

6. Bezirksnetzwerktreffen Hollabrunn Kinder- und Jugendnetzwerk Weinviertel

Datum: Mittwoch, 19.06.2024
Ort: Stadthotel Hollabrunn, Dechant Pfeiferstraße 3,
2020 Hollabrunn
Zeitraum: 10:00 bis 12:30 Uhr
Moderation: Alexander Pollinger, MA
Protokoll: Karin Krawczynski, MSc

Agenda:

Eröffnung	2
Vortrag Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen (Dr.in Martina Kainz, MSc)....	2
Weiterführende LINKS zum Vortrag	8
Informeller Austausch ab 11:45	8

Wichtige Informationen:

Handhabung der Protokolle

Die Protokolle der Bezirksnetzwerktreffen Hollabrunn werden an den E-Mail-Verteiler ausgeschiedt und sind außerdem auf der [KIJU-Website](#) verfügbar.

Protokoll:

Eröffnung

Alexander Pollinger (Bezirksnetzwerkkoordinator für Hollabrunn) begrüßt die Anwesenden.

Vortrag Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen (Dr.in Martina Kainz, MSc)

Fachstelle NÖ / www.fachstelle.at

Ergänzendes Protokoll zur PPT:

Erst die flächendeckende Verwendung des Smartphones hat die Mediennutzung der letzten 10-15 Jahre revolutioniert. Dazu hat Corona, laut der JIM-Studie aus Deutschland (erfasst Jugendliche) von 2022, den Medienkonsum gesteigert. Die Hauptmotive der Jugendlichen sind dabei die Pflege von Sozialkontakten sowie das Bekämpfen von Langeweile. Sobald es fad wird, wird das Handy zur Hand genommen, obwohl Langeweile ausgesprochen wertvoll für das Gehirn wäre.

Die Fachstelle NÖ arbeitet mit Safer Internet (www.saferinternet.at) zusammen, worüber der Internet-Monitor herausgebracht wird. Im Rahmen des Internet-Monitors werden 11 bis 17jährige zur App-/ Plattform-Nutzung befragt. Es wurde gezeigt, dass es bei unterschiedlichen Apps zu Einbrüchen in der Nutzung gekommen ist (siehe dazu Folie). Grund: Auch andere Apps / Plattformen stellen mittlerweile Funktionen wie z.B. Video zur Verfügung.

Frage: *Wo gehen die Leute hin, wenn sie nicht mehr diese Plattformen nutzen?*

Antwort: *Die Jugendlichen verteilen sich heutzutage auf unterschiedlichste Plattformen und manche Jugendliche verwenden generell weniger Apps.*

Neben einem Nutzen stellen Plattformen für viele Jugendliche mittlerweile auch eine Belastung dar. Es wird berichtet, dass es Jugendlichen nach vier Stunden TikTok beispielsweise „nicht gut“ geht. Manche reagieren sehr stark darauf und einige haben es gar nicht mehr im Griff. Facebook ist bei dieser Zielgruppe kein Thema mehr, seit ihre Eltern dort auch aktiv sind. Die Jüngeren sind auf TikTok. Dieser Algorithmus ist perfide: nach einem für uns interessantem Video werden 3-4 Videos von nur wenig Interesse für uns gezeigt. Erst dann folgt wieder ein nach unseren Interessen ausgewähltes, spannendes Video. Damit wird unser Gehirn durchgehend in Spannung gehalten, um das nächste, interessante Video nicht zu verpassen. Dies führt oft zu stundenlangem Scrollen. Die Plattformen haben nicht nur Jugendliche, sondern auch uns Erwachsene überrollt. Wobei mittlerweile die Medienkompetenz bei Jugendlichen besser ist als bei Erwachsenen.

App / Plattform Snapchat: Bilder werden hochgeladen, die gleich wieder verschwinden. Am Anfang wurden viele heikle Fotos verschickt in der falschen Annahme, diese würden nicht gespeichert werden. Dabei wurde die Funktion „Screenshot“ übersehen, wodurch Fotos als Foto gespeichert und geteilt werden können. Jugendliche wissen darüber mittlerweile Bescheid. Außerdem hat

Snapchat als „Gewinn“ die sogenannten „Flammen“ eingeführt, die man wieder verliert, wenn man eine gewisse Zeit nicht online war.

Publikumsmeldung: *Wenn die Flammen erlöschen, können diese für einen Euro wiederhergestellt werden.*

Das zeigt, dass Plattformen aus allem ein Geschäft machen. Auch Online-Games arbeiten nach diesem Prinzip.

Frage: *Glauben Sie, dass wir das besser in den Griff bekommen werden?*

Antwort: *Ich glaube, es braucht viel Aufklärung, besonders durch die Eltern. Die Nutzung soll nicht verteufelt werden. Wichtig ist, nach dem Interesse dahinter zu fragen und Aufklärung zu Manipulation und dem Geschäft mit den Apps zu betreiben. Es muss aufgezeigt werden, wie viel versteckte Werbung enthalten ist. Nur Wissen schützt vor falschem Gebrauch und dazu braucht es das Wissen in der gesamten Bevölkerung.*

Frage: *Wohin geht die Handynutzung?*

Antwort: *Die Jugendlichen konzentrieren sich offensichtlich mehr auf einzelne Plattformen. Die meisten haben nach kurzer Zeit ihre Lieblingsplattform gefunden. Während früher viele Plattformen parallel genutzt wurden, hat sich das mittlerweile reduziert. Es gibt auch Jugendliche, die gar nichts nutzen und nicht mehr überall dabei sein müssen.*

Phänomene der Mediennutzung:

NOMO-Phobie: Abkürzung vor „**No-Mobile-Phone-Phobie**“, wörtlich „Kein-Mobiltelefon-Angst“. Als Nomophobie bezeichnet man die (Trennung-)Angst, ohne Mobiltelefon unerreichbar für soziale und geschäftliche Kontakte zu sein.

BODYSHAMING: Ausgelöst durch unrealistische Darstellungen der Influencer. Jugendliche sind höchst unzufrieden mit ihrem Körper durch den ständigen Vergleich mit ihren Idolen und deren Idealen, die unerreichbar sind.

