8. Netzwerktagung „Medienkompetenz stärkt Brandenburg“

Foto: Shutterstock | Grafik: openmoji.org, CC BY-SA 4.0

Potsdam , 29. Oktober 2019, MIZ Babelsberg

(Smile, Zwinker, Grrr)

Pädagogische Antworten auf die Herausforderungen einer digitalen Kommunikationskultur

DOKUMENTATION

MEDIENKOMPETENZ STÄRKT BRANDENBURG

Inhalt dieses Readers

Einleitung und Impressum 3

VORTRÄGE

Prof. Dr. Franz Josef Röll
Kommunikation im Wandel – Wie die digitale Lebenswelt unsere sozialen Interaktionen verändert 4

Prof. Dr. Claudia Wegener
Sichtbarkeit und Stereotyp. Weibliche Rollen(vor)bilder auf YouTube 12

WORKSHOPS

Janis Prinz
Hass im digitalen Raum 14

Tilmann Pritzens
„Kann ich Dich auch anschreiben?!" – Die Bedeutung von Online-Verfügbarkeit in der pädagogischen (Jugend-) Arbeit . . . 16

Martin Baer
Wem gehört eigentlich mein Selfie? 18

Claudia Joest
Nachhaltig durch die smarte Konsumwelt?! 20

Udo Lihs
Soziale Medien im Unterricht – Themen und Methoden 21

Marius Meißner
Serious Games Design 22

Franziska Busse
WhatsApp bei Kindern und Jugendlichen: Wie umgehen mit Gruppenchats & Chatregeln? 24

Daniel Vishnya
Online Radikalisierung und Medienbildung | Methoden und Erfahrungen aus der Praxis mit Jugendlichen 25

Dr. Ingrid Stapf, Elena Frense
Kindernet(t)? – eine interaktive Schnitzeljagd zu Kinderrechten in digitalen Lebenswelten 26

Dirk Blaschke
Greenscreen: Science Fiction, die Macht der Bilder - Inszenierung und Manipulation 30

Worldcafé
Ergebnisse 32

Die Preisträgerinnen und Preisträger
Förderpreis „Medienkompetenz stärkt Brandenburg" 2019 34

Schnappschüsse
Das war die Netzwerktagung „MEDIENKOMPETENZ STÄRKT BRANDENBURG" 2019 36

Einleitung

Durch die sozialen Medien sind im Netz neue und aufregende Kommunikationswelten entstanden, in denen sich alle Arten menschlicher Interaktion vermischen und potenzieren. Die Medienbildung ist hier gleich mehrfach gefordert, durch die Vermittlung kommunikativer Kompetenzen eine Teilhabe am gesellschaftlichen Diskurs zu ermöglichen.

Auf der persönlichen Ebene müssen wir lernen mit Kommunikations- und Informationsüberflutung umzugehen und neue Filtermechanismen zu entwickeln. Netzaffine Kinder und Jugendliche hantieren mit neuen sprachlichen und visuellen Codes, die eine Verständigung mit den digital Ungeübten erschweren.

Auf der gesellschaftlichen Ebene lässt sich beobachten, wie Menschen die Offenheit sozialer Medien nutzen, um unter Ausschaltung der klassischen Journalistischen „Gatekeeper“ sehr viel unmittelbarer (und damit oft auch emotionaler) an öffentlichen Debatten teilzunehmen. Nutznießer dieser Mechanismen sind dabei auch Akteure, die in den traditionellen Massenmedien kaum Zugang zu einem breiteren Publikum erhalten hätten.

Auf der anderen Seite entstehen mit den Social-Media-Plattformen neue Torwächter, die eigene intransparente Kommunikationsregeln vorgeben und die die Relevanz der Beiträge nach ihrer Vermarktungsfähigkeit bewerten. Diese sogenannten Intermediäre stehen wiederholt in der Kritik, weil sie zu wenig gegen Hetze, Diskriminierung und auf Lügen basierende Beiträge in ihren Netzwerken unternehmen und die Privatsphäre ihrer Nutzer*innen nur unzureichend schützen.

Auf der Netzwerktagung wurde zum Einen diskutiert, wie sich die neuen visuellen Kommunikationsstile auf die Beziehung zwischen Pädagog*in und Lehrer*in zu Lernenden auswirken und welche zeitgemäßen Lehr- und Lernmethoden sie in der Bildung erforderlich machen. Zum Anderen ging es um die Rolle der Medienbildung in der Herstellung verantwortungsbewusster Kommunikation sowie im Umgang mit der Zersplitterung und Polarisierung sozialer Gemeinschaften und Öffentlichkeit im Netz.

IMPRESSUM

Herausgeber: lmb - Landesfachverband Medienbildung Brandenburg e.V., Dennis-Gabor-Str. 2, 14469 Potsdam | **V.i.S.d.P.:** Stefan Zaborowski , Vorsitzender lmb | **Redaktion:** Michael Lange, lmb | **Satz und Layout:** Charlotte Bräuer | **Urheberrechtshinweise:** Alle nicht gekennzeichneten Fotos stehen unter einer Creative Commons Lizenz CC-BY-SA Deutschland 3.0, Fotografin: Annett Rittel (lmb) | Alle in diesem Reader veröffentlichen Texte stehen unter einer Creative Commons Lizenz CC-BY-SA Deutschland 3.0, es sei denn, sie sind anders gekennzeichnet. | Die Netzwerktagung ist ein Projekt des lmb - Landesfachverband Medienbildung Brandenburg e.V. | **Förderhinweis:** Die Netzwerktagung wurde gefördert vom Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg, der Medienanstalt Berlin-Brandenburg sowie finanziell unterstützt vom Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg. | **Online-Dokumentation:** Weitere Foto-Dokumente und Filmmaterial zur Netzwerktagung 2019 sind abrufbar auf www.medienkompetenz-brandenburg.de. | **Danksagung:** Wir danken allen Partnerinnen und Partnern sehr herzlich, die zum Gelingen der Netzwerktagung beigetragen haben

lmb
Landesfachverband
Medienbildung
Brandenburg e.V.

MEDIENKOMPETENZ
STÄRKT
BRANDENBURG

Kommunikation im Wandel. Wie die digitale Lebenswelt unsere sozialen Interaktionen verändert

VORTRAG · Franz Josef Röll

Gesellschaftlicher Wandel ist kein neues Phänomen, sondern integrativer Teil der Anpassung der Generationen an Veränderungen der sozioökonomischen Lebensbedingungen. Jaeckel (2010) konstatiert allerdings in den letzten Jahrzehnten einen beschleunigten Generationswandel. Das Tempo des sozialen Wandels führt zu intergenerativ unterschiedlichen Adaptionen. In der Frühmoderne wird die Veränderungsbeschleunigung von einem intergenerationalen Tempo bestimmt war. Gesellschaftliche Veränderungen bedürfen mehrerer Generationen. Margaret Mead (1971) bezeichnet diese Epoche als postfigurative Kultur. In dieser Phase lernen die Kinder von den Eltern. In der Moderne verläuft die Synchronisation zwischen gesellschaftlicher Veränderung und Anpassung innerhalb einer Generation. Diese Epoche nennt Mead die kofigurative Kultur, Kinder werden in dieser Phase als vertraute Ebenbürtige wahrgenommen. Aktuell ist eine Beschleunigungsstufe erreicht bei der es zu einem schnellen gesellschaftlichen Wandel und Umbau kommt. In Folge dieser Entwicklung kommt es bereits innerhalb einer Generationen zu Brüchen, daher kann von einem intragenerationalen Tempo gesprochen werden. Mead identifiziert diese Epoche als präfigurative Kultur. Kinder und Jugendliche lernen in dieser Phase auch von Gleichaltrigen. Die Zeiträume bei denen die Lebensverhältnisse konstant bleiben verkürzen sich, dies führt zur Steigerung der Verfallsraten von handlungsorientierten Erwartungen und Erfahrungen. Die Älteren sind den Jüngeren in mancherlei Beziehung unterlegen. Deutlich zeigt dies sich in der Adaption neuer Medien und Kommunikationstechniken.

Wahrnehmungsdispositive

Es ist zu erwarten, dass diese Veränderungen zu weitreichenden Konsequenzen für die Kommunikationskultur führt, da das jeweilige Denken und Wahrnehmen von der Struktur der Kommunikationsform geformt wird, durch die wir die Welt und uns selbst erfahren. Die verschiedenen Teile dieses Kommunikationssystems sind soziokulturell einem ständigen Wandlungsprozess ausgesetzt. Keine mediale Struktur, kein Code und kein Kanal bleibt über längere Zeit unverändert. Heute bestimmen weitgehend die digitalen Medien den kommunikativen Code in der Gesellschaft.

Jedes Medium begünstigt spezifische Wahrnehmungsdispositive, die die Modalitäten des Denkens und Wahrnehmens prägen. Erlebnisqualität, Teilhabe- und Realitätseindruck werden durch die spezifischen Medienerfahrungen beeinflusst. Die Gesamtheit von Vorentscheidungen, innerhalb derer sich die Diskurse und die sozialen Interaktionen entfalten können, wird von dieser Disposition beeinflusst. Foucault (1981) definiert das Dispositiv als die Beschreibung von Zusammenhängen und Wechselwirkungen, als ein Amalgam, ein Netz, das Institutionen, Architektur, reglementierende Entscheidungen, administrative Maßnahmen umfasst, aber auch Gesetze, philosophische, moralische und wissenschaftliche Aussagen. Auch Krotz (2017, S. 26) verweist darauf, dass Mediendispositive über die gesellschaftlich festgelegten Kommunikationspotentiale die Einbettung von Techniken in die Gesellschaft und ihre Machtrelationen regeln. Die Subjekte werden nicht dominiert, da Subjekte sich Wissen in ihren jeweiligen sozial geprägten Kontexten aneignen. Bildung, Milieu und die konkrete soziale Lebensumwelt (Habitat) bilden beeinflussende Ausgangsbedingungen. Die Dispositive generieren Möglichkeitsräume.

Das Buch ermöglicht zeit- und ortsunabhängige Lektüre. Es ist ein ideales Speichermedium für individuelle Erinnerungen und gesellschaftliche Wissensbestände. Das Modell der beobachtenden fokussierenden Beobachtung wird durch das Medium Theater geprägt. Schon hier ist der Blick des Zuschauers axial, er ist auf die Bühnendarstellung gerichtet. Der Film knüpft an dieses Dispositiv an. Beim Film sitzt der Zuschauer in einem dunklen Kinosaal und die Bilder ziehen an ihm vorüber. Während der Körper ruht, ist der Zuschauerblick zentral-perspektivisch auf die Leinwand gerichtet. Es dominiert ein sich-in-das-Bild-versenken. Die Blicke werden vom Filmtext und dem kinomatographischen Apparat gelenkt. Der Zuschauer versetzt sich in die Handlung des Films, er identifiziert sich mit den Protagonisten des Films, folgt der emotionalen Dramaturgie der Regisseure. Das Kino des 20. Jahrhunderts kann als Ausdruck für die Logik des Industriezeitalters angesehen werden. Sicherlich ist es kein Zufall, dass sich der Filmstreifen und das Fließband eine ästhetische Verwandtschaft haben.

Auch beim Medium Fernsehen ist der Blick der Zuschauer beim Zuschauen zentrisch auf den Apparat Fernseher gerichtet. Es fehlt im Vergleich zum Film die völlige Dunkelheit des Wahrnehmungsraumes, die Bildfläche ist kleiner und die Bildauflösung geringer, das Licht des Mediums ist direkt auf den Zuschauer gerichtet, die Platzierung des Zuschauers ist im privaten Umfeld und nicht in einem gesellschaftlich definierten Aufführungsraum. Die Mensch-Apparate-Anordnung ist beim Fernsehen nicht von der Alltagswelt getrennt. Durch die Mobilität des Zuschauers ist die axiale Ausrichtung auf die Bildfläche tendenziell aufgehoben. Fernsehen verlangt keine

konzentrierte Betrachtung. Die Konsumhandlung kann auch im Zustand der Zerstreuung stattfinden, sie kann unterbrochen werden. Ähnlich wie Begleitmusik dient sie als Geräusch- und Erlebniskulisse im Lebensalltag. Das Fernsehdispositiv begünstigt audiovisuelles Abstraktionslernen und fördert eine sinnliche Vergegenwärtigung. Film und Fernsehen begünstigen eine visuelle Disponibilität zur Welt. Durch den Beobachterstatus kommt es nicht zu einer Distanz gegenüber dem jeweiligen Medium. Gleichwohl wird durch die Fernbedienung die Möglichkeit geschaffen, dass Kohärenzbildung und Sinnerzeugung durch die RezipientInnen beeinflusst werden kann.

Mit dem Computer verschwindet das klassisch illusionistische Dispositiv. Beim Computer kommt es zu einer veränderten Wahrnehmungsform. Die NutzerInnen nehmen sich nicht mehr als BeobachterInnen wahr, sie definieren sich als Informationsverarbeitungseinheiten und damit als aktiv handelnde Personen. Das neue Dispositiv ist geprägt durch die Aktivität der RezipientInnen. Sie bestimmen durch ihr Klickverhalten (Nutzungsform) den Erfahrungsraum. Durch Interaktion sind sie weit stärker aktiv beteiligt.

