

Schriften zur Medienpädagogik 62

Don't Panic!

**Medienbildung für Mut und Resilienz
in einer Welt im Umbruch**

Sabine Eder
Markus Gerstmann
Anja Roß (Hrsg.)

kopaed (München)
www.kopaed.de

Schriften zur Medienpädagogik 62

Dem Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMBFSFJ) danken wir für die Förderung des vorliegenden Bandes.

Herausgeberin

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur
in der Bundesrepublik Deutschland (GMK) e. V.

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Oberstr. 24a
33602 Bielefeld
Fon: 0521/677 88
E-Mail: gmk@gmk-net.de
Website: gmk-net.de

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autor*innen verantwortlich.

Redaktion: Sabine Eder, Markus Gerstmann, Anja Roß, Tanja Kalwar

Lektorat: Tanja Kalwar

Einbandgestaltung und Titelillustration: Katharina Künkel, Hanna Niestegge

© kopaed 2026

Arnulfstr. 205
80634 München
Fon: 089/688 900 98
Fax: 089/689 19 12
E-Mail: info@kopaed.de
Website: www.kopaed.de

Jane Müller/Mareike Thumel

Jugendliche in kommerziellen Medioumgebungen

Digitale Technologien sind tief in die Lebenswelten Jugendlicher eingeschrieben. Die Umgebungen, in denen sie kommunizieren, sich informieren und Freizeit gestalten, sind dabei überwiegend kommerziell strukturiert. Ökonomische Logiken greifen zunehmend auch in alltäglichen Praktiken, was Hedtke (2014) als Ökonomisierung beschreibt: die marktförmige Durchdringung von Lebensbereichen, die nicht primär ökonomisch verfasst sind. Im Kontext digitaler Technologien bedeutet das konkret, dass menschliches Verhalten und menschliche Erfahrung und Aufmerksamkeit zu verwertbaren Ressourcen werden (Zuboff 2019). Phänomene wie Dark Patterns und Digital Nudging illustrieren, wie kommerzielle Interessen in Interface-Designs eingeschrieben werden und systematisch die Handlungsspielräume der Nutzer*innen strukturieren (Kammerl et al. 2023). Digitaler Kapitalismus ist dabei Funktionsprinzip ökonomischer Institutionen und zugleich prägender Faktor für Lebenswelten insgesamt (Zuboff 2019; Brandes/Zierenberg 2017).

Die Auseinandersetzung mit diesen Strukturen hat in den letzten Jahren an Intensität zugenommen. Theoretische Analysen (Niesyto 2017; Fuchs 2023), bildungspolitische Positionierungen (Initiative Bildung und digitaler Kapitalismus 2023) und konzeptionelle Rahmungen (Dander et al. 2024) haben das Feld wesentlich erschlossen. Niesyto (2017) hat dabei früh auf die Notwendigkeit hingewiesen, gesellschaftlich-strukturelle Zusammenhänge stärker in medienpädagogische Analysen einzubeziehen. Empirische Arbeiten, die zeigen, wie digital-kapitalistische Strukturen im Alltag Jugendlicher konkret wirksam werden, sind demgegenüber bisher seltener (Tischer 2025; Ross et al. 2024). Vorliegende Befunde deuten darauf hin, dass Jugendliche technisch-ökonomische Bedingungen zwar erfahren, affektiv beantworten, etwa als Kontrollverlust oder als Notwendigkeit zur Selbstregulation, diese aber selten explizit mit einer Kritik an Geschäftsmodellen oder strukturellen Machtverhältnissen verknüpfen (Tischer 2024; Kammerl et al. 2023). Vielmehr zeigen sich in ihren Deutungen Logiken eines „unternehmerischen Selbst“ (Bröckling 2007), die durch Effizienz, Zeitmanagement und Selbstoptimierung den Umgang mit kommerziellen Plattformen als individuelle Regulierungsaufgabe rahmen. Selbstregulative Strategien im Umgang mit kommerziellen Plattformen erweisen sich damit als Ausdruck ebenjener Logiken, die sie adressieren (Tischer 2025). Niesyto (2024) und Leineweber (2024) betonen vor diesem Hintergrund die Not-

wendigkeit, solche Ambivalenzen medienpädagogisch zu reflektieren und in kollektive Handlungsoptionen zu übersetzen und fordern hierfür eine empirisch fundierte Grundlage ein.

