Social Media und Mediensucht
Folgen für das Aufwachsen

Girls sind immer on- Prävention bei IBS zu social media

16.05.2024

Referent: Andreas Pauly
Diplom Sozialpädagoge, Fachreferent MSP
Mediensuchtprävention NRW e.V.

Was erwartet Sie?

- Jugend – Stars von morgen
- Influencer*innen – Stars von heute
- Marktfaktor Influencing
- Mediensucht bei social media
- Präventive Arbeit

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Die Stars von morgen?

Generation Z

- Generation Z ist bürgerlich, konservativ und würde AFD wählen (Stern 05/2024)
- Klima, Krisen und Pessimismus- Angst vor Krieg, Inflation und Klimawandel (K. Hurrelmann, WDR 04/2024)
- Politik goes TikTok- *„Wenn du ein Patriot bist, klappt es mit der Freundin“* AFD Parole
- Hohes Politikinteresse, wie bei der letzten Generation und Friday for Futures, aber auch AFD und muslimischen Demos
- Meta Studie „Mädchen war heute noch nie so unzufrieden wie heute“

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Generation „Always on“

- Sozialisation findet vor allem in kommerziellen, globalen Räumen statt
- Jugendliche orientieren sich an YouTuber*innen/Influencer*innen
- keine Trennung mehr zwischen on- und offline Lebensraum
- Communities zentral für Identitätsarbeit vielfältigere Lebensentwürfe

Quelle: jff 2022

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen

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

- Spaß haben
- Erfolgserlebnisse
- Mitreden zu können
- Langeweile vertreiben
- Informieren
- Positionieren
- Anerkennung erhalten

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Social Media

Aktuelle Medien: instagram

Insta ist sehr beliebt: Filter, Feed, Story, Reel.
Es geht um Fotos mit Kommentaren und Likes.
Ziele: Selbstdarstellung und Rückmeldung

- Eltern sollten über die Nutzungsrichtlinien und die Risiken bei der Nutzung aufklären!
- 27,3 Mio. Nutzende in Deutschland
- Kinder ab 13 Jahren (keine zuverlässige Kontrolle des Alters)
- Risiko: Cybermobbing, Bildrecht, Privatheit, Stress

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Herausforderungen für das Online-Medienhandeln

Spannende problemorientierte Ansatzpunkte für die medienpädagogische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen

Identitätsarbeit	Umgang mit Informationen	Stress im Netz	Nutzungs-intensität	Kommerzielle Strukturen	Big Data und Konvergenz
Geschlechter-bilder, Körper-bilder, Vorbilder, Umgang mit Bildern	Recherchekom-petenz, Falsch-informationen, Verschwörungs-erzählungen, Informationsflut	Konflikte, Mobbing, Missverständ-nisse, Hass Konfrontations-risiken und Kontaktrisiken	Reflektierter und maßvoller Umgang, FOMO, Ansprüche von anderen	Influencer-marketing, Kostenfallen, Online-Werbung	Umgang mit persönlichen Daten, Datenerfassung, Metadaten, …

https://www.youtube.com/watch?v=G7LdUu5sBw0

Quelle: jff 2022

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Herausforderungen für das Online-Medienhandeln

Spannende problemorientierte Ansatzpunkte für die medienpädagogische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen

Identitätsarbeit

Geschlechter-bilder, Körper-bilder, Vorbilder, Umgang mit Bildern

Umgang mit Informationen

Recherchekom-petenz, Falsch-informationen, Verschwörungs-erzählungen, Informationsflut

Stress im Netz

Konflikte, Mobbing, Missverständ-nisse, Hass Konfrontations-risiken und Kontaktrisiken

Nutzungs-intensität

Reflektierter und maßvoller Umgang, FOMO, Ansprüche von anderen

Kommerzielle Strukturen

Influencer-marketing, Kostenfallen, Online-Werbung

Big Data und Konvergenz

Umgang mit persönlichen Daten, Datenerfassung, Metadaten, …

https://www.youtube.com/watch?v=G7LdUu5sBw0

Quelle: jff 2022

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Influencer*innen – Die Stars von heute

Influencer:innen – Die Stars von heute

- Influencer:innen = Social-Media-Stars >> berühmt übers Netz, aber auch aus anderen Branchen
- Medienphänomen Influencing begegnet Kindern und Jugendlichen als Rezipierende, Kommunizierende, Produzierende und Marktteilnehmende
- vielfältige Szene und wichtige Orientierung für Jugendliche – Trends, Role Models und spezielle Interessen
- Authentizität und Nähe zu Follower:innen sind wesentlich für den Erfolg – Vermischung von sozialen und parasozialen Beziehungen

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Influencer:innen

- Hohe Reichweite in Sozialen Medien
- Orientierung für Kinder und Jugendlichen
- Nah, greifbar, authentisch -> mein:e beste:r Freund:in
- Starke Ausprägung in der Darstellung der Geschlechter
- problematische Inhalte und Gefährdungen vs. Anregungen, Wissen und Motivation, *z.B. montana black, that girls*
- Influencer-Marketing sowie Berufswunsch Influencer:in