Beim Internet ist die Bildfläche für die NutzerInnen ein zu erkundendes Gebiet. Daher ist es kein Zufall, dass viele Begriffe in Verbindung mit Navigation stehen. Der „Raum“ steht als Metapher für das Internet. Wegmarkierungen, wie Buttons geben Orientierungs- und Informationshilfe. Die Maus fungiert als Repräsentant im Datenraum, sie ist der Gehilfe des Wahrnehmungsapparates. Durch die taktile Wahrnehmung, die Bedienung einer Alphatastatur und/oder die Benutzung einer Computermaus wird der Abstand zum Objekt verringert. Das Internet ist ein konvergentes Medium, in ihm verschmelzen sich andere Medien, u.a. Schrift, Bild, Grafik, Animation, Simulation und Film/Video. Das Internet besteht aus miteinander verbundenen Knoten eines multifunktionalen und multimedialen Gewebes. Die Struktur dieses Gewebe-Netzes ist mehrdimensional. Durch die Hypermediastruktur wird die Linearität bisheriger Kommunikationsformen, wie z.B. die von Büchern, ersetzt durch ein System von unterschiedlichen vernetzten Websites. Das bisher herrschende Kommunikationsmodell, das einer Pyramide bzw. einem Baummodell entsprach (Information ging von oben nach unten), wird vom Kommunikationsmodell Netz verdrängt. Das prägende Dispositiv ist der Hypertext. Hypertext und Hypermedia-Erfahrungen führen zu einem veränderten Dramaturgiekonzept. Es gibt keine Abgeschlossenheit des Diskurses, alles ist Fragment. Prozeduralität ist eine inhärente Eigenschaft jeglicher Internettexte. Durch die

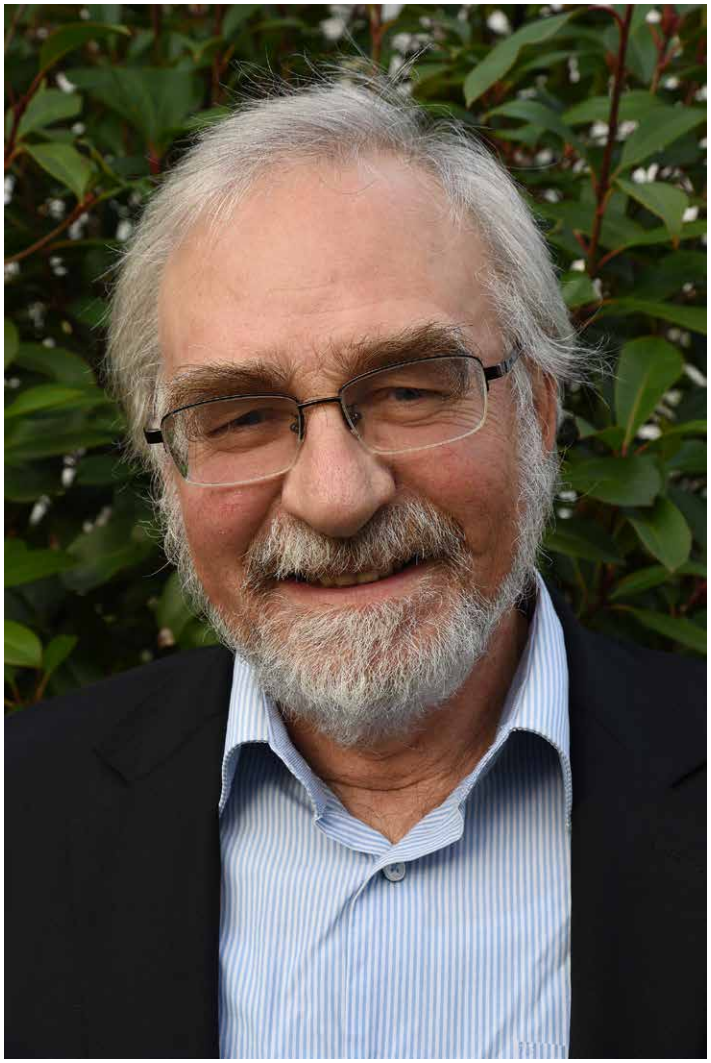


Foto © Franz Josef Röll

Bildung von neuen Semantiken und neuen Bedeutungen wird die Rekombination vorhandener Texte ermöglicht. Jederzeit können unterschiedliche Bedeutungszusammenhänge erprobt werden. An die Stelle der linearen Narration tritt die Vernetzung. Die durch die Digitalisierung hervorgerufene Ästhetik ist prozesshaft und entsteht in einem kommunikativen Prozess. „Es gibt keine lineare Narration mehr, sondern Vernetzungen, in denen verschiedene Elemente fragmentarisiert gleichberechtigt nebeneinander stehen“ (Missomelius 2006, S. 51). Im Kontext dieser Entwicklung entsteht eine neue Erzählform, die Manuskriptkultur. Es gibt keine vorgegebene Gliederung mehr (Anfang, Hauptteil, Schluss), eher ein System von Selbstähnlichkeiten, das jederzeit andere Konfigurationen zulässt.

Mit der Etablierung des Web 2.0 nehmen die NutzerInnen sich nicht mehr als BeobachterInnen wahr, sie definieren sich als Informationsverarbeitungseinheiten und damit als aktiv handelnde Personen. Das neue Dispositiv ist geprägt durch die aktive Partizipation der RezipientInnen. Partizipation ist kein Schlagwort mehr, sondern kann jederzeit aktualisiert werden. Mit Web 2.0 verschwindet das klassisch illusionistisch Dispositiv. Die beeinflusste Wahrnehmungsform ist prozesshaft und entsteht in einem kommunikativen Prozess. Die Ästhetik des Web 2.0 ist gerichtet auf Kommunikation. Sie muss daher dyna-

misch gedeutet werden, als Wirken und Bewirken steht sie in einem interdependenten Zusammenhang. In diesem Kontext kann sie kollektive Kreativität fördern. Sie ist somit ein kategorialer Teil eines sozialen Systems. Die modernistisch-selbstreflexive Dimension der Medien wird zurückgedrängt und durch eine flanierende Rezeption ersetzt. Der Blick ist schweifend und mäanderhaft. Das neue ästhetische Paradigma ist die zerstreute Rezeption. Der Zustand der Zerstreuung kann jederzeit verändert werden hin zu einem fokussierenden Blick, anschließend folgt wieder eine flanierende oder genauer eine scannende Beobachtung. Gerade wegen dieser Wechselwirkung kommt der ästhetischen Gestaltung eine besondere Bedeutung zu. Der fokussierende Blick bedarf des Anreizes, um geweckt zu werden. Die bereits jetzt zu beobachtende Ökonomie der Aufmerksamkeit wird sich ausweiten. Aufmerksamkeit zu erzielen ist aus diesem Grunde eine kostbare Ressource.

Mobile Medien (Smartphone, Tablet) verändern die subjektive Wahrnehmung der Zeit, ihrer Bedeutung und ihres Vergehens (Hyper-Koordination von Termin- und Planungsänderungen). „Wahrnehmungsinhalte der Interfaces werden nicht durch Bedeutungen, Begriffe und Sinnstrukturen zusammengehalten und verknüpft, sondern zu Feldern und Kontexten collagiert." (ebd., S. 99f). Dadurch erhalten Beziehungskonstellationen und damit die situierte Lebenswelt eine bedeutende Rolle. Mobile Medien begünstigen die Vorstellung von Omnipräsenz und zugleich induzieren sie Handlungszwänge. Sie erlauben sofortige Reaktionen auf Unvorhergesehenes. Sie gewährleisten die Kontinuität primärer Beziehungen unabhängig von Raum/Zeit. Sie haben daher die Bedeutung eines Beziehungsaccelerators. Durch das Nutzen unterschiedlicher Plattformen, Apps, Anwendungen wird zugleich Zugehörigkeit zum Ausdruck gebracht. Wenn die mobilen Medien zum symbolischen Stellvertreter des eigenen Selbst werden, besteht die Gefahr einer psychophysischen Desintegration bei Verlust des Mediums. Ein weiteres Problemfeld ist bei permanenter Benutzung der mobilen Medien oft auch die Angst vor Einsamkeit. Nicht unproblematisch ist daher die Folge, Alleinsein zu vermeiden und damit den Raum für Selbstreflexion zu verringern. Auch die Lösung von den Eltern wird erschwert.

Das konvergente Medium Smartphone kann auch als Antwort auf die ontologische Verunsicherung nach dem Ende der Erlösungsgewissheit verstanden werden, da eine ständige Verortung mit Sinngemeinschaften möglich ist. Da die traditionalen Sozialformen- und Bindungen sowie Versorgungszusammenhängen (Klasse, Schicht, Familie) brüchig geworden sind, führt dies zu einer Entzauberungsdimension (Beck 1986, S. 206). Neue Kontroll- bzw. Reintegrationsdimensionen werden daher nötig, um eine neue Art der sozialen Einbindung zu ermöglichen. Die weitreichenden Möglichkeiten der selbst bestimmten und eigenständigen Lebensführung stellen allerdings große Herausforderungen an die Individuen. Reintegrationsdimensionen werden daher nötig, um eine neue Art der sozialen Einbindung zu ermöglichen.

Online Gesellungen (Communities)

Es kann vermutet werden, dass generationsspezifische und soziokulturelle Erfahrungen, wie z.B. durch die Orientierung an einem Lebensstil, an einem Fussballverein oder an virtuellen Gemeinschaften für die Konstitution individueller Verankerungen an Bedeutung gewinnen. Die alltäglich erfahrbare und zu bewältigende subjektive Lebenswelt wird zur Matrix sozial-kultureller Verankerungen, die emotionale Geborgenheit und Orientierung vermittelt sowie Raum für die Selbstentfaltung ermöglicht. Das Bedürfnis von Jugendlichen ist es Beziehungskonstellationen zu finden, die die Rekonstruktion des Sozialkörpers gewährleistet und befriedigende soziale und kulturelle Erfahrungen eröffnet. Dabei ist nicht entscheidend ob es sich um leibliche und/oder technologisch vermittelte Handlungen handelt. Entscheidet ist eher, ob sich für das Subjekt Ressourcen erschließen und individuelle Sinnstrukturen herausgebildet werden können, damit sich die verfolgten Projekte in der persönlichen gesellschaftlichen Umwelt realisieren lassen (Unger 2010, S. 115).

Virtuelle Wahlgemeinschaften, die in unterschiedlicher Weise miteinander kooperieren, die zugleich ein starkes, emotionales Zusammengehörigkeitsgefühl (Wir-Gefühl) miteinander verbindet substituieren das traditionale Beziehungsgefüge. Sie sind auch eine Antwort auf die Erfahrung des Verlusts eines beständigen gesellschaftlichen Orientierungsrahmens. Der besondere Wert von Online-Gemeinschaften liegt daher in dem (subjektiven) Gefühl der Wiederverzauberung, Online-Gemeinschaften bieten eine ontologische Verortung, bieten Orientierung, Hilfe und gemeinschaftliches Erleben. Sie fördern Potentiale und sind an den Ressourcen ihrer Mitglieder interessiert. Die Erfahrung der Solidarität und der gemeinsamen Erfahrung verdeckt den Zwang zur individuellen Flexibilität und lässt ihre Mitglieder kollektive Erfahrungsräume erleben (vom Ich zum Wir). Das nach außen abgrenzende

Zusammengehörigkeitsgefühl wird durch eine gemeinsame Sprache und Kultur zum Ausdruck gebracht.

Reißmann (2014, S. 91f) geht von der Annahme aus, dass sich mit den veränderten Kommunikations- und Interaktionsbedingungen auch die Formen der Jugendkulturellen Vergemeinschaftungen ändern. Er verweist auf die Dominanz des Bildhandelns, die Bildlichkeit als ein dramaturgisches Phänomen als Wesensmerkmal von Jugendkulturen, die Bedeutungszunahme optisch-dramaturgischer Selbstkontrolle, auf die vielgestaltige, netzbasierte Bilderwelten, die Selbststilisierung des Körpers als grundlegende Bedingung des Selbstausdrucks und der Interaktion, die Plastizität des digitalen Bilds, das neue Potentiale des Selbstausdrucks mit sich bringt und Soziale Netzwerke als vernetztes, gläsernes (Bild)- Archiv.

Die Welt der digitalen Medien ist der Lebensraum von Kinder und Jugendlichen. „In-der-Welt-sein" bedeutet für Kinder und Jugendliche konnektiv vernetzt zu sein. In der digitalen Medienkultur werden Jedoch bei der Realisierung des Selbst Bedeutungs- und Verweisungsbezüge nicht nur im realen Raum nachgegangen, sondern an allen Orten, wo Objekte und Personen integriert sind, die für die Realisierung des Selbst unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen (Habitat, Medientechnologie, Gesellschaft) von Bedeutung sind. Da das Selbst ein dynamisches, unabgeschlossenes Projekts ist und bei der Narration des Selbst der einzelne mitwirken muss, finden die Selbstentwürfe und die Realisierung der identitätskonstitutiven Projekte vor allem im digitalen Raum statt. Die Digitalen Medien haben daher für Jüngere Generationen eine wichtige Funktion für die Herausbildung ihrer Identität, sie bieten Orientierung und Teilhabe und sind wesentlich für ihr Beziehungsmanagement.

Es scheint als ob die digitalen Medien längst zur „Heimat" für die Jüngeren Generationen geworden ist. Mitzscherlich (1997) charakterisiert Heimat als sozialen Raum. Heimat bedeutet unter Berücksichtigung dieser Perspektive die schöpferische, aktive Auseinandersetzung mit der lebensweltlich-kulturellen Umwelt, verbunden mit dem Ziel, individuelle Handlungsgewissheiten zu erlangen. „Heimat ist etwas, was ich mache" (ebd., S. 43). Für Lobensommer (2010, S. 284) wird Heimat zu einer Erzählung, zu einem Möglichkeitsraum, der durch das Erzählen performativ realisiert wird. Digitale Heimat wäre somit eine Rekonstruktion der strukturellen Bedeutungszuschreibung von Heimat, umgedeutet und gerichtet auf Entwurf, Projektion und Entfaltung innerhalb der aktuellen digitalen Kommunikationskultur.

