Heranwachsen in der digitalen Welt

Neue Herausforderungen für schulisches Lernen und pädagogische Begleitung des Alltags junger Menschen

Prof. Dr. Daniel Hajok (d.hajok@akjm.de)
Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM)
Honorarprofessor an der Universität Erfurt (Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft)

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Veränderte Rahmenbedingungen

Heranwachsen von Kindern und Jugendlichen in einer zunehmend mediatisierten Gesellschaft

Konstanten im Jugendalltag (Calmbach et al. 2020)

Verändertes Heranwachsen!? (Hajok 2018a,b)

Beschleunigtes, zunehmend fragmentiertes Leben?

Durchlässiger Schonraum – risikoreicher Experimentierraum!

Sein heißt 'medial stattfinden' im Hier und Jetzt!

Kinder und Jugendliche ...

… in der Welt digitaler Medien

Unmündig in das digitale Netz eingesponnen?

Kommunizieren, (nur) um zu kommunizieren?

Mediatisierte Vergemeinschaftung und Partizipation!

Alles ‘riskanter’ durch digitale Medien?

'Schonraum' durchlässig – 'Schutzraum' adé **(Böhnisch 2009)**

➔ Die bisherigen Experimentierräume junger Menschen waren im Ideal sozial, kulturell, rechtlich geschützt → die neuen medialen Experimentierräume sind **nicht 'schützbar'**

➔ Beim pädagogischen Umgang muss es immer mehr darum gehen, Heranwachsende beim Erwerb der Fähigkeit zu unterstützen, sich die **Grenzen** im Medienumgang **selbst setzen** zu können

X

Im bisherigen Moratoriumsgedanken des 20. Jahrhunderts wurde davon ausgegangen, dass Jugendliche geschützt werden müssen, damit sie risikolos experimentieren können. Nun experimentieren sie in den ungeschützten medialen Räumen. Mit der Gefahr, dass das, was sie dort heute tun, morgen immer wieder neu hervorgeholt werden kann. **(Böhnisch 2009, S. 31)**

Heranwachsen heute

Neuer Sozialisationstypus (Böhnisch et al. 2009)

➔ (junge) Menschen leben immer mehr von Situation zu Situation und von Punkt zu Punkt – und sehen vor lauter Punkten das Ganze nicht mehr

Veränderte Perspektive auf Heranwachsende (Hajok 2015a)

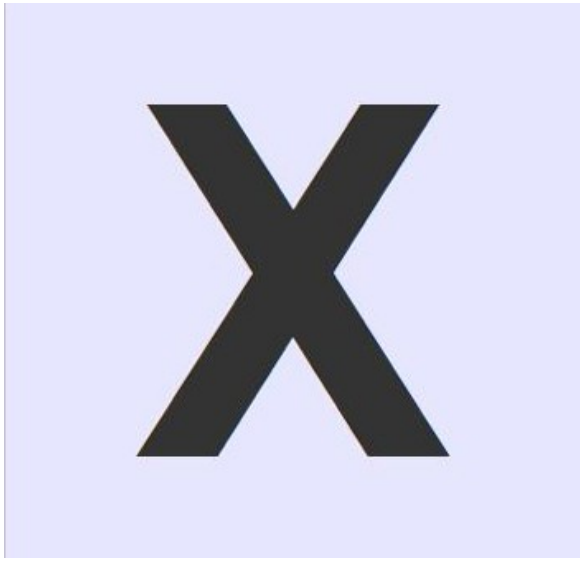
➔ (wieder) weg vom pädagogisch idealisierten Bild des kritisch-reflexiven Subjektes hin zum ökonomischen Prinzipien gehorchenden Bild des sich situativ-anpassenden Individuums

X

Gefragt ist immer mehr der flexible Mensch, der sich mit dem globalisierten Netzwerkkapitalismus arrangiert (hat), sich den neuen Marktentwicklungen anpasst, nicht zu sehr an Zeit und Ort bindet, langfristige Bindungen meidet und Fragmentierung (sogar) als Gewinn sieht. ***(Sennet 1998)***

Auf der Suche nach Beachtung?

In Zukunft wird jeder **für 15 Minuten berühmt** sein! **(Andy Warhol 1968)**



'Sein' heißt heute, **medial stattfinden:** mit Geschichten, starken Bildern, Konflikten, illustrativen Schicksalen, Wertungen **(Pörksen & Krischke 2012)**

Identitätsbildung (Hajok & Zerbin 2015)

Wer bin ich? Wer will ich sein? Als wen sehen mich die anderen?

Individuation → **Persönliche Identität**
(einmalig und besonders)

Integration → **Soziale Identität**
(mit anderen geteilt)

X

<u>Identitätsbalance:</u> Die entscheidende Herausforderung für Heranwachsende besteht darin, so zu sein wie niemand und zugleich so zu sein wie alle, woraus sich die Notwendigkeit ergibt, zwischen beiden Anforderungen zu balancieren, weder der einen noch der anderen noch allen beiden voll nachzu-geben oder sie gänzlich zu verweigern. ***(Krappmann 1969)***

Identitätsbildung 2.0

Digitale Welt und Patchwork-Identität (Keupp et al. 2008)

➔ weiterhin existenziell eine von Kohärenz und Authentizität, Anerkennung und Handlungsfähigkeit gekennzeichnete Persönlichkeit auszubilden

Ökonomie der Aufmerksamkeit (Franck 1998)

➔ in der vernetzten Welt wird das Streben nach Aufmerksamkeit als grundlegendes menschliches Bedürfnis zur zentralen Währung einer kommerziellen Verwertbarkeit

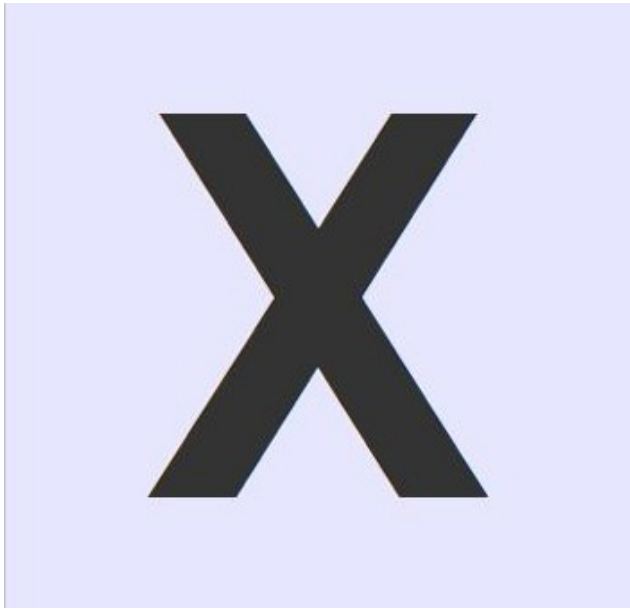
Ich-Erprobung im Netz (Hajok 2018c)

➔ unterliegt Bedingungen von Persistenz, Skalier- und Duplizierbarkeit → die Dinge werden nicht nur öffentlich, sondern auch ‚haltbar', auffindbar, kopierbar, in andere Kontexte übertragbar

Veränderte Kommunikation

Immer häufiger kommunizieren wir, **nur um zu kommunizieren** – und empfinden eine unbändige Lust dabei. **(Norbert Bolz 2008)**

Ich kommuniziere, also bin ich!



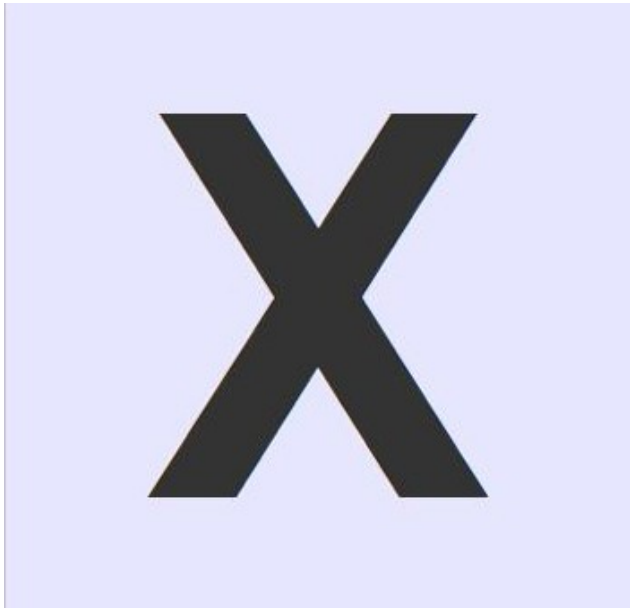
Zu Zeiten der SMS ...

'Durchschnittsnutzer*in' versendet 2-3 Nachrichten pro Tag

Veränderte Kommunikation

Der am schnellsten gewachsene Internetdienst in der Geschichte des Internet. '**Einstiegsalter**' ist mittlerweile das 10. Lebensjahr.

Ich whatsappe, also bin ich!



Zu Zeiten von WhatsApp ...

'Durchschnittsnutzer*in' versendet 30-50 Nachrichten pro Tag

Angebot und Nutzung im Wandel

Mit digitalen Medien hat sich der Medienumgang verändert

Wandel in der Welt der Medien (Hajok/Lauber 2013)

Mobile Endgeräte mit Internetzugang
→ Laptops, Smartphones, Tablets, Konsolen etc.

Zunehmend dynamische Angebote
→ User Generated Content, Kommentare, Likes etc.

Gesellschaftliche und kulturelle Teilhabe
→ Foren, Blogs, YouTube, Instagram etc.

Spektrum der Möglichkeiten erweitert

vieles kann genutzt werden

nur weniges wird genutzt

Anbieterkonzentration und digitale Spaltung

Selbstdarstellung, Kontaktpflege im Netz
→ persönliche Profile, Online-Freundeskreise etc.

Digitalisierung neuer und alter Inhalte
→ mitsamt Übertragung in andere Nutzungskontexte

Neue Formen der Wertschöpfung
→ Prosuming, virales Marketing, personalisierte Werbung etc.

Bindungskraft digitaler Medien (Hajok 2017)

Interaktivität und Multioptionalität

➔ Selbstbestimmung und eigene Auswahl der subjektiv relevanten Möglichkeiten

Eigenaktivität und Selbstausdruck

➔ Möglichkeit, sich anderen mit seinen Fähigkeiten zu präsentieren und kreativ auszudrücken – Selbstwirksamkeit

Involvement und soziale Vernetzung

➔ Einbindung in mediales Geschehen, teilweise mit Verpflichtung und Gruppendruck

Allgegenwärtigkeit und Endlosigkeit

➔ zunehmend jederzeit und überall zur Verfügung stehende Angebote, die selbst kein 'natürliches Ende' haben

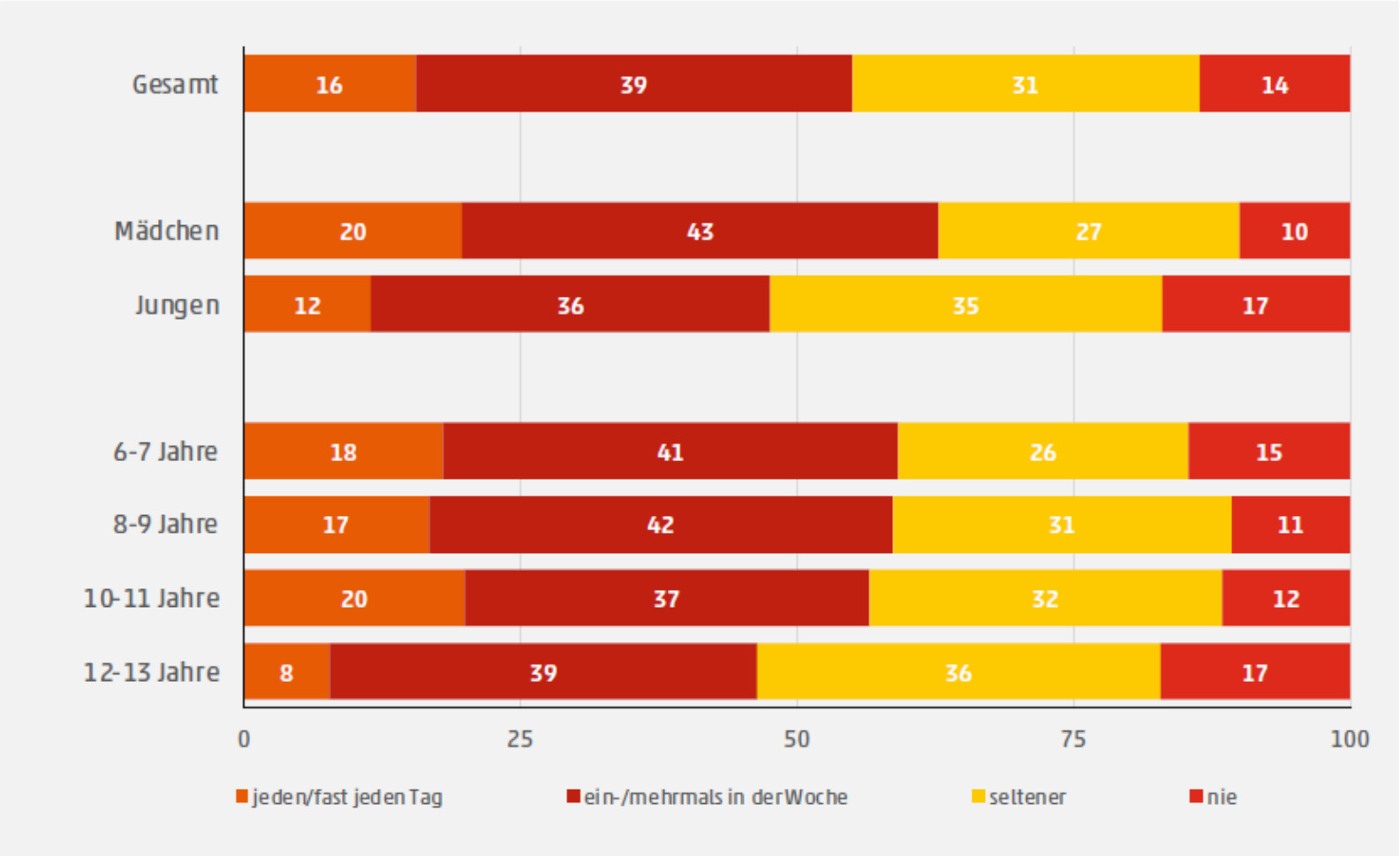
Freizeit Vier- bis Fünfjähriger (nach KiMMo 2021)

Magazine/Comics
DVD/Blu-ray
Bücher
Fernsehen
YouTube
Mediatheken
Netflix/Disney+/Amazon Prime
Drinnen spielen
Freund*innen
Sammeln
Draußen spielen
Mit Tieren
Kochen/Backen
PC/Laptop
Puzzeln
Familie
Handy/Tablet
Internet surfen
Radio
Chillen
Musik
PlayStation/Xbox
Musizieren
Hörbücher
Nintendo Switch
Sport
Hörspiele
Alex/Google Home
Toniebox/V-Story/tigerbox

Freizeit-/Medienwelten im Wandel (nach MPFS 2020/2021)

Kinder 6 bis 13 Jahre (Tendenz seit 2010)	Stellenwert in Freizeit 2020	Jugendliche 12 bis 19 Jahre (Tendenz seit 2010)
Hausaufgaben/Lernen (-)	1.	Smartphone nutzen (++)
Fernsehen (=)	2.	Internet nutzen (++)
Drinnen spielen (=)	3.	Musik hören (=)
Handy/Smartphone nutzen (++)	4.	Online-Videos ansehen (++)
Draußen spielen (-)	5.	Fernsehen (--)
Freunde treffen (--)	6.	Streaming-Dienste (++)
Internet nutzen (++)	7.	Digitale Spiele (++)
Mit Tier beschäftigen (=)	8.	Sport treiben (=)
Musik hören (-)	9.	Freunde / Leute treffen (--)
Digitale Spiele (++)	10.	Radio hören (=)
Radio hören (-)	11.	Familienunternehmungen (++)
Videos im Internet ansehen (++)	12.	Tablet nutzen (++)
Bücher lesen (=)	13.	Bücher lesen (=)
Familien/Eltern (=)	14.	Selbst Musik machen (+)
Fotos/Videos machen (+)	15.	DVDs/Bluerays/aufgez. Filme (=)

Zugänge zu Büchern (zuletzt MPFS 2021)

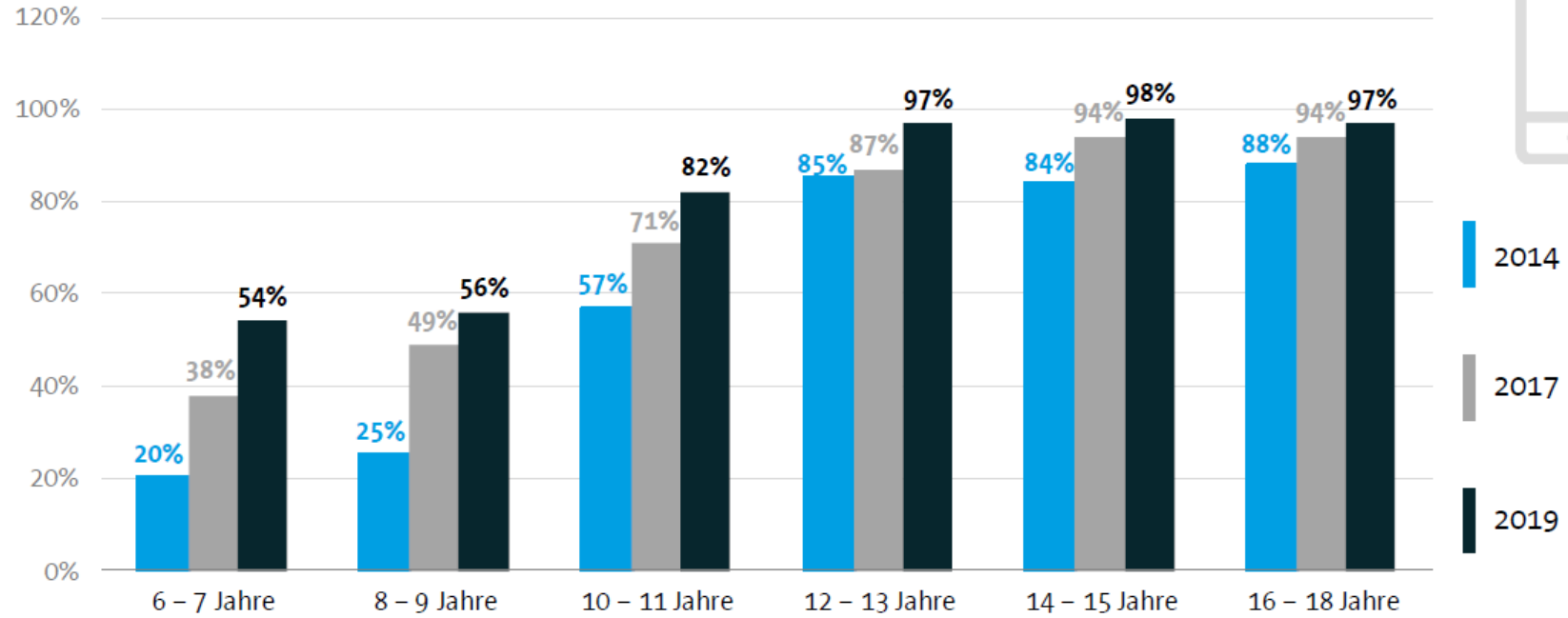


Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

Nutzung von Smartphones (Berg 2019)

Kinder nutzen immer früher ein Smartphone

Wer zumindest ab und zu ein Smartphone nutzt.



Basis: 6- bis 18-Jährige | n=915 | Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Bitkom Research

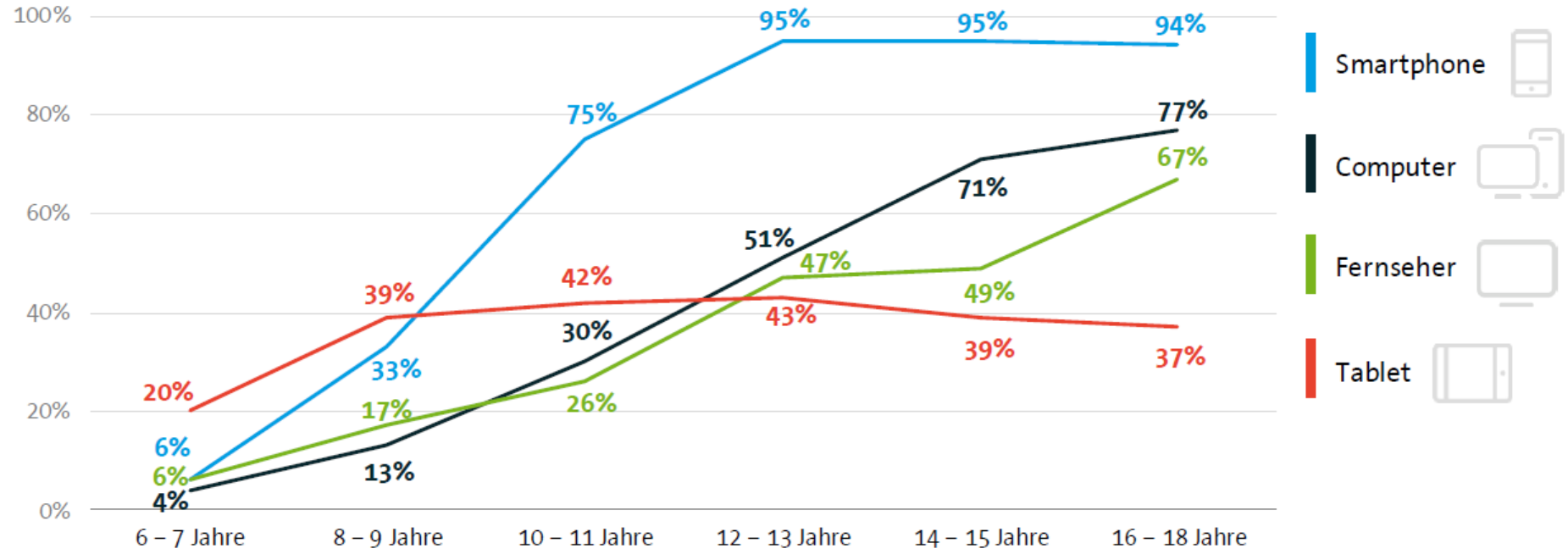
bitkom

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Besitz an Smartphones (Berg 2019)

Mehrheit hat mit 10 Jahren eigenes Smartphone

Welche der folgenden Geräte hast du persönlich schon?



Basis: 6- bis 18-Jährige | n=915 | Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Bitkom Research

bitkom

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Information/Orientierung im Netz (nach MPFS 2021)

Jungen (6 bis 13 Jahre)

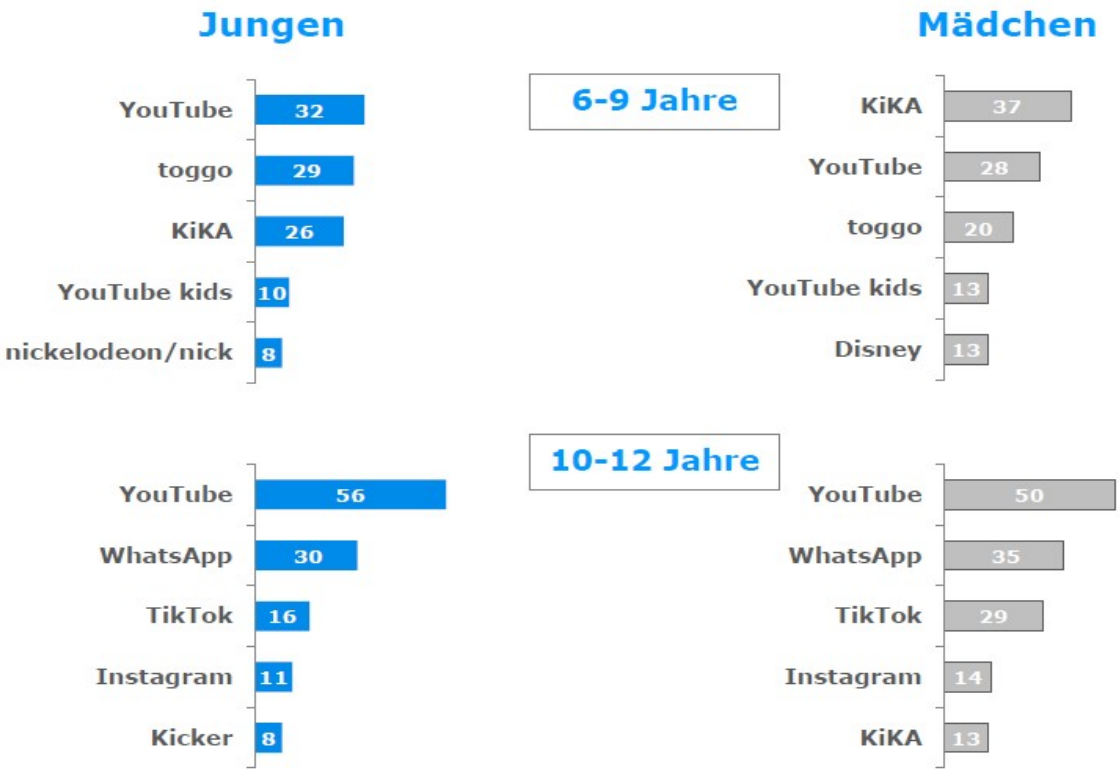
Spielseiten
Sport
Schule
Musik
Prominente
Sachen kaufen
News
…

Mädchen (6 bis 13 Jahre)

Musik
Schule
Mode/Beauty
Prominente
Sachen kaufen
Spielseiten
News
…

Beliebte Online-Angebote (vom Orde & Durner 2021)

Ungestützt, Top 5, nach Alter und Geschlecht, Auswahl (Angaben in %)

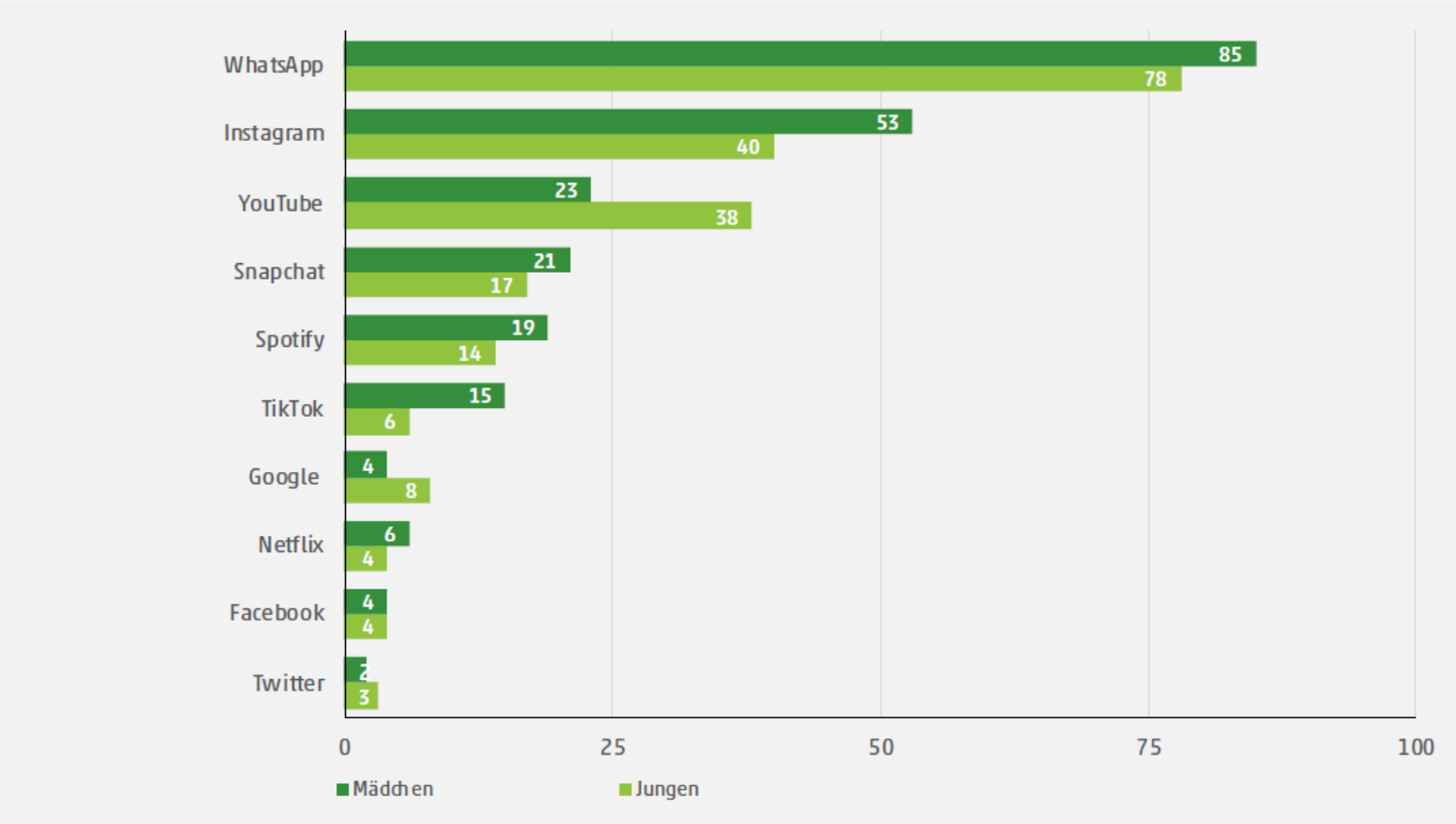


Quelle: Trend Tracking Kids 2021, S. 195-196.

Basis: n=699 6-19-jährige Mädchen und n=741 6-19-jährige Jungen, die das Internet nutzen.

© Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

Beliebte Apps Jugendlicher (MPFS 2020)



Quelle: JIM 2020, Angaben in Prozent, Nennung ab 3 Prozent (Gesamt), Basis: Befragte, die ein Handy/Smartphone besitzen, n=1.150

Heranwachsende im Ausnahmezustand

Exkurs: Leben und Medienumgang junger Menschen zu Corona-Zeiten

Leben im Lockdown (Hajok 2020a)

<u>Veränderter Alltag:</u> Belastungen und Ängste

➔ unzufrieden mit eingeschränkten persönlichen Kontakten, verbrachter Freizeit und Reduzierung auf Schüler*innen

<u>Distanzunterricht:</u> Digitales Lernen anders

➔ gerade die (professionelle) pädagogische Betreuung des Lernens an sich ist nicht ‚rundgelaufen'

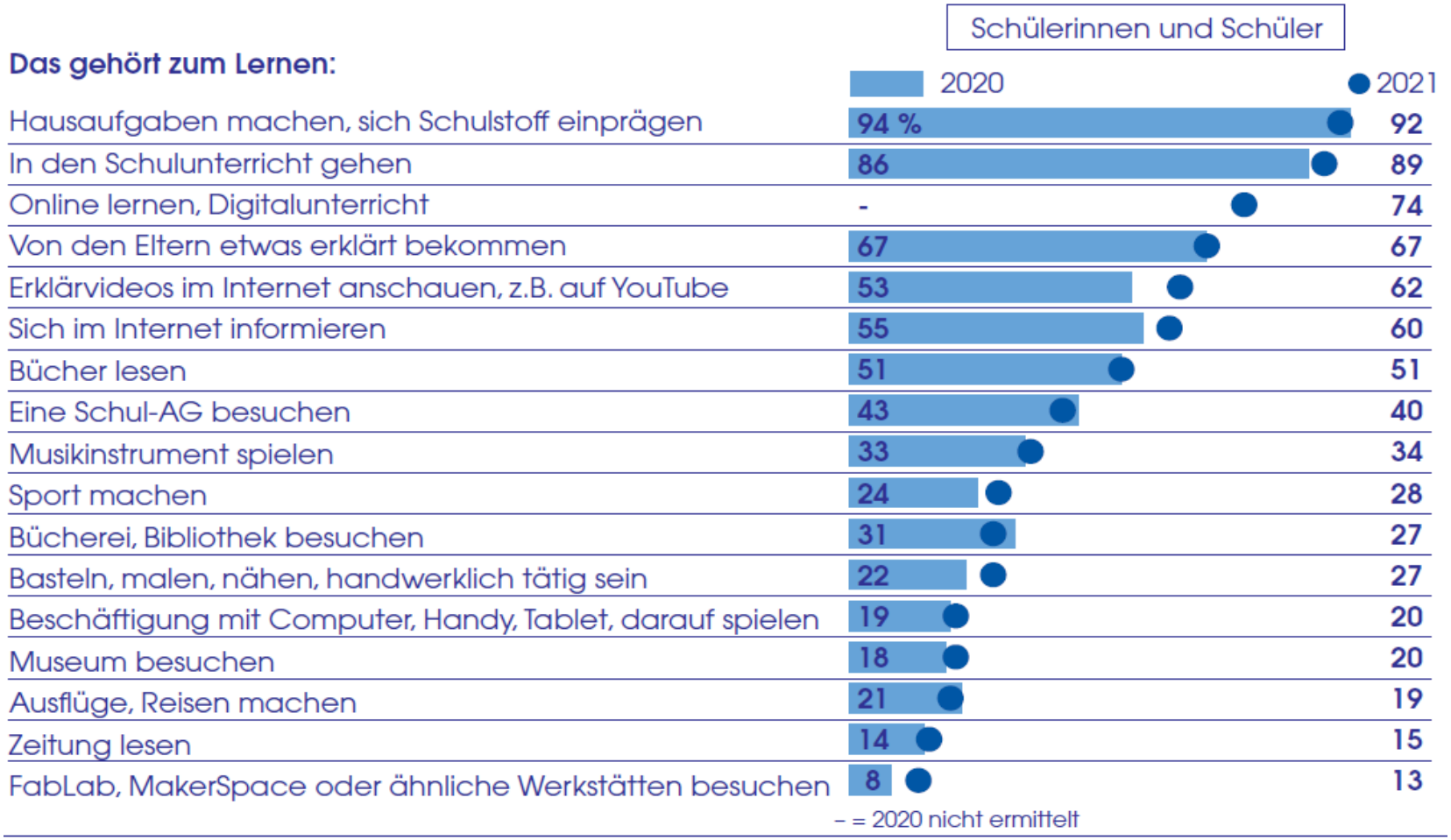
<u>Sozialkontakte:</u> Via Messenger und Social Media

➔ *WhatsApp* und *Instagram* für Kontaktpflege und soziales Miteinander unverzichtbar, *TikTok* mit größtem Zugewinn

<u>Medienumgang:</u> Nachhaltiger Digitalisierungsschub

➔ Neben Messengerdiensten und Social Media Angeboten sind Streamingdienste und *digitale Spiele* die ‚Krisengewinner'

Schüler*innen: Digitales Lernen (IfD-Allensbach 2021)



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Schülerinnen und Schüler der Klassenstufen 5 bis 10
Quelle: IfD-Umfragen 8222, 8246

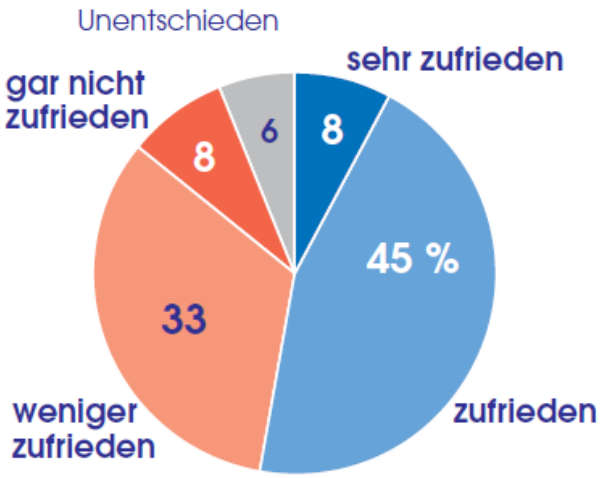
© IfD-Allensbach

Digitales Lernen (IfD-Allensbach 2021)

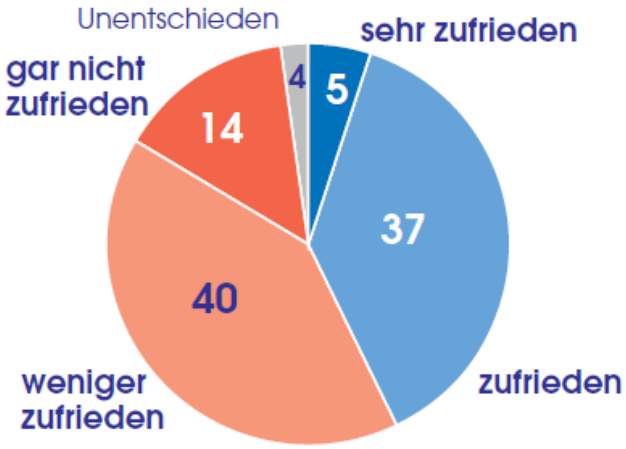
Frage: "Wie zufrieden bist Du/sind Sie alles in allem mit dem Digitalunterricht an Deiner/der Schule?"

Es sind mit dem Digitalunterricht in der Schule –

Schülerinnen und Schüler



Eltern

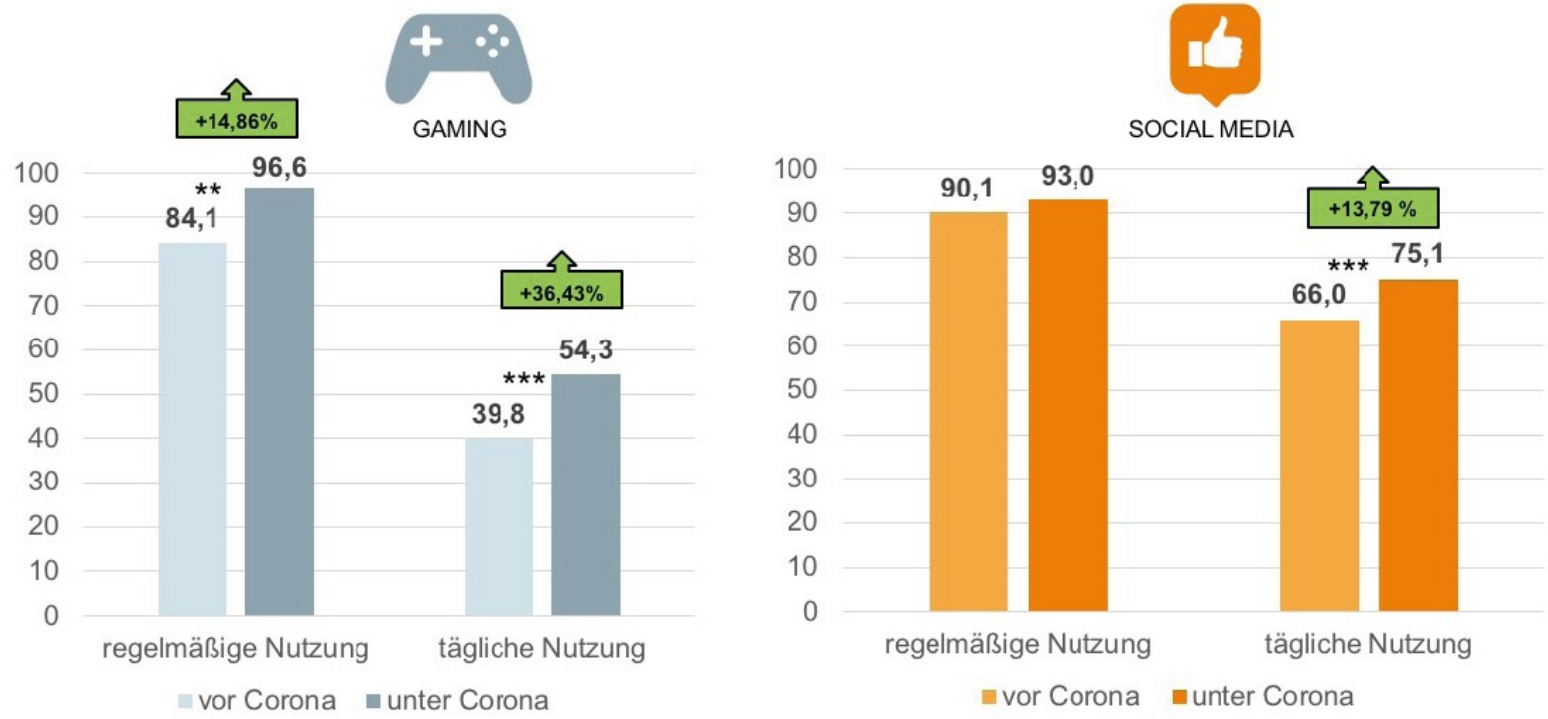


Basis: Bundesrepublik Deutschland, Eltern sowie Schülerinnen und Schüler der Klassenstufen 5 bis 10
Quelle: IfD-Umfragen 8246, 8266

© IfD-Allensbach

Games & Social Media: Krisengewinner (DAK 2020)

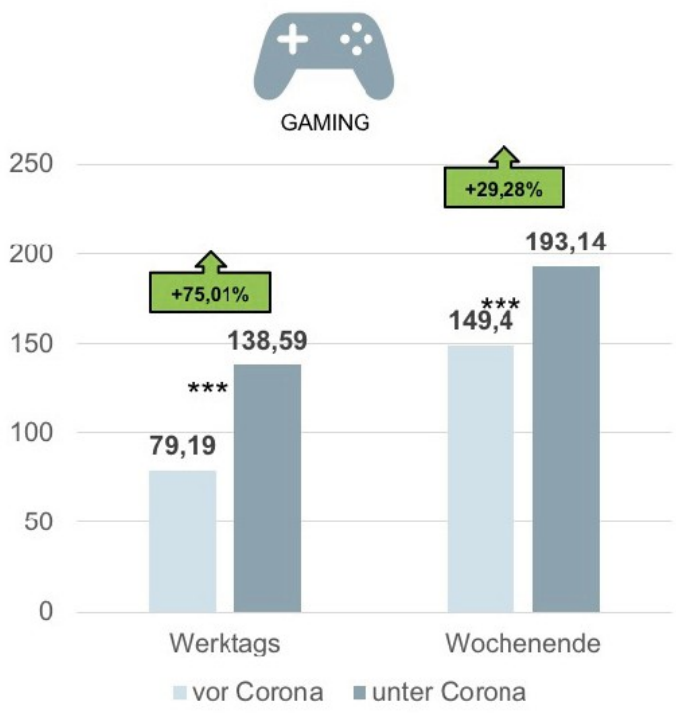
Nutzungshäufigkeiten [%] der Kinder und Jugendlichen vor und unter Corona-Lockdown



Regelmäßige Nutzung = Nutzung mindestens 1x die Woche
Signifikanzen: ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Games & Social Media: Krisengewinner (DAK 2020)

Nutzungszeiten [in Minuten] der regelmäßigen Nutzer (Kinder und Jugendliche) vor und unter Corona-Lockdown

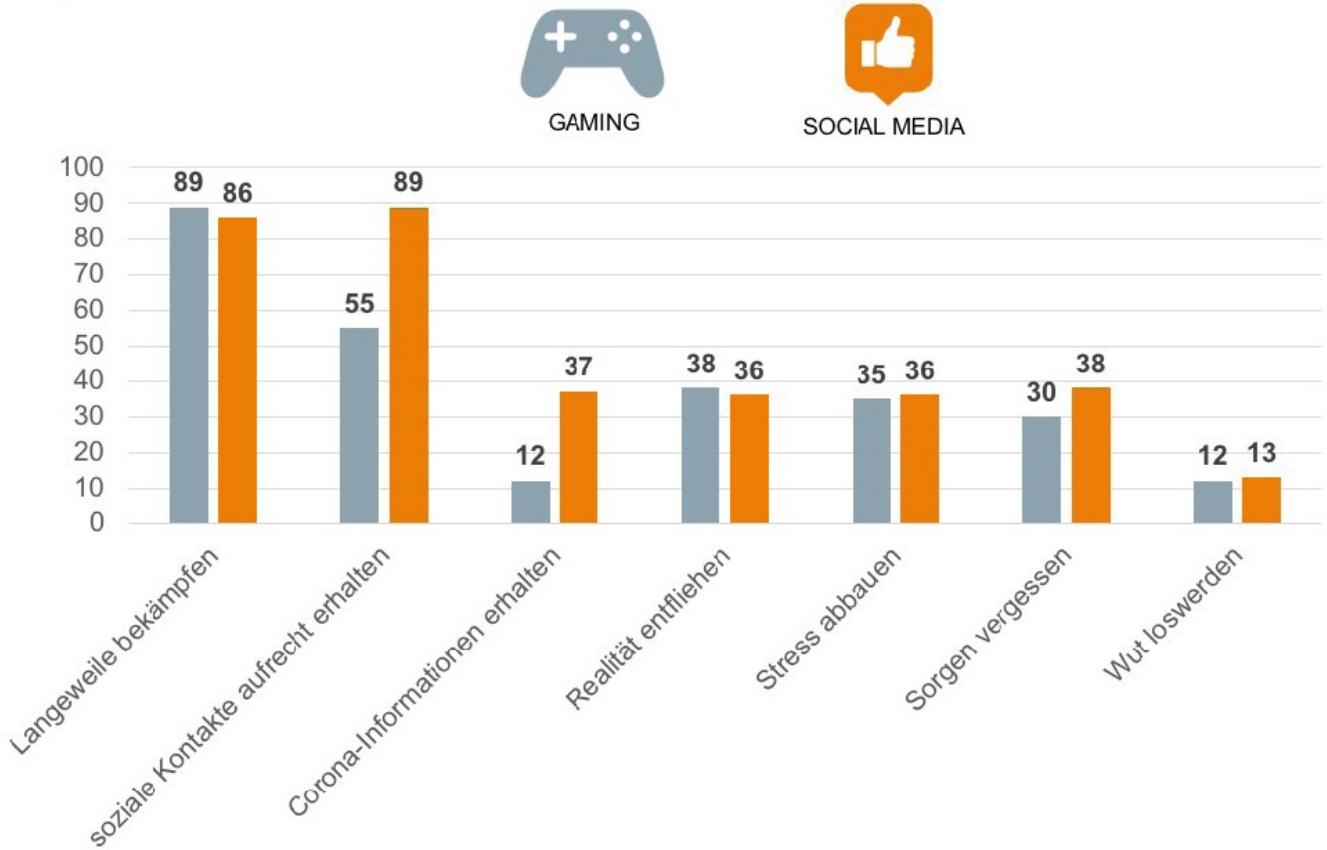


Regelmäßige Nutzung = Nutzung mindestens 1x die Woche
Signifikanzen: *** $p < 0.001$

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

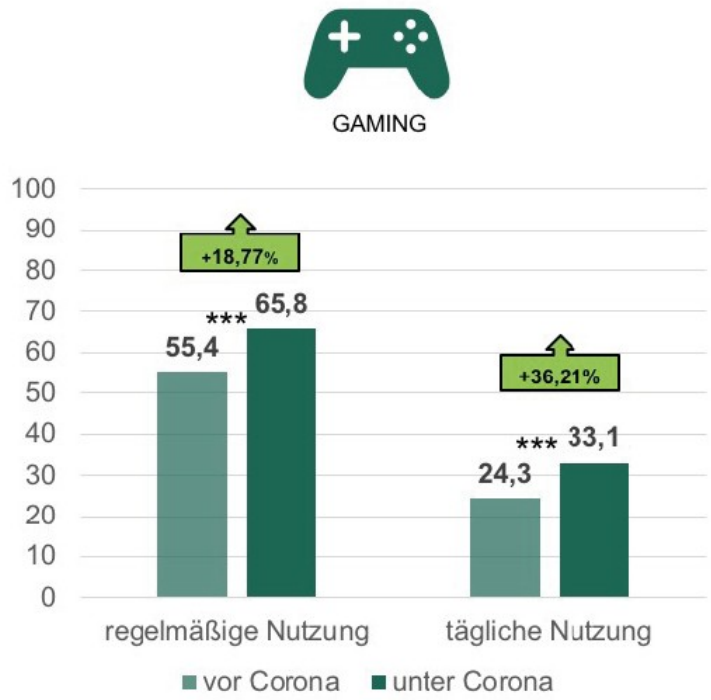
Games & Social Media: Krisengewinner (DAK 2020)

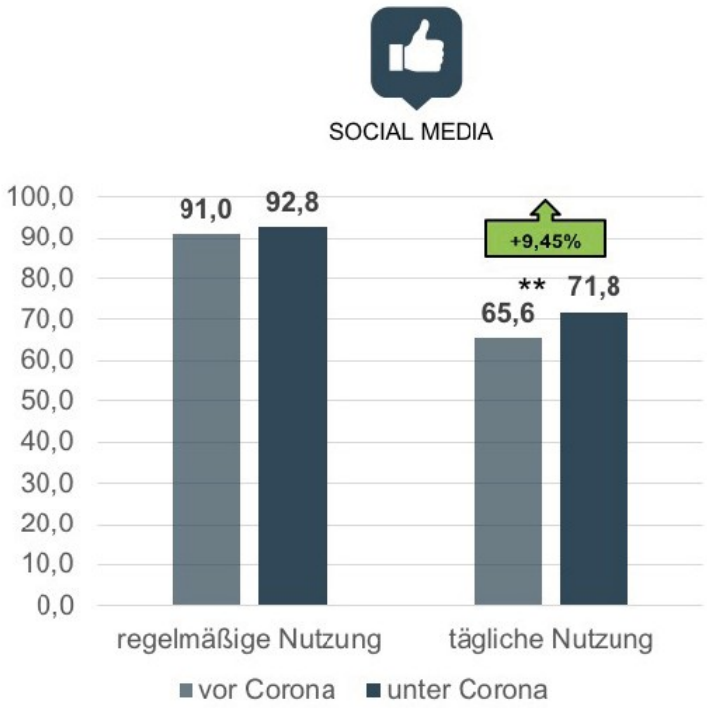
Nutzungsmotive der Kinder und Jugendlichen [in %] unter Corona-Lockdown



Games & Social Media: Krisengewinner (DAK 2020)

Nutzungshäufigkeit [in %] der Eltern vor und unter Corona-Lockdown





Regelmäßige Nutzung = Nutzung mindestens 1x die Woche
Signifikanzen: ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Games & Social Media: Krisengewinner (DAK 2020)

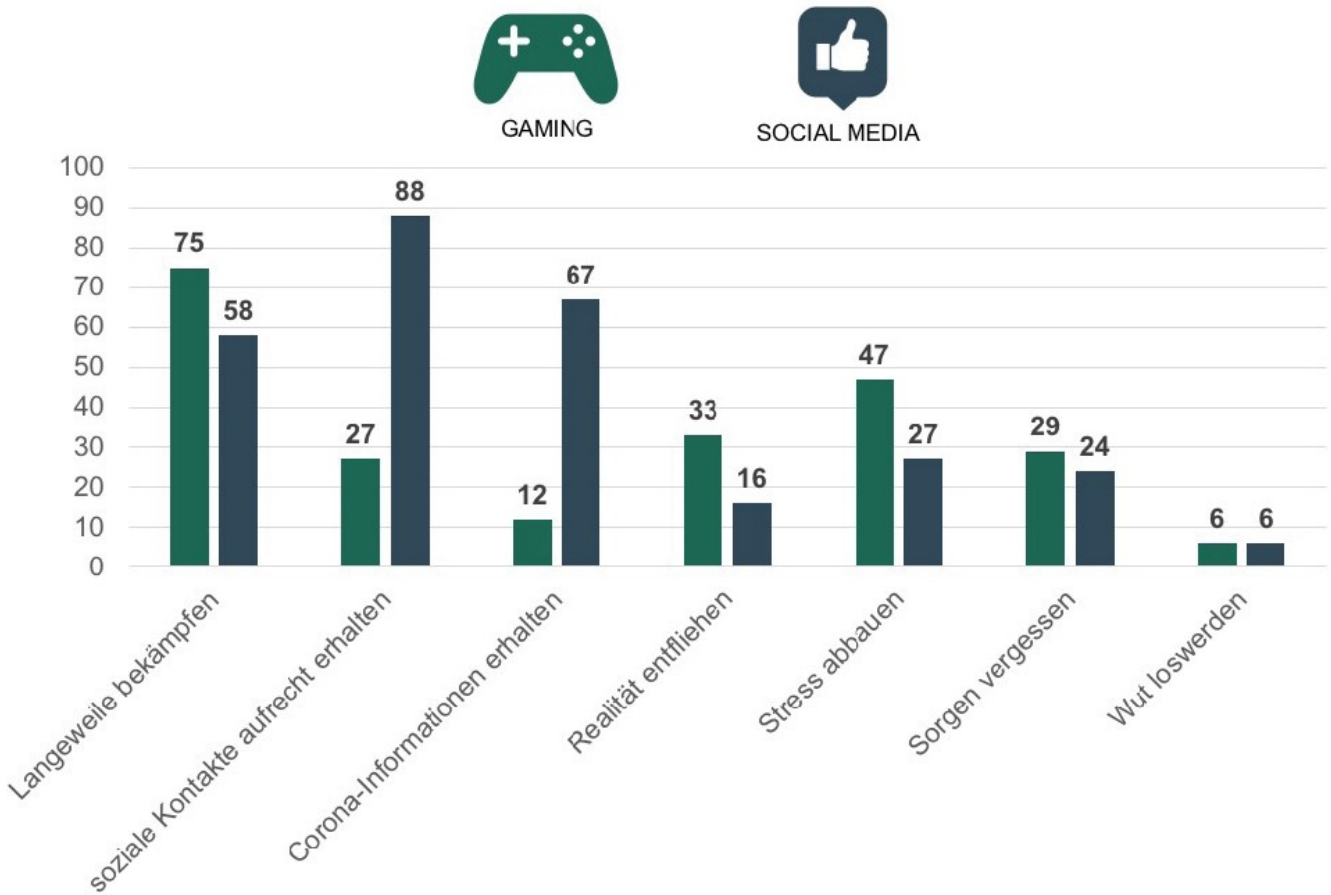
Nutzungszeiten [in Minuten] der regelmäßigen elterlichen Nutzer vor und unter Corona-Lockdown

Regelmäßige Nutzung = Nutzung mindestens 1x die Woche
Signifikanzen: *** $p < 0.001$

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Games & Social Media: Krisengewinner (DAK 2020)

Nutzungsmotive der Eltern [in %] unter Corona-Lockdown



AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Chancen & Risiken

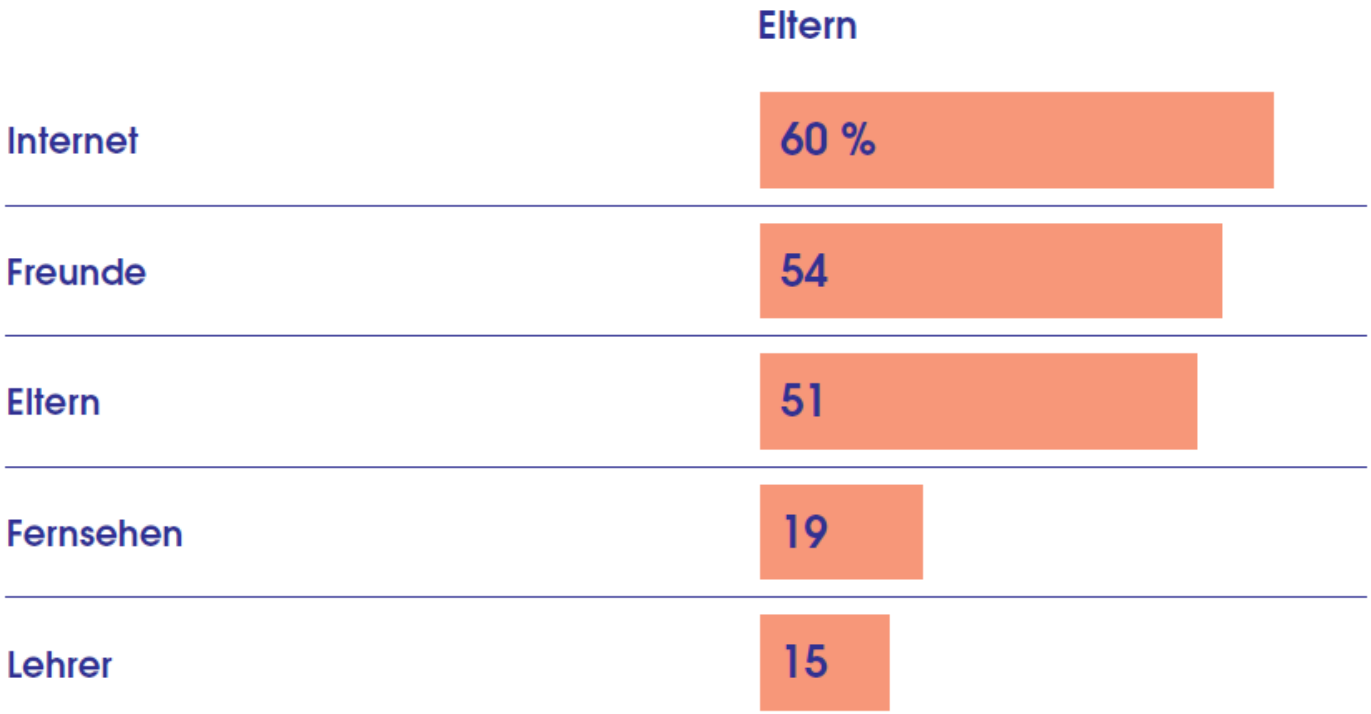
Neue Möglichkeiten und erweiterte Risikolagen in der digitalen Welt

'Wirkmacht' der Medien? (Hajok 2015a)

- ➔ Kinder/Jugendliche stehen (noch) am Anfang ihrer Entwicklung und sind durch reale wie mediale Erfahrungen (noch) **'beeinflussbarer' als Erwachsene**
- ➔ Sie beginnen, digitale Medien selbstverständlich zu nutzen, haben aber noch Schwierigkeiten, die Folgen ihres Medienhandelns abzuschätzen: **Neugierde geht vor Vorsicht**
- ➔ Medienumgang ist oft in **unzureichende Begleitung und fehlende Kontrolle** durch Erziehende eingebunden
- ➔ Kinder/Jugendliche können in aktiver Aneignung von Medien in ihrer Entwicklung zu eigenverantwortlicher/gemeinschaftsfähiger Persönlichkeit **gefördert und beeinträchtigt** werden

Wirkmacht digitaler Medien (IfD-Allensbach 2021)

Frage: "Wodurch werden Kinder und Jugendliche heute am meisten beeinflusst?" (Mehrfachangaben)



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Eltern von Schülerinnen und Schülern der Klassenstufen 5 bis 10
Quelle: IfD-Umfrage 8266

