



Jugendlicher Alltag in der Digitalität

Empirische Einblicke in Medienpraktiken und
Handlungsspielräume aus dem Projekt
„Digitale Souveränität Jugendlicher“

Dr. Jane Müller

„Wege zur souveränen Mediennutzung in Jugendarbeit, Schule
und medienpädagogischer Praxis“

Gautinger Internettreffen 2026

Gauting, 25.03.2026

Digital souveräne Jugendliche?

Digitale Souveränität „als die Möglichkeit, digitale Medien selbstbestimmt und unter eigener Kontrolle zu nutzen und sich an die ständig wechselnden Anforderungen in einer digitalisierten Welt anzupassen. Digital souveränes Handeln ist einerseits an individuelle Voraussetzungen gebunden, nämlich eine hinreichende Medienkompetenz der Person, und andererseits an die Bereitstellung entsprechender Technologien und Produkte “ (Aktionsrat Bildung 2018, S. 12)

Oder doch besser ein Social-Media-Verbot?

- Öffentliche Diskussion und politische Forderung eines Social-Media-Verbots für unter 16-Jährige (Vorbild: Australien)
- Argumentation häufig über psychische Gesundheit und **Schutzauftrag** (u.a. Brailovskaia et al., 2025; siehe auch Meineck, 2025)

Leitfragen

- Welche Rolle spielen Medienpraktiken im Alltag (und für das Aufwachsen) Jugendlicher?
- Welche Rolle nehmen Jugendliche innerhalb von Medienpraktiken ein?

Projektkontext und Erhebung

- „Digitale Souveränität Jugendlicher“
- Nachwuchsforschungsgruppe (BMBFSFJ)
- 28 Jugendliche zwischen 14 und 19 Jahren
- fokussierte Medienethnographien (Müller 2024)

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Bildung, Familie, Senioren,
Frauen und Jugend

RAHMENPROGRAMM

EMPIRISCHE

**BILDUNGS-
FORSCHUNG**

Theorieanlage und Analysezugang

Analysezugang

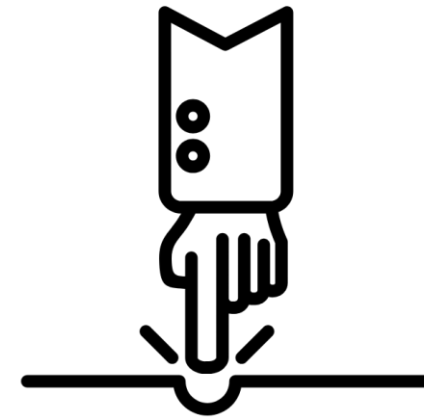
Relationale
Theorieanlage



Beobachtungseinheit
Medienpraktiken



Fragen nach
Agency



Medienpraktiken

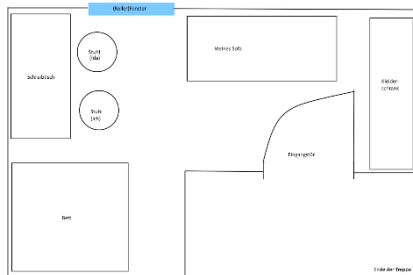
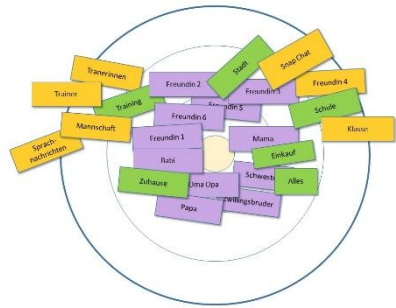
- Praktiken als routiniert, automatisiert und oft unbewusst vollzogene Typen von Aktivitäten (Reckwitz 2003)
- Medienpraktiken: Prozesse des alltäglichen Handelns, in denen Menschen und Medien in wechselseitige Relation gesetzt werden (Dang-Anh et al. 2017)
- Dezentrierung menschlicher Subjekte (Reckwitz 2003; Schadler 2013 S. 54)
- Dezentrierung von Medien (Penzoldt et al. 2024)