Referentialität

Die Digitalisierung kann aktuell als prägender Ausdruck der gesellschaftlichen Entwicklung bezeichnet werden. Als Kennzeichen der Digitalisierung lassen sich die ständige Verfügbarkeit des Zugangs zur Telekommunikation, flexible Kooperation (Gemeinschaftlichkeit) und damit verbunden veränderte Gesellungsformen, die Nutzung automatisierter Prozesse (Algorithmizität) und allgemeine Expressivität (Referentialität) hervorheben (Stalder 2017, S. 205).

Referentialität bedeutet das Herstellen von Bezügen. Sie bietet die Möglichkeit sich als einzelne Person in kulturelle Prozesse einzuschreiben, sich als ProduzentIn zu konstruieren. Wer nicht ständig sich einschreibt, befürchtet zu verschwinden. Folge dieser Entwicklung ist, dass Individuen stärker gefordert sind, an der Selbst-Konstitution mitzuwirken.

Waren früher Erwachsene Vorbilder, so erhalten Jetzt die Peers und deren Medienverhalten die zentrale Bedeutung. Jugendliche gehen parasoziale Beziehungen mit Medien ein, die Medien erhalten somit eine konstitutive Bedeutung für die Ich-Bildung, zugleich prägen sie maßgeblich das Beziehungsmanagement von Jugendlichen. Das Selbstbild verortet sich zunehmend an dem gewünschten Selbst, das als Abbild in den Medien in Form einer Selbstnarration präsentiert wird. Während früher ausgehend von Descartes formuliert wurde „Ich denke, also bin ich", beschreibt der Slogan „Ich poste, also bin ich" die aktuelle Situation. Das weist darauf hin, dass kein innerer Reflexionsprozess die Normorientierung, die Entwicklung von Werten und das Gefühl vom „Selbst" prägt, sondern die Fähigkeit im Dialog in den sozialen Netzwerken über Außen-Darstellungen Geschmackskoalitionen zu finden mit deren Hilfe Ressourcen erschlossen werden und individuelle Sinnstrukturen herausgebildet werden.

Remix, Remake, Sampling, Parodie, Zitat, Mashup, Nachahmung, Post-Production, Meme, Hommage und Transformation dienen als Methode für das Herstellen eines eigenen Gefüges von Bezügen, es ist zugleich eine Methode der Ordnung bzw. der Komplexitätsreduktion. »Schaut her, das finde ich wichtig!« bedeutet zugleich das Postulat eines Geschmacks und eröffnet Koalitionen, Ignoranz oder Distanzierungen. In sozialen Netzwerken ist man die Person, die man kommuniziert. Das eigene Profil erlaubt unbekannten Menschen die Einschätzung, ob sie interagieren wollen oder nicht. „like" bestätigt die eigene Sicht der Dinge, es entsteht ein geteilter Horizont und führt zu einem eigenen Profil. Das eigene Verhältnis zur Welt und

die subjektive Position in ihr wird von den selbst bestimmten Referenzen weitgehend (mit-)bestimmt. Bei den Prozessen des Auswählens und Filterns spielen die intermediären Medien eine zentrale Rolle.

Strukturwandel von Öffentlichkeit

Beim Online-Kommunikations- und Informationsverhalten nutzen Jugendliche Netzwerk- und Multimediaplattformen, Instant-Messaging-Dienste und Suchmaschinen. Die Anbieter dieser Dienste fungieren als Intermediäre der Meinungsbildung. Intermediäre generieren keine eigenen Inhalte, sie stellen Inhalte aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung, sie bündeln die Kommunikationskanäle anderer und stellen nur Voraussetzungen zur Verfügung. Die Vermittlungsfunktion basiert auf softwaretechnischen Merkmalen, ökonomischen Strategien und NutzerInnenpraktiken. Algorithmen werden eingesetzt um Inhalte zu filtern und personalisierte Angebote zu unterbreiten. Der aktuelle Strukturwandel von Öffentlichkeit und die damit verbundene Meinungsbildung zu aktuellen gesellschaftlichen Themen wird durch diesen Prozess beeinflusst. Das Hans Bredow Institut (Schmidt u.a. 2017) hat die Relevanz von Intermediären sowie die Organisationsprinzipien von Intermediären Organisationen untersucht und kam zu folgenden Einschätzungen.

- **Ent- und Neubündelung**
  Der Content basiert auf unterschiedlichen Kanälen (journalistisch, privat-persönlich oder strategisch-persuasiv). Er wird zu einem konstanten Informationsfluss (stream, feed) gebündelt. Dabei werden in der Regel Algorithmen als Filter eingesetzt. Die Filter- und Bündelungsalgorithmen bleiben meist intransparent
- **Konvergenz**
  Intermediäre verknüpfen die bisher getrennten Kommunikationsmedien Konversation und Publikation. Die von Journalistlinnen in den sozialen Medien verbreiteten Inhalte werden von Nutzerlinnen verlinkt, retweetet und kommentiert.
- **Personalisierung**
  Intermediäre fördern die Personalisierung von Informationsprozessen. Sie fördern die Bildung von individuellen Kontaktnetzwerken. Die eingesetzten Empfehlungs- und Filteralgorithmen beziehen sich auf früheres Verhalten. Dadurch erhöht sich die Relevanz der Informationen. So können Filterblasen entstehen, die eine geteilte Weltsichten erschweren bzw. eine diskursive Auseinandersetzung mit einem Thema erschweren.
- **Filterblasen und Echo-Kammern**
  Aus psychologischer Perspektive besteht die Gefahr, der Vermeidung von kognitiver Dissonanz. Die Ten-

denz zur Meinungsbestätigung wird gefördert. Aus soziologischer Perspektive wird vermutet, dass eine Tendenz besteht nur mit Personen in Interaktion zu treten, die ihnen ähnlich sind (Homophilie). Aus technologischer Perspektive kann davon ausgegangen werden, dass die Strukturlogik der Software Einfluss darauf nimmt, wie sie benutzt werden kann (Filterung, Empfehlung). Die NutzerInnen werden nur noch mit Informationen konfrontiert, die das eigenen Ansichten und Überzeugungen bestätigen.

Da die Informations- und Kommunikationspraktiken mittlerweile in vielfältiger Weise den Lebensalltag durchdringen sind nach Auffassung des Bredow-Instituts (ebd., S. 7) Meinungsbildungsprozesse ohne Intermediäre nicht mehr denkbar. Verwiesen wird darauf, dass Intermediäre nur ein Baustein im Prozess der Meinungsbildung sind, die an verschiedenen Stufen dieses Prozesses unterschiedlich stark eingreifen.

Die Videoplattform YouTube wird nicht vorrangig für meinungsbildende Inhalte genutzt. Diese Universalplattform ermöglicht eine habitualisierte Nutzung. YouTube ermöglicht sowohl die gezielte oder beiläufige themenbezogene Suche durch algorithmische Empfehlungen sowie das Abonnieren von Kanälen, als auch die Herstellung von öffentlicher Präsenz mit Hilfe eines YouTube-Kanals, de ermöglicht Videos hochzuladen, zu kommentieren oder eigene Playlists zu erstellen. Vor allem im Bereich Werbung und Vermarktung nutzen sogenannte Influencer ihr Ansehen in Sozialen Netzwerken, um das Kaufverhalten ihrer Follower zu beeinflussen.

Auch wenn die Mehrheit der Nutzer*innen Kanäle favorisiert, die vor allem sich mit Schönheit, Kaufoptionen und Comedy beschäftigt (siehe Beitrag Wegener) sowie Desinformation, Propaganda und Verschwörungstheorien und andere problematische Inhalte eine vorurteilsfreie Meinungsbildung behindern, bietet die Plattform YouTube gleichfalls ein Raum für gesellschaftliche Kommunikation und hat damit eine partizipative Dimension. Jeder hat die Möglichkeit einen YouTube-Kanal einzurichten, der individuell gestaltet werden kann. Jeder kann seine Meinung formulieren und sich in einem Video zu selbstgewählten Themen äußern. Während es bei früheren Medien eine Gatekeeper Funktion gab, d.h. die Besitzer der Medien bzw. die Redakteure der Medien entschieden was veröffentlicht wird., eröffnen die YouTube Kanäle allen die Möglichkeit Öffentlichkeit für ihre Anliegen zu erzielen. Durch die Vielzahl der Angebote besteht aber die Gefahr, dass viele Inhalte im Rauschen der Datenkanäle übersehen werden.

Tarik Tesfu mit seinen Beiträgen zur Genderkrise ist ein hervorzuhebendes Beispiel wie einer einzelne Person gelingt mit Witz, Ironie und Authentizität hohe Aufmerksamkeit zu erzielen **(https://www.youtube.com/watch?v=etsqZp9tJsw).**

Ein Hinweis über den Strukturwandel von Öffentlichkeit belegt auch die enorme Wirkung des vom bekannten YouTuber Rezo produzierten Videos zum Thema „Die Zerstörung der CDU“ **(https://www.youtube.com/watch?v=4Y1lZQsyuSQ).** Sein Video über die Rolle der Regierungsparteien zum Themenbereich gesellschaftliche Ungleichheit, Klimawandel und Bildung wurde innerhalb weniger Tage millionenfach abgerufen und führte zu einer gesellschaftlichen Debatte. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen reagierte u.a. in der heute news-show wohlwollend **(https://www.youtube.com/watch?v=UEZWFL9gsK8).** Die der AFD nahestehende Bloggerin Lisa Licentia bemühte sich in der Videoantwort die Inhalte von Rezo zu diskreditieren **(https://www.youtube.com/watch?v=JW0aNzZuSpc).**

Die granulare Gesellschaft

Big Data löst nicht nur unsere Weltwahrnehmung in immer feinere Einheiten auf. Die gesammelten Daten lassen feinste Unterschiede erkennen, wodurch das Individuelle das Allgemeine überlagert. Maschinelle Beobachtung erzeugt Singularien. Durch die erzeugten hochaufgelösten Bilder der Wirklichkeit wird das granulare Subjekt erkennbar. „In Zukunft werden wir uns nur noch als extrem differenzierte Singularien verstehen können“ (Kucklick 2016, S. 26). Dies führt zu Veränderung der der Wahrnehmung der Welt, unseres Körpers, der Natur und unsere sozialen Beziehungen.

Einerseits führt die Digitalisierung zu einer höheren Transparenz, die prozessierten Daten der digitalen Maschinen sind aber in hohem Maße intransparent. Big Data bedeutet auch, dass immer mehr Lebensbereiche datenbasiert analysierbar und kontrollierbar, aber auch interpretierbar werden. Nach Auffassung von Kucklick befördert die granulare Gesellschaft eine Differenz-, Intelligenz- und Kontrollrevolution. Die Differenzrevolution betrifft u.a. die Medizin, so wäre es möglich passgenaue Gesundheits- oder Dienstleistungsangebote zu bekommen. Intelligenzrevolution wäre die Erkenntnis, dass datenbasierte, programmierte Automaten vieles besser können als wir

Menschen. Kontrollgesellschaft heißt: Je mehr Daten erhoben werden, desto mehr lassen sie sich auch ausdeuten. Die Vielzahl an Daten ermöglicht, dass wir durchleuchtet, sozial bewertet und gesteuert werden können. In einer granularen Gesellschaft ist daher die zentrale Machtfrage, wie wir die Algorithmen durchsichtig und einer Prüfung zugänglich machen können.

Der amerikanische Datengigant BlueKai sortiert die amerikanische Bevölkerung in 30.000 unterschiedliche Kategorien, um gezielt Werbung zu schalten. Die Daten erhellen unsere aktuellen Bedürfnisse. Im negativen Fall folgt aus der genauen Beobachtung die Manipulation unseres Verhaltens. Bei den meisten Menschen dominiert ein hohes Maß an zeitlicher und räumlicher Regularität. Bewegungen, Handlungen sowie Interaktionen im Netz. „Unsere Freizeit benutzen wir vor allem dazu, uns immer weiter auf einen bestimmten Lebensentwurf festzulegen, nicht, uns andauernd zu ändern" (Kucklick 2016, S. 110). Auch normale Online-Aktionen, also etwa Käufe, der Besuch von Websites, Bewegungs- und Kommunikationsmuster sowie Likes auf Facebook erlauben verblüffend genaue Schlüsse auf ihre Urheber. Schon aus durchschnittlich 68 Facebook-Likes einer Person konnten deren Hautfarbe mit 95-prozentiger Treffsicherheit vorhersagen, die sexuelle Orientierung (88 Prozent), ob Demokrat oder Republikaner (85 Prozent). „Intelligenz, Religionszugehörigkeit, Alkohol-, Zigaretten- und Drogenkonsum lassen sich berechnen. Sogar, ob die Eltern einer Person bis zu deren 21. Lebensjahr zusammengeblieben sind oder nicht", ließ sich anhand der Daten ablesen (Kosinski, zit. in: Tagesanzeiger 2018).