An dieses Desiderat knüpft der vorliegende Beitrag an. Auf Basis empirischer Daten aus dem Forschungsprojekt *Digitale Souveränität Jugendlicher* (DiSoJu; gefördert durch das BMBFSFJ) fragen wir, wie sich Jugendliche in kommerzialisierten digitalen Umgebungen bewegen, welche Verantwortungszuschreibungen sie vornehmen und welche Handlungsstrategien sie entwickeln. Die Ergebnisse wurden im Rahmen eines Workshops auf dem Forum Kommunikationskultur 2025 mit medienpädagogischen Fachkräften und den Expert*innen Dr. Valentin Dander und Katrin Hünemörder diskutiert. Dieser Beitrag dokumentiert diesen Prozess, indem er zunächst exemplarisch empirische Befunde vorstellt, deren Zusammenhang zur Kommerzialisierung digitaler Lebenswelten analysiert und daraus Impulse für pädagogisches Handeln auf systemischer, professioneller und individueller Ebene ableitet und diskutiert.

Projektbeschreibung

Das vom Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMBFSFJ) geförderte Projekt *Digitale Souveränität Jugendlicher* (DiSoJu) untersucht Medienpraktiken im Alltag Jugendlicher. Ziel ist es zu verstehen, wie Jugendliche digitale Angebote in ihre Lebensgestaltung integrieren und welche Handlungsspielräume sich dabei eröffnen. Die Datengrundlage bilden fokussierte Medienethnographien (Müller 2024) mit 25 Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 19 Jahren, die zwischen 2022 und 2024 in Deutschland durchgeführt wurden. Pro Fall wurden mindestens fünf Erhebungssitzungen durchgeführt, in denen ethnographische und Trace Interviews, Beobachtungen und Netzwerkkarten mit der Dokumentation medialer Artefakte (Bilder, Screenshots von Spielen oder Profilen, Videos etc.) kombiniert wurden (ebd.). Die Auswahl der Teilnehmenden berücksichtigte sozioökonomische, sozialräumliche und bildungsbezogene Heterogenität, um unterschiedliche jugendliche Lebenslagen abzubilden und einzubeziehen, einschließlich Perspektiven, die in wissenschaftlichen Untersuchungen häufig unterrepräsentiert sind (vgl. Koschmieder et al. 2021). Im Gesamtprojekt kommt die Situationsanalyse nach Clarke et al. (2018) zur Anwendung. Der vorliegende Beitrag fokussiert einen Teilaspekt des Gesamtprojekts. Im Mittelpunkt stehen die Positionierungen Jugendlicher gegenüber kommerzialisierten digitalen Umgebungen, insbesondere hinsichtlich von Verantwortungszuschreibungen und Vertrauen in Plattformen.

Ökonomische Logiken und Soziale Medien: Beispiele aus dem Alltag Jugendlicher

Die folgenden drei Beispiele sollen schlaglichtartig Facetten des jugendlichen Medienumgangs beleuchten, die allesamt auf ökonomische Interessen als omnipräsente Hintergrundfolie von Medienpraktiken verweisen. Weder geben sie das erhobene Material vollständig wieder, noch erfassen sie alle relevanten Aspekte der medienbezogenen Kommerzialisierung jugendlicher Lebenswelten. Sie dienen stattdessen als Ankerpunkte, um einen Diskussionsraum zu eröffnen, der pädagogische Auseinandersetzungen anregt und ermöglicht.