Handlungsspielräume und Wirkgefüge

- Relationale Agency (Burkitt 2016)
 - NICHT vollständige Un/Abhängigkeit, sondern graduelle Verteilung über vielfältige Relationen
 - NICHT reflexive Entscheidung, sondern weite Definition als Effekt auf Welt und/oder andere
- zeigt sich situativ (u.a. Schüttpelz 2013; Dander/Neubauer/Aßmann 2023)
- zeitliche Dimension (Emirbayer/Mische 1998)

Methodische Umsetzung

(1) sehr breite/offene Erhebung



Methodische Umsetzung

(2) Komplexitäts-
erhaltende
Auswertung mittels
Situationsanalyse

(Clarke et al. 2018;
auch Thumel et al. in
Druck)

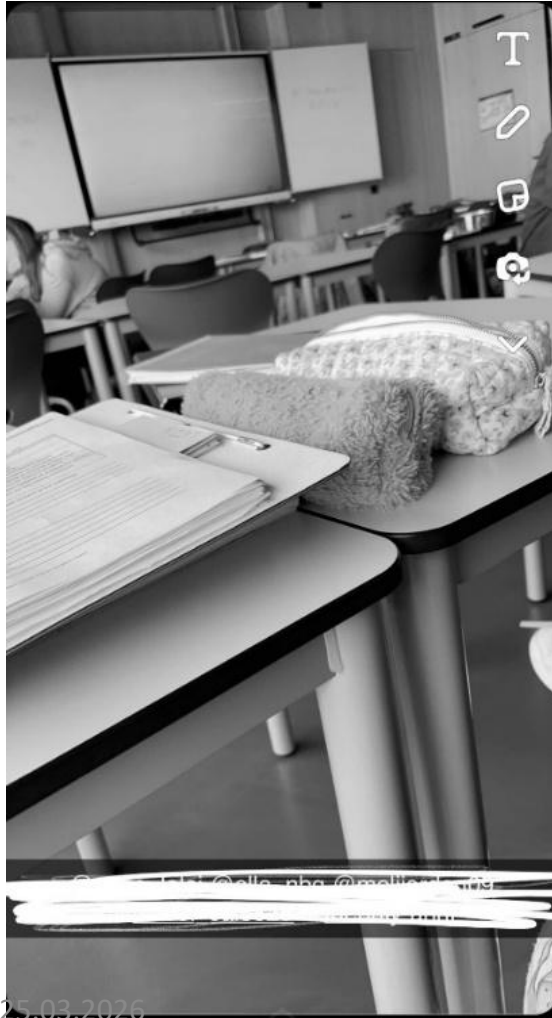
Selbstoptimierungsdiskurse	Leistungsethik	iPhone	
TikTok (Unternehmen)	Dark Pattern	Konzepte von Erfolg	
Ida	For-You-Page	Bildschirmzeit-Feature	Leistungsdiskurse
TikTok (App)	Ethnograph	Selbststeuerung	
	Individualisierungsdiskurse		
Vorstellungen produktiver vs. unproduktiver Zeit	Timer-Benachrichtigung		
	content creators	Mutter	
Sanduhr-Symbol	Diskurse um (die Folgen von) Social Media		
TiKTok als Versuchung	Apple (Unternehmen)		
Zeit als Ressource	content creators als potenzielle Vorbilder		

Methodische Umsetzung

(3) Analysezugriff über Momente, in denen Medienpraktiken irritiert werden (Thumel et al. In Druck)