(lt. Jim Studie wollen 12-/13-Jährige zu 35 % diesen Beruf haben)

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Die beliebtesten Influencer*innen von Heranwachsenden

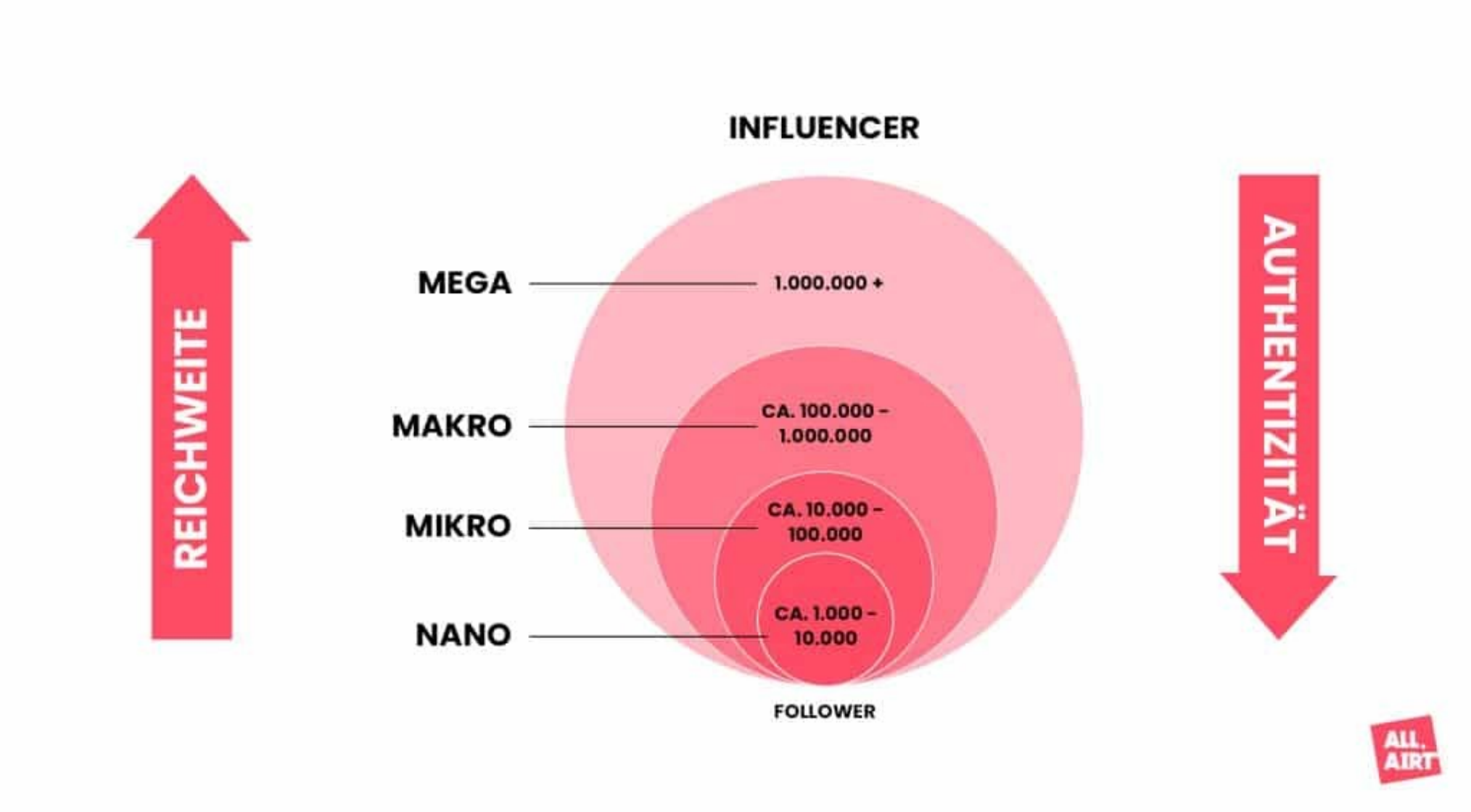
Top of Mind, 14-19 Jahre, nach Geschlecht, Auswahl, 2023

Jungen	Platz	Mädchen
Rezo	1	Bianca Heinicke
Montana Black	2	Dagi Bee
Julien Bam	3	Julia Beautx
Younes Zarou	4	Pamela Reif
Knossi	5	Katja Krasavice

Wie verdienen Influencer eigentlich Geld?

ALL. AIRT

Von Nano zu Mega



https://allairt.com/insights/influencer-marketing/mikro-vs-makro-influencer-wer-ist-effektiver/

Wie verdienen YouTube-Stars Geld?

Social Media
Viele YouTube-Stars sind auch in anderen sozialen Medien aktiv. Diese nutzen sie oft auch für Werbung, gesponserte Beiträge oder Produktplatzierung.

