

Medienhandeln von Jugendlichen

Tina Drechsel

12.04.2024





Tina Drechsel

Bereichsleitung überregionale Praxis &
Abteilungsleitung Praxis (Elternzeitvertretung)

am JFF – Institut für Medienpädagogik

Schwerpunkte:

Digitale Medien und Jugendliche

Medien und Partizipation

Wertebildung im Kontext von Digitalität

Qualifizierung pädagogischer Fachkräfte

JFF – Institut für Medienpädagogik

Gemeinnütziger Verein ist Träger: JFF – Jugend Film Fernsehen e. V.

Geschäftsstelle: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

MEDIENPÄDAGOGISCHE FORSCHUNG

Ziel: Medienumgang von Heranwachsenden erklären und Grundlagen für pädagogisches und politisches Handeln sowie für Medienproduktion bereitstellen



MEDIENPÄDAGOGISCHE PRAXIS

Ziel: Medienkompetenz von Heranwachsenden und ihren Bezugspersonen fördern, innovative medienpädagogische Ansätze entwickeln, Fachkräfte fortbilden



Medienfachberatung Bayern (BJR&JFF)

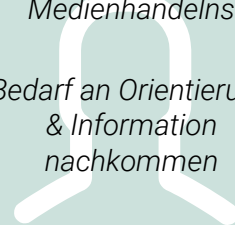
Medienpädagogik bedeutet

- Beteiligungsstrukturen mit und über Medien für Kinder & Jugendliche schaffen
- Beratung von Eltern & Fachkräften im Kontext der Digitalisierung schaffen
- Informationen über Medien im Leben von Kindern & Jugendlichen aufbereiten

SUBJEKT

Stärkung souveränen Medienhandelns

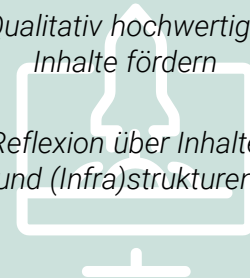
Bedarf an Orientierung & Information nachkommen



MEDIEN

Qualitativ hochwertige Inhalte fördern

Reflexion über Inhalte und (Infra)strukturen



GESELLSCHAFT

Vernetzung und Diskurse fördern

Struktur und Modelle fördern



Das haben wir vor...

- EINS** Medienhandeln und -sozialisation
- ZWEI** Mediennutzung Jugendlicher
- DREI** Risikobereiche & Handlungsoptionen
- VIER** Medienkompetenz & Medienpädagogische Kompetenz
- FÜNF** Medienpädagogische Projekte & Methoden



Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen

Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen



Dieses und weitere Erklärvideos sind zu finden bei [YT](#) und unter: www.medien-weiter-bildung.de

Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen



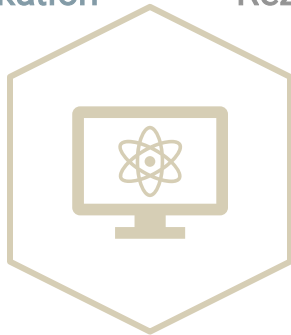
Kommunikation



Rezeption



Spielen



Produktion

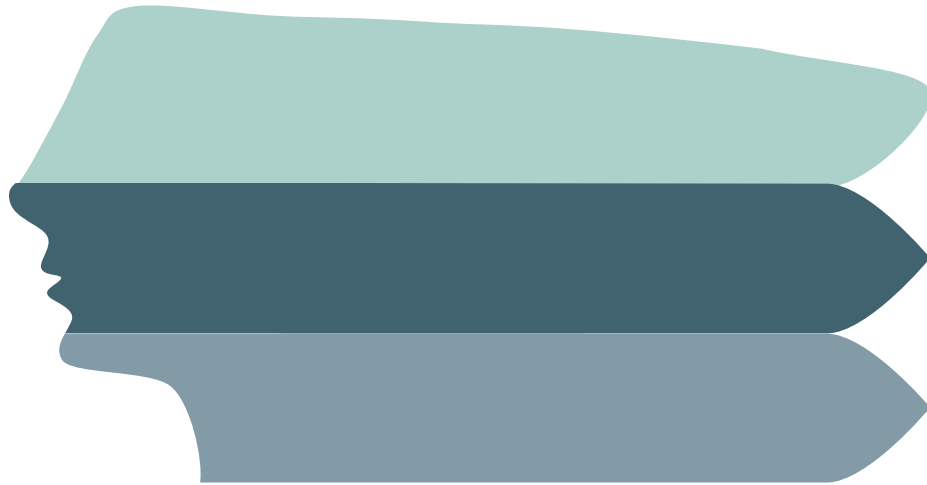


Veröffentlichung

Kinder und Jugendliche nutzen Medien entlang ihrer lebensweltlichen Bedingungen, um bestimmte Bedürfnisse zu erfüllen.

zur Geltung bringen
 informieren
 amüsieren
 in Beziehung setzen
 positionieren
 orientieren

Medienaneignung im Kontext von Entwicklungsaufgaben



01

Sich in der Welt orientieren

02

Eine kohärente Identität ausbilden

03

An der Welt teilhaben

Mediensozialisation

SOZIALES UMFELD

- » Familie
- » Gleichaltrige

MEDIENWELT

Individuelles Medienmenü

- » Vorlieben
- » Handlungsschwerpunkte
- » Funktionen

KIND JUGENDLICHER

- » Entwicklungsstand
- » Handlungsleitende Themen
- » Geschlechtsidentität
- » Interessen





Mediennutzung von Jugendlichen

Medienphänomene und -trends | Welche kennen Sie?