Anmerkung Referentin: *Bei der Fachstelle NÖ zeigt sich eine große Nachfrage bezüglich Ess-Störungen. Die Bilder, die in den sozialen Netzwerken vermittelt werden, hinterlassen Spuren im Gehirn.*

Frage: *Welches Alter betrifft Bodyshaming?*

Antwort: *Bodyshaming zieht sich durch alle Altersgruppen und startet bereits in der Volksschule. Bereits kleine Kinder fühlen sich zu dick und wollen abnehmen. Diese Bewertung des eigenen Körpers startet viel zu früh.*

Publikumsmeldung: *Aber Body-Positivity startet bereits.*

Referentin: *Ja, glücklicherweise werden auch in der Werbung langsam andere Bilder propagiert. Reflektierte Jugendliche und Erwachsene nehmen das auch durchaus wahr, aber nicht alle. Es ist ein guter Anfang.*

Publikumsmeldung: *Auch das Filter-Thema ist tragisch. Hier ist die Aufklärung umso wichtiger.*

Referentin: *Dadurch bekommen die Jugendlichen eine vollkommen verzerrte Vorstellung und gewöhnen sich an das durch die Filter veränderte Aussehen. Bilder machen etwas mit uns in unserer visuellen Gesellschaft. Das Einzige, was hilft ist, darüber zu reden. Für Jugendliche ist es wichtig, wie mit dem Thema zuhause umgegangen wird. Wie reden z.B. die Eltern über Menschen, die nicht dem Schönheitsideal entsprechen. Menschen werden schnell nach ihrem Aussehen beurteilt.*

FOMO: **Fear Of Missing Out.** [Ergänzende Erläuterung: Die Angst etwas zu verpassen hat sich mit den Smartphones erheblich gesteigert, da sie es uns erlauben, ständig mit sozialen und beruflichen Netzwerken in Kontakt zu bleiben. Diese Möglichkeit kann zu zwanghafter Überprüfung und Angstsymptomen führen.]

POIDH: **Pics Or It Didn't Happen** = Nur das, was auf Bildern festgehalten wurde, existiert oder: Solange es von etwas kein Foto gibt, hat es nicht stattgefunden. Betrifft Erwachsene und Jugendliche. Das Verhalten kann besonders im Urlaub beobachtet werden, wo alles festgehalten und geteilt werden muss. Wir konfrontieren uns gegenseitig aber immer nur mit den schönen Bildern, wodurch wiederum eine falsche Vorstellung der Realität erschaffen wird. Diese Inszenierung wird oft mit enormem Aufwand betrieben.

Jedes LIKE für ein Foto stimuliert das Belohnungssystem im Gehirn, wodurch eine Abhängigkeit ausgelöst werden kann. LIKES stimulieren genau jenen Bereich im Gehirn, der auch beim Glücksspiel aktiviert wird. Ebenso dockt das „Endlos-Scrollen“ dort an. Für unser Gehirn wird es immer einfacher: Für Reiz und Belohnung müssen wir uns so kaum mehr bewegen. Darum gilt die Empfehlung für Jugendliche: **LIKE-FUNKTION AUS**. Das geht bei allen Plattformen. Detaillierte Informationen dazu finden sich bei Safer Internet.

Influencer & das Rollenbild:

Besonders Influencerinnen verstärken aktuell das konservative Frauenbild. Sie vermitteln ein Bild, das in den 50er Jahren aktuell war.

Publikumsmeldung: *Angeblich wird die Frau erst in 134 Jahren dem Mann gleichgestellt sein.*

Jugendliche möchten Influencer sein, weil viele Likes und Follower das Image aufpolieren. Diese Image-Aufpolierung geht vom sozialen Netz ins reale Leben über. Das setzt vor allem jene Jugendlichen unter Druck, denen das nicht gelingt. Es kommt sogar zu Mobbing, wenn Jugendliche „falsche“ Bilder posten, die niemanden interessieren.

Influencer sind deshalb so attraktiv, weil sie nah an der Lebenswelt der Jugendlichen sind. Sie gehen auf ihren Alltag ein, behandeln die für Jugendliche spannende Themen und binden sie aktiv

ein, indem sie z.B. ihre Follower fragen, was sie heute einkaufen sollen. So gaukeln Influencer vor, mit ihren Followern befreundet zu sein. Für viele Jugendliche ist das real, obwohl viele Influencer extra Wohnungen anmieten, um diese als ihre „Privat-Wohnung“ den Followern zu präsentieren.

Frage: Was ist heutzutage das Alter, in dem Kinder Smartphones bekommen?

Antwort: Früher ging es erst in der Oberstufe los. Mittlerweile bekommen Kinder schon in der 2.-3. Volksschule ihre ersten Smartphones. Verantwortlich dafür sind die Eltern. Daher ist die einzige Möglichkeit als Elternteil dem entgegenzuwirken, indem man sich mit Gleichgesinnten solidarisiert, die das auch nicht wollen. Wenn die Mehrzahl der Volksschüler:innen kein Smartphone besitzt, wird es nicht als Mangel angesehen.

Frage: In Tirol gibt es im Gymnasium striktes Handy-Verbot. Nach meiner Erfahrung ist das in NÖ anders, besonders in den Mittelschulen. Warum dürfen sie hier das private Handy nutzen?

Antwort: Das Thema ist aus eigener Erfahrung bekannt. Dort, wo das Handy komplett verboten ist, gewöhnen sich die Kinder auch daran. Ein generelles Verbot führt dazu, dass es weniger verwendet wird. Viele Kinder sind auch froh, dass es so ist und sie wieder mehr direkt miteinander reden. Leider regelt das jede Schule für sich, was eigentlich über die Bildungsdirektion einheitlich geregelt werden sollte. Frankreich will das so umsetzen. Allerdings ist auch der Druck durch die Eltern nicht zu unterschätzen, die permanent mit ihren Kindern in Kontakt sein wollen und die Handynutzung befürworten. Striktere Zeiten für Jugendliche würden aber auch uns Erwachsenen helfen, das Handy bewusst auch mal wegzulegen, damit wir uns auf andere Dinge konzentrieren. Davon können unsere Kinder lernen. Selbst Lehrkräften haben teilweise keinen guten Umgang mit dem Handy und telefonieren sogar im Unterricht. Es müssen sich alle disziplinieren, um einen gesunden Umgang zu finden.

