

Medienhandeln von Jugendlichen

Kathrin Demmler/Tina Drechsel

10.04.2025



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

FLIMMO

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

JFF MZM

Medienzentrum
München

JFF MSA

Medienstelle
Augsburg

JFF Büro Berlin

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*

Meine Medienbiografie

Wir gehen gemeinsam auf Zeitreise in Ihre Kindheit und Jugend ...

- *Welche Medien waren damals wichtig?*
- *Gab es etwas auf das Sie nicht verzichten konnten?*
- *Welche Vorlieben haben Sie mit Freund*innen geteilt?*
- *Gab es Medienerlebnisse mit Ihrer Familie?*
- *Welche Emotionen verbinden Sie mit Ihren Medienerlebnissen?*
- *Gab es Regeln, die Sie genervt haben/die Sie gut fanden/finden?*
- *Was hat Ihnen Angst gemacht?*

Das haben wir vor...

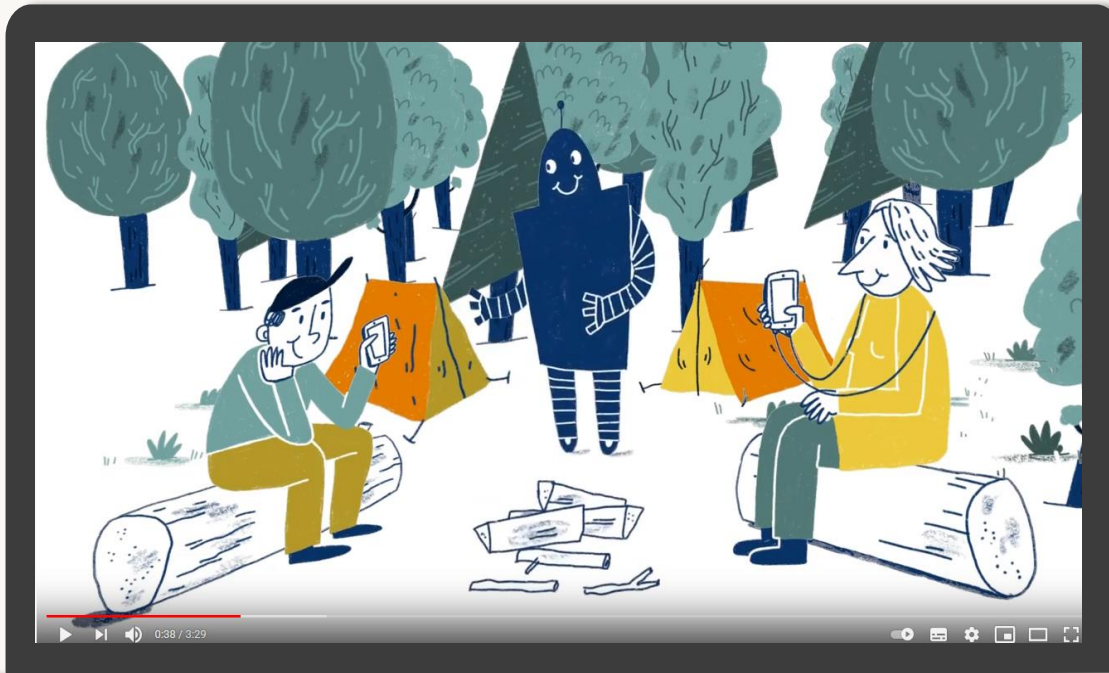
- EINS** Medienhandeln und -sozialisation
- ZWEI** Mediennutzung Jugendlicher
- DREI** Risikobereiche & Handlungsoptionen
- VIER** Medienkompetenz & Medienpädagogische Kompetenz
- FÜNF** Medienpädagogische Projekte & Methoden





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

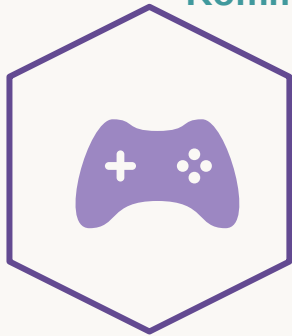
Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen



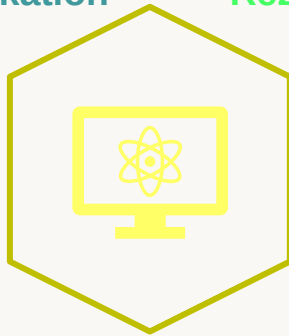
Kommunikation



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





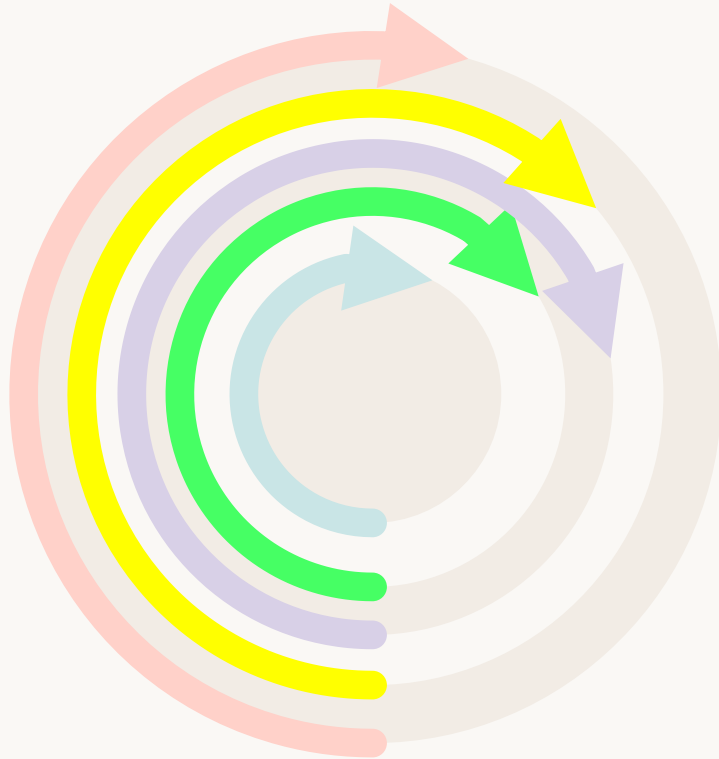
Mediennutzung von Jugendlichen

Mediennutzungsvorlieben



Gerätebesitz Jugendlicher

2023 | 2024



96% 93%	Smartphone
73% 68%	Computer/Laptop
56% 59%	Tablet
57% 50%	Fernsehgerät
47% 49%	Feste Spielekonsole
51% 45%	Fernsehgerät mit Internetzugang

Quelle: JIM 2023, JIM 2024,
Angaben in Prozent, Basis:
alle Befragten, n=1.200

Faszination Smartphone

- Kontakt mit Freund*innen aus aller Welt
- Leichte Erreichbarkeit
- Ausleben der Kreativität
- Statussymbol
- Viele Möglichkeiten zur Selbstdarstellung
- Social Media



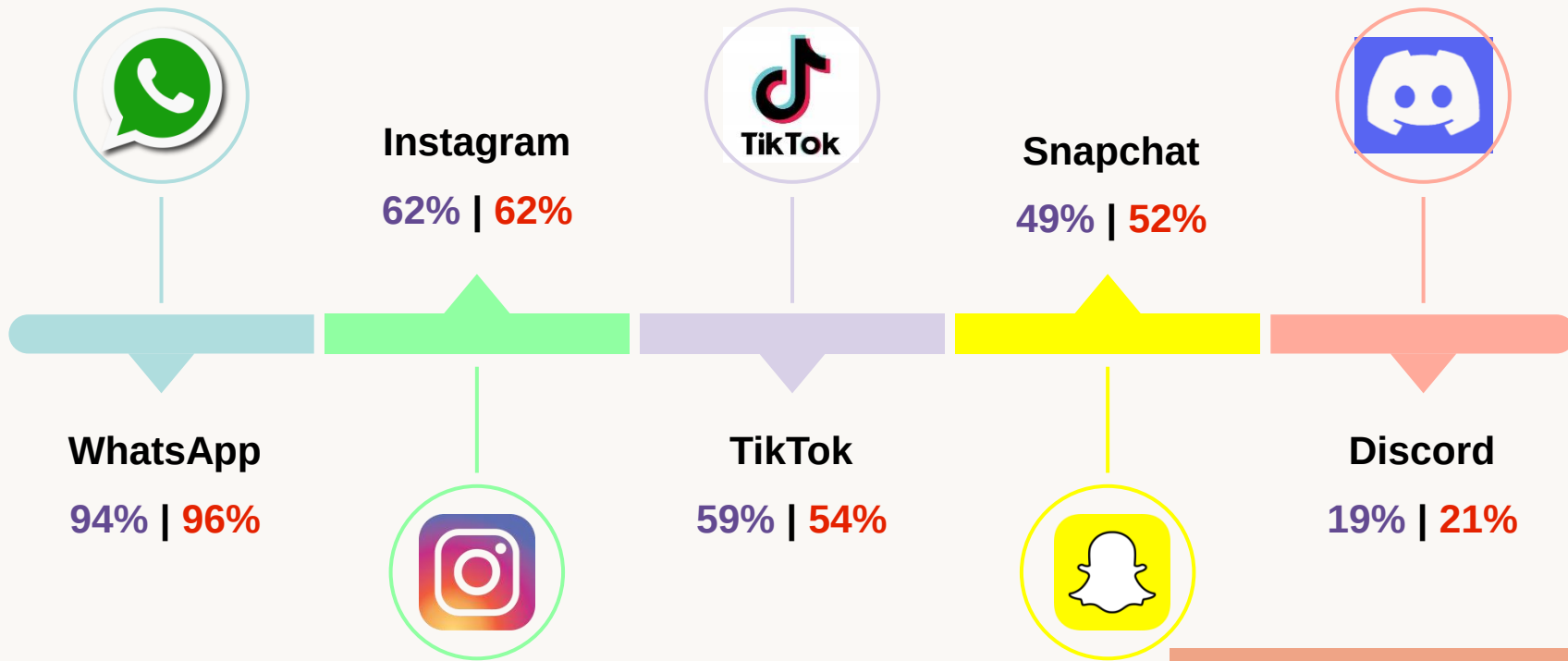


Was sind die meistgenutzten Online-Angebote (täglich/mehrmals pro Woche) **von Jugendlichen?**

Quelle: JIM 2023, JIM 2024, Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die das Internet nutzen, n=1.200

Genutzte Online-Angebote 2024 – Vergleich 2023

2023 | 2024 (täglich/mehrmals pro Woche)



Quelle: JIM 2023, JIM 2024, Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die das Internet nutzen, n=1.200

Streamingdienste werden durchschnittlich 108 Minuten täglich genutzt.