© IfD-Allensbach

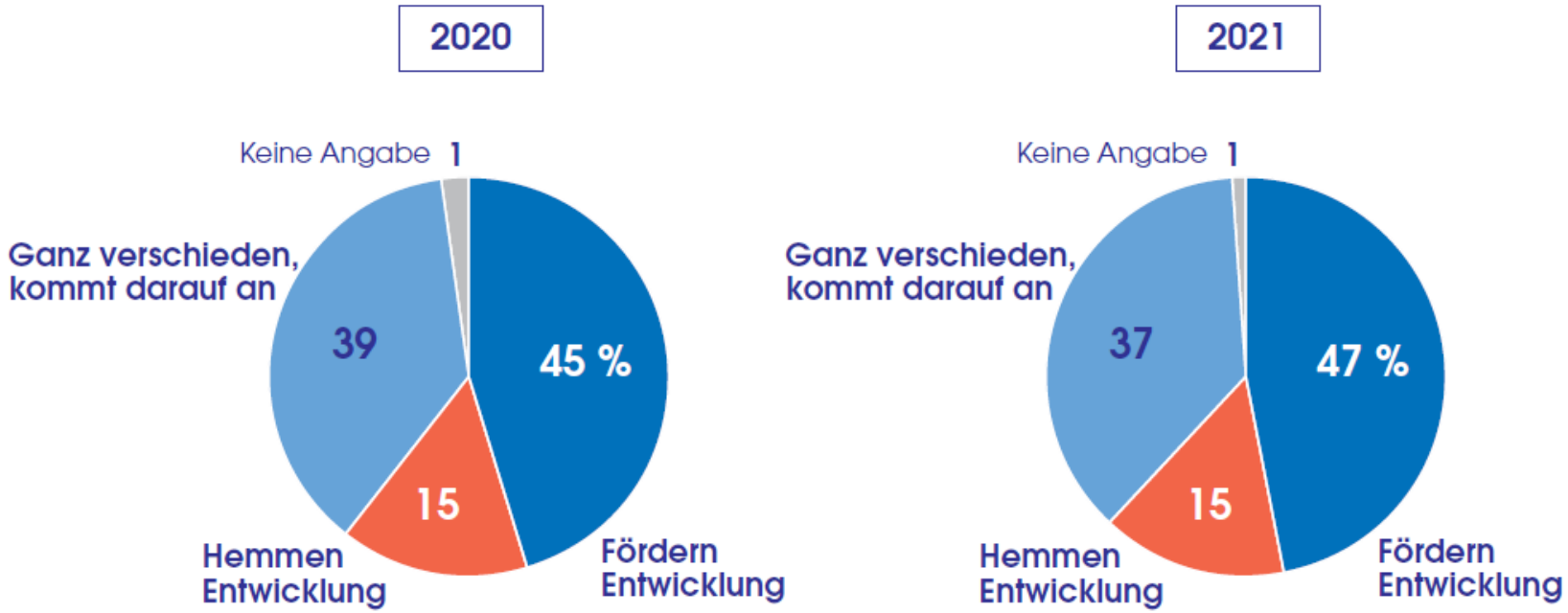
‘Einflüsse’ auf die Entwicklung (aus Hajok 2019a)

Entwicklungs-bereiche	Mögliche Implikationen des Medienumgangs
Identitätsbildung	Populäre Medienformate (etwa des Fernsehens) und Social Media Angebote repräsentieren diverse Stereotype, Verhaltensweisen und (Geschlechter-)Rollen, die vielfältige positive (etwa im Sinne von Geschlechtergerechtigkeit) und negative (etwa im Sinne der Verfestigung von Ungleichheiten) Anregungen zur Identitätsarbeit und Persönlichkeitsentwicklung bieten. Für die Ausbildung einer sozialen Identität sind medial vermittelte gesellschaftliche Ansprüche und Werte mittlerweile existenziell.
Kognitive Entwicklung	Die Aneignung und der Gebrauch von Sprache, Texten, Bildern etc. erfolgt in der digitalen Welt überwiegend mit Medien als Mittler. Die Entwicklung zuerst des logischen und rationalen, dann des abstrakten und hypothetischen Denkens ist vielfach mit medialen Inputs verschränkt. Beim Medienumgang werden Informationen verarbeitet, Erkenntnisprozesse initiiert und Wissen angeeignet, was die kognitive Entwicklung mehr (etwa bei der Auseinandersetzung mit komplexen Phänomenen) oder minder fördert (etwa bei ›unreflektierter‹ Internalisierung).
Körperlich-physiologische Entwicklung	Medien bieten vielfältige Anregungen bei der (möglichst ungestörten) Entwicklung hin zum körperlich und geistig gefestigten Erwachsenen. Gut gemachte und zielgruppenspezifische Aufklärungs-, Informations- und Beratungsangebote (etwa zu Ernährung und Gesundheit) können hier unterstützen, als nachahmens- und anstrebenswert präsentierte Darstellungen von problematischen Verhaltensweisen und psychopathologischen Störungen (etwa von selbstschädigendem Verhalten und Essstörungen) beeinträchtigen.
Soziale Entwicklung	Medial vermittelte Modelle für Erziehung, Partnerschaft, Familie bieten vielfältige Möglichkeiten für soziale Vergleichsprozesse. Wichtig für die Entwicklung des Sozialverhaltens und die Ausbildung der Fähigkeit zu Empathie und Perspektivübernahme sind bereits die parasozialen Beziehungen zu den ersten Medienfiguren, später die Begegnungen mit ›realen‹ Menschen in Messengerdiensten und sozialen Netzwerken. Hier kann sich ein von Respekt geprägtes Sozialverhalten ebenso etablieren wie ein von Häme und Ausgrenzung gekennzeichnetes Konfliktverhalten.
Sexuelle Entwicklung	Die persönlichen Skripte von Sexualität bilden sich bereits in Kindheit und Vorpubertät aus. Sie werden später in realen Begegnungen ›sexualisiert‹ und mit medialen Vorlagen abgeglichen. Sexualpädagogische Aufklärungs- und Beratungsangebote unterstützen die Entwicklung einer selbstbestimmten und gleichberechtigten Sexualität der Geschlechter. Darstellungen von sexueller Gewalt, bizarren Sexualpraktiken als üblich und normal, Frauen als Sexualobjekt etc. können irritieren, verunsichern, unter Druck setzen und sexualethisch desorientieren.
Ethisch-moralische Entwicklung	Die Entwicklung des moralischen Urteils ist in Aneignungsprozesse eingebettet, bei denen auch das Verhalten von Medienfiguren sowie medial vermittelte Krisen- und Kriegsereignisse in das persönliche Menschen- und Weltbild eingeordnet werden. Werden ›unsere‹ Werte und soziale Normen selbstverständlich von den Protagonisten vorgelebt, kann dies die Ausbildung eines Bewusstseins für Verantwortung und regelkonformes Handelns fördern. Nachteilig ist, wenn Identifikationsfiguren etwa Devianz und Delinquenz als erfolgreiches Handeln propagieren.
Religiöse Entwicklung	Neben Elternhaus und Schule bieten auch die Medien vielfältige Inputs für die Ausbildung eines individuell-reflektierenden Glaubens im Sinne einer existenziellen Sinnsuche und Sinnfindung. Den Grundfragen menschlicher Existenz (etwa nach einem Leben nach dem Tod oder einer ›höheren Macht‹) wird vor einem übersinnlichen, göttlichen oder transzendenten Hintergrund nachgegangen. Förderlich sind hier Angebote zur interreligiösen und interkulturellen Bildung, nachteilig propagandistische Schriften, YouTube-Videos etc. (etwa des gewaltorientierten Islam).
Politische Sozialisation	Die Entwicklung zu einem Mitglied der Gesellschaft, das sich mit Akzeptanz der politischen Ordnung eigene Standpunkte erarbeitet und aktiv an der (Mit-)Gestaltung seiner sozialen und politischen Umwelt beteiligt, ist heute eng mit den Partizipationsmöglichkeiten bei *Facebook*, *Twitter* & Co. verschränkt. Sich frühzeitig und eigenaktiv in politische Diskurse einbringen und auf soziale Missstände aufmerksam machen zu können, fördert die politische Sozialisation, ein Umfeld von Hate Speech und Fake News evoziert gegebenenfalls aber auch eigene Grenzüberschreitungen.

Tab. 2: Ergänzte und aktualisierte Darstellung nach Hajok 2014, 2015a.

Einfluss digitaler Medien (IfD-Allensbach 2021)

Frage: "Wie sehen Sie eigentlich den Einfluss der modernen Technologien auf Kinder? Glauben Sie, dass Computer und andere digitale Medien die Entwicklung von Kindern fördern, oder hemmen Computer und andere digitale Medien die Entwicklung eher?"



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Eltern von Schülerinnen und Schülern der Klassenstufen 5 bis 10
Quelle: IfD-Umfragen 8222, 8266

© IfD-Allensbach

Chancen des Medienumgangs

Kinder und Jugendliche als (bereits) selbstbestimmte 'autonome' Mediennutzer

- Unabhängigkeit von Ort und Zeit
- eigene 'geschützte' Handlungsräume
- gesellschaftliche Partizipation
- neue Formen des Lernens
- Selbstausdruck und kulturelle Teilhabe
- Spielwiese, um sich auszuprobieren
- flexible Zugänge zu Information
- Austausch und Vernetzung
- ...
- ...
- ...

Partizipatives Medienhandeln (Wagner/Würfel 2013)

Information und Orientierung

➔ Individuell zusammengestellte Medienmenüs enthalten zunehmend User Generated Content

Austausch und Vernetzung

➔ Mischformen öffentlich-privater Kommunikation entgrenzen Face-to-face-Austausch räumlich, zeitlich, sozial-situativ

Selbstausdruck über eigene Medienprodukte

➔ Erstellen eigener Texte, Bilder, Videos und kreatives Bearbeiten/Verändern vorhandener (mulit-)medialer Werke

Kooperation und Kollaboration

➔ Schaffung gemeinschaftlicher Inhalte und Strukturen im Social Web durch Formen der Zusammenarbeit

In den letzten 4 Wochen… (nach Hasebrink et al. 2019)

Information und Orientierung

➔ für Schularbeiten (67 %), Sachen gesucht, die ich kaufen könnte (46 %), Arbeits-/Studienmöglichkeiten (43 %), Nachrichten/News (34 %), Infos zu Gesundheit (10 %)

Austausch und Vernetzung

➔ Soziale Netzwerke (61 %), Skype/Facetime mit Familie oder Freunden (39 %), Gruppe mit Menschen mit gleichen Hobbys (25 %), Kontakt zu Menschen aus anderen Ländern (14 %)

Selbstausdruck über eigene Medienprodukte

➔ eigene Video/Musik gemacht und ins Netz gestellt (17 %)

Kooperation und Kollaboration

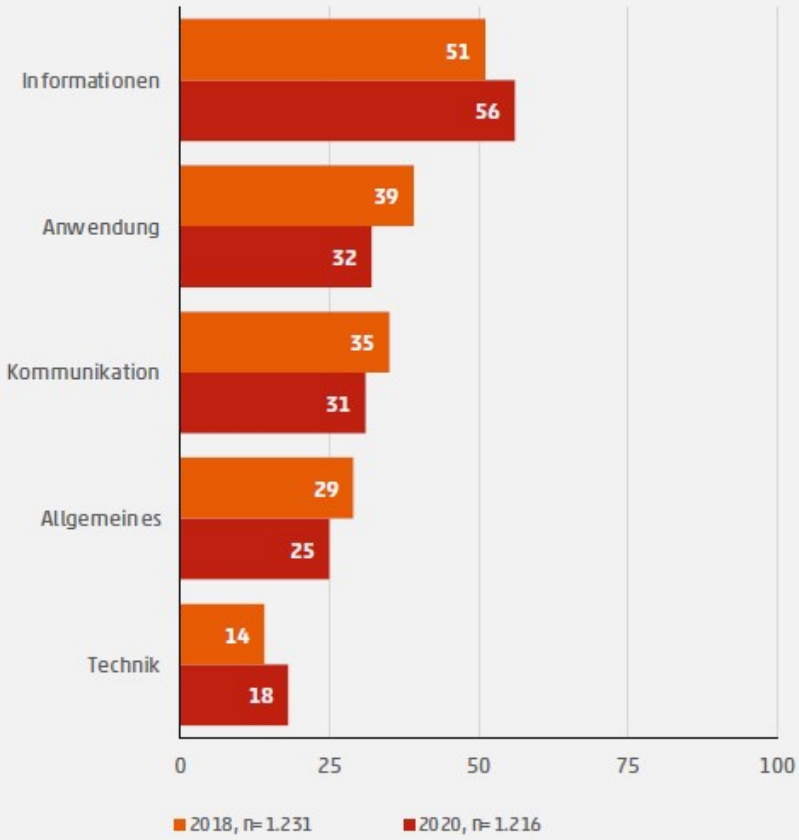
➔ Online über politische/soziale Probleme diskutiert (11 %), Beteiligung an Kampagne/Protest oder Online-Petition (6 %)

Internet aus Sicht von Kindern (MPFS 2021)

Was ist das Internet

– Kategorie –

Top Nennungen 2020 der jeweiligen Kategorie:	
~ Informationsplattformen/ -quellen	15%
~ Man findet alles/was man will zu allen Themen	14%
~ Spiele spielen	12%
~ Filme sehen/Musik hören/Fotos ansehen	10%
~ einkaufen	7%
~ Kontakt/Austausch/Verbindung zu Menschen (weltweit) / Verbindung mit der ganzen Welt (von zu Hause)	13%
~ Netzwerk rund um die Welt	8%
~ man kann alles machen/unbegrenzt/vielseitig	5%
~ muss aufpassen/vorsichtig sein/gefährlich	3%
~ macht Spaß/wird nie langweilig/lustig/witzig	3%
~ man braucht Computer/Handy/PC zum reingehen	6%
~ Computer/-system/-netzwerk / besteht aus vielen PCs, riesengroße Festplatte (weltweit)	4%



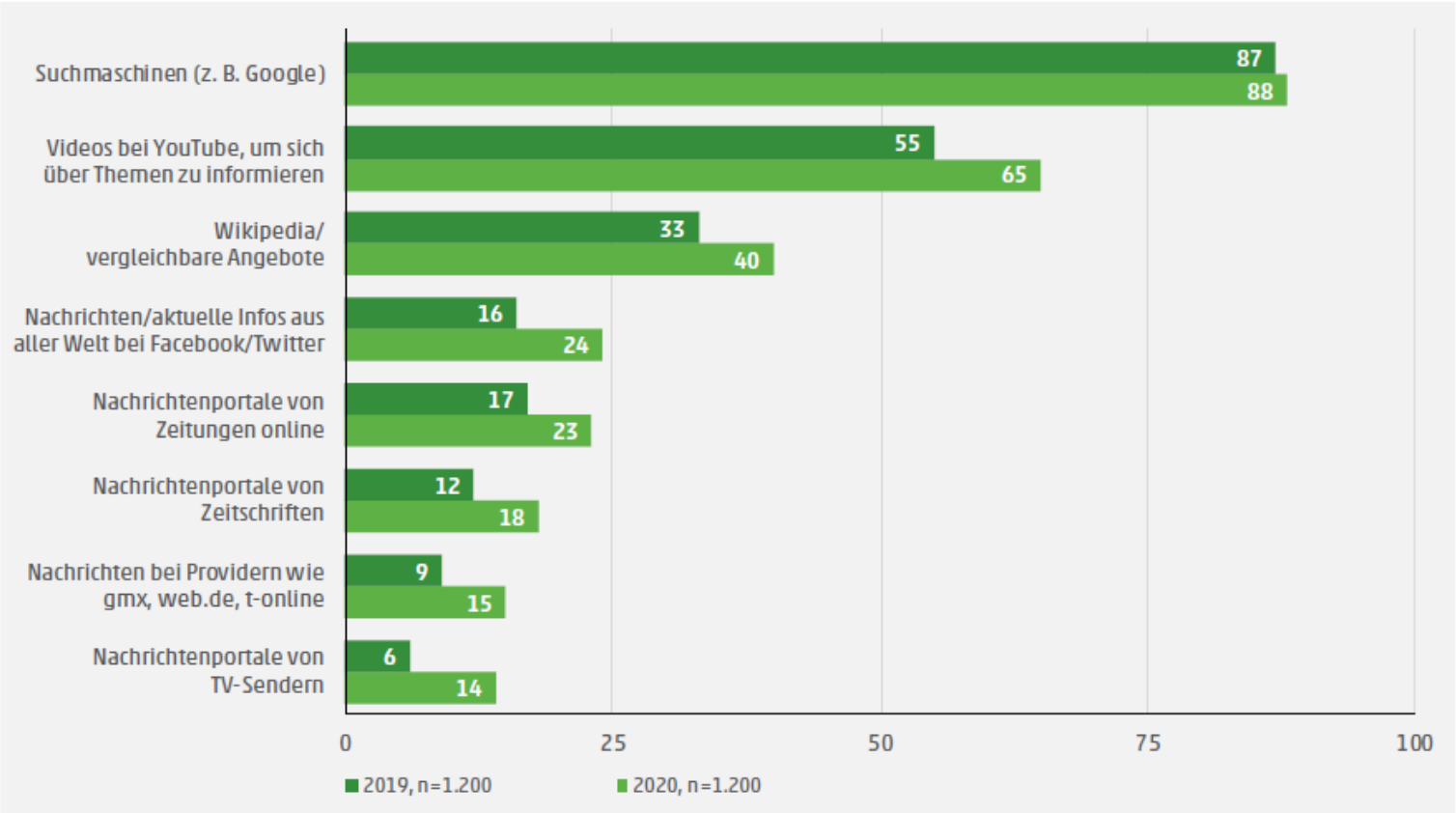
Quelle: KIM 2018, KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Jugend und Information… (MPFS 2020)

Tätigkeiten im Internet – Schwerpunkt: Information 2020 –Vergleich 2019

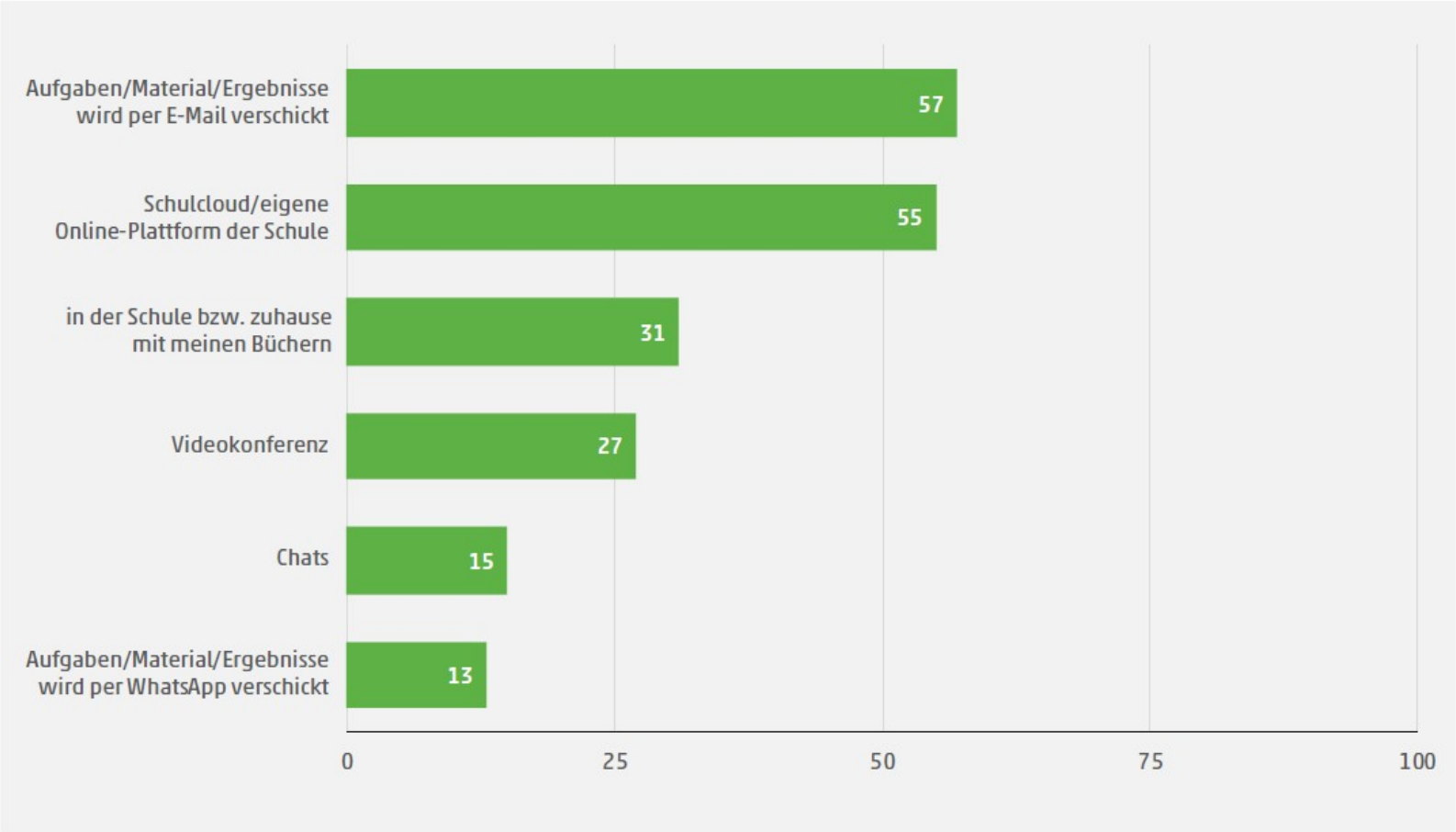
– täglich/mehrmals pro Woche –



Quelle: JIM 2020, JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

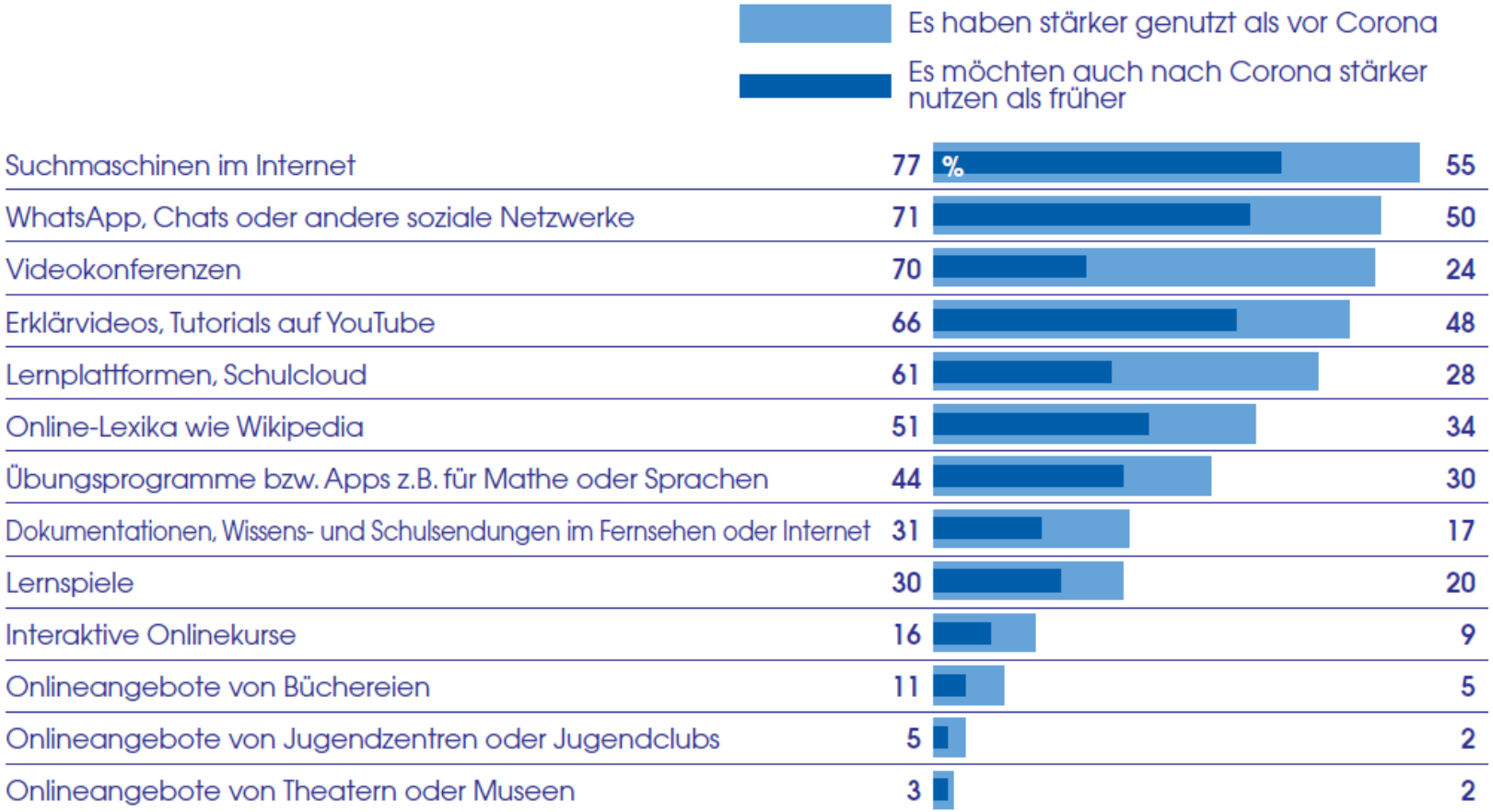
Jugend und Lernen 2020… (MPFS 2020)

Plattformen zum Lernen



Quelle: JIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Schüler*innen n=923

Lernen unter/nach Corona (IfD-Allensbach 2021)



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Schülerinnen und Schüler der Klassenstufen 5 bis 10
Quelle: IfD-Umfrage 8246

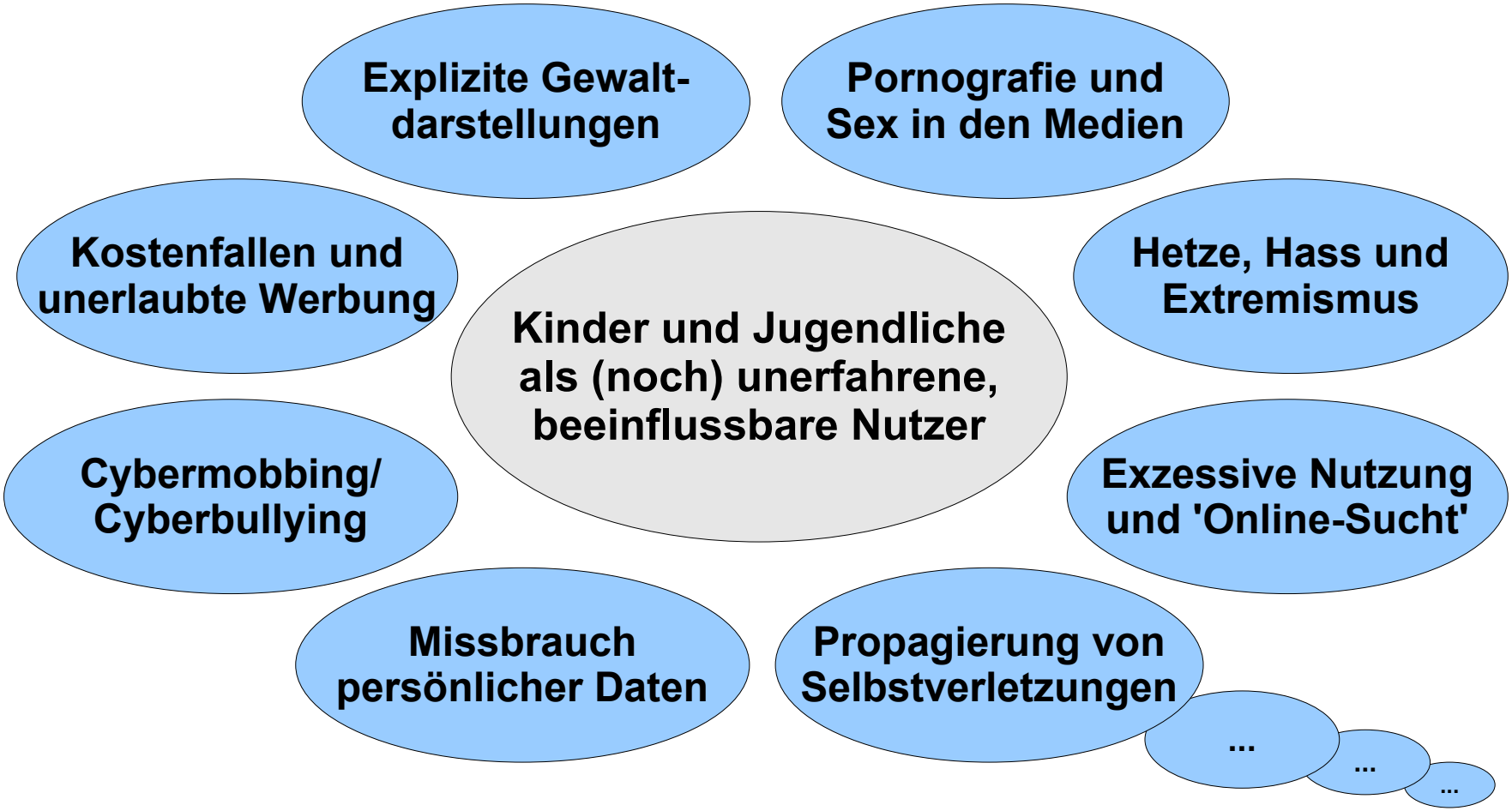
© IfD-Allensbach

Riskantes Heranwachsen? (nach Hasebrink et al. 2019)

Eltern von Mädchen (n = 523) machen sich große Sorgen hinsichtlich …	Rang	Eltern von Jungen (n = 521) machen sich große Sorgen hinsichtlich …
Wie sich Kind in der Schule macht	1.	Wie sich Kind in der Schule macht
Von Fremden im Internet kontaktiert	2.	Verletzung auf der Straße
Opfer eines Verbrechens	3.	Gesundheit des Kindes
Verletzung auf der Straße	4.	Von Kindern verletzt/gemein behandelt
Sehen ungeeigneter Inhalte im Netz	5.	Sehen ungeeigneter Inhalte im Netz
Gesundheit des Kindes	6.	Opfer eines Verbrechens
Von Kindern verletzt/gemein behandelt	7.	Von Fremden im Internet kontaktiert
Kind offenbart online persönliche Infos	8.	Genug Geld, um für Kind zu sorgen
Genug Geld, um für Kind zu sorgen	9.	Kind trinkt zu viel Alkohol/nimmt Drogen
Kind trinkt zu viel Alkohol/nimmt Drogen	10.	Kind offenbart online persönliche Infos
Sexuelle Aktivitäten des Kindes	11.	Kind bekommt Schwierigkeiten mit Polizei
Kind bekommt Schwierigkeiten mit Polizei	12.	Sexuelle Aktivitäten des Kindes

Eltern sorgen sich um ihre Kinder! Neben den schulischen Leistungen legen sie den Fokus auf spezifische reale und mediale Risiken für die Entwicklung und Gesundheit von Mädchen und Jungen im Alter zwischen 9 und 17 Jahren.

Risiken des Medienumgangs



Gefährdungsatlas (BPjM 2019)

Teil des Strategieprozesses "Digitales Aufwachsen. Vom Kind aus denken. Zukunftssicher handeln."

