
BACHELORARBEIT

Herr
Nando Künzel

**Medienkompetenzentwicklung
in der offenen Kinder- und
Jugendarbeit – Ansatzpunkte
für die Soziale Arbeit**

Mittweida, 2024

BACHELORARBEIT

Medienkompetenzentwicklung in der offenen Kinder- und Jugendarbeit – Ansatzpunkte für die Soziale Arbeit

Autor:

Herr

Nando Künzel

Studiengang:

Soziale Arbeit

Seminargruppe:

SW20s1-B

Erstprüfer:

Prof. Dr. rer. nat Alexander Zill

Zweitprüfer:

M.A. Friederike Haubold

Einreichung:

Mittweida, 02.08.2024

Verteidigung/Bewertung:

Mittweida, 2025

BACHELORTHESIS

Developing media competence in open child and youth work – starting points for social work

author:

Mr.

Nando Künzel

course of studies:

Social Work

seminar group:

SW20s1-B

first examiner:

Prof. Dr. rer. nat Alexander Zill

second examiner:

M.A. Friederike Haubold

submission:

Mittweida, 02.08.2024

defence/ evaluation:

Mittweida, 2025

Bibliografische Beschreibung

Künzel, Nando:

Medienkompetenzentwicklung in der offenen Kinder- und Jugendarbeit – Ansatzpunkte für die Soziale Arbeit.

Developing media competence in open child and youth work – starting points for social work.

43 Seiten. Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences
Fakultät Soziale Arbeit, Bachelorarbeit 2024

Referat

Die Bachelorarbeit befasst sich mit der Thematik der Medienkompetenzentwicklung insbesondere von Kindern und Jugendlichen, mit Anreizen aus dem Arbeitsfeld der offenen Kinder- und Jugendarbeit. Die vorliegende Arbeit befasst sich mit einer Literaturrecherche, welche einen groben Überblick über den aktuellen Stand der Wissenschaft zur Thematik der Medienkompetenz abbildet und anhand dessen vorhandene Chancen sowie Risiken als auch Probleme ermittelt. Anschließend sollen diverse Handlungsansätze für Professionelle der Sozialen Arbeit aufgezeigt werden. Es werden bereits etablierte Modelle der Medienkompetenz vorgestellt, verschiedene Statistiken zur Analyse des Medienkonsums von Kindern und Jugendlichen herangezogen sowie Einblicke in bereits existierende Beiträge aus der Praxis gewährt.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	
Tabellenverzeichnis	
Abkürzungsverzeichnis	
1 Einleitung	6
2 Medien und ihren Einfluss auf die heutige Gesellschaft.....	8
2.1 Medien und ihre Bedeutung.....	8
2.2 Einfluss von Medien auf die Zielgruppe	11
3 Der Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen	15
3.1 Analyse des Medienkonsums von Kindern und Jugendlichen.....	15
3.2 Negative Auswirkungen des Medienkonsums.....	21
4 Medienkompetenz und ihre Dimensionen.....	29
4.1 Der Begriff der Medienkompetenz	29
4.2 Medienkompetenz als wichtiger Baustein im Kindes- und Jugendalter	33
5 Medienkompetenz in der Sozialen Arbeit.....	38
5.1 Medienkompetenz in der offenen Kinder- und Jugendarbeit.....	38
5.2 Beiträge aus der Praxis	41
6 Fazit	48
Literaturverzeichnis.....	50

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: So viel Speicher verbraucht das Zettabyte-Zeitalter 2018	12
Abbildung 2: DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens	32

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: klicksafe Richtlinien zur Nutzung von Bildschirmmedien nach Alter	19
Tabelle 2: DGKJ Richtlinien zur Nutzung von Bildschirmmedien nach Alter.....	19

Abkürzungsverzeichnis

BIPoCs	Black, Indigenous and People of Color
BMFSFJ.....	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
bpb	Bundeszentrale für politische Bildung
bspw	beispielsweise
bzw	beziehungsweise
CIA	Central Intelligence Agency
DGKJ.....	Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin e.V.
DHAC	Department of Health and Aged Care
dpa	Deutsche Presse-Agentur
FOMO.....	Fear Of Missing Out
GAmM	Gutes Aufwachsen mit Medien
ICD	International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems
mpfs.....	Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest
NSA	National Security Agency
SAEK.....	Sächsische Ausbildungs- und Erprobungskanäle
SLM	Sächsische Landesmedienanstalt
UN-KRK.....	UN-Kinderrechtskonvention
z. B.....	zum Beispiel

1 Einleitung

„Wer analog denkt, wird die Vorteile der Digitalisierung nie verstehen.“ (Jung 2023)

Dieses Zitat, welches vom IT-Experten Marc Ruoß stammt, ist ein gutes Beispiel dafür, dass die Arbeit mit dem Digitalen ein neues Denken erfordert. Es zeigt aber auch, dass die Vorteile der Digitalisierung nur dann wertgeschätzt und genutzt werden können, wenn man die Konsequenzen und Auswirkungen dieser richtig deuten kann. Dass digitale Medien einen immer größeren Einfluss auf den Alltag eines jeden Menschen haben, zeigt die ARD/ZDF-Onlinestudie aus dem Jahr 2023 (Himmeler et al. 2023). Die tägliche Nutzung des Internets ist aus der heutigen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken, diese Aussage bejahten 95 % der Befragten. Damit bleibt die allgemeine Nutzung des World Wide Web auf einem hohen und vor allem konstanten Niveau. Beachtet man die Internetnutzung nach dem Aspekt des Alters, so geben 100 % der Befragten im Alter von 14 bis 29 Jahren an, täglich das Internet zu nutzen. Dieser Wert verändert sich mit Betrachtung weiterer Altersgruppen erst ab dem fünfzigsten Lebensjahr. Dennoch, vier von fünf befragten Personen im Alter von 50 Jahren und älter nutzen das Internet täglich.

Damit eine sichere Nutzung des Internets zustande kommt, benötigt man Erfahrung, Handlungssicherheit und Kompetenz. Letzteres wird oftmals mit dem Begriff der Medien als Medienkompetenz kombiniert oder bezeichnet. Durch die weitreichende Durchdringung des Internets in der heutigen Gesellschaft ist es notwendig, dass gewisse Kompetenzen, wie z. B. im Bereich der Mediennutzung schon frühzeitig erworben werden. Anhand der ARD/ZDF-Onlinestudie wird deutlich, dass auch jüngere Zielgruppen täglich Kontakt zur digitalisierten Welt haben (ebd., S. 5). Aus diesem Grund befasst sich diese Bachelorarbeit mit der Frage: „Wie kann Soziale Arbeit einen Beitrag für die Entwicklung von Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen leisten?“.

Die Profession der Sozialen Arbeit ist durch die Prinzipien der Förderung gesellschaftlicher Veränderungen und sozialer Entwicklungen sowie der Stärkung von Autonomie und Selbstbestimmung gut für das Vermitteln von Medienkompetenzen bei Kindern und Jugendlichen geeignet (DBSH 2016).

Auf der Grundlage einer Literaturrecherche ist das Ziel dieser Arbeit, Ansatzpunkte für die Soziale Arbeit zum Erwerb einer Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen herauszuarbeiten. Dabei dienen aktuelle wissenschaftliche Diskurse zu Beginn den Begriff der Medien zu klären und eine mögliche Einteilung darauffolgend aufzuzeigen.

Da die Forschungsfrage auf Kinder und Jugendliche als Zielgruppe ausgerichtet ist, wird nachfolgend der Einfluss von Medien auf diese untersucht. Nachdem ein grober Einblick in den Bereich der Medien skizziert wurde, finden die oben erwähnten Studien Anwendung, sowie eine Untersuchung des Konsums von Kinder- und Jugendlichen im Alter von 6 bis 19 Jahren. Nachfolgend werden bereits bestehende Modelle der Medienkompetenz aufgezeigt und diskutiert sowie Abgrenzungen zu weiteren Modellen getroffen. Den Abschluss der Arbeit bilden Einblicke bereits etablierter Projekte der Medienpädagogik in einem Arbeitsfeld der Sozialen Arbeit, wie bspw. „Klick Safe“ oder das Projekt „Gutes Aufwachsen mit Medien“.

2 Medien und ihren Einfluss auf die heutige Gesellschaft

In diesem Kapitel geht es darum festzustellen, was Medien grundsätzlich sind und wie eine Einteilung vorgenommen werden kann. Veranschaulicht wird dies durch gesellschaftsrelevante Ereignisse in der Vergangenheit und durch die Erklärung von aktuellen Internetphänomenen im digitalen Raum.

2.1 Medien und ihre Bedeutung

Bereits in den 1990er Jahren beschäftigten sich verschiedene Hochschullehrer wie Dieter Baacke und Bernd Schorb oder Erziehungswissenschaftler und Medienpädagogen wie Stefan Aufenanger mit verschiedenen Möglichkeiten, die Kompetenz von Medien messbar zu erfassen und zu visualisieren. Diese Bemühungen gehen bis heute weiter und werden durch eine Vielzahl an Studien bspw. des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest oder neu erstellten Konzepten der gemeinsamen Forschungsstelle der Europäischen Kommission weiterentwickelt. Der Begriff „Medien“ ist seit mehreren Jahren fester Bestandteil des deutschen Vokabulars und wird gerne mit weiteren Begriffen ergänzt, wie beispielsweise „Multimedia“, „Medienkonzept“, „Medienerziehung“ oder „Medienschaffende“. Damit soll der Stammbegriff deutlicher und erkennbarer werden (Hickethier 2010, S. 18 f.).

Der Begriff „Medien“ leitet sich vom Wort „Medium“ ab und wird aus dem Lateinischen übersetzt mit dem Begriff „Vermittler“ (Schneider et al. 2024). Es bezeichnet also „etwas“, was sich in der Mitte zweier kommunikativer Einheiten befindet. Dabei handelt es sich zumeist um Zeichen, die bestimmte Gegenstände identifizieren können. Daher sind Medien im ursprünglichsten Sinne einfache Relationen oder auch Verbindungen zwischen zwei Dingen (Swertz 2009, S. 31). Der Duden drückt dies als ein „vermittelndes Element“ aus (Dudenredaktion o. J.). Kurz gesagt: Das Medium ist das Mittelstück, ein Element zwischen zwei Einheiten, bspw. zwischen zwei Personen.

Wenn die Gesellschaft in der heutigen Zeit das Wort „Medien“ verwendet, verweist sie zumeist auf die vorherrschenden Massenmedien wie das Radio, das Fernsehen oder die heutigen digitalen Medien, wie z. B. Rundfunkanstalten und große Medienhäuser mit ihren Onlinepräsenzen. Medien sind vielfältig, das zeigt ein kurzer Blick von rechts nach links in den eigenen vier Wänden. Vieles kann als „Medium“ zum Transport von Zeichen und Elementen dienen, wie z. B. ein einfaches Stück Papier und ein Stift. Im öffentlichen Diskurs findet das Wort „Medien“ inflationär Verwendung, da es insbesondere häufig als Sammelbegriff für technische Medien genutzt wird (Hickethier 2010, S. 20).

Diese Vielfalt versuchte der deutsche Publizistikwissenschaftler Harry Pross im Jahr 1972 einer Art Kategorisierung zu unterziehen und teilte Medien in *Primärmedien*, *Sekundärmedien* und *Tertiärmedien* ein (Pürer 2014, S. 68). *Primärmedien* stellen dabei die grundlegendste Art des Kontaktes dar, die direkte Kommunikation mit dem Gegenüber. *Sekundärmedien* zeichneten sich dadurch aus, dass mindestens eine Seite verschiedene technische Hilfsmittel zur Kommunikation nutzte, wie bei dem Einsatz von Werbung in Form von Plakaten. *Tertiärmedien* sind durch die beidseitige Nutzung technischer Hilfsmittel klassifiziert, erfordern also sowohl beim Sender als auch beim Empfänger die Nutzung beispielsweise eines Computers oder Smartphones. Diese Dreiteilung wurde später erweitert, um eine vierte Kategorie, die *Quartärmedien*. Diese zeichnet sich vor allem durch eine Echtzeitinteraktion zweier Personen unter Zuhilfenahme technischer Gerätschaften aus, wie z. B. in Form eines Textchats. Hier verschwimmen die Grenzen des klassischen Senders und Empfängers zunehmend, vor allem bei der Nutzung einer digitalisierten und computervermittelten Kommunikation (Pürer 2014, S. 69). Diese Einteilung durch Pross dient bis heute als Grundstein für die Übersicht der vorhandenen Medien und wird nachfolgend durch weitere Aspekte kategorisiert und unterteilt. Zudem wird oft zwischen analogen Medien und digitalen Medien unterschieden. Erstere charakterisieren sich als Medien in gedruckter Form oder als auditive Formate wie CDs oder Tonbänder. Digitale Medien hingegen zielen auf elektronische Komponenten ab und meinen dabei Endgeräte wie Smartphones, Computer, Spielekonsolen und Ähnliches. Vor allem Massenmedien, wie Fernsehen oder Internetwebseiten, profitieren von der Verbreitung digitaler Endgeräte (Kaldrack 2024, S. 3). Diese digitalen Medien werden von der Bundeszentrale für politische Bildung, kurz bpb, als „neue Medien“ beschrieben (Bundeszentrale für politische Bildung 2021).

Bei einem genauen Blick auf die vorab erwähnte Onlinestudie der ARD und ZDF (Himmeler et al. 2023) wird deutlich, dass digitalen Medien insbesondere bei jüngeren Personen im Alter von 14 bis 29 Jahren ein großer Einfluss zugesprochen wird. Demnach sind 100 % der Befragten täglich online. Dies entspricht rund 35,5 Millionen Menschen und damit ca. 42 % der deutschen Gesamtbevölkerung zum Stichtag des 31.12.2023. Dabei steht im Wesentlichen die Nutzung der Onlinesuchfunktion zum Recherchieren und Informieren über aktuelle Ereignisse im Vordergrund (ebd., S. 5).

Dass die digitalen Medien einen Einfluss auf die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen haben und dass dieser auch gewollt ist, zeigt ein Blick auf die UN-Kinderrechtskonvention, kurz UN-KRK. In Artikel 17 der UN-KRK wird explizit der Zugang zu Medien sowie der damit einhergehende Kinder- und Jugendschutz im digitalen Raum thematisiert: „Die Vertragsstaaten erkennen die wichtige Rolle der Massenmedien an und stellen sicher, dass das Kind Zugang hat zu Informationen und Material aus einer Vielfalt nationaler und internationaler Quellen, insbesondere derjenigen, welche die Förderung seines sozialen, seelischen und sittlichen Wohlergehens sowie seiner körperlichen und geistigen Gesundheit zum Ziel haben.“ (Deutsches Komitee für UNICEF e. V. 2023, S. 20). Die Bedeutung und der Einfluss digitaler Medien werden vielen Menschen häufig erst dann bewusst, wenn kritische Systeme angegriffen, kriminelle Ereignisse unter Zuhilfenahme eben dieser sozialen Medien realisiert werden oder persönliche Schicksalsschläge durch ebendiese Nutzung entstehen. Ein Beispiel hierfür ist der Identitätsdiebstahl, bei dem Täter:innen persönliche Daten sammeln, um diese für das Online-Shopping zu nutzen oder die persönlichen Daten für Geld weiterverkaufen. Häufig geschieht dies durch sogenannte Phishing-Mails, bei denen die Opfer aufgefordert werden, ihre Daten weiterzugeben, weil beispielsweise ihr Konto bei einer Bank gesperrt worden ist (Polizeipräsidium Land Brandenburg 2022).

Oftmals werden solche Geschehnisse mit Wörtern wie „Online-Kriminalität“, „Hacking-Angriffe“, „Fake News“, „Meinungsblase“ und ähnlichen Begrifflichkeiten assoziiert. Insbesondere soziale Medien können aktiv verschiedene Ebenen beeinflussen, unter anderem die Politik, wie ein besonderer Wahlkampf in Großbritannien zeigte. Jeremy Corbyn war ein Vorsitzender der britischen Arbeitspartei (Labour Party). Er wurde durch gezielte Kampagnen der britischen Medienhäuser wie „The Times“, der „Daily Mail“ und des „Independent“ über Social Media zu einem medialen Opfer (Fuchs 2018, S. 18 f.). Ihm wurde vorgeworfen, Zuneigungen für Extremisten, Diktatoren sowie Terroristen zu hegen und aufgrund seiner politisch linken Ausrichtung ein Hippie zu sein, Autos gänzlich abzulehnen sowie Einwanderung zu beschönigen (ebd., S. 19 ff.). Die Aktionen gegen Corbyn sorgten dafür, dass sich zwei Extreme im Internet gegenüberstanden: die Unterstützer, deren Widerhall schnell verloren ging, und diejenigen, die ihn weiterhin diffamierten. Die Unterstützer Corbyns nutzen oft voreingenommene Inhalte, alte Artikel, um sie mit Humor und Satire zu versehen, bspw. in Form von Schlagzeilen wie „SCHOCK, HORROR! Corbyn würde die internationalen Menschenrechte respektieren“ (Fuchs 2018, S. 20 f.).

Ebenso sind elf Jahre vergangen, seitdem der mittlerweile US-amerikanisch-russische Whistleblower Edward Snowden Methoden und Ergebnisse streng geheimer Projekte der zwei größten Geheimdienste der Vereinigten Staaten „CIA“ (Central Intelligence Agency, deutsch: Auslandsgeheimdienst der Vereinigten Staaten) sowie „NSA“ (National Security Agency, deutsch: Nationale Sicherheitsbehörde) mit der Öffentlichkeit teilte (Coyne 2019, S. 65). Diese Geheimdienste sammelten in Zusammenarbeit mit anderen Nationen sensible Daten von Menschen auf der ganzen Welt, indem sie durch das Mitlesen von Echtzeitkommunikationen per Chat, das Abrufen von privatem E-Mail-Verkehr oder durch das Abhören von Telefongesprächen verschiedene Daten sammelten und diese auf Vorrat speicherten (Stichwort: Vorratsdatenspeicherung) (Fuchs 2018, S. 21 f.). Zu den Enthüllungen aus dem Jahr 2013 mussten sich die Vereinigten Staaten rechtfertigen. Dennoch sind aufgrund der Handlungen Snowdens auch Verbesserungen eingetreten, von denen eine Vielzahl der Nutzer:innen heutzutage profitiert: eine Verbesserung in der Verschlüsselung von E-Mail-Diensten wie denen von Googles „Gmail“, welche einen Marktanteil von 29,59 % besitzen (Litmus 2023) und im Jahr 2020 auf über 1,8 Milliarden Nutzer zurückblicken konnten (Gilbert 2024). Gmail ist damit einer der meist verwendeten Anbieter für E-Mail-Dienste.

Es bleibt daher festzuhalten, dass Medien einen vielfältigen Einfluss auf viele verschiedene Lebensbereiche und Lebenswelten haben, egal ob sie persönlicher, kultureller, gesellschaftlich relevanter oder politischer Natur sind.

