformen wie *Steam*. Bei all diesen Online-Plattformen werden im grossen Stil User-Daten gesammelt und ausgewertet, um eine Personalisierung der Medienangebote und Werbung zu ermöglichen (Bernhard 2023). Es handelt sich um datenintensive Anwendungen (Mahomed et al. 2023), die eine Grundlage bieten für algorithmische Empfehlungssysteme und automatisierte Kommunikation. Beispiele sind der personalisierte Feed in Social-Media-Anwendungen, Assistenzsoftware wie *Alexa* oder *Siri* bis hin zu *ChatGPT*, dem Sprachmodell von *OpenAI*, das seit seiner Erstveröffentlichung Ende 2022 in den letzten Jahren die grösste Aufmerksamkeit erhalten hat. Hinter all diesen aktuellen Medienentwicklungen steckt *kommunikative KI*, eine besondere (Medien-) Technologie, die über die reine Vermittlung von Informationen hinausgeht, da sie selbstständig Informationen bündelt und/oder generiert. *Kommunikative KI* bezeichnet diejenigen KI-Systeme, die in digitale Plattformen eingebunden werden, um Kommunikation zu automatisieren. Der Begriff der automatisierten Kommunikation schient insofern geeignet, da es zu einer Verschränkung mit menschlichen kommunikativen Praktiken kommt, bei der die KI-Systeme auf die Kommunikation eines Menschen reagieren und selbst Kommunikationsangebote generieren. Menschen agieren den KI-Systemen gegenüber so, als ob sie es mit menschlichen Kommunikationspartner:innen zu tun hätten – indem sie etwa in natursprachlicher Weise mündlich oder schriftlich mit diesen Systemen interagieren. Einige Sozialwissenschaftler:innen sprechen von einer «Kommunikation und Partnerschaft zwischen Algorithmen und Menschen» (Esposito 2024, 55). Aus sozialkonstruktivistischer Sicht kann dabei auch von spezifischen Medienpraktiken die Rede sein, die Menschen ausüben, wenn sie solchen Systemen Intelligenz und Kommunikationsfähigkeit zuschreiben, sie als «kommunikative Akteure» (Hepp et al. 2022, 458) konstruieren oder wenn sich *hybride Figurationen*, herausbilden d. h. spezifische Beziehungen zwischen Menschen und Maschinen (z. B. zu Bots oder über *SmartSpeaker*) (ebd., 460).

Dabei soll die Frage offen gelassen werden, inwiefern diese Zuschreibungen auf faktisch gegebene Qualitäten bezogen sind oder nur subjektiv wahrgenommen werden. Auf jeden Fall sprechen die Entwicklungen dafür,

kommunikative KI-Systeme in der Masse, in dem sie von deren User:innen als kommunikativ relevante Akteure wahrgenommen werden, im Sozialisationskontext zu betrachten und verstärkt in der Sozialisationsforschung zu berücksichtigen (Lampert i. E.). Hepp et al. (2022) folgend lässt sich *kommunikative KI* aus sozialwissenschaftlicher Perspektive anhand von drei der oben erwähnten Kriterien charakterisieren: über den Zweck der Automatisierung von Kommunikation, die Einbettung in digitale Infrastrukturen und die Konstitution in einer Verschränkung mit menschlichen Praktiken (ebd., 458).

Vor diesem Hintergrund wirft der vorliegende Beitrag einen Blick auf die Rolle, die *kommunikative KI* im Medienrepertoire von Kindern und Jugendlichen einnimmt, und untersucht, welche Bedeutung ihr von Heranwachsenden und Eltern für den Sozialisationsprozess zugeschrieben wird. Inwiefern werden *kommunikative KI*-Systeme als kommunikativ relevante Akteure wahrgenommen? Oder überwiegen andere Sichtweisen? Grundlage bilden die qualitativen Daten aus dem DFG-Projekt «Connected Kids – Sozialisation in einer sich wandelnden Medienumgebung (kurz: ConKids)»,¹ in dem 32 Familien bzw. Eltern-Kind-Dyaden in Nürnberg und Hamburg zu vier Zeitpunkten befragt wurden (Kapitel 4). Die Daten werden im Folgenden daraufhin betrachtet, inwieweit *kommunikative KI* bereits Teil des kindlichen Alltags ist und inwieweit sich Beispiele für *hybride Figurationen* finden lassen (Kapitel 5). Die abschliessende Überlegung dient als Anregung für die weitere Diskussion und die Weiterentwicklung medienpädagogischer Forschung (Kapitel 6).

2. Kommunikative KI und deren Rolle für Kinder und Jugendliche

In der öffentlichen Diskussion werden die Chancen und Risiken *kommunikativer KI* sehr unterschiedlich eingeschätzt. So wird beispielsweise einerseits postuliert, dass die gesteigerten Möglichkeiten, mit KI-Systemen Falschinformationen zu verbreiten, breite Bevölkerungsgruppen desorientieren könnten und letztlich das Vertrauen in die öffentliche Kommunikation und die Demokratie untergraben (Ukrow 2024). Andererseits wird das Potenzial

1 Das Projekt wurde durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft gefördert (KA 1611 1 – 2/LA 2728 1 – 2), hatte eine Laufzeit von sieben Jahren (2018 – 2025) und wurde von Prof. Dr. Kammerl und Dr. Lampert geleitet.

von Chatbots als «geduldige ‹Sparringpartner› beim Lernen» (Knaus 2023) hervorgehoben.