- ➔ Onlinenutzung junger Menschen in lebensweltlichen Kontexten
- ➔ Systematisierung von Onlinerisiken
- ➔ ausführliche Beschreibung von 35 Medienphänomenen mit Gefährdungspotenzial
- ➔ unbeschwerte Teilhabe als Ziel des Kinder- und Jugendmedien-schutzes

Von Kontakt- zu Verhaltensrisiken

Neue Akteursrollen – neue Gefahren (Dreyer et al. 2013)

- ➔ als **Nutzer standardisierter Inhalte** werden Kinder und Jugendliche weiterhin mit problematischen Darstellungen von Gewalt, Sexualität, Extremismus etc. konfrontiert
- ➔ als **Marktteilnehmer** machen sie nun auch unliebsame Erfahrungen mit versteckten Kosten, Targeting und der Weitergabe persönlicher Daten
- ➔ als **Kommunizierende** sind sie im Kontakt mit anderen zuweilen Mobbing und Gruppendruck ausgesetzt
- ➔ als **Akteure** sind sie es manchmal selbst, die andere attackieren, sich zu freizügig präsentieren oder zu tief in die Welt der Medien eintauchen

Online-Risiken aus Sicht von… (nach Brüggen et al. 2017)

Kinder (9 bis 16 Jahre)

Keine Sorgen

Risiken durch Verhalten von Heranwachsenden

Kontaktrisiken

Persönliche Konsequenzen

Finanzielle/Vertrags-Risiken

Technikbezogene Risiken

Inhaltsbezogene Risiken

…

Eltern (28 bis 67 Jahre)

Kontaktrisiken

Inhaltsbezogene Risiken

Persönliche Konsequenzen

Keine Sorgen

Risiken durch Verhalten von Heranwachsenden

Zeitbezogene Risiken

Finanzielle/Vertrags-Risiken

…

Online-Risiken aus Sicht von… (nach Gebel et al. 2018)

Lehrkräfte (Schule)

Inhaltsbez. Risiken

Persönliche Folgen

Kompetenzbez./ strukturelle Defizite

Risiken durch Verhalten von Heranwachsenden

Nutzungsdauer

Keine Sorgen

…

Fachkräfte (außerschulisch)

Inhaltsbez. Risiken

Persönliche Folgen

Kompetenzbez./ strukturelle Defizite

Risiken durch Verhalten von Heranwachsenden

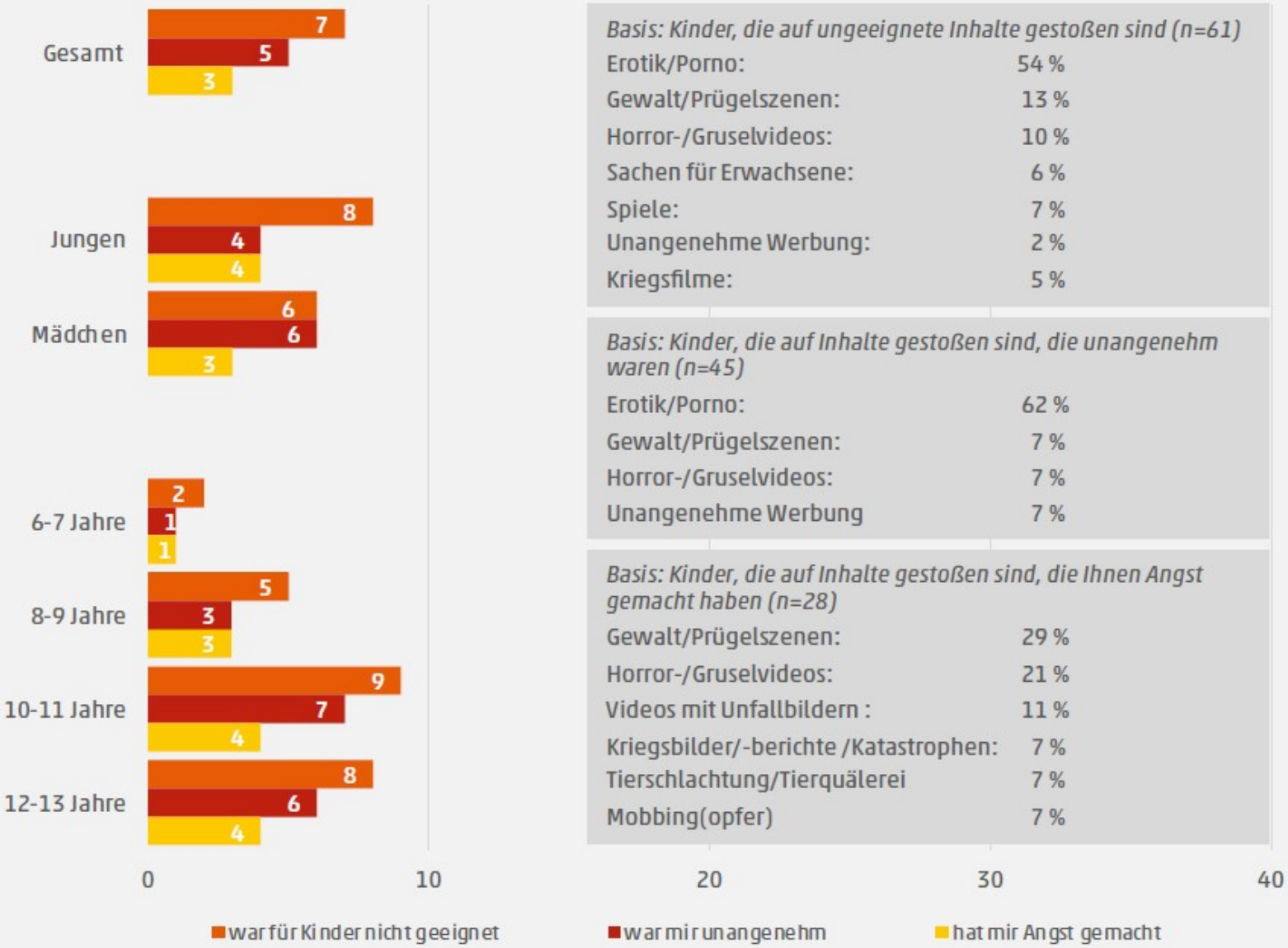
keine Sorgen

Kontakt-Risiken

…

Probleme im Internet 2020

– „Bist du schon mal auf Sachen gestoßen, die dir unangenehm waren, die für Kinder ungeeignet waren oder die dir Angst gemacht haben?" –



Basis: Kinder, die auf ungeeignete Inhalte gestoßen sind (n=61)

Erotik/Porno:	54 %
Gewalt/Prügelszenen:	13 %
Horror-/Gruselvideos:	10 %
Sachen für Erwachsene:	6 %
Spiele:	7 %
Unangenehme Werbung:	2 %
Kriegsfilme:	5 %

Basis: Kinder, die auf Inhalte gestoßen sind, die unangenehm waren (n=45)

Erotik/Porno:	62 %
Gewalt/Prügelszenen:	7 %
Horror-/Gruselvideos:	7 %
Unangenehme Werbung	7 %

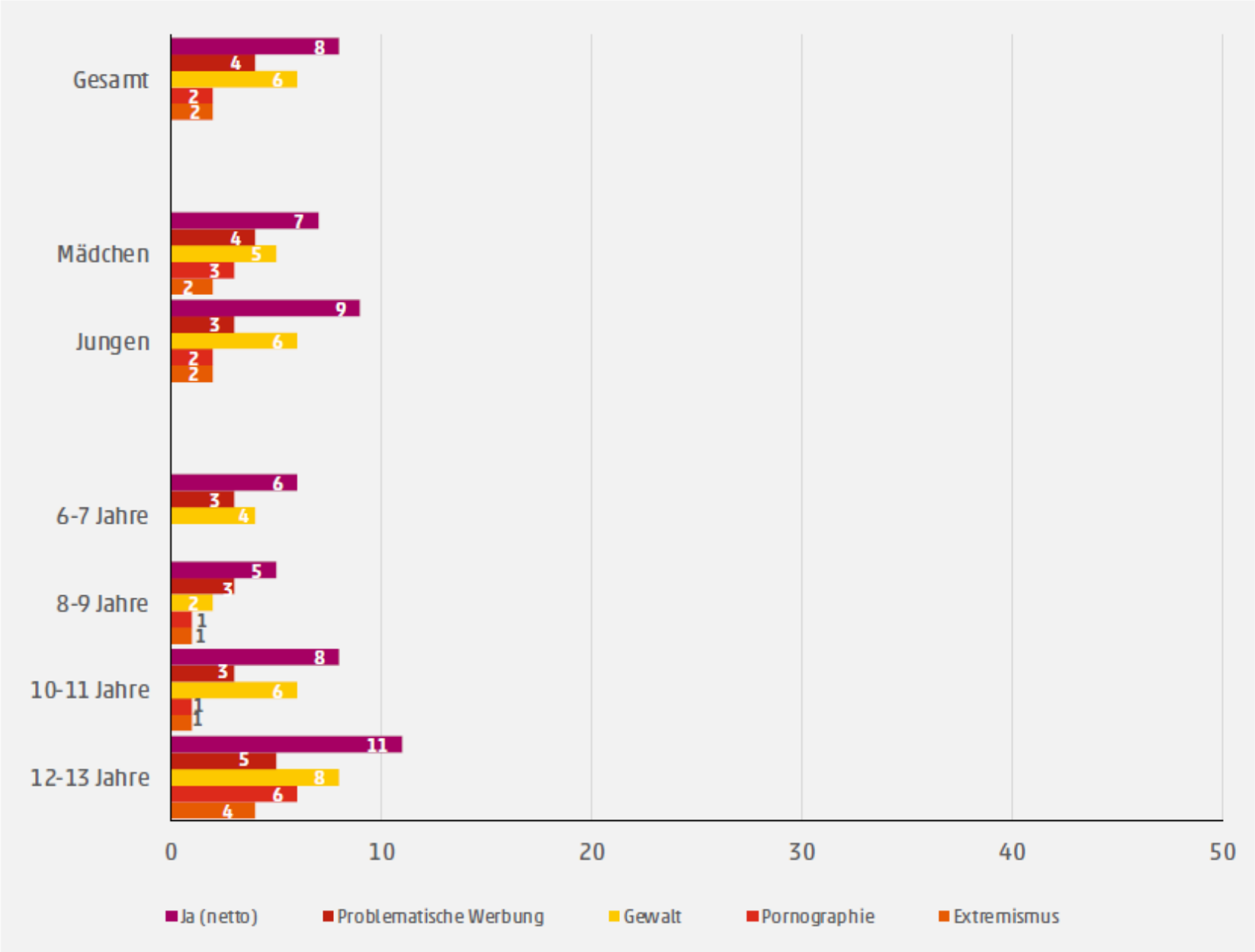
Basis: Kinder, die auf Inhalte gestoßen sind, die Ihnen Angst gemacht haben (n=28)

Gewalt/Prügelszenen:	29 %
Horror-/Gruselvideos:	21 %
Videos mit Unfallbildern :	11 %
Kriegsbilder/-berichte /Katastrophen:	7 %
Tierschlachtung/Tierquälerei	7 %
Mobbing(opfer)	7 %

Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=863

Kind ist schon einmal auf gewalthaltige/pornografische/extremistische Seiten gestoßen

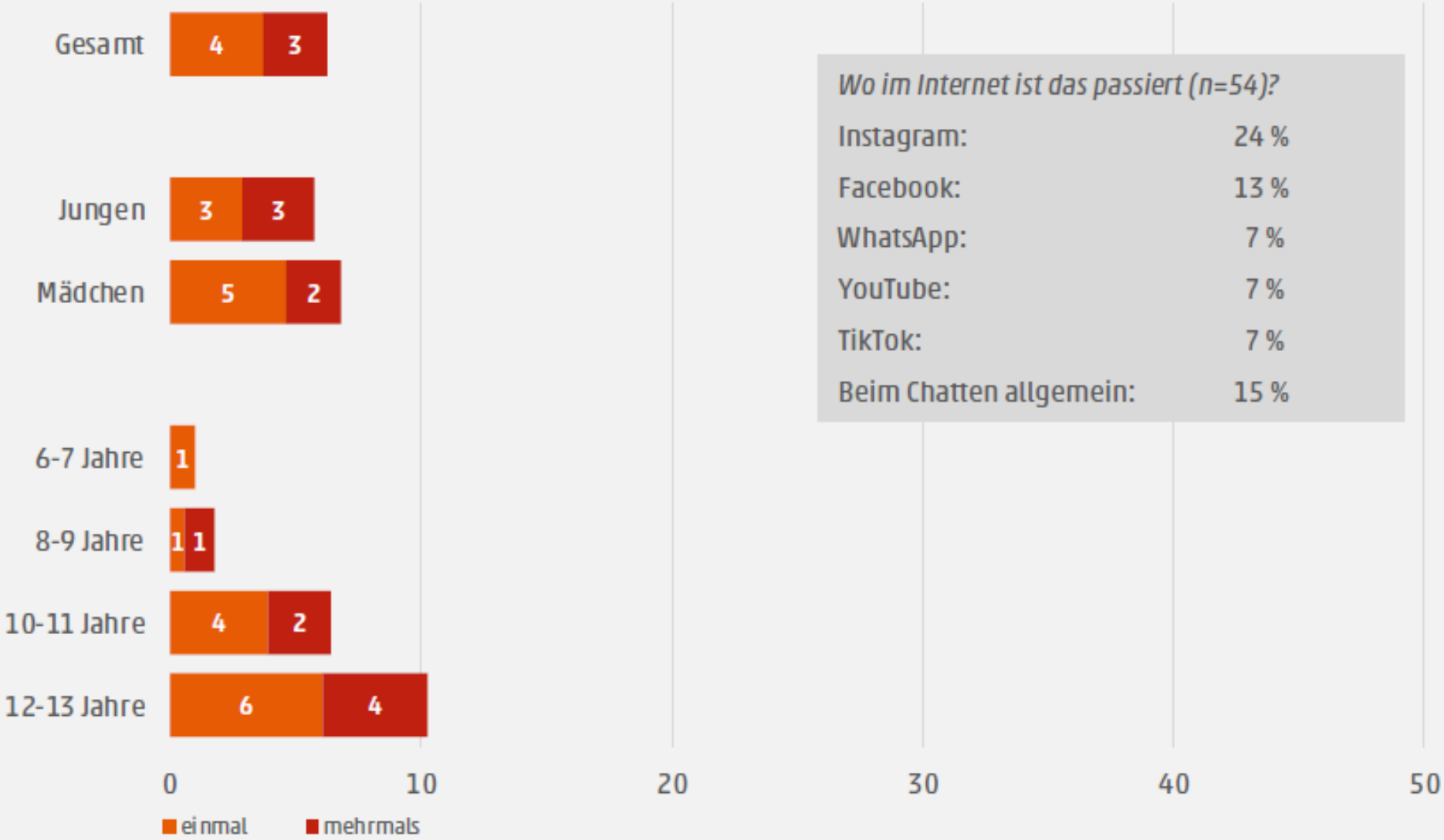
– „Angaben der Haupterzieher*innen" –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent,Basis: Haupterzieher*innen von Internet-/Online-Plattformen-/Apps-Nutzer*innen, n=905

Unangenehme Bekanntschaften im Internet 2020

– „Ja, ich habe schon einmal/mehrmals unangenehme Leute im Internet getroffen" –



Wo im Internet ist das passiert (n=54)?

Instagram:	24 %
Facebook:	13 %
WhatsApp:	7 %
YouTube:	7 %
TikTok:	7 %
Beim Chatten allgemein:	15 %

Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internet-Nutzer*innen, n=863

In den letzten 12 Monaten… (nach Hasebrink et al. 2019)

Online-Erfahrungen 9- bis 17-Jähriger

➔ 9 Prozent der Heranwachsenden online mit belastenden, schlimmen, ängstigenden etc. Sachen konfrontiert

➔ negative Erfahrungen nehmen im Altersverlauf zu, bei Mädchen doppelt so häufig verbreitet wie bei Jungen

Häufigkeit negativer Online-Erfahrungen

➔ 76 Prozent der Heranwachsenden nicht permanent, sondern nur punktuell (ein paar Mal) → 6 Prozent (fast) täglich

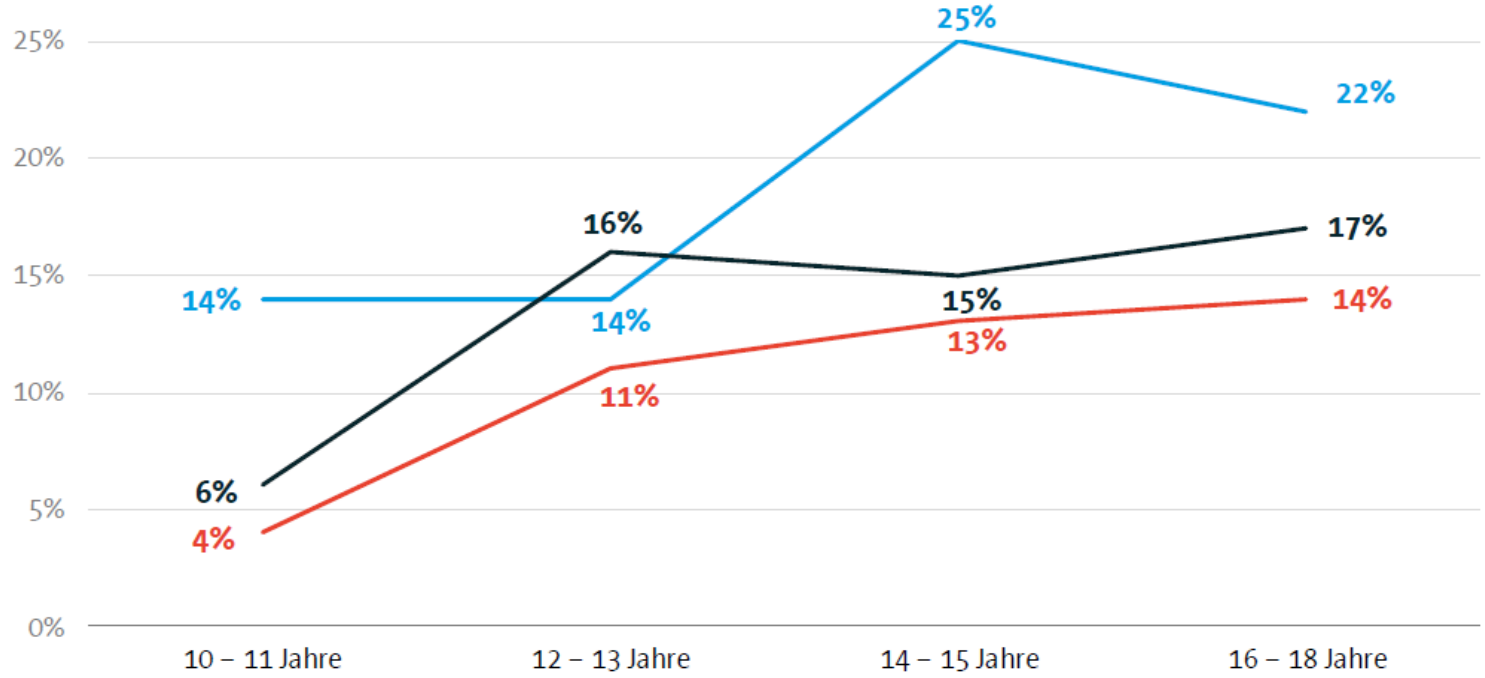
Belastend, schlimm, ängstigend?

➔ Beispiele: *gemeine Sachen über mich geschrieben worden*, *von Fremden angeschrieben*, *Kettenbrief erhalten*, *in Video wurde süßer Hund gequält*, *Fotos von nackten Menschen* ...

Negative Online-Erfahrungen (Berg 2019)

Auch im Internet werden negative Erfahrungen gemacht

Welche negativen Erfahrungen hast du persönlich im Internet bereits gemacht?



41%
Haben negative Erfahrungen im Internet gemacht

- Ich habe im Internet Sachen gesehen, die mir Angst gemacht haben.
- Ich bin beleidigt oder gemobbt worden.
- Über mich sind Lügen verbreitet worden.

Basis: 10- bis 18-jährige Internetnutzer | n=607
Quelle: Bitkom Research

bitkom

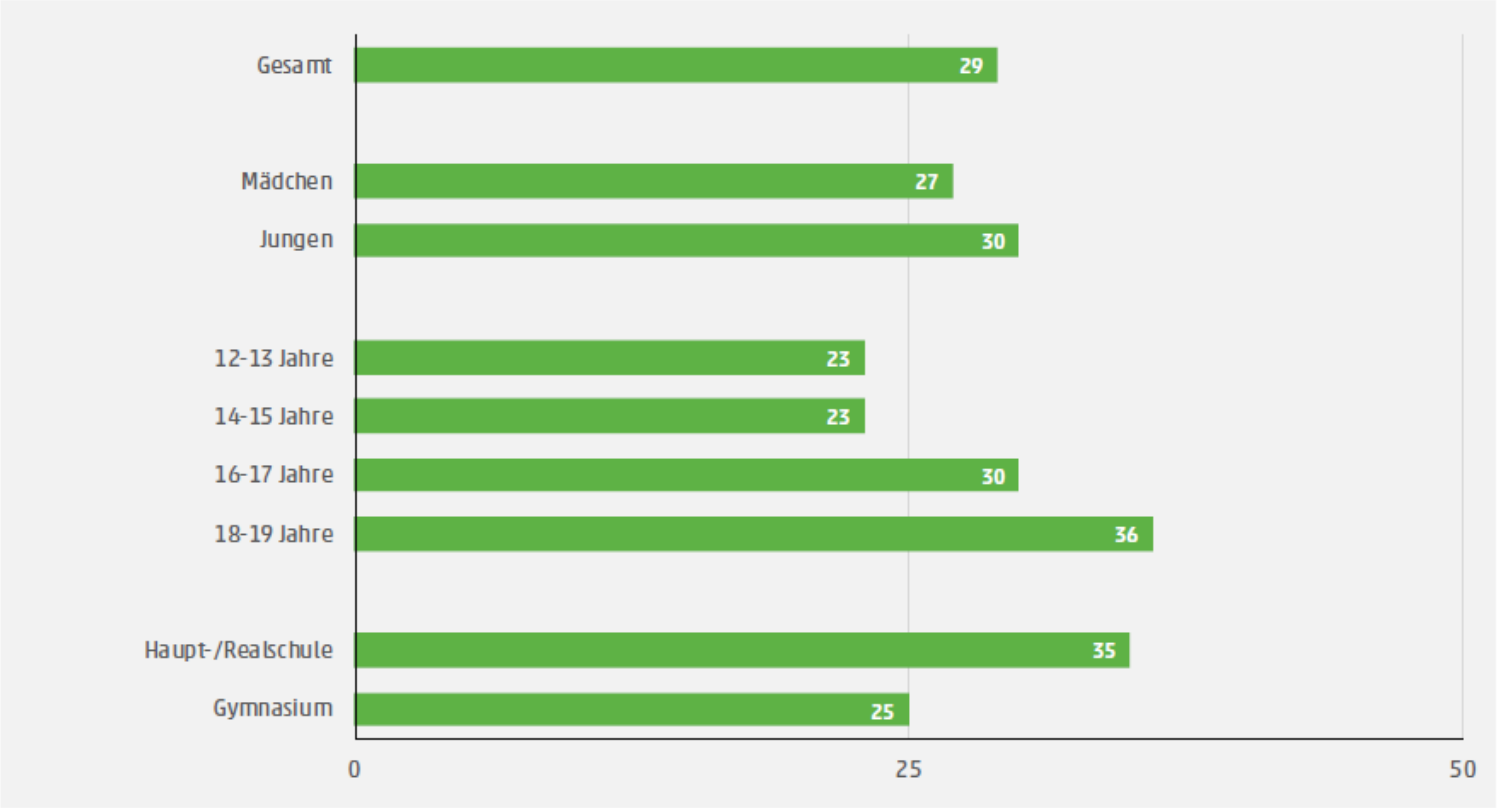
Anstieg von 29 Prozent in 2017 auf 41 Prozent in 2019!!!

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Negative Online-Erfahrungen (MPFS 2020)

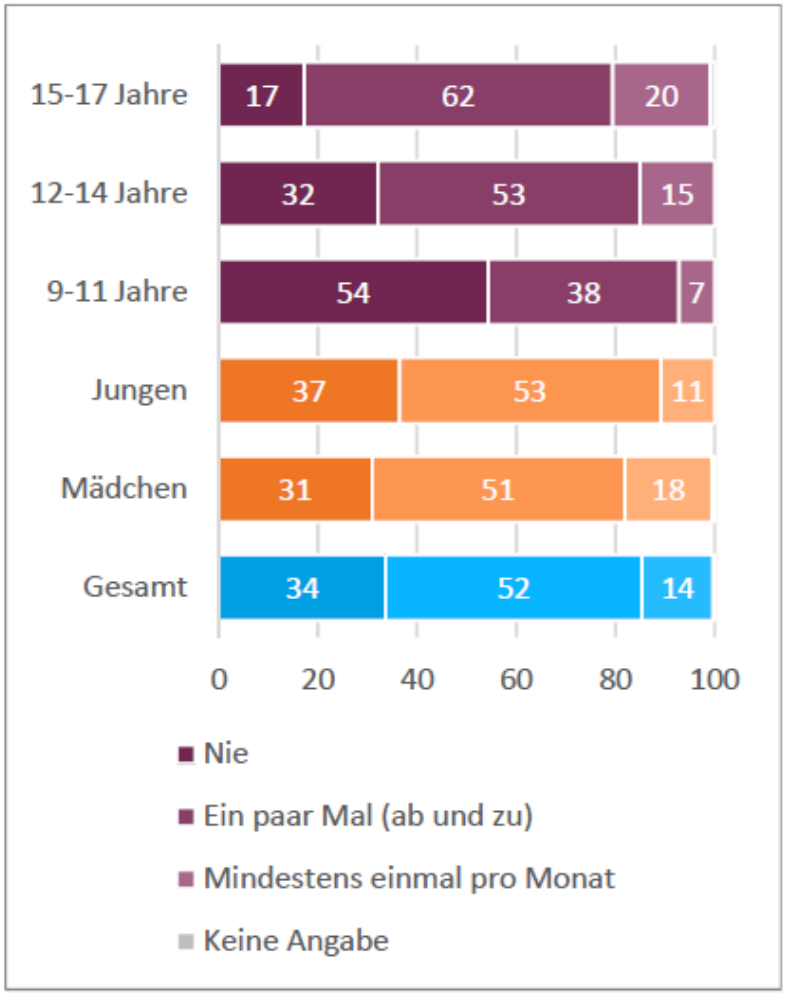
Verbreiten von falschen/beleidigenden Informationen 2020

– „Es hat schon mal jemand falsche oder beleidigende Sachen über mich per Handy oder im Internet verbreitet" –



Quelle: JIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

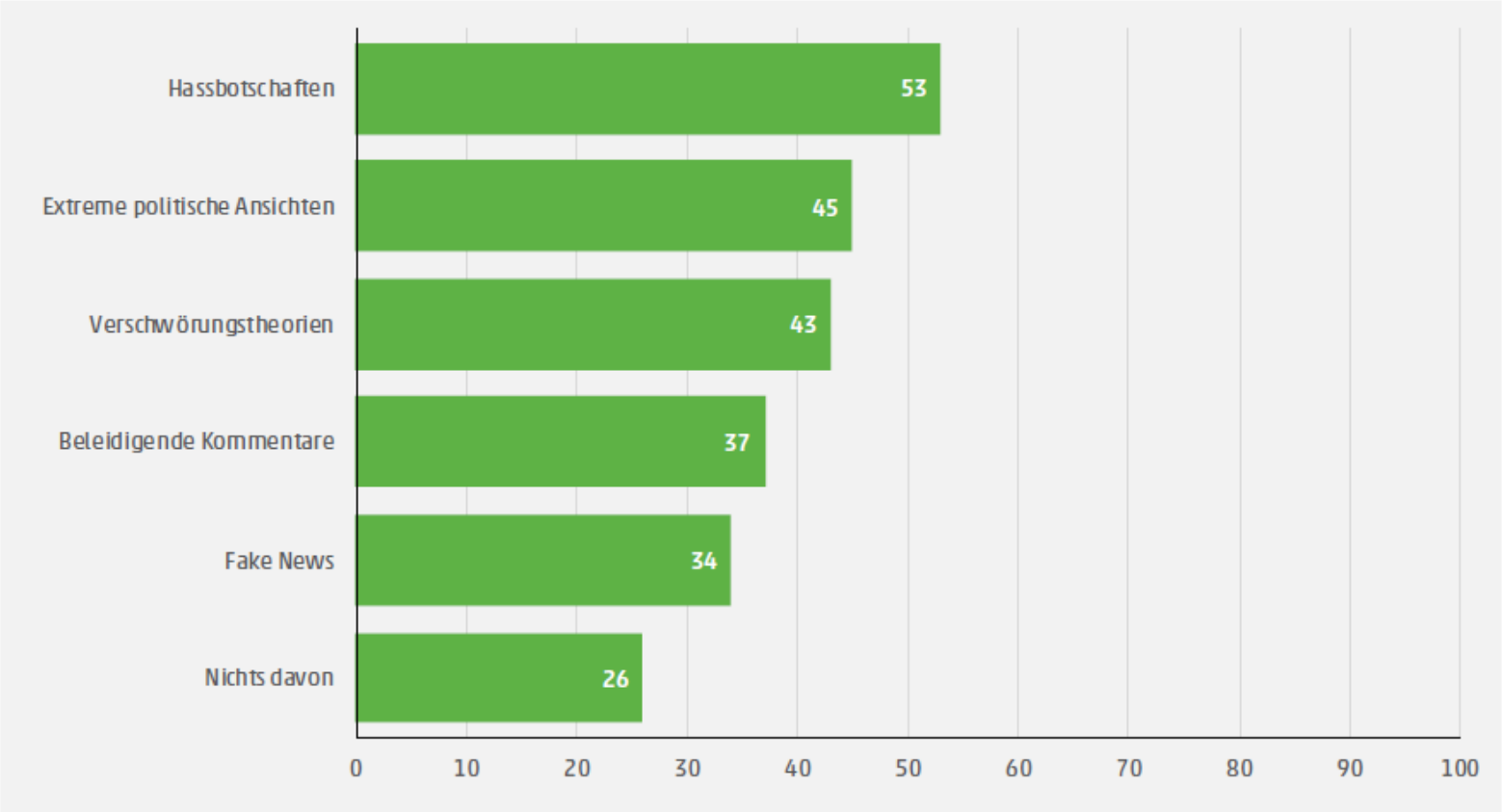
Verletzendes Onlinehandeln (Hasebrink et al. 2019)



