

ALTERSGRUPPE

10 - 12 JAHRE



Entwicklungspsychologische Phase (Wicki, 2024):

- Beginn der Pubertät, biologische Prozesse und Veränderungen während der Geschlechtsreife
- hormonelle Umstellung, Veränderung des Aussehens > Körperschamgefühle, Entwicklung der Sexualität
- Verfügen über Wissen und Abstraktionsvermögen > relevant für wissenschaftliches Denken und soziale Beziehungen
- Entwicklung eigener, überdauernder Interessen
- Identitätsentwicklung, moralische Entwicklung

Medienbezogene Fähigkeiten (Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft, o.D.; Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle o.D.):

- können fiktionale und reale Geschichten unterscheiden
- Spannungs- und Bedrohungsmomente können verarbeitet werden, aber positive Auflösung von Konfliktsituationen bleibt erwünscht
- suchen Identifikationspotenziale, allerdings weniger stark als jüngere Kinder

Medienbezogene Fähigkeiten in Bezug zum Thüringer Bildungsplan (Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport, 2023):

- kennen ausgewählte Geräte zur Mediennutzung, Medienanwendungen und können diese zielgerichtet bedienen und einsetzen
- können sich in der Medienvielfalt orientieren und bewusst auswählen
- beschreiben und hinterfragen das eigene Medienverhalten, unterscheiden verschiedene Medienangebote und Wirkungsabsichten,
- entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Rolle der Medien bei der Gestaltung des individuellen und gesellschaftlichen Lebens.

Diese Medienangebote nutzt die Zielgruppe (Feierabend et al., 2022):

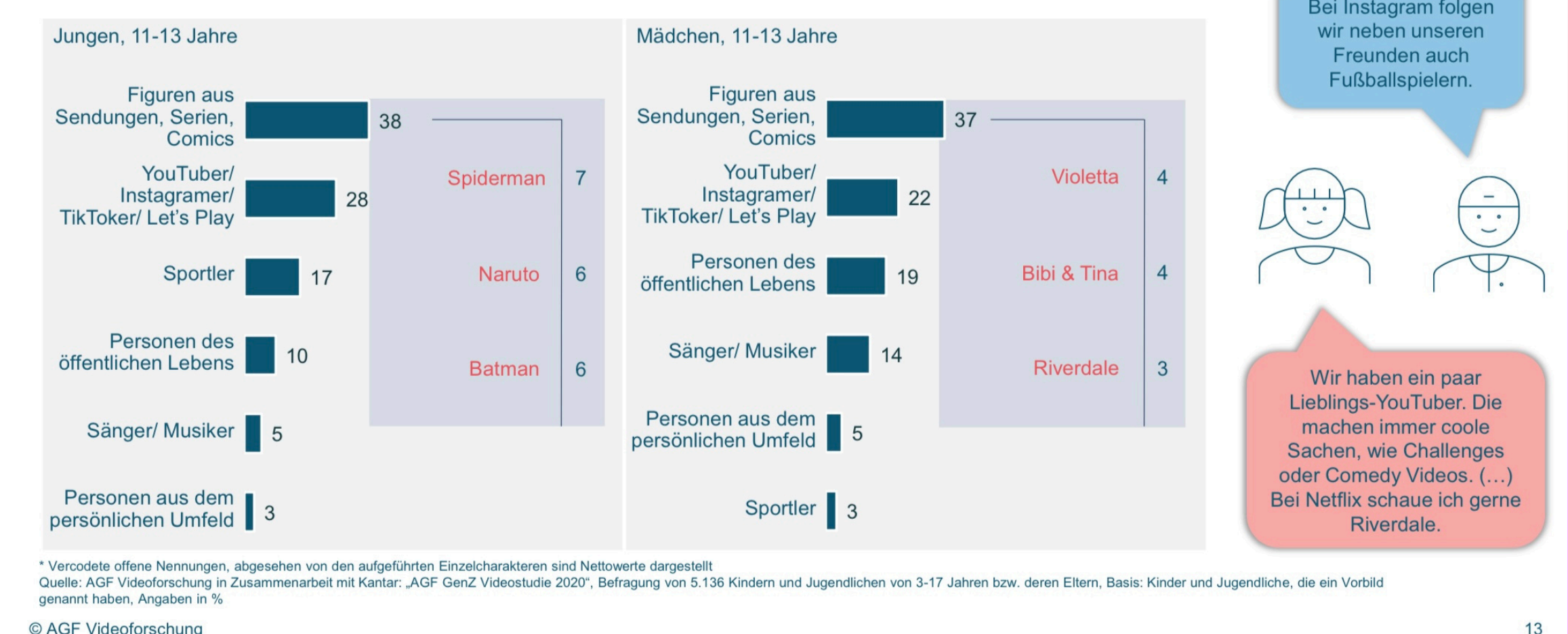
- **Fernsehen:** regelmäßige Ausübung
 - Wissensformate: 10-11 Jahre: 52 %, 12-13 Jahre: 40 %
 - Nachrichtenquelle
 - Beispiel Nachrichtenverfolgung Ukraine-Krieg im Fernsehen: 10-11 Jahre: 31 %, 12-13 Jahre: 43 %
- **Smartphone und Tablet:**
 - Besitzt ein eigenes Smartphone: 10-11 Jahre: 58 %, 12-13 Jahre: 81 %
 - v.a. Textnachrichten schicken, Apps nutzen und Sprachnachrichten schicken
 - Nachrichten in Form von Text, Bilder und Videos: 10-11 Jahre: 63 %; 12-13 Jahre: 85 %
- Gaming über **PC, Laptop, Tablet oder Spielekonsole**
- **Digitale Spiele:** 10-11 Jahre: 67 %; 12-13 Jahre: 76 %
- **Internet:** 10-11 Jahre: 85 %; 12-13 Jahre: 99 % (Feierabend et al., 2022)
- Nutzung **Soziale Medien und Apps** (Feierabend et al., 2022):
 - **WhatsApp** täglich: 10-11 Jahre: 60%, 12-13 Jahre: 75%
 - **YouTube** alleine nutzen: 10-11 Jahre: 48 %, 12-13 Jahre: 70 %
 - **TikTok** täglich: 10-11 Jahre: 22 %, 12-13 Jahre: 32 %
 - **Instagram** täglich: 10-11 Jahre: 5 %, 12-13 Jahre: 21 %
 - **Snapchat** täglich: 10-11 Jahre: 6 %, 12-13 Jahre: 14 %
 - **Facebook** täglich: 10-11 Jahre: 6 %, 12-13 Jahre: 15 %