Nutzungsmotive

Quelle: JIM 2024, Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die das Internet nutzen, n=1.200

- **Kontakt zu Freund*innen:** WhatsApp (79%)
- **Langeweile:** YouTube (38%) und TikTok (31%)
- **Suche nach Unterhaltung und Spaß:** YouTube (25%), TikTok (22%), WhatsApp (24%)
- **Andere am eigenen Leben teilhaben lassen:** WhatsApp (29%), Instagram (25%) und Snapchat (19%)
- **Suche nach Inspiration:** YouTube (28%), Instagram (25%), TikTok (23%)
- **Über das Weltgeschehen informieren:** YouTube (28%), Instagram (21%), TikTok (16%)

Künstliche Intelligenz

Quelle: Quelle: JIM 2024, Angaben in Prozent,
Basis: ChatGPT oder andere KI-Anwendung genutzt, n=749

Die Nutzung von KI gewinnt zunehmend an
Relevanz: **62% der Jugendlichen nutzen KI-
Anwendungen**

- im Kontext der Schule/für Hausaufgaben (65%)
- zum Spaß (52%)
- bei der Informationssuche (43%)



Medienphänomene und -trends | Welche kennen Sie?

JOMO

Doomscrolling

Digital Nudging

#eggprank

#Girl Math/Boy Math

#booktok

Day Dumping

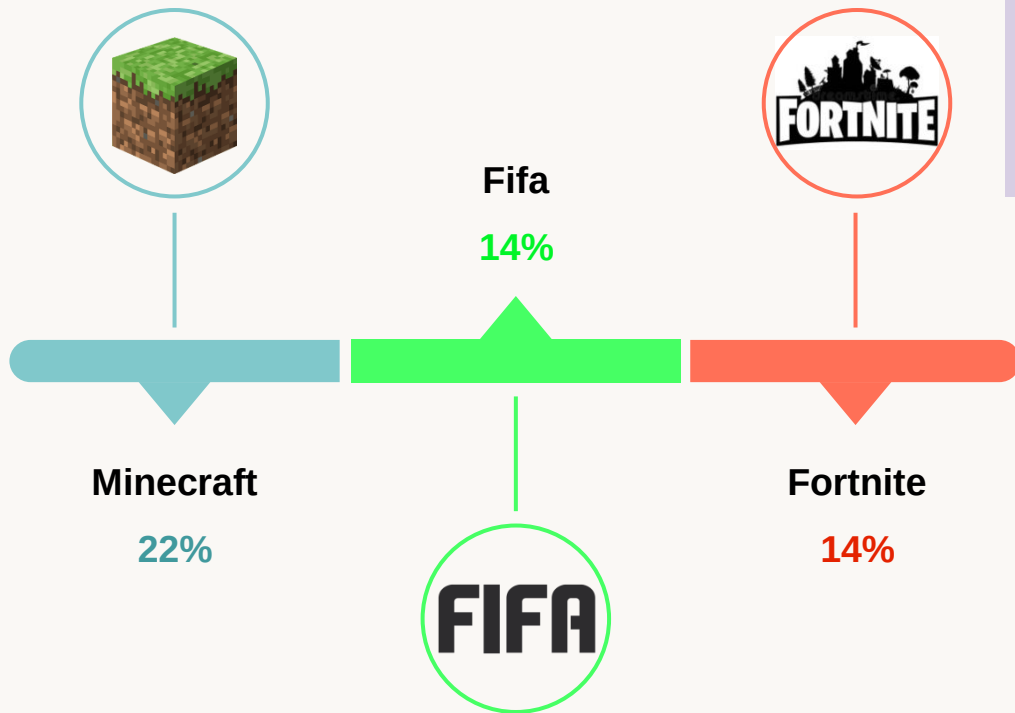


Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele?

Quelle: JIM 2024, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer*innen von digitalen Spielen, n=1.118

Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele 2024

Quelle: JIM 2024, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer*innen von digitalen Spielen, n=1.118



Favoriten bei den Mädchen sind abgesehen von „Minecraft“ nicht eindeutig: jeweils unter 10% „HayDay“, „Roblox“ und „Die Sims“.