2.2 Einfluss von Medien auf die Zielgruppe

Diese oben genannten Ebenen treffen ebenso auf die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen zu wie auch auf ältere Zielgruppen wie junge Erwachsene oder ältere Menschen. Dennoch haben Medien in diesem Alter einen besonderen Stellenwert, nicht nur aufgrund der eben festgestellten häufigen Nutzung. Bei jeder Nutzung des Internets veröffentlicht man Daten, gewollt und ungewollt. Dies fängt bei allgemeinen Daten wie der IP-Adresse des genutzten Gerätes zur Verbindung mit dem Internet an und hört bei persönlichen Daten wie den persönlichen Vorlieben auf einem Social-Media-Profil auf (Sagiroglu et al. 2013, S. 42). Das aktuelle Volumen der weltweit erstellten, erfassten, kopierten und verbrauchten Daten ist immens. Alleine im Jahr 2018 hat die Menschheit rund 33 Zettabyte an Daten generiert (Brandt 2019). Schätzungen aus dem Jahr 2021 gehen davon aus, dass bis zum Jahr 2025 rund 181 Zettabyte an Daten im Umlauf sind (IDC 2021).

So viel Speicherplatz verbraucht das Zettabyte-Zeitalter

33 Zettabytes Daten hat die Menschheit 2018 generiert



* Stand: März 2019
 ** variiert je nach Berechnungsmethode
 *** Stand: Juni 2018
 Quelle: Statista Digital Economy Compass 2019

statista

Abbildung 1: So viel Speicher verbraucht das Zettabyte-Zeitalter 2018; Brandt 2019

Die Abläufe, in denen wir Daten preisgeben, laufen zumeist nicht sichtbar, jedoch binnen Sekunden ab. Zur Beschreibung dieser Prozesse kann das „Disclosure Decision Model“ von Julia Omarzu, Professorin für Psychologie, aus dem Jahr 2000 herangezogen werden. Es handelt sich hierbei um ein „Offenlegungsentscheidungsmodell“ (engl. Disclosure Decision Model), welches einen kognitiven Prozess spezifiziert. Dieser Prozess führt zu Entscheidungen, die sich auf den Inhalt, die Tiefe, die Breite und die Dauer der Selbstoffenbarung auswirken. Jede Person nimmt daher eine Einschätzung von Nutzen und Risiken der Selbstoffenbarung vor. Es wird vermutet, dass der subjektive Nutzen der Offenlegung die Breite der Offenlegung verringert und die Dauer der Offenlegung verlängert. Es werden Daten fokussierter und länger eingesetzt, um einen Nutzen daraus zu gewinnen (Aufenanger 2020, S. 19; Omarzu 2000, S. 174). Dies kann z. B. in Form der Erstellung eines neuen Kontos für eine Informationsplattform, in etwa der Freien Presse, geschehen.

Diese Prozesse sind neben der „normalen“ Internetnutzung vor allem im Bereich der sozialen Medien zu finden. Mit dem Ziel, an bestimmten Ereignissen teilzuhaben oder über aktuell relevante Themen informiert sein zu wollen, entscheidet jede:r oft unbewusst, wie viele Informationen er/sie von sich selbst preisgibt, um dieses Ziel zu erreichen, indem persönliche/individuelle Konten auf verschiedenen Plattformen erstellt werden. Aus diesem Grund ist in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vieler Social-Media-Plattformen ein Mindestalter vorgeschrieben. Auf der Videoplattform „YouTube“ und „TikTok“ sowie auf der Bilderplattform „Instagram“ müssen Nutzer:innen mindestens 13 Jahre alt sein (Instagram 2024; YouTube 2024; TikTok 2023). Die Musikplattform „Spotify“ setzt ein Alter von 16 Jahren inklusive der Zustimmung der Eltern oder eines Vormundes voraus (Spotify 2024) und die Videoplattform „Netflix“ die deutsche Volljährigkeit mit 18 Jahren (Netflix 2024). Die verschiedenen Nutzungsbedingungen sind im Einklang mit den Regularien des Artikels 17 der UN-KRK, sodass eine Vielfalt von nationalen und internationalen Quellen gewährleistet werden kann. Dabei sollen die Richtlinien zum Mindestalter helfen, dass keine Schäden an der körperlichen und geistigen Gesundheit der Kinder und Jugendlichen entstehen.

Der Wunsch nach gesellschaftlicher Teilhabe durch die Nutzung digitaler Medien lässt auch weitere Schlussfolgerungen auf Internetphänomene wie beispielsweise „Fear of Missing out“, kurz FOMO, der Angst, etwas Spannendes oder Relevantes zu verpassen, zu. Dieses Internetphänomen kann grundlegend alle Nutzer:innen des Internets betreffen, ist aber besonders bei Kindern und jungen Erwachsenen anzutreffen und kann sich teilweise als problematisch darstellen – ist aber nicht zwingend auf den digitalen Raum beschränkt. Eine genauere Untersuchung von FOMO starteten Professor:innen der serbischen Universität Niš im Jahr 2022. In ihrer Untersuchung wurde konkret beleuchtet, inwiefern die Nutzung sozialer Medien in der späten Adoleszenz Auswirkungen auf die Bindung von Freundschaften hat. FOMO wird in diesem Beitrag definiert als eine Annahme, dass andere Personen lohnende Erfahrungen machen können, die einem bzw. einer selbst verwehrt bleiben, durch die fehlende Nutzung von Plattformen oder den fehlenden Zugang zu gesellschaftsrelevanten Ereignissen (Kostić et al. 2022, S. 2). Junge Erwachsene vergleichen sich oft mit anderen Personen, besonders auf sozialen Medien, wo inszenierte und idealisierte Darstellungen präsentiert werden. Dies kann dazu führen, dass sie ihr eigenes Leben negativ bewerten, wenn sie das Gefühl haben, dass ihre Peers aufregendere oder stärker erfüllende Erfahrungen machen. Auf der Suche, ähnliche Erfahrungen erleben zu können, verbringen Sie oft mehr Zeit mit der Nutzung diverser sozialer Medien. Die veränderten Verhaltensweisen können sich so über einen

längeren Zeitraum manifestieren und gegebenenfalls Suchtcharakter annehmen (ebd., S. 2).

Handlungsweisen für die Profession Soziale Arbeit können hierbei sein, dass Klient:innen dabei unterstützt werden, die eigenen Stärken und Werte erkennen und schätzen zu lernen. Die Vermittlung von Umgangsstrategien in Beratungsgesprächen sowie die Bedeutung von Achtsamkeit können weitere wichtige Handlungsweisen sein. Alternative Freizeitgestaltungsmöglichkeiten und Aktivitäten, welche von Sozialarbeiter:innen konzipiert und durchgeführt werden, sind ebenso denkbar. Des Weiteren können Professionelle betroffene Personen über die Auswirkungen des Medienkonsums aufklären sowie die Medienkompetenz der Klient:innen im digitalen Raum fördern, bspw. durch verschiedene Workshops, die sowohl theoretische als auch praktische Inhalte miteinander kombinieren. Dies wird in 3.1 sowie 4.2 näher erläutert.

3 Der Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen

Der Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen wird betrachtet, da Medien allgegenwärtig sind und einen großen Einfluss auf die Sozialisation haben. Dazu werden verschiedene Aspekte betrachtet, wie die Medienausstattung, die Nutzung von Medien in der Freizeit sowie die Informationsbeschaffung durch die Verwendung sozialer Medien. Anschließend werden einige negative Auswirkungen des Medienkonsums genauer beleuchtet und reflektiert.

3.1 Analyse des Medienkonsums von Kindern und Jugendlichen

In Bezug auf die Forschungsfrage ist es zuerst wichtig, den Medienkonsum der Zielgruppe genauer zu betrachten. Anhand dessen soll visualisiert werden, dass Kinder und Jugendliche einen hohen Medienkonsum haben. Die größte Studienreihe zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen in Deutschland wird durch den Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest, kurz mpfs, angeboten (mpfs 2024a). Seit 1998 untersucht dieser in der sogenannten JIM-Studie (Jugend, Information, Medien) den Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen (mpfs 2023, S. 2). Diese Altersgruppe wurde dann ein Jahr später durch die KIM-Studie (Kindheit, Internet, Medien) erweitert und auf die Gruppe der Befragten von sechs bis 13-Jährigen ausgeweitet (mpfs 2022, S. 2). Diese beiden Studien decken einen großen Teil der Basisumfrage zum Medienalltag der Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen in der vorliegenden Bachelorarbeit ab und erscheinen jährlich (JIM-Studie) bzw. alle zwei Jahre (KIM-Studie) (mpfs 2024b). Bei der Basisumfrage zum Medienalltag der Kinder und Jugendlichen wurden jeweils rund 1200 Teilnehmer:innen in den beiden Studien befragt. Der Befragungszeitraum der JIM-Studie fand von Mai bis Juni 2023 statt, während die Erhebung der KIM-Studie von September bis Oktober 2022 umgesetzt wurde (mpfs 2023, S. 2; mpfs 2022, S. 2). Die Umfrage der Befragten der JIM-Studie 2023 fand unter Zuhilfenahme des Mixed-Mode-Designs, also einer Erhebung über verschiedene Kommunikationskanäle, statt. Es wurden 70 % der Adressat:innen über telefonische, computergestützte Interviews und 30 % der Kinder und Jugendlichen durch Onlineumfragen zu ihrem Medienkonsum befragt. Bei den Kindern der KIM-Studie 2022 erfolgte die Datenerhebung durch persönliche mündliche Interviews mit den primären Erziehungspersonen (mpfs 2022, S. 2).

Anhand dieser Studienergebnisse kann aufgezeigt werden, dass sowohl Kinder als auch Jugendliche auf eine breiten Auswahl an Medien zugreifen können, da in vielen Haushalten ein vielfältiger Bestand verschiedener Medien angeboten wird. Kinder im Alter von sechs bis zehn Jahren sind dabei von dem elterlichen Besitz medialer Geräte abhängig, da diese die Geräte oft nicht selbstständig besitzen.

Während Computer/Laptops (99 %), Smart-TVs (83 %), Tablets (81 %) und auch Wearables wie Smartwatches oder Smart-Ringe (52 %) einen großen Anteil an der Medienausstattung von Jugendlichen ausmachen, fällt das Medienrepertoire in Haushalten von Kindern nicht weniger üppig aus (mpfs 2023, S. 5). Hier sind ebenso in fast allen befragten Haushalten ein Internetzugang (99 %), ein Smartphone (97 %) oder ein Laptop (82 %) vorhanden (mpfs 2022, S. 5). Der Anteil der sich im persönlichen Besitz der Kinder befindlichen digitalen Endgeräte wie Smartphones steigt kontinuierlich mit dem Alter an. Ab dem zehnten Lebensjahr besitzt oftmals die Hälfte der befragten Kinder ein eigenes Smartphone (mpfs 2022, S. 5). Ein Unterschied der Geschlechter wird bei beiden befragten Zielgruppen im Hinblick auf Spielekonsolen sichtbar. So besitzen sowohl bei den Kindern als auch bei den Jugendlichen eher Jungen eine mobile oder feste Spielekonsole als Mädchen. Im weiteren Verlauf gibt es praktisch keine Unterschiede im Zugang zu anderen Medien bei den Geschlechtern (mpfs 2023, S. 8). Ein weiterer Unterschied im Gerätebesitz lässt sich bei Jugendlichen im Bereich des Computers ausmachen. Während rund 52 % der Jungen einen eigenen Computer besitzen, trifft dies im Gegensatz nur auf 28 % der Mädchen zu (mpfs 2023, S. 8).

Nachdem das Vorhandensein multimedialer Geräte kurz beleuchtet wurde, ist vor allem ein Blick in das Nutzungsverhalten der Zielgruppe für die Entwicklung einer Medienkompetenz notwendig. Dabei decken sich die Angaben der ARD/ZDF-Onlinestudie 2024 mit denen der mpfs (mpfs 2023). Rund 95 % der befragten Jugendlichen sind täglich bzw. mehrmals pro Woche im Internet. Davon sind (bereits) 30 % der 6- bis 7-Jährigen im Jahr 2022 eher allein im Internet unterwegs. Im Gegensatz zur KIM-Studie aus dem Jahr 2020 gab es in der KIM-Studie 2022 einen Anstieg von 22 % (mpfs 2022, S. 13; mpfs 2020, S. 19). Eine erhöhte Internetnutzung wird auch bei den 8- bis 9-Jährigen (2020: 24 %; 2022: 37 %) sowie bei den 10- bis 11-Jährigen (2020: 47 %; 2022: 60 %) sichtbar (mpfs 2020, S. 19; mpfs 2022, S. 13). Dabei nahmen das Musikhören (90 %) und das Konsumieren von Videos (82 %) den größten Stellenwert in den Medienbeschäftigungen von Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren ein. Die Nutzung des Internets für digitale Spiele (72 %) findet sich erst auf Platz 5 wieder (mpfs 2023, S. 13). Bei Kindern im Alter von sechs bis sieben Jahren sind Spiele mit dem Smartphone oder Tablet besonders beliebt. Dabei spielen etwa 3 von 5 Kindern im Alter von sechs bis sieben Jahren bereits überwiegend allein an den digitalen Endgeräten der Erziehungsberechtigten (mpfs 2022, S. 13). Weitere Internettätigkeiten der Kinder, welche mindestens einmal pro Woche ausgeführt werden, sind Filme/Videos/Serien/Sendungen online anzuschauen (71 %), WhatsApp-Nachrichten zu verschicken (70 %) oder Suchmaschinen wie z. B. Google zu nutzen (64 %).

Ebenso findet sich in den Studienergebnissen die Nutzung diverser Social-Media-Plattformen wie TikTok (37 %), Instagram (23 %) oder Snapchat (20 %) wieder (mpfs 2022, S. 30).

Die Ausübung dieser Tätigkeiten von Kindern und Jugendlichen ist mit einer bestimmten Nutzungszeit verbunden. Diese kann bei modernen Geräten jederzeit eingesehen und dementsprechend reflektiert werden. Die KIM-Studie kommt bei der Zielgruppe der 6- bis 13-Jährigen auf eine durchschnittliche Bildschirmzeit von 43 Minuten täglich, wobei die Dauer mit zunehmendem Alter deutlich ansteigt. Die geringste Bildschirmzeit weisen nach Angaben der befragten Eltern die 6- bis 7-Jährigen mit 17 Minuten auf, während die längste digitale Bildschirmzeit die 12- bis 13-Jährigen mit durchschnittlich 74 Minuten aufweisen (mpfs 2022, S. 31). Ein Blick in die JIM-Studie bestätigt die Relation zwischen der täglichen Bildschirmnutzung und dem Alter der Befragten (mpfs 2023, S. 26).

Im Durchschnitt sind die Jugendlichen 213 Minuten pro Tag am Smartphone. Wobei es allerdings auch Reglementierungen der Bildschirmzeit gibt, an denen sich hauptsächlich Jüngere orientieren müssen (mpfs 2023, S. 26). Es gibt unterschiedliche Leitlinien zur Nutzungsdauer von digitalen Bildschirmen für Kinder und Jugendliche, darauf wird später genauer eingegangen.

Die Nutzung diverser Social-Media-Plattformen ist bei den Jugendlichen ebenso ersichtlich wie bei den Proband:innen der KIM-Studie. In allen Altersgruppen der JIM-Studie wurden auf Platz eins bis fünf der wichtigsten Apps ausschließlich Social-Media-Plattformen genannt (mpfs 2023, S. 27). Dabei führt WhatsApp das Feld in allen Altersgruppen an, gefolgt von Instagram, YouTube und Snapchat. Interessant zu beobachten ist die Priorisierung der Apps bei der jüngsten Zielgruppe. Hier hat die Videoplattform TikTok (29 %) auf Platz zwei eine dominante Stellung und verdrängt YouTube (27 %), Snapchat (22 %) und Instagram (14 %) auf die hinteren Plätze (mpfs 2023, S. 29). Diese Reihenfolge scheint sich mit dem Älterwerden der Zielgruppe umzudrehen. Blickt man auf die Altersgruppe der 16- bis 17-Jährigen, steht hier Instagram (36 %) hinter WhatsApp (82 %), gefolgt von YouTube (26 %), TikTok (24 %) und Snapchat (17 %). Die Entwicklung der Priorisierung dieser Apps ist insofern interessant, als vor allem der Plattform TikTok Verstöße gegen den Datenschutz vorgeworfen werden, wie beispielsweise Beiträge des größten deutschen Nachrichtenhauses, der Tagesschau, zeigen (Dampz 2022). Durch die Beliebtheit der Plattform bei den jüngeren Zielgruppen können so einfacher Daten abgegriffen und beispielsweise für Marketingzwecke genutzt werden (Bewarder et al. 2023).

Die Social-Media-Plattformen WhatsApp, YouTube sowie TikTok sind ebenso unter den ersten drei Plätzen der Lieblings-Apps von Kindern im Alter von 6 bis 12 Jahren. WhatsApp führt auch hier die Liste an und ist damit die beliebteste App der 6- bis 12-Jährigen (mpfs 2022, S. 33). Auch wenn Social-Media-Plattformen durchgängig zu den beliebtesten Apps der Gesamtzielgruppe dieser Bachelorarbeit zählen, spielen diese nicht nur bei der Unterhaltung, sondern auch bei der Informationsgewinnung eine große Rolle. Die JIM-Studie 2023 untersuchte, wie sich Jugendliche über bestimmte Themen, wie das aktuelle Weltgeschehen, unter Zuhilfenahme digitaler Medien informieren.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass mit zunehmendem Alter ein Interesse an allen Themenbereichen steigt, wie etwa dem Klimawandel oder dem Ukraine-Konflikt. Deutlich kann dies beim Thema Weltgeschehen betrachtet werden, denn dafür interessieren sich 76 % der 18- bis 19-Jährigen Jungen und Mädchen. Wohingegen sich nur 50 % der 12- bis 13-Jährigen für diese Thematik interessieren (mpfs 2023, S. 43). Gespräche innerhalb der Familie sind dabei zur Informationsgewinnung am wichtigsten, da sich rund 63 % der Proband:innen so über die aktuellen Themen informieren. Allerdings haben auch Nachrichten im TV oder Radio (54 %) sowie Gespräche mit Freunden (53 %) eine hohe Priorisierung bei der Informationsgewinnung (mpfs 2023, S. 44). Die Peer-Gruppe ist ein wesentlicher Bestandteil der Sozialisation von Kindern und Jugendlichen, da insbesondere der Alltag von Schüler:innen sich in Bildungseinrichtungen mit anderen Lernenden abspielt und so viele Interaktionen Einfluss auf die eigene Entwicklung nehmen können (Henke 2021, S. 24). Aber auch die oben genannten Social-Media-Plattformen sind vertreten und stellen eine wichtige Informationsquelle dar. So konsumiert jede:r dritte Jugendliche Neuigkeiten aus der Welt über YouTube, TikTok oder Instagram. Ein Blick auf die Altersverteilung zeigt, dass vor allem ältere Jugendliche ab 14 Jahren vermehrt aktuelle Meldungen über ebendiese Social-Media-Plattformen beziehen (mpfs 2023, S. 46). Für Kinder im Alter von 6 bis 12-Jahren ist vor allem (75 %) das Fernsehen die erste Bezugsquelle, um Informationen und Nachrichten zu erhalten. Darauf folgen Informationen von der Familie (54 %) und der Schule (31 %) (mpfs 2022, S. 48).