JOMO

Doomscrolling

Digital Nudging

#eggprank

#Girl Math/Boy Math

#booktok

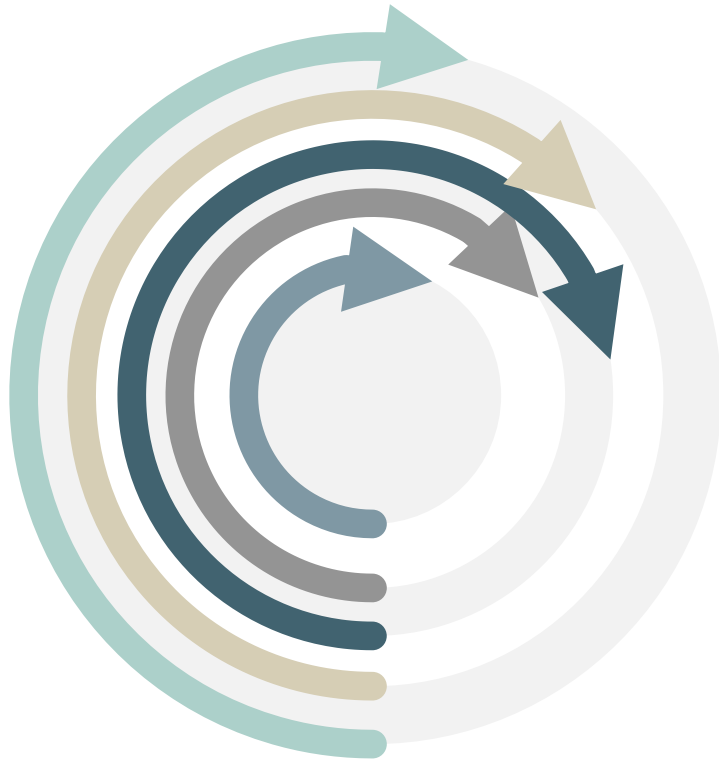
Day Dumping

Mediennutzungsvorlieben



Gerätebesitz Jugendlicher

2022 | 2023



95% | 96% Smartphone

73% | 73% Computer/Laptop

58% | 57% Fernsehgerät

51% | 56% Tablet

49% | 51% Fernseher mit Internetzugang

51% | 47% Feste Spielekonsole

Quelle: JIM 2022, JIM 2023,
Angaben in Prozent, Basis:
alle Befragten, n=1.200

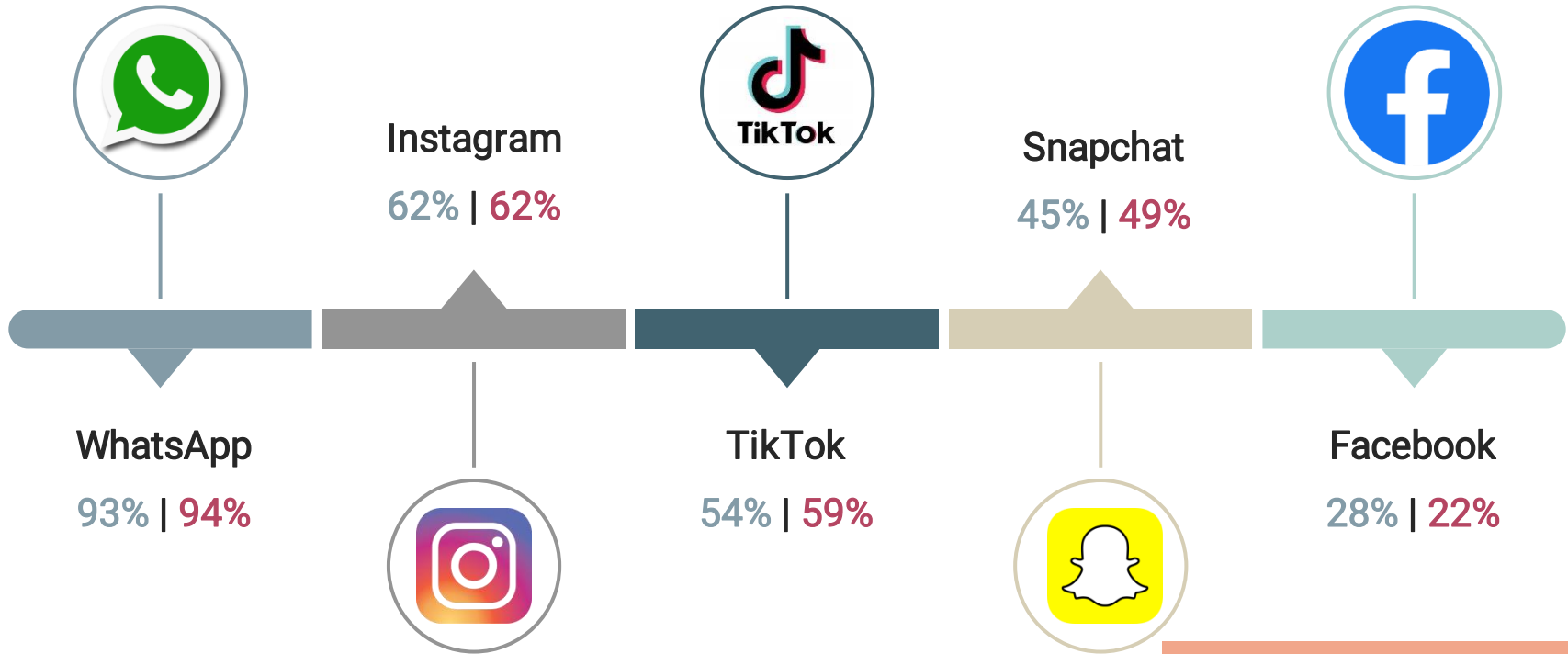


Was sind die meistgenutzten Online-Angebote (täglich/mehrmals pro Woche) von Jugendlichen?