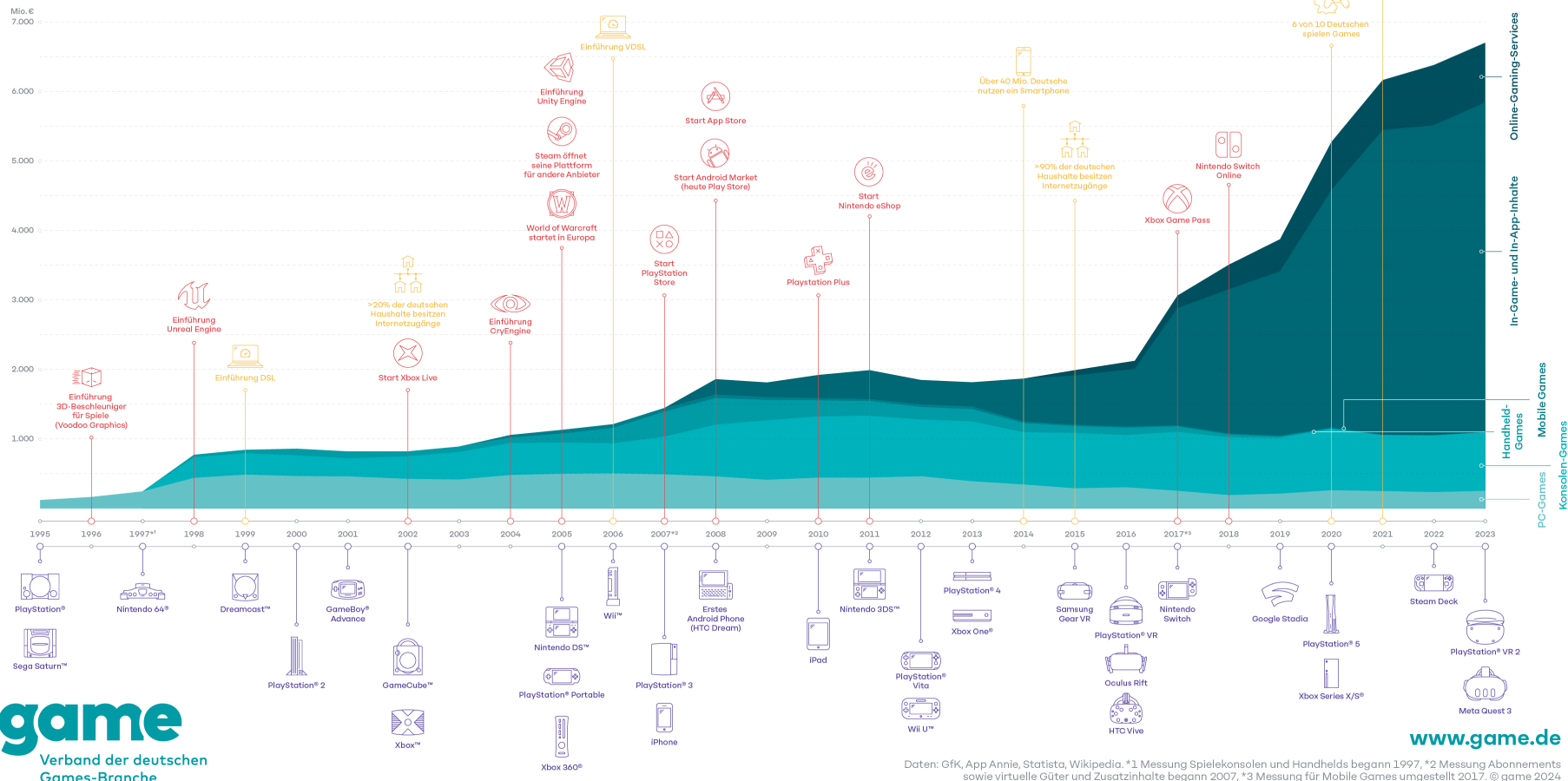
Weitere genannte Spiele:

- Brawl Stars (11%)
- GTA (7%)
- Roblox (6%)
- Mario Kart (5%)
- Call of Duty (5%)
- Hay Day (5%)

The background of the slide is a photograph of a person wearing a dark blue and white vertically striped suit jacket over a white shirt. They are holding a large magnifying glass over their face, which is also covered by blue-rimmed sunglasses. The person's hands are visible, holding the handle of the magnifying glass. The background is a blurred outdoor scene with some trees and a fence.

Look Inside: Games

Entwicklung des deutschen Games-Marktes seit 1995



Faszination Games

- 73% der 12-bis 19-Jährigen spielen laut JIM 2024 **täglich/mehrmals pro Woche** 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!

2024: Durchschnittsalter: 38,2 Jahre
(Statista)



Game Life Clip zum Thema Recht auf Spiel

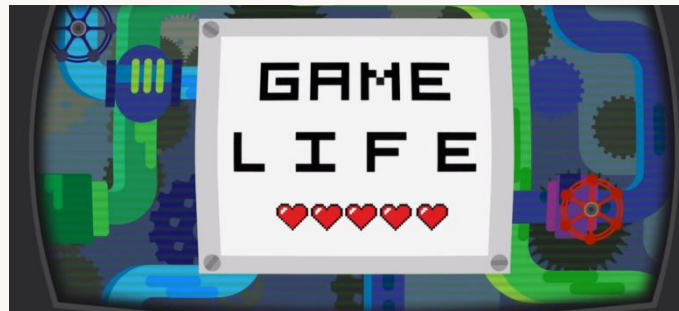


Dieses und weitere Videos sind zu finden unter: games.jff.de/game-life-elternclips-rund-ums-computerspielen/

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



Faszination Social-Media-Angebote

- Kontakt mit Freund*innen & Familie aus aller Welt
- Ausleben der Kreativität
- Viele Möglichkeiten zur Selbstdarstellung
- Bestätigung
- Inspiration
- Bekämpfung von Langeweile

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.