Super Chat und Super Sticker
Im Live-Chat können Fans ihren Kommentar durch eine Geldzahlung besonders hervorheben. Je mehr Geld gezahlt wird, desto länger und prominenter ist der Kommentar zu sehen. Auch animierte GIFs (sog. Super Sticker) können gekauft werden.

Eigene Produkte
YouTube-Stars haben oft eigenes Merchandise (z. B. Kleidung, Pflegeprodukte), das sie in eigenen Online-Shops verkaufen und in Videos vorstellen.

Events / Auftritte
Bei Events können Fans für Geld Autogramme erhalten oder mit ihren Idolen Selfies machen. YouTube-Stars werden auch dafür bezahlt, auf Events aufzutreten.

Produktplatzierung
Unternehmen können YouTube-Stars Produkte kostenfrei zuschicken oder dafür bezahlen, dass sie über Produkte sprechen. Gibt es für das Präsentieren Geld oder sind die kostenfreien Produkte teuer, muss das gekennzeichnet werden.

Werbung
Vor und während Videos können YouTuber Werbeclips anzeigen lassen. Wann die Werbung abgespielt wird, ist an den gelben Strichen erkennbar. An Werbeeinahmen werden die YouTube-Stars beteiligt.

Affiliate Links
In Videos vorgestellte Produkte werden oft in der Beschreibung in einem Online-Shop verlinkt. Über sogenannte Affiliate-Links erhalten die YouTube-Stars Geld, wenn etwas im verlinkten Shop gekauft wird.

Mitgliedschaften
Bei manchen Kanälen können Fans Mitglied werden. Für einen Betrag (oft ca. 5€ im Monat) erhalten Mitglieder exklusive Videos oder Rabattcodes für Merchandise-Artikel.

handysektor klicksafe

Werbung

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Gewinne, Gewinne, Gewinne...

Quelle:https://www.instagram.com/twenty4tim/

twenty4tim
Köln

Gefällt lisa.dmhyn und 338.398 weiteren Personen

wenty4tim Beendet ❤️ Omg, größte lberraschung EVER 🎁 Anzeige, obwohl alles elbst bezahlt ist, holy shit 🎅 SOWAS... mehr

lle 4.119.793 Kommentare ansehen

3. Oktober 2021

Quelle:https://www.instagram.com/dagibee/

dagibee

Gefällt morizza und 154.771 weiteren Personen

dagibee BEEcember 🎅✨ - TAG 24

a n z e i g e | FROHE WEIHNACHTEN 🎄❤️✨ Zusammen mit @dealbunny.de könnt ihr heute insgesamt 21 Dinge gewinnen & unter anderem ein Auto - den OPEL ADAM 😍😍😍