Im Medienrepertoire von Kindern und Jugendlichen sind *kommunikative* KI-Systeme schon in vielfacher Hinsicht angekommen. Zum einen werden von den grossen Internet-Konzernen KI-Funktionen in beliebte Anwendungen integriert. So sind einerseits Algorithmen und (damit) KI schon länger zentraler Bestandteil von Social-Media-Plattformen (Wendt et al. 2024). Mit der Einführung von KI-Bots, wie z. B. *Meta AI*, wurden Sprachmodelle auf diesen Plattformen integriert und zugänglich gemacht. Bereits 2023 wurde *ChatGPT* von mehr als der Hälfte der Jugendlichen genutzt (Bitkom 2023). Neben *ChatGPT* wurden *Google Lens*, *Apple Siri* und *Snapchat My AI* als die am häufigsten verwendeten KI-Anwendungen genannt (Vodafone Stiftung Deutschland 2024). Darüber hinaus finden im Medienrepertoire von Jugendlichen Sprachassistenten Verwendung (z. B. zum Musikhören) (Wendt et al. 2024; mpfs 2024). In rund 40 Prozent der Familien sind Smart-Speaker verbreitet (mpfs 2024). Bei der Interpretation dieser Zahlen ist die hohe Dynamik zu berücksichtigen, mit der sich in den letzten Monaten KI-Anwendungen und deren Nutzung entwickelt haben. Die aktuelle Nutzung dürfte mittlerweile nochmals deutlich höher liegen, da z. B. weitere Internetkonzerne wie *Meta* und *Google* kostenlose KI-Chatbots in ihre Plattformen integriert haben und auch an einzelnen Schulen LLMs zum Einsatz kommen.

Aus Befragungen von Heranwachsenden und deren Eltern gehen ambivalente Einschätzungen zu den KI-Systemen hervor. Jugendliche nennen einerseits den praktischen Nutzen (z. B. den Komfort bei der einfachen Bedienung durch Sprachsteuerung oder den Mehrwert der Personalisierung). Sie sind aber auch skeptisch bezüglich der weiteren Entwicklung von KI-Systemen (Wendt et al. 2024; Kammerl et al. 2023). Personalisierten Empfehlungen stehen sie ambivalent gegenüber: Einerseits schätzen sie diese, andererseits berichten sie davon, dass sie dadurch länger auf den Plattformen verweilen würden als sie eigentlich wollten (Schober et al. 2022). Unter den Eltern findet sich ebenfalls eine ambivalente Haltung zur Nutzung *kommunikativer* KI durch ihre Kinder (z. B. abhängig von eigenen Erfahrungen) (Prinz, André, und Probst 2024). Neben der Begrenzung der Nutzungszeiten ihrer Kinder müssen sie sich verstärkt mit Fragen des Datenschutzes oder personalisierter Werbung befassen. Dabei sind Vorwissen und Erwartungen der Eltern relevant (Schober et al. 2022).

3. **Hybride Figurationen als theoretische und methodologische Grundlage**

Die theoretische Rahmung für die folgenden empirischen Analysen bildet das Konzept *kommunikativer Figurationen*, welches den Figurationsansatz von Norbert Elias (2014) für die kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung in einer tiefgreifend mediatisierten Gesellschaft fruchtbar macht (Hepp und «Communicative Figurations» research network 2017). Der Figurationsansatz löst die analytische Dualität zwischen Gesellschaft und Individuum auf und ermöglicht es, Gruppen sozialer Akteur:innen unterschiedlicher Form und Grösse zu analysieren (Elias 2014). Menschen sind demnach nicht als Singularitäten zu betrachten, sondern als eingebunden in ein soziales Abhängigkeits- bzw. Interdependenzgeflecht, welches sich durch dynamische Machtbalancen und Valenzen zu anderen Individuen und dessen Prozesshaftigkeit auszeichnet. Es handelt sich also um ein Netz von Interdependenzen, innerhalb dessen Akteur:innen miteinander interagieren und ihre Beziehungen gestalten. Aufgrund der Medienumgebung einer tiefgreifend mediatisierten Gesellschaft finden Aushandlungsprozesse dynamischer Machtbalancen und Valenzen auch in und über Medien statt. Neben der Beschreibung als Interdependenzgeflecht liefert der Ansatz der *kommunikativen Figurationen* spezifische Analysemerkmale: die Zusammensetzung ihrer Individuen (Akteurskonstellation), die über gemeinsame handlungsleitende Themen (Relevanzrahmen) verbunden sind, welche anhand kommunikativer Praktiken ausgehandelt werden (Hasebrink und Hepp 2017). Diese finden auch medial geprägt über das geteilte Medienensemble einer Figuration sowie über die individuellen Medienrepertoires der einzelnen Akteur:innen statt (Hasebrink und Domeyer 2012). Die Berücksichtigung dynamischer Machtbalancen und Valenzen zwischen den Familienmitgliedern ist für die Untersuchung medienbezogener Sozialisationsprozesse von besonderer Bedeutung (Kammerl et al. 2021).

Hepp und Kolleg:innen (2022) arbeiteten auf Grundlage der Tatsache, dass *kommunikative KI* inzwischen in *kommunikative Figurationen* eingebunden ist, den Vorschlag aus, diese sozialen Gebilde als *hybride Figurationen* zu betrachten bzw. zu analysieren. Das Ziel ist dabei nicht, die Unterscheidung von Mensch und Maschine aufzulösen, sondern die besondere Form der individualisierten Kommunikation zwischen Individuen und *kommunikativer KI* sowie deren Einbindung in soziale Kontexte beschreiben zu können.

«Der Blick auf hybride Mensch-Maschine-Figurationen auf unterschiedlichen Skalierungsebenen des Sozialen – Individuum, Gruppe, Gemeinschaft, Organisation, Gesellschaft –, gestattet es ausserdem, bisher noch stark nebeneinanderstehende Zugangsweisen besser miteinander zu verbinden» (Hepp et al. 2022, 459).

Wenn *kommunikative KI-Systeme* demnach in *kommunikative Figurationen* eingebunden sind, komme es zu einer besonderen Form der Agency von Maschinen (Hepp et al. 2022). Im Folgenden sollen anhand des Ansatzes der *hybriden Figurationen* empirische Daten zur Sozialisation von Kindern und Jugendlichen sowie der Einbindung von *kommunikativer KI* in deren Medienrepertoire analysiert werden.