Social Bots

Die Zunahme von Hate Speech und Beleidigungen hat vielschichtige Gründe. An dieser Stelle möchte ich aufmerksam machen, dass auch Social Bots einer der Gründe für die negativen Veränderungen der Kommunikationskultur im Internet sind. US-Forscher gehen davon aus, das allein bei Twitter bis zu 15 Prozent der Accounts automatisch von Computer-Software mit Tweets beschickt werden. Bots werden von einer Software gesteuert und handeln teilweise fast autonom. Wenn Thema, Tenor oder Quellenverweis immer ähnlich lauten, verweist dies auf einen Bot-Account (Mangold 2018). Social Bots posten sehr viele Inhalte, reagieren auf Schlagwörter, antworten, teilen und liken. Sie wirken wie normale NutzerInnen. Bots führen selten Dialoge, sie stören Dialoge durch Beleidigungen und Provokationen. Auffallend sind ein ungewöhnlicher Satzbau oder wiederkehrende Grammatikfehler.

Microsoft installierte am 23. März 2016 via Twitter einen Social Bot mit dem Namen Tay. Sie wollten herausbekommen was der Bot von den NutzerInnen lernte. Schon nach kurzer Zeit postete Tay rassistische Inhalte. Inzwischen ist erkennbar, dass Social Bots in erheblicher Weise politische Debatten beeinflussen. So tauchten auf dem Account der CSU vermehrt Hasskommentare mit fremdenfeindlichem Inhalt auf (Deutschlandfunk Nova 2016). Darauf reagierten echte Nutzer. Dies artete in Hass-Tiraden aus. Es stellte sich heraus, dass sie von Bots stammten. Da viele Menschen unbewusst ihre Ansichten einer breiten Mehrheit anpassen besteht die Gefahr manipuliert zu werden.

Herausforderungen an die Medienbildung

In der Medienbildungsdebatte liegt der Focus oft auf den Themen und Inhalten, die als problematisch eingeschätzt werden (z.B. Cybermobbing, Grooming, Sexting, Neofaschismus, Salafismus). Aus der Perspektive des Jugendschutzes ist es sinnvoll Kinder- und Jugendlichen Kompetenzen zu vermittelt, die sie in der Lage versetzt selbstgesteuert, verantwortungsvoll, und partizipativ sich in den gesellschaftlichen Diskurs einzumischen. Der vorliegende Text verweist auf eine weitere oft verwaiste Baustelle, die notwendigen Auseinandersetzungen mit dem strukturellen Wandel unserer Kommunikationskultur. Aufgezeigt wurde, dass die jeweiligen dominanten Medien das Denken und die Wahrnehmung beeinflusst und wie wichtig es für Jugendliche ist, sich nicht nur Online Gesellungen zuzuordnen, sondern zu lernen sich angemessen in den Netzwerken zu präsentieren. Gezeigt wurde auch, dass die das Kommunikationssystem bestimmenden Strukturen (u.a. Algorithmen, Social Bots) ebenso in den Blick der Medienbildung treten sollte, damit nicht die Digitalen Medien die Menschen, sondern die Menschen die Digitalen Medien beherrschen.

Literatur

- Beck, Ulrich (1986):
  Risikogesellschaft. Frankfurt a.M.
- Deutschlandfunk Nova:
  Social Bots – Hasskommentare von Fake-Accounts.
  [https://www.deutschlandfunknova.de/beitrag/social-bots-hasskommentare-von-fake-accounts]
- Foucault, Michel (1981):
  Archäologie des Wissens. Frankfurt: Suhrkamp.
- Jäckel, Michael (2010):
  Was unterscheidet Mediengenerationen? Theoretische und methodische Herausforderungen.
  In: MediaPerspektiven 5/2010, S. 247–257.
- Krotz, Friedrich (2007):
  Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel der Kommunikation. Wiesbaden VS.
- Kucklick, Christoph:
  Die granulare Gesellschaft: Wie das Digitale unsere Wirklichkeit auflöst. Berlin 2014.
- Lobensommer, Andrea (2010):
  Die Suche nach Heimat. München.
- Mangold, Ina:
  Bots in Sozialen Netzwerken.
  In: LMZ – Landesmedienzentrum Baden-Württemberg [letzter Zugriff https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/medienwissen/social-media/soziale-netzwerke/bots-in-sozialen-netzwerken/]
- Mead, Margaret:
  Der Konflikt der Generationen. Jugend ohne Vorbild. Freiburg 1971
- Missomelius, Petra (2006):
  Digitale Medienkultur. Wahrnehmung Konfiguration Transformation. Bielefeld.
- Mitzerscherlich, Beate (1997):
  „Heimat ist etwas, was ich mache". Eine psychologische Untersuchung zum individuellen Prozess von Beheimatung. Pfaffenweiler.
- Reißmann, Wolfgang (2014):
  Bildhandeln und Bildkommunikation in Social Network Sites. Reflexionen zum Wandel jugendkultureller Vergemeinschaftung.
  In: Hugger, Kai Uwe (Hrsg.), Digitale Jugendkulturen. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 90–103.
- Schmidt, Jan-Hinrik; Merten, Lisa; Hasebrink, Uwe; Petrich, Isabelle; Rolfs, Amelie:
  Zur Relevanz von Online-Intermediären für die Meinungsbildung, Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 40. Hamburg 2017.
  In: https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/default/cms/media/67256764e92e34539343a8c77a0215bd96b35823.pdf
- Stalder, Felix (2017):
  Kultur der Digitalität. 2. Aufl. Berlin: Suhrkamp 2016.
- Tagesanzeiger:
  „Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt". Psychologe Michal Kosinski weiß wie man Menschen anhand ihres Facebook-Verhaltens analysiert. 20.02.2018 [letzter Zugriff: https://www.tagesanzeiger.ch/ausland/europa/diese-firma-weiss-was-sie-denken/story/17474918]
- Unger, Alexander (2010):
  Virtuelle Räume und die Hybridisierung von Alltagswelt.
  In: Grell, Petra; Marotzki, Winfried; Schelhowe, Heidi (2010): Neue digitale Kultur- und Bildungsräume. Wiesbaden. VS Verlag, 2010. S. 99–118.

Sichtbarkeit und Stereotyp. Weibliche Rollen(vor)bilder auf YouTube

VORTRAG · Prof. Dr. Claudia Wegener, Filmuniversität Babelsberg

Foto © Claudia Wegener

Die Video-Plattform YouTube ist gegenwärtig eines der wichtigsten Online-Angebote für Jugendliche. Aktuelle Studien belegen deren Reichweite ebenso wie die große Beliebtheit des Angebotes. So weist die JIM-Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (2018) nach, dass 90 Prozent der Jugendlichen mindestens mehrmals pro Woche YouTube nutzen, 64 Prozent von ihnen widmet sich täglich den Videos der Plattform (mpfs 2018, 48). Fragt man Heranwachsende nach ihren liebsten Internet-Angeboten, zeigt sich YouTube auch hier weit vorne: 63 Prozent der 12–19-Jährigen nennen die Plattform als ihren Favoriten, gefolgt von WhatsApp, Instagram und – mit deutlichem Zuwachs zu 2017 – Netflix (ders.).

Die Nutzung des Webvideoportals unterscheidet sich in vielfältiger Weise von den Modi der ehemals auch bei Jugendlichen populären Fernsehnutzung. Die Angebote sind zeitlich unabhängig abrufbar und mobil auf dem Smartphone zu nutzen. Feedbackmöglichkeiten erlauben in Form von Kommentaren Rückmeldungen und damit Interaktion mit den Produzierenden. Neue Inhalte nehmen die Interessen der Jugendlichen auf und präsentieren Themen wie Gaming, Comedy oder Beauty und Lifestyle. Dabei entstehen neue Formate wie Let's Plays (Gaming), Tutorials (Erklär-Videos), Hauls (Produktpräsentationen) oder Vlogs (Video-Tagebücher), die bei Jugendlichen Nutzer*innen Anerkennung finden und gleichermaßen Medienwelten konstituieren, die Abgrenzung vom Medienhandeln der älteren Generationen erlauben.

Durch die offene, nutzerbasierte Form des YouTube-Angebotes entsteht eine neue Netz-Öffentlichkeit, die einerseits Partizipation fordert („Broadcast Yourself") und auch ermöglicht (Jenkins et al. 2015), diese andererseits aber Marktmechanismen unterwirft, sodass fraglich bleibt, inwieweit die Plattform tatsächlich Empowerment-Prozesse zum Zweck einer größeren inhaltlichen Vielfalt und Diversität leisten kann. Die im Rahmen der 8. Netzwerktagung vorgestellte Studie setzt hier an (vgl. Prommer/Wegener/Linke 2019). Sie fragt nach der Repräsentation von Geschlecht auf YouTube sowie nach Divergenzen, um so möglicherweise neuen Formen der Ausgrenzung und Spaltung nachzugehen, die einer kommunikativen Integration – hier der Geschlechter – in der digitalisierten Gesellschaft entgegenstehen. Hierzu wurden die Top 1.000 populärsten Kanäle von Top-YouTuber*innen in Deutschland nach Geschlecht der Kanalbetreiber*innen und den YouTube-Genres analysiert. In einem zweiten Schritt wurden jeweils 20 Videos der Top 100 YouTuber*innen (N=2000) mittels einer quantitativen standardisierten Inhaltsanalyse tiefergehend ausgewertet (ders.).

Die Ergebnisse der Inhaltsanalysen zeigen eine ungleiche Sichtbarkeit der Geschlechter auf YouTube: Frauen sind mit bzw. in populären Videos deutlich unterrepräsentiert. Bei den 1.000-Top-Kanäle liegt der Anteil der weiblichen YouTuber*innen bei unter 20 Prozent. Die Top-100-erfolgreichsten Kanäle erreichen bei den Hauptakteur*innen ein Verhältnis von 1:2: Insgesamt stehen 29 Prozent weibliche Hauptakteurinnen 69 Prozent männlichen Akteuren gegenüber. Unterschiede zeigen sich auch bei den Themen, mit denen Männer und Frauen sichtbar werden. Weibliche Akteurinnen präsentieren sich überwiegend mit traditionellen Themen (z.B. Beauty) und serviceorientierten Formaten (z.B. How-To). Männliche YouTuber nehmen dagegen eine Vielfalt an Themen und eine breite Palette an Formaten ein. Auch präsentieren sich Männer als handlungsmächtiger – hier verstanden im Sinne einer Definition von Handlungsmacht als Aneignung des öffentlichen, gesellschaftlich legitimierten Raumes. So sprechen YouTuberinnen häufiger von ihren Hobbys und Leidenschaften, während Männer ihr

professionelles Können stärker in den Vordergrund stellen. Der öffentliche Raum bleibt auf YouTube eher den männlichen Akteuren vorbehalten, das heißt, Frauen drehen ihre Videos augenscheinlich zu Hause oder in einem privaten Umfeld, während Männer auch draußen, in Büros oder professionellen Umgebungen zu sehen sind. Schließlich agieren Frauen stärker affektorientiert und thematisieren ihre eigenen Gefühle, verweisen, mit Richard Sennett gesprochen, stärker auf das private und verinnerlichte Selbst (Sennett 2004) als ihre männlichen Kollegen.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass Erwartungen, nach denen neue, populäre Medienformationen mit Konventionen und Stereotypen von Genderdarstellungen brechen, nicht erfüllt werden. Die vor allem bei Kindern und Jugendlichen beliebten Webvideos der Plattform YouTube greifen die in den Medien bislang vorherrschenden Rollenmodelle auf und setzen sie fort.

Literatur

- Jenkins, Henry; Ito, Mizuko; Boyd, Danah (2015): Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics. Cambridge: Polity.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest/ mpfs (2018): JIM Studie 2018. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart.
- Prommer, Elizabeth; Wegener, Claudia; Linke, Christine (2019): Selbstermächtigung oder Normierung? Weibliche Selbstinszenierung auf YouTube. TelevIZion, 32,1, S. 11–15.
- Sennett, Richard (2004): Verfall und Ende des öffentlichen Lebens: Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt: Fischer.

Hass im digitalen Raum

WORKSHOP · Janis Prinz, Forum für Streitkultur

Der digitale Raum ist essentieller Bestandteil unseres gesellschaftlichen Lebens. Soziale Medien nehmen eine zentrale Rolle in unserem Alltag und Umgang miteinander ein. Dementsprechend gelten auch hier die Regeln des gesellschaftlichen Miteinanders und der konstruktiven Gesprächsführung. Diese Regeln werden durch Hassrede allerdings strategisch boykottiert, was die demokratische Streitkultur gefährdet. Die hasserfüllten Reaktionen bspw. auf die 16-jährige Klimaaktivistin, Greta Thunberg sprechen Bände.