Publikumsmeldung: Die Eltern, die sehr sorglos und naiv damit umgehen, müssten in die Pflicht genommen werden. Nur weil diese nicht in den Konflikt mit ihren Kindern gehen wollen, nehmen sie in Kauf, dass ihre Kinder in die Nutzung „reinkippen“.

Dieser sorglose Umgang mit dem Handy durch die Eltern führt sogar dazu, dass Kliniken den Eltern Broschüren mitgeben, die über die Auswirkungen der Handynutzung während dem Stillen aufklären. Babys brauchen den Augenkontakt mit der Mutter während dem Stillen. Ist die Mutter mit ihrer Aufmerksamkeit am Smartphone und nicht beim Baby, kann das zu einer Bindungs-Störung führen.

Frage: Wenn die Schulen Handys strikt verbieten – wo soll dann die Medienkompetenz und der verantwortungsvolle Umgang mit Handys gelernt werden, wenn das bei den Eltern nicht vorgelebt wird? Das muss irgendwo gelernt und geübt werden.

Antwort: Medienkompetenz ist nicht nur die Bedienung des Gerätes. Es bräuchte auch für Erwachsene eine flächendeckende „Medienkompetenz-Bildung“.

Publikumsmeldung: Ein generelles Handyverbot schließt eine gezielte Nutzung z.B. für Recherchezwecke nicht aus. Die Jugendliche dürfen für besondere Anlässe das Handy durchaus verwenden. Danach muss es aber wieder weggelegt werden.

In Bezug auf die **Handynutzung** können **zwei Arten** von Aktivität unterschieden werden:

1. **Lean-Back:** Konsumieren und berieseln lassen
2. **Lean-Forward:** Die eigene Gestaltung von Inhalten wie z.B. Videos. Diese Aktivität wird vom Gehirn als kreativer Prozess erlebt.

Wichtig für Lehrkräfte: Selbst keine Nachrichten an Eltern/Schüler:innen am Wochenende schicken. Es braucht auch hier klare Regeln und Verbindlichkeiten, die für beide Seiten gelten. Es funktioniert nur im Miteinander.

Publikumsmeldung: *Die Handy-Nutzung ist auch ein kollektiver Prozess. Jugendliche, die selbst keinen Zugang haben, setzen sich zu den Jugendlichen, die einen Zugang haben.*

Deshalb sollte die Info an Eltern weitergegeben werden, dass man allein durch eine technische Sperre des Handys nicht zum Ziel kommt. Selbst die Kleinen wissen bereits, wie sie zu Inhalten kommen, die ihnen verboten werden. Nur darüber reden kann helfen. Zum Beispiel indem den Kindern erklärt wird, wie Pornos tatsächlich produziert werden. Es muss Vertrauen zu den Jugendlichen aufgebaut werden, damit diese sich den Erwachsenen auch anvertrauen und darüber berichten, wenn sie mit etwas konfrontiert werden. Die Vertrauensbasis wird geschaffen, indem man sich dafür interessiert, was die Jugendlichen und Kinder machen.

Das Geschäft der Influencer:innen ist die Vermarktung von sich selbst als Produkt und den Produkten selbst, mit denen eine Kooperation besteht. Damit werden, wie z.B. bei den „Mum-Fluencern“ falsche Realitäten vorgegaukelt. Selbst Kinder werden von ihren Eltern vermarktet, wie das Beispiel von „Ryan’s World“ zeigt: Hier haben Eltern ihren Sohn gefilmt, wenn er Spielzeug bekommen hat. Durch Kooperationen haben die Eltern Millionen verdient und ihr Kind damit ausgebeutet. Mittlerweile ist Ryan 9 Jahre alt und war jahrelang der bestverdienende Youtuber von Amerika. Influencer verkaufen nicht nur sich, sondern auch ein gesamtes Weltbild sowie Geschlechterrollen.

Beispielvideos zum Thema Geschlechterrollen:

1. **Doina Barbaneagra:** Video, wie sie in unterwürfiger Mimik einen Mann anhimmelt.
2. **Malischka** (bzw. Carolina Tolstik): Die 27jährige Deutsch mit ukrainischen Wurzeln lebt auf Mallorca und vermarktet sich als „Stay-at-home-girlfriend“. Sie glorifiziert das Hausfrauendasein. Hier muss den Kindern erklärt werden, dass Malischka keine echte Hausfrau, sondern eine Geschäftsfrau ist, die sich als Hausfrau inszeniert. Sie propagiert die Idee, dass man als Frau nur einen reichen Mann heiraten muss.
3. Youtuber **Condsty** (Christoph Brückner): 23 Millionen Follower, die er mit „Zeichen-Videos“ begeistert.

Publikumsmeldung: *MontanaBlack ist eine ganz eigene Kategorie* [Ergänzende Hintergrundinfo: MontanaBlack ist ein deutsch-türkischer Webvideoproduzent und Livestreamer, der sich in seinen Auftritten hauptsächlich mit Videospielen, wie z. B. Call of Duty, FIFA und Fortnite beschäftigt.]

Publikumsmeldung: *Besondere Suchtgefahr geht von den Influencer aus, die Spiele kommentieren. Das übt eine besondere Faszination auf Burschen aus. Die permanente Verfügbarkeit dieser Videos macht es extremer.*

Deswegen müssen Jugendliche darüber informiert werden, dass es sich um Jobs handelt, für die gearbeitet werden muss. Eltern müssen sich bei den Jugendlichen auch unbeliebt machen. Es braucht Regeln. Langfristig wissen die Jugendlichen, dass es die Eltern aus Verantwortungsbewusstsein machen.

4. Das „**AI-Girl**“: Von der AI (bzw. den Männern dahinter) erschaffene, „perfekte“ Frauen, die nur schwer als Fiktion erkannt werden. Das große Risiko dahinter: Die veränderte Wahrnehmung des eigenen Körpers durch die Konfrontation mit solchen Bildern.