Quelle: JIM 2022, JIM 2023, Angaben in Prozent, *2022 nicht abgefragt, Basis: Befragte, die das Internet nutzen, n=1.196

Genutzte Online-Angebote 2023 – Vergleich 2022

2022 | 2023 (täglich/mehrmals pro Woche)



Quelle: JIM 2022, JIM 2023, Angaben in Prozent, *2022 nicht abgefragt, Basis: Befragte, die das Internet nutzen, n=1.196



„Im Durchschnitt sehen sich Jugendliche täglich 91 Minuten Videos auf YouTube an.“

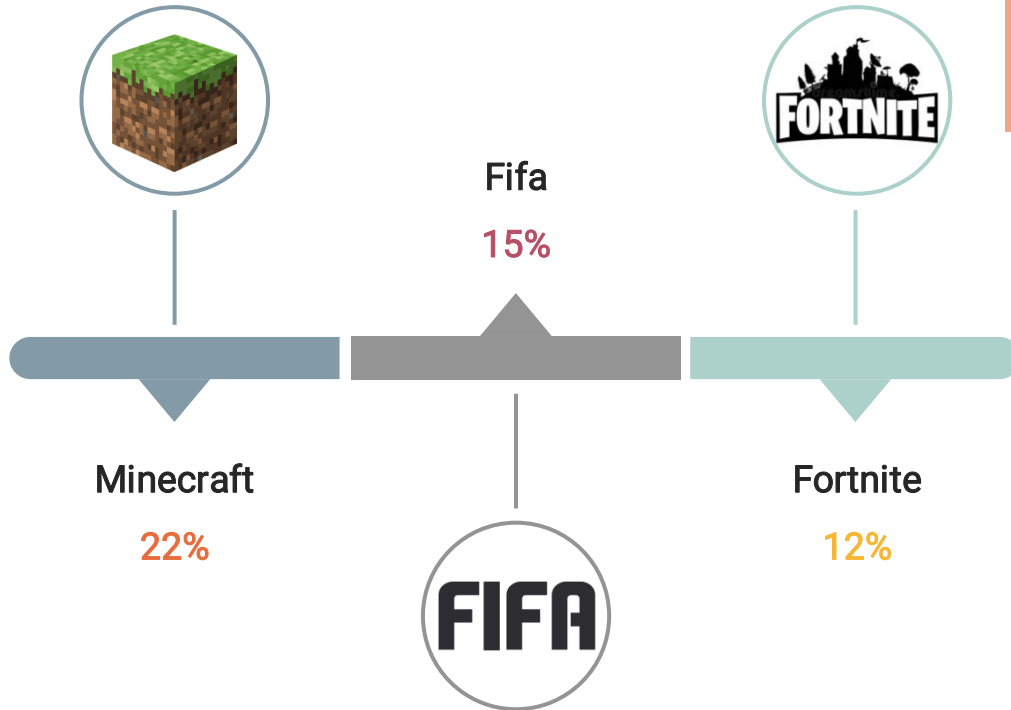


Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele?

Quelle: JIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer*innen von digitalen Spielen, n=1.107

Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele 2023

Quelle: JIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer*innen von digitalen Spielen, n=1.107



Mit zunehmendem Alter nimmt die Beliebtheit von *Minecraft* und *Fortnite* ab, während *GTA* beliebter wird.

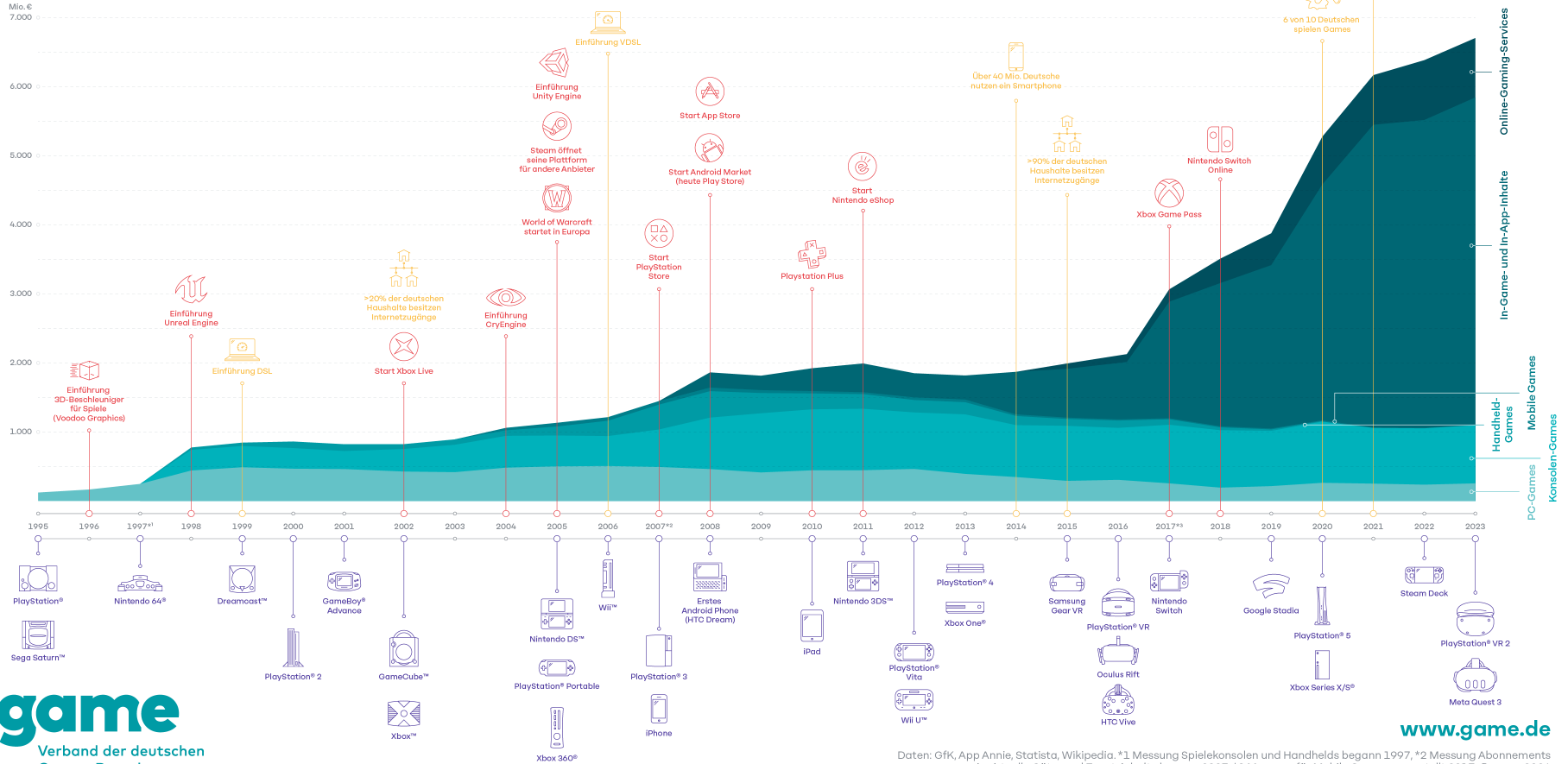
Weitere genannte Spiele:

- Mario Kart (6%)
- GTA – Grand Theft Auto (6%)
- Die Sims (6%)
- Super Mario (5%)
- Hay Day (5%)
- Call of Duty (5%)
- Clash of Clans (5%)
- Candy Crush (5%)
- Roblox (5%)

Look Inside: Games



Entwicklung des deutschen Games-Marktes seit 1995



Faszination Games

- 72% der 12-bis 19-Jährigen spielen laut JIM 2023 **regelmäßig** digital
- Games erfüllen Funktionen im Kontext von **Entwicklungsaufgaben**: Spaß haben, gefordert werden und kreativ sein, Zeit vertreiben, Rollen erproben, gemeinsam spielen usw.
- (jugend-) **kulturelle Bedeutung** von und Beschäftigung mit Games

Kinder haben ein Recht auf Spiel!

2022: **59%** der Deutschen spielen
regelmäßig, Durchschnittsalter: **37,6 Jahre**



Game Life Clip zum Thema Recht auf Spiel



Game Life! Elternbroschüren sowie Elternclips

8 Broschüren und Clips zu unterschiedlichen Themen beinhalten jeweils

- Sichtweise von Eltern und pädagogischen Fachkräften
- Sichtweise der jugendlichen Gamer*innen
- Die wichtigsten Aspekte zum Umgang und zur Einordnung
- Handlungsempfehlungen und Ideen für den familiären Alltag



Look Inside: Social Media & Messenger



ENTWICKLUNGSAUFGABEN

01 Sich in der Welt orientieren

02 Einen kohärente Identität ausbilden

03 An der Welt teilhaben

Der Wunsch nach Likes, Abonnent*innen und Kommentaren

Der Wunsch nach Likes & Co steht im engen Zusammenhang mit den Entwicklungsaufgaben:

- Positive Reaktion auf das selbst gemachte und eventuell gestaltete Bild
- Bestätigung der eigenen Person bzw. der eigenen Meinung
- In Gang setzen einer Diskussion als Form von Teilhabe → sichtbar sein
- Sich mit anderen in Beziehung setzen

HINWEIS: Häufig stehen Nutzungsmotive den internen Schutzmöglichkeiten gegenüber.

„Generation Messenger“

(Studie der Vodafone-Stiftung sowie ACT ON! Short Report Nr. 8 – jeweils März 2021)

- WhatsApp ist absolute Nummer 1: 96% der befragten 14- bis 24-Jährigen nutzen die App täglich („Monopolstellung“)
- datensichere Alternativen spielen kaum eine Rolle (z. B. Signal)
- (schnelles und kostenloses) Verschicken persönlicher Nachrichten an Freund*innen, Familie und Kolleg*innen
- Nutzende können sich freier ausdrücken und sind aktiver als in Social Media
- geringere Hemmschwelle für negative Äußerungen in geschlossenen Gruppen



„Generation Messenger“

- (ungewollt) zu Gruppen eingeladen, in denen pornografische Inhalte oder Spam versendet wurden; Kettenbriefe in Klassenchats
- ca. 2/3 Falschnachrichten erhalten
- 53% haben bereits Mobbing mitbekommen; ca. 1/3 selbst erlebt
- 1/3 wurden bereits über Chats selbst beleidigt, gemobbt oder bedroht (40% der Frauen)
- 61% schon mit Hassrede, extremistischen Aussagen usw. konfrontiert

Der Jugendpodcast von ACT ON!