Hass als Strategie

Neben den Vorteilen der Kommunikations- und Ausdrucksmittel im digitalen Raum gibt es leider auch Nachteile: Trolle und Hater verbreiten Fake News sowie Hetze und nutzen die Funktionslogiken der sozialen Medien strategisch aus, um ein Klima des Hasses zu schüren und den politischen Diskurs zu dominieren (Aufmerksamkeitsökonomie). Im gesellschaftlichen Diskurs hat Hass mit einem erstarkenden Rechtspopulismus zugenommen.[1] Gerade Rechtspopulist*innen nutzen das Internet und soziale Medien in ihrer Kommunikationsstrategie ganz bewusst um gezielt Stimmung zu machen (bspw. gegen die Klimabewegung Fridays For Future), Desinformation zu verbreiten und mit Hilfe von Hass einzuschüchtern, um damit den digitalen Raum zu dominieren. In diesem Sinne ist Hassrede kein Massenphänomen, sondern geht von wenigen Usern/Accounts aus, die sehr bewusst aktiv und salient versuchen, damit Diskussionen im Internet für ihre Zwecke zu missbrauchen.[2]

Hass ist keine Meinung

Hassrede nimmt hierbei nicht die Form einer Meinungsäußerung an, die im Sinne der Meinungsfreiheit an einem konstruktiven Austausch oder einer Diskussion mit Argumenten interessiert ist. Verbaler Hass kann selbst bereits als eine Form der Gewaltanwendung gelten und ist eine sprachliche Handlung gegen Einzelpersonen und/oder Gruppen mit dem Ziel der Abwertung oder Bedrohung aufgrund deren Zugehörigkeit zu einer benachteiligten Gruppe in der Gesellschaft. Dies umfasst (strukturelle) Diskriminierung und damit Rassismus, Antisemitismus, Frauenfeindlichkeit und alle anderen Formen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit.[3] Abgesehen davon zeigt sich, dass durch verbalen Hass die Hemmschwelle zur Gewalt in der analogen Welt durch sich akkumulierenden verbalen Online-Hass gesenkt wird. Wir sehen das an Beispielen wie dem Mord an dem hessischen Politiker, Walter Lübcke, dem Anstieg politisch motivierter rechter Gewalttaten, oder auch, wenn wir den Blick weiten, am Beispiel der ethnischen Säuberung im buddhistisch geprägten Myanmar an der muslimischen Minderheit, den Rohingya. Gegen diese wurde auf den sozialen Medien massiv Hetze verbreitet und zu Gewalt aufgerufen.[4]

Der Umgang mit Hass

Doch wie kann mit diesem Hass umgegangen werden? Angesichts gezielter Hass-Kommentare und Shitstorms gewinnt die Frage des richtigen Umgangs weiter an Bedeutung.

---

1. MALANDI et al. (2016): **"Kick them back into the sea" Online hate speech against refugees,** Report by the International Network Against Cyber Hate (INACH); ECKES et al. (2018): **#Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie**

2. KREIßEL et al. (2018): **Hass auf Knopfdruck,** Institute for Strategic Dialogue (ISD)

3. neue deutsche medienmacher*innen (2018): **Wetterfest durch den Shitstorm. Leitfaden für Medienschaffende zum Umgang mit Hass im Netz,** No Hate Speech Movement Deutschland

4. STECKLOW (2018): **Why Facebook is losing the war on hate speech in Myanmar,** a REUTERS special report

Spätestens seitdem im Oktober 2017 das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) zur Regulierung von Social-Media-Plattformen in Kraft getreten ist, besteht eine rege Auseinandersetzung darüber, welche Maßnahmen geeignet sind, um Hassrede einzudämmen.[5] Auch wird nach dem Anschlag in Halle (Saale) auf eine Synagoge im Jahr 2019 die Thematik mit einem Kabinettsbeschluss, Hass im Netz härter zu bestrafen, wieder auf die Tagesordnung gehoben.[6]

Für den Umgang mit Hass im Netz gibt es kein Patentrezept.

Grundsätzlich gibt es mindestens fünf Möglichkeiten des Umgangs mit Hassrede: ignorieren, diskutieren, ironisieren oder (im Fall justiziabler Äußerungen wie Bedrohung, Beleidigung, öffentlicher Aufforderung zu Straftaten oder Volksverhetzung) melden, anzeigen und (falls möglich) löschen. Helfen kann hierbei die Meldestelle des Bundeskriminalamts für Hetze im Internet „respect!“, https://www.bka.de/DE/KontaktAufnehmen/HinweisGeben/MeldestelleHetzeImInternet/meldestelle_node.html. Hilfestellung beim direkten Umgang können online tools, wie das der neuen deutschen medienmacher*innen, https://www.neuemedienmacher.de/helpdesk oder des No Hate Speech Movement, https://no-hate-speech.de/de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech/ bieten.

Der digitale Raum als demokratischer Raum

Es wäre falsch zu denken, dass der digitale Raum von unserem alltäglichen Leben separiert werden kann. Schlechte Tipps für Betroffene von Hass oder Cybermobbing, wie „lösch dich doch einfach“ negieren, dass der digitale Raum ein fester Bestandteil gesellschaftlichen Lebens ist, der auch demokratischen Regeln, Rechten und Umgangsformen unterliegt. Was wir aber sehen ist, dass Hassrede ganz grundsätzlich den sozialen Umgang mit Andersdenkenden und die demokratische Streitkultur negativ beeinflusst. Da der digitale Raum als freiheitlicher, öffentlicher und demokratischer Raum und die Menschen, die sich darin bewegen, schutzbedürftig sind, muss entsprechend reguliert, aufgeklärt, (weiter-)gebildet und sensibilisiert werden für die Schattenseiten, die das Internet mit sich bringt.

Forum für Streitkultur

Das Forum für Streitkultur wurde von den Philosoph*innen Romy Jaster und David Lanius 2017 in Berlin gegründet. Es erforscht die theoretischen Grundlagen konstruktiver Argumentation, bietet Workshops und Trainings zu konstruktivem Streiten, zum Diskutieren mit Populist*innen und zum Argumentieren mit Andersdenkenden an. Außerdem analysiert es aktuelle politische Debatten mit Werkzeugen der Argumentationstheorie und Logik.
Das Forum ist getrieben durch eine große Leidenschaft für Kommunikation und Argumentation. Das Streitgespräch ist eines der wichtigsten Mittel, zwischenmenschliche Probleme zu lösen und Meinungsverschiedenheiten auszutragen. Vision ist es, eine konstruktive Kultur des Streitens zu etablieren.

https://forum-streitkultur.de/
https://www.facebook.com/forumstreitkultur
https://www.linkedin.com/company/forum-streitkultur

5. MEßMER & KRAUSE (2018): **Wie Umgehen mit Hate Speech?**, Das Progressive Zentrum
6. STEINKE (2019): **Hass im Netz wird härter bestraft,** Süddeutsche Zeitung

„Kannst Du mich auch anschreiben?!“ Die Bedeutung von Online-Verfügbarkeit in der pädagogischen (Jugend-) Arbeit

WORKSHOP · Tilmann Pritzens, Fachberatung Streetwork Gangway e.V.

Diese Frage kommt oft, wenn (Sozial-) Pägdagog*innen mit Jugendlichen zusammenarbeiten. Der Grund liegt auf der Hand: Ein Leben ohne Smartphone ist nicht mehr vorstellbar; fast jegliche Kommunikation erfolgt darüber.

Im Workshop haben wir uns darüber ausgetauscht, wie gelingende Kommunikation über Messengerdienste aussehen kann. Dabei wurde nicht in Frage gestellt, ob die schriftliche Form die richtige ist - vielmehr haben alle Workshop-Teilnehmer bestätigt, dass die Zusammenarbeit mit jungen Menschen ohne Einbeziehung dieser Chatkanäle fast nicht mehr vorstellbar ist.

Trotz aller Kritik am mangelhaften Datenschutz der meistgebräuchlichen Messengerdienste waren wir uns einig, dass das Angebot, eben auch über diese Kanäle erreichbar zu sein, die notwendige Niedrigschwelligkeit im Zugang zu Jugendlichen schafft.

Dabei werden in der Regel die Chatkanäle der Netzwerke genutzt, die am beliebtesten sind (es reicht also bei manchen Jugendlichen nicht aus, „nur“ über WhatsApp erreichbar zu sein, wenn sie sich in ihrer Kommunikation bspw. ausschließlich auf Instagram beschränken).

Dabei wurde auch diskutiert, wie man Online-Beratungen, die über „Smalltalk“ und kleine Zwischenabsprachen hinaus gehen, aus den fragwürdigen Netzwerken in sicherere Kanäle überleiten kann. Gibt es doch mittlerweile zahlreiche, oft auch kostenlose Alternativen, die in Bezug auf Verschlüsselung mehr Sicherheit bieten (Signal, Threema und -meine persönliche Empfehlung: **https://wire.com/de/**).

Hierbei stellt jedoch das größte Hemmnis dar, dass beide Seiten in der Regel einen neuen Dienst installieren, aktivieren und einrichten müssen, der dann meist nur für diese 1:1-Beratung genutzt wird. In der Praxis ist so etwas nur möglich, wenn eine ausreichende Arbeitsbeziehung besteht und von beiden Seiten die Sensibilität vorherrscht bzw. die inhaltliche Notwendigkeit gesehen wird, in einem sicheren „Raum“ zu kommunizieren.

Generell gilt für die Soziale Arbeit: Beratungen zu sensiblen oder strafrechtlich relevanten Themen IMMER (wenn irgendwie möglich) in „face to face“ überleiten.

In Bezug auf die Datensicherheit und Schweigepflicht kommt dem Chatverlauf eine besondere Bedeutung zu: Aus praktischer Erfahrung spielt die Verschlüsselung der Kommunikation nur eine zweitrangige Rolle. Adressat*innen der Jugendarbeit drohen schwerwiegendere und unmittelbarere Konsequenzen, wenn Chatverläufe – die in der Regel dauerhaft auf den Endgeräten gespeichert werden – von Partnern, Eltern oder der Polizei (Handy konfisziert) gelesen werden.

Es empfiehlt sich also durchaus, sich auf das regelmäßige, gemeinsame Löschen von Chatverläufen zu verständigen!

Das hat dann möglicherweise auch direkte Konsequenzen für den/ die beratende Sozialarbeiter*in.
An dieser Stelle wurde im Workshop ein Praxisbeispiel besprochen, in dem über Facebook-Messenger eine Online-Beratung zur Vermeidung von Suizid geführt wurde, zum Ende hin der Chat-Kontakt seitens der Jugendlichen abgebrochen wurde und für mehrere Tage nicht klar war, ob die Jugendliche die Selbsttötung vollzogen hat. Glücklicherweise konnte durch Einschalten von Polizei der Suizid verhindert werden – die Frage war aber dennoch, was im Falle eine Suizids passiert wäre, hätten die Eltern der Jugendlichen den letzten Chat – Verlauf mit dem Streetworker vorgefunden (und selbstverständlich ausgewertet).

Darüber hinaus wurde sich im Workshop über die Vor- und Nachteile von Chatberatung ausgetauscht:

Vorteile:

- Der Absender kann zu jeder Tages und Nachtzeit Anliegen los werden – im Vertrauen, dass irgendwann darauf reagiert wird
- Schreiben erfolgt geräuschlos und kann daher auch unter Ausschluss der Öffentlichkeit passieren (ggf. in Anwesenheit von Eltern, Arbeitsvermittler oder Polizei)
- Schreiben hilft, „Wirrwarr“ im Kopf zu sortieren – oft besser als direkt los zu reden
- Schreiben erfordert in der Regel keine unmittelbare Antwort; Berater*innen können ggf. vor der Beantwortung in Ruhe recherchieren oder sich einen fachlichen Rat einholen, bevor sie adäquat reagieren.
- Anhand von Chatverläufen können die Adressat*innen wichtige Informationen (Links, BG- Nummer, Ansprechpartner*innen, etc.) nachlesen und sich schnell in Erinnerung holen. Auch der Verlauf an sich (vor allem über einen längeren Zeitraum) kann in einem gemeinsamen Gespräch analysiert und ausgewertet werden (im Wissen, dass in Chatverläufen Gefahren liegen)
- Im Laufe von regelmäßigen Chatberatungen lassen sich an der Art und Weise, WIE im Chat geschrieben wird (schnell, sehr bedacht, viele Rechtschreibfehler, lange Pausen….) erkennen, in welchem Gefühlszustand der Mensch am anderen Ende zu sein scheint.

Nachteile:

- Im Vergleich zu face to face fehlen Mimik und Gestik der zu Beratenden
- Datenschutz und Chatverlauf birgen Gefahren (siehe oben)

Wem gehört eigentlich mein Selfie?

WORKSHOP · Martin Baer

Dass eine Sache irgendjemandem gehört, scheint uns selbstverständlich. Auch wenn die Frage immer wieder zu Streit führt, wer der Eigentümer eines bestimmten Dinges ist, so zweifelt doch kaum jemand an der Richtigkeit des Konzepts vom „Eigentum“. Schwierig wird es, wenn sich Eigentum auf „Nicht-Dinge“ wie Musik, Texte oder Ideen bezieht. Diese „unkörperlichen Gegenstände“ bezeichnet die Rechtswissenschaft als „Immaterialgüter“. Das Wort „Güter“ verweist auf den Kern der Sache. Es geht darum, Kunstwerke, Erfindungen, Ideen zu handelbaren Gütern zu machen.

Im 21. Jahrhundert sind Informationen nicht nur das wichtigste Handelsgut, sondern auch eines, dass sich einfach und fast kostenlos vervielfältigen und teilen lässt. Wem Informationen gehören und wer an ihnen verdient, macht die Frage des „geistigen Eigentums“ und das Rechtsgebiet des „Immaterialgüterrechts“ so bedeutsam. Deswegen erleben wir heute so heftige Auseinandersetzungen um „Copyright“ oder „Sampling“.

„Das Bild ist ja nur für private Nutzung“ mag ausgereicht haben, solange die Fotos in Alben oder Diakästen kamen und nur bei Familienfesten betrachtet wurden. In den Zeiten von Social Media und Messenger-Diensten kann jedes Bild millionenfach vervielfältigt werden. Selbst wenn der eigene Facebook-Account ohne Gewinnerzielungsabsicht betrieben wird, so kann ein hartnäckiger Rechteinhaber argumentieren, dass die Betreiber der Plattform mit neben einem Bild platzierter Werbung Geld verdienen. Eine solche Nutzung könnte als kommerziell gewertet werden, und da die Nutzer*innen mit dem Häkchen bei den AGBs erklärt haben, alle Rechte an geposteten Inhalten zu besitzen, sind sie womöglich schadenersatzpflichtig.