Quelle:https://www.instagram.com/xlaeta/

xlaeta
Köln

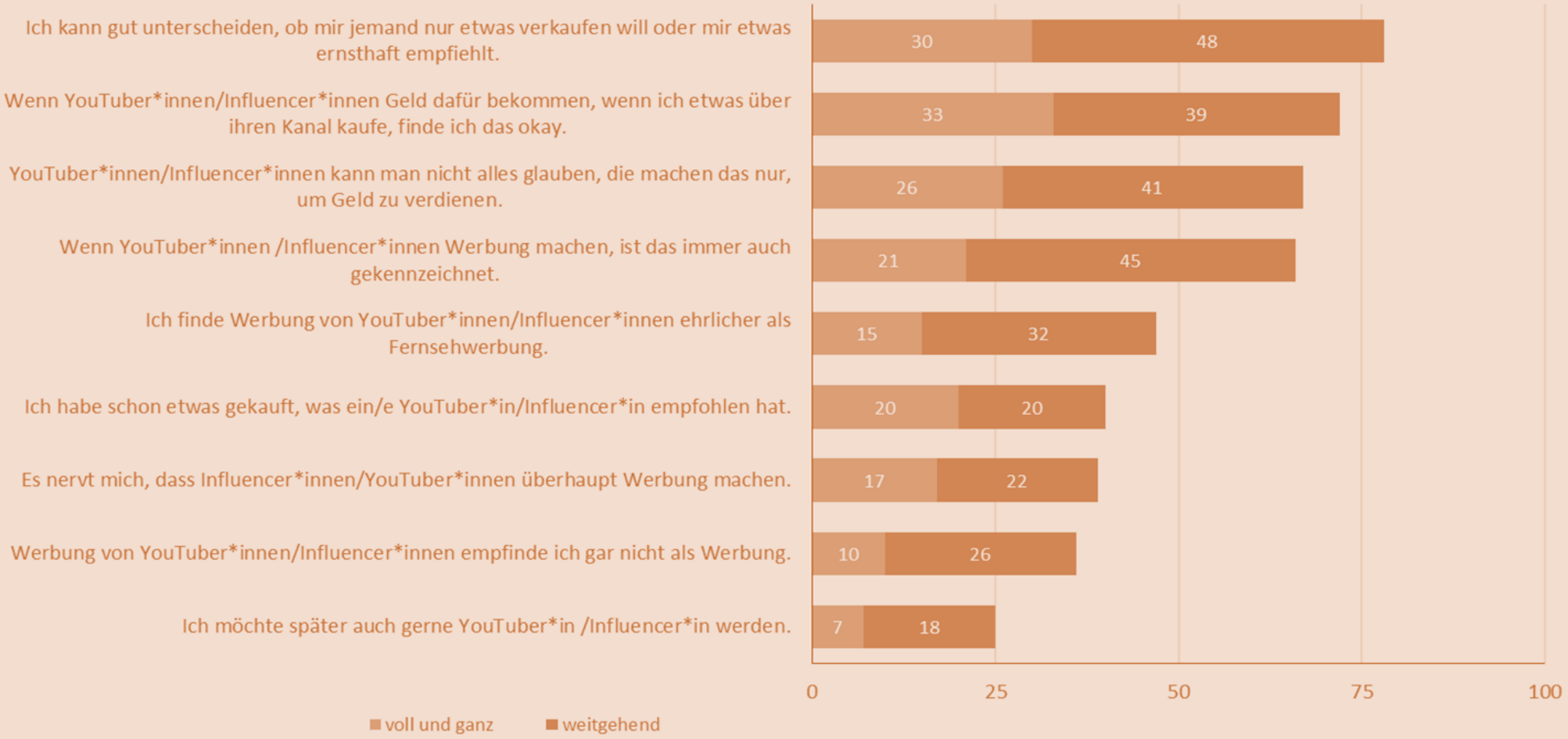
Gefällt 86.430 Mal

xlaeta Anzeige | KEINE LUST MEHR BIS WEINACHTEN ZU WARTEN? 🙈 Um eure Ungeduld zu stillen, habe ich gemeinsam mit @dealbunny.de ein richtig tolles Gewinnspiel für euch! Dealbunny.de vergleicht stark reduzierte Produkte und präsentiert Angebote,

Teilnahmebedingungen:
1️⃣ Folgt @lisamarie_schiffner & @twenty4tim 🙈
2️⃣ Like dieses Bild & meine letzten 5 Beiträge 🙈
3️⃣ Kommentiere dieses Bild mit einem Emoji (Jeder Kommi nimmt 1x teil, also seid aktiv) 🙈
4️⃣ Zusatzlos: Teile das Gewinnspiel in deiner Story 🖤

Teilnahmebedingungen:
1️⃣ Like dieses Bild
2️⃣ Kommentiere dieses Bild mit einem Emoji deiner Wahl so oft du willst
3️⃣ Folge mir & @b.e.routine
💾 Save it! Speichere das Bild um die Auslosung nicht zu verpassen!
🍀 Um deine Gewinnchance zu erhöhen teile diesen Post in deiner Story und verlinke uns.
🎁 Mehrfachteilnahme möglich!

Aussagen zum Geldverdienen/Werbung von YouTuber*innen/Influencer*innen
-stimme voll und ganz/weitgehend zu-



Internetbezogene Störung bei Social Media

ALL. AIRT

#thatgirl ist

damit nicht nur ein Trend, sondern stülpt „der besten Version seiner selbst“ einen Look über.

Es ist 5:30 Uhr, als der Wecker klingelt. Ohne Murren steht sie auf. Ihr beigefarbenes Yoga-Set liegt schon bereit. Sie beginnt ihren Tag mit einem Workout. Dann Meditation, eine halbe Stunde Lesen, ein bisschen Schreiben im Achtsamkeitstagebuch und Skincare. Und zum Abschluss gibt’s einen grünen Smoothie und eine Açai-Bowl mit zuckerfreiem Granola on top. Was nach einem entspannten Morgen klingt, ist eigentlich ein gefährlicher Trend von *TikTok*: #thatgirl.

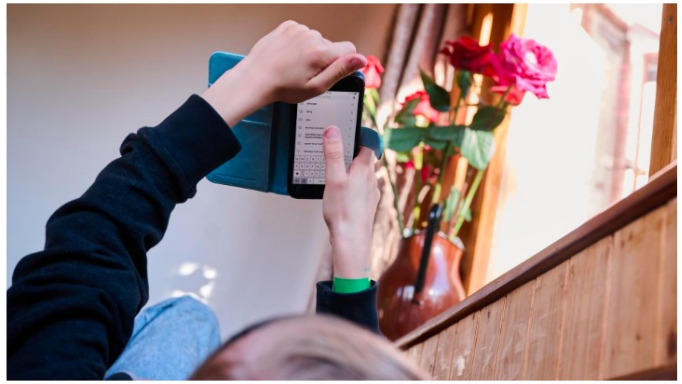
https://www.elle.de/female-empowerment-tiktok-trend-that-girl-selbstoptimierung-produktivitaet

Studie zeigt: So geht es Mädchen in den sozialen Medien

Andrea Zschocher, 06.10.2020, 20:40 Uhr 5 min Lesezeit

Games und Social Media

Ist mein Kind schon mediensüchtig?