	Alle	9-11	12-14	15-17
Mir wurden gemeine oder verletzende Nachrichten zugeschickt.	60	40	65	70
Es wurden gemeine oder verletzende Nachrichten über mich herumgeschickt, so dass andere sie sehen konnten.	33	24	38	35
Ich wurde von einer Gruppe oder einer Aktivität im Internet ausgeschlossen.	18	16	23	17
Ich wurde im Internet bedroht.	8	3	5	16
Ich wurde dazu gezwungen, etwas zu machen, was ich nicht machen wollte.	11	11	10	11
Mir sind andere verletzende oder gemeine Dinge im Internet passiert.	12	4	14	18

Negative Online-Erfahrungen (MPFS 2020)

Mir sind im letzten Monat im Internet begegnet:



Quelle: JIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Negative Online-Erfahrungen

Hohe Verbreitung von Fake News (Klicksafe 2021)

➔ Mehrheit Jugendlicher (und junger Erwachsener) bereits mehrfach mit Fake News in Kontakt gekommen

➔ neben den Webseiten (etwa von Nachrichtenanbietern) haben hier die Vernetzungen in Messengerdiensten und Social Media Angeboten besonderen Stellenwert

Verschwörungsmythen zu Corona (Calmbach et al. 2020)

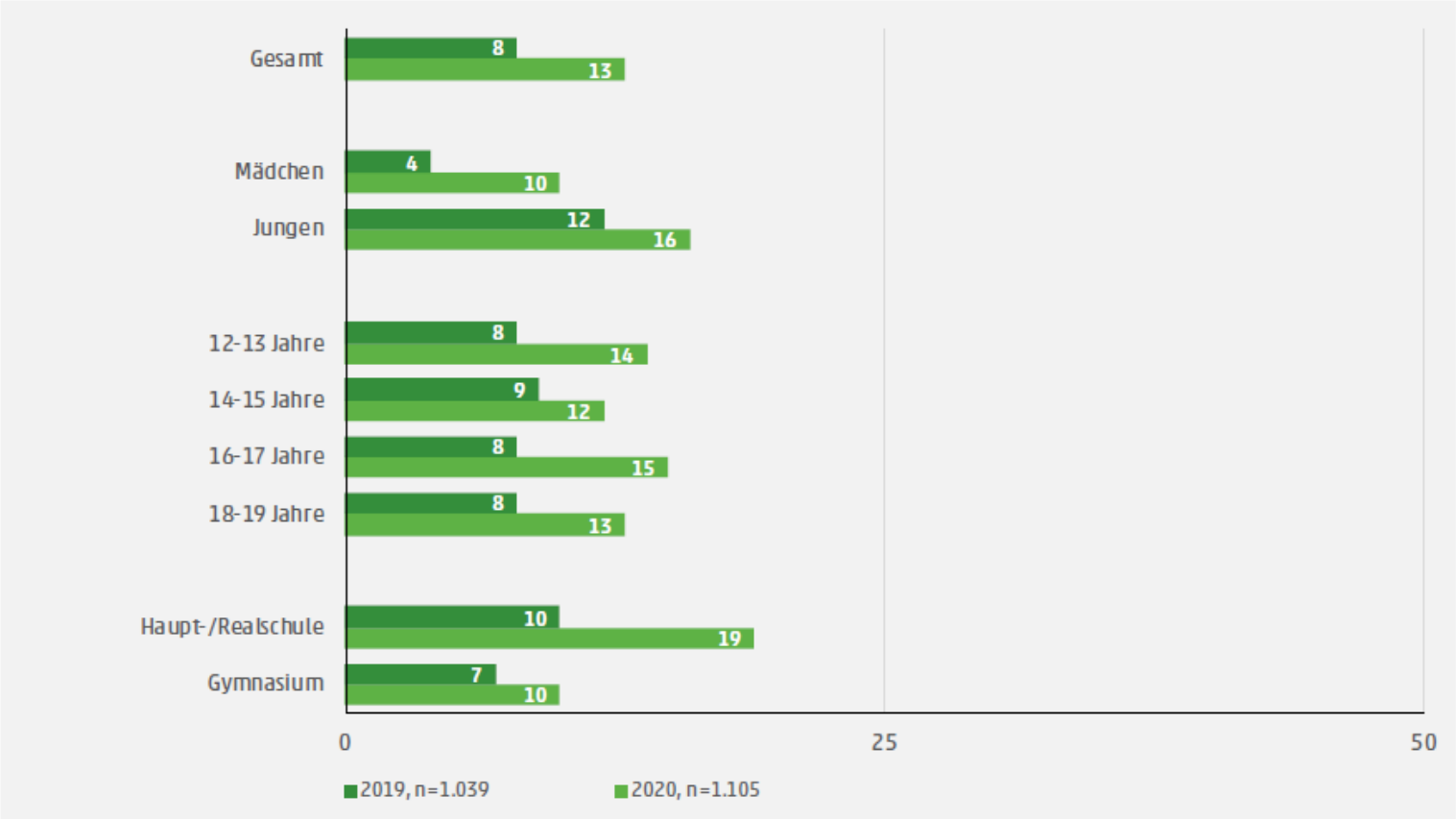
➔ Anfang Mai 2020 waren die meisten Jugendlichen schon mit Fake News und Verschwörungsmythen zu Corona in Kontakt

➔ knapp die Hälfte hatte zudem bereits coronaspezifische Diskriminierungen wahrgenommen → Anfeindungen und Hass gegenüber Asiat*innen als Verantwortliche für Corona

Negative Online-Erfahrungen (MPFS 2020)

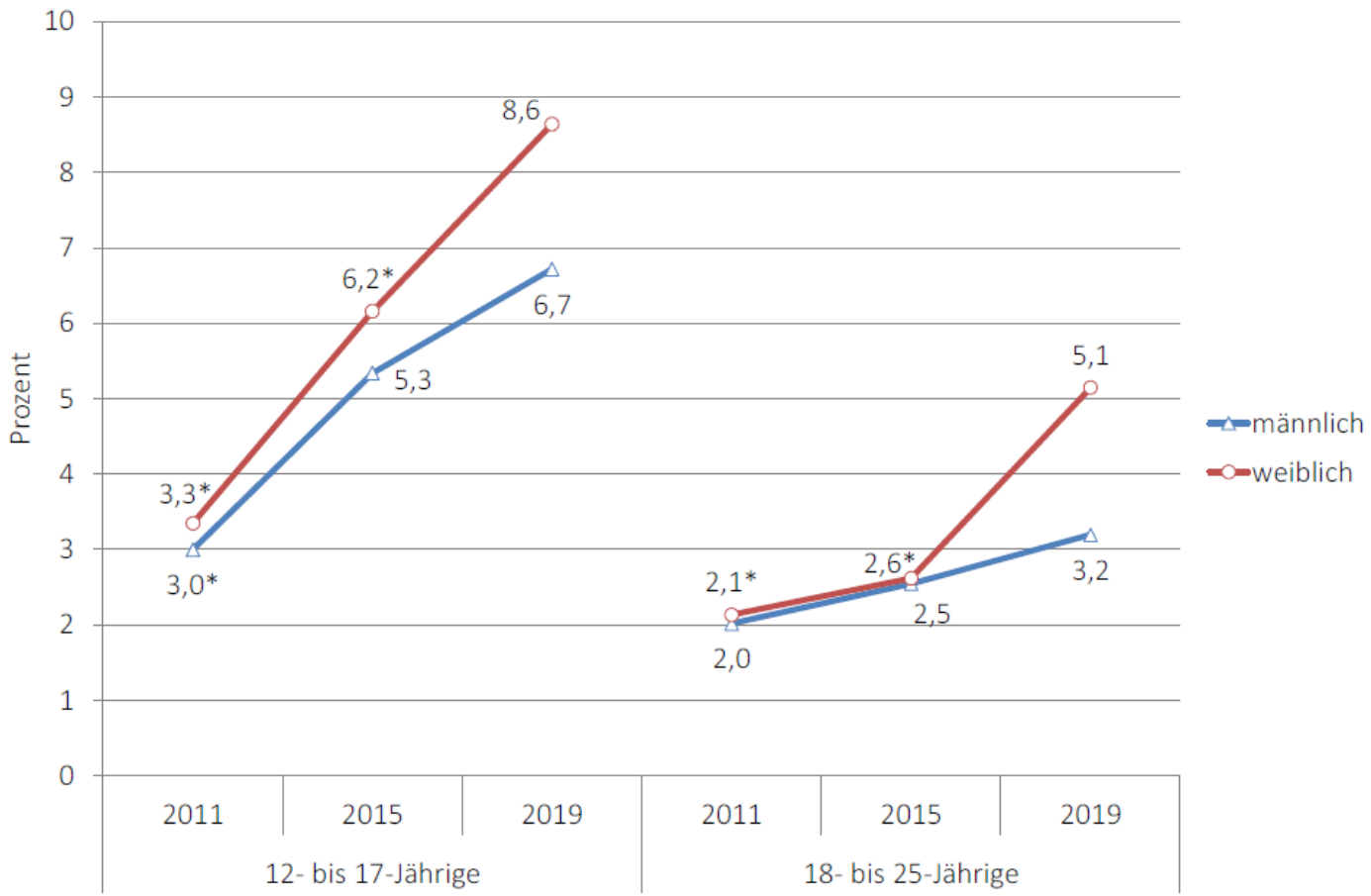
Versehentlicher Kauf/Abonnement bei Spielen 2020 – Vergleich 2019

– Habe schon mal versehentlich etwas beim Spielen gekauft/abonniert –



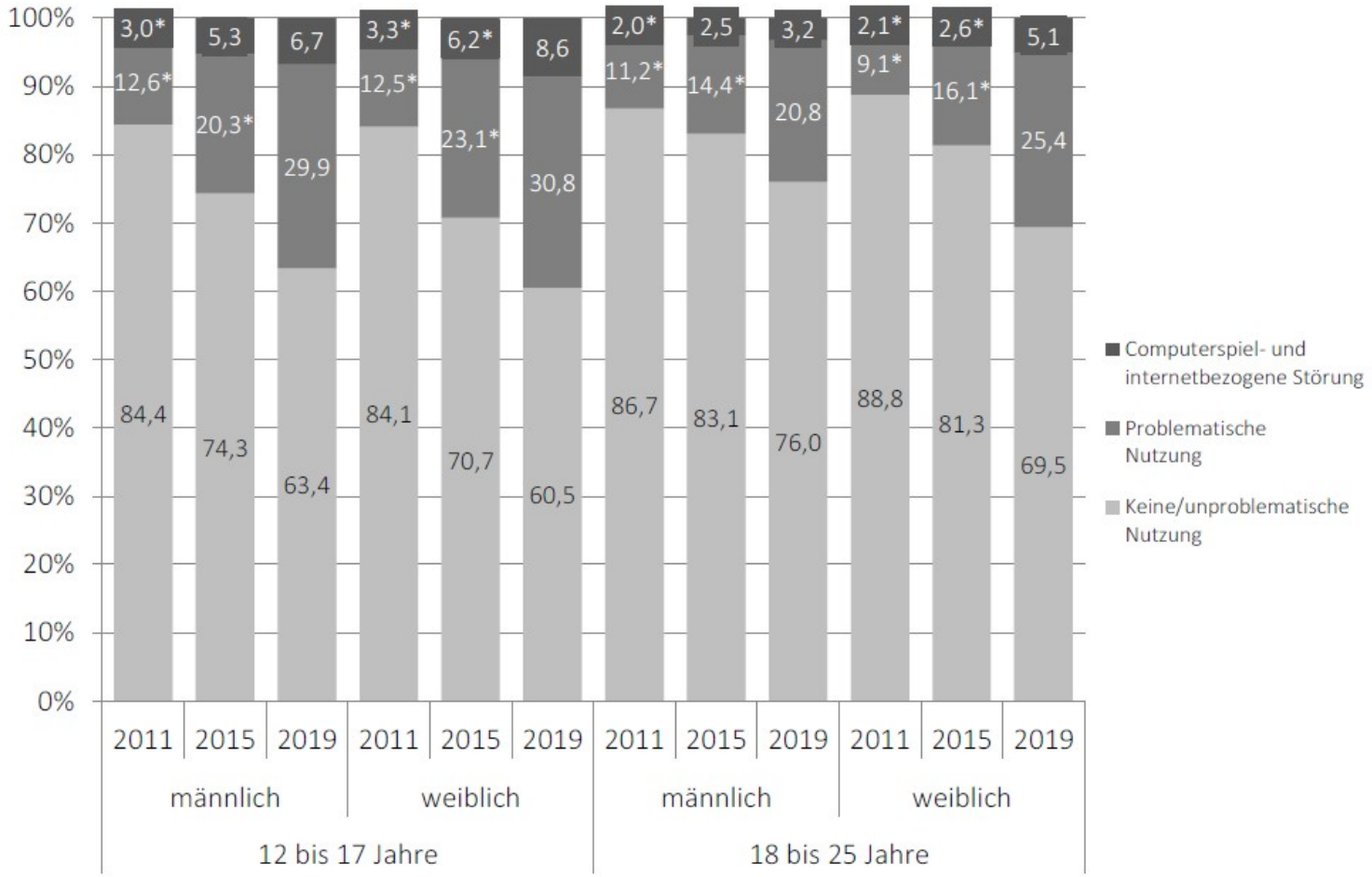
Quelle: JIM 2019, JIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer von Computer-, Konsolen-, Tablet-, Handyspielen

Medienabhängigkeit (Orth/Merkel 2020)



Zunehmende Verbreitung internet-/computerspielbezogene Störung nach Compulsive Internet Use Scale (CIUS)

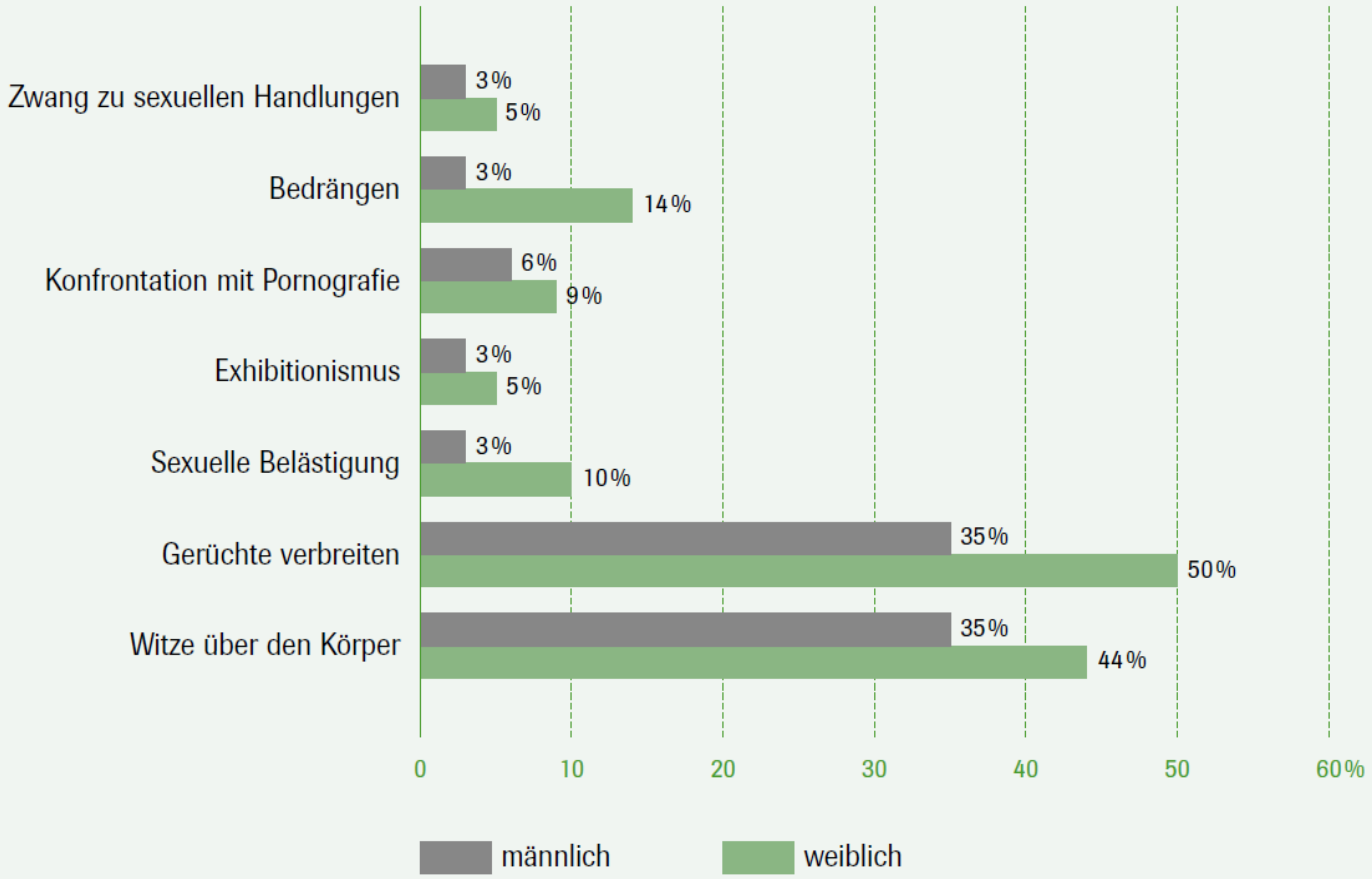
Medienabhängigkeit (Orth/Merkel 2020)



Zunehmende Verbreitung internet-/computerspielbezogene Störung nach Compulsive Internet Use Scale (CIUS)

Erfahrungen Schüler*innen (9. Klasse) (Hofherr 2018)

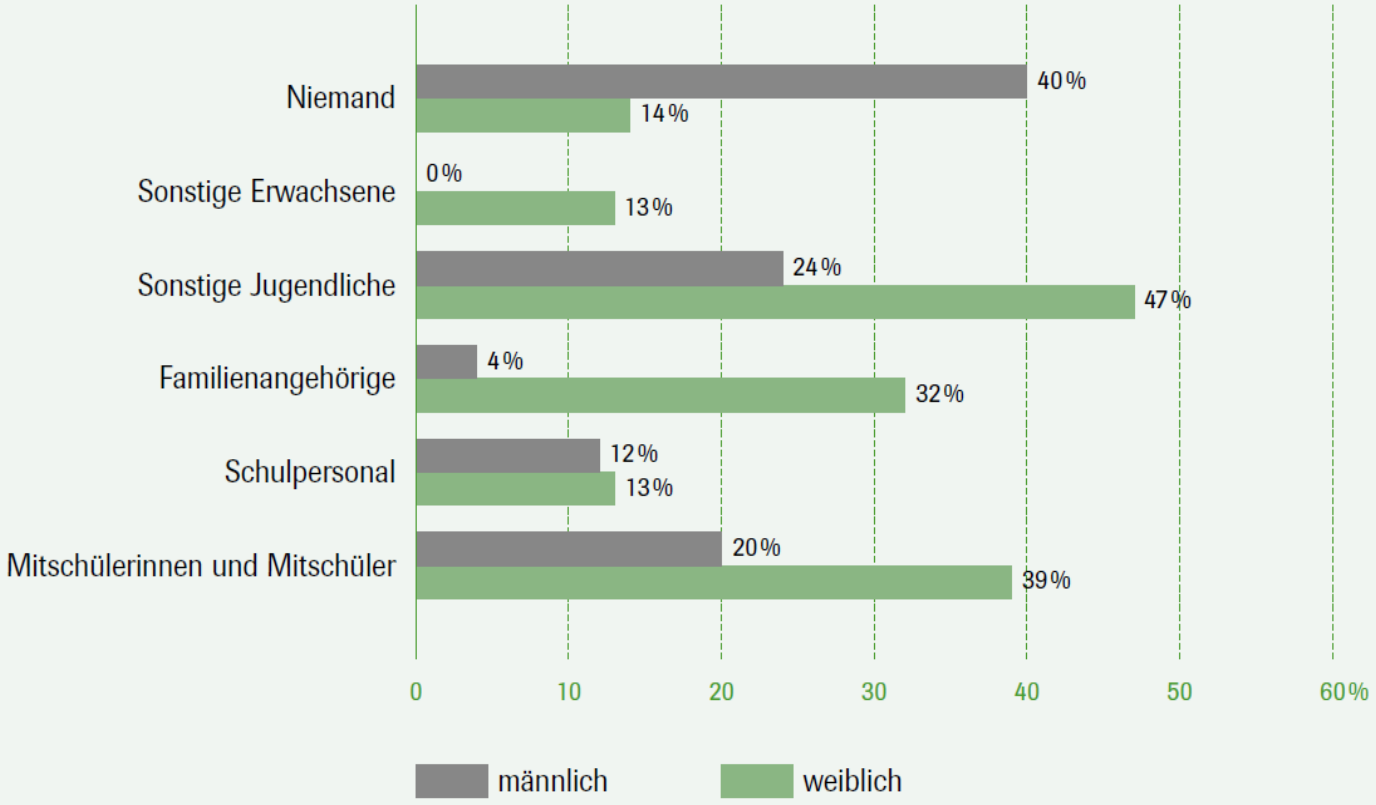
Sexuelle Gewalterfahrungen innerhalb der letzten drei Jahre in Prozent (n=4265)



AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

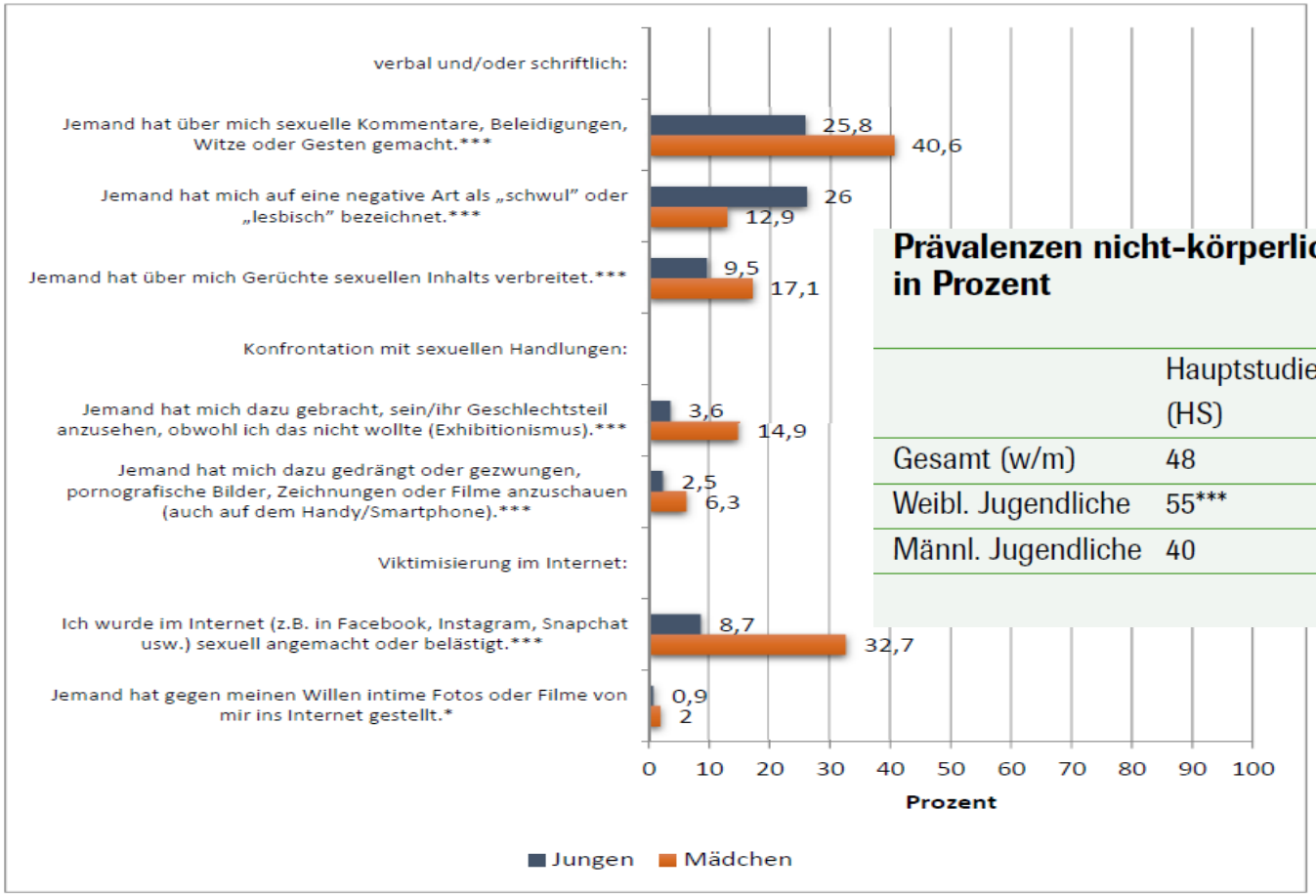
Ansprechpartner*innen (Hofherr 2018)

Ansprechpersonen der Jugendlichen bei der Offenlegung von sexuellen Gewalterfahrungen mit Körperkontakt in Prozent (n=194)



Erfahrungen Schüler*innen (9./10.) (Maschke/Stecher 2018a/b)

Abbildung 1: Erfahrungen nicht-körperlicher sexualisierter Gewalt – getrennt nach Geschlecht



Prävalenzen nicht-körperliche sexualisierte Gewalt in Prozent

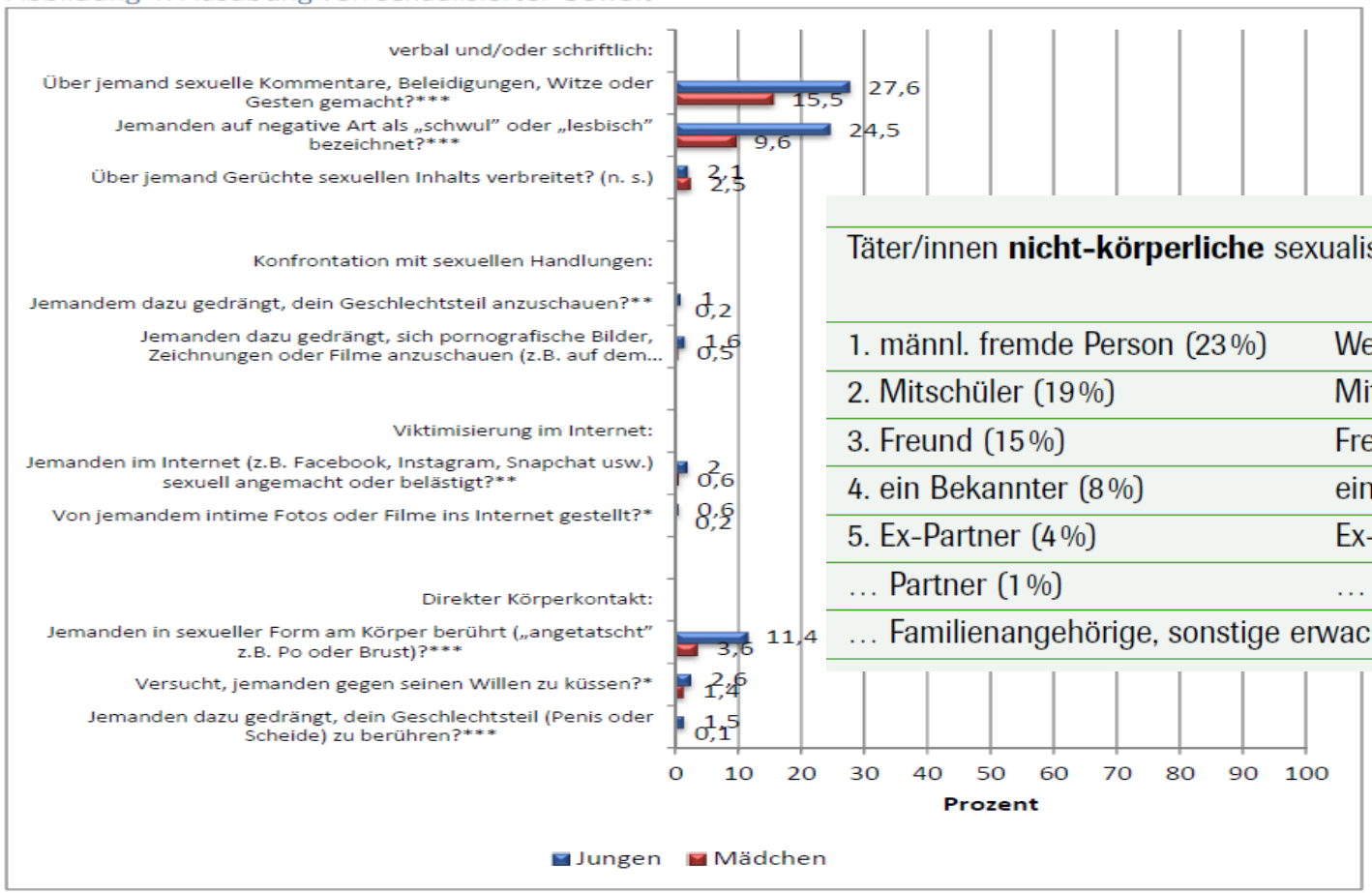
	Hauptstudie (HS)	Ergänzungsstudie (ES)	Gesamt (HS/ES)
Gesamt (w/m)	48	50	48
Weibl. Jugendliche	55***	58*	55***
Männl. Jugendliche	40	45	40

Speak! n=2.651, gewichtete Daten; Testung der Gruppenunterschiede basierend auf 2-seitigem Chi-Quadrat-Test (*** = p ≤ .001; ** = p ≤ .01; * = p ≤ .05; n.s. = nicht signifikant), Mehrfachantworten möglich.