Beispiel 1: Altersverifikation

Der 17-jährige Alex erläutert im Rahmen einer Beobachtungssitzung, wie er sein Profil bei Tinder erstellt hat. Tinder, das ab einem Mindestalter von 18 Jahren genutzt werden darf, verlangt bei der Anmeldung die Angabe des eigenen Alters. Dabei handelt es sich, wie bei so vielen Angeboten, um eine reine Selbstauskunft ohne Verifikationspflicht. Eine Überprüfung findet in keiner Form statt. Hierzu kommentiert Alex:

„Man erstellt ein Profil. Ja, gut, ich musste jetzt angeben, dass ich 18 bin, weil die App erst ab 18 erlaubt ist, logischerweise.“ (Alex, 2. Erhebung)

Der Zusatz „logischerweise“ deutet an, dass Alex die Altersangabe als selbstverständlich und kaum erwähnenswert betrachtet. Die fast beiläufige Formulierung verweist darauf, dass Alex die Notwendigkeit, 18 Jahre alt zu sein, als eine Formalität betrachtet. Diese schränkt ihn jedoch nicht ein. Er kennt die Handlungsoption, ein falsches Alter, um die Altersverifikation unkompliziert zu umgehen. Dies verweist darauf, dass die Altersverifikation bei Tinder strukturell so ausgestaltet ist, dass sie eine effektive Durchsetzung des Mindestalters nicht sicherstellt, wodurch eine Registrierung minderjähriger Nutzer*innen ermöglicht wird. Aus juristischer Perspektive erfüllt Tinder damit formal die Anforderungen geltender gesetzlicher Regelungen. Alex stellt für Tinder einen volljährigen Nutzer dar. Das Unternehmen kann sich so als Hüter des Gesetzes inszenieren, ohne potenzielle Nutzer*innen auszuschließen. Damit steht Tinder nicht allein da. Im empirischen Material kommt die Verwendung von Angeboten vor dem Erreichen des offiziellen Mindestalters für die Nutzung immer wieder vor, stellt aber nie eine Hürde für die Jugendlichen dar. Im Sinne von Plattform-Governance werden solche nur formal umgesetzten gesetzlichen Regelungen Teil eines technischen und organisatorischen Arrangements, das Verhalten strukturiert, ohne es effektiv zu kontrollieren.

Beispiel 2: Digital Nudging

Die 14-jährige Ida teilt täglich mit ihren Snapchat-Kontakten Fotos. Diese zeigen auf den ersten Blick scheinbar belanglose Situationen aus Idas (Schul-)Alltag. Zu sehen sind Tische und Stühle, Federmäppchen oder Füße, aber keine Personen. Sie teilt dabei täglich ein Bild mit einer Gruppe von über 60 Kontakten. Dazu erläutert sie:

„An sich ist das ganze (lacht) Prinzip nur, man macht das eigentlich nur wegen den Flammen, aber wenn man darüber nachdenkt, ist das auch nicht so wichtig. Also manchen Leuten ist es wichtig, ich mache es halt, weil man es macht, aber das ist eigentlich auch, wenn man länger darüber nachdenkt, wird es immer unsinniger.“ (Ida, 4. Erhebung)

Die von Ida benannten „Flammen“ stellen dabei ein Designelement der Plattform dar. Snapchat beschreibt dieses Feature im eigenen Support wie folgt:

„Wenn du und deine Freunde mindestens einmal am Tag miteinander snappen, bekommt ihr eine Flamme. Sobald du es lange genug durchgehalten hast, um eine Flamme zu starten, siehst du ein Feuer-Emoji auf dem Chat-Bildschirm.“ (Snapchat Support [a] o. J.)