Die empfohlene Zeit vor dem Bildschirm unterscheidet sich vor allem durch das Alter der Nutzer:innen. Wissenschaftlich gibt es keine genauen Definitionsvorgaben von Zeiträumen. Verschiedene Initiativen und Fachgesellschaften bieten unterschiedliche Rahmenbindungen als Leitlinie zur Regulation einer übermäßigen Nutzung von Bildschirmmedien von Kindern und Jugendlichen. Klicksafe, eine von der EU geförderte Initiative, veröffentlichte 2023 verschiedene Richtwerte für Kinder im Alter von drei bis zehn Jahren (Klicksafe 2023a).

Alter	Nutzungsdauer und -hinweise
0 bis 2 Jahre	Möglichst keine Bildschirmmedien, altersgerechte Medien wie Bilderbücher
2 bis 3 Jahre	5 bis 10 Minuten begleitete Bildschirmzeit, ausgewählte und altersgerechte Inhalte
4 bis 6 Jahre	Maximal 30 Minuten pro Tag, begleitet sowie altersgerechte Angebote, nicht unbedingt täglich
7 bis 10 Jahre	Maximal 60 Minuten pro Tag, nicht unbedingt täglich, Kommunikation über Inhalte ist wichtig, wenn Umgang unbegleitet ist

Tabelle 1: Klicksafe Richtlinien zur Nutzung von Bildschirmmedien nach Alter, Quelle: Klicksafe 2023a

Eine „Leitlinie zur Prävention dysregulierten Bildschirmmediengebrauchs in Kindheit und Jugend“ der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin e. V., kurz DGKJ, betrachtet die Altersgruppe der unter drei bis 16-Jährigen Kinder und Jugendlichen, welche sich teilweise mit den Richtlinien von Klicksafe überschneiden (Zink 2024, S. 55).

Alter	Nutzungsdauer und -hinweise
Unter drei Jahre	Keinerlei Nutzung von Bildschirmmedien
3 bis 6 Jahre	Maximal 30 Minuten, nicht täglich, begleitet durch Eltern
6 bis 9 Jahre	Ca. 30 bis 45 Minuten, nicht täglich, kein freier Internetzugang
9 bis 12 Jahre	Maximal 60 Minuten täglich, möglichst gemeinsam mit den Eltern
12 bis 16 Jahre	Maximal 1 bis 2 Stunden am Tag bis 21.00 Uhr mit beschränktem Internetzugang

Tabelle 2: DGKJ Richtlinien zur Nutzung von Bildschirmmedien nach Alter, Quelle: DGKJ 2024

In Australien gibt es seit 2018 eine „24-hour movement“-Richtlinie für die körperliche Aktivität und sitzende Tätigkeiten aller Australier:innen, veröffentlicht durch das Department of Health and Aged Care, kurz DHAC. Die Erkenntnisse dieser stammen aus systematischen Überprüfungen bezüglich der Auswirkung von körperlicher Aktivität, Schlaf und Zeit, die wir im Sitzen verbringen (DHAC 2024). Demnach ergeben sich folgende Richtlinien:

- Unter zwei Jahren: keinerlei Bildschirmzeit (DHAC 2021a)
- 2 bis 5 Jahre: maximal eine Stunde täglich (DHAC 2021a)
- 5 bis 17 Jahre: maximal zwei Stunden Bildschirmzeit, ausgenommen für schulische Aufgaben (DHAC 2021b)

Bezogen auf die Richtlinien zur Nutzung von Medien mit Bildschirmen bleibt festzuhalten, dass Ähnlichkeiten entlang der verschiedenen Herausgeber zu erkennen sind. Es gibt keine festgeschriebenen Regeln, dennoch gibt es wissenschaftliche Erkenntnisse, auf welche sich die hier genannten Richtlinien stützen, sodass die Professionellen der Sozialen Arbeit auf vorhandene Empfehlungen für die tägliche Arbeit mit den Klient:innen zurückgreifen können.

Eine häufig wahrgenommene Aussage in Bezug auf den Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen ist, dass sie in ihren Freizeitaktivitäten von digitalen Medien vereinnahmt werden. Dadurch würden außerhäusliche Aktivitäten leiden. Deswegen folgt ein kurzer Exkurs in die non-medialen Freizeitaktivitäten. Vergleicht man die Angaben über non-mediale Freizeitaktivitäten der aktuellen JIM-Studie aus dem Jahr 2023 mit ihrem zehn Jahre älteren Pendant, dann könnte man geneigt sein, der eben genannten Aussage zuzustimmen. Während vor zehn Jahren rund 83 % angegeben haben, sich täglich bzw. mehrmals pro Woche mit Freunden zu treffen, trifft dies in der aktuellen Studie auf noch 70 % zu (mpfs 2013, S. 9; mpfs 2023, S. 10). Ein ähnlicher Verlauf zeigt sich beim Thema Sport. Es treiben aktuell weniger Jugendliche täglich bzw. mehrmals pro Woche Sport (62 %, Geschlechter kumuliert) als noch vor zehn Jahren (68 % der Mädchen, 77 % der Jungen) (mpfs 2013, S. 9; mpfs 2023, S. 10). Bei Kindern zeigt sich, dass die Angaben der letzten zehn Jahre ebenso leicht zurückgehen. In der KIM-Studie 2012 gab jede:r zweite (50 %) an, täglich draußen zu spielen. Rund 40 % gaben an, mindestens ein oder mehrmals pro Woche draußen zu spielen (mpfs 2012, S. 10). Aktuell liegen die Werte bei 41 % (täglich) bzw. 44 % (ein-/mehrmals pro Woche) (mpfs 2022, S. 8). Dennoch bleiben trotz teilweise sinkender Zahlen das Treffen mit Freunden und auch sportliche Aktivitäten, bspw. durch aktive Vereinsteilnahme oder das Spielen mit Freunden außerhalb der eigenen vier Wände, weiterhin die wichtigsten Freizeitaktivitäten von Kindern und Jugendlichen. Weitere non-mediale Freizeitaktivitäten sind unter anderem Familienunternehmungen (32 % der Jugendlichen, 42 % der Kinder) oder eigene Bastelprojekte (14 % der Jugendlichen, 13 % der Kinder). Es ist gut dokumentiert und wissenschaftlich begründet, dass Adipositas eine der Folgen von Mediennutzung mit Bildschirmen, wie Smartphones oder Fernsehern, sein kann. Beobachtungsstudien zeigen Zusammenhänge zwischen der Dauer der Exposition durch Bildschirme und einem Risiko für Fettleibigkeit auf. Etwaige zufällige Kontrollstudien bestätigen einen kausalen Zusammenhang zwischen dem Gewichtsverlauf von Kindern und dem Konsum von Medien mit Bildschirmen (Robinson et al. 2017, S. 98 ff.). Weitere negative Auswirkungen des Medienkonsums sollen im kommenden Unterkapitel erläutert werden.

3.2 Negative Auswirkungen des Medienkonsums

„Es ist ein großer Vorteil im Leben, die Fehler, aus denen man lernen kann, möglichst früh zu begehen.“ (Springer Fachmedien Wiesbaden 2023, S. 36). Dieses Zitat wird dem ehemaligen Premierminister Großbritanniens Winston Churchill nachgesprochen. Jugendliche profitieren von digitalen Medien in einer Vielzahl von Bereichen, wie schneller Kommunikation, neuen Lernmöglichkeiten, kreativen Entwicklungen, aber auch als Inspiration und letztendlich zur Unterhaltung und Freizeitgestaltung. Gleichzeitig besteht jedoch auch die Gefahr, dass Sie im Internet auf kritische Inhalte stoßen könnten. In der Regel entscheidet nicht die Technologie selbst, sondern die Art und Weise, wie sie verwendet wird, über die Balance zwischen Chancen und Risiken (Mößle et al. 2021, S. 1). Im Zuge stetiger Veränderungen in der Nutzung digitaler Medien bedeutet dies für Soziale Arbeit, sich darauf einzulassen, auch um informiert zu bleiben und Kinder und Jugendliche bestmöglich begleiten zu können. Darum soll anhand einiger Beispiele dargestellt werden, welche Risiken medial auf Kinder und Jugendliche einströmen und welche Möglichkeiten der Bearbeitung dieser vorhanden sind.

Desinformationen, Beleidigungen und sexuelle Belästigung

Eine Abfrage der JIM-Studie zum Thema Desinformationen und Beleidigungen im Netz zeigt, dass mehr als die Hälfte der Befragten mit Fake News in Kontakt gekommen ist und ebenfalls über die Hälfte bereits Erfahrungen mit beleidigenden Kommentaren gemacht hat. Ebenso kamen die Jugendlichen durch die Verwendung des Internets mit Verschwörungstheorien (40 %), Hassbotschaften (39 %) sowie ungewünschten pornografischen Inhalten (23 %) in Kontakt (mpfs 2023, S. 52). Lediglich 27 % gaben an, mit keinem der zuvor genannten Dinge in Berührung gekommen zu sein (mpfs 2023, S. 52).

Des Weiteren ist zu beobachten, dass mit steigendem Alter der Jugendlichen der Zugang zu Thematiken wie Fake News, extremen politischen Anschichten oder Verschwörungstheorien signifikant steigt. In Betrachtung des Geschlechts scheinen Jungen eher solchen Themen ausgesetzt zu sein als Mädchen (mpfs 2023, S. 54). Außerdem zeigen Ergebnisse der Studie, dass vor allem Mädchen von sexueller Belästigung im Internet betroffen sind. Insgesamt 30 % der Jugendlichen bestätigten, Opfer einer solchen Tat geworden zu sein, 34 % der Mädchen und 24 % der Jungen. Je älter die Jugendlichen sind, desto häufiger sind sie davon betroffen (mpfs 2023, S. 55).

In der KIM-Studie gaben rund 10 % der Eltern, deren Kinder das Internet nutzen, an, dass diese bereits einmal mit problematischen Inhalten im Internet konfrontiert wurden. Am häufigsten wurden gewalttätige Inhalte (6 %), gefolgt von problematischen Anzeigen (4 %) sowie Pornografie (3 %) genannt (mpfs 2022, S. 65).

Vor allem auf den Social-Media-Plattformen kommt es zu solchen Vorfällen, die 6 % der Jugendlichen entweder täglich oder zumindest mehrmals pro Woche erleben. Insbesondere Instagram wurde hier mit 35 % als häufigster Ort angegeben, gefolgt von TikTok (20 %) und Snapchat (14 %). Das Internet als allgemeiner Ort, in Form von Webseiten oder Ähnlichem, gaben rund 5 % an (mpfs 2023, S. 56). Diese Angaben aus der JIM-Studie decken sich teilweise mit den Antworten der Kinder (mpfs 2022, S. 64). Bei der Abfrage, bezogen auf unangenehme Bekanntschaften im Internet, gaben 6 % an, schon einmal oder mehrmals unangenehme Leute im Internet getroffen zu haben. Ebenso sind hier Social-Media-Plattformen wie Instagram (16 %), Facebook (11 %) oder allgemeine Chaträume (11 %) als Ort genannt worden. Als Vorfälle nannten die Betroffenen zu 9 % persönliche Beleidigungen, während 7 % anzügliche Sachen geschrieben bekamen oder das Angebot, sich zu treffen (mpfs 2022, S. 66). Anhand dieser Ergebnisse lassen sich konkrete Ansatzpunkte für die Soziale Arbeit formulieren, wie etwa im Bereich der Aufklärungsarbeit durch die Soziale Arbeit. Besonders im Bereich der Bildungsinstitutionen wie Schulen oder im Bereich der außerschulischen Bildung, wie in der Kinder- und Jugendhilfe oder Jugendclubs, können Angebote durch Professionelle etabliert und durchgeführt werden. Erste Handlungsrichtlinie, bspw. zum Thema „Cybergrooming“, welches den sexuellen Kontakt mit Kindern und Jugendlichen über das Internet beschreibt, bietet die Projektinitiative „Klicksafe“ (klicksafe 2023b).

Fake News bzw. Falschnachrichten

Das Thema „Fake News“, deutsch: Falschnachrichten, besitzt eine besondere Relevanz, da diese sich durch den aktuellen technologischen Fortschritt rasant verbreiten können. Es sind keine großen Medienhäuser mehr notwendig, um Informationen einem breiten Publikum zu unterbreiten. Der technologische Fortschritt ermöglicht es, Nachrichten in Sekundenschnelle zu bearbeiten, um so bspw. politisch motivierte Ziele öffentlichkeitswirksam zu publizieren (Appel 2019, S. 15). Dabei können Fake News nach Markus Appel und Nicole Doser in sieben verschiedene Kategorien unterteilt werden: *Misleading Content* (irreführender Inhalt), *Imposter Content* (hochstaplerischer Inhalt), *Fabricated Content* (erfundener Inhalt), *False Connection* (falsche Beziehung), *False Context* (falscher Kontext), *Manipulated Content* (manipulierter Inhalt)

sowie *Satire/Parodie* (ebd., S. 12 ff.). Diese vielen Kategorien machen es schwierig, Fake News klar zu identifizieren und einzuordnen. Es gibt verschiedene Bündnisse und Zusammenschlüsse, wie das Redaktionsnetzwerk „Correctiv“, den Faktencheck der Deutschen Presse-Agentur, kurz dpa, oder auf europäischer Ebene das Projekt EUvsDisinfo, welche es sich zur Aufgabe gemacht haben, gezielt Falschmeldungen zu identifizieren, zu widerlegen und die Erkenntnisse mit der Öffentlichkeit zu teilen. Die Gefahr von Fake News besteht darin, dass Nutzer:innen entmündigt werden und in der Bildung einer eigenen, freien Meinung durch ebendiese gezielten Falschmeldungen bedroht sind (Humborg et al. 2018, S. 29). Ein Beispiel sind etwa Verschwörungstheorien zum Impfstoff gegen SARS-CoV-2. Diese können nicht nur den Menschen selber schaden, die diesen Inhalten Glauben schenken, indem sie medizinisch fundierte Erkenntnisse infrage stellen und damit die eigene Gesundheit einem Risiko aussetzen. Sie können auch zur Gefahr für Professionelle im sozialen Bereich wie Obdachlosenunterkünften oder Heimen werden. Nach Christian Weßling vom Deutschen Paritätischen Wohlfahrtsverband sind soziale Einrichtungen zusätzlich unter Druck, diesbezüglich mit solchen Konflikten professionell umzugehen, die Sicherheit der Mitarbeiter:innen zu gewährleisten und weiterführende Beratungen und Fortbildungsangebote zur Verfügung zu stellen (Weßling 2022).

Damit sich Inhalte in den sozialen Medien schnell verbreiten können, bedarf es diverser sogenannter Algorithmen. Allgemein gesprochen ist ein Algorithmus ein Verfahren zur Berechnung von „etwas“. Im Kontext der Schule betrachtet kann etwa bereits eine schriftliche Addition in der dritten Klasse als ein Algorithmus angesehen werden. Als Zahlenoperationen immer komplexer und unverständlicher wurden, wurden Algorithmen konzipiert, um im Kontext digitaler Endgeräte mathematische Probleme schneller lösen zu können. Probleme existieren in vielen Bereichen, wie z. B. der Mathematik, und Algorithmen werden konzipiert, um diese Probleme zu lösen – je komplexer das Problem, desto komplexer der Algorithmus. Grundbaustein dafür sind aber immer grundlegende Elemente aus der angewandten Mathematik, wie auch aus der theoretischen Physik. Verwendet man Algorithmen im Kontext digitaler Medien, haben diese oft die Aufgabe, nach Funktionsmaximen, auch Extremwerte genannt, zu suchen, stochastische Prozesse zu simulieren und diverse Schätzer, einen Näherungswert für einen nicht weiter bekannten Parameter innerhalb einer Datenanalyse, zu berechnen (Honerkamp 2015, S. 92 ff.). Die Priorisierung der verschiedenen Ziele, welche mithilfe von Algorithmen verfolgt werden, erfolgt dabei immer durch Menschen. Jede Software verfolgt dabei einen bestimmten Zweck in einem konkreten Kontext.

Dabei sind Algorithmen nicht in der Lage, etwaige menschliche Aspekte, wie Moral oder Politik, innerhalb der Operationen zu beachten. Diese ergeben sich erst in unserem Umgang mit den jeweiligen Softwareanwendungen (Schinzel 2017, S. 5). Ein anschauliches Beispiel für die Kontextabhängigkeit von Algorithmen zeigt Schinzel selbst: „Angenommen, man kann an jedem Tag zwei Leute retten, wie viele sind das in drei Wochen? Antwort: 42. (...) Um einen Algorithmus anwenden zu können, muss man erklären, dass eine Woche 7 Tage hat, aber nicht, was retten heißt. Wenn etwa retten durch ertrinken lassen ersetzt wird, führt das auf den gleichen Algorithmus.“ (Schinzel 2017, S. 5 f.).

Die verschiedensten Algorithmen sind feste Begleiter des Alltags geworden, wie etwa zur Komprimierung von Dateien in das bekannte „ZIP“-Format, für E-Mails oder das Analysieren von extrem großen Datenmengen im Bereich des Data-Minings, die systematische Anwendung verschiedener statischer Methoden von großen Datenmengen.