Wer heute ein Selfie macht, kann durchaus mit solchen Fragen konfrontiert werden. Schliesslich fotografieren die meisten sich nicht vor einer weissen Wand, sondern an interessanten Orten, mit sehenswerten Dingen, vor einem besonderen Hintergrund. Filmplakate, Gemälde, Zeitschriften-Cover sind geschützte Inhalte und dürfen ohne ausdrückliche Zustimmung der Rechteinhaber nicht kopiert, also auch nicht fotografiert und verbreitet werden.

Das betrifft inzwischen sogar Gebäude, bei denen Eigentümer oder Architekten die Nutzung ihrer Rechte exklusiv sichern wollen. Wem gehört das Bild eines Hauses: dem Architekten? Dem Bauherren? Dem Hausbesitzer? Oder den Fotograf*innen, die sich auf das Recht berufen, im öffentlichen Raum Bilder herzustellen? Dieses als „Panoramafreiheit“ bezeichnete Recht ist in Europa allerdings von Land zu Land ganz unterschiedlich geregelt. 2015 sorgte der Versuch des Europäischen Parlaments, die Regelungen zu harmonisieren, für grosse Unruhe. Heiss diskutiert wurde im Internet die Frage, ob man sein Urlaubs-Selfie überhaupt noch posten dürfe. Die Sorge ist keineswegs unbegründet, wie das Beispiel des Eiffelturms zeigt. Das Bild des Wahrzeichens von Paris herzustellen und zu benutzen, ist erlaubt. Das gilt aber nicht, wenn der Turm nachts beleuchtet ist. Die Rechte am Lichtkonzept sind geschützt.

Wem gehört ein Gesicht, wenn also andere Personen mit auf meinem Selfie sind, sei es absichtlich oder zufällig? Als Ende des 19. Jahrhunderts Fortschritte der Kameratechnik kurze Belichtungszeiten ermöglichten, erfanden die amerikanischen Juristen Warren und Brandeis „The Right to Privacy“. Seither gibt es das Recht am eigenen Bild. Wer jemanden fotografiert, sollte sich spätestens bei Nutzung oder Verbreitung des Bildes klar machen, dass es dieses Recht am eigenen Bild gibt und jede*r andere dieses Recht auch nachträglich geltend machen kann.

Damit Erfolg zu haben, wird jedoch schwieriger. Die technischen Möglichkeiten, Bilder unbemerkt, aus grosser Entfernung oder in der Dunkelheit aufzunehmen, machen es Fotograf*innen, Paparazzi und Überwachungsbehörden leicht. Wer uns wo und wann fotografiert hat und wie sich unsere Abbilder im Internet verbreiten, lässt sich kaum feststellen. Selbst wenn wir vor Gericht erfolgreich sind, ist der Versuch der Löschung einmal veröffentlichter Bilder wenig erfolgversprechend.

Die weitaus meisten Bilder im Internet sind von den Usern selbst gepostete Selfies. Manche davon entwickeln sich zu viralen Hits. Wenn ein Foto sich im Internet derart verbreitet, fragt kaum mehr jemand nach dem Recht am eigenen Bild oder nach dem Urheberrecht. Wer sein eigenes Abbild postet, muss schon längst damit rechnen, dass andere sich das aneignen. 2015 begann die Designerin Suwanna Ruayrinsaowarot am California College of Arts, alle Instagram-Fotos mit dem Tag #selfie auf ihrer „Selfie-Uhr“ zu zählen und im Rahmen einer Ausstellung auf einer gigantischen Leinwand zu zeigen. Im Internet gibt es Bilder davon, darunter die Formulierung „Bilder mit freundlicher Genehmigung“. Wer wem was genehmigt hat, steht da nicht; dass jede*r einzelne der mehr als

300 Millionen Selfie-Fotograf*innen eine Einwilligung zur Verwendung des eigenen Bildes erteilt hat, ist sehr unwahrscheinlich. Von der „Obsession, Dinge zu teilen“, sprach Ruayrinsaowarot in einem Interview: „Der Aufstieg des Selfies in unserer heutigen Welt ist ein perfektes Beispiel für diese unglaublich narzisstische Kultur, in der viele die Kontrolle über ihre eigenen Bilder abgeben, wenn sie sich selbst posten.“

„Werde SelfieStar und verdiene Geld!“, wirbt die gleichnamige App: „Klingt nach leicht verdientem Geld, oder?“ Tatsächlich verdienen vor allem diejenigen mit Selfies Geld, die möglichst viele solcher Bilder sammeln und auswerten. Wer kostenlose Programme nutzt, um seine Bilder zu speichern, zu bearbeiten oder zu teilen, tritt in der Regel seine Rechte ab. Im Falle von „SelfieStar“ „übertragen die Nutzer alle intellektuellen Eigentumsrechte“ und geben der Firma die Möglichkeit, „diese Beiträge kommerziell zu nutzen.“

Die Milliarden von Fotos, die User hochladen und im Netz verbreiten, sind für Google und andere Technologie-Riesen eine Goldgrube. Ein Jahr nach Markteinführung freute sich der Vizepräsident von „Google Photos“, Anil Sabharwal, dass die User bereits 24 Milliarden Selfies hochgeladen hätten. Die Bilder dienen vor allem dazu, Bilderkennungsverfahren zu entwickeln. Besonders nützlich sind dabei Porträts von Menschen, also Selfies, denn mit ihnen lassen sich die Programme zur Gesichtserkennung verbessern.

Einmal im Netz und in den Datensammlungen der grossen Internet-Unternehmen, ist das eigene Bild unserem Zugriff, unserer Kontrolle und auch allen Verwertungsmöglichkeiten weitestgehend entzogen. All die Urheber-, Verwertungs-, Schutz- oder Vervielfältigungsrechte, die uns „Usern“ eigentlich zustehen, gelten nicht mehr viel, wenn neue Geschäftsmodelle wie das von „Generated Photos“ eingeführt werden. 29000 Porträts von 69 Menschen nutzt die Firma, um daraus 100000 künstliche Gesichter herzustellen, täuschend echt wirkende Porträts „nicht-realer Leute“, Bilder von „random unreal people“. Die Bilder stehen frei zum Download zur Verfügung. Alle enthalten alle die Daten lebender Menschen, wobei weder die Rechte dieser Personen am eigenen Bild noch die Urheberrechte der Fotograf*innen berücksichtigt werden. Ganz abgesehen davon, dass diese von Künstlicher Intelligenz hergestellten Gesichter auf längere Sicht Models und Schauspieler*innen arbeitslos machen werden.

Wir geben unsere „Selfies“ kostenlos her, wir lassen andere damit Geld verdienen. Womöglich wird am Ende niemand mehr Fotos echter Menschen brauchen.

www.der-illegale-film.de

Nachhaltig durch die smarte Konsumwelt?!

WORKSHOP · Claudia Joest, Verbraucherzentrale Brandenburg e. V.

Ein Klick, neue Klamotten, neue Schuhe, neues Smartphone. Unser Kaufverhalten verändert sich massiv im Zeitalter digitaler Möglichkeiten. Generation Z konsumiert 10,6 Stunden Content pro Tag. Bereits mit 10 haben alle ein Smartphone. Alles ist Jederzeit verfügbar. Influencer beschallen ihre Fangemeinde mit Produktwerbung. Wer dazu gehören möchte, kauft – vorwiegend online. Hält eine bekannte Influencerin z. B. eine Sonnenbrille vor die Kamera, sehen das 5,4 Millionen Instagram-Abonnent*innen – eine Reichweite, für die Unternehmen rund 22.500 Euro in die Hand nehmen müssten.

Die Digitalisierung von Märkten und Lebensstilen schafft neue Herausforderungen für nachhaltigen Konsum. Unsere Kaufbulimie hat direkten Einfluss auf das Klima. Jedes 10. Paket wird zurückgeschickt. Bei Kleidung ist es jedes Zweite. Jeden Tag gehen 800.000 Pakete zurück. Das macht 400 Tonnen CO2 täglich. Der Verpackungsmüll beim Online-Shopping betrug im Jahr 2014 18 Millionen Tonnen in Deutschland. Das macht 220 Kilo Verpackungsmaterial pro Kopf und Jahr. Das Verkehrsaufkommen und der Energieverbrauch der Logistik steigen.

Nachhaltiger und kritischer Konsum berücksichtigt fairen Handel, Energiesparen, Umwelt, Energie und Logistik sowie die Bedingungen für Mitarbeiter*innen und Gesellschaft.

Laut der aktuellen Sinusstudie finden Jugendliche es schwer, an verlässliche Informationen zu „kritischem Konsum“ zu gelangen. Kritischer Konsum spielt weder im Schulunterricht noch in Familie oder Freundeskreis eine zentrale Rolle. Nur wenige Jugendliche berichten darüber, dass sie sich gezielt im Internet oder beim Einkaufen über das Thema informieren. Es scheint den Jugendlichen auch (zu) aufwändig und kompliziert, an die notwendigen Informationen zu kommen (z.B. welche Kleidung an welchem Ort unter welchen Bedingungen produziert wurde).

In Bildungseinrichtungen, in der Schule und der Projektarbeit geht es darum, Alltagswissen und Handlungskompetenz zu vermitteln. Es ist wichtig, Kinder und Jugendliche dabei zu unterstützen, frühzeitig ein Konsumbewusstsein zu entwickeln, Zusammenhänge zu erkennen und kritisch zu bewerten. Und im besten Fall zu handeln und Möglichkeiten konstruktiv zu nutzen. Z. B. über Sharing Plattformen und Apps zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung (z. B. To good to go App für Lebensmittelreste). Außerdem können sich Kinder und Jugendliche heute aus ganz verschiedenen Lebenswelten per Videochat austauschen und voneinander lernen. Und sich selbst informieren (Schlaumal Videos, storyofstuff.org, etc.).

Gleichzeitig müssen Erwachsene ihre Vorbildfunktion verantwortungsvoll ausfüllen. Dies gilt für Eltern ebenso wie für Bildungsreinrichtungen und deren Kooperationspartner. Wasserspender, Fahrradständer und Mehrwegbecher vor Ort sind hierfür nur ein paar machbare Beispiele.

Kompetenzen, die in der Bildung in der digitalen Welt wichtig sind – Suchen, Verarbeiten und Aufbewahren, Kommunizieren und Kooperieren, Produzieren und Präsentieren, Schützen und sicher Agieren, Problemlösen und Handeln, Analysieren und Reflektieren – sind in allen Lebensbereichen wichtig. So auch in der Verbraucherbildung.

Im Workshop haben wir uns über konkrete Good-Practice-Beispiele ausgetauscht. So kann eine Entdeckungstour in der Natur dafür genutzt werden, ganz plastisch den eigenen ökologischen Fußbadruck nachzubauen. Und auch den der Eltern. In der Digitalwerkstatt können die Kinder und Jugendlichen Videos zu ihren Themen erstellen. Sie können über Projekte zum Upcycling und zum Sharing selber handeln und gestalten.

Weitere Informationen und Ansprechpartner unter:
www.verbraucherzentrale-brandenburg.de/bildung

Soziale Medien im Unterricht. Themen und Methoden

WORKSHOP · Udo Lihs, DigiBitS – Digitale Bildung trifft Schule, Deutschland sicher im Netz e.V.

Soziale Netzwerke durchdringen heute den Alltag von Kindern und Jugendlichen. In der JIM-Studie (2018) sagten mehr als 90% der befragten 12-19-Jährigen, dass Whatsapp und Instagram zu ihren wichtigsten Apps gehören.[1] Zudem gaben 57% an, Online-Spiele zum Austausch zu nutzen und sich mittels Audio-Tools, wie z.B. Teamspeak, auch über andere Themen als das Spiel zu unterhalten. Immer beliebter wird die Selbstdarstellung in Videos oder Livestreams, z.B. bei YouTube, TikTok oder Twitch.

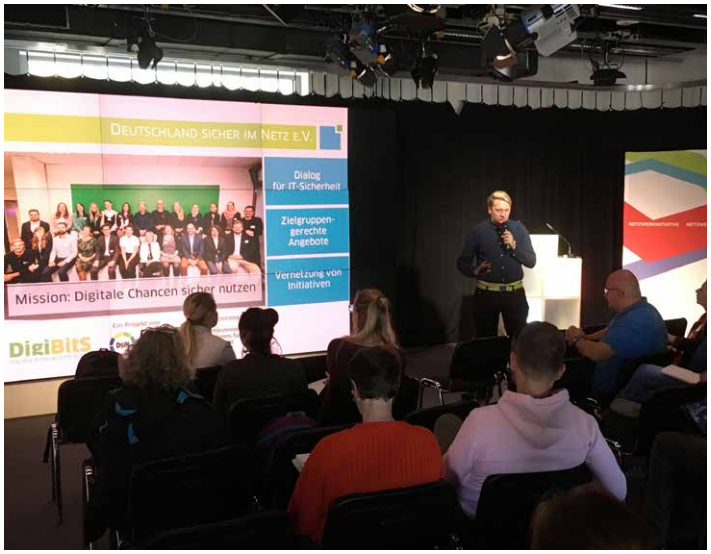
Auch wenn der Einsatz von sozialen Medien im schulischen Rahmen in vielen Bundesländern untersagt ist, ist die Behandlung von Chancen und Risiken im Unterricht möglich – und vor allem sinnvoll, damit junge Menschen lernen, sich in der digitalen Welt sicher und souverän zu bewegen. Das im Jahr 2016 von der Kultusministerkonferenz veröffentlichte Strategiepapier „Bildung in der digitalen Welt“[2] nimmt Schulen diesbezüglich in die Pflicht: Digitale Kommunikationsmöglichkeiten zielgerichtet- und situationsgerecht zu nutzen, ist nur eine von vielen Kompetenzen im Bereich „Interagieren“. Im Basiscurriculum Medienbildung des Rahmenlehrplans für Berlin und Brandenburg[3] wurde diese Anforderung aufgegriffen und die Behandlung von Themen wie „Urheberrecht und Datenschutz berücksichtigt.