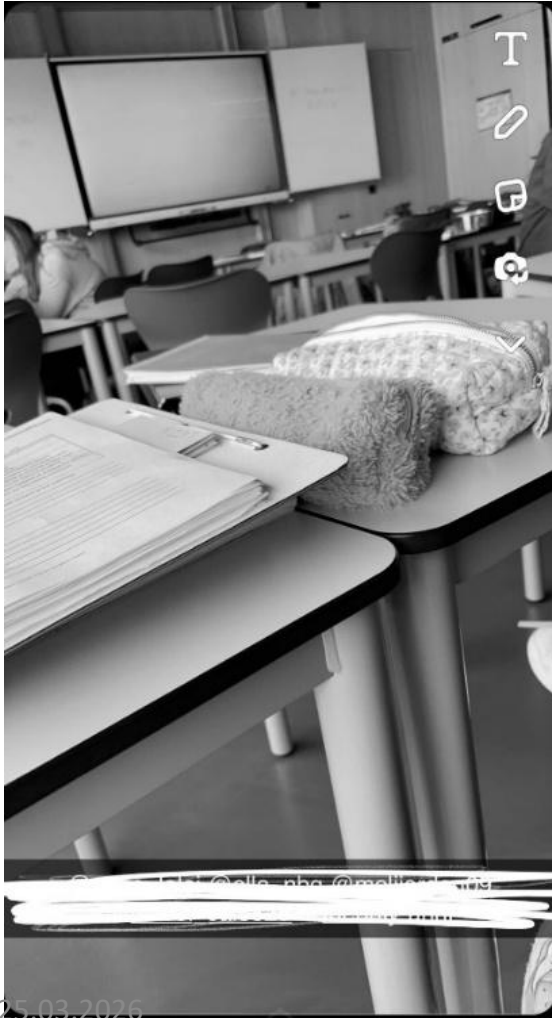
- Analyse der „Frage . . . , wie Medien einbezogen, umgedeutet, angeeignet oder gemieden werden“ über Routinen und ihre Brüche (Pentzold et al. 2024)
- Medien machen „sich im praktischen Vollzug unsichtbar“ und werden nur in Momenten der Dysfunktion und Störung sichtbar (Wagner et al. 2023: 10).

Beispiel 1: Freundschaft gestalten



- weite Verbreitung von Snapchat
- wiederkehrende Verweise auf und hohe Bedeutung von „Flammen“

Beispiel 1: Freundschaft gestalten



„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. Sitzung, Abs. 129)

Beispiel 1: Freundschaft gestalten

Flamme!

Ein Feuer-Emoji bedeutet, dass ihr eine [Flamme](#) habt! Dies wird neben der Anzahl der Tage angezeigt, an denen du und ein Freund euch gegenseitig kontinuierlich Snaps gesendet habt.

Flamme endet

Ein Sanduhr-Emoji bedeutet, dass eure Flamme bald erlischt! Du und deine Freunde müsst euch innerhalb von 24 Stunden einen Snap schicken, sonst geht eure Flamme verloren.

Beispiel 1: Freundschaft gestalten

💕 Bester Freund aller Zeiten

Rosa Herzen bedeuten, dass ihr zwei Monate in Folge jeweils der Beste Freund des anderen seid.

❤️ Superbester Freund

Ein rotes Herz bedeutet, dass ihr zwei Wochen in Folge jeweils der Beste Freund des anderen seid.

💛 Besties

Ein gelbes Herz bedeutet, dass ihr jeweils der Beste Freund des anderen seid. Du hast diesem Snapchatter die meisten Snaps gesendet und er/sie hat dir ebenfalls die meisten Snaps gesendet.

😊 BFs

A Smiley-Emoji bedeutet, dass er/sie eine/r deine besten Freunde ist! Du hast diesem Snapchatter viele Snaps gesendet, aber er/sie ist nicht dein Bester Freund bzw. deine Beste Freundin.

😬 Gemeinsame Besties

Ein grimmiges Emoji bedeutet, dass ihr beide denselben Besten Freund habt.

Beispiel 1: Freundschaft gestalten

- Plattformlogik wird über verschiedene Mechanismen wirksam
 - Kontinuität wird über Flammen gamifiziert
 - Metriken machen Beziehungsintensität sichtbar
- Sozial geteilte Medienpraktiken
 - (assoziierte) Peer-Erwartung
 - soziale Kosten des Nicht-Postens
- Bedeutung personenbezogener Daten

Beispiel 1: Freundschaft gestalten

- Ambivalenz der Nutzung von Snapchat
 - Beziehungen gestalten
 - Kontrolle über Selbstdarstellung und eigene Daten
- wirksame Affordanzen der Plattform als Selbstverständlichkeit
 - Aber: Umgehen der Aufforderung zur Selbstdarstellung
- Handlungsspielräume ergeben sich aus Zusammenspiel

Beispiel 2: Sichtbarkeit regulieren



- Snapmap als „praktische“ Funktion und schöne Spielerei
- Ambivalenz zwischen Partizipation und Schutz eigener Privatsphäre