Filterbubbles bzw. Filterblasen

Die weltweit genutzten Suchmaschinen versuchen anhand verschiedener Parameter, wie bspw. dem genutzten Endgerät, dem Ort, an dem sich die betreffende Person befindet, der Uhrzeit, zu der die Suchanfrage abgesendet wurde, sowie unter Zuhilfenahme diverser Algorithmen den Nutzer:innen genau die passenden Ergebnisse zu zeigen, die sie vermeintlich sehen möchten. Die angezeigten Ergebnisse haben das Ziel, möglichst den eigenen Wünschen und Vorlieben zu entsprechen, die Nutzer:innen während der Nutzung verschiedener Dienste preisgeben. Dies kann durch unterschiedliche Aktionen passieren, seien es „Gefällt mir“-Angaben zu Inhalten auf der Plattform Instagram oder Suchanfragen zu neuen Rezepten für einen Bienenstich. Diese Ergebnisse werden oft als „personalisierte Ergebnisse“ betitelt. Dabei unterscheidet Richard Fletcher, Director of Research des Reuters Institute for the Study of Journalism, zwischen einer *selbstgewählten Personalisierung* und einer *bereits vorausgewählten Personalisierung* (Fletcher 2020). Die selbstgewählte Personalisierung von Inhalten ist etwa die eigene Entscheidung, welches Genre auf dem Weg zur Universität oder Arbeitsstätte gehört wird oder welche Nachrichten von welchem Medienhaus gelesen werden. Sie basieren auf eigenen Interessen, Ansichten, Werten etc. und werden auch als selektive Exposition bezeichnet. Dabei werden den Nutzer:innen verstärkt Inhalte angezeigt, die ähnliche Merkmale zu bereits aktiv bestätigten Interessen aufzeigen. Bei der bereits vorausgewählten Personalisierung, zumeist ohne aktives Zutun und Wissen der Nutzer:innen, entscheiden eben jene Algorithmen anhand von etwa

Wahrscheinlichkeitsprozessen, welche Ergebnisse relevant(er) für die Nutzer:innen sein können (Fletcher 2020). In beiden Fällen findet eine Art der Selektion statt, die in der anzunehmenden großen Masse von Informationen und Daten, welche das Internet bereitstellt, begründet liegt. Anhand dieser Personalisierung hat sich das Konzept des amerikanischen Journalisten Eli Pariser der „Filterbubble“, deutsch „Filterblase“, in weiten Teilen durchgesetzt (Pariser 2011). Fletcher begründet die Popularität des Konzeptes der Filterbubble darin, dass sie einfach verständlich ist und als Metapher überaus stark wirkt. Ebenso definiert er die Filterbubble als eine Form der Isolation, die sich aus den Informationen ergibt, die uns durch Algorithmen zur Verfügung stehen und mit denen wir aufgrund unseres früheren Verhaltens und unserer Suchhistorie einverstanden sind (Fletcher 2020). Pariser selbst bezeichnet eine Filterbubble als „unique Universe of Informationen“, ein einzigartiges Universum von Informationen (Pariser 2021).

Durch die Personalisierung, egal welcher Art, werden Inhalte, die mit den eigenen Vorstellungen, Wünschen und Hoffnungen der Nutzer:innen übereinstimmen, mehr Beachtung, aber auch mehr Vertrauen in die Gültigkeit derselben entgegengebracht. Dieses Verhalten kann vor allem bei brisanten politischen Themen und Inhalten ausgenutzt werden, wie verschiedene bereits geschehene Verschwörungstheorien aus den Vereinigten Staaten zeigen (Appel 2019, S. 15). Ebenso können nicht nur Menschen Fehlinformationen auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen teilen, sondern auch sogenannte „Social Bots“. Bots, die Kurzform von „Robots“, wurden in erster Linie konzipiert, um komplexe Prozesse zu vereinfachen und sich wiederholende Aufgaben schneller und effizienter durchzuführen, als wir Menschen es könnten. Social Bots hingegen sind von Menschen erstellte Computeralgorithmen, die das Ziel verfolgen, Inhalte frei zu kreieren sowie mit bereits bestehenden Inhalten anderer Nutzer:innen auf den Plattformen zu interagieren, um so menschliches Verhalten imitieren zu können, damit die Onlinepräsenzen möglichst authentisch wirken. Zu einer Gefahr, bezogen auf die Meinungsbildung von Kindern und Jugendlichen, werden Social Bots dadurch, dass sie oftmals Fake News teilen oder sie initial so gestalten, dass sie den Weltanschauungen der Nutzer:innen entsprechen und so ungefiltert Einfluss nehmen können (Aïmeur et al. 2023, S. 30). Beispiele hierfür könnten jugendliche Mädchen sein, welche sogenannten „Beauty-Influencern“, also Menschen, die Beauty-Produkte im Internet bewerten und teilen, regelmäßig folgen. Solche erstellten Profile können unrealistische und gesundheitsgefährdende Schönheitsideale repräsentieren und aufgrund ihrer Reichweite die Abonnenten beeinflussen. Diese erstellten Beiträge bekommen durch echte Nutzer:innen mehrere Kommentare, Zustimmungen in Form von

Likes oder „Gefällt mir“-Angaben und das jugendliche Mädchen beginnt sich mit den geteilten Beiträgen zu identifizieren, da diese ansprechend gestaltet wurden. Die Entwicklung eines zunehmend negativen Körperbildes ist daher nicht auszuschließen. Die Ansatzpunkte der Sozialen Arbeit könnten hier die Aufklärung und Präventionsarbeit sein, bspw. durch Vorträge und Workshops der Schulsozialarbeit zum Thema manipulierte Bilder oder die Förderung eines positiven Selbstbildes. Ebenso können individuelle Beratungen angesetzt oder Elternabende zum Thema Social Bots angeboten werden. Beiträge aus der Praxis werden im Unterkapitel 5.2 näher betrachtet.

Mediensüchte

Weitere negative Auswirkungen stellen Mediensüchte dar. Wie der vorherige Blick auf die Bildschirmzeit der Jugendlichen zeigt, sind Jugendliche über drei Stunden mit dem Smartphone beschäftigt. Die Internetsucht wird seit über 20 Jahren bereits als psychopathologisches Problem angesehen und dahingehend untersucht. Da das Internet bereits mit den ersten verbundenen Computern entstand, ist das Wissen zu Mediensüchten, welche durch die Verwendung von Smartphones ausgelöst werden, dahingehend begrenzter (Eichenberg 2021, S. 323). Während Pathologisches Spielen nach der Klassifikation durch ICD-10 und ICD-11 als Erkrankung unter der Kategorie Persönlichkeits- und Verhaltensstörungen aufgenommen wurde (Bundesministerium für Gesundheit 2024) und Beschreibungen dafür vorhanden sind, beispielsweise „gabling disorder“ und „gaming disorder“, gibt es für die durch Smartphone erzeugte Mediensucht keinerlei Erwähnung und Leitlinien zur Verfahrensweise (Eichenberg 2021, S. 233). Damit diese Art von Mediensucht im Rahmen von Psychotherapien erfolgreicher erfasst und behandelt werden kann, schlägt Eichenberg eine Medienanamnese vor, welche etwaige problematische Nutzungsweisen aufdecken soll (ebd.).

Körperliche und psychische Problematiken

In der heutigen Gesellschaft wird der Medienkonsum der Jugendlichen oft mit dem „Gaming“, also dem Spielen digitaler Spiele, in Verbindung gebracht. Im Zuge dessen gab es in der Vergangenheit häufig Konjunktionen mit den Begrifflichkeiten „Killerspiele“ und „Amokläufe“. Medienhäuser wie der Axel-Springer-Verlag titelte zum Amoklauf in München 2016 „Sind „Killerspiele“ wirklich schuld?“ (Reich 2016), der Spiegel veröffentlichte zum Amoklauf im März 2009 einen Beitrag mit der folgenden Überschrift: „Amokläufer verbrachte Abend vor der Tat mit Killerspiel“ (Der Spiegel 2009).

Es gibt negative Auswirkungen im Bereich der körperlichen, kognitiven oder sozioemotionalen Ebene, welche wissenschaftlich fundiert sind, sowohl für jüngere Kinder als auch für ältere Jugendliche. So kann eine erhöhte Bildschirmexposition ein

Faktor für schlechtere Leseleistungen und allgemeine Schulleistungen sein sowie Auffälligkeiten im Sozialverhalten und verstärkte Aggressionen fördern (Mößle et al. 2021, S. 3). Die Nutzung gewalthaltiger Spiele und Filme kann daher im Zusammenhang mit einer erhöhten Impulsivität und einer erhöhten Risikobereitschaft stehen. Dennoch ist eine differenzierte Betrachtungsweise absolut erforderlich, da es nur sehr wenige Studien gibt, die sich mit dem Einfluss von digitalen Spielen auf die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen beschäftigen. Ein universal-präventiver Ansatz ist nach Thomas Mößle und Julia Föcker am effektivsten, welcher ressourcenorientiert arbeitet. Die Förderung realer sozialer Kontakte und die Vermittlung von Handlungsmöglichkeiten zur Stressbewältigung sind lediglich zwei mögliche Ansatzpunkte für Professionelle der Sozialen Arbeit. Ebenso steht die Gesellschaft im Fokus, welcher eine Verantwortung zugesprochen wird, da diese den möglichen Gefahren durch Medien sowie neuen Potenzialen entsprechend kritisch und offen zugleich begegnen muss (ebd., S. 9).

Beeinflussung des Schlafverhaltens

Die Auswirkungen des Medienkonsums machen aber nicht vor Desinformationen und Beleidigungen im Netz, der Entwicklung einer Mediensucht oder dem Zusammenwirken von Gaming und Auffälligkeiten im Sozialverhalten halt. Ebenso wird das Schlafverhalten durch den individuellen Medienkonsum beeinflusst. Längsschnittstudien zeigen einen Zusammenhang zwischen der Gesamtschlafdauer und der benötigten Zeit zum Einschlafen auf. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Nutzung der digitalen Medien eine kurze Schlafdauer und eine längere Einschlafzeit zur Folge hat (Paulus 2024, S. 83). Unterschiedliche Menschen sind unterschiedlich leistungsfähig, einige benötigen eine längere Schlafdauer, andere kommen mit einer kürzeren Schlafdauer aus. Dabei ist die Betrachtung der Altersgruppen unerheblich. Die Verwendung von Mediengeräten unmittelbar vor dem Zubettgehen wird bei jungen Erwachsenen mit einer unzureichenden Schlafdauer und einer damit einhergehenden schlechten Schlafqualität sowie einer übermäßigen Tagesmüdigkeit in Verbindung gebracht (Levenson et al. 2017, S. 1 f.). Dabei ist es unerheblich, welchen Inhalt die Kinder und Jugendlichen direkt vor der Schlafenszeit konsumieren. Ein Grund dafür könnte der Anteil des blauen Lichtes in den Bildschirmen sein. Egal ob Computer-Monitor oder Smartphone-Display: Der Blaulichtanteil, welcher bei der Nutzung der Geräte ins Auge trifft, kann im Organismus dafür sorgen, dass die Bildung des hauseigenen Schlafhormons Melatonin verlangsamt wird. Dies kann die Schlafqualität beeinträchtigen und sich als ein Symptom der verzögerten Schlafphase manifestieren (Paulus 2024, S. 84).

Die Auswirkungen des Medienkonsums auf Kinder und Jugendliche zeigen sich auf vielen verschiedenen Ebenen, wie Desinformationen, aktive Beeinflussung von Individuen, Entwicklung einer Sucht und weiteren. Daher ist und bleibt die Verwendung von Medien eine Gratwanderung zwischen Chancen und Risiken. Professionelle können hier auf Beratungen als Handlungsrichtlinie zurückgreifen und bei Minderjährigen ebenso die Erziehungsberechtigten mit in die Verantwortung nehmen. Ebenso können wir diverse Workshops zum Thema Fake News oder Mediensucht initialisieren, um so präventive Angebote für Kinder und Jugendliche realisieren zu können. Dennoch ist es wichtig, dass auch Sozialarbeiter:innen geschult werden, damit Missstände in der digitalen Welt klar entdeckt und reflektiert aufgearbeitet werden können.

4 Medienkompetenz und ihre Dimensionen

Nachdem geklärt wurde, was Medien sind, wie eine Einteilung aussehen könnte und welchen Einfluss der Konsum von Medien auf die Zielgruppe hat, wird in diesem Kapitel erläutert, was Medienkompetenz ist und warum diese ein essenziellen Baustein innerhalb der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen darstellt. Dabei werden sowohl ältere Modelle, als auch aktuellere zur Erläuterung genutzt.

4.1 Der Begriff der Medienkompetenz

Die Definition der Medienkompetenz verhält sich ähnlich wie die Definition der Medien. Nach Dieter Baacke, einem deutschen Erziehungswissenschaftler und Hochschullehrer, welcher den Begriff der Medienkompetenz geprägt hat, meint Medienkompetenz „grundlegend nichts anderes als die Fähigkeit, in die Welt aktiv aneignender Weise auch alle Arten von Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire von Menschen einzusetzen.“ (Baacke 1996, S. 119). Nach Baacke gehört diese Kompetenz zu einer „kommunikativen Kompetenz“ des Menschen, damit dieser aktiv an seiner Umwelt teilhaben kann (ebd.). Die Definition nach Stefan Aufenanger verweist darauf, dass die „Medienkompetenz eine allgemeine Fähigkeit beschreiben soll, die prinzipiell auf alle Medien bezogen ist; sie dürfte damit über grundlegende Fähigkeiten bestimmbar sein, [sich] in einer durch Medien geprägten Welt [...] zurechtzufinden und zu handeln.“ (Aufenanger 1997, S. 18).

In weiteren Diskussionen hat der Begriff einen Bedeutungswandel durchlebt und ist indessen mehr als Leitbegriff anzusehen, welcher eine Zielsetzung für die professionelle Arbeit impliziert. Der Begriff findet vorwiegend seit den 1990er Jahren in öffentlichkeitswirksamen Debatten Anwendung, um den damaligen „medienpädagogischen wie materiell-ausstattungsbezogenen Rückstand und Nachholbedarf in nahezu allen Feldern von Bildung und Erziehung [...]“ (Hugger 2021, S. 69) zu beschreiben.

Die Aneignung von Medienkompetenz ist kein stringenter Ablauf, welcher einem festen Schema folgt. Vielmehr ist er als dynamischer Prozess zu betrachten, welcher geschlechts- und altersübergreifend stattfindet (Hugger 2021, S. 74).

Das Modell nach Baacke von 1996 ist der Grundpfeiler der heutigen Modelle zur Medienkompetenz. Grundsätzlich teilt es die Medienkompetenz in vier Teilbereiche: die *Medienkritik*, die *Medienkunde*, die *Mediennutzung* sowie die *Mediengestaltung*. Diese wurden über die Zeit unter anderem durch Stefan Aufenanger, Heinz Moser oder Norbert Groeben adaptiert und modifiziert (Ganguin et al. 2023). Nachfolgend soll zu diesen Bereichen ein grober Überblick abgebildet werden.

Die Medienkritik

Dieser Teilbereich der Medienkompetenz soll analytische, reflexive sowie ethische Aspekte repräsentieren. Es geht darum, gesellschaftlich problematische Prozesse nicht einfach hinzunehmen, sondern analytisch zu analysieren und das gewonnene Wissen anschließend reflexiv anwenden zu können. Die Nutzer:innen sollen sich kritisch mit den vorliegenden Inhalten auseinandersetzen und diese ethisch einschätzen können. Als Beispiel kann hier die Berichterstattung genannt werden, um auf der analytischen Ebene deren Objektivität und Glaubwürdigkeit zu überprüfen. Anschließend kann die reflexive Ebene sich mit Fragen nach den verwendeten Quellen und gezeigten Perspektiven des Nachrichtenbeitrages befassen. Dabei könnten folgende Fragen gestellt werden:

- Ist der Beitrag einseitig aufgebaut?
- Bedient dieser bestimmte Stereotype?
- Werden Fakten klar belegt?

Dies sind nur einige mögliche Fragestellungen. Die ethische Ebene kann auf die Verantwortung der Nachrichtenanbieter gerichtet werden, welche mit der Veröffentlichung von Beiträgen einhergeht (Baacke 1996, S. 120).

Die Medienkunde

Der zweite Teilbereich nach Baackes Modell befasst sich mit dem Wissen von Medien. Dabei unterteilt er dieses Wissen in einen rein informativen Charakter, damit bezeichnet er das Wissen über aktuell vorhandene Social-Media-Plattformen oder die Erstellung von Medien etc. und in einen instrumentell-qualifikatorischen Charakter, bei welchem es sich um Wissen handelt, wie Medien bedient werden, etwa die Bedienung eines heutigen Smartphones oder eines Tablets (Baacke 1996, S. 120).

Die Mediennutzung

Dieser Teilbereich wird ebenfalls in zwei Aspekte untergliedert, in einen rezeptiv-angewandten, als auch in einen auffordernd-interaktiven Aspekt. Baacke nutzt zur Erklärung der Rezeptionskompetenz das Anschauen von Fernsehinhalten oder das Sehen von Filmen, also passive Aufnahme von Inhalten. Der auffordernd-interaktive Aspekt spiegelt sich exemplarisch in der Nutzung von Online-Banking oder der Erstellung eigener medialer Inhalte wider (Baacke 2001).

Die Mediengestaltung

Der letzte Teilbereich beschäftigt sich mit der Zukunft von Medien anhand von zwei weiteren Aspekten innerhalb des Teilbereiches. Der erste Aspekt befasst sich mit Innovationen sowie der Weiterentwicklung bereits bestehender Medien, Systeme und heutzutage ebenso von Plattformen. Dieser Aspekt geht mit dem zweiten Aspekt der Kreativität einher. Nutzer:innen sollen sowohl innerhalb bereits etablierter Systeme partizipieren, indem sie z. B. durch das zur Verfügung stellen, von eigenen Inhalten auf diversen Plattformen dennoch kreative Ideen entwickeln, die zu neuen Formen und Projekten führen können (Baacke 1996, S. 120; Baacke 2001).

Dies ist ein grober Überblick des Modells nach Baacke. Ein Ausdifferenzierungsprozess des Diskurses zum Begriff der Medienkompetenz zeigt weitere Fragestellungen auf. So setzen andere Autoren weitere Dimensionen ein, wie Moser 2000 mit den Ebenen der „technischen Kompetenz“, der „reflexiven Kompetenz“, einer „kulturellen Kompetenz“ und „sozialen Kompetenzen“ oder Aufenanger 1997 mit seinen kognitiven, moralischen, sozialen und affektiven Dimensionen sowie einer Handlungsdefinition (Ganguin et al. 2023).

Insgesamt zielen die verschiedenen Ansätze und Modelle darauf ab, dass Medienkompetenz etwas ist, was Menschen dazu befähigt, sich souverän, kritisch und verantwortungsbewusst in der modernen Medienwelt zu bewegen. Es geht darum, Medien nicht nur passiv zu konsumieren, sondern sich aktiv, mündig und selbstbestimmt mit ihnen auseinanderzusetzen. Personen mit Medienkompetenz sind in der Lage, die angebotenen medialen Inhalte kundig zu nutzen, deren Inhalt, Wirkung und Zusammenhänge reflektieren und einordnen zu können, sowie als Gestalter selbst neue Inhalte zu erstellen und Medien innerhalb dessen kreativ zur Kommunikation und Partizipation nutzen zu können. Dabei sind alle Dimensionen der Medienkompetenz in Betrachtung zu ziehen. Eine Expertise etwa in ausschließlich einem Bereich ist nicht ausreichend (Baacke 1996, S. 120 ff.).

Die gemeinsame Forschungsstelle (Joint Research Centre) der Europäischen Kommission hat ein ähnliches Modell zur Medienkompetenz im Jahr 2022 veröffentlicht. Unter dem Namen „DigComp 2.2“ veröffentlichte sie ein Kompetenzrahmenmodell, das dazu beitragen soll, die digitale Kompetenz bei den Bürger:innen der EU zu verbessern, zu verstehen und zu entwickeln. Dieses Modell zeigt 21 Kompetenzen auf, welche in fünf verschiedene Bereiche eingeteilt werden: 1 *Information and data literacy* (Informations- und Datenkompetenz), 2 *Communication and collaboration* (Kommunikation und Zusammenarbeit), 3 *Digital content creation* (Erstellung digitaler Inhalte), 4 *Safety* (Sicherheit) und 5 *Problem solving* (Problemlösung) (Vuorikari et al. 2022, S. 67).