Sichtbar wird dieses Symbol ab dem dritten aufeinanderfolgenden Tag, an dem zwei Nutzende sich gegenseitig Bilder geschickt haben, die Flamme „erlischt“ (ebd.), sobald die kontinuierliche Reihe des Bildtaushes von einer Person für mindestens 24 Stunden unterbrochen wird. Das zunächst als spielerisches Element erscheinende Flammensymbol stellt dabei ein so genanntes Nudging-Element dar, welches explizit darauf abzielt, das Nutzungsverhalten in Richtung häufiger bzw. regelmäßiger Interaktion zu strukturieren (vgl. Kammerl et al. 2023). Immer wieder berichten Jugendliche davon, der entsprechenden Fotopraktik nachzugehen, obwohl sie diese als für sich genommen bedeutungslos betrachten, teilweise auch sonst keinen Kontakt (mehr) zu den Empfänger*innen der Fotos haben. Bei (drohendem) Verlust der Flammen empfinden die Jugendlichen den Drang, ein Foto zu versenden, oder reagieren frustriert und wütend auf ausbleibende Interaktionen. Snapchats Design definiert neben den beschriebenen Flammen und in Abhängigkeit von der Häufigkeit gegenseitiger Interaktion von zwei Kontakten eine Vielzahl weiterer Statusemojis (siehe Snapchat [b] o. J.), die ein umfassendes Freundschaftskonzept konstruieren – damit formt und strukturiert die Plattform Freundschaftspraktiken mit (Müller et al. 2025). Diese Nudging-Elemente schaffen es, die Jugendlichen fest an

die Plattform Snapchat zu binden und bescheren dem Unternehmen Snap Inc. längere Nutzungszeiten, in denen verstärkt Nutzungsdaten erzeugt, geteilt, generiert und verarbeitet werden.

Beispiel 3: Verantwortungsverschiebung

Vor allem weiblich gelesene Jugendliche berichten davon, in sozialen Medien mit Formen sexualisierter Gewalt konfrontiert zu werden. Insbesondere das unaufgeforderte Erhalten von Penisbildern („DickPics“) findet sich wiederholt im empirischen Material. Die betroffenen Jugendlichen reagieren darauf häufig mit Verstörung und/oder Wut. Sie setzen sich zur Wehr, indem sie die entsprechenden Personen blockieren und melden, müssen aber immer wieder feststellen, dass insbesondere die Meldefunktion hier keine Erleichterung bietet, da sie „nichts bringt“. In der Konsequenz beschreibt die Mehrzahl der Betroffenen, das eigene Medienhandeln anzupassen und entweder gar keine Bilder bzw. keine Gesichts- und/oder Körperbilder mehr zu posten oder gar die Nutzung der Plattformen vollständig oder zeitweise einzustellen. Zwar unterstreichen soziale Medienplattformen, dass das unaufgeforderte Versenden von sexualisierten Bildern verboten sei (etwa Snapchat [c] o. J.; Meta 2026), jedoch widersprechen die Erfahrungen der Jugendlichen einer tatsächlichen Durchsetzung dieser Regelung. Indem Schutzmechanismen zwar angeboten, jedoch nur unzureichend umgesetzt oder gar nicht wirksam werden, verschiebt sich die Verantwortung von Täter*innen auf Betroffene. Zugleich inszenieren sich Plattformen als Instanzen, die geltendes Recht durchsetzen oder dessen Durchsetzung zumindest ermöglichen, ohne jedoch auf die betroffenen Nutzer*innen zu verzichten.

Pädagogische Ansatzpunkte im Dialog mit der Praxis

Die folgenden pädagogischen Ansatzpunkte entstanden im Rahmen eines Workshop mit medienpädagogischen Fachkräften und Expert*innen auf dem Forum Kommunikationskultur 2025. Der Beitrag versteht diesen Schritt als expliziten Transfer, indem empirische Befunde und Praxisperspektiven zusammengeführt werden, um gemeinsam zu fragen, was die Ergebnisse für pädagogisches Handeln bedeuten könnten. Die nachfolgenden Impulse sind entsprechend nicht als direkte Ableitungen aus den Daten zu lesen, sondern als Ergebnis dieses gemeinsamen Aushandlungsprozesses.