4. Methodologische und methodische Anlage

Um der Frage empirisch nachzugehen, in welchem Ausmass KI-Anwendungen bereits Teil des kindlichen bzw. jugendlichen Medienrepertoires sind und wie sich *hybride Figurationen* auf dieser Grundlage gestalten, werden qualitative Daten aus der DFG-Längsschnittstudie «Connected Kids» (im Folgenden: ConKids-Studie) genutzt. Anhand des Ansatzes der *kommunikativen Figurationen* (Hasebrink und Hepp 2017) fokussiert das Projekt medienbezogene Sozialisationsprozesse von Kindern und Jugendlichen sowie damit verbundene Aushandlungsprozesse in den sozialen Domänen Familie, Peers und Schule. Durchgeführt wurden qualitative leitfadengestützte Interviews mit 32 Familien aus dem Grossraum Hamburg und Nürnberg, die mit Jugendlichen und je einem Elternteil in den Jahren 2018, 2019, 2022 und 2023 stattfanden (Abbildung 1). An der vierten Erhebung nahmen insgesamt noch 26 Familien teil. Das Sample teilt sich in zwei Kohorten: Die jüngeren Kinder waren in der ersten Erhebung etwa sechs Jahre, die älteren zehn Jahre alt. Damit hatten beide Kohorten zum ersten Erhebungszeitpunkt gerade einen Institutionswechsel vollzogen: die jüngere Kohorte die Einschulung und die ältere Kohorte den Wechsel von der Grund- und die weiterführende Schule. Zum Zeitpunkt der letzten Erhebung befand sich die jüngere Kohorte mit ca. elf Jahren in der späten Kindheit und hatte gerade den Schulübertritt auf die weiterführende Schule hinter sich. Die Kinder der älteren Kohorte waren etwa 15 Jahre alt und entsprechend in der mittleren Adoleszenz.

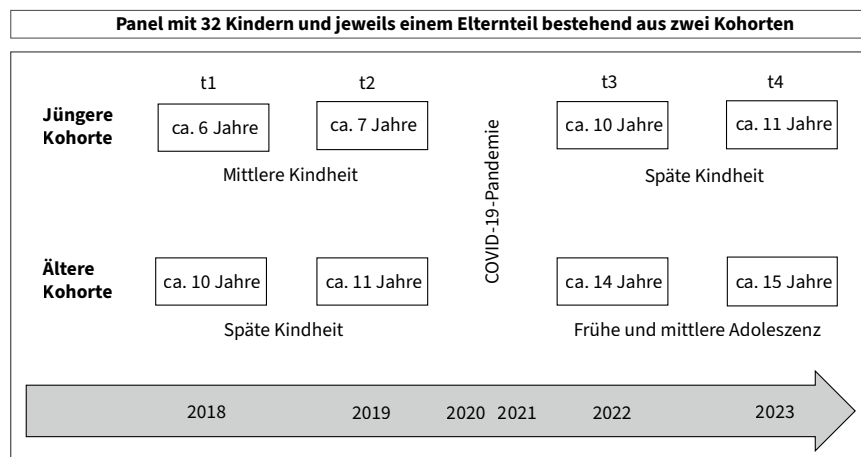


Abb. 1: Sampling und Erhebungsübersicht.

Die Interviewdaten wurden transkribiert, anonymisiert und gemeinsam mit den erhobenen Medien-Akteurs-Relationen und strukturierten Medientagebüchern anhand der qualitativen Inhaltsanalyse (Kuckartz und Rädiker 2023) ausgewertet.² Die Studie nahm das gesamte Medienrepertoire der Heranwachsenden in den Blick und schloss damit auch kommunikative KI-Anwendungen mit ein. In die Analyse der hier aufgeworfenen Forschungsfragen wurden alle Daten einbezogen, die entweder aus Sicht der Kinder oder ihrer Eltern den Themenbereich kommunikativer KI aufgreifen. Dafür wurden neben den vorab angelegten Codes, die u. a. *Sprachassistenten*, *SmartSpeaker* und *ChatGPT* umfassen, anhand einer explorativen Datenanalyse zusätzliche Textpassagen identifiziert, in denen kommunikative KI adressiert wird. Auf diese Weise konnten induktiv weitere Themen herausgearbeitet werden.

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse auf Basis des methodologischen Hintergrunds der *kommunikativen Figurationen* wurden zusammenfassend ausgewertet und die Rolle kommunikativer KI im Kontext *hybrider Figurationen* wurde reflektiert. Daran wird nicht nur die Interaktion der Kinder und Jugendlichen mit diesen medialen kommunikativen Metastrukturen deutlich, sondern auch die Verwobenheit mit anderen sozialen Akteur:innen in den *kommunikativen Figurationen* Familie, Peers und Schule.

2 Einen vertieften methodischen Einblick in die fallbezogene und fallübergreifende Auswertung sowie das verwendete Kategoriensystem bieten Potzel und Draheim (2025).

5. Kommunikative KI als Teil medienbezogener Sozialisationsprozesse

Die in den Interviews der ConKids-Studie genannten Aspekte zu kommunikativer KI lassen sich grob in vier Themenbereiche einteilen: Einerseits benennen die Kinder bzw. Jugendlichen und Eltern *automatisiertes Feedback und Vorschläge in Medienanwendungen* (1). Andererseits wird die Rolle von *Sprachassistenten* (2) und *SmartSpeakern* (3) für die kindlichen Medienrepertoires aufgegriffen. Zudem wird die Interaktion der Heranwachsenden mit *Chatbots* thematisiert. Mit der Veröffentlichung von ChatGPT im November 2022 – also zwischen der dritten und vierten Erhebungswelle des Projekts – wurde das Angebot an *Chatbots* und *Large Language Models (LLMs)* (4) um eine sehr niedrigschwellige und zugleich leistungsstarke KI-Anwendung erweitert, die von mehreren Kindern in das eigene Medienrepertoire integriert wurde. Die Ergebnisse beider Kohorten werden im Folgenden kombiniert dargestellt und anhand von Zitaten illustriert. Beziehen sich Aussagen auf eine bestimmte Altersgruppe, wird dies im Text kenntlich gemacht.