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

‘Ausübende’ Schüler*innen (9./10.) (Maschke/Stecher 2018a/b)

Abbildung 4: Ausübung von sexualisierter Gewalt



Täter/innen **nicht-körperliche** sexualisierte Gewalt (HS)	
1. männl. fremde Person (23%)	Weibl. fremde Person (4%)
2. Mitschüler (19%)	Mitschülerin (7%)
3. Freund (15%)	Freundin (5%)
4. ein Bekannter (8%)	eine Bekannte (2%)
5. Ex-Partner (4%)	Ex-Partnerin (1%)
… Partner (1%)	… Partnerin (1%)
… Familienangehörige, sonstige erwachsene Personen (10%)	

Speak! n=2.651, gewichtete Daten; Testung der Gruppenunterschiede basierend auf 2-seitigem Chi-Quadrat-Test (*** = p ≤ .001; ** = p ≤ .01; * = p ≤ .05; n.s. = nicht signifikant), Mehrfachantworten möglich.

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Fokus 3: Perspektive Jugendlicher (Saferinternet.at 2015)

Jugendliche meinen ...

9 % „Ich finde es normal, dass ich von meinen besten Freund/innen Nacktaufnahmen kenne."

81 % „Wenn man solche Videos/Bilder verschickt, muss man in Kauf nehmen, dass sie im Internet auftauchen."

79 % „Es ist wichtig, dass Kinder und Jugendliche über Nacktaufnahmen im Internet aufgeklärt werden."

Sogar 91 % der Mädchen finden Aufklärung wichtig!

Wer soll aufklären?

54 % Lehrende

54 % Eltern

35 % Beratungsstellen

25 % Freund/innen

Jugendliche sind sich der Gefahren von Sexting bewusst.
In konkreten Situationen ist es für Jugendliche oft schwierig, riskantes Handeln zu vermeiden.

Umgang mit negativen Erfahrungen (Hasebrink et al. 2019)

Verbreitete Bewältigungs-/Copingstrategien von Neun- bis 17-Jährigen in Netz:

- ➔ **Kontaktabbruch:** Person geblockt bzw. alle ihre Nachrichten gelöscht (v.a. ältere Heranwachsende)
- ➔ **Ausweichen/Vermeiden:** Medienangebot verlassen bzw. App schließen (v.a. jüngere Heranwachsende) oder Problem ignoriert (v.a. ältere/weibliche Heranwachsende)
- ➔ **Mitverantwortung:** schuldig fühlen, dass es passiert ist (v.a. jüngere/weibliche Heranwachsende)
- ➔ **Auseinandersetzen:** versuchen, andere Person dazu zu bringen, mich in Ruhe zu lassen oder Screen (v.a. ältere/weibliche Heranwachsende)

Umgang mit negativen Erfahrungen (Hasebrink et al. 2019)

Neun- bis 17-Jährige wenden sich bei schlimmen oder verstörenden Erfahrungen im Netz an:

1. **Freund/Freundin** (ihren Alters) (54 %) → v.a. weibliche und ältere Heranwachsende
2. **Vater/Mutter** (bzw. ihre Stief- oder Pflegeeltern) (46 %) → v.a. jüngere und männliche Heranwachsende
3. **Niemanden** (16 %) → v.a. ältere Heranwachsende
4. **ihre Geschwister** (14 %) → unabhängig von Alter und Geschlecht
5. **andere Erwachsene** (Lehrer, Fachkraft, Vertrauensperson) (8 %) → v.a. weibliche Heranwachsende

15 % machen Bildschirmfoto als Beweis und 5 % melden das Problem online (beim Anbieter).

Medienbildung

Handlungskonzepte und Materialien für ein Lernen mit und über Medien in allen Feldern von Bildung und Erziehung

Zwischen Anspruch und Wirklichkeit (Hajok 2015b)

Das entgegengebrachte 'Vertrauen'

➔ pädagogischen Fachkräften wird auch bezogen auf den Medienumgang von Heranwachsenden hohes Maß an Vertrauen und Kompetenz zugesprochen

Fehlen von 'Patentrezepten' und Medienwissen

➔ auch professionell Erziehende haben Unsicherheiten bzgl. 'richtiger' Medienerziehung und Medienkompetenzförderung

➔ fehlendes Wissen um aktuelle Chancen und Risiken des Medienumgangs → Aus-, Fort- und Weiterbildung!

Zunehmend schwer 'durchschaubare' Medienwelten

➔ Fachkräfte haben kaum Einblick in die rasant veränderten Medienwelten und trotzdem 'umfangreiche' Erfahrungen mit problematischem Medienumgang Heranwachsender

Multiproblemlagen in der Praxis? (Gebel et al.2018)

Mehrheit der Fachkräfte macht Erfahrung, dass Betreute:

… zu viel Zeit online verbringen

… von anderen online gemobbt werden

… von sich zu viele persönliche Daten öffentlich machen

… andere online mobben

… mit verstörenden oder beängstigenden Inhalten in Berührung kommen (z.B. Gewalt, Sex, Horror)

… online mit zu viel Werbung in Berührung kommen

… von anderen online belästigt werden

… illegal Daten hoch- oder herunterladen

… mit problematischen Kettenbriefen in Berührung kommen

… andere online belästigen

(Medien-)pädagogische Konzepte (nach Süss et al. 2013)

Handlungskonzepte und pädagogische Zugänge

Bewahren
→ Schützen vor inhalts-, konsum-, kommunikations- und verhaltens-bezogenen Risiken schützen

Reparieren
→ Unterstützung bei der Verarbeitung von negativen Erfahrungen und Verunsicherungen

Aufklären
→ Wissen vermitteln, auf dessen Grundlage die Medien 'durchschaut' Werden können

Reflektieren
→ Anregen, den Medienalltag auf der Basis bislang gemachter Erfahrungen bewusst zu gestalten

Handeln
→ Befähigen, sich als aktiv handelnde Nutzer selbst in den Medien auszudrücken

Auch bzgl. Medien ist ein 'guter' Zugang kommunikativ, subjekt-/handlungsorientiert

Medienbildung – Medienkompetenz

Leitidee **von Medienbildung** **(Tulodziecki1997)**

➔ Förderung Fähigkeit und Bereitschaft zum sachgerechten, selbstbestimmten, kreativen und sozial verantwortlichen Handeln in der von Medien mitgestalteten Welt

Medienkompetenz **als Ziel** **(Schorb & Wagner 2013)**

➔ Befähigung des Menschen zur souveränen Lebensführung in der zunehmend mediatisierten Gesellschaft

Subjekt-/Handlungsorientierung **als Weg** **(Hajok & Lauber 2013)**

➔ von der Wissensvermittlung/Unterrichtung durch 'Lehrende' hin zur Unterstützung 'Lernender' beim (selbsttätigen) Erwerb von Medienkompetenz → Learning-by-Doing

Medienkompetenz als Ziel (Fleischer/Hajok 2015)

Orientierung bieten, Medienerfahrungen verarbeiten helfen, Medienkompetenz vier Bereichen fördern:

(1) **Erfahrungen und Kenntnisse im praktischen Umgang mit Medien erweitern** → Medien entdecken, Funktionsweisen erforschen, Bedienung/Verwendung aneignen

(2) **Medien für eigene Anliegen, Fragen, Bedürfnisse nutzen** → Aneignung als Informationsquellen, Lernwerkzeuge, Mittel zu Kommunikation, kreativen Ausdruck, Entspannung etc.

(3) **Eigenen Medienumgang bewusst wahrnehmen und reflektieren** → medienbezogene Erfahrungen ausdrücken, verarbeiten, zukünftig mit bedenken können

(4) **Wesen/Funktionen von Medien durchschauen** → Medien und ihre Inhalte als von Menschen gemacht verstehen und dahinter stehende Absichten entschlüsseln können

Zielsetzung von Fachkräften (Gebel et al. 2018)

Zielstellung medienpädagogischer Aktivitäten an pädagogischen Einrichtungen

Kinder und Jugendliche im Umgang mit Online-Medien unterstützen mit Bezug auf…	Weiß nicht	Gesamt
…Medienangebote in reflektierter Weise auswählen und nutzen	10	79
…eigene Medien verantwortungsbewusst gestalten und verbreiten	11	77
…Mediengestaltungen verstehen und bewerten	17	68
…Medieneinflüsse erkennen und aufarbeiten	15	74
…Bedingungen der Medienproduktion und -verbreitung durchschauen	20	71

Medienkompetenz außerschulisch

Kommunikative Kompetenz

Dimensionen von Medienkompetenz nach Schorb und Theunert [LINK]

Projektarbeit: Über Medien ‘lernen’ (Fleischer/Hajok 2016)

Aktive Medienarbeit **zur Förderung kommunikativer Kompetenz in Learning-by-Doing-Prozessen**

- Äußere Rahmenbedingungen erkennen, sich eigenen Bedürfnissen bewusst werden, Handlungsmöglichkeiten wahrnehmen und tatsächlich (Baacke 1980)
- Selbständig/in Kooperation mit anderen arbeiten, Lernziele/ Projektablauf selbst bestimmen, notwendige Materialien selbst erschließen und in authentischen Settings arbeiten, sich selbst kontrollieren/in Leistungen bewerten (Schell 2003)
- Ausgangspunkt des Medienprodukts sollen die Themen der Zielgruppe sein: Es geht darum, diese zu äußern und anderen mitzuteilen → **Artikulation!** (Fleischer/Hajok 2016)

Schon in der Kita? (Behr 2019)

Aufgabe frühkindlicher Bildung/Erziehung

➔ Kinder bei ihrer Entwicklung unterstützen → begleiten, anregen, fördern etc.

➔ alle Faktoren, die Kinder in ihrem Umfeld umgeben und ihr Aufwachsen beeinflussen, aufnehmen → dazu gehört auch die kindliche Medienwelt

Teilhabe ermöglichen/Chancengleichheit sichern

➔ unterschiedliche Startvoraussetzungen auch bei kindlicher Mediennutzung → differente elterliche Begleitung

➔ digitaler Kluft vorbeugen und Medienrisiken minimieren → altersgerechte und vielseitige Mediennutzung für alle

Schon in der Kita! (Behr 2019)

Kita als geeigneter Ort

➔ spielerische Bearbeitung/Begleitung kindlicher Medien-erfahrungen und Orientierung an altersgerechter Aneignung/Verarbeitung → Spielen, Fantasieren, Malen…

➔ Integration medienpädagogischer Arbeit ins Bildungskonzept von Kitas → ganzheitliche Förderung

Medien als Werkzeug

➔ Förderung sprachlicher Entwicklung, Unterstützung entdeckenden Lernens etc. → Medien müssen nicht im Vordergrund stehen

➔ Medienarbeit in der Kita darf körperliche, emotionale, gedanklicher etc. Entwicklung nicht behindern

Ran an Maus & Tablet

Medienarbeit mit Kindern in Kita und Grundschule

Ran an Maus & Tablet! – Medienarbeit mit Kindern in Kita und Grundschule

Herzlich Willkommen und viel Spaß!

Medien im Bildungseinsatz

Ideen für die Praxis

Medien & Recht

Materialkiste

EXTRA: Medien in der Familie

Technik von A – Z

Empfehlungen & Links

Institutionen & Initiativen

Impressum

LPR hessen

Medienbildung in allen Handlungsfeldern!

MEDIEN FÜHRERSCHEIN Bayern

Stiftung Medienpädagogik Bayern

Bayerische Staatsregierung

Angebot | Initiative | Download | Bestellung | Presse | Suchfeld | 0

Medienführerschein Bayern

Die Stärkung von Medienkompetenz in allen Altersgruppen ist das Ziel des Medienführerscheins Bayern. Er bietet kostenlose Materialien mit Anregungen für die pädagogische Praxis. Machen Sie mit und nutzen Sie unser Angebot. Über Ihr Engagement freuen wir uns sehr!

mehr

- Elementarbereich
- Grundschule
- Weiterführende Schulen
- Berufliche Schulen
- Außerschulische Jugendarbeit

Frühkindliche Medienbildung

Angebot für Kindertageseinrichtungen

Kostenlose Materialien zur Stärkung der Medienkompetenz

Pädagogische Fachkräfte finden hier Anregungen für eine kindgerechte und alltagsnahe Stärkung der Medienkompetenz von Drei- bis Sechsjährigen.

- Verschiedene medienpädagogische Themen
- Bezug zum Bayerischen Bildungs- und Erziehungsplan (BayBEP)
- Ohne externe Schulung einsetzbar
- Urkunden für Kinder zu jedem Thema (z.B. für ihre Sammelmappe)

mehr

Medienkompetenz für die Kleinsten – Grundlagen für den pädagogischen Alltag

Das Modul bietet eine anschauliche Einführung in das Thema Medienkompetenz im Elementarbereich. Es erklärt Schritt für Schritt wichtige Grundlagen für die eigene medienpädagogische Arbeit.

mehr lesen

Was läuft denn da? Medien im Alltag entdecken und verstehen

Radiohören beim Kochen, unterwegs ein Blick auf das Smartphone oder gemeinschaftliches Fernsehen – Kinder erleben in ihrer Familie häufig, dass Medien zum Alltag gehören. Sie beginnen früh, diese selbst zu nutzen.

mehr lesen

So stark, so schlau, so witzig – Medienhelden unter die Lupe nehmen und einordnen

Heldinnen und Helden in Büchern, Hörspielen oder im Fernsehen sind treue Begleitfiguren der Kindheit. Da gibt es die Schlauen, die Schnellen, die Coolen und die Starken. Kinder orientieren sich gerne an ihren Medienhelden.

mehr lesen

Das will ich haben! Werbung und Merchandising erkennen und durchschauen

Ob in öffentlichen Verkehrsmitteln, im Fernsehen oder in digitalen Medien – Kindern begegnet in ihrem Alltag Werbung verschiedenster Art. Sie sind fasziniert von den bunten Inhalten.

mehr lesen

Konzept: Digitales Lernen an Schule (Knaus 2015)

- ➔ Multimedialität als Voraussetzung für **lern-konzeptionelle Wahlfreiheit**
- ➔ Mobile Medien formen **neue Sozialformen und Interaktionsstrukturen**
- ➔ Interaktion als Voraussetzung für **koevolutives Kompetenzerleben** → gemeinsame Begeisterung
- ➔ Adaptivität und **konzeptionelle Offenheit** als Voraussetzung für Autonomieerleben

X

Smarte und mobile Technik motiviert nicht unmittelbar, sondern sie vernetzt uns mit anderen, die uns motivieren. ***(Knaus 2015)***

Fokus Grundschule

Kostenlose Unterrichtsmaterialien zur Stärkung der Medienkompetenz

Lehrkräfte finden hier Anregungen, wie sie medienpädagogische Fragestellungen altersgerecht im Unterricht aufgreifen können.

- Verschiedene medienpädagogische Themen
- Bezug zum LehrplanPlus
- Ohne externe Schulung einsetzbar
- Urkunden für Schülerinnen und Schüler (für jede durchgeführte Unterrichtseinheit)

1. und 2. Jahrgangsstufe

3. und 4. Jahrgangsstufe

Download

Für alle Bildungseinrichtungen

Hier können Sie alle Materialien für Grundschulen kostenlos herunterladen.

mehr

Nicht nur mit, auch über Medien lernen

Medien in die Schule | Materialien | Praxisberichte | Studie Bildungspartnerschaften

Unterrichtsmaterialreihe

- ➔ flexibel einsetzbar für Regelunterricht und Projekttage/-wochen der Sek 1 & 2, aufgenommen in Bildungsserver der Länder
- ➔ Themenfokussierung: Jugendmedienschutz, Realität und Fiktion, Internet, Nachrichten, Handy, Apps, Webdienste
- ➔ Methodenvielfalt mit Schülerzentrierung, Anpassungen an individuelle Rahmenbedinungungen möglich, Einsatz von Medientools
- ➔ Ziel: Jugendliche beim Medienumgang begleiten, für Gefahren sensibilisieren, ihnen Handlungsalternativen aufzeigen und sie anregen, Medien kreativ für eigene Zwecke zu nutzen

Potenziale von YouTube? (de Baey-Ernsten et al. 2021)

Postdigitale Jugendkulturen
- beschleunigte, kommerzialisierte, algorithmisierte Lebenswelt
- communitybasiert, peerorientiert
- werteplurialismus
- hybride Lebenswelt digital-analog

Nutzung – Kinder & Jugendl.
- zweitmeistbesuchte Website der Welt
- 87% der 12- bis 19-Jährigen nutzen YT regelmäßig; 58% täglich/mehrmals die Woche
- 41% der 6- bis 13- Jährigen wöchentlich

Postdigitale kult. Bildung
- Modifizieren von Spielregeln
- digital-analog kreativ-kulturelle Praktiken: nichts neues und trotzdem alles anders
- Niedrigschwelligkeit und partizipative Chancen → aber: Kluft zwischen Potentialen und tatsächlicher Umsetzung

Kulturelle Bildung auf YouTube
- Hohes Anregungspotential
- Gezeigtes ist leicht umsetzbar
- Archivcharakter der Plattform

Aber:
- Kommerz und Materialismus vorherrschend
- werbefinanziertes Angebot, algorithm. personalisiert
- Verfestigung von Interessen

Funk (ÖRR)
- Kulturauftrag!
- funk ist überall, wo Zielgruppe ist -> online only
- vielfältige "werbeunfreundliche Themen" auf kommerzialisierten Plattformen

YouTube als (kultureller) Bildungsraum

YouTube & Schule
- Veränderung der Lerngewohnheiten
- Hohe Bedeutung für den Bildungsbereich
- 65% der Schüler*innen nutzen YouTube um sich zu informieren
- YouTube als Ergänzung; Bildungswelten verschränken

Schlussfolgerung für KuBi
- (Post-)Digitalisierung: Aufgabe & Gegenstand der kult.Bildung inkl. Potentiale und Problematiken → Mut zum Explorieren, Experimentieren & Perspektivwechsel
- Verantwortung: kulturelle Teilhabe → partizipative, diskriminierungsfreie Räume schaffen und kritisch-reflektive (Medien-) Kompetenzen stärken

Max de Baey-Ernsten und Lara Füssel

Umfassender Ratgeber (Klicksafe 2020)

Informationen für Eltern, pädagogische Fachkräfte und andere Interessierte

klicksafe

Cybermobbing frühzeitig erkennen und begegnen

- ➔ Wie verbreitet ist Cyber-Mobbing?
- ➔ Ist Cyber-Mobbing strafbar?
- ➔ Wie kann man vorbeugen?
- ➔ Woran erkennt man Cyber-Mobbing?
- ➔ Was tun, wenn es passiert ist?
- ➔ Wo finde ich Hilfe und weiterführend Infos?

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Prävention/Intervention (Klicksafe 2019)

Intervention? (Klicksafe.de & Konflikt-Kultur.de)

Systemische Kurzintervention bei Konflikten und (Cyer-)Mobbing → SMI

➔ sorgfältige **Verhaltensfolgenkonfrontation** → in Verbindung mit Perspektivenübernahmetechniken

➔ Techniken zur **Auflösung von Rechtfertigungsstrategien** → konzentrieren sich auf schikanierendes Verhalten, nicht auf die Person

➔ **konkrete Vereinbarungen**, die von Erwachsenen langfristig thematisiert und kontrolliert werden

Sensibilisieren und Aufklären

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Materialien für die Praxis

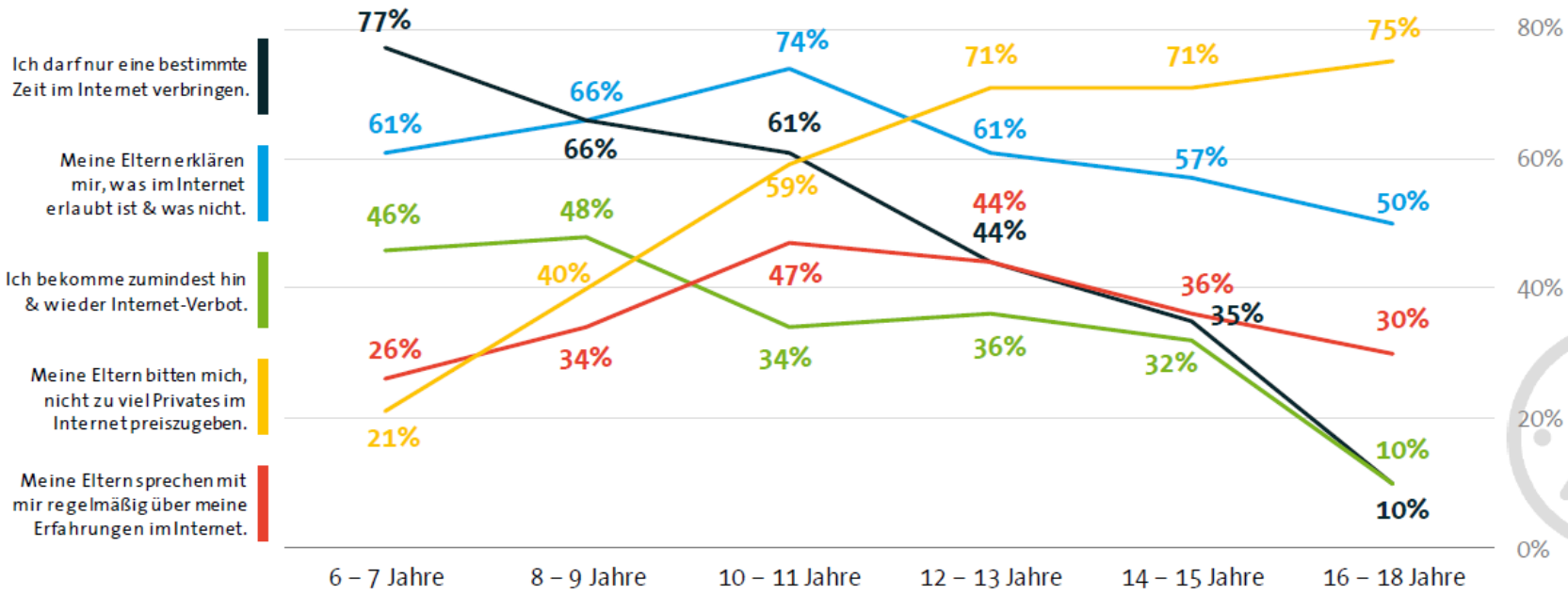
Selfie, Sexting, Selbstdarstellung

- ➔ Materialangebot für den Unterricht
- ➔ Hinführung zur Faszination von WhatsApp & Co. und zu den Risiken und Problemen
- ➔ 3 Projekte: 1. Be your Selfie, 2. Sexting (Risiken und Neben-wirkungen), 3. Du bist, was Du postest

Defizitäre Medienerziehung? (Berg 2019)

Die meisten Eltern begleiten ihre Kinder in der Online-Welt

Welche der folgenden Aussagen treffen auf dich zu?



Basis: 6- bis 18-jährige Internetnutzer | n=753
Quelle: Bitkom Research

bitkom

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Defizitäre Medienerziehung? (Hasebrink et al. 2019)

Aktive Begleitung und Unterstützung

➔ regelmäßig über Onlinenutzung sprechen (44 %), (Un-)Angemessenheit best. Angebote erklären (41 %), Optionen sicherer Nutzung aufzeigen (30 %), helfen, wenn Kind etwas negativ berührt/verstört (20 %), gemeinsame Nutzung (17 %) ...

Restriktiver Umgang mit Internetnutzung

➔ Verbot von In-App-Käufen (45 %), Sozialen Netzwerken (29 %), Kamera-Nutzung (26 %), Filme/Musik herunterzuladen oder Fotos/Bilder zu teilen (je 24 %), Apps herunterzuladen (17 %)

Mit zunehmenden Alter der Kinder seltener angewandt!

Defizitäre Medienerziehung? (Hasebrink et al. 2019)

Einsatz technischer Hilfsmittel

➔ Programm zur Blockierung von Werbung (29 %), zum Filtern/Blockieren bestimmter Webseiten (24 %) oder zur Filterung von Apps, die Kind herunterladen kann (15 %), Vertrag/Programm zur zeitlichen Limitierung (12 %)

Monitoring und Überwachung

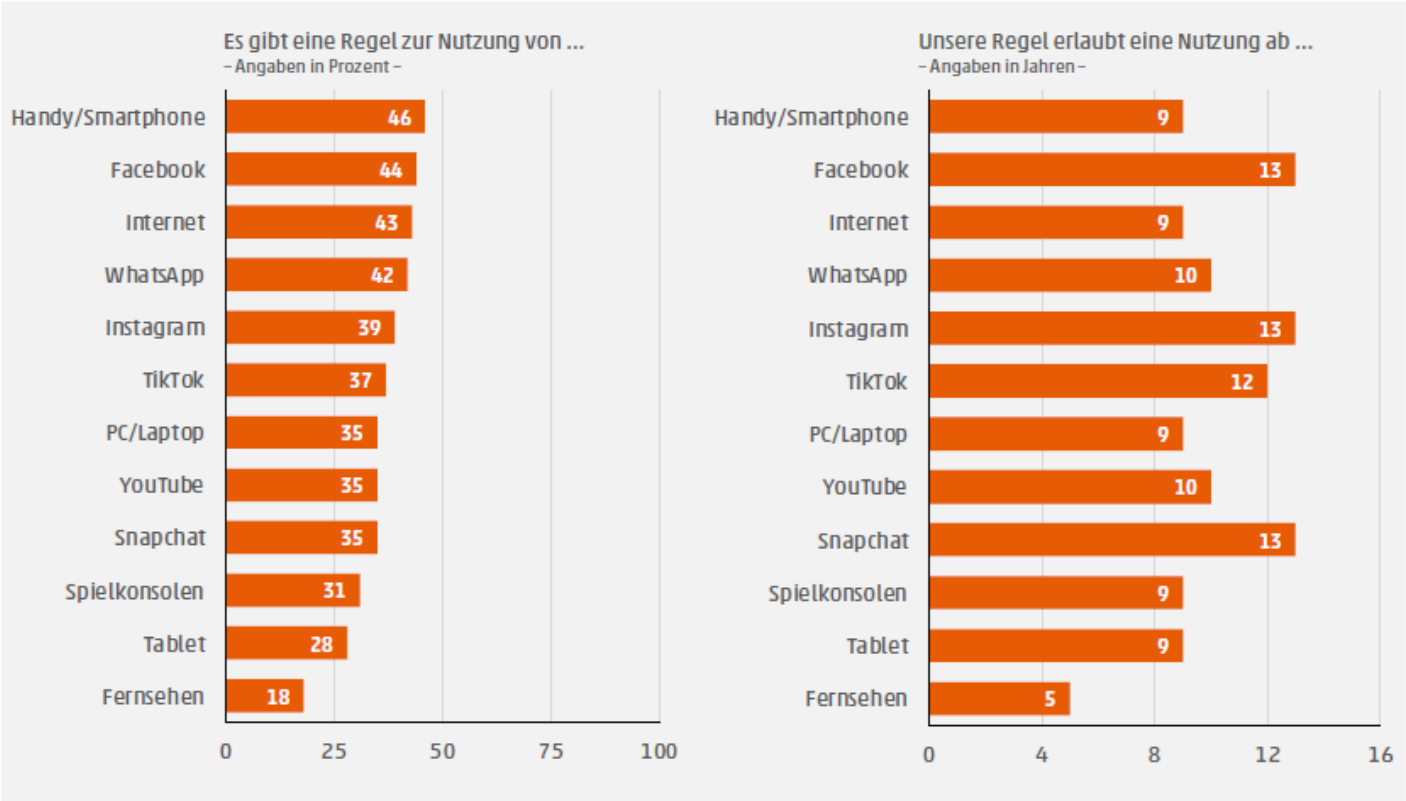
➔ Geräte/Programme die anzeigen, wo mein Kind ist (16 %), die überwachen, welche Webseiten/Apps das Kind nutzt (14 %) oder die benachrichten, wenn Kind Inhalte kaufen will (12 %)

Mit zunehmenden Alter der Kinder seltener angewandt!

Elterliche Medienerziehung (MPFS 2021)

Gibt es in Ihrer Familie generell Regelungen, ab welchen Alter Medien/Medienangebote genutzt werden dürfen?