Wie Jugendliche Popularität auf TikTok sehen

JUGENDLICHE WISSEN

Popularität ist hoch bewertet.

Wege, um Popularität herzustellen:

Hashtags verwenden

♥ Videos **herzen** und **gegenseitig erwähnen**

🔗 Profil mit anderen Social Media Präsenzen **vernetzen**

🎵 **Duette** sind nur mit öffentlichem Profil möglich

IHRE ERFAHRUNGEN & BEWERTUNGEN

Aufmerksamkeit und **positives Feedback** sind erwünscht.

Hate erzeugt Anpassungs- und Perfektionsdruck.

Öffentliche Profile bieten weniger Schutz vor Hate.

Filter und Effekte vergrößern Perfektionsstreben.

Perfektionsdruck mindert den Spaß an der Kreativität.



SPEKTRUM AN HANDLUNGSWEISEN

Trends mitmachen und **Hashtags** verwenden

Duette machen

Herzen, Erwähnen und **Komentieren**

Accounteinstellungen ändern (privat ↔ öffentlich)

Vermeiden, was **Kritik** oder **Hate** provozieren könnte:

🚫 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>

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, die dritte Staffel wird derzeit produziert.



act-on.jff.de/podcast

Hören wir einmal rein:

#4 Die Schattenseiten der bunten TikTok- Welt

<https://letslisten.fm/sites/was-geht-der-act-on-jugend-podcast-df674d8a/episode/4-die-schattenseiten-der-bunten-tiktok-welt>

„Generation Messenger“

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

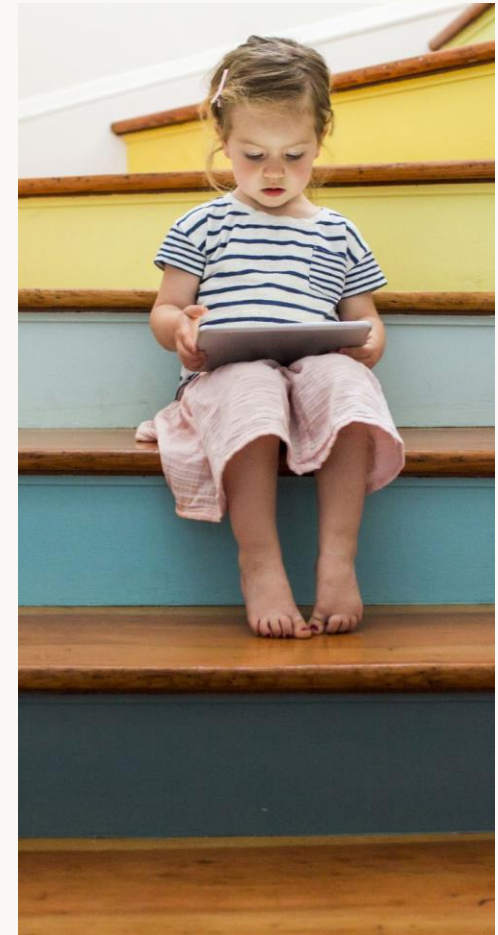
- WhatsApp ist absolute Nummer 1: 96% der befragten 14- bis 24-Jährigen nutzen die App täglich („Monopolstellung“)
- datensichere Alternativen spielen kaum eine Rolle (z. B. Signal)
- (schnelles und kostenloses) Verschicken persönlicher Nachrichten an Freund*innen, Familie und Kolleg*innen
- Nutzende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

Digitale Sozialräume

Medien $\neq$ nur Geräte und Inhalte in der
Lebenswelt von Jugendlichen

Medien = auch Handlungs- und
Sozialräume

- Handeln der Subjekte ist in ihnen eingebettet
- Handlungsraum wird durch Handlungen geprägt