5.1 Algorithmen-basierte Vorschläge und Feedback

Einige Kinder und Jugendliche thematisieren in den Interviews Algorithmen-basierte Vorschläge für weitere Inhalte oder neue Accounts, denen sie folgen könnten. Diese Empfehlungen nehmen sie insbesondere bei der Nutzung sozialer Medien (z. B. *TikTok* und *Instagram*) wahr. Ein Mädchen berichtet zudem über das automatisierte Feedback in einer Lern-App für Englischvokabeln, in der ihre Übersetzungen durch die Anwendung bewertet und korrigiert werden. Dabei haben die Kinder und Jugendlichen beider Kohorten nur teilweise das Gefühl, dass diese Automatisierung «gut» funktioniert und ihnen immer passende oder für sie interessante Inhalte vorschlägt. So berichtet die 15-jährige Sarah beispielsweise zum vierten Erhebungszeitpunkt:

«Manchmal ist mir langweilig auf Tiktok. Dann gehe ich raus und versuche, was Produktives zu machen. Dann denke ich mir: <Ach, vielleicht hat sich mein Algorithmus jetzt wieder erholt.> und gucke es mir doch wieder ein, und dann geht es wieder nicht. Manche Tage sind einfach schlechte TikTok-Tage.» (Sarah_t₄_15 Jahre)

Was sie hier als «schlechte TikTok-Tage» beschreibt, nehmen auch andere Jugendliche wahr. Zudem verwendet Sarah hier die Metapher des «Erholens», was impliziert, dass es sich beim Algorithmus um ein Lebewesen handeln könnte. Ein Vater sieht zudem die Gefahr, dass sein Sohn durch die Algorithmen-basierten Vorschläge in ein «Loophole» geraten könnte, in dem ihm fragwürdige Inhalte angezeigt werden:

«Ähm, (.) und (..) das finde ich ganz schwer nachzuvollziehen, unter welchen Kriterien da was angezeigt wird. [...] Und da, wenn du dann einmal auf was Komisches gehst, was so halb komisch ist, und dann bekommst du nochmal so ein halb komisches und dann denkt das System vielleicht okay, halb komische Sachen sind okay und geht dann den Schritt weiter.» (Vater von Oskar_t₄-11 Jahre)

Entgegen dieser Befürchtung versuchen einige Jugendliche der älteren Kohorte auch, einen als weniger passend empfundenen Algorithmus in einer Social-Media-Anwendung aktiv nach den eigenen Wünschen zu formen. Sie versuchen einerseits, manche Inhalte, die sie mögen, aktiv zu liken oder mit diesen anderweitig zu interagieren (z. B. Kommentieren oder Teilen), und andererseits unerwünschte Inhalte zu «disliken» oder die Funktion «nicht interessiert» bei *Instagram* oder *TikTok* zu nutzen. Auch zum Ablehnen unerwünschter Profil-Vorschläge verwenden die Jugendlichen teilweise diese Funktion:

«Hm (nachdenklich), also wenn es mich wirklich gar nicht interessiert, drücke ich halt auf: Nicht mehr anzeigen, das Profil. Oder eben: Kanal nicht mehr vorschlagen. Das funktioniert auch ziemlich gut. Also dann bekomme ich auch anderen Content in diesem Genre nicht mehr angezeigt, oder in der Thematik. Ansonsten möglichst nicht drauf reagieren. Weil selbst eine Reaktion ist eine Reaktion.» (Tobias_t₄-15 Jahre)

Einige Jugendliche haben demnach erste Vorstellungen darüber entwickelt, wie Algorithmen-basierte Vorschläge funktionieren und wie sie diese in ihrem Sinne beeinflussen können. Auch das Vorgehen, gezielt nicht mit Inhalten zu interagieren, wird von ihnen als mögliche Strategie wahrgenommen.

Insgesamt wird deutlich, dass die befragten Kinder und Jugendlichen durchaus einen Einfluss *kommunikativer KI* in Form von automatisierten

Vorschlägen auf ihre konsumierten Medieninhalte wahrnehmen. Indem sie versuchen, diese gezielt zu beeinflussen (z. B. indem sie nicht darauf reagieren bzw. Feedback-Funktionen nutzen), binden sie diese aktiv in ihre eigenen Medienpraktiken ein. Allerdings zeigen sich derartige Versuche der gezielten Einflussnahme bzw. Gestaltung des eigenen Algorithmus noch eher selten unter den Jugendlichen.

5.2 Sprachassistenten auf digitalen Endgeräten

Die Nutzung von Sprachassistenten auf digitalen Endgeräten ist insbesondere bei der jüngeren Kohorte beliebt. Je nach Betriebssystem der Smartphones und Tablets verwenden die Kinder den Google Assistant (Android) oder Siri (iOS). Häufig stellen sie den Sprachassistenten Fragen und suchen darauf aufbauend gezielt nach bestimmten Online-Inhalten, vor allem nach Videos und Bildern. Für die Kinder stellt dies nicht nur eine effektive Nutzungsform dar, sondern auch eine Möglichkeit, noch nicht vorhandene schriftsprachliche oder medienbezogene Kompetenzen auszugleichen. So führen beispielsweise die sechsjährige Isabell und ihr Vater gemeinsame Recherchen über den Sprachassistenten des Familien-Tablets durch:

«Vater: Frag mal Siri, stelle Siri mal eine Frage.

Isabell: Wie werden Pommes Frites gemacht?

Siri: Das ist das Resultat meiner Websuche zu <Wie werden Pommes Frites gemacht>.