Abbildung 2: DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens

Es lassen sich beim DigComp 2.2 durchaus Parallelen zu Baackes Medienkompetenzmodell herstellen. So bedient sich der Abschnitt 2.1 des DigComp 2.2 der Interaktion digitaler Technologien als Analogie zu Baackes Mediennutzung. Abschnitt 3 geht zwar mit Inhalten wie Programmierung, Urheberrecht und Lizenzierung auf weitere Aspekte der Mediengestaltung ein, setzt aber ebenso die Erstellung eigener Medieninhalte in den Mittelpunkt. Die Medienkritik sowie Medienkunde Baackes sind sowohl in Abschnitt 1 als auch in Inhalten des Abschnittes 2 vom DigComp wiederzufinden. Sicherlich waren auch das Thema Sicherheit und Problemlösung bereits 1996 relevant, gehören allerdings laut Baacke nicht unbedingt zur Medienkompetenz. Diese werden aufgrund der aktuellen Relevanz vom DigComp dennoch aufgeführt und mit bestimmten Inhalten näher in den Fokus gerückt. Dazu zählen der Schutz persönlicher Daten (4.2), der Schutz der eigenen Gesundheit und Wohlbefinden (Digital Wellbeing) (4.3) sowie das Lösen technischer Probleme (5.1) und die Identifizierung digitaler Kompetenzlücken (5.4) (ebd., S. 4).

Medienkompetenz deckt viele weitere Teilbereiche ab, als die bloße Handhabung und Nutzung von modernen Medien und ist ein essenzieller Bestandteil der Medienpädagogik. Sie repräsentiert außerdem eine Kompetenz, welche kontinuierlich Änderungen erfährt, da sie sich an aktuelle Technologien und gesellschaftliche Situationen anpassen muss.

4.2 Medienkompetenz als wichtiger Baustein im Kindes- und Jugendalter

Die Erklärung zum Begriff Medienkompetenz zeigt auf, dass diese keinem festen Alter zugeschrieben wird, sondern ein dynamischer und lebenslanger Prozess ist.

Oftmals wird jungen Menschen unterstellt, dass sie besser mit Medien umgehen können als ältere Menschen, um daraus zu schlussfolgern, dass sie eine Medienkompetenz besitzen müssten (Meßmer et al. 2021, S. 5 f.). Allein der Umgang und die Handhabung technischer Geräte lassen nicht zwingend auf eine Medienkompetenz schließen. Dies wurde bereits im Unterkapitel unter Punkt 4.1 angesprochen. Es soll an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass verschiedene Aspekte dieser Betrachtungsweise berücksichtigt werden müssen. Denn anhand von Studien kann aufgezeigt werden, dass die Proband:innen mit einem höheren Bildungsniveau schneller und flexibler agieren können, um ihren individuellen Umgang mit Medien zu verbessern (Treumann et al. 2007, S. 679 f.).

Die Entwicklung von Medienkompetenz wird insbesondere durch das soziale Umfeld beeinflusst. So trägt ein Umfeld, welches eine aktive Auseinandersetzung mit Medien unterstützt und Lernanreize bietet, positiv zur Entwicklung von Medienkompetenz bei. Dies kann exemplarisch durch Familie oder durch eine Gruppe realisiert werden (Hugger 2021, S. 74). Die Entwicklung von Medienkompetenz ist aber nicht nur eine Frage der Sozialisation. Nicht allen Kindern und Jugendlichen ist es zugleich möglich, sich diese Art der Kompetenz ausschließlich durch Sozialisierung anzueignen. Aufgrund dessen ist es für die Profession Sozialer Arbeit notwendig, Unterstützung und Förderung zu gewährleisten, indem sie medienpädagogische Programme implementiert (Hugger 2021, S. 72 f.). Die Förderung der Medienkompetenz muss in den Lebenswelten der Adressat:innen stattfinden. Ein Beispiel ist dafür die Arbeit von digitalen Streetworker:innen. Sie fungieren wie Streetworker:innen in der realen Welt und stehen vor allem auf digitalen Plattformen wie Reddit, Discord oder Instagram als Ansprechpartner:innen und zumeist erste Anlaufstelle zur Verfügung. Durch direkte Chatnachrichten, das Erstellen von ansprechenden Beiträgen oder das Spielen digitaler Spiele versuchen Sie, mit den Klient:innen in Kontakt zu treten (Lohnt sich das? 2022; Janus 2023). Ergänzt wird die aufsuchende Arbeit im digitalen Raum durch reale

Jugendbildung in Kombination mit Präventionsarbeit, bspw. in Form von Workshops, Beratungen und Informationsveranstaltungen. Die Entwicklung einer Medienkompetenz ist auch für die politische Arbeit Sozialer Arbeit notwendig. Sich für eine demokratische Medienkultur einzusetzen und an der Gestaltung der Rahmenbedingungen für die Arbeit mit Medien mitzuwirken ist wichtig, um Hass und Falschinformationen entgegenzutreten zu können, die Meinungsvielfalt zu fördern, den Zugang zu Informationen, vor allem für benachteiligte Kinder- und Jugendliche, zu ermöglichen und auch die Interessen der Klient:innen gegenüber der Politik und anderen Institutionen adäquat vertreten zu können (Bezirksjugendring Oberpfalz 2024; Janus 2023).

Ebenso gilt nach Schröder die Medienkompetenz als Schlüssel für die Demokratiekompetenz. Die digitale Transformation betrifft sämtliche Lebensbereiche, sodass sich auch politische Informationsangebote und verschiedene Möglichkeiten des politischen Engagements grundlegend geändert haben (Schröder 2021, S. 93). Der professionelle Journalismus hat seine bisherige Monopolstellung durch analoge Massenmedien verloren und bekommt nun Konkurrenz mit neuen Angeboten, welche sich auf sozialen Netzwerken etablieren. Der Austausch im Internet mit Gleichgesinnten, unabhängig vom Grad des Interesses an Themen wie etwa Politik, wirkt sich kontinuierlich auf das Meinungsklima aus. Diese Auswirkungen können dabei sowohl positive als auch negative Folgen haben, je nachdem, ob es sich bspw. um den Austausch über rechtsextremistische Inhalte oder um die Bekämpfung derselben handelt. In Kombination mit bereits etablierten Filterblasen durch personalisiertes Suchen und der permanenten, meist ungefilterten und nicht reflektierten Nutzung von Google und anderen sozialen Medien wird Fehlinformationen ein einfacherer Zugang gewährt (ebd., S. 98 f.). Die Ergebnisse der „Mitte-Studie“ aus dem Jahr 2023 zeigen, dass Demokratiekompetenz wichtiger denn je ist. Die „Mitte-Studie“ der Friedrich-Ebert-Stiftung untersucht, inwiefern sich in Deutschland Einstellungen rechtsextremer, menschenfeindlicher und antidemokratischer Natur entwickeln und verbreiten. Das Fazit der neuesten Ausgabe ist: „Die Demokratie in Deutschland kann zwar weiterhin auf eine absolute Mehrheit einer nicht rechtsextremen Mitte bauen; diese schrumpft jedoch. [...] Ein Teil der Mitte distanziert sich von der Demokratie, ein Teil radikalisiert sich [...] Dabei steckt die Demokratie angesichts des Erstarkens antidemokratischer Kräfte, der hohen Anzahl an Nicht-Wähler:innen, des Misstrauens in staatliche Institutionen, in Medien und die Politik, aber auch aufgrund eines Mangels an politischer Selbstwirksamkeit und Partizipation selbst in der Krise.“ (Damian 2023, S. 1).

Die Studie „Quelle: Internet?“ der Stiftung „Neue Verantwortung“ sieht Journalist:innen und bereits bestehende Medieninstitutionen als Gatekeeper:innen, welche nun durch den Medienwandel ihren Einfluss zunehmend nicht mehr geltend machen können. Der Begriff „Gatekeeper“ wird dabei als Metapher verwendet und repräsentiert eine Person, eine Instanz oder eine Art von Regulation, die über eine Entscheidungsvollmacht verfügt, wie viele und welche Informationen die Nutzer:innen bekommen. Die Bürger:innen seien indessen „mehr denn je auf sich allein gestellt. Sie müssen für jede einzelne Nachricht jedes Mal aufs Neue selbst darüber entscheiden, ob eine Quelle oder Information für sie vertrauenswürdig ist.“ (Meßmer et al. 2021, S. 3). Dabei bietet aber die Digitalisierung ebenso die Möglichkeit, Informationen in Sekundenschnelle abzurufen. Die (digitale) Beteiligung der Kinder und Jugendlichen an Entscheidungsprozessen auf verschiedenen Ebenen, sowie die Schülerstreikbewegung „Fridays for Future“ sind nur einige positive Beispiele zur aktiven politischen Teilhabe, welche einer Medienkompetenz bedürfen (Schröder 2021, S. 102).

Simon Schnetzer, Killian Hampel und Prof. Dr. Klaus Hurrelmann zeigen in ihrer Studie „Jugend in Deutschland“ auf, dass junge Menschen so pessimistisch wie noch nie sind (Schnetzer et al. 2024, S. 42). Sie klagen über mentale Belastungen und sind auf politischer Ebene höchst unzufrieden. Dabei ist vor allem Politik ein wichtiges Beispiel für Demokratiekompetenz, da die Generation der unter 30-Jährigen angibt, bei der nächsten Wahl ihre Stimme der AfD zu geben. Damit ist die AfD-Partei mit 22 % auf Platz eins dieser Wählergruppe, während vor zwei Jahren lediglich 9 % angaben, die AfD wählen zu wollen. Alle anderen Parteien haben Prozente verloren, ausgenommen die CDU/CSU, welche im Gegensatz zu 2022 vier Prozentpunkte dazugewinnen konnte und mit 20 % auf Platz zwei der Wählergunst liegt (ebd., S. 21). Eventuell kann dieses Ergebnis damit in Zusammenhang gebracht werden, dass es Kandidat:innen der AfD frühzeitig gelungen ist, erste Videos auf der Plattform TikTok hochzuladen und damit (junge) Menschen „viral“ erreicht haben. Viralität bezeichnet hierbei den schnellen Anstieg von Aufrufen und erreichten Personen in einem möglichst kurzen Zeitraum (Banholzer et al. 2023, S. 385 f.). Eines der viel verbreiteten Videos auf der Plattform TikTok ist das von AfD-Politiker Maximilian Krah. In diesem propagierte er: „Jeder dritte junge Mann hatte noch nie eine Freundin. Du gehörst dazu? Schau' keine Pornos, wähl' nicht die Grünen, geh' raus an die frische Luft!“ und erreichte damit rund 1,5 Millionen Aufrufe (Maximilian Krah 2023). In weiteren Videos konstruiert Krah Verschwörungstheorien und erniedrigt Homosexuelle. Dies sah die Plattform TikTok als Verstoß gegen ihre Richtlinien an und schränkte die Reichweite der Videos daraufhin massiv ein (Nickschas 2024).

Ebenso ist erkennbar, dass die Zustimmung gegenüber rechtspopulistischen Positionen und Aussagen zugenommen hat. Demnach stimmen 30 % der Aussage „Der Staat kümmert sich mehr um Flüchtlinge als um hilfsbedürftige Deutsche.“ und 29 % der Aussage „In Deutschland darf man nichts Schlechtes über Ausländer sagen, ohne gleich als Rassist beschimpft zu werden.“ vollkommen zu. Dies kann damit erklärt werden, dass vor allem die AfD in den sozialen Medien präsenter ist als die Volksparteien CDU/CSU oder SPD (Schnetzer et al. 2024, S. 20).

Über 58 % der 14- bis 29-Jährigen AfD-Sympathisant:innen nutzten etwa die Plattform TikTok regelmäßig (ebd., S. 20). In derselben untersuchten Altersspanne sind es bei favorisierenden Anhängern der SPD-Partei lediglich 47 % und bei Bündnis 90/Die Grünen nur 39 %. Rund ein Viertel der befragten Jugendlichen ist aktuell unschlüssig, welcher Partei sie bei der nächsten Bundestagswahl ihre Stimme geben würden (ebd., S. 21). Seit einigen Wochen ist ebenso der Bundeskanzler, Olaf Scholz, auf der Plattform TikTok vertreten und versucht dadurch einen (digitalen) Bürgerdialog herzustellen (ebd., S. 20). Es bleibt zu vermuten, dass auch er erkannt hat, dass soziale Medien ein wichtiger Zugang zur Politik für die 14- bis 29-Jährigen sind. Etwas mehr als die Hälfte (57 %) der Befragten gab an, sich über soziale Medien zum Thema Politik und Nachrichten zu informieren, gefolgt von Nachrichten-Websites, News-Portalen, Push-Nachrichten (38 %) und Fernsehsendungen (38 %) (ebd., S. 18).

Die zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Bachelorarbeit vorläufigen Ergebnisse der Europawahl 2024 bestätigen etwaige Vermutungen der angesprochenen Studien. In Sachsen kommt die AfD auf 31,8 % und ist damit die stärkste Kraft, gefolgt von der CDU mit 21,8 %. Die Ergebnisse der Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen zeigen, dass für sie andere Parteien mit 28 % führend in der Wähler:innengunst stehen, gefolgt von der CDU mit 17 % und der AfD mit 16 % (Infratest dimap 2024). Dies verdeutlicht, wie eng Medienkompetenz und politische Bindung miteinander einhergehen, was ebenso im 16. Kinder- und Jugendbericht des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, kurz BMFSFJ, deutlich wird. In diesem Bericht empfiehlt die Kommission „eine konsequente Verschränkung von politischer Bildung und kritischer Medienbildung. Diese politische Medienbildung soll sich mit medial bedingten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Prozessen auseinandersetzen, veränderte Öffentlichkeiten durch neue Medienstrukturen reflektieren, Optionen der Selbstermächtigung eröffnen und dazu beitragen, multimediale Angebote altersgerecht hinterfragen zu können“ (BMFSFJ 2020, S. 10).

Wichtig sei es, dass die Entwicklung einer Medienkompetenz kongruent und fortlaufend geschieht, so Schröder. Dabei sollte bereits im Kindergarten angesetzt werden und dies über die Schulbildung bis hin zur Erwachsenenbildung andauern. Ebenso wie Baacke sieht er die Medienkompetenz und insbesondere die Medienkompetenzförderung als Bestandteil des lebenslangen Lernens an (Schröder 2021, S. 104).

5 Medienkompetenz in der Sozialen Arbeit

In diesem Kapitel soll der Fokus auf die Medienkompetenz von Sozialer Arbeit im Arbeitsfeld der offenen Kinder- und Jugendarbeit gerichtet werden. Um zu verdeutlichen, warum Medienkompetenz in diesem Arbeitsfeld notwendig ist, wird zuerst das Arbeitsfeld etwas konkreter beschrieben sowie dessen Rahmenbedingungen erläutert. Im Anschluss folgen einige Beispiele von Projekten zur Förderung der Medienkompetenz aus der Praxis.

5.1 Medienkompetenz in der offenen Kinder- und Jugendarbeit

Die offene Kinder- und Jugendarbeit ist im achten Sozialgesetzbuch verankert und versteht sich als ein Leistungsbereich der Kinder- und Jugendhilfe. Dabei ist der § 11 Absatz 1 maßgeblich, welcher sicherstellt, dass zur Förderung und Entwicklung junger Menschen geeignete Angebote zur Verfügung stehen, welche das Ziel haben, dass die Interessen der jungen Menschen beachtet werden, und Partizipation sowie gesellschaftliche Mitverantwortung essenzielle Bestandteile der zur Verfügung stehenden Angebote sind. Des Weiteren zeichnet sich dieses Arbeitsfeld durch eine niedrighschwellige Zugänglichkeit aus, wodurch auch körperlich sowie geistig beeinträchtigte junge Menschen die Angebote der Jugendarbeit nutzen können (§ 11 SGB VIII).

Ein Blick in den 15. Kinder- und Jugendbericht des BMFSFJ versteht die Jugend als „gesellschaftlichen Integrationsmodus“, bei welchem die Kernherausforderungen im Bereich der Qualifizierung, Verselbstständigung und Selbstpositionierung liegen. Die Aufgaben und Angebote der offenen Kinder- und Jugendarbeit sollen diese herausgearbeiteten Kernherausforderungen unterstützen und mit weiteren Entwicklungsaufgaben verknüpfen (BMFSFJ 2017, S. 95 ff.). Wie bereits im Unterkapitel 5.1 kurz erwähnt, finden sich im aktuellen 16. Kinder- und Jugendbericht des BMFSFJ Querverweise auf die Förderung der Medienkompetenz, insbesondere mit dem Fokus auf junge Menschen. Das Projekt „Digitale Medienkompetenz“, welches mit einer Million Euro durch das Ministerium gefördert wird, soll u. a. die Selbstbestimmtheit und das Erlangen von kompetenten Handlungsweisen im digitalen Raum fördern sowie zum Reflektieren in Bezug auf Desinformationen und „Hate Speech“ (Hassrede) anregen (BMFSFJ 2020, S. 10). Dabei sieht der Bericht vor allem die non-formale Bildung als ein chancenreiches Feld, um die kritische Reflexion zu unterstützen, gibt aber auch an, dass ein dementsprechend großer Bedarf vorhanden ist, um bereits bestehende Angebote ausbauen und neue Ideen etablieren zu können (ebd., S. 308).

Deshalb lautet der Appell an die Professionellen der offenen Kinder- und Jugendarbeit: „Auch die pädagogischen Fachkräfte in Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe müssen sich auf den Umgang mit digitalen Medien einstellen.“ (BMFSFJ 2016, S. 5) Um dies zu realisieren, existieren entsprechende Prinzipien und Strukturen für die außerschulische Medienkompetenzförderung. Dabei ist das Prinzip der Subjektorientierung zu nennen, welches für Brüggen und Bröckling essenziell ist. Damit die Förderung ausreichend gewährleistet werden kann, sollen professionell Beteiligte sich nicht nur auf den Umgang mit Medien einstellen. Nach Brügge ist es wichtig, dass alle professionell Beteiligten den Anspruch entwickelt haben, möglichst alle Teildimensionen der Medienkompetenz abdecken zu können. Bestmöglich in Kombination mit dem Entwickeln und Setzen einzelner Schwerpunkte, welche entlang der Bildungskette sowie entlang der Zielgruppen abgestimmt sind (Brüggen et al. 2017, S. 157 f.).