Beispiel 2: Sichtbarkeit regulieren



„Ja, die Leute, d/ äh die (.) ich da habe, so die (.) waren **eh schon alle mal bei mir daheim**. Und ich glaube, so der grundlegende Punkt war (.) ähm (.) / Ich glaube, ich habe da eine Feier oder so gegeben, irgendwie e Woche später. Und ich wollte wissen, dass alle wissen, wo ich circa wohne. Dass niemand sagt: "Ey, ich bin da und da." Und dass es irgendwie / Ich / ich weiß nicht, // dass es ein / anderes WOHNORT gibt. Aber (.) nicht, dass die irgendwo anders hinfahren. Und dann war so das / Und dann können die da (.) nachschauen. Und seitdem habe ich, // als ich das / so angela/ angemacht habe, hatte ich auch direkt zehn Leute mir auf Snap Map von Leuten, die ich kannte. Weil die gesehen haben: Ey, die hat für mich auch an. Tue ich sie bei mir auch rein. So, // wegen, das ist dann so ein / so mäßig: **Ja, ich vertraue dir (.) / mit meinem Standort. Dann vertraust du mir auch.**“ (Romy, 16 Jahre, Sitzung 5)

Beispiel 2: Sichtbarkeit regulieren

- Plattformlogik wird über verschiedene Mechanismen wirksam
 - Gamifizierung über Avatare (Bitmojis)
 - Selbstdarstellung als geschützte Plattform (selbstlöschende Bilder; „sicher zu Hause“-Funktion)
 - Widgets als vereinfachter Zugriff
- Sozial geteilte Medienpraktiken
 - gegenseitiges Standortteilen als Vertrauensbeweis
 - zu intensives Folgen als „Stalking“
- Fehlen des Diskurses um Datenschutz/Privatsphäre

Beispiel 2: Sichtbarkeit regulieren

- Ambivalenz der Snapmap
 - Kontrollfunktionen in Bezug auf eigene Kontakte über Geistmodus
 - ABER: Snapmap kann, einmal aktiviert, nicht mehr entfernt werden
 - Nutzende bleiben für Snap Inc. permanent sichtbar
- Wirksame Gamifizierung und das Gefühl von Kontrolle über eigene Daten
- Handlungsspielräume der Nutzenden bleiben begrenzt

Diskussion

- Digitalität setzt der Wirklichkeitskonstruktionen der Jugendlichen „Leitplanken“
- Medien erscheinen als Hintergrundbedingungen
- Handlungsmöglichkeiten verteilt und ändern sich situativ und relational

Diskussion

- Jugendliche nicht ohne eigene Verantwortung
 - Technik nicht als determinierend
 - Bedeutung situativen, relationalen Zusammenwirkens
- Wird in Momenten der Störung, Irritation oder von Brüchen sichtbar

Diskussion

Rolle der Tech-Unternehmen

- (1) Regulierung wird formal erfüllt, aber praktisch unterlaufen
- (2) Verantwortung wird individualisiert anstatt sie strukturell zu adressieren
- (3) ökonomische Steuerungslogiken sind sozial verankert und werden nicht (bewusst) wahrgenommen

Jugendliche in kommerziellen Medienwelten

- (1) optimieren sich selbst
- (2) schützen sich selbst
- (3) vertrauen nicht in Plattformen

Fazit: Zwischen Individualisierung und Verantwortungszug

Widerspruch alleinige Verantwortung vs. Verantwortungszug

→ Reduktion situativer Komplexität

Bedeutung der Analyse konkreter Situation

- situative und relative Souveränität als mögliches Ziel
- Auseinandersetzung mit Formen des zeitweisen Rückzugs

Mögliche Ideen für die pädagogische Praxis

1. Gemeinsame Analyse von Medienpraktiken

- Was tun die Jugendlichen?
- In welchen Konstellationen findet dieses Tun statt?

2. unsichtbare Logiken adressieren

- algorithmische Sortierung
- Dark Patterns
- ökonomische Anreize

3. Relationale Verteilung thematisieren

- Grenzen individueller und pädagogischer Steuerbarkeit

Quellen

Aktionsrat Bildung. 2018. *Digitale Souveränität und Bildung: Gutachten*. Unter Mitarbeit von Hans-Peter Blossfeld, Wilfried Bos, Hans-Dieter Daniel, Bettina Hannover, Olaf Köller, Dieter Lenzen, Nele McElvany et al. 1. Auflage.