DigiBitS unterstützt Lehrkräfte bei der Förderung von Medienkompetenz

DigiBitS – Digitale Bildung trifft Schule, ein Projekt des gemeinnützigen Vereins Deutschland sicher im Netz, unterstützt Lehrkräfte bei der Herausforderung, digitale Kompetenzen von jungen Menschen in ihrem Fachunterricht zu fördern. DigiBitS bietet:

- die Bündelung von über 400 Materialien in einem Online-Pool,
- die Bereitstellung von 24 Unterrichtskonzepten und 8 Checklisten,
- die Befähigung von Lehrkräften in Weiterbildungen und
- die Vernetzung von Schulen und der Austausch mit anderen Unterstützungsangeboten der Medienbildung.

DigiBitS bindet derzeit fast 200 Schulen und mehr als 50 Kooperationspartner über ein bundesweites Netzwerk



ein und schafft so eine Plattform für alle Beteiligten, den digitalen Wandel reflektiert mitzugestalten.

Mit DigiBitS soziale Netzwerke sicher und souverän nutzen

Lehrkräfte finden in den DigiBitS-Checklisten „Eigene und fremde Daten schützen“ oder „Rechtssicherheit: Mediennutzung im Internet“ Antworten auf Fragen wie z.B. „Wie behalte ich in sozialen Netzwerken die Kontrolle über meine Daten?“ oder „Darf ich Bilder meiner Freund*innen einfach so in sozialen Netzwerken teilen?“. Die Checkliste „Cybermobbing – erkennen, reagieren, vorbeugen“ gibt wichtige Tipps zur Prävention und Intervention.
Wie diese Themen mit der Klasse bearbeitet werden können, zeigen die DigiBitS-Unterrichtseinheiten: Unter dem Motto „Vom Portrait zum Selfie: Selbstdarstellung im Wandel“ überdenken Schüler*innen ihren Auftritt in sozialen Medien und den Seflie-Trend kritisch. In den Unterrichtseinheiten „Meine Lieblings-App: Chancen und Risiken“ und „Privatsphäre im Netz: Wie werden Daten zu Geld“ reflektieren Schüler*innen ihre eigene Mediennutzung und hinterfragen die Macht der Konzerne. Alle Materialien können auf der Webseite www.digibits.de, unter „DigiBitS-Bausteine“ kostenfrei heruntergeladen werden.

Auch im DigiBiS-Materialpool sind zahlreiche Anregungen zum Thema „Soziale Netzwerke“ zu finden. So z.B. der Jugendwettbewerb myDigitalWorld von Deutschland sicher im Netz e.V. (DsiN), der Jugendliche dazu einlädt, sich kreativ und kritisch mit der Kommunikation und sozialen Beziehungen in digitalen Räumen auseinanderzusetzen.

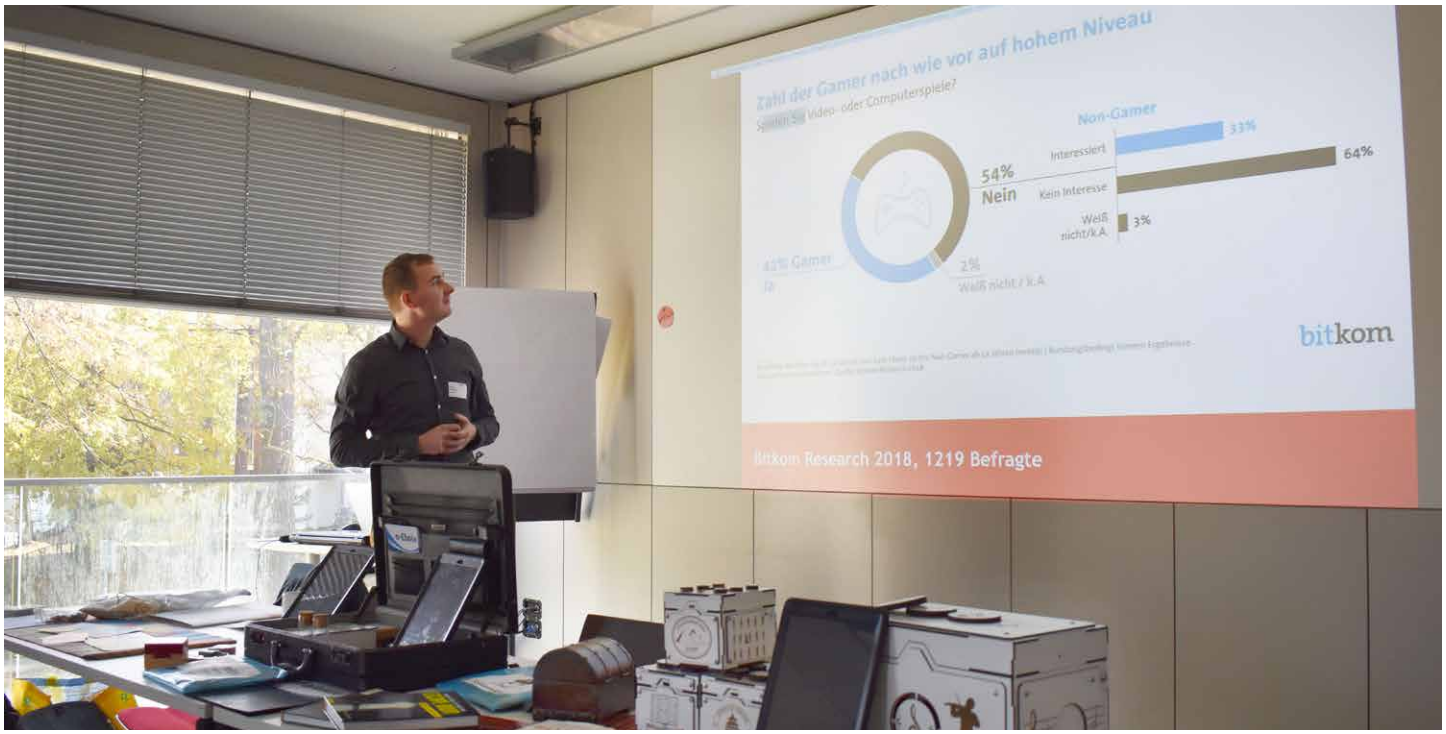
Weitere Informationen und Ansprechpartner unter:
www.digibits.de

---

1. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): **„Jim-Studie 2018“**, Stuttgart, 2018
2. Kultusministerkonferenz: **„Bildung in der digitalen Welt. Strategie der Kultusministerkonferenz“**, 2016
3. Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie (Hrsg.): **„Rahmenlehrplan 1 – 10“**, Teil B: Fächerübergreifende Kompetenzentwicklung, S. 13-23

Serious Games Design

WORKSHOP · Marius Meißner, Espoto



„[Der Mensch] ist nur da ganz Mensch, wo er spielt." Dieses Zitat von Friedrich Schiller sollte auf der Netzwerktagung den Workshop Serious Game Design begleiten.

Die Gamesbranche erlebt besonders bei thematischen Spielen einen erheblichen Aufwind. Der Ansatz von Game Based Learning lässt sich sowohl bei Computerspielen wie Assassin's Creed für den Bereich Geschichte als auch bei Brettspielen wie Photosynthesis und Cytosis auf den naturwissenschaftlichen Bereich anwenden. Viele Firmen und Verlage spezialisieren sich anhand dieses Trends auf Spiele mit Ernsthaftigkeitscharakter, die für die pädagogische Arbeit genutzt werden können - sogenannten Serious Games. Sie werden dazu genutzt Problemstellungen zu erarbeiten und Wissenserwerb & -transfer zu leisten.

Bei der Methode von Game Based Learning wird sich dem Ansatz des erlebnispädagogischen Lernprozesses bedient. Die Spielenden werden anhand eines möglichst immersiven Settings aus ihrem Alltag abgeholt und in einen neuen Lernraum – dem Spiel – gebracht. Beim Spielen können sie frei ihre Fähig- & Fertigkeiten mit anderen testen, neue Wege erproben und ihre Kreativität entfalten.

Die Erfahrungen aus dem Spiel werden gemeinsam mit einer Pädagogin oder einem Pädagogen reflektiert und Erkenntnisse auf den Alltag, das zu bearbeitende Thema oder die Problemstellung transferiert.

Der Gehirnforscher Prof. Dr. Gerald Hüther spricht in seinem Buch: „Rettet das Spiel" dabei von „Dünger fürs Gehirn". Denn beim Spielen werden im Gehirn Katecholamine, endogene Opiate und andere Peptide freigesetzt, die einen wachstumsstimulierenden Effekt auf die neuronalen Vernetzungen im Gehirn haben.

Für den medienpädagogischen Bereich bieten sich verschiedene Formen von Serious Games an. Interaktive Lernrallye sind besonders für das Entdecken eines neuen Lernraums geeignet. Die Spielerinnen und Spieler können sich auf eine geschichtliche Spurensuche begeben, bei verschiedene Team-Missionen soziale Kompetenzen fördern, den ländlichen Raum erkunden oder urbane Gebiete von einer anderen Seite kennenlernen. Bei dieser Form der modernen Schnitzeljagd werden die Teilnehmenden in Kleingruppen mit einem mobilen Endgerät und Expeditionsmaterial ausgestattet.

In der Rallye „Auf den Spuren des kalten Krieges" werden zum Beispiel entlang der Strecke der ehemaligen Mauer in Berlin besondere Punkte (Spots) definiert. Die Route holt die Teilnehmenden zeitlich am Ende des Potsdamer Abkommens ab und geleitet Sie mit Aufgaben & Rätseln entlang der wichtigsten Ereignisse des Kalten Krieges. Sie werden dabei in die 4 Fraktionen eingeteilt – mit eigenen Interessen und Zielen, die gegenseitig konkurrieren. Dabei steht vor allem das Bewusstsein für die

Spannungen dieses Konflikts sowie das Entdecken und Erleben geschichtsträchtiger Orte, Ereignisse und Personen im Vordergrund.

Als weitere Spielformen wurde Projekte mit Quizanwendungen und Planspielen vorgestellt, die besonders durch die Verknüpfungen von analogen, digitalen und präsenz-Elementen punkten können. Denn komplexere Zusammenhänge zu erklären, zu verstehen und zu behalten ist dabei äußert schwierig und langwierig. Ein Planspiel kann dabei Abhilfe leisten, in dem es die Spielerinnen und Spieler Teil des Problems werden lässt. In solch einer Simulation begibt man sich in eine andere Rolle, kann Experimentieren, Üben und auch Scheitern ist erlaubt.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops konnten sich anschließend selbst mal in die Rolle von Geheimagenten begeben. Denn den Trend der sogenannten Escape-Rooms kann auch die Medienbildung für sich nutzen. Mit den Anforderungen größerer Gruppenkonstellationen, Mobilität oder auch Ängsten der Teilnehmenden können mobile Escape Games Abhilfe schaffen, ohne das jemand eingesperrt werden muss. Um eine ähnliche Immersion eines Escape-Rooms zu schaffen braucht es ein gutes Storytelling, spannende Rätsel, und abwechslungsreiche Medien. In dem Testspiel mussten die Workshop-Teilnehmerinnen und Teilnehmer ein Antiserum herstellen oder die Welt vor den Machenschaften der Künstlichen Intelligenz einer Geheimorganisation retten. Eine App hat dabei die Spielbegleitung mit Storytelling, Videos und Augmented Reality übernommen, während die Teilnehmenden gespannt Rätselboxen und andere analogen Gegenstände untersuchten.

Im letzten Drittel des Workshops ging es dann konkret darum, wie solche Serious Games gestalten werden können. Dazu wurde eine Übersicht über mögliche Spielmechaniken vorgestellt und die konkreten Projektplanung für ein eigenes Spieldesign erarbeitet. In Kleingruppen haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die ersten Vorüberlegungen zu eigenen Serious Game Projekten erarbeitet. Im Brainstorming setzten sie sich mit einem konkreten Setting, ihren Zielen und ihrer Zielgruppe auseinander und entwickelten bereits erste Story-Ansätze.

Zum Abschluss gab es noch einen Überblick über Rätseltypen, Spielelementen wie Rollen und Medieneinsatz, sowie Materialien und Software.

Die während des Workshops von den Teilnehmenden erarbeiteten Projektansätze reichten von Rallyes für den ländlichen Raum bis hin zu Escape Games zum Thema „Alte Schrift“ und „Klima“. Solche Projekte würden den Bereich der Medienbildung stark bereichern und in Zeiten des zunehmenden Leistungsdrucks der Gesellschaft dem Spielen wieder mehr Raum geben.

WhatsApp bei Kindern und Jugendlichen: Wie umgehen mit Gruppenchats & Chatregeln?

WORKSHOP · Franziska Busse, kijufi – Landesverband Kinder- & Jugendfilm Berlin e.V.