Wie lange darf mein Kind am Handy spielen – und ab wann wird es ungesund? Für viele Eltern ist das schwer zu entscheiden. © picture alliance / dpa / Annette Riedl

29.05.2023

> Wissenschaft

Neue Zürcher Zeitung

Anmelden

ERKLÄRT

Wie beeinflussen Social Media die Jugendlichen?

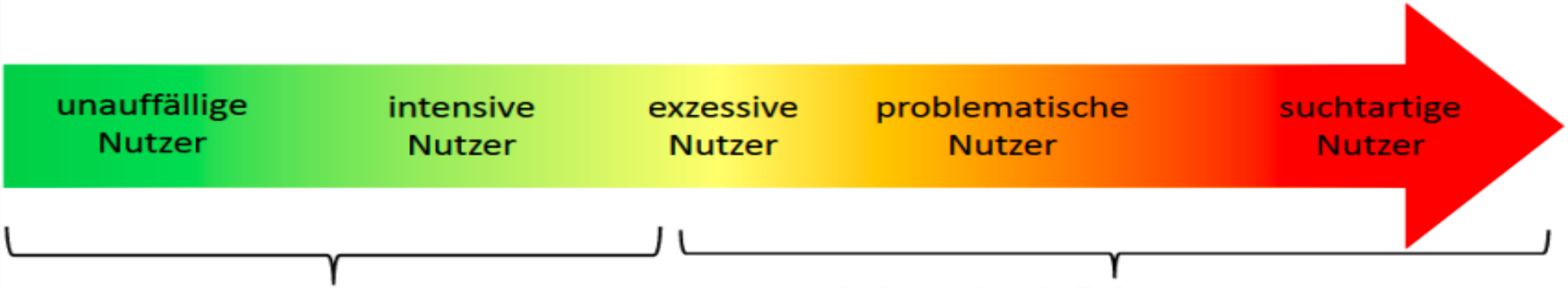
Sobald Jugendliche ein eigenes Smartphone benutzen, beginnen sich Eltern Gedanken über die Risiken von sozialen Netzwerken zu machen. Sie fragen sich, welche Begleitung ihr Kind dabei braucht. Die wichtigsten Antworten aus Sicht der Entwicklungs- und Medienpsychologie.

Eveline Geiser, Philipp Gollmer
06.05.2023, 05.30 Uhr

Hören Merken Drucken Teilen

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Klassifikation der Internetnutzung in einem Phasenmodell



subjektive Wichtigkeit der Internetnutzung ...

... jedoch keine Prioritätenverschiebung

klare Trennung zwischen Online und Offline

Verhaltenseinschränkungen

sporadische negative Konsequenzen

wiederholte und nachhaltige negative Konsequenzen

neurobiologische Dysbalancen

Suchtkriterien

Quelle: Kai Müller 2022

International Classifikation of Diseases der WHO Punkt 6C51.0 gaming disorder:

Diese Störung wird als "Muster wiederkehrender oder beständiger Spielverhalten ('Digitales Spielen oder Videospielen')" bezeichnet,

Drei Kriterien erfüllen:

- **Mangel an Selbstkontrolle darüber, wann und wie häufig gespielt wird,**
- **Die Priorisierung des Spielens über Lebensinteressen,**
- **Die Unfähigkeit das Spielen einzustellen, selbst wenn es schon negative Konsequenzen hatte.**

Um diese Diagnose zu stellen, muss dieses Verhalten über 12 Monate vorliegen.

Es muss sich nicht um eine Abhängigkeitsstörung mit Computerspielen handeln, der Arzt kann das bei der Diagnosestellung zumindest berücksichtigen.

Quelle: www.engadget.com

Forschungsstand Mediensucht
internetbezogene Störung (lt. ICD nur bei Gaming)