Aber auch der Druck auf Männer steigt durch die sozialen Medien. Hier kommt es z.B. zu gefährlichen Challenges, wie der Klarna-Schuldenchallenge. Es wird ziellos konsumiert und über Klarna Schulden angehäuft, die man dann nur schwer wieder loswird.

#Mentalhealth

In sozialen Netzwerken ist der Hashtag „Mentalhealth“ ein großes Thema. Es gibt sogar Influencer:innen, die aus der Psychiatrie posten. Dadurch entsteht der inflationäre Gebrauch von psychiatrischen Diagnosen und Begriffen. Jede:r hat eine Depression und jede:r ist Expert:in. Alle nutzen plötzlich Begriffe, ohne genau zu wissen, was es damit auf sich hat. Auch das Thema Suizid wird auf eine Art und Weise „vermarktet“. Auch für Influencer:innen ist das Risiko nicht zu unterschätzen, wenn sie permanent ihre psychische Erkrankung in den Fokus rücken. Je krasser die Aktion, desto höher die Anerkennung.

Pro-Ana-Gruppen: Sie glorifizieren Anorexie und fordern Kinder/Jugendliche auf, immer extremer zu hungern. Selbst Sperrungen dieser Gruppen können leicht umgangen werden.

Social Gambling: Spiele enthalten Glücksspielelemente wie z.B. „Schatzkisten“, die im Spiel gefunden, geöffnet aber auch gekauft werden können. Die Konsumspirale entsteht, wenn ich Gefühle verdrängen möchte. Die zeitliche Dauer ist kein ausreichendes Kriterium für eine Diagnose. Wenn es zu Kontrollverlust etc. über ein Jahr hinwegkommt, dann spricht man von Abhängigkeit. Wird es exzessiv oder pathologisch betrieben, ist in 72% eine weitere psychische Erkrankung mit dabei wie ADHS, Depression u.ä.

Publikumsmeldung: *Das Problem bei solchen Spielen ist auch, dass vermittelt wird, die Jugendlichen könnten ihren Account irgendwann für teures Geld verkaufen. Dabei wird das Geld, das sie ausgeben, nicht angelegt, sondern geht verloren.*

In Bezug auf die Internetabhängigkeit gibt es nur eine Form, die diagnostiziert werden kann: Die „**Online Gaming Disorder**“ (ICD-11). Hier treffen alle Suchtkriterien zu.

Weiterführende LINKS zum Vortrag


Auf www.fachstelle.at sind alle Unterlagen und weitere LINKS enthalten wie z.B. www.feel-ok.at ;

Auf www.elternseite.at können kostenlose Beratungsgespräche gebucht werden. 3-4 Termine sind möglich. Beratung durch Expert:innen.

Nach pädagogisch wertvollen Spielen kann auf www.spieleratgeber-nrw.de gesucht werden.

Über [https://www.kijunetz-noemitte.at/files/themes/netzwerk/pdf/Identit%C3%A4t_STP_handout%20\(1\).pdf](https://www.kijunetz-noemitte.at/files/themes/netzwerk/pdf/Identit%C3%A4t_STP_handout%20(1).pdf) ist das Abrufen des Fachvortrags „Ich bin ich? Jugendalter und Identitätssuche“ von Univ.Prof.Dr. Paul Plener, MHBA von 2022 möglich.

Informeller Austausch ab 11:45

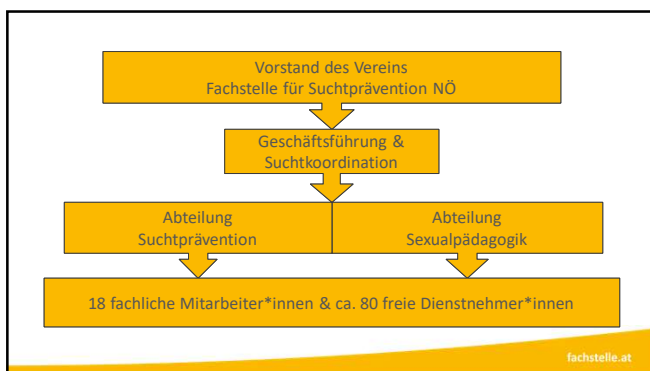


Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen

KIJUNE-Bezirksnetzwerkstreffen HOLLABRUNN
Dr.ⁱⁿ Martina Kainz, MSc

fachstelle.at


1



2

ÜBERBLICK

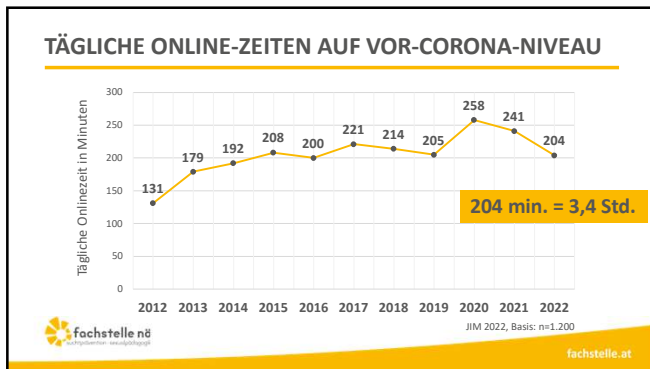
- Veränderungen in der Mediensozialisation
- Aktuelle Trends (Soziale Netzwerke, Gaming)
- Internet- und Computerspielsucht – Anzeichen
- Schutzfaktoren und Förderung psychischer Gesundheit
- Medienfreie Alternativen
- Beratungs- und Hilfsangebote
- Fragen & Diskussion