- Redakteur*innen verschiedener Jugendredaktionen in Deutschland
- Akustischer Einblick in die bei Jugendlichen angesagten Social-Media-Plattformen und Apps.
- Faszination hinter diesen Medien verstehen
- Wie gehen junge Nutzer*innen mit den damit verbundenen Risiken um?
- Auch bei Spotify, Apple Musik, Amazon Music usw.
- Bereits zwei Staffeln veröffentlicht



act-on.jff.de/podcast



Hören wir einmal rein:

#4 Die Schattenseiten der bunten TikTok- Welt

Wie Jugendliche Popularität auf TikTok sehen

JUGENDLICHE WISSEN	IHRE ERFAHRUNGEN & BEWERTUNGEN		SPEKTRUM AN HANDLUNGSWEISEN
<p>Popularität ist hoch bewertet.</p> <p>Wege, um Popularität herzustellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> # Hashtags verwenden ♥ Videos herzen und gegenseitig erwähnen 🔗 Profil mit anderen Social Media Präsenzen vernetzen 🎵 Duette sind nur mit öffentlichem Profil möglich 	<p>Aufmerksamkeit und positives Feedback sind erwünscht.</p> <p>Hate erzeugt Anpassungs- und Perfektionsdruck.</p> <p>Öffentliche Profile bieten weniger Schutz vor Hate.</p> <p>Filter und Effekte vergrößern Perfektionsstreben.</p> <p>Perfektionsdruck mindert den Spaß an der Kreativität.</p>	<p>Trends mitmachen und Hashtags verwenden</p> <p>Duette machen</p> <p>Herzen, Erwähnen und Komentieren</p> <p>Accounteinstellungen ändern (privat ↔ öffentlich)</p> <p>Vermeiden, was Kritik oder Hate provozieren könnte:</p> <ul style="list-style-type: none"> 🗨️ selbst nicht kritisieren, konstruktives Feedback erbitten 👉 auf perfektes Styling und cleanen Hintergrund achten ✗ Peinliche Videos löschen 🔒 Videos nicht veröffentlichen, sondern als Entwürfe speichern 	

Quelle: Act On! Short Report 7 <https://act-on.jff.de/short-report-nr-7-wie-jugendliche-tiktok-wahrnehmen-und-nutzen/>

Hör-Tipp: Was geht...? – Der ACT ON!-Jugendpodcast <https://letscast.fm/sites/was-geht-der-act-on-jugendpodcast-df674d8a>