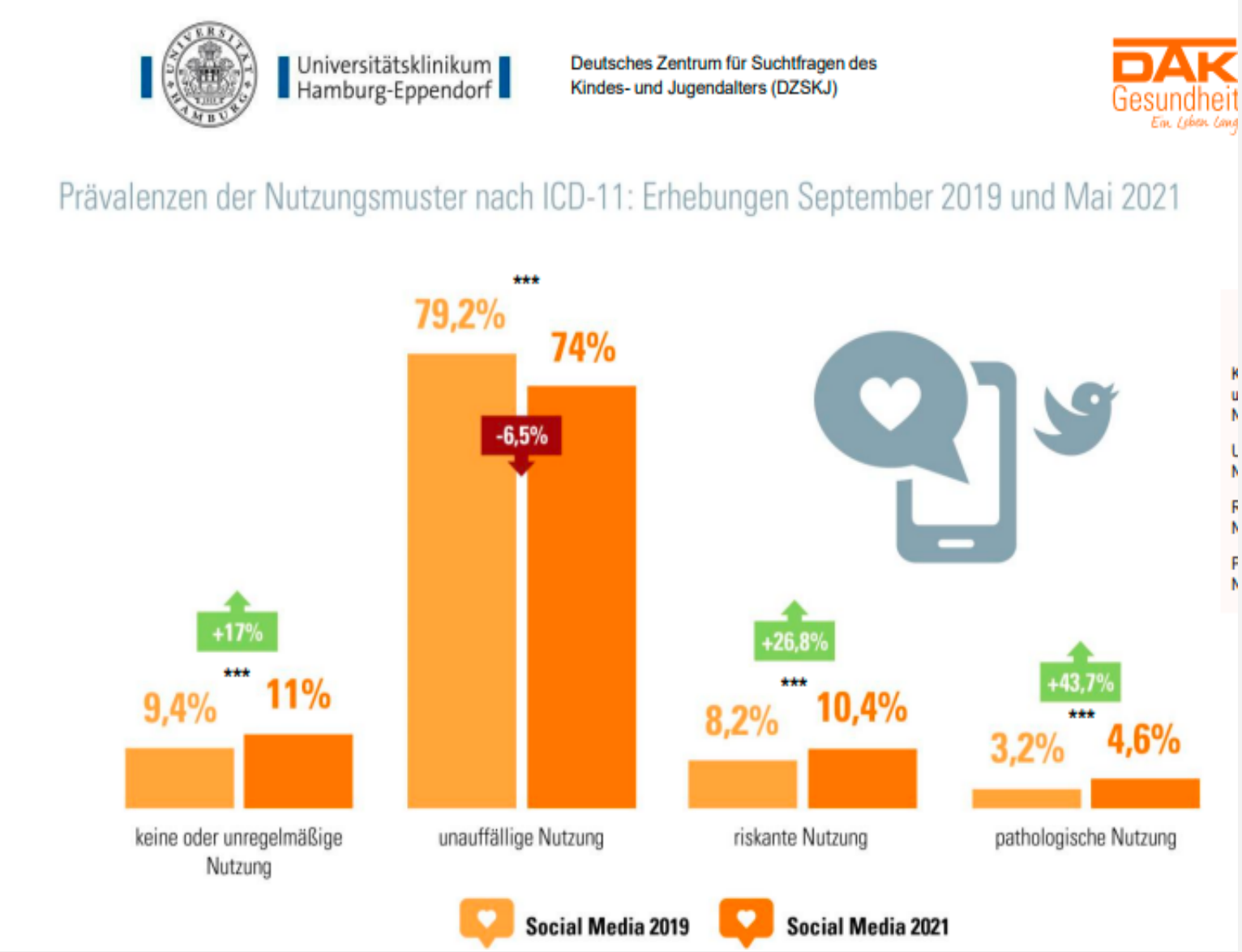
PINTA Studie (2013):
250.000 Jugendliche
➥4 % der deutschen Jugendlichen haben eine internetbezogene Störung
(SCAVIS folgt noch in diesem Jahr)

Drogenaffinitätsstudie der BZgA (2020)
8,4% der 12 bis 17-Jährigen haben eine internetbezogene Störung

30,8 % haben ein riskantes Verhalten bzw. sind gefährdet, süchtig zu werden

Quelle:
bzga.de/fileadmin/user_upload/PDF/studien/Drogenaffinitaet_Jugendlicher_2019_Teilband_Computerspiele_u_Internet.pdf Zugriff (2.2.2022)

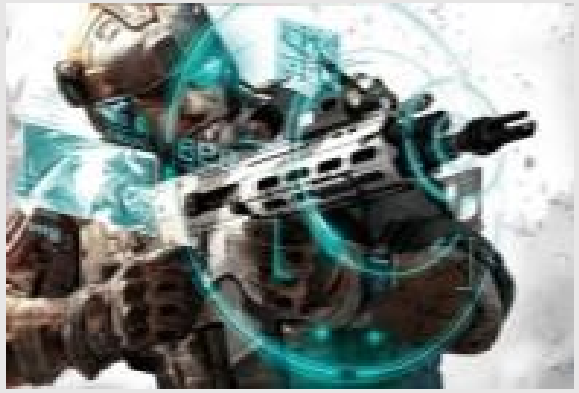
Mediensuchtprävention NRW e.V.



Studien zu dem noch neuen Thema „Social Media Sucht“ gibt es wenige.