– Angaben Haupterzieher*innen –

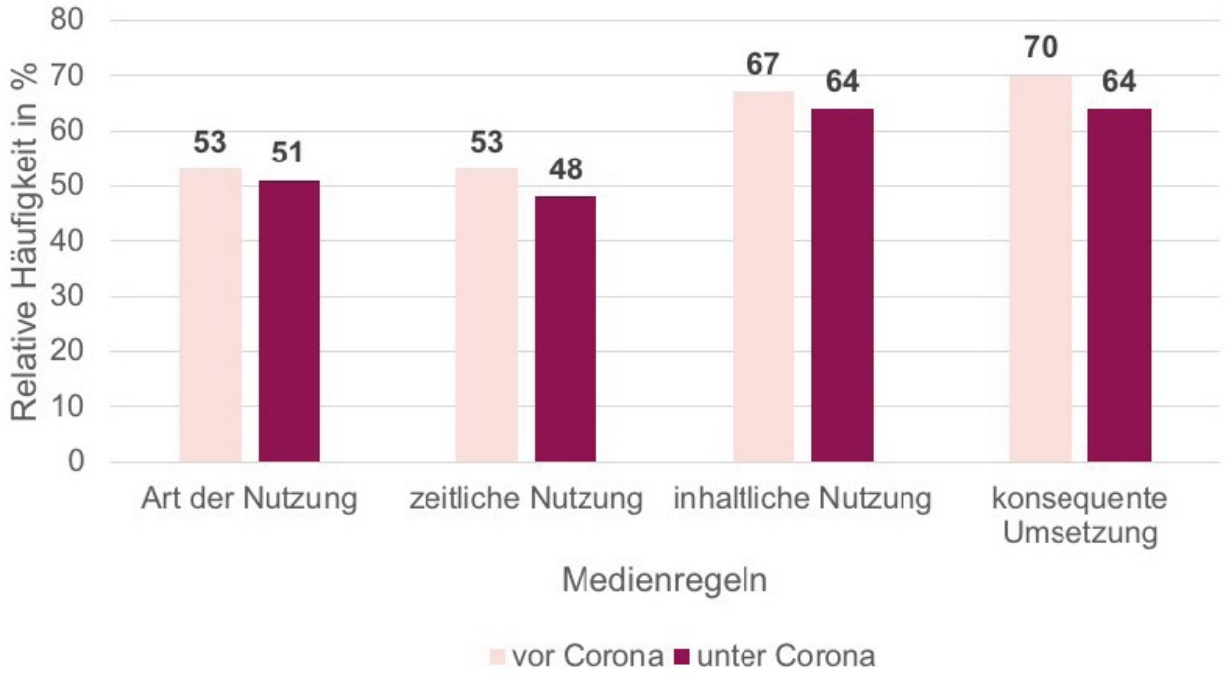


Quelle: KIM 2020, links: Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=1.216, rechts: Basis Haupterzieher*innen, bei denen es jeweils Regeln gibt

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

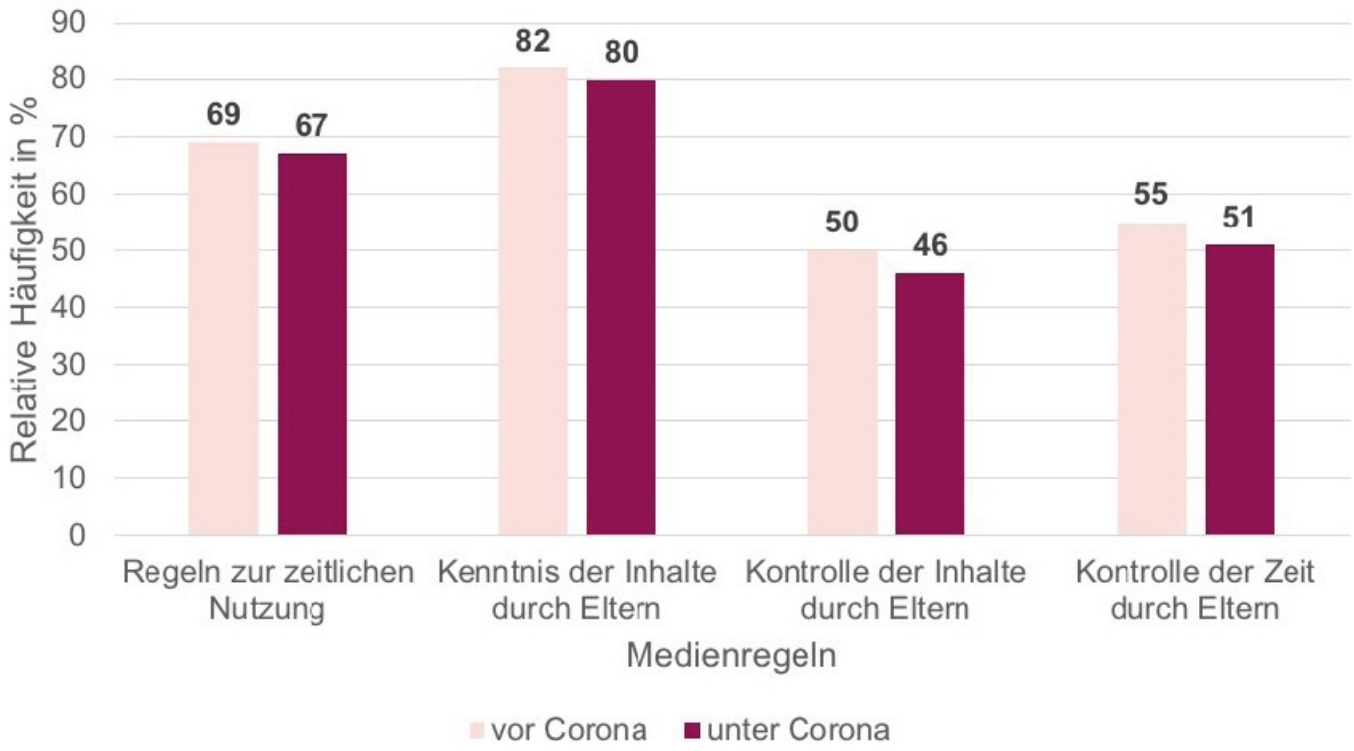
Begleitung während Corona (DAK 2020)

Medienregeln und deren Umsetzung [%] vor und unter Corona-Lockdown aus Sicht der Eltern



Begleitung während Corona (DAK 2020)

Medienregeln und deren Umsetzung vor und unter Corona-Lockdown aus Sicht der Kinder



AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Medien als familiäres ‘Problem’ (Wagner et al. 2016)

Zunehmende Bedeutung in (fast) allen Familien

➔ Konflikte mit Medien gibt es in ganz unterschiedlichen Familien → kein Problem nur von Familien mit Migrationshintergrund oder niedrigem soziökonomischem Status

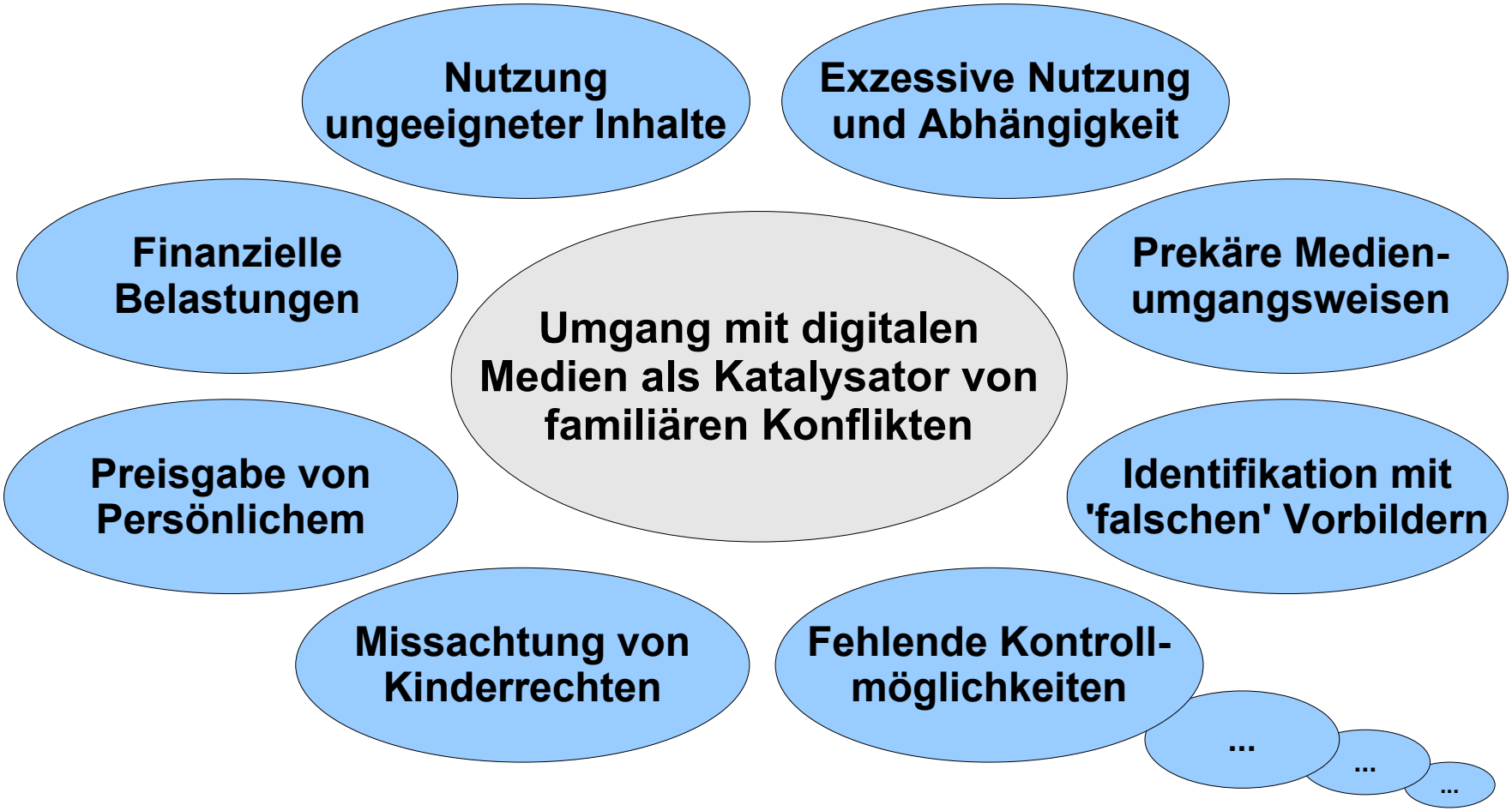
Umgang mit digitalen Medien nur 'ein' Problem

➔ medienbezogene Konflikte oft Ausdruck von generellem familiären Kommunikations- und Beziehungsproblem → im erzieherischen 'überdeckt', anstatt aufgearbeitet

Besondere Herausforderung und Belastung

➔ Konflikte im Umgang mit digitalen Medien für alle sehr anstrengend → multiproblematische Familiensituationen 'blockieren' positive Eltern-Kind-Interaktion

Konfliktpotenziale (Wagner et al. 2016)



Im Zusammenhang sehen...

Unwissenheit, Unsicherheit, Unverständnis (Lampert 2011)

➔ viele Eltern kennen die beliebten Medien ihrer Kinder nicht und können die Faszination nicht nachvollziehen → keine überzeugenden Vereinbarungen oder Unterstützung leisten

Negative Folgen exzessiver Nutzung (Wölfing 2011)

➔ neben den innerpsychischen Problemen bei Betroffenen selbst auch zwischenmenschlichen Konflikte im sozialen Umfeld als Reaktion auf eskaliertes Nutzungsverhalten

Fehlende Vorbildfunktion (Feibel 2011, Wagner et al. 2016)

➔ Wenn Eltern kein gutes Vorbild sind, fehlt es bei den Kindern an Einsicht → die Kinder fordern das für sich ein, was die Eltern ihnen vorleben

Erziehungskonzepte (Eggert et al. 2013, Eggert 2019)

Muster (medien-) erzieherischen Handelns nicht nur in Familien

Medienumgang 'laufen lassen'
→ nur vereinzelte Regelungen und kaum Begleitung

Beobachten und situativ eingreifen
→ intuitives situationsbezogenes erzieherisches Handeln

Funktionalistisch kontrollieren
→ Regeln und Verbote, um Familienalltag nicht zu stören

Normgeleitet kontrollieren
→ zielgerichtetes Handeln entlang strikter Orientierungslinien

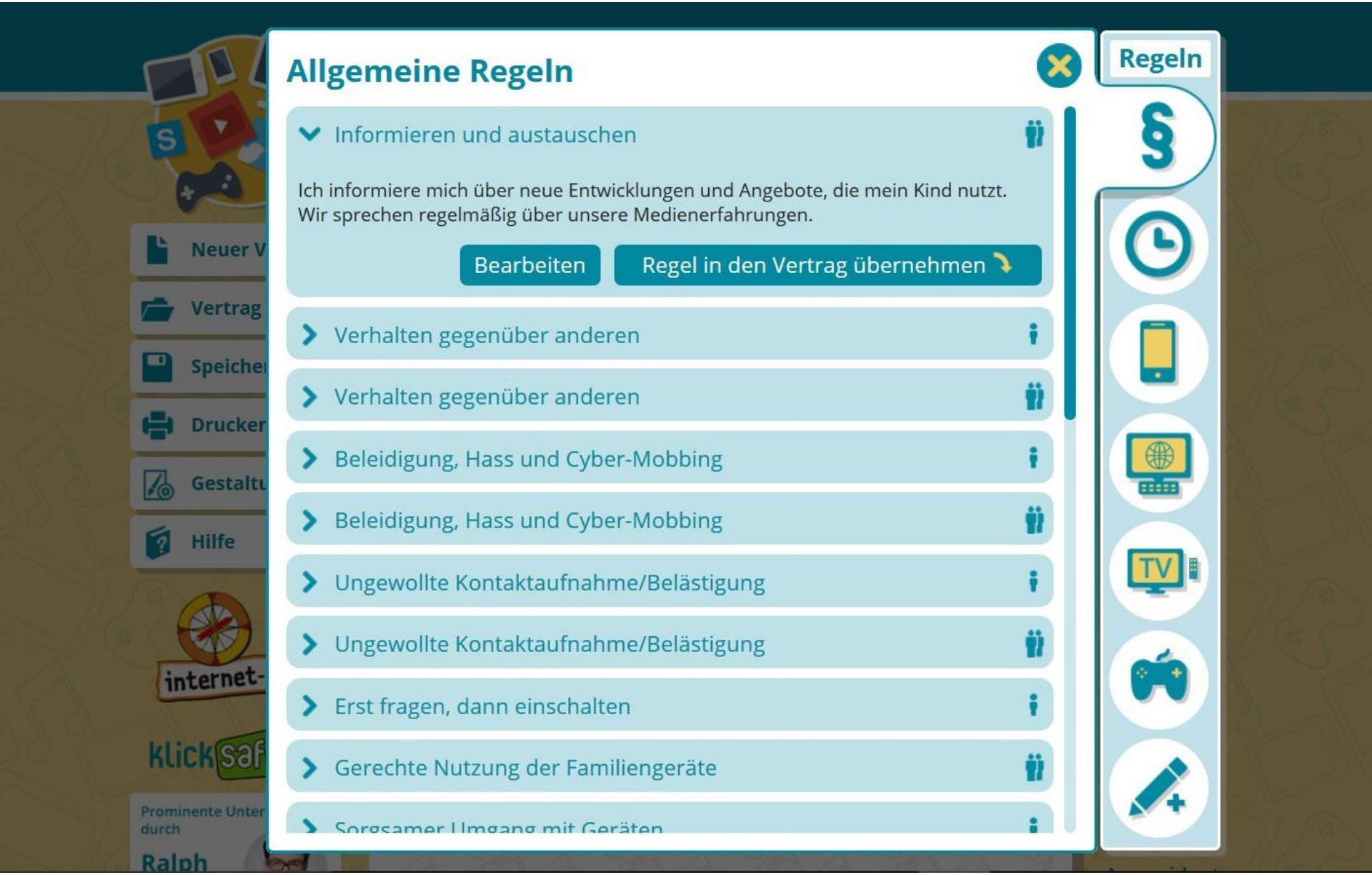
Einen Handlungs-rahmen setzen
→ klare inhaltliche und zeitliche Regulierung

Individuell unterstützen
→ orientiert an Bedürfnissen, Alter und Entwicklungsstand

Hilfsmittel zur Erziehung

www.mediennutzungsvertrag.de

- ➔ gemeinsame Vereinbarungen von Heranwachsenden und ihren Erziehenden
- ➔ inhaltliche/zeitliche Absprachen treffen, Verhaltensregeln aufstellen
- ➔ Orientierung an Richtwerten für verschiedene Altersgruppen und unterschiedliche Medien
- ➔ erster Schritt zur Etablierung einer diskursiven Begleitung des Medienumgangs


Allgemeine Regeln
Regeln
Informieren und austauschen
Ich informiere mich über neue Entwicklungen und Angebote, die mein Kind nutzt.
Wir sprechen regelmäßig über unsere Medienerfahrungen.
Bearbeiten
Regel in den Vertrag übernehmen
Verhalten gegenüber anderen
Verhalten gegenüber anderen
Beleidigung, Hass und Cyber-Mobbing
Beleidigung, Hass und Cyber-Mobbing
Ungewollte Kontaktaufnahme/Belästigung
Ungewollte Kontaktaufnahme/Belästigung
Erst fragen, dann einschalten
Gerechte Nutzung der Familiengeräte
Sorgsamer Umgang mit Geräten
Neuer V
Vertrag
Speiche
Drucker
Gestaltu
Hilfe
internet-
klicksaf
Prominente Unter
durch
Ralph

Hilfsmittel zu Erziehung

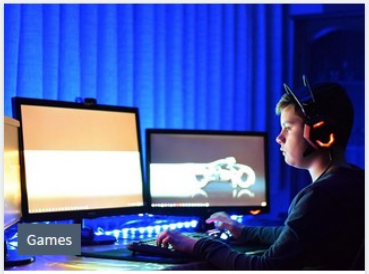
Über uns | Service

[!] SCHAU HIN

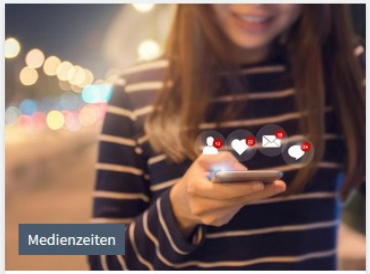
Suche |

Smartphone & Tablet Games Soziale Netzwerke Streaming Internet für Kinder Hörmedien | Alle Themen

INTERESSANTE ARTIKEL



Kreativmodus für Fortnite: Was sollten Eltern wissen?



Wieviel ist gut für dich? Feste Medienzeiten vereinbaren

TikTok: Mehr Sicherheit für Kinder

Papa, leg das Handy weg! Eltern als Vorbild bei der Mediennutzung

AKTUELLE THEMEN

Soziale Netzwerke

Medienzeiten

Smartphone & Tablet

Games

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Hilfsmittel zur Erziehung

Internetguide für Eltern

> Über uns > Beschwerdestelle

Guided Tour | Lebensphasen | Medienwelten | Medien in der Familie | Sie fragen – Wir antworten

Medien in der Familie - Ihre Kinder bei der Nutzung von Apps, Spielen, Websites und sozialen Netzwerken begleiten

Unsere Angebote

Guided Tour

Der Guide führt Sie Schritt für Schritt zu Antworten auf Ihre Fragen.

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Vor(!) den Zugängen in die digitale Welt!

für Kinder | für Lehrkräfte | für Eltern

internet-abc WISSEN, WIE'S GEHT!

Eddie

Wonach suchst du?

Text anhören

Lernmodule

Die Lernmodule zeigen dir, wie das Internet funktioniert und worauf du achten musst. Schritt für Schritt wirst du zum Profi. Klick einfach auf ein Thema, für das du dich interessierst, und schon geht die Reise ins Internet los!

1. Surfen und Internet – so funktioniert das Internet

- Unterwegs im Internet – so geht's!
- Suchen und Finden im Internet
- So funktioniert das Internet – die Technik
- Mobil im Internet – Tablets und Smartphones

Surftipps

Hinweis für Lehrer

In unserem Bereich für Lehrkräfte finden Sie zu den Lernmodulen viele passende Materialien für Ihren Unterricht!

zu den Unterrichtsmaterialien der Lernmodule

Lernmodule: Funktioniert etwas nicht?

Manche Browser oder Browser-Einstellungen verhindern die richtige Darstellung der Lernmodule, v.a. wenn in einer Schule ein Schutzfilter verwendet wird: Das Internet-ABC gibt ein paar Tipps, was Sie in diesem Fall machen [...]

klicksafe

klicksafe für Kinder | Kontakt | Impressum | Datenschutz

Kinder im Internet

klicksafe unterstützt Sie als Eltern dabei, Ihr Kind Schritt für Schritt an Internet, PC-Spiele, Smartphone und Apps heranzuführen.

- Kinder bis ca. 10 Jahre
- Kinder ab ca. 10 Jahre

klicksafe beantwortet Elternfragen

Wann ist mein Kind alt genug für ein Smartphone? Ab wann darf es WhatsApp nutzen? Diese und weitere typische Elternfragen werden hier beantwortet.

Materialien und Linktipps für Eltern

Sie wollen sich zu einem bestimmten Thema noch genauer informieren? Dann finden Sie unter Materialien viele passende Flyer und Broschüren. Unter Links stellen wir Ihnen passende Links und Webseiten mit

Gute Internetseiten und Apps für Kinder

Eine Sammlung von guten Internetangeboten und Apps für Kinder kann hier abgerufen werden. Zudem wird erklärt, woran man gute Angebote für jüngere Surfer erkennen kann.

FLIMMO
FLIMMO sieht fern
FLIMMO hilft durchblicken
Übers Fernsehen hinaus
Über FLIMMO
Presse & Kooperationen
Mein FLIMMO
Login
Highlights der Woche
Asterix der Gallier
SuperRTL, 05. März 2021, 20:15
Wenn der gewitzte Gallier Asterix und der unschlagbare Obelix auftauchen, haben die Römer nichts zu lachen. Respektlos und mit den haarsträubendsten Einfällen treiben sie den großen Feldherrn Cäsar...
Sendungen oder andere Inhalte suchen
Merkzettel
Aktuelles TV-Programm
Sendungsarchiv

Handys, Apps und Social Media

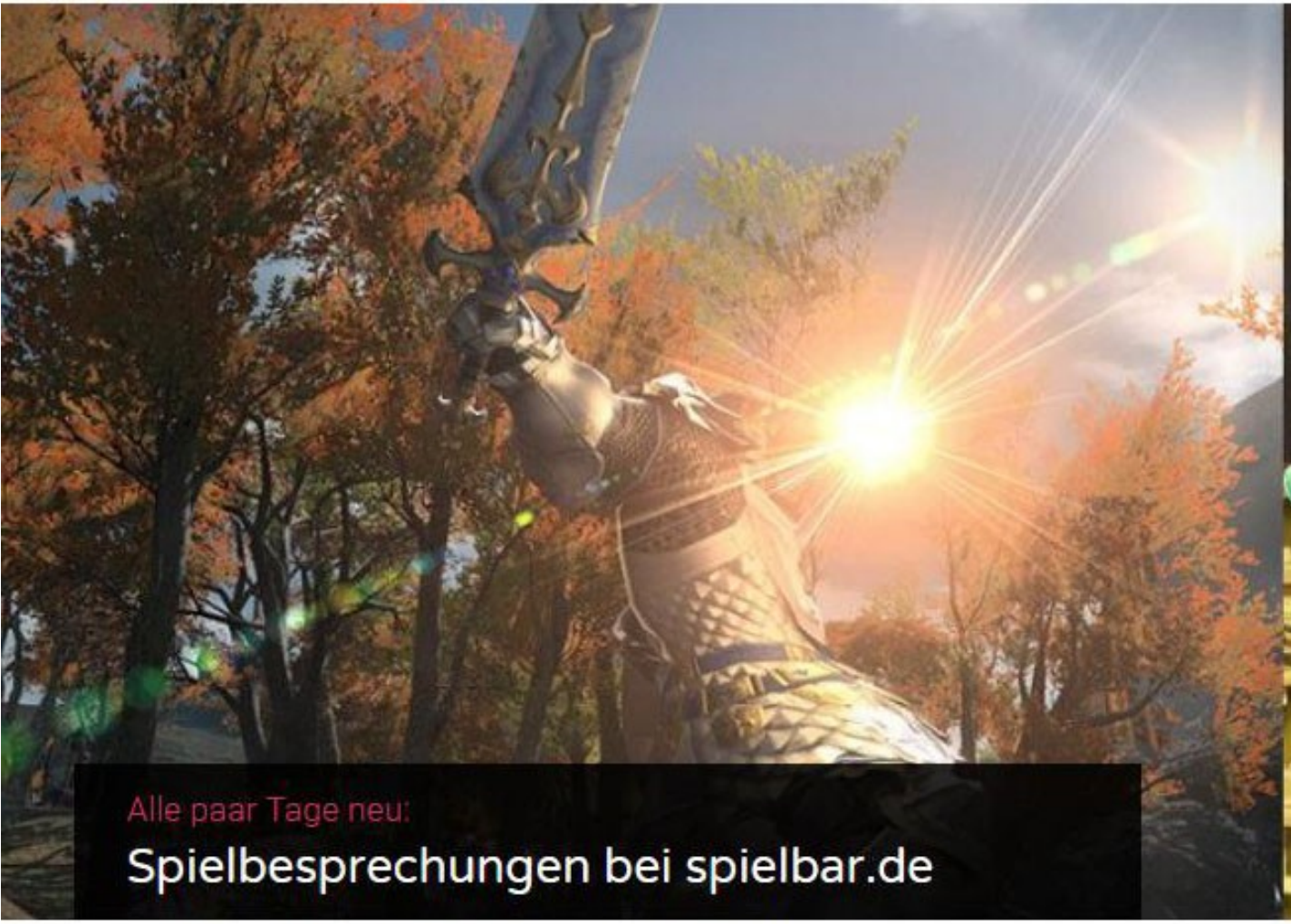
Ein Ratgeber zu Smartphones, Apps und mobilen Netzen für Eltern und andere Interessierte

handysektor klicksafe

AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

WhatsApp & Instagram

YouTube, Netflix & Co.



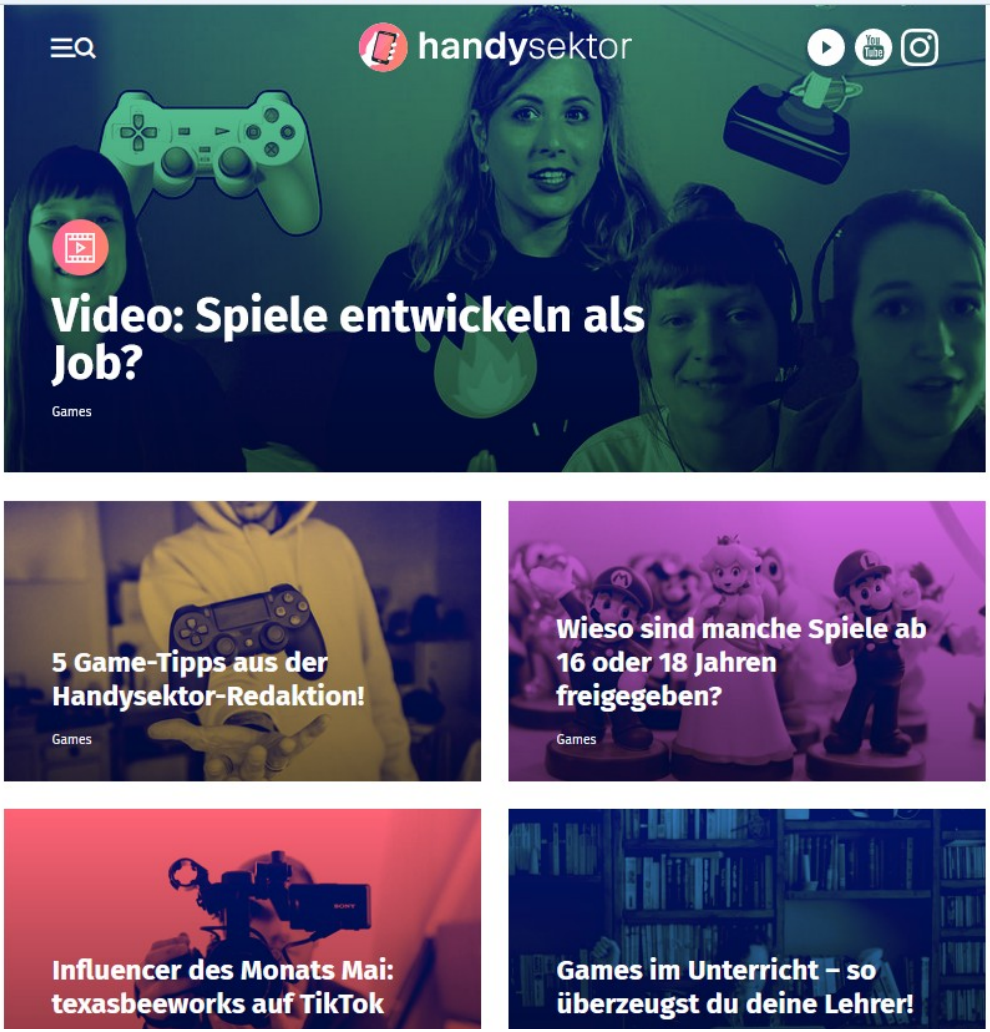
Alle paar Tage neu:

Spielbesprechungen bei spielbar.de

Computerspiele gehen jeden was an!

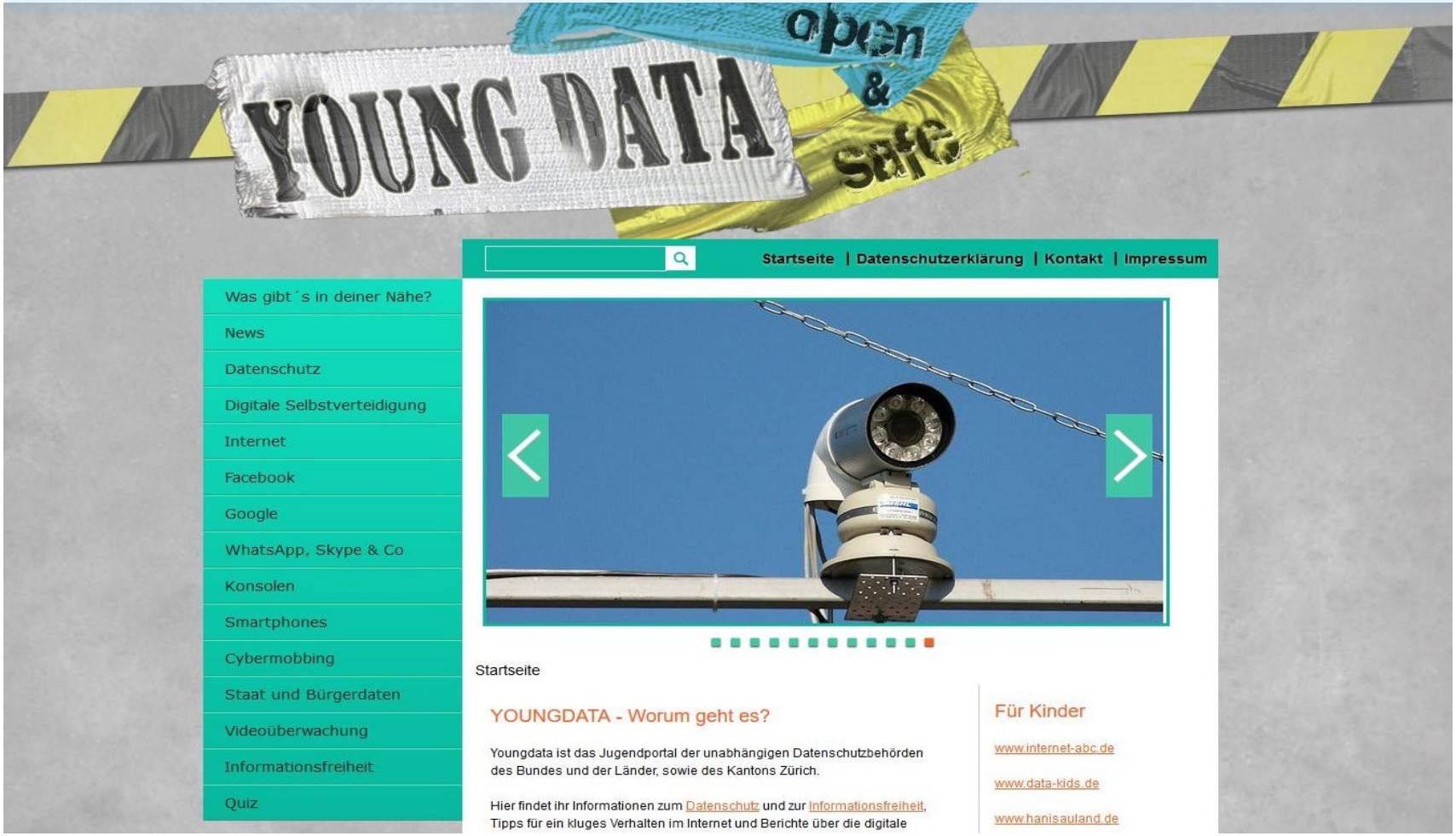
Deshalb machen wir mehr als Spiele zu testen und Trends zu erforschen. Wir klären Eltern auf, bilden unterschiedliche Meinungen ab und fördern Beteiligung im Netz.