Dieses Handlungsfeld ist nicht nur durch diverse infrastrukturelle Möglichkeiten, wie Jugendzentren, Jugendclubs oder sonstige Freizeitangebote, ein essenzieller Bestandteil der Profession Sozialer Arbeit. Sondern ebenso durch gesellschaftliche Erwartungen wie Inklusion, Mobilität, Migration und Zuwanderung, aber eben auch durch Demokratiebildung. So kann ebenso die Möglichkeit angeboten werden, die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen mithilfe von verschiedenen Projekten und Angeboten zu fördern (agj Sachsen e. V. 2020, S. 9 ff.). Einige Beispiele dazu auf regionaler, bundesweiter und internationaler Ebene folgen im Unterpunkt 5.2. Diese Möglichkeit der Medienkompetenzförderung kann die offene Kinder- und Jugendhilfe durch ihre verschiedenen Arbeitsprinzipien und Regeln bewerkstelligen, die nachfolgend etwas genauer erläutert werden. Aufgrund des Prinzips der Offenheit können sämtliche junge Menschen jegliche Infrastruktur besuchen und deren Angebote in Anspruch nehmen. Ebenso sind die Inhalte der Angebote mit Blick auf dieses Prinzip ausgerichtet und können daher flexibel gestaltet werden. Das Prinzip der Freiwilligkeit ermöglicht es den Klient:innen, ohne Druck und nach eigenen Präferenzen die Angebote der offenen Kinder- und Jugendhilfe wahrzunehmen, da ein Arbeiten mit Professionellen ohne Zwangskontext in diesem Arbeitsfeld vorhanden ist. Damit die Arbeit offen und freiwillig ablaufen kann, ist Partizipation ein weiterer wichtiger Bestandteil der Arbeit in diesem Arbeitsfeld. Die Adressatinnen wirken aktiv bei den Unterstützungs- und Bildungsprozessen in der offenen Kinder- und Jugendhilfe mit.

Das Arbeitsfeld muss Prozesse fördern und realisieren, die das Ziel haben, dass junge Menschen bei der Entscheidung von Angeboten, bei der Entscheidung von Bedarfen und Problemen, Entscheidungen über Umfang und Ziele der Leistungen sowie die

Gestaltung eben dieser handlungsfähig sind (Schnurr 2022, S. 21). Stefan Schnurr stellt fest, dass Partizipation zwei Funktionen erfüllt: Es sind Zielsetzung und Handlungsleitlinie zur gleichen Zeit. Dies kann nur gelingen, wenn die Konzepte und die gelebte Praxis dementsprechend ausgerichtet sind (ebd., S. 22 f.). Diese Handlungsrichtlinien der Offenheit, Freiwilligkeit, Partizipation sowie Geschlechtergerechtigkeit stellen nicht nur sicher, dass die Inhalte für die Zielgruppen entsprechend gestaltet sind, sondern fördern auch die Selbsterfahrung und Mitbestimmung der Klient:innen. Komplettiert wird die Arbeit in der offenen Kinder- und Jugendarbeit durch das Prinzip der Lebensweltorientierung, dies unterscheidet sie von anderen Bildungsinstitutionen (agj Sachsen e.V. 2020, S. 17).

Ein wesentlicher wichtiger Aspekt in der offenen Kinder- und Jugendarbeit, aber auch sonst in der Sozialen Arbeit, ist die Peer-Gruppe. Die Schweiz bietet für die Thematik einer Medienkompetenzentwicklung für Jugendliche eine national einheitliche Plattform an, mit dem Namen „Jugend und Medien“ (Bundesamt für Sozialversicherungen BSV 2024). Ein Blick in die Arbeitspraxis der Schweiz zeigt, dass das sogenannte Peer-Involvement ein wichtiger Bestandteil zur Vermittlung von Medienkompetenzen sein kann (Späni et al. 2018, S. 5). Dabei beschreibt es den Umstand, dass Gleichgesinnte, die sogenannten Peer-Groups, sich gegenseitig über bestimmte Themen austauschen, sich informieren und gegenseitig anleiten – ein quasi Tutorium unter Freunden. Die Form des Peer-Tutoring kann etwa bereits in einer stringenten Form von Tutoren und zu Unterrichtenden in klassischen Schulformen beobachtet werden. Beim Ansatz der Peer-Education wird der Fokus auf informelles Lernen und Lehren gelegt (ebd., S. 8). Die Peer-Gruppe hat zudem den Vorteil, von einer meist bereits bestehenden Vertrautheit zu profitieren und ist daher ideal im Arbeitsfeld der offenen Kinder- und Jugendhilfe umzusetzen. Je nachdem, wie die Rollen von Tutor:innen und zu unterrichtenden Personen unterteilt sind, können neben dem eigentlichen Auftrag, der Förderung von Medienkompetenz, auch die Persönlichkeit, das Selbstbewusstsein und die Kompetenz zur Selbstreflexion gestärkt werden. Diese Form der Lehre muss sich allerdings der Kritik stellen, dass die Peer-Tutoren von Erwachsenen beeinflusst werden können. Es benötigt Fachwissen, vorwiegend von Expert:innen und Erwachsenen, damit die zu vermittelnden Inhalte auch adäquat weitergegeben werden. Bei der Anwendung des Peer-Involvement kommt es daher immer zu einer Gratwanderung zwischen der möglichen Instrumentalisierung durch Personen mit Fachwissen sowie dem Umstand, Peer-Tutoren nicht durch falsche Zuschreibungen und Erwartungen als „Hilfslehrer:innen“ zu deklarieren (ebd., S. 8 f.).

Olivier Steiner und Rahel Heeg sehen die offene Kinder- und Jugendarbeit als Hilfsmittel an, um eine allgemeine Medienbildung gewährleisten zu können. Diese Medienbildung beinhaltet dann verschiedene Aspekte von Medienkompetenzen, auch wenn diese nicht den primären Auftrag des Arbeitsfeldes darstellt. Dabei können Fachkräfte im Hinblick auf Partizipation, Freiwilligkeit und Selbstbestimmung die Kinder und Jugendlichen anleiten, um sich kulturelle und soziale Medienkompetenzen anzueignen. Eine einseitige Ausrichtung sei den informellen Bildungsprozessen sowie der Selbststeuerung der Jugendlichen im Rahmen der offenen Kinder- und Jugendarbeit nicht zuträglich. Zudem sollte die Förderung von Medienkompetenz funktional angesehen werden und fachlich begründet in die tägliche Arbeit eingegliedert sein. Dadurch wird auch ein Anreiz für Fachkräfte geschaffen, sich über verschiedene Aspekte wie Datenschutz, Funktionsweise von Geräten und Verhalten im digitalen Raum regelmäßig zu informieren und selbst zu reflektieren (Steiner et al. 2022, S. 131 ff.). Im weiteren Verlauf dieser Arbeit sollen Möglichkeiten vorgestellt werden, welche im Arbeitsfeld der offenen Kinder- und Jugendarbeit angewandt und umgesetzt werden können. Dabei wird der Fokus auf geförderte Initiativen sowie regionale Projekte gelegt.

5.2 Beiträge aus der Praxis

Die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte, der Dieter Baacke Preis, zeigt auf, wie die digitale Teilhabe durch Medienpädagogik ermöglicht werden kann. Dabei stehen seit 2024 insgesamt sechs unterschiedliche Kategorien zur Verfügung, welche mit jeweils 2.000 € dotiert sind (Dieter Baacke Preis 2024).

Projekte mit Auszeichnung des Dieter Baacke Preises

Die Soziale Arbeit kann anhand des Beispiels der „Gamification“ die wichtige Aufgabe der Motivationsförderung in der offenen Kinder- und Jugendarbeit realisieren. Dabei setzt sich das Wort aus den Wörtern „Gaming“, englisch für Spielen, und „Education“, englisch für Bildung, zusammen. Es wird als Konzept verstanden, welches spielerische Elemente mit spielfremden Umgebungen vereint. Dies kann in verschiedensten Bereichen eingesetzt werden, wie zum Beispiel in Unternehmen, in Schulen oder in der offenen Kinder- und Jugendarbeit. Damit sollen vor allem Aufgaben bewältigt werden, die oft als langwierig, anstrengend und schwierig angesehen werden. Primäres Ziel des Konzeptes ist es, die intrinsische Motivation der Spieler:innen zu steigern (Mazarakis et al. 2017, S. 246). Ein theoretisches Beispiel dafür können Fitnessanwendungen mit Gamification-Elementen sein.

Ein Punktesystem kann dafür sorgen, dass die Nutzer:innen jede Trainingseinheit mit Punkten belohnt. In Kombination mit einem Levelsystem können Nutzer:innen neue Funktionen und Belohnungen mit der Zeit freischalten. Digitale Abzeichen wie das Erreichen von 10.000 Schritten am Tag können zusätzliche extrinsische Motivationsfaktoren bilden. Des Weiteren können erreichte Erfolge durch die Integration von Social-Media-Elementen geteilt werden, um so sich mit anderen Nutzer:innen messen und gegenseitig motivieren zu können. Durch das Erreichen von Zielen, Punkten und Abzeichen, können das Erfolgsgefühl sowie die Selbstwirksamkeit der Nutzer:innen gestärkt werden. Eine regelmäßige Nutzung der Anwendung und positive Nutzererfahrungen können dadurch die persönliche Fitness und das eigene Wohlbefinden langfristig steigern. Als reales Beispiel kann die App „Meine AOK“ der gleichnamigen Krankenkasse zurate gezogen werden. Sie kann in Verbindung mit externen Geräten, wie smarten Uhren oder Fitness-Trackern, nach Zustimmung der Nutzer:innen die täglichen Schritte protokollieren. Durch die Nutzung des Bonusprogrammes können bspw. sportliche Aktivitäten in Punkte umgewandelt werden, welche dann durch die Nutzer:innen ausgezahlt werden können. Der aktuelle Umtauschkurs liegt bei 1 Punkt für 1 Cent (AOK 2024).

Fachkräfte der Sozialen Arbeit können das Interesse am Thema Gaming der Kinder- und Jugendlichen nutzen, um zu erwachsenen Ansprechpartner:innen zu werden, die ihren Adressat:innen dadurch auf Augenhöhe begegnen können. Zudem bietet das Interesse an solchen Aktivitäten seitens der Adressat:innen auch den Vorteil, dass die Attraktivität der offenen Kinder- und Jugendarbeit steigt, sofern etwaige Angebote von Sozialarbeiter:innen konzipiert und umgesetzt werden. Dies kann der offenen Kinder- und Jugendarbeit ermöglichen, zunehmend in den Lebenswelten der Kinder- und Jugendlichen vertreten zu sein. So können Hemmschwellen innerhalb eines Gespräches abgeschwächt werden, wenn durch das gemeinsame Spielen der Fokus auf das Gespräch in den Hintergrund rückt (Wittig 2022, S. 25). Ein weiterer positiver Aspekt der Nutzung von Gaming Inhalten in der offenen Kinder- und Jugendarbeit ist die Reflexion von Emotionen und Impulskontrolle. Wittig führt das Beispiel an, dass besonders bei kompetitiven Spielen eine Vielzahl von Beleidigungen und verbalen Übergriffen zu vernehmen ist. Durch die Anwesenheit von Sozialarbeiter:innen können so die Inhalte in sich anschließenden Gesprächen diskutiert und reflektiert werden. Für Wittig ist dies „meist auch die einzige Gelegenheit [...], sich mit Erwachsenen ohne erhobenen Zeigefinger über die oftmals floskelhaft genutzten Beleidigungen und deren diskriminierenden Ursprung in der Gesellschaft auseinanderzusetzen.“ (Wittig 2022).

Des Weiteren können solche Angebote auf Missstände, etwa hinsichtlich der Dominanz von überwiegend männlich geprägten Protagonisten in Videospielen aufmerksam machen, welche meist in älteren Spielen vorkommen. Auch wenn neu erscheinende Titel von Spielen sich bemühen, mehr Diversität in den Inhalten anzubieten, so ist die Narration der männlichen Handlungsmacht bis heute spürbar. Fachkräfte können hier auf einen Pool von Spielen zurückgreifen und diese Kinder- und Jugendlichen anbieten, welche eher „genderuntypische“ Inhalte und Erfahrungen den Spieler:innen näherbringen möchten, exemplarisch in Form von Minispielen oder Gelegenheitsspielen. Weiterer positiver Aspekt: So können auch Mädchen und unerfahrene Spieler an das Thema Gaming herangeführt werden (ebd., S. 27). Ein bundesweites Projekt, welches sich eben für die Förderung solcher Spiele einsetzt, ist „Gaming ohne Grenzen“. Unter dem Motto „Begegnung fördern, Vielfalt leben, Partizipation ermöglichen“ finden auch soziale Kompetenzen wie Kommunikation und Toleranz Beachtung (Gaming ohne Grenzen 2024a). Anhand von vier Bewertungsebenen (Hören, Verstehen, Sehen und Steuern) werden verschiedene Spiele von Medienpädagog:innen und Jugendlichen bewertet. Getestet werden Spiele von großen, internationalen Herausgebern wie Nintendo (Mario Kart) oder Electronic Arts (FIFA), aber auch kleine, deutsche Herausgeber, wie Toukana Interactive, mit dem Spiel „Dorfromantik“. Diese Spieletests können auf der Website eingesehen werden (Gaming ohne Grenzen 2024b).

Ebenso kann Medienkompetenz im interkulturellen und internationalen Bereich gefördert sowie angewandt werden. Der Future of Ghana Germany e. V. hat mit „Vorbilder.Lab“ eine Experimentierplattform geschaffen, welche sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche fördern möchte (Scheffler 2022, S. 93). Dazu haben primär BIPOCs Kinder und Jugendliche im Raum Hamburg, aber auch alle weiteren interessierten Kinder und Jugendlichen die Möglichkeit, unter Anleitung von Branchenexpert:innen und Anwendung praktischer Medienübungen relevante Themen für ebendiese Zielgruppe aus der Sicht von BIPOCs Kindern und Jugendlichen zu erstellen, diese kritisch zu betrachten und zu diskutieren. Die praktische Anwendung sowie Förderung der Medienkompetenz gestaltet sich durch das Erstellen von Filmen und Fotografien, die Produktion eigener Podcast-Episoden und viele mehr (ebd., S. 93). Der Name des Projektes „Vorbilder.Lab“ resultiert aus der Besonderheit des Projektes, so Tanja Scheffler. Es soll eine Vielzahl an Medienberufen aufgezeigt werden, die von Schwarzen Menschen begleitet werden. Dabei soll erreicht werden, Vorbilder aufzuzeigen, ein Netzwerk für Jugendliche aufzubauen, die Chancengleichheit zu stärken sowie die Teilhabe in der Gesellschaft zu erhöhen (ebd., S. 94). In verschiedenen Workshops zum Thema Film, Podcast, Social Media, Journalismus etc. konnten die Teilnehmer:innen,

welche zu Beginn des Projektes keine bis kaum Vorkenntnisse hatten und sich bisherige Medienkompetenz nur durch die Nutzung sozialer Medien angeeignet hatten, ihre Kompetenzen fördern und ausbauen. Dabei stellte der Verein die technischen Voraussetzungen wie Kameras, Laptops, Smartphones, Stative und weitere Materialien zur Verfügung. Scheffler bestätigt nach Beendigung des Projektes, dass vermehrt Interesse seitens der Zielgruppe bestand, ihre erworbenen Kenntnisse weiter ausbauen zu wollen, beispielsweise in den schulischen, aber auch privaten Projekten (ebd., S. 94 ff.).

Geförderte Initiativen auf Bundesebene

Auf Bundesebene fördert das Bundesjugendministerium nicht nur Angebote, welche Kinder und Jugendliche unterstützen sollen, sondern ebenso Projekte, die die Kompetenz zur Medienerziehung von Eltern und Fachkräften stärken. Die Initiative „Gutes Aufwachsen mit Medien“, kurz GAMM, hat die Funktion, pädagogische Fachkräfte, Ehrenamtliche und Eltern zu unterstützen (Gutes Aufwachsen mit Medien 2024a). Die zentrale Leitfrage der Initiative ist „Wie bewegen sich Kinder und Jugendliche sicher, verantwortungsvoll und selbstbestimmt durch die digitale Welt?“. Diese Frage möchte die Initiative mithilfe von praktischen Ratgebern, Weiterbildungen, bundesweiten Anlaufstellen, Wettbewerben und Festivals beantworten. Ebenso ist die Initiative im Bereich der Forschung, beispielsweise im Medienpädagogischen Fachverband – Forum Kommunikationskultur & Dieter Baacke Preis, im Deutschen Kinderhilfswerk, in „Kinderrechte.digital“ und weiteren Angeboten aktiv (Gutes Aufwachsen mit Medien 2024b).

Das „Act On!“-Team untersucht aktuelle Medienphänomene mithilfe der 10- bis 14-Jährigen und wird ebenso vom Bundesjugendministerium gefördert. In einem eigenen Praxismodul werden die Inhalte wie „Sexting“, Falschnachrichten, Künstliche Intelligenz, Social Media und Weiteres mit den Kindern und Jugendlichen, sowie bundesweiten „Teamer:innen“ zum einen diskutiert und zum anderen in Workshops unter Zuhilfenahme aktiver Medienarbeit aufgearbeitet. Ein wichtiger Bestandteil dabei ist die Reflexion der Mediennutzung der Teilnehmer:innen. Neben dem Erstellen eigener Beiträge auf der Internetseite, erstellen die Kinder und Jugendlichen auch einen Act On!-Jugendpodcast sowie eine eigene Monitoring-Studie, das Act On!-Monitoring (JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis 2024).

Die TINCON vermittelt digitale Jugendkultur im Rahmen eines Festivals für 13 bis 25-Jährige. Abgeleitet von „Teenage Internetnetwork Conference“, deutsch für Konferenz über das Internet für Jugendliche, ist das Ziel dieser gemeinnützigen

Organisation, den Lebens- und Medienwelten der Zielgruppe eine größere Aufmerksamkeit zu bieten. Um dies zu realisieren, finden während des dreitägigen Festivals sowohl Workshops als auch Vorträge statt. In den Medien- und Kreativworkshops geht es dieses Jahr um das Thema „Angst“. Die verschiedenen Gruppen lernen dabei „Skills“, verschiedene Handlungsweisen und verarbeiten diese in dem jeweiligen Workshop. Dabei werden Inhalte von Medienprofessionellen konzipiert sowie die notwendige Technik für den Workshop seitens des Veranstalters gestellt. Ebenso stehen den Teilnehmer:innen verschiedene Experimente zur Verfügung, es werden sogenannte „Making Spaces“ angeboten und eine Gaming Area bereitgestellt. Das Festival tourt in Berlin, Hamburg und Köln. Der Eintritt ist für alle zwischen 13 und 25 Jahren kostenlos und in Kooperation mit der Deutschen Bahn gibt es spezielle vergünstigte Konditionen für die An- und Abreise, um die Teilnahme möglichst niedrigschwellig zu gestalten (TINCON 2023).