Risikobereiche und Handlungsoptionen

Risikobereiche



Interaktions- und Kommunikationsrisiken



Nicht altersgerechte Inhalte



Schönheitsideal und Darstellung von Geschlecht*

Kommerzialisierung, Datenschutz, Werbung

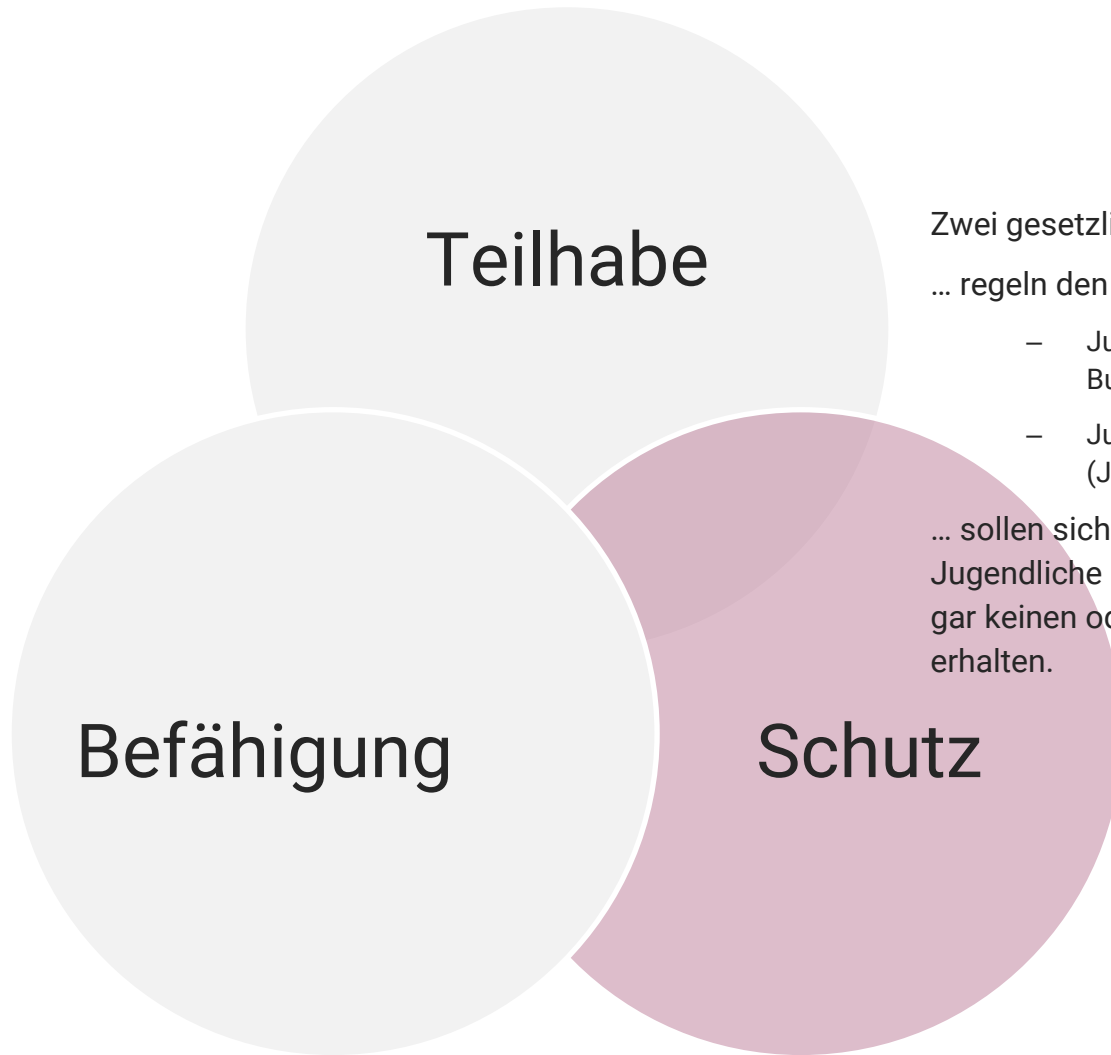


Digitaler Stress und exzessive Mediennutzung



Desinformation



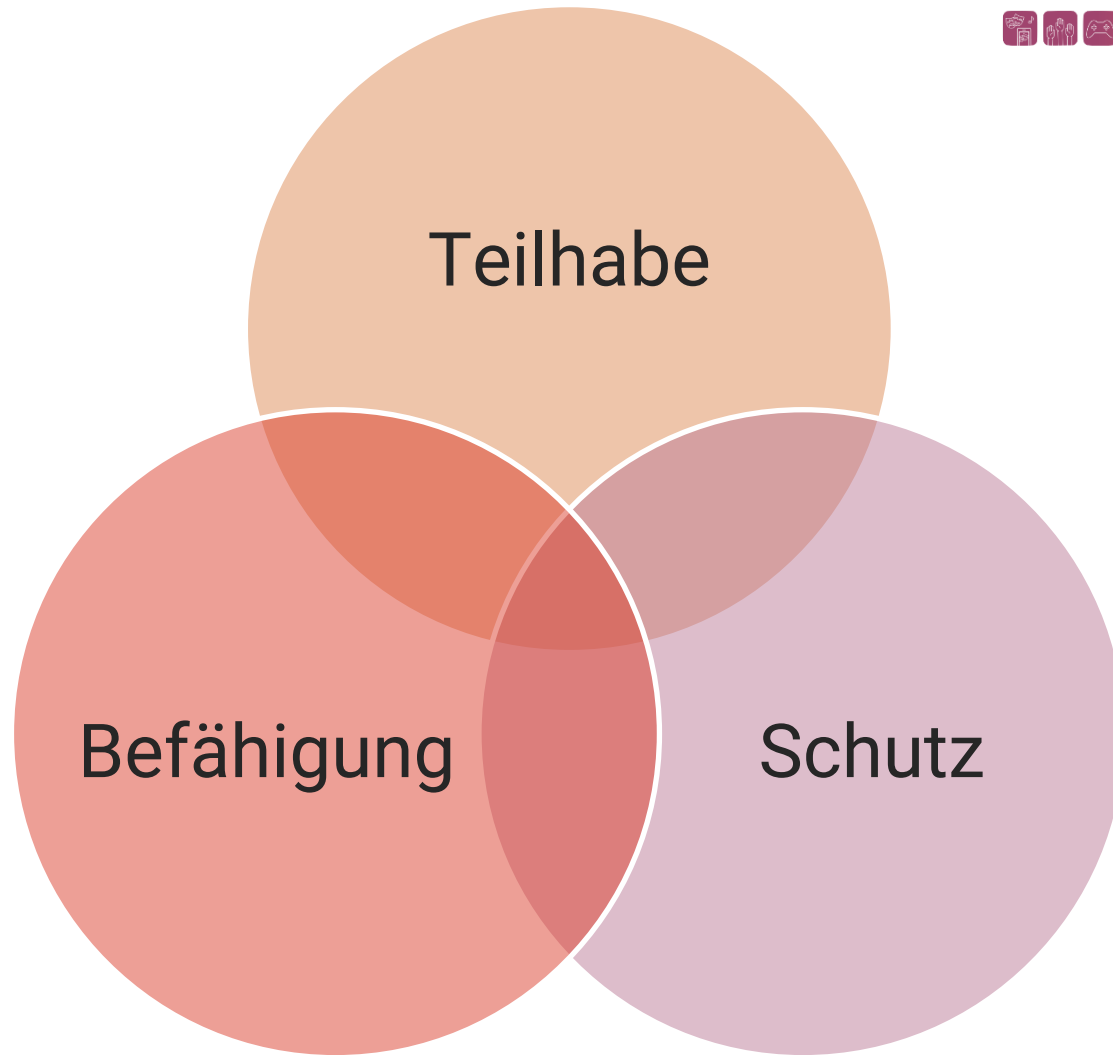


Zwei gesetzliche Grundlagen

... regeln den Jugendschutz:

- Jugendschutz-Gesetz (JuSchG) vom Bund
- Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) der Länder

... sollen sicherstellen, dass Kinder & Jugendliche zu bestimmten Medieninhalten gar keinen oder nur altersgemäßen Zugang erhalten.



Kinder, Jugendliche und ihre Bezugspersonen für ein souveränes Leben mit Medien stark machen

Förderung von Medienkompetenz

Aspekte der MEDIENKOMPETENZ

HANDELN



- kommunikativ
- kreativ
- partizipativ

POSITIONIERUNG



REFLEXION

- selbstbezogen
- medienbezogen
- gesellschaftsbezogen

WISSEN



- instrumentell
- analytisch
- strukturell

ORIENTIERUNG



JUUUPORT!

Wir beraten dich online

- Erste Hilfe bei Problemen im Internet
- Peer-to-Peer-Beratung durch die JUUUPORT-Scouts
- Kontaktaufnahme über ein Online-Formular
- Messenger-Beratung im Chat

<https://www.juuuport.de/beratung>



Offenheit und Interesse | über
Faszination reden/zeigen lassen

Risikobereiche zum Thema machen
- präventiv

Eigene Mediennutzung reflektieren
und selbst „Fehler“ eingestehen

Strikte Verbote schaffen kein
Vertrauen

Eigene medienpädagogische
Kompetenz stärken

Worauf müssen
pädagogische
Fachkräfte
achten?