Münster: Waxmann. https://www.aktionsrat-bildung.de/fileadmin/Dokumente/Gutachten_pdfs/ARB_Gutachten_Digitale_Souveraenitaet.pdf.

Brailovskaia, Julia, Johannes Buchmann, Ralph Hertwig, Thomas Metzinger, Christian Montag, Ahmad-Reza Sadeghi, Silvia Schneider, Indra Spiecker genannt Döhmann, und Annie Waldherr. 2025. «Soziale Medien und die psychische Gesundheit von Kindern und Jugendlichen». Unveröffentlichtes Manuskript.

Burkitt, Ian. 2016. «Relational agency». *European Journal of Social Theory* 19 (3): 322–39. <https://doi.org/10.1177/1368431015591426>.

Clarke, Adele E., Carrie Friese, und Rachel Washburn. 2018. *Situational Analysis: Grounded Theory After the Interpretive Turn*. Second edition. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: Sage.

Dander, Valentin, Olga Neuberger, und Sandra Aßmann. 2023. «An digitalen Medienkulturen partizipieren. Eine kritische Betrachtung des Konzepts der participatory culture». In *Bildung und Digitalität*, herausgegeben von Sandra Aßmann, und Norbert Ricken, 217–45. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30766-0_9.

Dang-Anh, Mark, Simone Pfeifer, Clemens Reisner, und Lisa Villioth. 2017. «Medienpraktiken. Situieren, erforschen, reflektieren. Eine Einleitung». <https://doi.org/10.25969/mediarep/1702>.

Emirbayer, Mustafa, und Ann Mische. 1998. «What Is Agency?». *American Journal of Sociology* 103 (4): 962–1023. <https://doi.org/10.1086/231294>.

Quellen

Meineck, Sebastian. 2025. «Die magische Anziehungskraft des Social-Media-Verbots: Leopoldina-Papier unter der Lupe:». Unveröffentlichtes Manuskript. <https://netzpolitik.org/2025/leopoldina-papier-unter-der-lupe-die-magische-anziehungskraft-des-social-media-verbots/>.

Müller, Jane. 2024. «Medienpraktiken erforschen mit fokussierten Medienethnographien: Eine multimodale Erhebungsmethode zur Analyse der Verwobenheit von Menschen und Medien in der Digitalität». *MedienPädagogik Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* (Jahrbuch 21): 159–86. <https://www.medienpaed.com/article/view/1886>.

Pentzold, Christian, Peter Gentzel, und Wolfgang Reißmann. 2024. *Was machen Menschen und Medien?* Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-43998-9>.

Reckwitz, Andreas. 2003. «Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken / Basic Elements of a Theory of Social Practices». *Zeitschrift für Soziologie* 32 (4): 282–301. <https://doi.org/10.1515/zfsoz-2003-0401>.

Schadler, Cornelia. 2013. *Vater, Mutter, Kind werden: Eine posthumanistische Ethnographie der Schwangerschaft*. Kulturen der Gesellschaft 8. Bielefeld: transcript. <https://www.degruyterbrill.com/isbn/9783839422755>. <https://doi.org/10.14361/transcript.9783839422755>.

Schüttpelz, Erhard. 2013. «Elemente einer Akteur-Medien-Theorie». In *Akteur-Medien-Theorie*, herausgegeben von Tristan Thielmann, und Erhard Schüttpelz, 9–70. Science studies (Bielefeld, Germany). Bielefeld: transcript.

Thumel, Mareike, Müller, Jane, Hammer, Alexandra & Tischer, Moritz (in Druck). Medienpraktiken als empirische Herausforderung. Situationsanalytische Perspektiven auf die (Neu)Verflechtung von Agency in Irritationsmomenten. *ZQF – Zeitschrift für Qualitative Forschung* 27 (2).

Wagner, Elke, Ilona Nord, und Oliver Adam. 2023. «Digitalisierung als Störung?». *1424-3636*, 1–21. <https://doi.org/10.21240/mpaed/00/2023.03.28.X>.