

Dana Neuleitner: Selbstdarstellung von Kindern in Social Media

Beitrag aus Heft »2020/05 Ethik und KI«

Auch Kinder wollen sich online präsentieren und zeigen, was sie können und was sie ausmacht. Zu diesem Schluss kommt der Bericht ‚Kinder in Social Media‘ von jugendschutz.net.

Als Zeichen der Beliebtheit gelten auch bei dieser Altersgruppe Likes und Follower*innen. Dennoch greifen Kinder nur selten auf reichweitensteigernde Strategien wie etwa die Nutzung von Hashtags zurück. Stattdessen besteht ihr Netzwerk vor allem aus anderen Kindern oder Freund*innen, in deren Beiträgen sie häufig zu Gast sind. In ihrem Social-Media-Auftritt orientieren sich Kinder besonders an den dort vertretenen Vorbildern und adaptieren deren Verhaltensmuster, zum Beispiel bei der Begrüßung im YouTube-Video oder der Aufforderung, Kommentare oder Likes zu hinterlassen. Auf Instagram finden sich vergleichsweise mehr private Profile. Öffentlich inszenieren sich bzw. ihren Körper vor allem ältere Mädchen. Als übergreifendes Thema lässt sich feststellen, dass Kinder zum Ausdruck bringen, woran sie Spaß haben – Freundschaften, Haustiere oder Hobbys. Dabei offenbaren sich geschlechterspezifische Unterschiede: Jungen posten auf Instagram und TikTok eher Sportbilder und Online-Games und zeigen auf Instagram ihr Können, während bei Mädchen eher deren Äußeres im Fokus steht. Technisch gesehen sind die Inhalte durch die Smartphone-Kameras durchschnittlich guter Qualität, während die kreative Gestaltung eher keine Beachtung findet und auf Filter des Dienstes zurückgegriffen wird.

Obwohl die veröffentlichten Inhalte größtenteils unproblematisch sind, ergeben sich aufgrund der besonderen Schutzbedürftigkeit der Kinder dennoch Probleme. Sie verstehen etwa die Themen Datenschutz oder Privatsphäre noch nicht hinreichend – die AGB der Anbieter sind ihnen wegen schwieriger Formulierungen keine Hilfe. Solange keine sicheren und attraktiven Social-Media-Angebote für Kinder verfügbar sind, empfiehlt jugendschutz.net Eltern und pädagogischen Fachkräften gemeinsam mit den Kindern einen möglichst unaufgeregten, aber informierten Umgang mit den Plattformen.

Ausgewertet wurden 60 YouTube-Kanäle, 120 TikTok- und 30 Instagram-Profile, die öffentlich zugänglich sind und von deutschsprachigen, augenscheinlich unter 13-Jährigen genutzt werden.

<https://fis.jugendschutz.net/>