- **Mädchen verbringen – mit knapp über 3 Stunden** täglich – deutlich mehr Zeit auf sozialen Netzwerken als Jungen mit 2,5 Stunden.
- Alarmierend sei bei den Untersuchungen ein **Zusammenhang zwischen Social Media Sucht und Depressionen.**
- Zunahme der pathologischen Nutzung von 171.200 (2019)auf 246100 (2021), d.h. eine **Steigerung von 43 %.**

Arten von Mediensucht



Quelle: Bert te Wildt,2012

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Präventive Arbeit

Abgrenzung Mediensucht-prävention

Ziele bei Prävention bei Social Media

- Persönliche Daten schützen
- Geschlechterrollen in sozialen Medien reflektieren
- Selbstreflexion fördern
- Maßvollen Umgang vermitteln
- Selbstbewusstsein stärken
- Selbsttests in den Apps installieren und posten
- Erziehungskompetenz bei Eltern stärken
- Gesprächsebene bei Erwachsenen fördern
- Keine Geheimsache bei den Jugendlichen

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Handlungsoptionen um mit Mädchen zum Thema Social Media zu arbeiten

- über Inhalte von Social Media ins Gespräch kommen über Formen und Strategien von Plattformen / Influencer*innen aufklären (und diese erkennen)
- „Positive Content“ auf Social Media recherchieren und kennenlernen
- über Einstellungsmöglichkeiten bei Social Media austauschen
- Strategien zum Schutz vor verstörenden Inhalten vermitteln
- ansprechbar sein
- selbst ausprobieren
- Neugierig sein und nachfragen
- Man muss nicht alles können/wissen!

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Methodeneinheit: Fomo zu Jomo

Quelle: Pauly, Westerkamp: *update* Fachstelle für Suchtprävention, Caritas und Diakonie Bonn

Mediensuchtprävention NRW e.V.

FOMO-Skala nach Przybylski & Co

- Hast Du Angst, dass andere tollere Sachen erleben als Du?
- Hast Du Angst, dass Deine Freund*innen tollere Sachen erleben als Du?
- Machst Du Dir Sorgen, wenn Deine Freund*innen ohne Dich Spaß haben?
- Machst Du Dir Sorgen, wenn Du nicht weißt, was Deine Freund*innen gerade tun?
- Ist es Dir wichtig, Insider-Witze Deiner Freund*innen zu verstehen?
- Fragst Du Dich manchmal, ob Du zu viel Zeit damit verbringst, immer auf dem Laufenden zu sein?
- Findest Du es schlimm, eine Gelegenheit zu verpassen, Deine Freund*innen zu treffen?
- Ist es Dir wichtig, Deine schönen Erfahrungen auch online zu teilen?
- Stört es Dich, wenn Du ein geplantes Treffen verpasst?
- Hältst Du Dich auch dann auf dem Laufenden, wenn Du in den Urlaub fährst?

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Netpower Mädchen stark im Netz

Projekt zur Prävention gegen Mediensucht in Sozialen Medien

Zielsetzung ist hier, die Mädchen zu einem selbstverantwortlichen und medienkritischen Nutzungsverhalten zu erziehen und somit einer Mediensucht vorzubeugen.

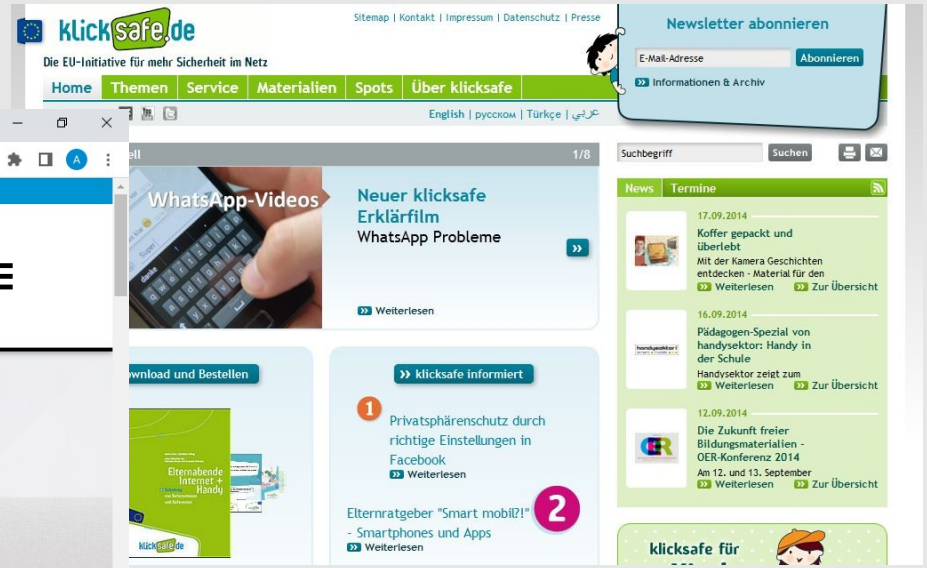
Zur Auseinandersetzung mit den Social Media Plattformen wird ein projekteigener Instagram-Account erstellt, die den Mädchen die Möglichkeit bietet, mit wenigen Beiträgen (im geschützten Rahmen) Feeds zu gestalten und damit kritisch die Erfahrungen zu reflektieren.