Relevante Entwicklungsaufgaben (Wicki, 2024):

- Freundeskreis aufbauen
- pubertätsbedingte körperliche Veränderungen akzeptieren
- geschlechtsspezifische Rollen aneignen
- engere, intime Beziehungen aufnehmen
- sich von den Eltern ablösen
- Entscheidungen hinsichtlich Berufswahl treffen
- Vorstellung über eigene Partnerschaft und Familie entwickeln
- sich selbst kennenlernen und beurteilen
- eigene Weltanschauung und Einstellungen entwickeln und vertreten
- Zukunftsperspektiven und Lebensziele

Vorbilder – Kinder 11-13 Jahre

MIT DEM SCHULWECHSEL GEWINNEN INFLUENCER AN BEDEUTUNG



Medienprodukt: Die WG, Die Jubiläums WG - das große Wiedersehen:

20. Staffel zum 15-jährigen Jubiläum
WG-Nostalgie mit Rückblicken auf vergangene Staffeln und gleichzeitig spannende Challenges und bunt-chaotisches WG-Leben – zum 15-jährigen Jubiläum von "Die WG" ziehen in der 20. Staffel statt neuer Protagonistinnen und Protagonisten altbekannte Gesichter zusammen in eine Burg nach Bonn.

ZDF Mediathek ab 26.10.2024

KiKA Ab 29.10.2024, 20.10 Uhr in Doppelfolge

KiKA Player

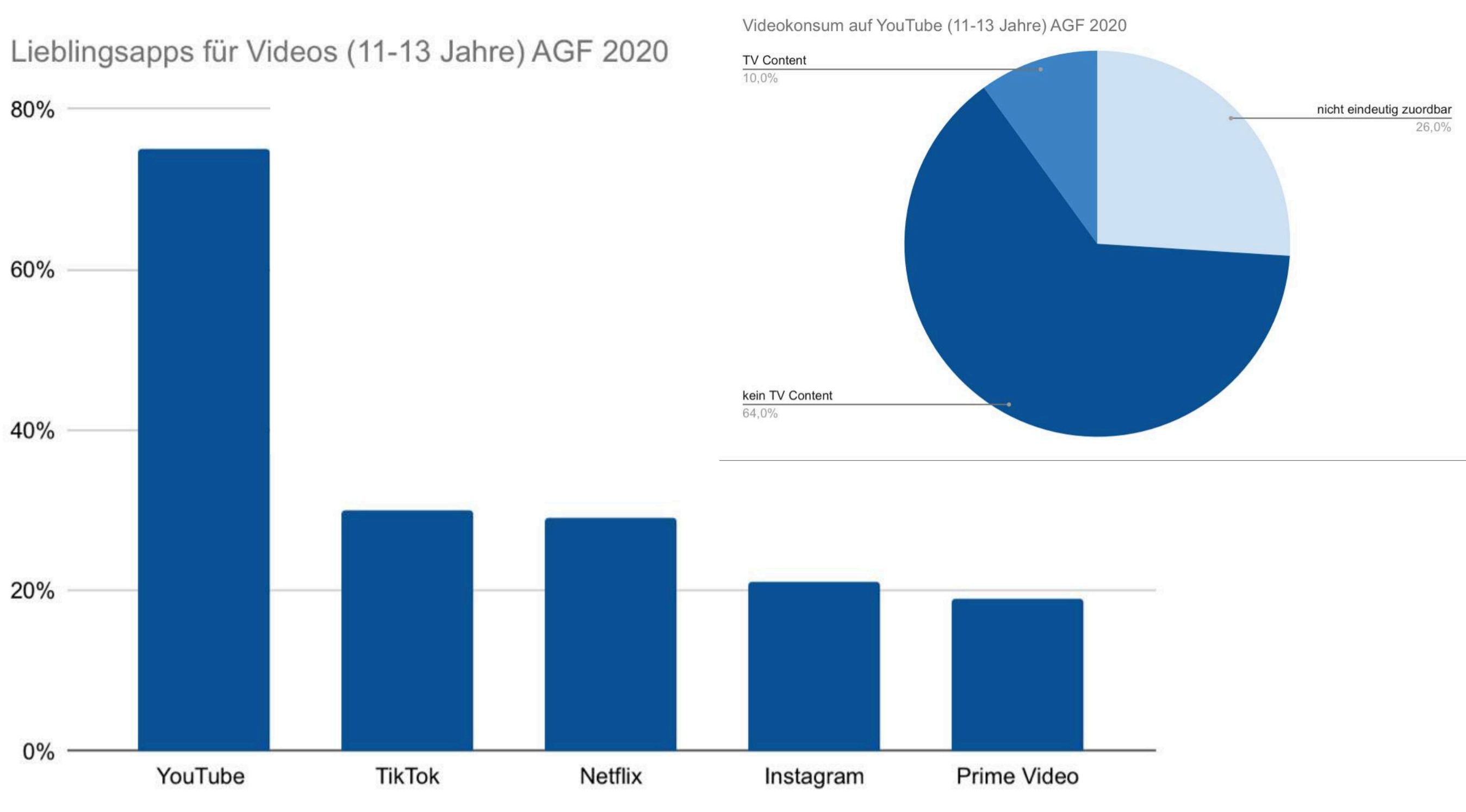
YouTube ab 30.10.2024 vor allem Clips und einzelne Challenges



Knabe & ZDF Presseportal

Relevanz YouTube (AGF Videoforschung, 2020):

YouTube ist nicht nur bei den 11-13 Jährigen die beliebteste App für Videokonsum, sondern auch für alle anderen Altersgruppen (3-17). Kinder kommen über TV Content zu YouTube. Im höheren Alter nimmt jedoch der Konsum des TV Content auf YouTube ab.



Einordnung des Medienprodukts:

- Identifikation mit den Teilnehmenden (Pubertät, ähnliche Lebenswelten)
- Sich auflösende Spannungsmomente
- Bedürfnis nach Autonomie
- Lineares TV und präsent in Mediatheken & YouTube
- Teilnehmende betreiben eigene Social-Media-Accounts (nah am Nutzungsverhalten der Zielgruppe)



Quellen



Die WG auf KiKA



Die WG auf YouTube