Soziale Arbeit kann solche Projekte fördern, indem sie auf politischer Ebene aktiv wird und für die Förderung solcher Ideen und Konzepte einsteht. Eine Präsenz in den digitalen Medien, wie bspw. diversen Social-Media-Plattformen, kann transparente Einblicke in die tägliche Arbeit der Sozialarbeiter:innen ermöglichen und so durch die Interaktion mit den Zielgruppen im digitalen Raum gleichzeitig von einer höheren Sichtbarkeit profitieren, sodass mehr Menschen auf Projekte wie, bspw. der TINCON aufmerksam werden. Diese Projekte sind von der Förderung auf Bundesebene und von der Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und Institutionen angewiesen. Nur ein starkes Netzwerk aus diversen Partnern ermöglicht die regelmäßige Verfügbarkeit solcher Veranstaltungen und sichert damit aktiv die zukünftige Förderung von Medienkompetenz.

Regionale Medienangebote und Medienprojekte

Ein wichtiger Ansprechpartner für die regionale Medienangebote und Medienprojekte bildet die Koordinierungsstelle Medienbildung (KSM) des Landes Sachsen. Der KSM informiert über die verschiedenen medienpädagogischen Angebote in Sachsen und betreut das eigene Onlineportal mit Neuigkeiten zu diversen digitalen Themen. Zudem organisiert die KSM Vernetzungstreffen, verschiedene Fachtagungen und bezuschusst medienpädagogische Projekte. Die Koordinierungsstelle ist dabei Bestandteil der Landesstrategie „Medienbildung in Sachsen“ (MESA) der Sächsischen Staatsregierung (Außerschulische Medienbildung 2019).

Die Ziele und verschiedenen Maßnahmen der KSM Sachsen wurden in der MESA im Jahr 2019 geregelt und umfassen vier Punkte.

1. Vernetzung von Akteuren der außerschulischen Medienbildung durch Praxistransfer, Koordinierung und Gewährleistung eines regelmäßigen Austauschs
2. Die KSM fungiert als Ansprechpartner und Berater bei Bedarfsanfragen
3. Entwicklung und Herstellung von Sichtbarkeit diverser Aktivitäten im außerschulischen Bereich
4. Unterstützung der Medienkompetenzförderung der sächsischen Bevölkerung und Weiterentwicklung der Medienbildung im Freistaat Sachsen.

Die Zielgruppen sind dabei Kinder- und Jugendliche sowie Erwachsene und Eltern, sowie pädagogische Fachkräfte und Lehrkräfte. Um diese Ziele und Maßnahmen sicherstellen sowie durchführen zu können, sind externe Akteur:innen unerlässlich (Koordinierungsstelle Medienbildung 2024a). Die Projekte sind dabei oft von der Förderung der Sächsischen Landesmedienanstalt, kurz SLM, abhängig.

Im Rahmen der frühkindlichen Bildung ist hier der Landesfilmdienst Sachsen zu nennen. Mit dem sachsenweit durchgeführten Modellprojekt „Kompetente Medienkinder“ werden hier Kinder zwischen drei und zehn Jahren in den Fokus der Medienkompetenzförderung gestellt. Ausgehend von der Altersgruppe finden den Entwicklungsphasen entsprechend orientierte Angebote, wie die Vertonung von Bilderbüchern in Kindergärten, bis hin zur Erstellung eigener Medienproduktionen, wie beispielsweise Kurzfilme in Grundschulen, statt (Landesfilmdienst Sachsen o. J., S. 6 f.).

Das Projektmodell „Future Influencer“ ist ein mehrtägiges Planspiel-Szenario. Ein Trackinggerät, welches Informationen wie Noten und Fehltage speichert, soll aktiv verwendet werden. Die Schüler:innen spielen dabei die Rolle der Entwickler des Gerätes, die Lehrer:innen die Kritiker oder Befürworter. Während des Planspiels sollen die eigenen Werte und Haltungen zum Thema Datensicherheit sowie Big Data, das Speichern großer Datenmengen, reflektiert werden. Die kritische Sicht auf die Prozesse zur Speicherung und Auswertung dieser Daten ist ein essenzieller Bestandteil aus der Sichtweise der Medienkompetenzförderung (Kasten et al. 2019, S. 6 ff.).

Das Projekt „Ab durch den Medienschungel. Die Glaubwürdigkeit der Medien“ von 2019 der SAEK, kurz Sächsische Ausbildungs- und Erprobungskanäle, Plauen, ging die Themen Fake News sowie Manipulationen von Bild- und Toninhalten zusammen mit Schüler:innen, Jugendclubs sowie Vereinen und freien Gruppen an. In diesem Projekt wurden theoretische Inhalte zum Thema Manipulation und das praktische Äquivalent der verschiedenen technischen Möglichkeiten von Manipulationen aufgezeigt. Die SAEK Chemnitz organisierte zum Thema „Was macht mein Kind im Internet“ – Eltern treffen

Medienexperten sogenannte Speeddating Veranstaltungen. In Leipzig gab es ein „Medien-Eltern-Treffen – Medienkompetenz für Eltern“ mit thematisch unterschiedlichen Schwerpunkten wie „Online-Games“ und „kreative Apps“ sowie praktische Angebote, an denen sich Interessent:innen ausprobieren konnten. Seit 2021 ist die Finanzierung aller SAEK (Plauen, Leipzig und Chemnitz) eingestellt worden (Koordinierungsstelle Medienbildung 2024b).

Ebenso wie bei den geförderten Initiativen auf Bundesebene, sind regionale Träger auf die Landespolitik angewiesen, um sich finanzielle Ressourcen sichern zu können und damit auch in Zukunft die Medienkompetenz gefördert werden kann. Damit solche Projekte öffentlichkeitswirksamer veranstaltet und gefördert werden können, wäre die Gestaltung ansprechender Beiträge für die sozialen Medien eine Handlungsempfehlung. Dies kann bspw. durch die im Projektverantwortlichen, bzw. Projektmitarbeiter:innen selbst oder durch Verbände von sozialen Einrichtungen geschehen. Eine transparente Kommunikation kann weitere Ressourcen mobilisieren, indem die Beiträge mithilfe der Teilnehmer:innen auf unterschiedlichen Social-Media-Plattformen geteilt werden.

6 Fazit

Medien sind ein wichtiger Bestandteil der heutigen Gesellschaft, allgegenwärtig anzutreffen sowie facettenreich. Die aktuelle Einteilung von Medien basiert weiterhin auf Modellen, deren Grundlage in den 1990er Jahren gelegt worden ist. Dieser Fakt zeigt auf, welche Bedeutung diese Modelle auch im heutigen wissenschaftlichen Diskurs mit sich bringen. Eine abschließende Kategorisierung ist anhand der Menge kaum möglich, allerdings bieten aktuelle Diskurse immer eine Erweiterung bestehender Modelle mit sich.

Die breite Verfügbarkeit von modernen Medien in den Alltagsstätten von Kindern und Jugendlichen zeigt eine Notwendigkeit des Auseinandersetzens mit Medienkompetenz auf. Beschreibungen und Phänomene wie das „Disclosure Decision Model“ und „Fear of Missing Out“ sind wichtige Bestandteile, um die Zielgruppe und den Einfluss von modernen Medien verstehen zu können und benötigen eine professionelle Sicht- und Arbeitsweise durch Sozialarbeiter:innen. Die Entwicklung einer Medienkompetenz ist für alle Nutzer:innen notwendig, unabhängig von Bildung, Alter und Zielgruppen und lässt sich damit nicht nur Kindern und Jugendlichen zuschreiben. Die verschiedenen Dimensionen nach Baacke zeigen auf, wie komplex Medienkompetenz ist. Nur ein grundlegendes Wissen in allen Bereichen kann vor Gefahren schützen und bei Herausforderungen Klarsicht bieten. Der Einblick auf mögliche negative Auswirkungen eines unreflektierten Medienkonsums zeigt auf, dass die Zielgruppe der Kinder- und Jugendlichen dennoch sehr vulnerabel ist. Der hohe Medienkonsum kann dabei als Katalysator für Risiken und Gefahren fungieren. Die Bereiche der Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung ermöglichen es erst, Fake News in der digitalen Welt identifizieren und Informationen nachprüfbar beurteilen zu können. Ein kritisch reflexives Denken ist notwendig, um diese Einschätzungen vornehmen zu können. Dabei ist der Prozess des Erwerbs einer Medienkompetenz nicht in einen bestimmten Rahmen eingebunden und nie vollständig abgeschlossen, sodass der Profession der Sozialen Arbeit diverse Ansatzpunkte zur Verfügung stehen. Im Fokus der Zielgruppe bildet die offene Kinder- und Jugendhilfe einen idealen Einstieg, insbesondere da Medienkompetenz nicht nur den Umgang mit Medien widerspiegelt, sondern auch weitere Teilbereiche abdeckt wie adäquate Kommunikationsformen im digitalen Raum, Datensicherheit, Umgang, Relevanz, Gültigkeit von Informationen, Erwerb von sozialen Kompetenzen, Erwerb einer Demokratiekompetenz und vieles mehr. Es ist wichtig, dass die Soziale Arbeit die Bemühungen zur Entwicklung einer Medienkompetenz altersgerecht an den Entwicklungsphasen orientiert und in regelmäßigen Abständen überprüft.

Dabei darf aber nicht außer Acht gelassen werden, dass Professionelle der Sozialen Arbeit ebenso geschult werden müssen, etwa um Belästigungen im Netz erkennen oder um bei Fällen von Mediensucht professionell agieren zu können. Regelmäßige Fort- und Weiterbildungen durch Expert:innen sind aufgrund der Schnelllebigkeit digitaler Medien und digitaler Inhalte notwendig. Ein stabiles Netzwerk mit externen Trägern, wie der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, ist dabei von Vorteil. Ebenso hilfreich können digitale Anlaufstellen für Professionelle zum Thema Medienkompetenz sein. Dabei gilt das Vorhandensein einer Medienkompetenz allerdings nicht als Allheilmittel, welches vor potenziellen Gefahren im digitalen Raum schützt.

Eine bundesweite, einheitliche Plattform, wie es sie in der Schweiz gibt, besitzt Deutschland nicht. Hier ist die Aufgabe der Medienkompetenzentwicklung beim BMFSFJ verankert, allerdings nicht transparent und barrierefrei verfügbar. Gemeinnützige Organisationen wie „Digitale Helden“ unterstützen schon jetzt Kinder- und Jugendliche sowie Professionelle der Sozialen Arbeit bei der Entwicklung von medienpädagogischen Angeboten. Ebenso ist hier das Mentorenprogramm zu benennen, bei welchem junge Menschen zu sogenannten „digitalen Held:innen“ „ausgebildet“ werden – ähnlich wie bei dem Peer-Tutorium im vorherigen Unterkapitel (Digitale Helden 2024). Damit sich Professionelle der Sozialen Arbeit, Familien, Eltern, Interessierte, aber auch Kinder- und Jugendliche selbst über das Thema informieren und weiterbilden können, wäre dennoch die Implementierung eines einheitlichen Webauftrittes sinnvoll. Die Förderung auf der Ebene der Europäischen Union, auf der Ebene des BMFSFJ, durch den Dieter-Baacke-Preis, durch die Koordinierungsstelle Medienbildung des Landes Sachsen sowie die Unterstützung durch Projekte wie „Gutes Aufwachsen mit Medien“ oder „Klick Safe“ und andere Träger ist wichtig, damit der Erwerb von Medienkompetenz zum einen in den Lebenswelten der Kinder und Jugendlichen direkt stattfinden kann.

Die Arbeit mit Medien bringt sowohl Chancen als auch Risiken mit sich. Es bedarf weiterer wissenschaftlicher Forschung zum Thema der Medienkompetenz, bspw. wie Medienkompetenz im Bereich von Strafbehörden wirkt und eingesetzt werden kann. Inwiefern können Städte, Gemeinden oder Verwaltungen von der Entwicklung aktueller Technologien und Medien profitieren? Für Anne Heidel, Medienpädagogin bei filmreflex, steht aber eines fest: „Unsere Arbeit zeigt Menschen, dass Medien eine Chance sind sich zu beteiligen und auszudrücken. Medienpädagogik erhöht die Chancengleichheit und ist Teil unserer Bildungsprozesse und Lebenswelten.“ (Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) 2020).

Literaturverzeichnis

Literaturquellen

Achtes Buch Sozialgesetzbuch – Kinder und Jugendhilfe – i.d.F.v. 11. September 2012 (BGBl. I S. 2022), zuletzt geändert durch Artikel 5 des Gesetzes vom 08.05.2024 (BGBl. 2024 I Nr. 152)

Aïmeur, Esma; Amri, Sabine; Brassard, Gilles (2023): Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. Social network analysis and mining. Volume 13.

Appel, Markus (Hrsg.) (2019): Die Psychologie des Postfaktischen: Über Fake News, „Lügenpresse“, Clickbait & Co. Heidelberg: Springer Berlin

Aufenanger, Stefan (1997): Medienpädagogik und Medienkompetenz – Eine Bestandsaufnahme. In: Enquete-Kommission, Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft. Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. Deutscher Bundestag (Hrsg.): Medienkompetenz im Informationszeitalter. Bonn. S. 15 - 22.

Aufenanger, Stefan (2020): Digitale Medien und Bewegung – Kontexte einer medialen Jugendkultur. In: Theis, Christian; Rudi, Helena; Trautmann, Laura; Zühlke, Maren; Bindel, Tim (Hrsg.): Bewegte Freizeiten als Referenzen institutioneller Bildung. Academia. S. 15 – 26

Baacke, Dieter (1996): Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In: Rein, von Antje (Hrsg.) (1996): Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Bad Heilbrunn: Klinkhardt. S. 112–124.

Banholzer, Volker M.; Sieber, Michael A. (2023): Die Viralität von Werbung als PR-Instrument: Gleichzeitigkeit funktional und fragmental differenzierter Stakeholderkonstellationen als Herausforderung für die Unternehmenskommunikation. In: Nielsen, Martin; Ditlevsen, Grove Marianne; Pedersen, Julius; Grethe, Anne (Hrsg.) (2023): Werbung und PR im digitalen Zeitalter. Grenzen, Übergänge und neue Formate. Wiesbaden: Springer VS. Band 34. S. 383 – 403

Brüggen, Niels; Bröckling, Guido (2017): Außerschulische Medienkompetenzförderung. In: Gapski, Harald; Oberle, Monika; Staufer, Walter (Hrsg.) (2017): Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 155 - 165.

Eichenberg, Christiane (2021): Digitale Mediensüchte: Aktuelles Störungswissen zu Internet- und Smartphonesucht. Z Psychodrama Soziom 20. S. 321 – 332

- Fuchs, Christian (2018): Soziale Medien und Kritische Theorie. Eine Einführung. 1. Auflage. Stuttgart: UTB
- Henke, Thorsten (2022): Grundlagen der Messung sozialer Strukturen und Verfahren zur Analyse von Peerbeziehungen im Klassenzimmer. In: Kreutzmann, Madeleine; Zaner, Lysann; Hannover, Bettina (2021): Aufwachsen mit anderen: Peerbeziehungen als Bildungsfaktor. Kohlhammer Verlag.
- Hickethier, Knut (2010): Medium und Medien. In: Hickethier, Knut (2010): Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 18 – 36
- Honerkamp, Josef (2015): Was ist ein Algorithmus? In: Wissenschaft und Weltbilder. Heidelberg: Springer-Verlag Berlin. S. 91 – 98 (DOI:10.1007/978-3-662-45891-4_10)
- Hugger, Kai-Uwe (2021): Medienkompetenz. In: Sander, Uwe; Gross, Friederike; Hugger, Kai-Uwe (2021): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Springer. S. 67 - 81
- Humborg, Christian; Nguyen, Thuy Anh (2018): Die publizistische Gesellschaft. Journalismus und Medien im Zeitalter des Plattformkapitalismus. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
- Kaldrack, Irina (2024): Medienkultur, analoge und digitale Medien. In: Stollfuß, Sven; Niebling, Laura; Raczkowski, Felix (Hrsg): Handbuch Digitale Medien und Methoden. Wiesbaden: Springer VS. S. 1 – 30
- Kostić, Jelena Opsenica; Pedović, Ivana; Stošić, Marina (2022): Predicting social media use intensity in late adolescence: The role of attachment to friends and fear of missing out, Acta Psychologica. Volume 229.
- Mölle, Thomas; Föcker, Julia (2021): Der Einfluss der Medien auf die kindliche und jugendliche Psyche. In: Fegert, Jörg; Resch, Franz; Plener, Paul; Kaess, Michael, Döpfner, Manfred; Konrad, Kerstin; Legenbauer, Tanja: Psychiatrie und Psychotherapie des Kindes- und Jugendalters. Heidelberg: Springer Berlin. S. 1 – 11
- Omarzu, Julia (2000): A Disclosure Decision Model: Determining How and When Individuals Will Self-Disclosure. In: Personality and Social Psychology Review 2000, Vol. 4, No. 2. S. 174 – 185
- Paulus, Frank W. (2024): Digitale Medien und Schlaf bei Kindern und Jugendlichen: Grundlagen. In: Kerbl, Reinhold (2024): Pädiatrie & Pädologie. Österreichische Zeitschrift für Kinder- & Jugendheilkunde. S. 82 – 87

Pürer, Heinz (2014): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 2. Auflage. Stuttgart: UTB.

Robinson, Thomas N.; Banda, Jorge A.; Hale, Lauren; Shirong Lu, Amy; Flemming-Milici, Frances; Clavert, Sandra L.; Wartella, Ellen (2017): Screen Media Exposure and Obesity in Children and Adolescents. *Pediatrics*. 140 (Suppl 2). S. 97 – 101

Scheffler, Tanja (2022): Im Interview. Vorbilder.Lab Future of Ghana Germany e.V. In: von Gross, Friederike; Röllecke, Renate (Hrsg.) (2022): Love, Hate & More. Chancen und Risiken digital-analoger Interaktion medienpädagogisch betrachtet. München: kopaed verlagsgmbh. S. 93 – 98

Schinkel, Britta (2017): Algorithmen sind nicht schuld, aber wer oder was ist es dann?. In: Flif Kommunikation. "Datenschutz handhabbar" & "Cyberpeace-Forum". FK 2/2017. S. 5 – 9

Schnitzer, Simon; Hampel, Kilian; Hurrelmann, Klaus (2024): Trendstudie „Jugend in Deutschland 2024: Verantwortung für die Zukunft? Ja, aber“. Kempten: Datajockey Verlag.