Vater: Hey, super. Kannst gleich das erste anmachen.» (Isabell und ihr Vater_t_6 Jahre)

Dieses Beispiel verdeutlicht ebenfalls, wie gemeinsame Medienpraktiken mit *kommunikativer KI* Teil familialer Aushandlungsprozesse zur Herstellung von Nähe werden können. Allerdings lehnen manche Eltern – und damit einhergehend auch die Kinder und Jugendlichen – die Nutzung von Sprachassistenten explizit ab, da sie befürchten, dass diese ein Eigenleben hätten und «mithören» würden oder teilweise auch, dass die dahinterstehenden Unternehmen dies täten. Aus diesem Grund sieht z. B. der zehnjährige Henry von der Nutzung eines Sprachassistenten ab:

«Äh, ich hatte mal Siri, also da habe ich immer gefragt. Aber jetzt nicht mehr, weil meine Schwester sagte, Siri könnte dich nachts beobachten und sie hat mir Angst gemacht.» (Henry_t_10 Jahre)

Dabei sind neben den Kindern auch einige Eltern verunsichert, da sie nicht genau einschätzen können, inwiefern und in welchen Situationen diese Geräte oder Apps (unerlaubt) Daten aufzeichnen. Das mangelnde Wissen über die Funktionalität kann auch zu vagen Vorstellungen über *kommunikative KI* führen und irrationales Misstrauen begünstigen. So stellt sich beispielsweise Johanns Mutter die Frage, ob ein «Mithören» auch möglich sei, wenn Geräte nur eingeschaltet, aber nicht aktiv genutzt werden würden:

«Also er [unbestimmte Person] hat gesagt, wenn das Handy an ist, nicht ausgeschaltet, dann werden die Gespräche auch aufgezeichnet. [...] Also hört das Handy auch mit, was wir sprechen, weil es ist jetzt an. Ist es wirklich so? Ich weiss es nicht. Keine Ahnung.» (Mutter von Johann_t₂_11 Jahre)

Am Beispiel der Sprachassistenten zeigen sich demnach sehr unterschiedliche kommunikative Praktiken beim Umgang mit *kommunikativer KI*: Während einige Kinder und Familien die Funktionen aktiv in ihre Medienpraktiken einbinden und diese damit auch Teil des kindlichen Medienrepertoires werden, zeigen sich andere diesen Funktionen gegenüber skeptisch und lassen sie vorsorglich abgeschaltet. Anhand der Aussagen wird zudem deutlich, dass die Sprachassistenten als mediale Akteure wahrgenommen werden, da sie Fragen beantworten oder (aktiv) zuhören.

5.3 SmartSpeaker im familialen Medienensemble

Im Verlauf der Längsschnittstudie zeigt sich, dass SmartSpeaker vermehrt in das familiäre Medienensemble integriert wurden. Teilweise haben die Kinder und Jugendlichen auch eigene Geräte, die dann in ihren Zimmern zu finden sind. Besonders verbreitet sind bei den ConKids-Familien Amazon Echo- und Google Home-Geräte. Neben ähnlichen Funktionen wie den Suchanfragen an Sprachassistenten auf den digitalen Endgeräten werden SmartSpeaker vor allem für das Anhören von Audioinhalten – also Musik, Hörspiele und -bücher sowie Podcasts – genutzt. Seltener lassen sich die Heranwachsenden auch Geschichten oder Witze erzählen, spielen Spiele oder nutzen die Geräte bzw. Apps für praktische Zwecke (z. B. als Timer, zum Steuern anderer SmartHome-Geräte oder um geteilte Einkaufslisten für die Familie zu bearbeiten). Welche zentrale Rolle SmartSpeakern im

Familienalltag zukommen kann, veranschaulicht ein Vater am Beispiel der Anschaffung eines *Amazon Echo*-Geräts für seine Tochter:

«Also ich denke wirklich, der grosse Step ist Alexa, weil man halt darüber auch viel, viel hören kann und das ja quasi in das Tagesgeschehen mit inte// integriert wird, mit Einkaufslisten befüllen und// und ähm Hörspiele hören, Musik hören und so weiter. Also das ist eigentlich dann der// der grösste// die grösste Änderung. [...] Die Alexa würde ich, äh, komplett zentral [einschätzen].» (Vater von Isabell_t₃_10 Jahre)

Während die Eltern die Geräte vielfältig nutzen, schöpfen die Kinder und Jugendlichen deren Funktionen nur eingeschränkt aus. Zudem stossen insbesondere die jüngeren Kinder häufig auf Bedienungsschwierigkeiten. So beschreibt beispielsweise eine Mutter, dass ihr achtjähriger Sohn noch wenig Verständnis für die Grenzen der Programmierung des *SmartSpeakers* habe:

«Das Problem, das die Kinder noch teilweise haben, was die Sprachsteuerung angeht, ist, dass sie nicht verstehen, dass ein System nur so schlau sein kann wie die Programmierung und, wenn sie dann den/ das Lied/ den englischen Namen nicht richtig aussprechen können, dann ist natürlich zuerst mal der Frust da, wenn (lacht)lachend) es halt was anderes abspielt als das, was sie hören [...].» (Emils Mutter_t₂_8 Jahre)

Auch wenn *SmartSpeaker* als zusätzliche Geräte in das Medienensemble von Familien integriert werden, werden die Möglichkeiten *kommunikativer KI* hier von den Kindern und Jugendlichen (noch) sehr begrenzt genutzt. Teilweise liegt dies auch an dem noch sehr rudimentären Verständnis der Kinder über die Funktionsweise der Geräte bzw. der Programmierung, die auch zu Frustration bei der Nutzung der *SmartSpeaker* führt. Sowohl die Grenzen als auch die Möglichkeiten dieser Art der *kommunikativen KI* werden damit Teil des familialen Relevanzrahmens und der Akteurskonstellation.

