

2 Methode

Methode: Qualitative Leitfadenterviews
29.12.2021 – 06.01.2022

Stichprobe: 5 Jugendliche, 13 – 18 Jahre

Interviewlänge: 33 – 40 min. wörtliche
Transkription, Anonymität

Auswertung: kategoriengeleitet, deduktiv &
induktiv (vgl. Kuckartz, 2010; Mayring &
Brunner, 2006)

Kategoriensystem

- A Lebenswelt & Instagramnutzung**
- B Medienkompetenz** (Schorb, 2005)
- C Extremismusbezogene Medienkompetenz**
- D Prävention & Soziales Umfeld**

3 Ergebnisse

Lebenswelt & Instagramnutzung

- Täglich ca. 1 Stunde + online
- Eher passive Nutzung (Scrollen & rezipieren)
- Motive: Neugier, Interesse, Unterhaltung

Medienkompetenz

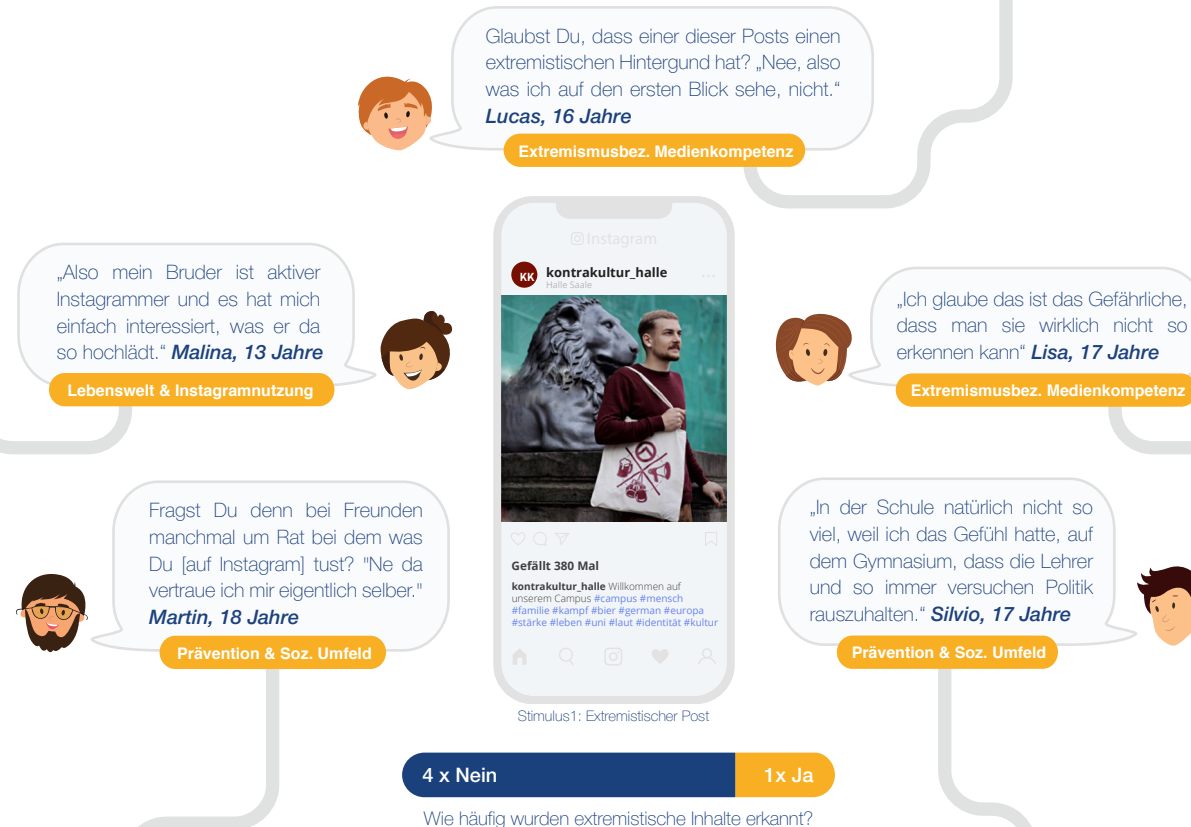
- Befragte nehmen kritische Perspektive ein, sind sich insbs. Hate und Fake News bewusst
- Entstehen falscher Rollenbilder durch Oberflächlichkeit auf Instagram
- Die Nutzung kann sehr viel Zeit verschlingen

Extremismusbezogene Medienkompetenz

- Nur einer der Jugendlichen konnte den extremistischen Hintergrund im Stimulus identifizieren
- Jugendliche sind sich des Gefahrenpotenzials in sozialen Medien bewusst

1 Forschungsfrage

Inwieweit beeinflusst das **soziale Umfeld die Wahrnehmung Jugendlicher** in Bezug auf Botschaften **extremistischer Akteur*innen** auf Instagram?



5 Diskussion

Limitationen

- Stichprobengröße/ -charakteristika
- Ggf. Bias durch Framing Primäraufgabe
- Effekte von sozialer Erwünschtheit

Extremismusbez. Medienkompetenz & Prävention

- Extremismus und Medienkompetenz wird im sozialen Umfeld wenig thematisiert

Trends und Ausblick

- Sinkende Instagramnutzung
- Forschungsbedarf: Extremismus in anderen Medien oder Apps (z.B. TikTok)
- Prävention via Social Media
- Forschungsbedarf: Influencer*innen fungieren als erweiterte Peer group und thematisieren problematische Themen (z.B. Hate)

4 Fazit

- 1 Einfluss des sozialen Umfelds ist in der Nutzung erkennbar, jedoch weniger in Bezug auf die Wahrnehmung extremistischer Botschaften
- 2 Insbesondere die Peer group (inkl. Influencer*innen), Eltern und Familie prägen die (kritische) Instagramnutzung
- 3 Wenig Thematisierung von Extremismus im sozialen Umfeld
- 4 Allgemeine kritische Medienkompetenz bei allen Befragten vorhanden, doch wissen die wenigsten, worum es sich genau bei Extremismus handelt und welche Gefahren davon ausgehen
- 5 Es herrscht deutlicher Aufklärungsbedarf in der Schule

Prävention & Soziales Umfeld

Familie

- Meinung/Rat der Eltern i.d.R. als wichtig erachtet
- Wenig Dialog über Extremismus im Familienkontext

Schule

- 2/5 kannten den Extremismusbegriff aus der Schule
- Unterrepräsentiert im Kontext der Medienkompetenz

Peer group

- Austausch wichtig & enge Verbundenheit mit Freundeskreis
- Instagramnutzung relevant; Extremismus kaum Thema
- Teils Berührung mit Extremismus im persönlichen Umfeld
- Influencer*innen greifen digitale Probleme, wie Hate, auf