5 Aspekte der Medienpädagogischen Kompetenz

MEDIENKOMPETENZ

- medienkompetent sein
- sich stetig weiterentwickeln

KENNTNISSE

- gezielt Medien einsetzen
- auf fundierte pädagogische Konzepte zurückgreifen

ENTWICKLUNG

- über die aktuelle (Medien-)Welt informiert bleiben
- für die Zielgruppe Relevantes herausgreifen



ZIELGRUPPE

- Wissen und Ressourcen kennen
- Möglichkeiten zur Auseinandersetzung schaffen

UMSETZUNG

- mit Willen und Können medienpädagogische Angebote gestalten
- Mut und Neugierde für neue Projekte nutzen

Medienpädagogische Kompetenz - warum eigentlich?

- Medienwelt ist Teil der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen
- Kinder und Jugendliche müssen lernen, Medien souverän zu nutzen
- Pädagogische Fachkräfte können sie dabei begleiten
- Dafür benötigen sie medienpädagogische Kompetenz
- Unterstützung gibt es durch medienpädagogische Weiterbildungsangebote



Wie schätzen Sie Ihre medienpädagogische Kompetenz ein? Wo fühlen Sie sich (nicht) sicher? Wo würden Sie gerne etwas dazu lernen? Wo brauchen Sie Unterstützung?



Medienpädagogische Projekte und Materialien

Meine Lieblings ...



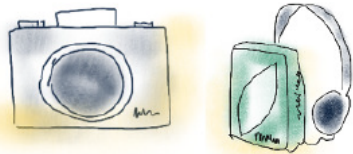
Bücher, Filme, TV-Serien, Radiosendungen,
Comics, Musik, Zeitschriften, Websites,
Videospiele...



Plakate in meinem
Jugendzimmer:
:

Ich wollte so sein wie(Medienfigur),
weil...

Mein erstes eigenes Mediengerät war



Meine Medienbiographie



Gemeinsame Medienmomente

Ich und meine Freund*innen mochten alle ...

Gemeinsame Medienmomente in der
Familie:



Medien & Gefühle



Nach einem schlimmen Tag in der Schule
wollte ich...

... fand ich lustig

... versetzte mich immer in eine gute
Stimmung

... verursachte Alpträume

Regeln und Verbote

Diese Regeln gab es rundum meine
Mediennutzung

:
Damals fand ich diese Regeln...

Mediendinge, die Erwachsene gar nicht
verstanden haben



ACT ON!

Forschung & Praxis

Perspektive auf das Online-Handeln der 10- bis 14-Jährigen im Fokus

- Monitoring untersucht die Sicht der jungen Nutzer*innen auf aktuelle Medienphänomene und ihre damit verbundenen Schutz-, Informations- und Unterstützungsbedürfnisse
- verschiedene Praxismodule unterstützen Kinder und Jugendliche dabei, sich reflektiert mit dem eigenen Online-Handeln auseinanderzusetzen



Das ACT ON!-Praxismodul

Workshops und Fortbildungen

Workshops mit Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 14 Jahren

Fortbildungen für pädagogischen Fachkräften

Materialien und Methoden

Influenc[AR]: Spielerisch die Welt von YouTube entdecken

Medien-Emotionen würfeln: Sprechen über Erfahrungen und Emotionen mit verschiedenen Medien

... sowie weitere Materialien und Methodenblätter

Was geht ...? Der Jugendpodcast

Stimmen von jungen Menschen zu ihrem Online-Handeln und damit verbundenen Potenzialen und Herausforderungen

Gefördert vom:



Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Im Rahmen von:



webhelm – kompetent online

Aktuelle Hintergrundinformationen und Methoden Anregungen zu allen Themen rund ums Netz.

Art der Methodik

ALLE ONLINE-METHODEN ENERGIZER KREATIVITÄT FEEDBACK REFLEXION

Themenbereich

ALLE KONFLIKTE & MOBbing KÜNSTLICHE INTELLIGENZ DATENSCHUTZ FREUNDSCHAFT & LIEBE NETZWEIT

Bewerbungsverfahren mit ChatGPT

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Verkaufe ein Produkt mit ChatGPT

KOMMERZ KÜNSTLICHE INTELLIGENZ SOCIAL MEDIA

Influencer*innen erstellen mit KI

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ SOCIAL MEDIA

TikTok-Bingo

INFORMATION & MEDIENINFORMATION MEDIENTRENDS SOCIAL MEDIA

ALLE SOCIAL MEDIA KOMMERZ KONFLIKTE & MOBbing GAMES RECHTLICHE GRUNDLAGEN

Dark Patterns

DATENSCHUTZ KOMMERZ

Von Vanilla Girls bis zu Clean Girls: Einseitige Trends auf TikTok

MEDIENTRENDS SOCIAL MEDIA

KI-Tools zur Bild- und Videoerstellung

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ TOOLS & APPS

Jugendliche und Online-Pornografie

FAMILIE & MEDIENBEREICHUNG

Overblocking

FAMILIE & MEDIENBEREICHUNG NETZWEIT

Abschalten und Entspannen: Meditations-Apps für Kinder

Doxing

DATENSCHUTZ KONFLIKTE & MOBbing

Threads

SOCIAL MEDIA

Starterkits bestellen

Die webhelm-Starterkits bieten pädagogischen Fachkräften alle Materialien, die sie für einen Workshops benötigen. Fachkräfte aus Bayern können von jedem Starterkit ein Exemplar kostenfrei bestellen. Bitte geben Sie zur Zuordnung die Institution an, in der Sie tätig sind.