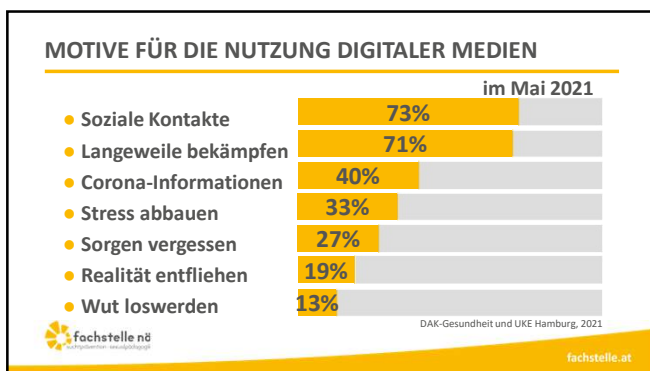
fachstelle.nö
suchtprevention - sexualpädagogik

fachstelle.at

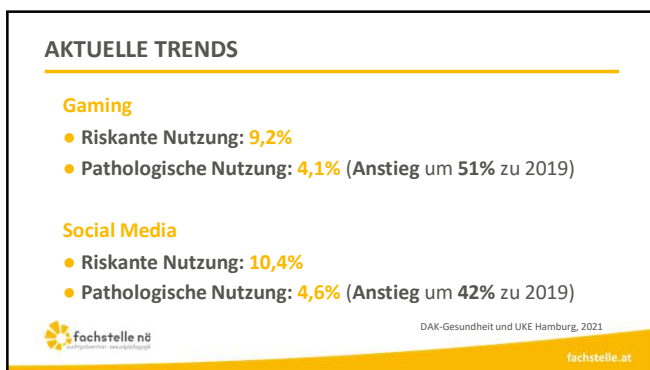
3



4



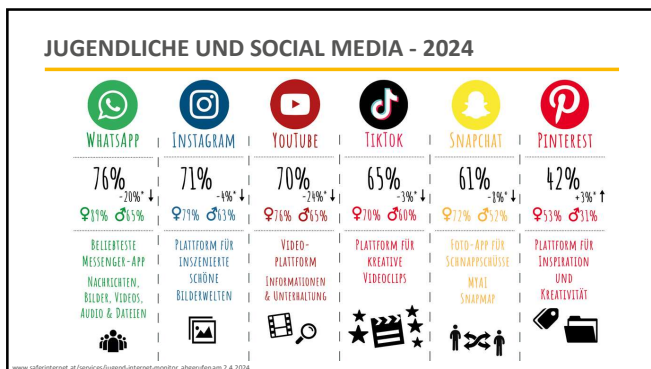
5



6



7



8



9

SELFIES, FILTER UND INFLUENCER*INNEN

- „Snapchat-Dysmorphie“
- Übertriebene Fokussierung des Aussehens
- Enormer zeitlicher Aufwand für die Inszenierungen
- Likes stimulieren das Belohnungssystem
- Gruppenzugehörigkeit, soziale Anerkennung
- Großer Einfluss von Influencer*innen auf Jugendliche
- Vermittlung eines konservativen Rollenbildes



10

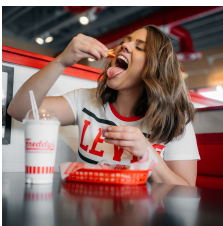
WARUM SIND INFLUENCER*INNEN FÜR KINDER SO ATTRAKTIV?

- Nah an der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen
- Gehen auf ihren Alltag ein
Stress in der Schule, Verliebtsein...
- Binden sie aktiv ein
z.B. lassen abstimmen, was sie einkaufen sollen...
- Zeigen Lösungen für Alltagsprobleme auf
- Sind unterhaltsam und machen Späße



11

JUNKFLUENCER*INNEN SAHNEN AB



Machen Werbung für ungesunde Lebensmittel oder Snacks

- Kooperationen mit großen Firmen
- Beeinflussen auch die Essgewohnheiten von Kindern
- Werbung für Kinder und Jugendliche oft schwer erkennbar
- Alternative für - verbotene und reglementierte - Fernsehwerbung

Saferinternet.at, 2022

12

WELCHE THEMEN STEHEN IM VORDERGRUND?

- Körper, Schönheit (Schminken, Körperpflege)
- Sport & Fitness
- Mental Health
- Ideologie (oder Religion)

Influencer*innen verkaufen nicht nur ihre Themen wie Beauty, Mode oder Lifestyle-Produkte, sondern ein gesamtes Weltbild!

- Thematisch große geschlechtsspezifische Unterschiede

13

WIE KOMMUNIZIEREN INFLUENCER*INNEN?



Drücken Verständnis und Wertschätzung aus



Gehen (scheinbar?) auf die Probleme ihrer Follower*innen ein

14

WEITERE RISIKEN

- Selbstwahrnehmung verändert sich
- Bubbles engen die Perspektive ein
- Gefahr der Radikalisierung
- Selbstschädigung und ungesunder Lebensstil
- Gefahr des Verstärkens negativer Befindlichkeiten



15

ROLLENBILDER UND CHALLENGES

- Konservative Rollenbilder werden verstärkt
- „Bilder“ bleiben hängen
- Druck auch auf Männer
- Challenges wie z.B. „Klarna-Challenge“, ...



16

PSYCHISCHE GESUNDHEIT ALS THEMA IN SOCIAL MEDIA

- Hashtags:
 - #mentalhealth, #depression, #borderline, ...
- Inflationärer Gebrauch psychiatrischer Diagnosen & Begriffen
- Thema Suizid wird angesprochen
- Bei Betroffenen oft Abwärtsspirale
- Risiko auch für die Influencer*innen selbst:
 - durch negative Kommentare
 - Abwertungen bei ohnehin angeschlagener Psyche

17

PHÄNOMENE „PAIN TALK“

- „Pain Talk“: deprimierende Bilder & Videos zu trauriger Musik
- Solche Inhalte dienen oft als Flucht vor realen Problemen
- Algorithmus (z.B. von TikTok) verstärkt das Verbleiben in der „Bubble“
- Sperrungen (z.B. „Pro-Ana“) können umgangen werden
- Je krasser, umso mehr Follower*innen



18

#MENTAL-HEALTH AUF SOCIAL MEDIA

- Positiv: Entstigmatisierung psychischer Erkrankungen
- „Selbstdiagnosen“ durch unzureichende Online-Tests
- Psychiatrische Diagnosen als Teil der Identität
- fühlt sich als Teil einer „Community“
- Begriff „neuro-divers“
 - für Autismus, ADHS, Legasthenie etc.
- „Epidemien“ von Tourette-Symptomen
- Probleme anderer als Ablenkung von eigenen Problemen



fachstelle.at

19

STÄNDIGES VERGLEICHEN HAT FOLGEN



- Zu wenige Regelungen und Sperrmaßnahmen in sozialen Netzwerken
- Permanentes Vergleichen kann zu depressiven Verstimmungen führen
- Risiko von Mobbing

