

Inhalt

Vorwort	11
Einleitung	15
Zentrale Empfehlungen des AKTIONSRATSBILDUNG	27
1 Grundlagen	33
1.1 Von der oralen zur digitalen Kommunikationskultur	33
1.2 Nutzung von Social Media	43
1.2.1 Die Nutzung von Social Media in der Gesamtbevölkerung	43
1.2.2 Unterschiede im Nutzungsverhalten nach Altersgruppen	46
1.2.3 Beurteilung von Social Media	52
1.3 Gesellschaftliche Repräsentanz und wirtschaftliche Bedeutung von Social Media	55
1.3.1 Der Wirtschaftszweig Social Media	55
1.3.2 Die Ökonomie von Social Media	56
1.3.3 Staatliche Regulierung	60
1.4 Rechtliche Aspekte	61
1.4.1 Allgemeine rechtliche Implikationen gesetzlich normierter Altersbeschränkungen für Social-Media-Nutzung Minderjähriger zum Zwecke des Jugendschutzes	61
1.4.2 Strafrechtliche Aspekte	67
1.4.3 Zivilrechtliche Ansprüche	69
1.4.4 Urheberrechtliche Aspekte	71
1.4.5 Schwierigkeiten bei der Rechtsdurchsetzung durch Anonymität im digitalen Raum	71
1.4.6 Gesamtergebnis und Präventionsansatz	72
1.5 Psychologische Dimensionen von Social Media	77
1.5.1 Soziale Interaktionen und Social Media	78
1.5.2 Informationsangebot und Meinungsbildung durch Social Media	85
1.5.3 Identitätsentwicklung und Social Media	96
1.5.4 Kognition und Lernen mit Social Media	106
1.5.5 Mentale Gesundheit und Social Media	109

2	Frühe Bildung	117
2.1	Pädagogischer Kontext	117
2.1.1	Bildungsaufgaben im Zusammenhang mit Social Media	117
2.1.2	Social Media als Teilaspekt der familialen Lernumgebung	118
2.1.3	Social Media und pädagogische Qualität von Kindertageseinrichtungen	120
2.2	Status quo	122
2.2.1	Social Media als Teil der familialen Lernumgebung	122
2.2.2	Social Media in Kindertageseinrichtungen	125
2.3	Bildungschancen und Potenziale	126
2.3.1	Social Media in der Familie	126
2.3.2	Social Media in Kindertageseinrichtungen	126
2.4	Herausforderungen im Umgang mit Social Media	129
2.4.1	Social Media in der Familie	129
2.4.2	Social Media und Kinderschutz in den ersten Lebensjahren: Sharenting	131
2.4.3	Social Media in Kindertageseinrichtungen	132
2.5	Social Media und die Förderung selbstregulativer Fähigkeiten	133
2.5.1	Förderung von Selbstregulation in der Familie	133
2.5.2	Förderung von Selbstregulation in Kindertageseinrichtungen	134
2.6	Handlungsempfehlungen	135
2.6.1	An die Familien	135
2.6.2	An die Bildungsinstitutionen	136
2.6.3	An die politischen Akteurinnen und Akteure und Träger	137
3	Primarstufe	139
3.1	Status quo	139
3.1.1	Nutzung von Social Media	141
3.1.2	Social Gaming	143
3.1.3	Gerätebesitz	143
3.1.4	Geschlechterbezogene Unterschiede	144
3.1.5	Gerätebesitz und Freizeitaktivitäten	144
3.1.6	Künstliche Intelligenz (KI) in Grundschulen	146
3.1.7	Handys an Grundschulen	147
3.2.	Bildungschancen und Potenziale	147
3.2.1	Perspektive Kinder	147
3.2.2	Perspektive Lehrkräfte	148

