

TikTok noch beliebter bei Kindern und Jugendlichen

Eine Befragung des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) von n=1.461 Kindern und Jugendlichen zwischen 6 und 19 Jahren zu ihrer Mediennutzung zeigt, dass die Beliebtheit des sozialen Netzwerks TikTok im Vergleich zum Vorjahr noch einmal gestiegen ist.

München, 9.7.2021 – Oft sind die Clips nur wenige Sekunden lang und mit einer kurzen Wischbewegung kommen die Nutzer*innen schon zum nächsten Video. Ein Algorithmus steuert dabei die Vorauswahl. Im Angebot vermischen sich Amateurvideos mit Werbebotschaften und semiprofessionelle Tanzchoreographien mit dem sexy Tanz junger Mädchen. Schon 2020 war TikTok war das am schnellsten an Popularität zunehmende soziale Netzwerk bei Pre-Teens und Jugendlichen. 2021 befragte das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) Kinder und Jugendliche zu ihrer TikTok Nutzung. Mittlerweile kennen neun von zehn Jugendliche TikTok, bei den 10-12-Jährigen sind es knapp drei Viertel der Befragten. Offiziell zugelassen ist das Netzwerk erst für Nutzer*innen ab 13 Jahre.

Wie auch im Vorjahr sind die 14- bis 15-Jährigen die Altersgruppe, die am häufigsten das soziale Netzwerk nutzt. Noch 2020 nutzten erst gut die Hälfte der 14- bis 15-Jährigen (58%) TikTok, jetzt sind es jetzt 76% der Befragten. Mädchen nutzten mit 84% noch häufiger das soziale Netzwerk als die 14- bis 15-Jährigen Jungen (69%).

Was ist für Heranwachsende zentral an TikTok?

Beschreiben Kinder und Jugendliche das soziale Netzwerk steht das „Was“ und „Wofür“ im Vordergrund. TikTok ist für Heranwachsende eine Videoplattform – zum Teil auch als Video-App bezeichnet – auf der eigene Kurzfilme hochgeladen werden können, die dann von anderen angesehen werden können. Zudem ermöglicht TikTok das

Chatten, und das z.T. weltweit. Inhaltlich steht für die Nutzer*innen meistens Musik und Tanzchoreographien im Mittelpunkt, es haben dort aber auch „alle möglichen Videos“ ihren Platz. Die beschriebene Bandbreite geht dabei von Lip Sync, Challenges, Do-it-yourself-Filmen, Spaßvideos bis hin zu Pranks. Nachrichteninhalte und gesellschaftlich relevante Themen finden sich bisher in den Beschreibungen von TikTok nicht, dabei würde ein Drittel der 12- bis 13-Jährigen und fast die Hälfte der 14- bis 15-Jährigen sich Nachrichten auf TikTok anschauen. Hier erweitern Angebote wie BR24 das Angebot.

Gerade bei einem so visuellen sozialen Netzwerk ist es wichtig, die Medienkompetenz zu stärken. Dies gilt für Heranwachsende aber auch Lehrer*innen und Eltern, die sich mit dieser Form des schnellen Medienkonsums auseinandersetzen müssen.

Ansprechpartnerin: Dr. Maya Götz, Leiterin, Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen.
E-Mail: Maya.Goetz@br.de, Internet: www.izi.de, www.maya-goetz.de