Dane & Bhatia, 2023



fachstelle.at

20

WISSENSCHAFTLICHE ERKENNTNISSE

- Dauer und Frequenz der Nutzung von Social Media sind relevant für die psychische Gesundheit
- Je länger & häufiger:
 - Negative Stimmung verstärkt sich
 - Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper steigt (insbesondere durch Vergleichen mit anderen)
- Auch nach COVID-19: Psychische Belastungen weiterhin spürbar



fachstelle.at

21

STRATEGIEN DER GEGENSTEUERUNG

- Keine (!) Bewertung des Aussehens anderer
- Keine beleidigenden Kommentare dulden (und mit Kindern & Jugendlichen darüber sprechen)
- Zeitlimits in der Nutzung von Social Media setzen
- Like-Funktion auf Instagram u.a. ausschalten
- Selbstakzeptanz stärken & vorleben
- Wissen erwerben

22

Digitale Spiele

23

EINTAUCHEN IN DIE SPIELEWELT...

Bei gewalttätigen Spielen...

- Bedenken ansprechen
- Interesse zeigen
- Gemeinsam ausprobieren
- Altersfreigaben beachten
- Medienfreie Alternativen



24

SIMULIERTES GLÜCKSSPIEL - DEFINITION

- Digitale, interaktive Spielaktivität
- Kein direkter Einsatz von Geld
- Einsatz virtueller Währung
- Zufallsbedingter Spielausgang




= Identisch mit klassischen Glücksspielformaten


 fachstelle nÖ
Meyer et al., 2015
fachstelle.at

25

BEISPIELE FÜR SOCIAL GAMBLING

- **Loot Boxen (Beutekisten)**
Gegenstände usw. kaufen, Inhalt unbekannt
(Fortnite, Assassin's Creed, Overwatch...)
- **Glücksräder**
tägliche Bonusgewinne in der virtuellen Währung möglich
(Candy Crush Saga, GameTwist...)





 fachstelle nÖ
fachstelle.at

26

LOOTBOXEN ALS WIRTSCHAFTSFAKTOR

- Anstieg der Umsätze mit Lootboxen
2020: \$ 15 Milliarden
2025: \$ 20 Milliarden
- Fifa Ultimate Team generiert jedes Jahr \$ 800 Millionen mit dem Verkauf von Lootboxen!!!



 fachstelle nÖ
Juniper Research Ltd, 2021
fachstelle.at


27



28

FORMEN INTERNETSÜCHTIGEN VERHALTENS

- Diagnose: „Online Gaming Disorder“ (ICD-11) – gilt nur für Computerspielsucht
- „Internet-Nutzungsstörungen“ (Exzessiver Konsum mit suchtfähnlichem Verhalten)
 - Soziale Netzwerke
 - Online-Pornographie
 - Einkaufsportale
 - Online-Glücksspiele/ Social Gambling

 fachstelle.nö
fachstelle.at

29




30

PROBLEMATISCHE INTERNETNUTZUNG

- Regulation oder Verdrängung von Gefühlen
- Ausweichen von Problemen oder Anforderungen

Die **zeitliche Dauer** ist
kein ausreichendes Kriterium
für eine Diagnose.

 fachstelle nÖ
fachstelle.at


31

KOMORBIDITÄT

72% (!) mind. eine weitere psychische Erkrankung


- Depressionen
- Angststörungen
- ADHS

Bischof et al., 2013 und Carli et al., 2012

 fachstelle nÖ
fachstelle.at

32

Schädliche Auswirkungen exzessiver Mediennutzung bei Kleinkindern

 fachstelle nÖ
fachstelle.at

33

REGELMÄSSIGE NUTZUNG VERMINDERT KOGNITIVE FÄHIGKEITEN UND SELBSTKONTROLLE

Einsatz digitaler Medien **zur Beruhigung** zeigt Folgen bei jüngeren Kindern!!!

- Wutausbrüche
- intensive Emotionalität
- Trotzverhalten
- Verringerte Fähigkeit zur Emotionsregulierung



Radesky et al., 2022

34

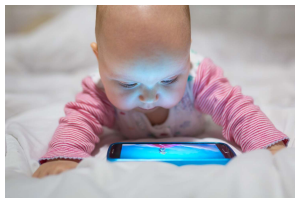
WARUM FASZINIEREN DIGITALE MEDIEN BEREITS BABYS?

- Lustzentrum wird angeregt durch...
 - grelle Farben
 - wiederholte Geräusche
 - unmittelbare Belohnungen
- Anregung des Belohnungssystems („Glückshormone“)
- Babys beobachten ihre Eltern
- Permanente Verfügbarkeit

35

WAS KÖNNEN SCHÄDLICHE AUSWIRKUNGEN SEIN?


- Überforderung durch Reizüberflutung
- Konzentrationsstörungen
- Motorische Hyperaktivität
- Vermehrte Unruhe und Ablenkbarkeit



36

WAS KÖNNEN SCHÄDLICHE AUSWIRKUNGEN SEIN?


- Verzögerung der Sprachentwicklung
- Beeinträchtigung der kognitiven Entwicklung
- Fütterungsstörungen
- Einschlafprobleme
- Bindungsstörungen



fachstelle nÖ
Fachstelle für Sucht- und Abhängigkeitsfragen
www.fachstelle.at

37

LEBENS-KOMPETENZEN



fachstelle nÖ
Fachstelle für Sucht- und Abhängigkeitsfragen
www.fachstelle.at

38

SCHUTZFAKTOREN

- Altes Selbstwertgefühl
- Freizeitheschränkungen
- Hohe Selbstwirksamkeit
- Abstinenztoleranz
- Problemsozialnetz
- Problemlösefähigkeit
- Medienwirksamkeitskompetenz



fachstelle nÖ
Fachstelle für Sucht- und Abhängigkeitsfragen
www.fachstelle.at

39

Wie kann Medienkompetenz gefördert werden?



fachstelle.at

40

ES BRAUCHT MEHR ALS NUR TECHNIKVERSTÄNDNIS...