3.3	Herausforderungen im Umgang mit Social Media	150
3.3.1	Kinder und Social Media	150
3.3.2	Erziehungsberechtigte und Social Media	154
3.4	Pädagogische Ansätze	156
3.5	Handlungsempfehlungen	159
3.5.1	An die Familien	159
3.5.2	An die Bildungsinstitutionen	159
3.5.3	An die politischen Akteurinnen und Akteure	160
4	Sekundarstufe	163
4.1	Status quo	163
4.2	Bildungschancen und Potenziale	168
4.2.1	Kommunikation und Vernetzung im Freundeskreis	168
4.2.2	Informationskonsum als Freizeitbeschäftigung und Unterhaltung	169
4.2.3	Ausdrucksmöglichkeit für das Individuum	170
4.3	Herausforderungen im Umgang mit Social Media	171
4.3.1	Kommunikation und Vernetzung im Freundeskreis	171
4.3.2	Informationskonsum als Freizeitbeschäftigung und Unterhaltung	173
4.3.3	Ausdrucksmöglichkeit für das Individuum	176
4.4	Social Media im Kontext von Schule und pädagogischen Ansätzen	179
4.4.1	Einschränkung des digitalen Medienkonsums	180
4.4.2	Media-Adoption – Nutzen der Potenziale von Social Media im Unterricht	183
4.5	Handlungsempfehlungen	190
4.5.1	An die Sekundarschülerinnen und Sekundarschüler und ihre Familien	190
4.5.2	An die Bildungsinstitutionen	191
4.5.3	An die politischen Akteurinnen und Akteure	192
5	Berufliche Bildung	195
5.1	Status quo	195
5.2	Bildungschancen und Potenziale	202
5.2.1	Bildungschancen auf der individuellen Ebene	202
5.2.2	Bildungschancen im Kontext von Schule und Betrieb	208
5.2.3	Bildungschancen im Kontext von Struktur, System und Organisation der Berufsbildung	214

5.3	Herausforderungen im Umgang mit Social Media	216
5.3.1	Herausforderungen durch Social Media auf der individuellen Ebene	216
5.3.2	Herausforderungen durch Social Media für Schule und Betrieb	221
5.3.3	Herausforderungen durch Social Media im Kontext von System, Struktur und Organisation der Berufsbildung	229
5.4	Handlungsempfehlungen	232
5.4.1	An das schulische und betriebliche Bildungspersonal	232
5.4.2	An die Bildungsinstitutionen und Betriebe	233
5.4.3	An die politischen Akteurinnen und Akteure	233
6	Hochschule	235
6.1	Status quo: Nutzung von Social Media in der Lehre	235
6.2	Bildungschancen und Potenziale durch Social Media in der Lehre	240
6.3	Herausforderungen und Widerstände in der Lehre	241
6.4	Pädagogische Ansätze/Stärkung der Kompetenzen zur Nutzung von Social Media	243
6.5	Social Media in Wissenschaft und Forschung	244
6.5.1	Nutzung von Social Media in der Forschung	244
6.5.2	Chancen und Potenziale durch Social Media in der Forschung	249
6.5.3	Herausforderungen und Widerstände in der Forschung	250
6.6	Handlungsempfehlungen	252
6.6.1	An Lehrende und Forschende	252
6.6.2	An die Hochschulen und Graduiertenschulen	253
6.6.3	An die Hochschul- und Wissenschaftspolitik	253
7	Weiterbildung	255
7.1	Status quo	255
7.2	Bildungschancen und Potenziale von Social Media	259
7.3	Herausforderungen und Widerstände	265
7.4	Pädagogische Ansätze und Stärkung von ICT-Kompetenzen	272
7.5	Handlungsempfehlungen	280
7.5.1	An Teilnehmende, Adressatinnen und Adressaten	280
7.5.2	An Institutionen und Organisationen	281
7.5.3	An Staat, Träger und Anbieter von Social Media	281

Literatur	283
Abbildungsverzeichnis	353
Tabellenverzeichnis	355
Verzeichnis der Mitglieder des AKTIONSRATSBILDUNG	357
Verzeichnis der externen Expertinnen und Experten	361