Dass Jugendliche Verantwortung überwiegend bei sich selbst verorten, Plattformen zugleich misstrauen und Schutzmechanismen nur eingeschränkt als wirksam erleben, wird durch Plattformlogiken und Dark Pat-

tern befördert und verweist nicht auf individuelle Defizite. Bildungs- oder medienerzieherische Erfahrungen wurden im empirischen Material kaum benannt, ebenso fehlten Perspektiven, die Verantwortung bei Tech-Unternehmen oder staatlichen Regulierungsinstanzen verorten. Daraus ergeben sich Ansatzpunkte auf drei Ebenen.

Vor diesem Hintergrund richtete sich die Diskussion im Workshop zunehmend auf die strukturellen Bedingungen digitaler Räume. Wiederholt wurde hierfür die Metapher der „Mall“ genutzt, um zu beschreiben, dass ein Großteil der digitalen Umgebungen primär ökonomischen Interessen folgt. Gleichzeitig zeigte sich im empirischen Material, dass Jugendliche selbst kaum zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen Räumen unterscheiden, sondern ihre Nutzung vor allem entlang sozialer Beziehungen organisieren (wie etwa das „Ida-Beispiel“ aus dem Snapchatkontext illustriert). Als Gegenpole wurden beim Forum Kommunikationskultur daher nicht-kommerzielle Bildungs- und Begegnungsräume wie Bibliotheken, Jugendzentren oder Schulen ebenso diskutiert wie digitale Alternativen und gemeinnützige Infrastrukturen. Dabei blieb zugleich offen, wie attraktiv und alltagsrelevant solche Angebote im Vergleich zu etablierten Plattformen tatsächlich sind. Daraus leitete sich die Forderung ab, nicht-kommerzielle Räume stärker zu fördern und auszubauen, kommerzielle Plattformen zugleich aber transparenter zu machen und pädagogisch zu begleiten.

Auf systemischer Ebene standen insbesondere Fragen von Regulierung, Verantwortung und politischer Gestaltung im Mittelpunkt. Im Workshop wurden unter anderem stärkere Verpflichtungen von Tech-Unternehmen, die Förderung partizipativer und nicht-kommerzieller digitaler Infrastrukturen, eine stärkere Unterstützung von Jugendmedienschutz und medienpädagogischer Arbeit sowie kommunale Strategien, die Bedarfe Jugendlicher mit Perspektiven zivilgesellschaftlicher Akteur*innen zusammenführen, genannt. Die Diskussion machte dabei deutlich, dass bestehende Regulierungsmechanismen häufig formal erfüllt werden, ohne Jugendliche praktisch wirksam zu schützen. Verantwortung verschiebt sich dadurch zunehmend auf einzelne Nutzer*innen, während ökonomische Logiken und Plattforminteressen im Hintergrund verbleiben.

Für die medienpädagogische Praxis verwies die Diskussion wiederholt auf die Bedeutung von Reflexions- und Gesprächsräumen, in denen Jugendliche Erfahrungen teilen, Störungen benennen und eigene Strategien gemeinsam einordnen können. Zugleich wurde betont, dass viele Fähigkeiten und Umgangsweisen bereits vorhanden sind, jedoch überwiegend implizit und häufig im Sinne eines „Learning by Doing“ erworben werden. Daraus ergab sich die Forderung, Kompetenzen stärker sichtbar zu ma-

chen und Wissen über Plattformmechanismen, Datenflüsse, Belohnungsstrukturen und ökonomische Interessen stärker in pädagogische Kontexte einzubringen. Deutlich wurde zudem die Notwendigkeit, pädagogische Fachkräfte, Lehrkräfte, Eltern und weitere Multiplikator*innen fortzubilden, auch vor dem Hintergrund, dass sich Plattformlogiken und digitale Umgebungen kontinuierlich verändern. Wiederholt wurde außerdem hervorgehoben, dass Jugendliche in ihren Erfahrungen ernst genommen und Beteiligungsprozesse nicht rein symbolisch gestaltet werden sollten. In diesem Zusammenhang wurde auch die Bedeutung von Peer-Support, partizipativen Formaten und nicht-wertenden Gesprächsangeboten betont.