- **Medienkompetenz als Lebenskompetenz**
 - Bewältigung der Informationsflut
 - Erkennen von Desinformation und Fake News
 - Kenntnis rechtlicher Bestimmungen
 - Gestaltung medienfreier Zeiten & Räume
- **Unterschied zwischen „Lean back“- und „Lean forward“-Aktivitäten erkennen**



fachstelle.at

41

MEDIENKOMPETENT IST, WER...




fachstelle.at

42

EMPFEHLUNGEN ZU MEDIENNUTZUNGSZEITEN			
Alter	Bilderbücher, Bücher	Musik, Hörspiele	TV, Video, PC, Tablets, Konsolen, Smartphones
0-3 J.	regelmäßig Bilderbücher anschauen und vorlesen (ab etwa 6 Monaten)	max. 30 Min.	am besten gar nicht
3-6 J.	regelmäßig Bilderbücher anschauen und vorlesen	max. 45 Min.	insgesamt max. 30 Min.
6-10 J.	regelmäßig vorlesen/ lesen	max. 60 Min.	insgesamt max. 45-60 Min.

Quelle: <https://www.kindergesundheit-info.de/themen/medien/alltagstipps/mediennutzung/hoehstdauer/>

 fachstelle nÖ fachstelle.at

43



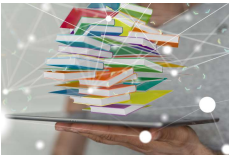
44


TIPPS FÜR PÄDAGOG*INNEN/ BETREUER*INNEN

Darüber sollten wir sprechen

- Bildrechte
- Schutz persönlicher Daten
- Risiken von Online-Bekanntschaften
- Quellenvergleich
- Melden illegaler Internetinhalte

-> www.stopline.at



 fachstelle nÖ fachstelle.at

45

TIPPS FÜR PÄDAGOG*INNEN/ BETREUER*INNEN

- Regeln vereinbaren
- „Netiquette“
- Up to Date bleiben
- Offenheit und Gesprächsbereitschaft
- Vorbildwirkung (!)



46

WAS KÖNNEN BETREUER*INNEN BEITRAGEN?

- Sensibilität bei der Bewertung von sportlichen Leistungen
- Methoden einbauen, die keine Beurteilung/Bewertung enthalten
- Viele Aktivitäten planen, die den Teamgeist stärken
- Keine Kommentare zum Aussehen/Gewicht (insbesondere keine abwertenden)
- Keine Vergleiche mit anderen
- Medienkompetenz stärken



47

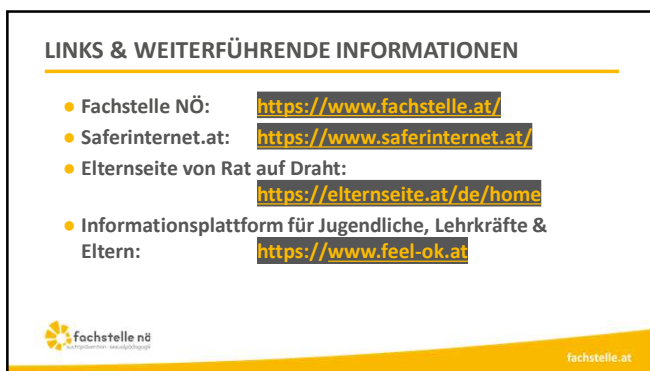
MEDIENFREIE ALTERNATIVEN SIND SCHUTZFAKTOREN

■	Sport
■	Musik
■	Lesen
■	Freund*innen
■	Kino
■	Kochen
■	Natur
■	Handwerken
■	Angeln
■	Chillen
■	Tanzen
■	Haustiere
■

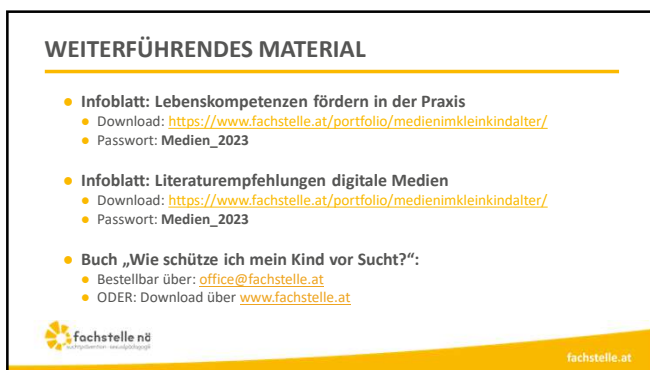
48



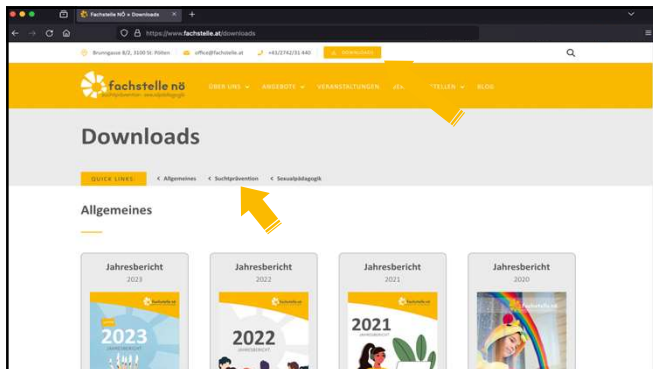
49



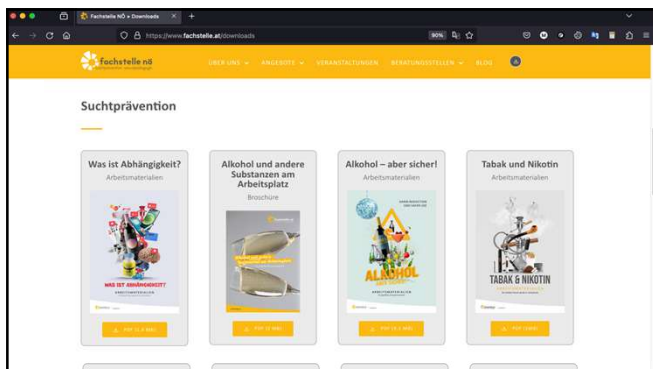
50



51



52



53

BROSCHÜRE: SCHÖNHEITSIDEALE IM INTERNET

Tipps für selbstbewussten Umgang mit Schönheitsidealen in virtuellen Welten
ISPA, 2024