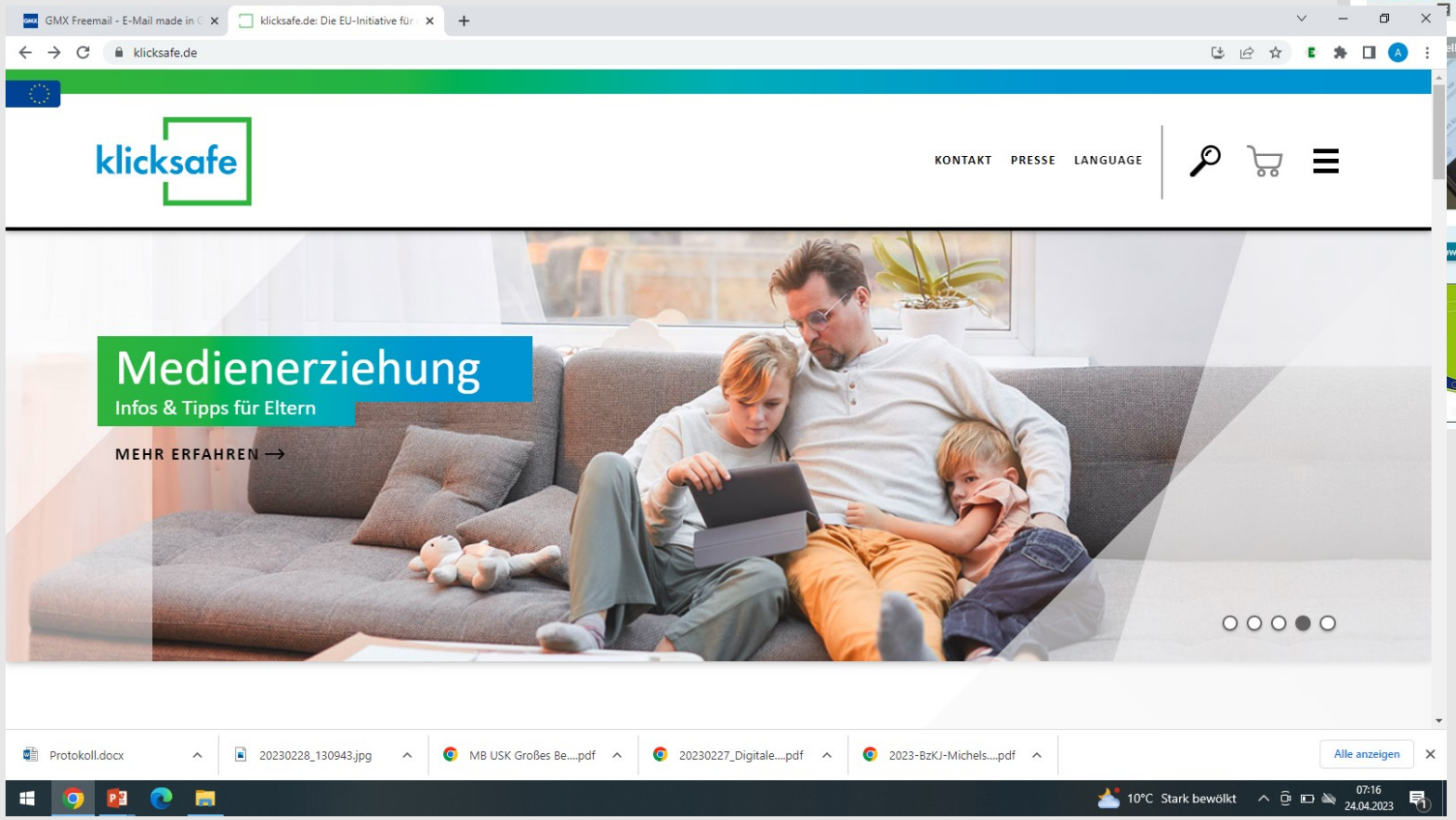
Netpower Mädchen stark im Netz

Mediensuchtprävention NRW e.V.

Start Januar 2024 in Kooperation mit der Fachstelle für Suchtprävention des Suchthilfeverbunds Duisburg

Klicksafe.de





Mediensuchtprävention NRW e.V.

Mediensuchtprävention NRW e.V.

@MEDIENSUCHTPRAEVENTION.NRW.EV

Wissensvermittlung

Fortbildungsangebote zum Thema internetbezogene Störungen

Netzwerke knüpfen

Schnittstellenarbeit Mediensucht (z.B. Jugendhilfe und Suchthilfe)

Projektberatung

Maßnahmenumsetzung und Mittelakquise zur Mediensuchtprävention

Andreas Pauly
Mediensuchtprävention

Erfahrungen:
BZgA Projekt Net-Pilot:innen
Reality Adventure
Smart kiddies
Leiter AG Prävention FVM Medienabhängigkeit
Gründer u. Vorsitzender Mediensuchtprävention NRW e.V.

@MEDIENSUCHTPRAEVENTION.NRW.EV

@NETPOWER.MSIN

Andreas Pauly,
Diplom Sozialpädagoge
Fachreferent für Mediensuchtprävention
www.mediensuchtpraevention-nrw.de