Darüber hinaus wurde diskutiert, bestehende Bewältigungsstrategien Jugendlicher stärker anzuerkennen und daran anzuknüpfen. Resilienz wurde dabei nicht als individuelle Eigenschaft verstanden, die strukturelle Bedingungen kompensiert, sondern als Fähigkeit, sich in komplexen digitalen Umgebungen orientieren und handlungsfähig bleiben zu können. Dies ist eine Unterscheidung, die pädagogisch relevant ist, um Verantwortung nicht erneut zu individualisieren. Als wichtige Ressourcen wurden unter anderem Kreativität, Zugehörigkeitserfahrungen und Selbstwirksamkeit benannt. Gleichzeitig wurde die Notwendigkeit betont, Alternativen zu plattformförmigen Anerkennungs- und Drucklogiken sichtbar zu machen und Perspektivwechsel etwa über aktive Medienarbeit oder biographische Reflexion zu ermöglichen.

Über die unterschiedlichen Diskussionen hinweg zeigte sich wiederholt ein gemeinsamer Grundgedanke und übergreifender Befund: Jugendliche verfügen bereits über umfangreiche Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Umgebungen, ihre Handlungsmöglichkeiten bleiben jedoch durch strukturelle Rahmenbedingungen begrenzt. Gleichzeitig prägen kommerzielle Logiken einen Großteil der digitalen Räume, ohne dass diese Zusammenhänge im Alltag systematisch thematisiert werden. Beteiligung erschien vor diesem Hintergrund als zentrale Voraussetzung für Selbstwirksamkeit, Selbstsicherheit und resiliente Handlungsfähigkeit.

Fazit

Der vorliegende Beitrag zeigt, dass kommerzielle Logiken digitale Umgebungen strukturieren, in denen Jugendliche ihren Alltag gestalten. Sie bilden eine Hintergrundfolie, die selten explizit sichtbar wird, aber alltägliche Medienpraktiken durchzieht. Jugendliche begegnen diesen Logiken überwiegend pragmatisch, indem sie Strategien und Umgangsweisen mit denselben entwickeln. Ein Ausbrechen aus diesen Plattformlogiken zeigt

sich empirisch nur äußerst selten. Verantwortung für den Medienumgang suchen Jugendliche überwiegend bei sich selbst. Plattformen, Tech-Unternehmen und staatliche Regulierung werden dabei kaum adressiert. Die gemeinsame Beschäftigung mit diesen Befunden machte im Workshop zentrale Leerstellen sichtbar. Strukturelle Bedingungen werden von Jugendlichen zwar erfahren und affektiv beantwortet, aber selten zum Gegenstand bewusster Auseinandersetzung. Bildungs- und medienerzieherische Erfahrungen, die genau hier ansetzen, fehlen im Alltag der Jugendlichen weitgehend. Daraus ergeben sich pädagogische Ansatzpunkte, die über individuelle Kompetenzförderung hinausgehen. Medienpädagogik ist gefordert, nicht nur Wissen über Plattformmechanismen und ökonomische Interessen zu vermitteln, sondern auch Räume zu eröffnen, in denen Plattformlogiken, Verantwortlichkeiten und Alternativen gemeinsam verhandelbar werden. Das schließt systemische Perspektiven ein, denn solange regulatorische Vorgaben lediglich formal erfüllt, jedoch nicht wirksam durchgesetzt und damit praktisch wirkungslos bleiben, verschiebt sich Verantwortung weiter auf einzelne Nutzer*innen, also auch auf die Jugendlichen.