5.4 Chatbots und Large Language Models

Chatbots und Large Language Models (LLMs) sind bei der jüngeren Kohorte noch kaum bekannt und finden deshalb in den Interviews auch wenig Erwähnung. Die einzige Ausnahme bildet hier die Funktion *My AI*, welche auf dem deutschen Markt 2023 zu *Snapchat* hinzugefügt wurde. Wie die Funktion in *Snapchat* eingeführt bzw. von den Nutzer:innen wahrgenommen wurde, zeigt das Beispiel des elfjährigen Henry:

«Nein. Also bei *Snapchat* gibt es generell auch so eine künstliche / künstliche Intelligenz. Das ist genauso, wie, glaube ich, dieser Chatbot. Und da werden halt alles, was du ihn/ Also der kann dir helfen. Der / der ist sozusagen dein Freund. Der hört dir bei alles / allem zu. Äh, wurde gesagt, aber der wird deine Daten alles speichern, was du ihm schreibst. [...] Also man kann auch die Daten löschen. Also dann kann man von neu anfangen, glaube ich. Ich habe meine ganzen Daten gelöscht, keine Ahnung, weil ich/ Und dann schreibe ich nicht mehr mit ihm, nee. [...] Also er sagt/ Also es wurde gesagt, dass er nur da ist, um, ähm, zum Beispiel Leute, die Depressionen oder sowas haben, zu helfen und halt, dass die einen Freund für ihn sein sollen. [...] Das / das kommt bei jedem. Also wenn du das Update machst, danach, äh, steht er bei dir ganz oben.» (Henry_t₄_11 Jahre)

Während diese Funktion von *Snapchat* bei den Kindern der jüngeren Kohorte nur in einzelnen Fällen bekannt ist, ist das Wissen darüber bei Jugendlichen der älteren Kohorte zum Zeitpunkt der vierten Erhebung weiter verbreitet. In dieser Altersgruppe werden Large Language Models teilweise auch in der Familie, unter den Peers oder in der Schule thematisiert. Die Heranwachsenden sprechen darüber, wie ihre Freund:innen *ChatGPT* nutzen, oder testen selbst erste Funktionen von *ChatGPT*, beispielsweise für schulische Aufgaben aus:

«Und ich habe es einmal für, was war es, Englisch, aber da einfach nur, um ein paar Ideen zu bekommen, über das Thema. Und in Deutsch wollte ich es mal machen, dann ging es aber so gut und so schnell, die Schulaufgabe, dass sie schon wieder rum war und dass ich es gar nicht gebraucht habe. Aber ja, also man kann es schon relativ breit nutzen. Gerade Mathe und so was. Aber da muss man eigentlich immer noch mal nachrechnen oder generell eigentlich noch mal nachprüfen, gerade in Schulaufgaben und so was.» (Tobias_t₄_15 Jahre)

Andere Jugendliche berichten vom Einsatz für Hausaufgaben im Fremdsprachenunterricht oder für die Unterstützung bei Recherchen. Ebenso wie beim Einsatz von Sprachassistenten und SmartSpeakern herrscht eine gewisse Unsicherheit vor. Die Funktionen der Chatbots und der Large Language Models bleiben durch die Heranwachsenden nicht gänzlich unhinterfragt: Wie bereits aus den Aussagen von Tobias und Henry hervorgeht, betrachten die Heranwachsenden die Antworten ebenso wie die Speicherung von Daten durch die Anbietenden durchaus kritisch. Die 15-jährige Olivia nutzt ChatGPT beispielsweise nicht, da sie festgestellt hat, dass die Informationen nicht immer korrekt sind. Entsprechend vertraut sie nicht mehr in die Richtigkeit der KI-generierten Antworten:

«Aber ich benutze es jetzt eigentlich nicht, weil ich halt auch gemerkt habe, dass es nicht so vertraulich ist. Also, manche Sachen kann man den fragen, aber / Zum Beispiel wollte ich es für meine Buchpräsentation benutzen. Aber weil mein Buch erst 2022 rausgekommen ist, konnte der darüber nichts sagen. Aber der sagt dann halt nicht, ich weiss nichts darüber, sondern ich habe dann zum Beispiel / ähm, um den zu testen, habe ich gefragt, was die Hauptcharaktere sind. Und der hat dann ganz andere Namen da einfach hingeschrieben, die gar nicht im Buch waren. Und deshalb / also ich vertraue dem jetzt nicht.» (Olivia_t₄-15 Jahre)

Von den Eltern und – laut Aussage der Jugendlichen – teilweise auch den Schulen wird die Nutzung von KI insgesamt eher kritisch gesehen. Einzelne Jugendliche berichten auch, dass Lehrkräfte eine Auseinandersetzung mit ChatGPT eher meiden.

Insgesamt scheinen Chatbots und Large Language Models noch kaum in das Medienrepertoire der Heranwachsenden integriert zu sein. Vielmehr tasten sich die Heranwachsenden – und hier eher die älteren Jugendlichen – allmählich und sehr individuell an die potenziellen Nutzungs- und Verwendungsmöglichkeiten heran. Über Gespräche in der Familie, unter den Peers und in der Schule werden diese *kommunikativen KI-Anwendungen* jedoch sukzessive Teil des Relevanzrahmens der entsprechenden *kommunikativen Figuration*.