Mehr Infos zu den Starterkits gibt es hier:

- MEIN ERSTES SMARTPHONE
- LIKE, FOLLOW, COMMENT – INFLUENCER*INNEN IM NETZ
- ACT WISELY – STRESS IM NETZ



Weitere Informationen und alle

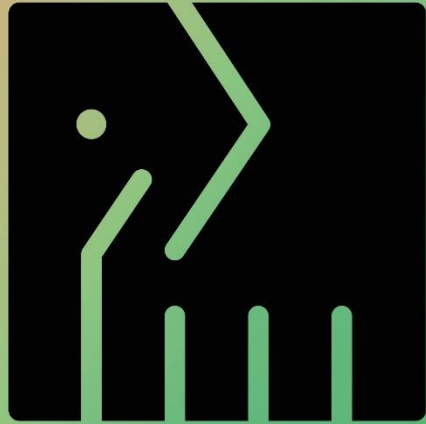
Methoden unter: <https://webhelm.de/>



JUGENDLICHE GEGEN DESINFORMATION

- Desinformation im Netz ist für die politische Meinungsbildung in demokratischen Gesellschaften eine wichtige Herausforderung.
- Im Projekt Isso! soll die Informations- und Nachrichtenkompetenz als Teil der Medienkompetenz von Jugendlichen gefördert werden.

Weitere Informationen und Materialpakete: <https://rise-jugendkultur.de/isso/>



DER ELEFANT IM RAUM

Rechtsextremismus online erkennen



- Der Elefant im Raum steht für ein Problem, das von vielen erkannt, aber nicht angesprochen wird.
- Ein Beispiel dafür sind oftmals rechte extreme Inhalte in sozialen Medien.
- Das Projekt Der Elefant im Raum sensibilisiert für die Problematik dieser Inhalte.
- In monatlichen Social Media-Kampagnen und Podcast-Folgen wird darüber informiert und werden rechtsextreme Ansprachen dekonstruiert.

Mehr Informationen unter: <https://rise-jugendkultur.de/der-elefant-im-raum/>

Was wäre, wenn?!

DEMOKRATIE- BEWUSSTSEIN UND ENGAGEMENT UNTERSTÜTZEN

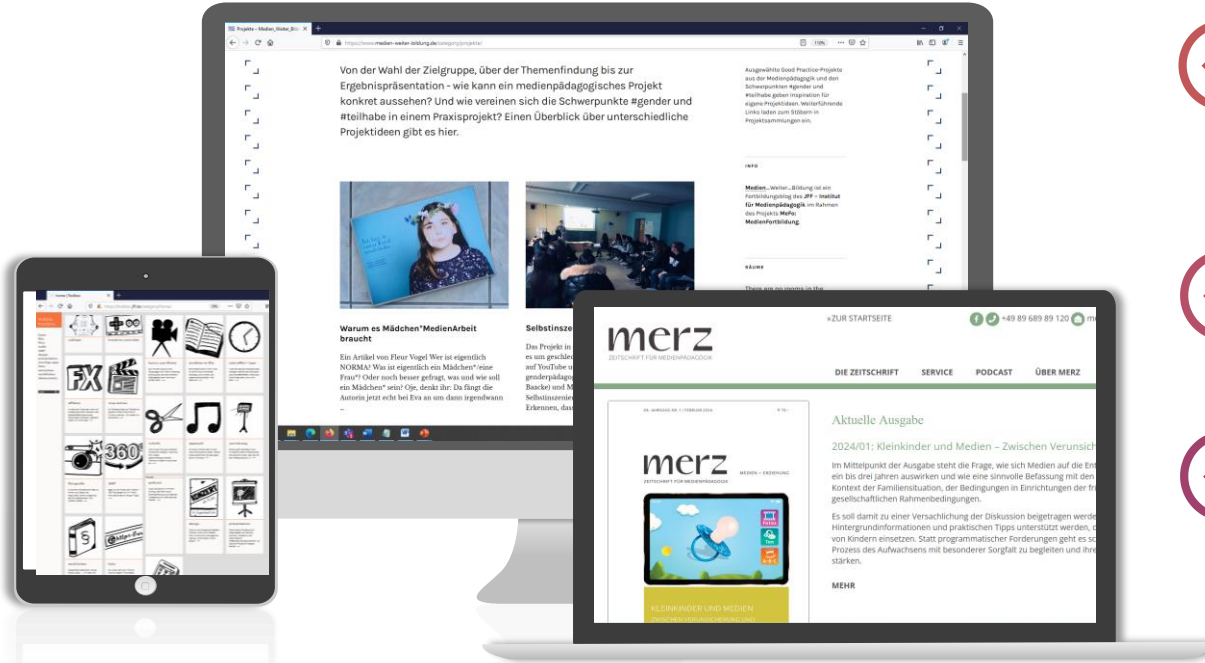
Was wäre, wenn wir Mitbestimmung für Jugendliche wirklich ernst nehmen würden?




- Förderung eines respektvollen Umgangs mit unterschiedlichen Standpunkten
- Unterstützung für junge Menschen, ihre eigene Stimme zu finden und ihre Diskussionskompetenz zu stärken.
- Formate: Workshops, Jugendtagungen, Talks mit Politiker*innen und eigener TikTok Kanal

Mehr Informationen unter: <https://rise-jugendkultur.de/was-waere-wenn/>



Weitere Methoden und Anregungen



- 
medien-weiter-bildung.de
 Praxisprojekte, die von pädagogischen Fachkräften im Rahmen einer Weiterbildung realisiert wurden.
- 
toolbox.jff.de
 App- und Tool-Tipps für die Praxisarbeit
- 
merz-zeitschrift.de
 Die medienpädagogische Fachzeitschrift mit einem vielfältigen Begleitangebot (fb, Insta, Podcast ...)

Lesetipp: merz 20/2 Beruf Medienpädagog*in verfügbar unter <https://www.merz-zeitschrift.de/alle-ausgaben/details/2020-02-beruf-medienpaedagog-in/>

KONTAKT

JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis



Arnulfstr. 205,
80634 München



+49 89 689 89 0



tina.drechsel@jff.de



www.jff.de