Schnurr, Stefan (2022): Zu Bedeutung von Partizipation für die Kinder- und Jugendhilfe. In: Peyerl, Katrin; Züchner, Ivo (Hrsg.): Partizipation in der Kinder- und Jugendhilfe. Anspruch, Ziele und Formen der Partizipation von Kindern und Jugendlichen. Weinheim Basel: Beltz Juventa. S. 14 - 25

Schröder, Michael (2021): Medienkompetenz als Schlüssel für Demokratiekompetenz. In: Hubacher, Manuel S.; Waldis, Monika (Hrsg.): Politische Bildung für die digitale Öffentlichkeit. Wiesbaden: Springer VS. S. 89 – 107

Springer Fachmedien Wiesbaden (2013): FEHLER. In: Projektmanagement – treffend verpackt. Wiesbaden: Springer Gabler. S. 35 – 45

Steiner, Oliver; Heeg, Rahel (2022): Offene Kinder- und Jugendarbeit und digitale Medien – Medienbildung und Medienkompetenz als fachliche Grundlagen einer digitalen Kinder- und Jugendarbeit. In: Fuchs, Manuel, Gerodetti, Julia, Gerngroß, Martina (Hrsg.) (2022): Offene Kinder- und Jugendarbeit in der Schweiz. Springer VS, Wiesbaden. S. 121 – 138

Swertz, Christian (2009): Medium und Medientheorien In: Umwelten - Sozialpädagogik, Medienpädagogik, Interkulturelle und Vergleichende Erziehungswissenschaft, Umweltpädagogik. Paderborn; München; Wien; Zürich: Schöningh. S. 751 - 780

Treumann, Peter Klaus; Meister, M. Dorothee; Sander, Uwe; Burkatzki, Eckhard; Hagedorn; Kämmerer, Mareike; Wegener, Claudia (2007): Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Wittig, Tanja (2022): „Man kann nicht nur Spielen“!. Gamingbezogene Beziehungsarbeit und kompetenz- und teilhabeförderliche Lerngelegenheiten in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. In: von Gross, Friederike; Röllecke, Renate (Hrsg.) (2022): Love, Hate & More. Chancen und Risiken digital-analoger Interaktion medienpädagogisch betrachtet. München: kopaed verlagsgmbh. S. 25 - 30

Internetquellen

AOK-Bundesverband eGbR – Arbeitsgemeinschaft von Körperschaften des öffentlichen Rechts (AOK) (2024): Punkte sammeln mit dem Bonusprogramm in der „Meine AOK“-App (<https://www.aok.de/pk/bonus-praemienprogramme/bonusprogramm-meine-aok-app>, verfügbar am 20.07.2024)

Arbeitsgemeinschaft Jugendfreizeitstätten (AGJF) Sachsen e.V. (2020): Offene Kinder- und Jugendarbeit in Sachsen. Situation Standards Forderungen. (<https://www.agjf-sachsen.de/publikationen.html>, verfügbar am 14.06.2024)

Außerschulische Medienbildung Referat 32 | Digitalisierung, Medienbildung (2019): Landesstrategie MESA. (<https://www.medienbildung.sachsen.de/ziele-4475.html>, verfügbar am 24.06.2024)

Baacke, Dieter (2001): Medienkompetenz als pädagogisches Konzept. In: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) (Hrsg.): Medienkompetenz in Theorie und Praxis. Broschüre im Rahmen des Projekts „Mediageneration – kompetent in die Medienzukunft (gefördert durch das BMFSFJ). S. 6-8. (<https://dieter-baacke-preis.de/ueber-den-preis/was-ist-medienkompetenz>, verfügbar am 16.04.2024).

Deutscher Berufsverband für Soziale Arbeit e.V. (2016): Deutschsprachige Definition Sozialer Arbeit des Fachbereichstag Soziale Arbeit und DBSH. (https://www.dbsh.de/media/dbsh-www/redaktionell/bilder/Profession/20161114_Dt_Def_Sozialer_Arbeit_FBTS_DBSH_01.pdf, verfügbar am 12.04.2024)

Bewarder, Manuel; Eckert, Svea; Flade, Florian (2023): Spaßige App oder Sicherheitsrisiko. Tagesschau. (<https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/tiktok-171.html>, verfügbar am 18.05.2024)

Bezirksjugendring Oberpfalz (2024): Was wir tun. Digital Streetwork.
(<https://www.bezirksjugendring-oberpfalz.de/was-wir-tun/digital-streetwork/>, verfügbar am 12.07.2024)

Brandt, Mathias (2019): So viel Speicherplatz verbraucht das Zettabyte-Zeitalter.
Statista. Statista GmbH. (<https://de.statista.com/infografik/17739/speicherplatz-bedarf-im-zettabyte-zeitalter/>, verfügbar am 16.07.2024)

Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) (2024): Jugend und Medien – das Informationsportal für die Förderung von Medienkompetenz.
(<https://www.jugendundmedien.ch>, verfügbar am 20.07.2024)

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (2016): Bericht zum Thema „Wertewandel in der Jugend und anderen gesellschaftlichen Gruppen durch Digitalisierung“
(<https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/wertewandel-in-der-jugend-und-anderen-gesellschaftlichen-gruppen-durch-digitalisierung-111560>, verfügbar am 08.06.2024)

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (2017): 15. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland.
(<https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/15-kinder-und-jugendbericht-115440>, verfügbar am 06.06.2024)

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (2020): 16. Kinder- und Jugendbericht. Förderung demokratischer Bildung im Kindes- und Jugendalter. (<https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/16-kinder-und-jugendbericht-162238>, verfügbar am 06.06.2024)

Bundesministeriums für Gesundheit (2024): ICD-10-Code: F63.0 Pathologisches Spielen (<https://gesund.bund.de/icd-code-suche/f63-0>, verfügbar am 14.06.2024)

Bundeszentrale für politische Bildung (2021): Glossar: Digitale Medien / Neue Medien
(<https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/medienpolitik/500666/digitale-medien-neue-medien>, verfügbar am 16.04.2024)

Coyne, Hallie (2019): The Untold Story of Edward Snowden's Impact on the GDPR. The Cyber Defense Review, Vol. 4, No. 2, S. 65 – 80.
(<https://www.jstor.org/stable/26843893>, verfügbar am 15.06.2024)

Damian, Johannes (2023): Zentrale Ergebnisse der Mitte-Studie 2022/23. Friedrich-Ebert-Stiftung v. Franziska Schröter
(<https://www.fes.de/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=91832&token=0e370895c315400bd2d5943f428e69cf07818f3f>, verfügbar am 15.07.2024)

Dampz, Nils (2022): TikTok räumt Datenmissbrauch ein. Tagesschau.
(<https://www.tagesschau.de/ausland/amerika/tiktok-usa-datenmissbrauch-101.html>, verfügbar am 18.05.2024)

Department of Health and Aged Care (DHAC) (2021a): For infants, toddlers and preschoolers (birth to 5 years). (<https://www.health.gov.au/topics/physical-activity-and-exercise/physical-activity-and-exercise-guidelines-for-all-australians/for-infants-toddlers-and-preschoolers-birth-to-5-years>, verfügbar am 03.07.2024)

Department of Health and Aged Care (DHAC) (2021b): For children and young people (5 to 17 years). (<https://www.health.gov.au/topics/physical-activity-and-exercise/physical-activity-and-exercise-guidelines-for-all-australians/for-children-and-young-people-5-to-17-years>, verfügbar am 03.07.2024)

Department of Health and Aged Care (DHAC) (2024): Physical activity and exercise. (<https://www.health.gov.au/topics/physical-activity-and-exercise>, verfügbar am 03.07.2024)

Der Spiegel (2009): Bluttat von Winnenden. Amokläufer verbrachte Abend vor der Tat mit Killerspiel. (<https://www.spiegel.de/panorama/justiz/bluttat-von-winnenden-amoklaeufer-verbrachte-abend-vor-der-tat-mit-killerspiel-a-613288.html>, verfügbar am 08.04.2024)

Deutsches Komitee für UNICEF e.V. (2023): Konvention über die Rechte des Kindes. (https://www.unicef.de/_cae/resource/blob/194402/3828b8c72fa8129171290d21f3de9c37/d0006-kinderkonvention-neu-data.pdf, verfügbar am 20.04.2024)

Dieter Baacke Preis (2024): Über den Preis. (<https://dieter-baacke-preis.de/ueber-den-preis/>, verfügbar am 09.07.2024)

Digitale Helden (2024): Wir sind die Digitalen Helden. (<https://digitale-helden.de/ueber-uns>, verfügbar am 25.07.2024)

Dudenredaktion (o.J.): „Medium“ auf Duden online.
(<https://www.duden.de/node/95119/revision/1328101>, verfügbar am 16.04.2024)

Fletcher, Richard (2020): The truth behind filter bubbles: Bursting some myths. Reuters Institute for the Study of Journalism.

(<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/truth-behind-filter-bubbles-bursting-some-myths>, verfügbar am 15.06.2024)

Gaming ohne Grenzen (2024a): Projekt. (<https://www.gaming-ohne-grenzen.de/projekt/>, verfügbar am 09.07.2024)

Gaming ohne Grenzen (2024b): Spiele. (<https://www.gaming-ohne-grenzen.de/spiele>, verfügbar am 09.07.2024)

Ganguin, Sonja; Saner, Uwe (2023): Dimensionen von Medienkompetenz. In: Information zur politischen Bildung Nr. 335/2023. Bundeszentrale für politische Bildung. (<https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/izpb/medienkompetenz-355/539925/dimensionen-von-medienkompetenz/>, verfügbar am 16.06.2024)

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) (2020): Social Media Kampagne für GMK-Mitglieder und Akteur*innen der Medienpädagogik. (<https://www.gmk-net.de/publikationen/social-media-kampagne-fuer-gmk-mitglieder-und-akteurinnen-der-medienpaedagogik>, verfügbar am 20.07.2024)

Gilbert, Nestor (2024): Number of Active Gmail Users 2024: Statistics, Demographics, & Usage 2024. Finances Online. (<https://financesonline.com/number-of-active-gmail-users/>, verfügbar am 28.04.2024)

Gutes Aufwachsen mit Medien (GAmM) (2024a): Die Initiative. (<https://www.gutes-aufwachsen-mit-medien.de/die-initiative>, verfügbar am 20.06.2024)

Gutes Aufwachsen mit Medien (GAmM) (2024b): Die richtigen Angebote für alle. (<https://www.gutes-aufwachsen-mit-medien.de/angebote>, verfügbar am 20.06.2024)

Himmler, Norbert; Hager, Florian (2023): ARD/ZDF-Onlinestudie 2023. ARD/ZDF-Forschungskommission (https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2023/ARD_ZDF_Onlinestudie_2023_Publikationscharts.pdf; verfügbar am 06.04.2024)

IDC & Statista (2021): Volume of data/information created, captured, copied, and consumed worldwide from 2010 to 2020, with forecasts from 2021 to 2025 (in zettabytes). Statista. Statista Inc. (<https://www.statista.com/statistics/871513/worldwide-data-created/>, verfügbar am 16.07.2024)

Infratest dimap (2024): Deutschland Europawahl 2024. Tagesschau.
(<https://www.tagesschau.de/wahl/archiv/2024-06-09-EP-DE/index.shtml>, verfügbar am 09.06.2024)

Instagram (2024): Nutzungsbedingungen und Impressum.
(<https://help.instagram.com/581066165581870>, verfügbar am 08.05.2024)

Janus, Philine (2023): Lebenswelt Internet – Digital Streetwork als aufsuchende Sozialarbeit im Netz. (<https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/542453/lebenswelt-internet-digital-streetwork-als-aufsuchende-sozialarbeit-im-netz/>, verfügbar am 12.07.2024)

JFF Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (2024): Das Projekt ACT ON!. (<https://act-on.jff.de/projekt>, verfügbar am 22.06.2024)

Jung, Matthias (2023): Digitalisierung: Die besten 30 Zitate und Sprüche. Studihub
(<https://www.studihub.de/digitalisierung-die-besten-30-zitate-und-sprueche/>, verfügbar am 10.04.2024)

Kasten, Julian; Petruschke, Tobias (2019): Future Influencer – Die smarte Schule!? Pädagogische Handreichung Planspiel und Methoden zu Werten und Haltungen in Zeiten von Big Data. Medienzirkus e.V. (https://www.slm-online.de/fileadmin/user_upload/Influencer_-_die_smarte_Schule.pdf., verfügbar am 24.06.2024)

Klicksafe (2023a): Bildschirmzeit bei Kindern von 3-10 Jahren.
(<https://www.klicksafe.de/bildschirm-und-medienzeit-was-ist-fuer-kinder-in-ordnung/kinder-bis-10-jahre>, verfügbar am 14.05.2024)

Klicksafe (2023b): Cybergrooming. Hilfe bei sexueller Belästigung von Kindern.
(<https://www.klicksafe.de/cybergrooming>, verfügbar am 18.07.2024)

Koordinierungsstelle Medienbildung (2024a): Zielgruppen.
(<https://www.medienbildung.sachsen.de/zielgruppen-4038.html>, verfügbar am 24.06.2024)

Koordinierungsstelle Medienbildung (2024b): Beispiele guter Praxis
(<https://www.medienbildung.sachsen.de/beispiele-guter-praxis-4667.html>, verfügbar am 15.06.2024)

Landesfilmdienst Sachsen für Jugend- und Erwachsenenbildung e.V. (Hrsg.)(o. J.) :
Kompetente Medienkinder. Eine Arbeitsbroschüre. (<http://kompetente->

medienkinder.landesfilmdienst-sachsen.de/images/downloads/Arbeitsheft.pdf,
verfügbar am 24.06.2024)

Levenson, Jessica C.; Shensa, Ariel; Sidani, Jaime E., Colditz, Jason B., Primack, Brian A. (2017): Social Media Use Before Bed and Sleep Disturbance Among Young Adults in the United States: A Nationally Representative Study. *Sleep*, Volume 40, Issue 9. (<https://doi.org/10.1093/sleep/zsx113>, verfügbar am 23.05.2024)

Litmus (2023): Marktanteile der Top 10 E-Mail-Clients weltweit im September 2023. Statista. Statista GmbH.
(<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/688163/umfrage/marktanteile-der-e-mail-clients-weltweit/>, verfügbar am 27.03.2024)

Lohnt sich das? (2022): Arbeiten auf reddit und Discord: Was verdient ein Digitaler Streetworker? | Lohnt sich das | BR. 00:45 – 06:00.
(<https://www.youtube.com/watch?v=z4YGMII0IM4>, verfügbar am 12.07.2024)

Maximilian Krah (2023): Max Krah #AfD über die Probleme und Werte junger #Männer. TikTok Video (https://www.tiktok.com/@maximilian_krah/video/7246324156394933530, verfügbar am 04.06.2024)

Mazarakis, Athanasios; Bräuer, Paula (2017): Welche Gamification motiviert? Ein Experiment zu Abzeichen, Feedback, Fortschrittsanzeige und Story.
(https://www.researchgate.net/publication/321026788_Welche_Gamification_motiviert_Ein_Experiment_zu_Abzeichen_Feedback_Fortschrittsanzeige_und_Story, verfügbar am 19.06.2024)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2012): KIM-Studie 2012. Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. (https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2012/KIM_Studie_2012.pdf, verfügbar am 20.04.2024)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2013): JIM-Studie 2013. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. (https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2013/JIM_Studie_2013.pdf, verfügbar am 20.04.2024)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2020): KIM-Studie 2020. Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. (https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2020/KIM-Studie2020_WEB_final.pdf, verfügbar am 03.04.2024)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2022): KIM-Studie 2022. Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. (https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2022/KIM-Studie2022_website_final.pdf, verfügbar am 03.04.2024)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2023): JIM-Studie 2023. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. (https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2023_web_final_kor.pdf, verfügbar am 03.04.2024)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2024a): Über den mpfs. (<https://www.mpfs.de/ueber-den-mpfs>, verfügbar am 03.04.2024)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2024b): Studien. (<https://www.mpfs.de/studien>, verfügbar am 03.04.2024)

Meßmer, Anna-Katharina; Sänglerlaub, Alexander; Schulz, Leonie (2021): „Quelle: Internet“?. Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test. Stiftung Neue Verantwortung (https://www.interface-eu.org/storage/archive/files/studie_quelleinternet.pdf, verfügbar am 15.07.2024)

Netflix (2024): Netflix-Nutzungsbedingungen. (<https://help.netflix.com/de/legal/termsfuse>, verfügbar am 08.05.2024)

Nickschas, Jim-Bob (2024): Wegen Richtlinienverstößen. TikTok drosselt Reichweite von AfD-Politiker Krah. ARD Berlin (<https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/tiktok-afd-100.html>, verfügbar am 28.06.2024)

Pariser, Eli (2011): Beware online „filter bubbles“. TED 2011. 03:55 – 04:27. (https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?utm_campaign=tedspread&utm_medium=referral&utm_source=tedcomshare, verfügbar am 15.06.2024)

Polizeipräsidium Land Brandenburg (2022): Ich wurde Opfer eines Identitätsdiebstahls. (<https://polizei.brandenburg.de/seite/ich-wurde-opfer-eines-identitaetsdiebsta/56591>, verfügbar am 23.04.2024)

Reich, Marcel (2016): Amoklauf von München. Sind „Killerspiele“ wirklich schuld? (<https://www.bild.de/byou/2016/verbot-von-killerspielen/die-killerspieldebatte-46995530.bild.html>, verfügbar am 08.04.2024)

Sagioglu, Seref; Sinanc, Duygu (2013): "Big data: A review" International Conference on Collaboration Technologies and Systems (CTS). S. 42 – 47 (doi: 10.1109/CTS.2013.6567202, verfügbar am 12.06.2024)

Schneider, Gerd; Toyka-Seid, Christiane (2024): Das junge Politik-Lexikon. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung. (<https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/das-junge-politik-lexikon/320773/medien>, verfügbar am 16.04.2024)

Späni, Martina; Petrus, Klaus (2018): Medienkompetenzen und Peer-Education / -Tutoring. Projektbeispiele und Qualitätskriterien. Bern: Jugend und Medien. Nationale Plattform zur Förderung von Medienkompetenzen Bundesamt für Sozialversicherungen (https://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/PDFs/Broschueren/Medienkompetenzen_und_Peer_Education_DE_Web.pdf, verfügbar am 21.06.2024) .

Spotify (2024): Spotify Allgemeine Nutzungsbedingungen. (<https://www.spotify.com/de/legal/end-user-agreement>, verfügbar am 08.05.2024)

TikTok (2023): Nutzungsbedingungen von TikTok. Für Nutzer mit Wohnsitz im europäischen Wirtschaftsraum, in der Schweiz und Großbritannien. (<https://www.tiktok.com/legal/page/eea/terms-of-service/de>, verfügbar am 08.05.2024)

TINCON (2023): Über TINCON. (<https://tincon.org/tincon-ggmbh> , verfügbar am 22.06.2024)

Vuorikari, Riina; Kluzer, Stefano; Punie, Yves (2022): DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes. Publications Office of the European Union. Luxemburg (<https://data.europa.eu/doi/10.2760/115376>, verfügbar am 22.06.2024)

Weßling, Christian (2022): Verschwörungserzählungen und Soziale Arbeit. Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband – Gesamtverband e.V.. (<https://www.wir-sind-paritaet.de/wir-berichten/blog/verschwoerungserzaehlungen-und-soziale-arbeit>, verfügbar am 18.07.2024)

YouTube (2024): Nutzungsbedingungen. (<https://www.youtube.com/static?gl=DE&template=terms&hl=de>, verfügbar am 08.05.2024)

Zink, Nicole (2024): „Je weniger Bildschirmzeit, desto besser“. Pädiatrie 36. S. 55-57 (<https://doi.org/10.1007/s15014-024-5369-5>, verfügbar am 17.06.2024)

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe.

Mittweida, der 02.08.2024

Nando Künzel