6. Fazit

Die Auswertung der Interviews im Rahmen der ConKids-Studie zeigt, dass *kommunikative KI* bereits in verschiedenen Formen Einzug in den medialen Alltag von Kindern und Jugendlichen gehalten hat. Die Aussagen der befragten Kinder, Jugendlichen und Eltern lassen sich vier zentralen Themenbereichen zuordnen: (1) der Nutzung *algorithmischer Empfehlungen und automatisierter Rückmeldungen* in sozialen Medien und bei Streamingdiensten, (2) der Nutzung von *Sprachassistenten* (z. B. Siri, Google Assistant), (3) dem Einsatz von *SmartSpeakern* im familiären Kontext sowie (4) der Interaktion mit *dialogorientierten KI-Systemen* wie ChatGPT, die in der vierten Erhebungswelle in 2023 erstmals Erwähnung fanden. Die Beispiele zeigen sehr deutlich, dass die KI-Anwendungen je nach Alter und Haltung der Eltern sehr unterschiedlich in die Medienrepertoires der Kinder und Jugendlichen aufgenommen wurden. Aus sozialisationstheoretischer Perspektive zeichnet sich ab, dass KI-Systeme zunehmend bedeutsam für Sozialisationsprozesse werden, indem sie mediale Praktiken, (informelle) Bildungs- und Entwicklungsprozesse sowie die Weltaneignung von Heranwachsenden beeinflussen.

Figurationstheoretisch betrachtet ergeben sich neue Konstellationen im Verhältnis zwischen Kindern, Jugendlichen, Eltern und digitalen Technologien, in denen algorithmische Systeme nicht als Medien, sondern teilweise als Kommunikationspartner fungieren. Einerseits wird in verschiedenen Interviewpassagen deutlich, dass *kommunikativer KI* von den Nutzenden teilweise Agency zugeschrieben wird und partiell eine Anthropomorphisierung stattfindet. Andererseits werden aber auch generationenübergreifende Unklarheiten über das Ausmass der Fähigkeiten und die Eigenständigkeit *kommunikativer KI* sichtbar, die sich z. B. in den Sorgen und Datenschutzbedenken von Kindern, Jugendlichen und Eltern widerspiegeln oder sich aus qualitativ unzufriedenstellenden Interaktionserfahrungen (z. B. fehlende oder gestörte Funktionalität, Halluzinationen) speisen. Diese führen eher zu Abgrenzung und Distanzierung gegenüber KI und stehen einer Symbiose bzw. einer Verbindung hin zu *hybriden Figurationen* in Teilen entgegen. Würde man von *hybriden Figurationen* sprechen wollen, müssten sowohl qualitative als auch quantitative Weiterentwicklungen zu verzeichnen sein, etwa indem in der familialen Interaktion von den Kommunikationspartner:innen immer weniger unterschieden wird, ob eine Mitteilung von einem Familienmitglied, von einem KI-System erfolgt oder ob es sich

um eine Mitteilung handelt, die von einem Menschen mithilfe von KI-Systemen erstellt wurde (und umgekehrt). Zum Erhebungszeitraum scheinen *kommunikative KI-Systeme* eher als klar abgrenzbare Black Boxes wahrgenommen zu werden. Mit der zunehmenden Integration von KI-Systemen in zentrale Internetdienste wie Suchmaschinen, Social-Media-Plattformen, Messenger und Office-Anwendungen könnte sich die Wahrnehmung verschieben. Für die Sozialisationsforschung erwächst hieraus die Notwendigkeit, die Interdependenzen zwischen *kommunikativen Figurationen* und KI-gestützten Systemen künftig systematischer zu erfassen. Hierzu bedarf es neuer interdisziplinärer Ansätze, Zugänge und Methoden, die geeignet sind, sowohl die Kommunikation als auch die dahinterliegenden (Sprach-) Modelle zu erfassen und besser zu verstehen.

In diesem Zusammenhang gilt es zu berücksichtigen, dass die Erfahrungen und Vorstellungen über KI massgeblich durch die Produkte der großen Internetkonzerne geprägt werden. Damit ist (bislang) nur ein Teil von KI-Anwendungen in der Lebenswelt angekommen, nämlich in erster Linie algorithmenbasierte Empfehlungssysteme und Sprachmodelle (LLMs). Dies hat wiederum zur Folge, dass Heranwachsende «Künstliche Intelligenz» (fälschlicherweise) mit diesen *kommunikativen KI-Produkten* gleichsetzen, während andere Anwendungsbereiche maschinellen Lernens, die etwa in Wirtschaft und Forschung zunehmend Verbreitung finden, ausserhalb ihrer Erfahrungswelt bleiben. Gesellschaftlich organisierte Bildungsprozesse müssen einerseits bestehende Fehlvorstellungen, z. B. anthropomorphisierende Deutungsmuster, reflektieren und bearbeiten. Andererseits gilt es, die Interaktionserfahrungen mit *kommunikativer KI* in ein zu erweiterndes Verständnis über KI-Systeme einzuordnen. Darüber hinaus sind aus medienpädagogischer Sicht die Rahmenbedingungen und Geschäftsmodelle der bei Kindern und Jugendlichen beliebten Internetkonzerne in den Blick zu nehmen, bei denen die Anwender:innen mit ihren Daten erst *kommunikative KI* ermöglichen.