Risikobereiche und Handlungsoptionen

Risikobereiche



**Interaktions- und
Kommunikationsrisiken**



**Nicht altersgerechte
Inhalte**



**Schönheitsideal und
Darstellung von
Geschlecht***

**Kommerzialisierung,
Datenschutz,
Werbung**

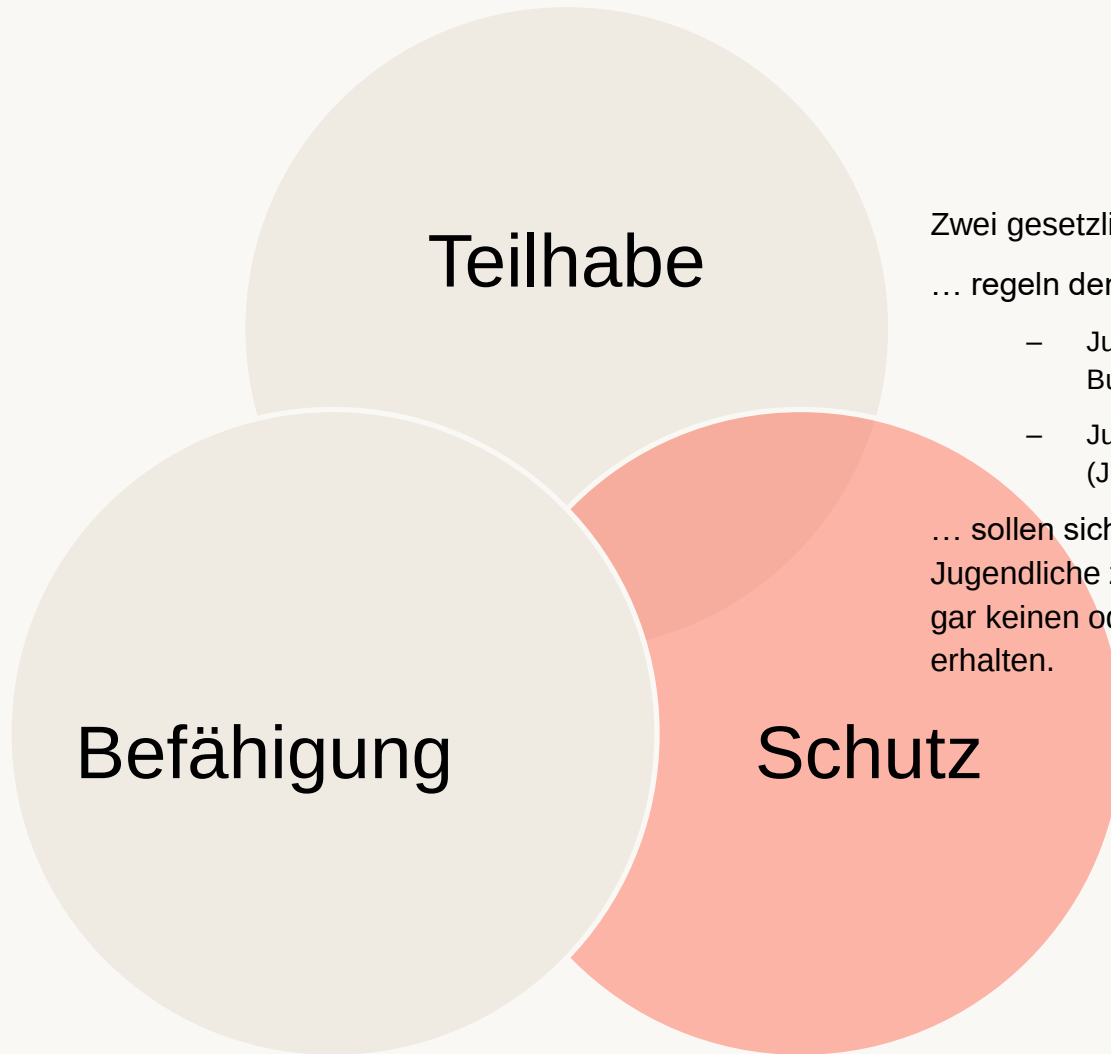


**Digitaler Stress und
exzessive
Mediennutzung**



Desinformation



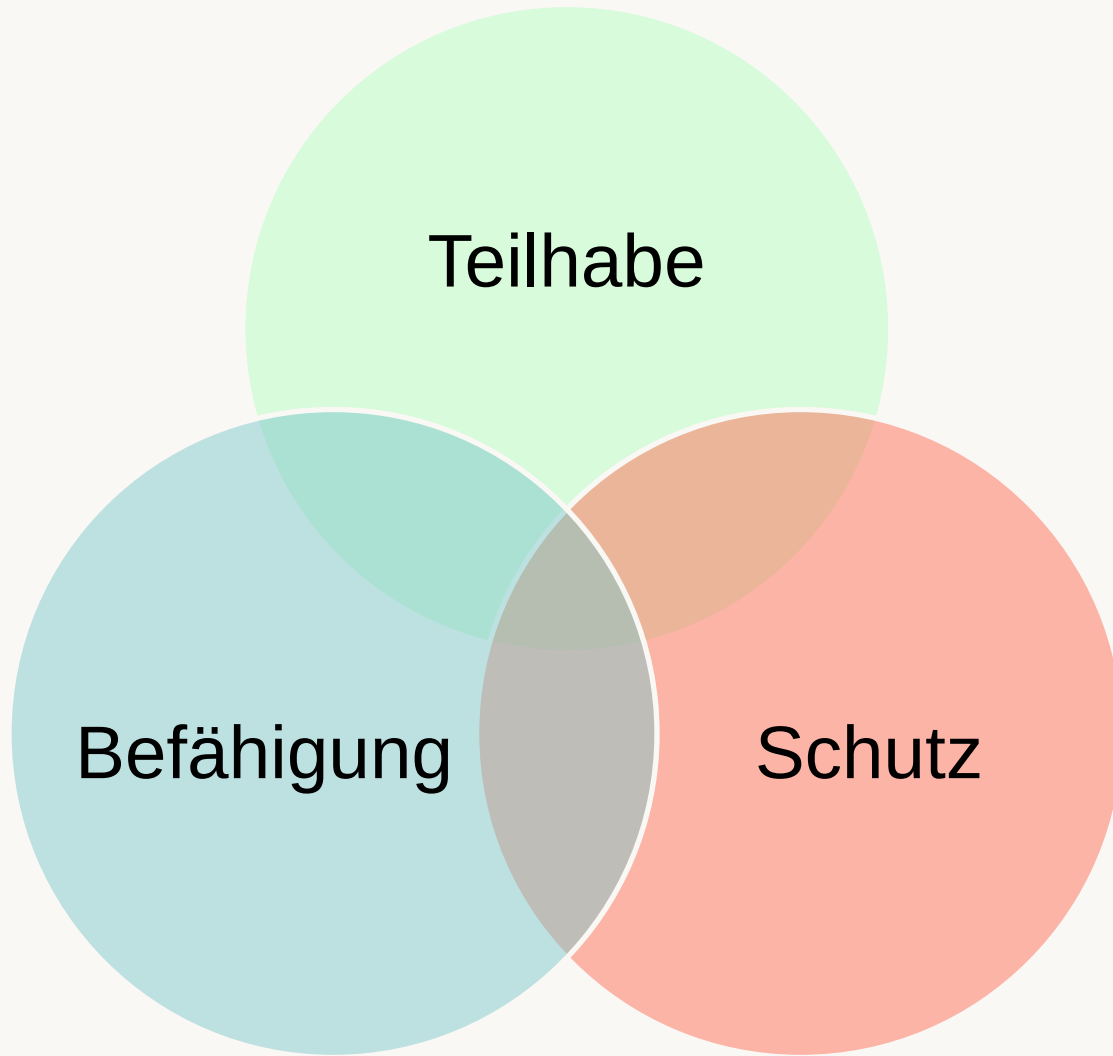


Zwei gesetzliche Grundlagen

... 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

Wichtig, bei der Begleitung: Medienpädagogische Kompetenz

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



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

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

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?