Zu beziehen über
<https://www.ispa.at/wissenspool/broschueren/>

SCHÖNHEITS-IDEALE IM INTERNET
 TIPPS FÜR SELBSTBEWUSSTEN UMGANG MIT SCHÖNHEITSIDEALEN IN VIRTUELLEN WELTEN


ISPA
 Suchtprävention – wissenschaftlich


54

**HANDREICHUNG:
MOBBINGPRÄVENTION IM LEBENSRAUM SCHULE**

Florian Wallner, 2018

Zu beziehen über
https://www.oezeps.at/wp-content/uploads/2019/02/Handreichung_Mobbing_ONLINE.pdf



 fachstelle nÖ
Landesstelle für Jugendberufshilfe

55

MATERIALIEN ALLER ART....

- Bei Saferinternet und Klicksafe:
Für alle Zielgruppen....

Beispiel:

https://www.klicksafe.de/fileadmin/cms/download/Material/Infobrosch%C3%BCren/Wehr_dich_gegen_sexualisierte_Gewalt_im_Netz_Infobrosch%C3%BCre_klicksafe.pdf



 fachstelle nÖ
Landesstelle für Jugendberufshilfe

fachstelle.at

56

WEITERE WICHTIGE WEBSITES UND EINRICHTUNGEN

www.klicksafe.de
www.rataufdraht.at
www.ombudsstelle.at
www.stopline.at
www.bupp.at
www.spieleratgeber-nrw.de
www.jugendschutz.net

 fachstelle nÖ
Landesstelle für Jugendberufshilfe

fachstelle.at

57



Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Fachstelle für Suchtprävention NÖ
3100 St. Pölten, Brunnengasse 8

T: +43 / 2742 31 440
office@fachstelle.at

fachstelle.at

58

LITERATUR

Bischof, A. et al. (2013). Comorbid Axis I-disorders among subjects with pathological problem, or at-risk gambling recruited from the general population in Germany: results of the PAGE study. In: Psychiatry Res 210, p. 1065-1070.

Brodnig, I. (2017). Lügen im Netz. Wie Fake News, Populisten und unkontrollierte Technik uns manipulieren. Brandstätter Verlag


Bundesministerium Bildung, Wissenschaft und Forschung (2018). Mobbing an Schulen. Ein Leitfaden für die Schulgemeinschaft im Umgang mit Mobbing. Zugriff am 5.5.2022: https://www.schulpsychologie.at/fileadmin/user_upload/NEU-2_Leitfaden_Mobbing_A4_BfB.pdf

Carli, V. et al. (2012). The Association between Pathological Internet Use and Comorbid Psychopathology. A Systematic Review. In: Psychopathology 46, p. 1-13.

Childnet International (2007). Cyberbullying - digizen.org. [Video]. Zugriff am 4.5.2022: <http://old.digizen.org/cyberbullying/tulftim.aspx>

DAK-Gesundheit und UKE Hamburg (2021). Mediensucht während der Corona-Pandemie – Ergebnisse der Längsschnittstudie von 2019 bis 2021 zu Gaming und Social Media. Hamburg. Zugriff am 3.5.2022: <https://www.dak.de/dak/gesundheits/fortsetzung-der-dak-studie-gaming-social-media-und-corona-2507354.html/>

Fachstelle für Suchtprävention NÖ (2018). Mit Jugendlichen über Medien reden. St. Pölten



fachstelle.at

59

LITERATUR

Großegger, B. (2013). Schöne neue Online-Welt. Die „Generation Facebook“ kommuniziert entgrenzt, mobil und in Echtzeit – wohin führt der Trend? Wien. Institut für Jugendkulturforschung

Institut für Digitale Ethik der Hochschule der Medien Stuttgart unter Leitung von Prof. Dr. Grimm, P. (2017). 10 Gebote der Digitalen Ethik. Zugriff am 4.5.2022: https://www.hdm-stuttgart.de/digitale-ethik/lehre/10_gebote

Kielholz, P. & Ladewig, D. (1973). Die Abhängigkeit von Drogen. München. Deutscher Taschenbuchverlag

Klicksafe.de. (2022, 21. März). Wo ist Klaus? [Video]. klicksafe.de. Zugriff am 5.5.2022: <https://www.klicksafe.de/materialien/wo-ist-klaus>

Kitt, W.C. (2020). Gaming in the Time of COVID-19. In: Simulations and Gaming 2020. Vol. 51 (4), pp. 403 – 410. Zugriff am 4.5.2022: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1046878120951602>

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2021). JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart

Müller, K. W./ Wöfling, K. (2017). Pathologischer Mediengebrauch und Internetsucht. Stuttgart: Kohlhammer.



fachstelle.at

60

LITERATUR

Rumpf, H. et al. (2011). Prävalenz der Internetabhängigkeit (PIITA). Greifswald und Lübeck

Saferinternet.at (2022). Jugend-Internet-Monitor 2022. Zugriff am 3.5.2022: <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/>

Supro. (2012). klartext:neue medien. Arbeitsmaterialien zum Thema neue Medien

WHO (2011). Internationale Klassifikation psychischer Störungen – ICD-10 Kapitel V (F) Klinisch-diagnostische Leitlinien. 8. überarbeitete Auflage. Bern

WHO (2018). International Classification of Diseases for Mortality and Morbidity Statistics 11th Revision. Zugriff am 3.5.2022: <https://icd.who.int/browse11/11-m/en>

WHO Expert Committee on Addiction-Producing Drugs & World Health Organization (1964). Thirteenth Report. Zugriff am 3.5.2022: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/40580>

World Health Organization (1957). Expert Committee on Addiction-Producing Drugs. Seventh Report. Zugriff am 3.5.2022: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/40371>



fachstelle.at