Zugleich reflektiert dieser Beitrag den Transferschritt selbst. Pädagogische Implikationen folgen nicht unmittelbar aus empirischen Daten, sondern entstehen im Dialog zwischen Forschung und Praxis. Dabei bringen medienpädagogische Fachkräfte als Expert*innen umfassende Erfahrungen aus der Auseinandersetzung mit der Lebenswelt Heranwachsender ein und spiegeln diese im kollegialen Austausch an den empirischen Forschungsbeispielen. Unser Dank gilt den medienpädagogischen Fachkräften sowie den Expert*innen Dr. Valentin Dander und Katrin Hünemörder für ihre Beiträge im Rahmen des Forum Kommunikationskultur 2025, die die Entwicklung dieser Ansatzpunkte maßgeblich unterstützt, ja erst ermöglicht haben.

Anmerkung

- 1 Zum Schutz der betroffenen Jugendlichen verzichten wir im Kontext von Gewalterfahrungen auf die Nennung von Pseudonymen und reduzieren wörtliche Zitate auf ein kleinstmögliches Maß.

Literatur

- Brandes, Sören/Zierenberg, Malte (2017): Doing Capitalism. Praxeologische Perspektiven. In: Mittelweg, 36, 1, 3–24.
- Clarke, Adele E./Friese, Carrie/Washburn, Rachel (2018): Situational analysis: Grounded theory after the interpretive turn. Thousand Oaks: SAGE.

- Dander, Valentin/Grünberger, Nina/Niesyto, Horst/Pohlmann, Horst (Hrsg.) (2024): Bildung und digitaler Kapitalismus. München: kopaed.
- Fuchs, Christian (2023): Der digitale Kapitalismus: Arbeit, Entfremdung und Ideologie im Informationszeitalter. Weinheim: Beltz Juventa.
- Initiative Bildung und digitaler Kapitalismus. (2023): Bildung und digitaler Kapitalismus: Ein Positionspapier. Abrufbar unter: <https://bildung-und-digitaler-kapitalismus.de/positionspapier/> [Stand: 14.05.2026].
- Kammerl, Rudolf/Kramer, Michaela/Müller, Jane/Potzel, Katrin/Tischer, Moritz/Wartberg, Lutz (2023): Dark Patterns und Digital Nudging in Social Media — wie erschweren Plattformen ein selbstbestimmtes Medienhandeln? Expertise für die Bayerische Landeszentrale für neue Medien. Baden-Baden: Nomos.
- Koschmieder, Nikola/Wyss, Sabrina/Pfister, Andreas (2021): „Es ist die Suche nach der Nadel im Heuhaufen“. Methodologische Reflexionen zur Rekrutierung sozioökonomisch benachteiligter Familien in qualitative Studien. In: Forum Qualitative Sozialforschung, 22, 2, Artikel 6. DOI: <https://doi.org/10.17169/FQS-22.2.3609> [Stand: 14.05.2026].
- Leineweber, Christian (2024): Widersprüche des Fortschritts. Perspektiven einer medienpädagogischen Kapitalismuskritik. In: Dander, Valentin/Grünberger, Nina/Niesyto, Horst/Pohlmann, Horst (Hrsg.): Bildung und digitaler Kapitalismus. München: kopaed, 129–141.
- Meta (2026): „Mobbing und Belästigung: Richtlinienetails“. Abrufbar unter: <https://transparency.meta.com/de-de/policies/community-standards/bullying-harassment/> [Stand: 14.05.2026].
- Müller, Jane (2024): Medienpraktiken erforschen mit fokussierten Medienethnographien: Eine multimodale Erhebungsmethode zur Analyse der Verwobenheit von Menschen und Medien in der Digitalität. In: MedienPädagogik (Jahrbuch Medienpädagogik 21), 159–186. DOI: <https://doi.org/10.21240/mpaed/jb21/2024.09.07.X> [Stand: 14.05.2026].
- Müller, Jane/Tischer, Moritz/Thumel, Mareike (2025): Konstruktion von Agency am Beispiel invertierter Selfies: Multi-methodische Analyse der Verwobenheit von Bildpraktiken auf Snapchat mit dem Alltag Jugendlicher. In: Reißmann, Wolfgang/Venema, Rebecca/Autenrieth, Ulla/Brüggen, Niels (Hrsg.): Visual Literacy: Bildkompetenzen in den digitalen Medien. Sammelband zur Dokumentation der gemeinsamen Jahrestagung der DGpuK-Fachgruppen Visuelle Kommunikation und Medienpädagogik, in Kooperation mit JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Köln: Herbert von Halem Verlag, 78–97.
- Niesyto, Horst (2017): Medienpädagogik und digitaler Kapitalismus. Für die Stärkung einer gesellschafts- und medienkritischen Perspektive. In: MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung, 27, 1–29. DOI: <https://doi.org/10.21240/mpaed/27/2017.01.13.X> [Stand: 14.05.2026].