Für Heranwachsende: Sich Selbst stärken!



AKJM Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und Neue Medien

Sensibilisierung Heranwachsender



Jugendportal der unabhängigen Datenschutzbehörden (www.youngdata.de)

Heranwachsende ernst nehmen

Ansetzen an Schwachstellen und Vorschlägen, die Heranwachsende artikulieren **(Wölfing et al. 2015)**

- ➔ sie empfehlen selbst mediale Abstinenzräume und medienfreie Zeiten (z.B. während des Schlafens)
- ➔ sie verweisen auf fehlendes Wissen von Eltern/Pädagogen zu ihrem Medienumgang und die Möglichkeit, ergriffene regulatorische Maßnahmen leicht zu umgehen
- ➔ sie stören sich an Vorurteilen und einer zu großen Besorgtheit Erwachsener und kritisieren dämonisierende und pauschaulisierende Informations- und Lernmaterialien
- ➔ sie wünschen sich eine Kommunikation mit den Erwachsenen 'auf Augenhöhe' und ein gemeinsames Aushandeln von klaren Regeln zum Medienumgang

Besonderer ‘Schutzanspruch’ (Brüggen et al. 2017)

Breite Akzeptanz **bei Eltern und Heranwachsenden**

➔ für 90 Prozent der Eltern und 72 Prozent der 9- bis 16-Jährigen ist Schutz von Kindern und Jugendlichen wichtiger als leichter Zugang zu allen Online-Angeboten

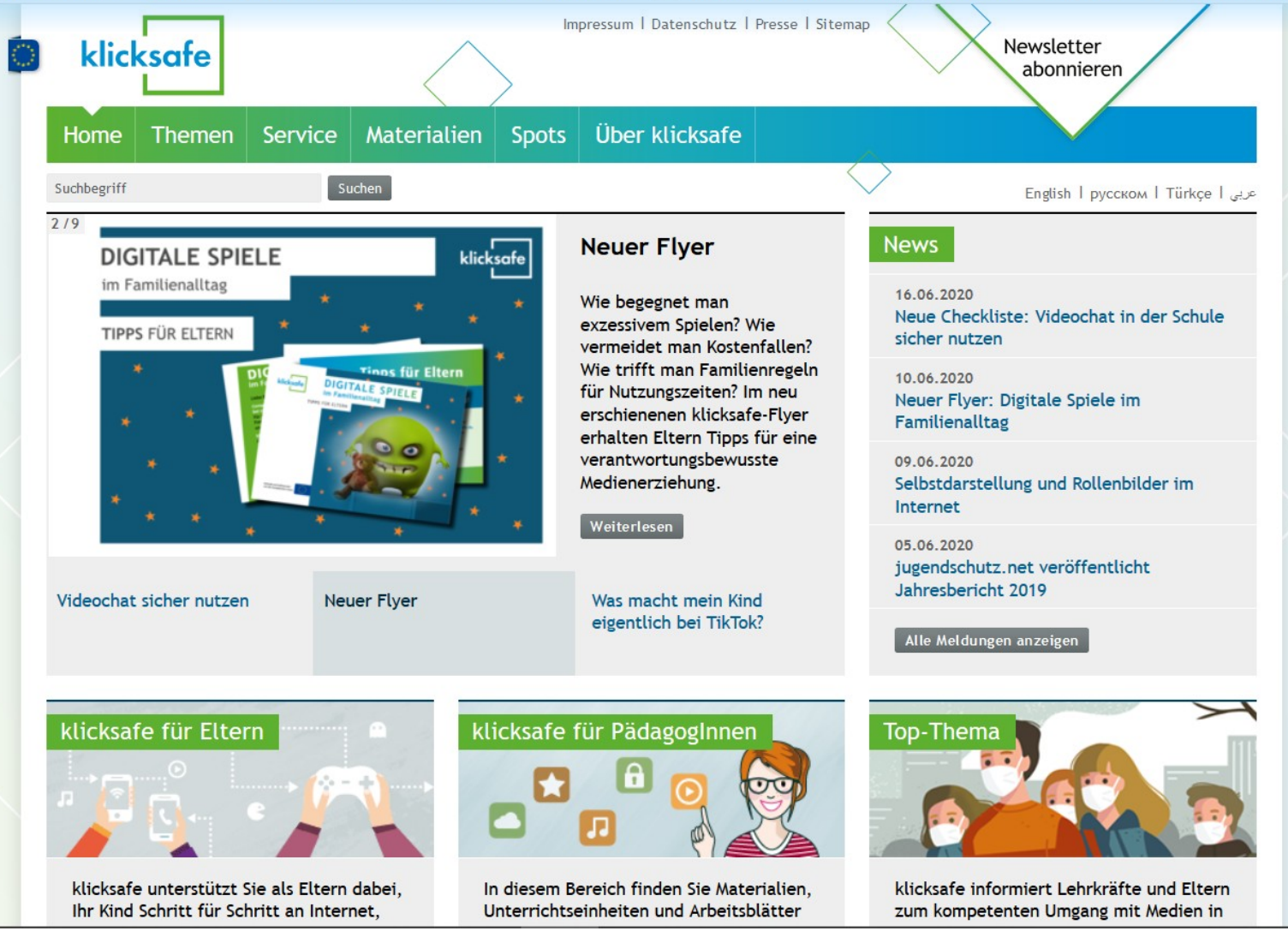
Bewusstsein von Eltern **bzgl. ihrer besonderen Rolle**

➔ dennoch weisen sie zuständigen Behörden, Medienanbietern, Schule, Politik und (mit deren zunehmenden Alter) auch Heranwachsenden Verantwortung zu

Übernehmen von Verantwortung **hat noch Potenzial**

➔ sehr kritisch sehen Eltern und Heranwachsende die Verantwortungsübernahme von Politik und Medienanbietern → das Verhältnis von Eltern zu Instrumenten ist ambivalent

Präventive Arbeit: (Selbst-)Schutz?!



Sensibilisierende Arbeit: Transparenz

stop & go Jugendschutzparcours

- ➔ konzipiert für die mobile außerschulische Jugendarbeit
- ➔ Heranwachsende setzen sich selbständig und spielerisch mit Normen des Jugendschutzes auseinander
- ➔ Themenbereiche: **Sucht, Werbung, jugendgefährdende Medien** u.a.m.
- ➔ <u>Ziel:</u> Akzeptanz, Transparenz und Nachvollziehbarkeit restriktiv-bewahrender Maßnahmen bei der Zielgruppe erhöhen

Jugenschutz in leichter Sprache

Jugend-Schutz in Deutschland

Kinder und Jugendliche in Deutschland sollen gesund und sicher aufwachsen.
In Deutschland gibt es deshalb ein Gesetz.
Dieses Gesetz heißt **Jugendschutz-Gesetz**.

Das Jugendschutz-Gesetz soll Kinder und Jugendliche schützen und stark machen.
Das Gesetz ist wichtig für Eltern und **Erziehende**.
Erziehende sind Menschen,
die Kinder und Jugendliche betreuen
(zum Beispiel Pflegeeltern oder Verwandte).

Eltern und Erziehende müssen wissen:

- Was dürfen Kinder und Jugendliche?
  Und was dürfen sie nicht?

Das Gesetz ist aber auch wichtig
für **Geschäfts-Leute**.
Sie müssen wissen:

- Was dürfen sie an Kinder und Jugendliche verkaufen oder verleihen?
- Wo dürfen sich Kinder und Jugendliche alleine aufhalten?

Kinder und Jugendliche dürfen erst ab 16 Jahren
Getränke mit Alkohol trinken.
Das sind zum Beispiel Bier, Wein oder Sekt.
Diese Getränke darf ein Verkäufer **nicht** an
Kinder oder Jugendliche unter 16 Jahren verkaufen.

Es gibt auch Getränke mit viel Alkohol.
Das sind zum Beispiel Wodka, Rum oder Obst-Brände.
Diese Getränke dürfen Kinder oder Jugendliche
gar nicht kaufen oder trinken.
Das dürfen nur Erwachsene.
Also Menschen, die mindestens 18 Jahre alt sind.

Alle müssen sich an diese Gesetze halten.
Wer Kindern und Jugendlichen trotzdem
Alkohol anbietet oder verkauft:
Der wird bestraft.

Jugendliche dürfen erst ab 16 Jahren
in eine **Disco** gehen.
Um Mitternacht müssen sie die Disco verlassen.

Kinder und Jugendliche dürfen auf der Straße
und in der Disco **nicht rauchen**.
Erwachsene dürfen keine Zigaretten
an Kinder und Jugendliche verkaufen.

Kinder und Jugendliche sollen keine Zigaretten kaufen können.
Auch **nicht** an Zigaretten-Automaten.
Deshalb geht das nur mit einem Ausweis.

Es gibt auch genaue Regeln
für **Filme, Videos** und **Computer-Spiele**.
Manche Filme und Computer-Spiele zeigen viel Gewalt.
Sie machen Kindern und Jugendlichen Angst.
Deshalb werden alle Filme und Computer-Spiele geprüft.

Sie bekommen ein farbiges Zeichen.
Darauf steht:
Ab diesem Alter ist der Film erlaubt.
Ab diesem Alter ist das Computer-Spiel erlaubt.

Es gibt 4 verschiedene Zeichen:
Gelb: freigegeben ab 6 Jahren
Grün: freigegeben ab 12 Jahren
Blau: freigegeben ab 16 Jahren
Rot: ab 18 Jahren, also **nicht** für Kinder und Jugendliche

Kinos, Verleiher und Verkäufer
von Filmen und Computer-Spielen
müssen dieses Gesetz beachten.

Kinder und Jugendliche dürfen **nicht** in Spiel-Hallen sein.
Sie dürfen **nicht** an Spiel-Automaten spielen,
wenn daran um Geld gespielt wird.

Die **Mitarbeiter im Jugend-Amt** helfen und beraten.
Sie beantworten alle Fragen zum Jugend-Schutz.
Ein Jugend-Amt gibt es in jeder Stadt.

Dieser Text ist in Leichter Sprache geschrieben.
Quelle: www.jugendschutz-aktiv.de

Schutzinstrumente

Altersfreigaben sind **das wichtigste Instrument** des Jugendmedienschutzes in Deutschland

- nach einer (Vorab-)Prüfung von Medienangeboten vergeben
- bieten Erziehenden (und ihren Kindern) Orientierung, dass Nutzung ab bestimmten Alter unbedenklich/ungefährlich ist
- **Achtung: Keine pädagogische Empfehlung!**
- große Bedeutung in den Bereichen Film, Computerspiele, Apps, Fernsehen → Sendezeitschienen (20, 22 und 23 Uhr)
- seit Jahrzehnten: ab 0 Jahre (ohne Altersbeschränkung), ab 6, ab 12, ab 16 und ab 18 Jahre (keine Jugendfreigabe)

Sicherheit technisch?

Technische Schutzmechanismen bieten einigen Schutz, aber **keine 100prozentige Sicherheit**

- **Sicherheitseinstellungen bei Smartphones & Co.**→ PIN-Schutz, Kindersicherung, Inhaltsfilter
- **Begrenzung des heimischen W-LANs** oder Schulnetzes→ zeitliche Begrenzungen, aktivierte Blacklist etc.
- **Alternativen für Google & Co.** nutzen → erste Onlinezugänge über sichere Surfräume (z.B. fragFINN), anonymisierte Googlesuche (Startpage) oder YouTubeKids
- **Drittanbietersperre einrichten** → je nach Anbieter online in den Einstellungen („meine Verträge“ etc.)
- Google **Family Link App** → Apps verwalten, Bildschirmzeiten begrenzen, Standort ...

Medienkonzept? Ja, danke! (Hajok 2019d)

Grundlegend Ziel: Kritisch-reflexiver Medienumgang

1. **Offen sein** gegenüber Medienumgang und Haltung zeigen
2. Mediale **Handlungsräume schaffen** und definieren/regeln
3. Medienbezogene Vorlieben/**Kompetenzen berücksichtigen**
4. **Umsetzung gesetzlicher Bestimmungen** zu Schutz/Förderung
5. Kontinuierliche **Fort-/Weiterbildung** der Fachkräfte
6. **Konkrete Hilfen** bei negativen Medienerfahrungen bieten
7. Vorhandene **Strukturen** medienpädagogischer Arbeit **nutzen**
8. **Alle am ‚System' Beteiligten** ins Boot holen/unterstützen
9. Regelmäßige **Überprüfung und Anpassung** des Konzeptes

Ohne Medienkonzept keine angemessene Begleitung!

Rechtliche Rahmungen

Digitale Rechte von Heranwachsenden und gesetzliche Bestimmungen und Regelungen zu deren Schutz, Förderung und Teilhabe

Schutz/Förderung als Aufgabe (Schäfer 2014)

Gesetzliche Verankerung in SGB VIII

➔ Recht eines jeden auf Förderung seiner Entwicklung und auf Erziehung zu einer verantwortlichen Persönlichkeit (§ 1 Abs. 1 SGB VIII) als Handlungsrahmen für Kinder- und Jugendhilfe

➔ Umfasst erzieherischen Kinder-/Jugendschutz → Befähigung zu 'Selbstschutz' sowie Kritikfähigkeit, Entscheidungsfähigkeit und Eigenverantwortlichkeit (§ 14 Abs. 2 Nr. 1 SGB VIII)

Orte von Medienbildung/Medienerziehung

➔ Neben der Familie alle(!) Einrichtungen der Bildung, Förderung und Erziehung in öffentlicher und freier Trägerschaft

➔ Mittlerweile breite Verankerung in den Institutionen formaler Bildung und den Orten non-formaler und informeller Bildung → Thema in Kita, Schule, Kinder-, Jugend-, Familienhilfe ...

Gesetze zum Jugendmedienschutz

(reformiertes) Jugendschutzgesetz (JuSchG)

➔ Abschnitt 3 regelt den Jugendschutz im Bereich der Medien → Filmveranstaltungen, Bildträger mit Filmen oder Spielen, Alterskennzeichnungen, jugendgefährdende Medien

➔ Abschnitt 4 regelt Arbeit der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (BzKJ, vormals BPjM) → Teile A/B und C/D der Liste für jugendgefährdende Medien (Indizierung)

Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)

➔ enthält Vorschriften zum Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (v.a. TV und Internet, auch Mobilfunk, Teletext)

➔ Kennzeichnungspflichten, TV-Sendezeitbeschränkungen, Einsatz technischer Mittel (Vorsperren, Jugendschutzprogramme etc.), Jugendschutz in Werbung und Teleshopping

Ziele nach reformiertem JuSchG

Schutzziele des Kinder- und Jugendmedienschutzes nach neu gefasstem § 10a JuSchG:

1. **Schutz vor entwicklungsbeeinträchtigenden Medien** → geeignet, die Entwicklung/Erziehung von Kindern/Jugendlichen zu eigenverantwortlicher und gemeinschaftsfähiger Persönlichkeit zu beeinträchtigen
2. **Schutz vor jugendgefährdenden Medien**, geeignet, die Entwicklung/Erziehung von Kindern/Jugendlichen zu eigenverantwortlicher und gemeinschaftsfähiger Persönlichkeit zu gefährden
3. **Schutz der persönlichen Integrität** von Kindern/Jugendlichen bei der Mediennutzung und
4. **Förderung von Orientierung** für Kinder, Jugendliche, personensorgeberechtigte Personen, pädagogische Fachkräfte bei der Mediennutzung/Medienerziehung → die Vorschriften des Achten Buches Sozialgesetzbuch bleiben unberührt

Erstarkte digitale Rechte (Council of Europe 2019, Hajok 2020b)

Leitlinien des Europarates zur Umsetzung der UN-KRK als Basis für drei ‚digitale Grundrechte':

1. Recht auf Zugang und Teilhabe

➔ Uneingeschränkter, gleichberechtigter Zugang zur digitalen Welt → altersangemessen und diskriminierungsfrei

2. Recht auf Sicherheit und Schutz

➔ Bei allen Maßnahmen, die Minderjährige betreffen, ist deren Wohl vorrangig zu betrachten

3. Recht auf Bildung und Förderung

➔ Umfasst in zunehmend digitalen Lebenswelten explizit auch den Anspruch auf Medienbildung/-kompetenzförderung

Erstarkte digitale Rechte (www.kinderrechte.digital)

UN-Kinderrechts-konvention (UN-KRK)

Für unter 18-Jährige in der digitalen Welt

Uneingeschränkter, gleichberechtigter Zugang zur digitalen Welt
→ UN-KRK Art. 17

Freie Meinungsäußerung online wie offline
→ UN-KRK Art. 13

Sicherheit und Schutz vor Gewalt, Missbrauch, Vernachlässigung etc.
→ UN-KRK Art. 3

Versammlung und Vereinigung sowie Spiel und Teilhabe (im Netz)
→ UN-KRK Art. 15

Bildung und Medien-kompetenz zu selbstbes-stimmter Mediennutzung
→ UN-KRK Art. 28

Privatsphäre und Datenschutz inkl. Recht am eigenen Bild
→ UN-KRK Art. 16

Danke für Aufmerksamkeit!

Literatur

Baacke, D. (1980): Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. München: Juventa.

de Baey-Ernsten, Max / Füssel, Lara / Hajok, Daniel (2021): YouTube als (kultureller) Bildungsraum?! Berlin. [LINK].

Behr, J. (2019): Ganz alltäglich – Medien gehören auch in die Kita. In: S. Fleischer & D. Hajok (Hrsg.), Medienerziehung in der digitalen Welt. Stuttgart, S. 138-146.

Berg, A. (2019): Kinder und Jugendliche in der digitalen Welt. Berlin: BITKOM. [LINK]

Böhnisch, L. (2009): Jugend heute – Ein Essay. In: H. Theunert (Hrsg.), Jugend. Identität. Medien. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. München, S. 27-34.

Böhnisch, L. / Lenz, K. / Schröer, W. (2009): Sozialisation und Bewältigung. Eine Einführung in die Sozialisationstheorie der zweiten Moderne. Weinheim u.a.

Brüggen, N. / Dreyer, S. / Drosselmeier, M. / Gebel, C. / Hasebrink, U. / Rechlitz, M. (2017): Jugendmedienschutzindex: Der Umgang mit onlinebezogenen Risiken – Ergebnisse der Befragung von Eltern und Heranwachsenden. Berlin.

Calmbach, M. / Flaig, B. / Edwards, J. / Möller-Slawinski, H. / Borchard, I. / Schleer, C. (2020): SINUS-Jugendstudie 2020. Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Bonn.

Council of Europe (2019): Leitlinien zur Achtung, zum Schutz und zur Verwirklichung der Rechte des Kindes im digitalen Umfeld. Empfehlung CM/Rec(2018)7 des Ministerkomitees an die Mitgliedstaaten. Berlin.

DAK (2020) (Hrsg.): Mediensucht 2020 – Gaming und Social Media in Zeiten von Corona. Hamburg. [LINK]

Dreyer, S. / Hasebrink, U. / Lampert, C. / Schröder, H.-D. (2013): Herausforderungen für den Jugendmedienschutz durch digitale Medienumgebungen. In: Soziale Sicherheit (CHSS), Heft 4, S. 195-199.

Eggert, S. (2019): Familiäre Medienerziehung in der Welt digitaler Medien: Ansprüche, Handlungsmuster und Unterstützungsbedarf von Eltern. In: S. Fleischer & D. Hajok (Hrsg.), Medienerziehung in der digitalen Welt. Grundlagen und Konzepte für Familie, Kita, Schule und Soziale Arbeit. Stuttgart, S. 105-118.

Eggert, S. / Schwinge, C. / Wagner, U. (2013): Muster medienerzieherischen Handelns. In: U. Wagner / C. Gebel / C. Lampert (Hrsg.), Zwischen Anspruch und Alltagsbewältigung: Medienerziehung in der Familie. Berlin, S. 141-219.

Fleischer, S. & Hajok, D. (2016): Einführung in die medienpädagogische Praxis und Forschung. Kinder und Jugendliche im Spannungsfeld der Medien. Weinheim u.a.

Fleischer, S. & Hajok, D. (2015): Medienbildung. In: Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (Hrsg.), Thüringer Bildungsplan bis 18 Jahre. Bildungsansprüche von Kindern und Jugendlichen. Erfurt, S. 299-323.

Franck, G. (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München und Wien: Hanser.

Gebel, C. / Brüggen, N. / Hasebrink, U. / Lauber, A. / Dreyer, S. / Drosselmeier, M. / Rechlitz, M. (2018): Jugendmedienschutzindex: Der Umgang mit onlinebezogenen Risiken. Ergebnisse der Befragung von Lehrkräften und pädagogischen Fachkräften. Berlin.

Grimm, P. / Rhein, S. / Müller, M. (2010): Porno im Web 2.0. Die Bedeutung sexualisierter Web-Inhalte in der Lebenswelt von Jugendlichen. Berlin.

Hajok, D. (2021a): Wenn die Mediennutzung außer Kontrolle gerät… Zunehmende Verbreitung einer Medienabhängigkeit unter Jugendlichen. In: EJ – Evangelische Jugendhilfe, Jg. 98, H. 3, S. 208-214.

Hajok, Daniel (2021): Standards der Digitalisierung und medienpädagogischen Arbeit in Jugendhilfeeinrichtungen: Eine Checkliste. In: TPJ – Theorie und Praxis der Jugendhilfe, Heft 34, Schutz und Qualität in den Erziehungshilfen – Definition, Status quo und Weiterentwicklung von Standards, S. 148-150.

Hajok, D. (2020a): Heranwachsende im Ausnahmezustand. Homeschooling, verändertes Zusammenleben und Medienumgang in Corona-Zeiten. In: tv diskurs, Jg. 24, Heft 3, S. 10-13.

Hajok, D. (2020b): Teilhabe, Schutz und Förderung auch in der digitalen Welt. Artikel 17 der UN-Kinderrechtskonvention als Ausgangspunkt. In: KJug, Jg. 65, Heft 3, S. 101-104.

Hajok, D. (2019a): Heranwachsen in der zunehmend mediatisierten Gesellschaft: Kinder und Jugendliche im Spannungsfeld digitaler Medien. In: TPJ – Theorie und Praxis der Jugendhilfe, Heft 24, „analog – digital – virtuell. Kinder, Jugendliche und pädagogische Fachkräfte im Spannungsfeld digitaler Medien“, S. 8-35.

Hajok, D. (2019b): Tauchen Jugendliche zu tief in die Welt digitaler Medien ein? In: tv diskurs – Verantwortung in audiovisuellen Medien, Jg. 23, Heft 1, S. 13-15.

Hajok, D. (2019c): Medienerziehung als Thema von Kinder-, Jugend- und Erziehungshilfen. In: S. Fleischer & D. Hajok (Hrsg.), Medienerziehung in der digitalen Welt. Stuttgart.

Hajok, D. (2019d): Herausforderungen für die Kinder-, Jugend- und Erziehungshilfen: Pädagogische Fachkräfte im Spannungsfeld digitaler Medien. In: TPJ – Theorie und Praxis der Jugendhilfe, Heft 24, „analog – digital – virtuell. Kinder, Jugendliche und pädagogische Fachkräfte im Spannungsfeld digitaler Medien“, S. 36-61.

Literatur

Hajok, D. (2018a): Alles anders mit digitalen Medien? Wie sich Kindheit und Jugend gewandelt haben. In: merz – medien + erziehung, Jg. 62, Heft 4, S. 61-67.

Hajok, D. (2018b): Verändertes Heranwachsen mit digitalen Medien. Theoretische Perspektiven auf einen neuen Sozialisationstypus. In: JMS-Report, Jg. 41, Heft 2, S. 2-6.

Hajok, D. (2015a): Veränderte Medienwelten – veränderte Ansprüche an die Soziale Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und Familien. In: Jugendhilfe, Jg. 53, Heft 3, S. 208-220.

Hajok, D. (2015b): Zum Umgang mit digitalen Medien in der stationären Kinder- und Jugendhilfe. In: KJug, Jg. 60, Heft 3, S. 85-90.

Hajok, D. / Siebert, P. / Engling, U. (2019): Digital Na(t)ives. Ergebnisse der Wiederholungsbefragung und Konsequenzen für den präventiven Jugendmedienschutz. In: JMS-Report, Jg. 42, H. 1, S. 2-5.

Hajok, D. & Lauber, A. (2013): Kompetent durchs Internet!? In: K.-D. Felsmann (Hrsg.), Die vernetzte Welt. München, S. 99-110.

Hasebrink, U. / Lampert, C. / Thiel, K. (2019): Online-Erfahrungen von 9- bis 17-Jährigen. Ergebnisse der EU Kids Online-Befragung in Deutschland 2019. Hamburg.

Hofherr, S. (2018): Sexuelle Gewalterfahrung von Schülerinnen und Schülern und sexuelle Gewalt als Thema in der Schule. In: BZgA-Forum, Heft 2-2018, S. 34-37.

IfD-Allensbach (2021): Lernen in Zeiten von Corona. Ergebnisse einer Befragung von Schülern und Eltern von Kindern der Klassenstufen 5 bis 10 im Frühjahr 2021. Bonn. [LINK]

Keupp, H. / Ahbe, T. / Gmür, W. / Höfer, R. / Kraus, W. / Mitzscherlich, B. / Straus, F. (2008): Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Reinbek bei Hamburg.

KiMMo (2021): Kinder Medien Monitor 2021. Berichtsband. [LINK]

Klickssafe (2021): Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Nachrichteninformationsquellen und Falschmeldungen. Safer Internet Day 2021. [LINK]

Knaus, T. (2015): Me, my Tablet – and Us. Vom Mythos eines Motivationsgenerators zum vernetzten Lernwerkzeug für autonomopoietisches Lernen. In: K. Friedrich / F. Siller / A. Treber (Hrsg.), smart und mobil. Digitale Kommunikation als Herausforderung für Bildung, Pädagogik und Politik. München, S. 17-42

Krappmann, L. (1969): Soziologische Dimensionen der Identität. Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen, Stuttgart.

Lauber, A. & Hajok, D. (2013): Zur Bedeutung des Jugendmedienschutzes in der Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen. In: A. Hartung / A. Lauber / W. Reißmann (Hrsg.), Das handelnde Subjekt und die Medienpädagogik. München, S. 277-286.

Maschke, S./Stecher, L. (2018a): Sexuelle Gewalt: Erfahrungen Jugendlicher heute. Weinheim, Basel.
Maschke, S./Stecher, L. (2018b): Jugendliche und ihre Erfahrungen mit sexualisierter Gewalt. In: BZgA-Forum, Heft 2-2018, S. 30-33.

MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hrsg.) (2021): KIM-Studie 2020. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hrsg.) (2020): JIM-Studie 2020. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart.

vom Orde, H. & Durner, A. (2021): Grunddaten Kinder und Medien 2021. Zusammengestellt aus aktuellen Befragungen und Studien. München. [LINK]

Orth, B. & Merkel, C. (2020): Die Drogenaffinität Jugendlicher in der Bundesrepublik Deutschland. 2019. Teilband Computerspiele und Internet. BZgA-Forschungsbericht. Köln.

Pörksen, B. & Krischke, W. (2012): Die Gesellschaft der Beachtungsexzesse. In: D. Hajok / O. Selg / A. Hackenberg (Hrsg.), Auf Augenhöhe? Konstanz, S. 57-70.

Saferinternet.at (2015): Sexting bei Jugendlichen. Repräsentative Umfrage. [LINK]

Schäfer, K. (2014): Aufgaben der Kinder- und Jugendhilfe in der Medienerziehung junger Menschen. In: Jugendhilfe, 1-2014, S. 5-15.

Schell, F. (2003): Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Theorie und Praxis. München.

Schorb, B. & Wagner, U. (2013): Medienkompetenz - Befähigung zur souveränen Lebensführung in einer mediatisierten Gesellschaft. In: BMFSFJ (Hrsg.), Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche. Berlin, S. 18-23.

Sennett, R. (1998): Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin.

Tulodziecki, G. (1997): Medien in Erziehung und Bildung. Grundlagen und Beispiele einer handlungs- und entwicklungsorientierten Medienpädagogik. Bad Heilbrunn.

Wagner, U. / Eggert, S. / Schubert, G. (2016): MoFam – Mobile Medien in der Familie. Langfassung der Studie. München. [LINK]

Wagner, U. & Würfel, M. (2013): Gesellschaftliche Handlungsfähigkeit in mediatisierten Räumen. In: A. Hartung / A. Lauber / W. Reißmann (Hrsg.), Das handelnde Subjekt und die Medienpädagogik. München, S. 159-167.

Wölfling, K. / Brand, M. / Klimmt, C. / Krämer, N. / Löber, S. / Müller, A. / te Wildt, B. (2015): Neue elektronische Medien und Suchtverhalten. Ambulanz für Spielsucht: Uni Mainz.