Literatur

- Bernhard, Thomas. 2023. «Medienintermediäre». In *Medienintermediäre und Auffindbarkeitsdiskriminierungen. Juridicum – Schriften zum Medien-, Informations- und Datenrecht*. Wiesbaden: Springer.
- Bitkom. 2023. «Hälfte der Schülerinnen und Schüler hat schon mal ChatGPT genutzt». Berlin: Bitkom e. V. <https://www.bitkom.org/print/pdf/node/18818>.
- Elias, Norbert. 2014. *Was ist Soziologie?* 12. Aufl. Grundfragen der Soziologie. Weinheim: Beltz Juventa.
- Esposito, Elena. 2024. *Kommunikation mit unverständlichen Maschinen. Unruhe bewahren*. Wien, Salzburg: Residenz Verlag.
- Hasebrink, Uwe, und Hanna Domeyer. 2012. «Media Repertoires as Patterns of Behaviour and as Meaningful Practices: A Multimethod Approach to Media Use in Converging Media Environments». *Participations. Journal of Audience and Reception Studies* 9 (2): 757–79.
- Hasebrink, Uwe, und Andreas Hepp. 2017. «Kommunikative Figurationen». In *Qualitative Medienforschung: ein Handbuch*, herausgegeben von Lothar Mikos und Claudia Wegener, 2. überarb. u. erw. Aufl, 65:164–74. Konstanz: UVK.
- Hepp, Andreas, und «Communicative Figurations» research network. 2017. «Transforming Communications. Media-Related Changes in Times of Deep Mediatization. Communicative Figurations Working Paper». «Communicative Figurations» research network. Bremen: ZeMKI, Centre for Media, Communication and Information Research. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65584-0_2.
- Hepp, Andreas, Wiebke Loosen, Stephan Dreyer, Juliane Jarke, Sigrid Kannengießer, Christian Katzenbach, Rainer Malaka, Michaela Pfadenhauer, Cornelius Puschmann, und Wolfgang Schulz. 2022. «Von der Mensch-Maschine-Interaktion zur kommunikativen KI: Automatisierung von Kommunikation als Gegenstand der Kommunikations- und Medienforschung». *Publizistik* 67 (4): 449–74. <https://doi.org/10.1007/s11616-022-00758-4>.
- Kammerl, Rudolf, Michaela Kramer, Jane Müller, Katrin Potzel, Moritz Tischer, und Lutz Wartberg. 2023. *Dark patterns und digital nudging in social media – wie erschweren Plattformen ein selbstbestimmtes Medienhandeln? Expertise für die Bayerische Landeszentrale für neue Medien [Dark patterns and digital nudging in social media – how do platforms make self-determined media action more difficult? Expertise for the Bavarian Regulatory Authority for New Media]*. BLM-Schriftenreihe – Bayerische Landeszentrale für neue Medien, Band 110. Baden-Baden: Nomos.
- Kammerl, Rudolf, Claudia Lampert, Jane Müller, Marcel Rechlitz, und Katrin Potzel. 2021. «Mediatisierte Sozialisationsprozesse erforschen: Methodologische Implikationen». *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* (Jahrbuch Medienpädagogik 16): 185–209. <https://doi.org/10.21240/mpaed/jb16/2021.02.24.X>.
- Thomas Knaus et Al. 2023. «Künstliche Intelligenz Und Bildung: Was Sollen Wir Wissen? Was können Wir Tun? Was dürfen Wir Hoffen? Und Was Ist Diese KI? Ein Kollaborativer Aufklärungsversuch». *Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik* 23: 1-42. <https://doi.org/10.21240/lbzm/23/19>.

- Kuckartz, Udo, und Stefan Rädiker. 2023. *Qualitative content analysis: methods, practice and software*. Second edition. Thousand Oaks: Sage. <https://doi.org/10.1080/1743727X.2023.2244777>.
- Lampert, Claudia. i. E. «Mediensozialisation in «smarten» Umgebungen. Selbst- und Sozialwerdung im Kontext von Datafizierung und Automatisierung».
- Mahomed, Sabeehah, Mhairi Aitken, A Atabey, Janis Wong, und Morgan Briggs. 2023. *AI, Children's Rights, & Wellbeing: Transnational Frameworks: Mapping 13 Frameworks at the Intersections of Data-Intensive Technologies, Children's Rights, and Well-Being*. London: The Alan Turing Institute.
- mpfs. 2024. *JIM-Studie 2024. Jugend, Informationen, Medien*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- Potzel, Katrin, und Saskia Draheim. 2025. «Methodologische und methodische Anlage der ConKids-Studie». In *Sozialisation in einer sich wandelnden Medienumgebung. Zur Erweiterung und Veränderung des Beziehungsnetzwerks*, herausgegeben von Claudia Lampert, Katrin Potzel, und Rudolf Kammerl. Baden-Baden: Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783748963301>.
- Prinz, Eiken, Julia André, und Astrid Probst. 2024. «Eltern im Fokus 2024. Wie Eltern auf die Rolle von KI für die Bildung und berufliche Zukunft ihrer Kinder blicken». Stuttgart: Körber-Stiftung. https://koerber-stiftung.de/site/assets/files/41369/240705-korber-stiftung_elternumfrage-web.pdf.
- Schimank, Uwe. 2010. *Handeln und Strukturen: Einführung in die akteurtheoretische Soziologie*. 4. Aufl. Grundlagentexte Soziologie. Weinheim: Beltz Juventa.
- Schober, Maximilian, Achim Lauber, Louisa Bruch, Simon Herrmann, und Niels Brügger. 2022. «Was ich like, kommt zu mir». Kompetenzen von Jugendlichen im Umgang mit algorithmischen Empfehlungssystemen». Qualitative Studie des JFF – Institut für Medienpädagogik im Rahmen von Digitales Deutschland. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7437430>.
- Ukrow, J. 2024. «Kinder- und Jugendmedienschutz und Künstliche Intelligenz – Herausforderung für den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)? Stand und Reformüberlegungen unter besonderer Beachtung generativer KI und unter Berücksichtigung des geplanten Gesetzes über künstliche Intelligenz der EU». Kommission für Jugendmedienschutz (KJM). https://www.kjm-online.de/fileadmin/user_upload/KJM/Publikationen/Studien_Gutachten/KI_Gutachten_2024.pdf.
- Van Dijck, José, Thomas Poell, und Martijn De Waal. 2018. *The Platform Society*. Bd. 1. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>.
- Vodafone Stiftung Deutschland. 2024. «Pioniere des Wandels. Wie Schüler:innen KI im Unterricht nutzen möchten». <https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2024/03/Pioniere-des-Wandels-wie-Schueler-innen-KI-im-Unterricht-nutzen-wollen-Jugendstudie-der-VS-2024.pdf>.
- Wendt, Ruth, Claudia Riesmeyer, Larissa Leonhard, Janina Hagner, und Jessica Kühn. 2024. *Algorithmen und Künstliche Intelligenz im Alltag von Jugendlichen Forschungsbericht für die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)*. Baden-Baden: Nomos.