Medienpädagogische Projekte und Materialien



Meine Lieblings ...

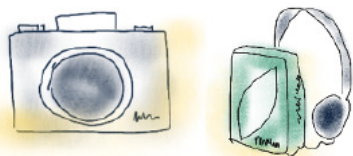
Bücher, Filme, TV-Serien, Radiosendungen,
Comics, Musik, Zeitschriften, Websites,
Videospiele...



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

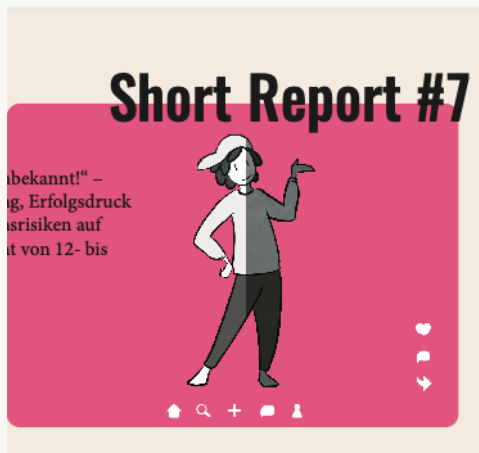
... verursachte Alpträume

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 Prismodule 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:



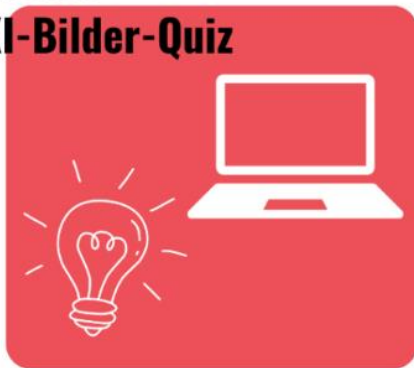
Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Im Rahmen von:



Methode:

KI-Bilder-Quiz



KI-Bilder enttarnen

Methode:

Feel the influence



Emotionen bezogen auf
Influencer*innen
reflektieren

Methode:

Gamescoin



Spielerisch Kostenrisiken in
Games reflektieren



DIGITAL STREETWORK

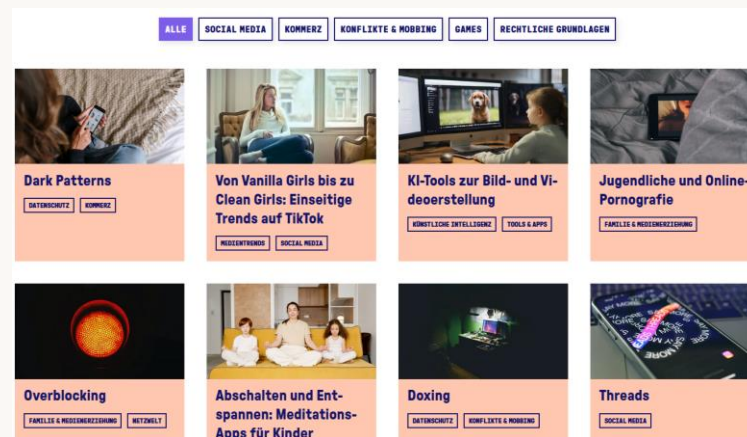
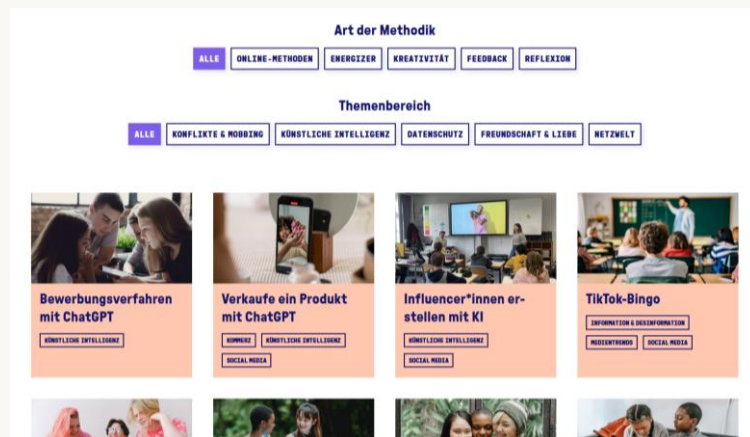
ANONYM. KOSTENFREI. VERTRAULICH.

– ein Projekt des Bayerischen Jugendrings
und des JFF – Institut für Medienpädagogik

SCHREIB
UNS!

webhelm – kompetent online

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



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.

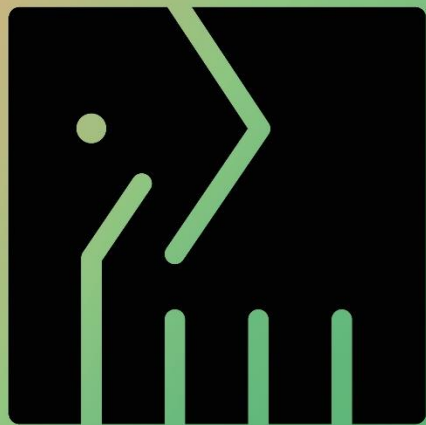
Mehr Infos zu den Starterkits gibt es hier:

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



Weitere Informationen und alle

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



DER ELEFANT IM RAUM

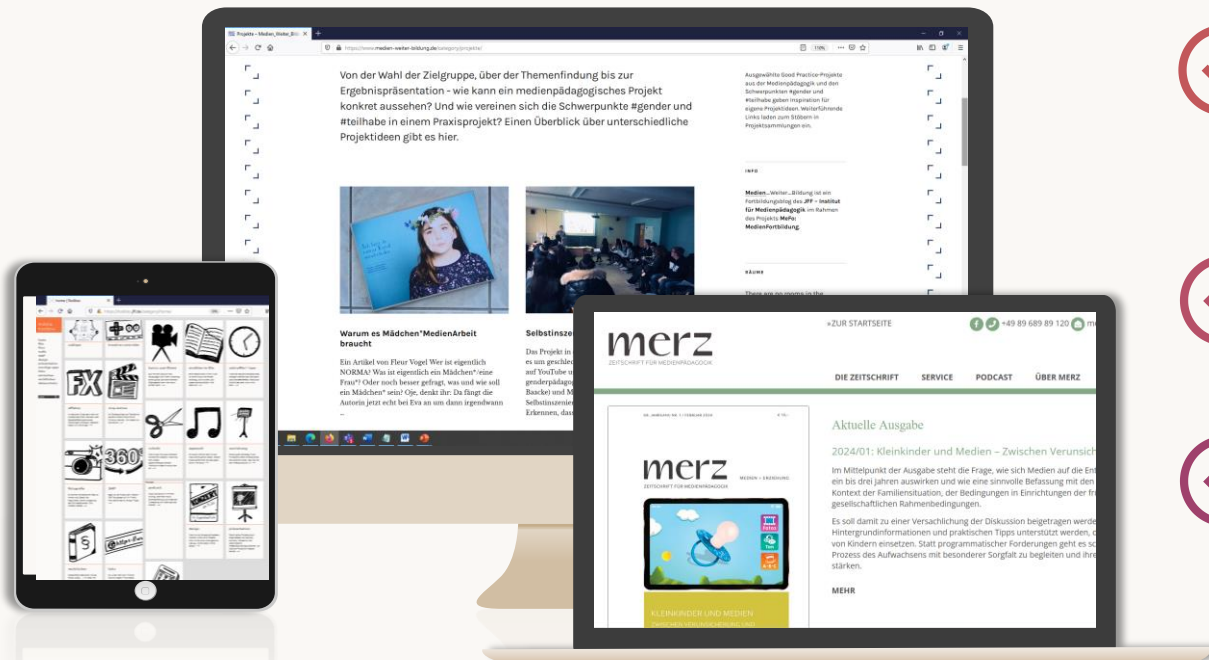
Rechtsextremismus online erkennen



- 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 wurde darüber informiert sowie rechtsextreme Ansprachen dekonstruiert.

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

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



+49 89 689 89 0



tina.drechsel@jff.de



www.jff.de