- Niesyto, Horst (2024): Digitaler Kapitalismus. Analysen, Herausforderungen, Bildungsbezüge. In Dander, Valentin/Grünberger, Nina/Niesyto, Horst/Pohlmann, Horst (Hrsg.): *Bildung und digitaler Kapitalismus*. München: kopaed.15–28.
- Ross, Morgan Quinn/Gilbert, Alicia/Klingelhoef, Julius/Matassi, Mora/Nassen, Lise-Marie/Van Bruyssel, Sara/Verlinden, Alice/Parry, Douglas A. (2024): Mapping a pluralistic continuum of approaches to digital disconnection. In: *Media, Culture & Society*, 46, 4, 851–862. DOI: <https://doi.org/10.1177/01634437241228785> [Stand: 14.05.2026].
- Snapchat Support [a]. (o. J.): „Wie funktionieren Flammen und wann laufen sie ab?“. Abrufbar unter: <https://help.snapchat.com/hc/de/articles/7012394193684-Wie-funktionieren-Flammen-und-wann-laufen-sie-ab> [Stand: 14.05.2026].
- Snapchat Support [b]. (o. J.): „Was bedeuten meine Freundschafts-Emojis auf Snapchat?“. Abrufbar unter: <https://help.snapchat.com/hc/de/articles/7012335460372-Was-bedeuten-meine-Freundschafts-Emojis-auf-Snapchat> [Stand: 14.05.2026].
- Snapchat Support [c]. (o. J.): „Wie melde ich Missbrauch, illegale Inhalte oder andere Verstöße bei Snapchat?“. Abrufbar unter: <https://help.snapchat.com/hc/de/articles/7012399221652-Wie-melde-ich-Missbrauch-illegale-Inhalte-oder-andere-Verstöße-bei-Snapchat> [Stand: 14.05.2026].
- Tischer, Moritz (2024): Kritisch detoxen? Digital Disconnection zwischen Medien, Bildung und kritischer Praxis. In: *merzWissenschaft*, 68, 6, 101–112. DOI: <https://doi.org/10.21240/merz/2024.6.9> [Stand: 14.05.2026].
- Tischer, Moritz (2025): Kapitalismus abschalten? Digital Detox im postdigitalen Alltag Jugendlicher zwischen Ausweg und Stabilisierung für Digitalen Kapitalismus. In: *Medienimpulse*, 63, 4. DOI: <https://doi.org/10.21243/mi-04-25-21> [Stand: 14.05.2026].
- Zuboff, Shoshana (2019): *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt/New York: Campus Verlag.

Lizenz

Der Artikel steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Die Namen der Urheberinnen sollen bei einer Weiterverwendung genannt werden. Wird das Material mit anderen Materialien zu etwas Neuem verbunden oder verschmolzen, sodass das ursprüngliche Material nicht mehr als solches erkennbar ist und die unterschiedlichen Materialien nicht mehr voneinander zu trennen sind, muss die bearbeitete Fassung bzw. das neue Werk unter derselben Lizenz wie das Original stehen. Details zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>. Einzelbeiträge werden unter www.gmk-net.de/publikationen/artikel veröffentlicht.