Viele pädagogische Fachkräfte kennen es aus ihrem Alltag: Obwohl das Mindestalter für die Nutzung von WhatsApp bei 16 Jahren liegt und die App an einigen Schulen sogar verboten ist, spielt der Messenger bei den meisten Kindern und Jugendlichen eine große Rolle. Häufig sind diese dort auch Mitglied eines Gruppen- oder Klassenchats. Solche Chaträume können den Zusammenhalt der Klasse stärken und beispielsweise bei Fragen zu Hausaufgaben helfen. Teilweise führen sie aber auch zu Konflikten, die wiederum das analoge Zusammenleben beeinflussen. Wie können Kinder und Jugendliche für ihre Handynutzung sensibilisiert werden? Was sind Vor- und Nachteile von Gruppenchats und wie können Regeln für solche Chats erarbeitet werden?
Mit diesen Fragen haben wir uns während des Workshops im Rahmen der 8. Netzwerktagung „Medienkompetenz stärkt Brandenburg“ beschäftigt. Im Folgenden finden sich einige Anregungen dazu, wie pädagogische Fachkräfte zu den Themen WhatsApp und Handynutzung mit Kindern und Jugendlichen arbeiten können.

Für die eigene Handynutzung sensibilisieren

Ein guter Einstieg, um mit Kindern und Jugendlichen ins Gespräch über ihre eigene Handynutzung zu kommen, ist eine einfache Umfrage – beispielsweise mit dem Tool Plickers **(www.plickers.com)**. Die Teilnehmer*innen beantworten Aussagen wie „Ich nutze YouTube/SnapChat/TikTok/WhatsApp/…“ mit Ja oder Nein. Im Anschluss können die Ergebnisse der Umfrage und auch kritische Punkte der jeweiligen Anwendungen diskutiert werden. So können pädagogische Fachkräfte beispielsweise zu den Themen Datenschutz oder Selbstdarstellung überleiten.
In diesem Kontext empfiehlt es sich, einen Blick auf die tatsächliche Dauer und Art der eigenen Handynutzung zu werfen. Neuere Smartphones bieten Statistiken an, die genau darüber Auskunft geben. Bei iOS heißt diese Funktion „Bildschirmzeit“ und bei Android „Digital Wellbeing“ – zu finden ist sie jeweils unter Einstellungen. Auf WhatsApp können die Teilnehmer*innen außerdem nachschauen, wie viele Nachrichten sie seit Installation der App schon insgesamt verschickt und empfangen haben (Einstellungen > Daten- und Speichernutzung > Netzwerk-Nutzung). Im Anschluss können die Teilnehmer*innen diskutieren, ob das viel oder wenig ist, warum wir die Zeit, die wir am Handy verbringen, eher unterschätzen und ab wann man von einem Suchtverhalten sprechen kann – bzw. ob sich eine Smartphone-Sucht überhaupt in der Nutzungszeit widerspiegelt.

Fokus WhatsApp

Um Konflikten in Klassenchats entgegenzuwirken oder diesen vorzubeugen, können darüber hinaus entsprechende Regeln mit den Kindern und Jugendlichen entwickelt werden. Dazu sollten zu Beginn die Vor- und Nachteile des Messengers gesammelt sowie die Gefahren hinsichtlich des Datenschutzes thematisiert werden. Darauf aufbauend können die pädagogischen Fachkräfte zur Formulierung von Chatregeln überleiten (s. Unterrichtshilfe von klicksafe: **https://bit.ly/2pGNKeS**). Anregungen – beispielsweise für eine freie Gruppenarbeit – bietet auch das Portal Medien-Knigge **(www.medien-knigge.de)**. Hier können Jugendliche selbst Chatregeln formulieren und gegenseitig bewerten. Anzumerken ist allerdings, dass Chatregeln nur dann eine langfristige Wirkung haben, wenn sie fortlaufend in den Schulalltag integriert werden – beispielsweise im Kontext eines Klassenrats. So können sie aber zu einem gewinnbringenden Einsatz von Messenger-Diensten beitragen.

Online Radikalisierung und Medienbildung. Methoden und Erfahrungen aus der Praxis mit Jugendlichen

WORKSHOP · Daniel Vishnya, mediale pfade Berlin

Die Workshops zu Online-Radikalisierung sind als primäre Präventionsarbeit einzuordnen. Primäre Präventionsarbeit umfasst Maßnahmen wie z. B. demokratiefördernde und inter-kulturelle Projekte und Workshops, die zu einer eigenständigen Urteilsbildung beitragen und über extremistische Ideologien aufklären.

Dabei nutzen wir auch bekannte und speziell zum Zwecke von Aufklärung entwickelte Angebote von Projekten wie z. B. **hoaxmap.org** oder das Onlinespiel „Kahoot“ **(www.kahoot.com)**, um u.a. das Thema Rechtsextremismus zu behandeln. So können die Teilnehmenden durch eine ihnen vertrauten Mediennutzung angesprochen werden. Unsere Erfahrungen haben uns gezeigt, dass das Nutzen der „neuen“ sozialen Medien, wie z. B. instagram bei Jugendlichen ein besonderes Interesse weckt. Außerdem geht es auch darum zu zeigen, dass bspw. Rechtsextreme oder islamistische Akteure, sich ebenfalls auf diesen Plattformen bewegen und gezielt Jugendliche adressieren.

Ausgehend von der Frage „Wie werden Jugendliche online mit rechtsextremen, islamistischen und antisemitischen Inhalten angesprochen?“ wurden Methoden und Fragen für Diskussionen zusammengestellt, die Jugendlichen dabei helfen sollen, rechtsextreme, islamistische und antisemitische Inhalte zu identifizieren und einen eigenen Standpunkt zu entwickeln oder zu bewahren. Ein weiteres Ziel der Arbeit ist es, den Jugendlichen ihre eigenen Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen, damit sie selbst aktiv werden können und sich unter und mit ihren Peers gegen diskriminierende Ideologien einsetzen können.

Diese Ziele werden mit verschiedenen Methoden erreicht. In den Workshops werden die Teilnehmenden dazu angeregt, über sich selbst nachzudenken und sich ihre Werte bewusst zu machen. Dabei können sie in einer anderen Übung aus einer Liste von Werten auswählen und diese in Form einer Wertepyramide anordnen. Ein Rollenspiel, bei dem die Teilnehmer einen Aufkleber mit einer bestimmten Eigenschaft, beispielsweise „trägt Kopftuch“ oder „wählt AfD“, aufgeklebt bekommen und dann in mehreren Gesprächssituationen aufeinander reagieren, sensibilisiert sie für Auf- und Abwertungsmechanismen aufgrund von einzelnen Eigenschaften. Außerdem beschäftigen sie sich auch ganz praktisch mit Phänomenen wie Fake News, in dem sie selbst welche erstellen und Kriterien zur Überprüfung von Meldungen und Artikeln kennen lernen.

Meine Erfahrung hat gezeigt, dass es hilfreicher für den Erfolg des Workshops ist, wenn Lehrkäfte nicht anwesend sind. Der Workshop soll eine Alternative zum gewöhnlichen Schulalltag und vor allem dem Frontalunterricht darstellen. Ziel ist es, den Teilnehmenden so viel Raum für das Einbringen eigener Ideen und Gedanken zu lassen, wie nur möglich, damit sie Eigeninitiative entwickeln. Es ist hilfreich solche Projekte an einem externen Lernort durchzuführen (z.B. Jugendclub), um eine klare Abgrenzung vom Schulalltag herzustellen und eventuell eine bessere Grundlage für Diskussionen anzubieten.

Die Workshops werden deshalb immer an die jeweilige Gruppe und Altersklasse, sowie thematische Bedarfe angepasst. Daher wird, wenn eine Gruppe oder Klasse es erlaubt, auf eine zu stringente Durchstrukturierung und übermäßige Anwendung von Methoden verzichtet. So wird der Raum auch für schwierige Themen und das Aufbauen einer vertrauensvollen Beziehung geöffnet. Denn vor allem sollen die Jugendlichen und ihre Fragen und Zweifel im Mittelpunkt stehen.

Informationen zu den Workshops:
https://medialepfade.org/2018/12/medienpaedagogische-workshops-zur-praevention-von-online-radikalisierung/

Kindernet(t)? Eine interaktive Schnitzeljagd zu Kinderrechten in digitalen Lebenswelten

WORKSHOP · Dr. Ingrid Stapf, Elena Frense

Der Workshop ist der Frage nachgegangen, welche Rolle Kinderrechte in digitalen Lebenswelten und in der erzieherischen und pädagogischen Arbeit mit Kindern spielen.

Kinderrechte in digitalen Lebenswelten

Kinderrechte sind nicht neu. Sie wurden 1989 erstmals völkerrechtlich in der UN-Kinderrechtskonvention[1] (UN-KRK) verbrieft und sind in der Bundesrepublik seit 1992 in einfaches Recht umzusetzen. Danach werden Kinder als eigenständige, handelnde Subjekte verstanden, denen Menschenrechte zustehen, die sie selbst artikulieren, einfordern und auch gestalten können. Da Kinder aber noch in der Entwicklung sind und bestimmte Fähigkeiten und Fertigkeiten ausbilden, da sie noch verwundbarer und verletzlicher und dabei hochgradig abhängig von für sie Sorgetragenden sind und ihnen dennoch eine möglichst offene Zukunft ermöglicht werden soll, tragen Kinderrichte als „Menschenrechte für Kinder“[2] der Besonderheit der Lebensphase Kindheit Rechnung. Handlungsleitend in den 54 Artikeln sind die vier Prinzipien Recht auf Gleichbehandlung, Vorrang des Kindeswohls, Recht auf Leben und Entwicklung sowie die Achtung vor der Meinung des Kindes. Das Gebäude der der am meisten ratifizierten Menschenrechtskonvention verbindet Schutz-, Versorgungs- sowie Beteiligungsrechte, die als eine Einheit zu verstehen sind, die sich am Kindeswohl (Art. 3 UN-KRK) ausrichtet.

Im Geburtsjahr der Kinderrechte hat überdies Tim Berners-Lee den Code des WWW entwickelt – zu einer Zeit, als die Welt noch weitgehend analog war. Heute haben Kinder dagegen mit dem ersten Smartphone Zugang in eine global vernetzte, weitgehend unregulierte Welt. In diesem Jahr feiern die Rechte von Kindern 30. Geburtstag. Und sind auf dem Papier längst erwachsen geworden. Ob Gefährdungen von Schutzrechten durch Cybermobbing, Pornografie, extreme Gewaltdarstellungen oder Verletzungen ihrer Privatsphäre; oder neuartige Möglichkeiten zu lernen, zu spielen, sich zu vernetzen und weltweit zu kommunizieren: Medien spielen heute im digitalen Alltag schon von jüngeren Kindern eine bedeutsame Rolle. So besteht laut

1. Abrufbar **hier.**

2. Maywald, Jörg (2012). **Kinder haben Rechte! Kinderrechte kennen – umsetzen – wahren.** Weinheim: Beltz/Juventa; S. 16.

JIM-Studie 2018[3] eine Vollausstattung mit Smartphone, Computer und Internet in den Haushalten der 12–19-Jährigen; das liebste Internetangebot der Jungen dieser Altersgruppe ist YouTube (70%), bei Mädchen YouTube (55%), WhatsApp (52%) und Instagram (45%). Und laut KIM-Studie 2018[4] nutzen schon 47% der interneterfahrenen Kinder WhatsApp täglich, obwohl der Messenger-Dienst erst ab 16 offiziell zugelassen ist. Und jedes zehnte Kind bejaht die Frage, ob es schon mit unangenehmen Inhalten im Internet in Kontakt gekommen ist. Der Zugriff auf mediale Inhalte, die oft nicht altersgerecht sind, erfolgt heute früher, vielfältiger und zumeist abseits elterlicher Kontrolle, sobald Kinder ein Smartphone besitzen.

Gerade in Deutschland und im Zusammenhang mit digitalen Medien herrscht ein starkes Schutznarrativ vor, das Kinder vor Medien bewahren möchte. Aber ist dies überhaupt sinnvoll? Welche Art von Schutz stärkt Kinder darin, sich als selbstbestimmte Subjekte wahrzunehmen? Welche Intention verfolgt der Schutz? Kinderrechte sind nicht auf Schutz beschränkt, sondern stehen immer im Zusammenspiel mit Befähigung und Beteiligung, die im Entwicklungsverlauf, d.h. unter Berücksichtigung der evolving capacities, zu sehen sind. Kinder haben laut der UN-KRK auch ein Recht auf Zugang zu Informationen und Medien, auf Meinungsfreiheit, auf Bildung, Freizeit und Spiel oder auf Versammlung und Beteiligung. Gerade für Kinder mit Beeinträchtigungen, Kinder aus bildungsfernen Milieus oder Kinder, die sich für spezielle Themen interessieren, bietet das Netz unzählige Potenziale für die Verwirklichung verschiedenster Kinderrechte.

Ob also das auch sehr problematische Angebot an Pornographie, Gewalt oder Hate Speech das Netz zu einer Herausforderung für Kinderrechte macht oder zu Potenzialen liegt damit auch ganz zentral an Möglichkeiten der Bildung, allen voran der Medienbildung. Kinder in zentralen Medienkompetenzen, aber auch in ihrer Selbstkompetenz in Kontexten des Digitalen zu stärken, Fragen, Sorge, Erlebnisse oder Verstörungen aus ihrem Alltag mit digitalen Medien aufzugreifen, sie dabei anzuhören, ihre Meinung zu berücksichtigen und ihnen aber auch Angebote zum Umgang, zum vertieften Wissen, zu Alternativen oder auch zum Abschalten zu machen, kann neben dem Elternhaus besonders gut im vorschulischen, schulischen und außerschulischen Kontexten aufgegriffen werden. Ob als Thema Fake News und Wahrheit im Philosophieunterricht, Algorithmen und Codes im Matheunterricht oder Tracking und Influencer Marketing mit Blick auf Verbraucherschutz.

Diese Themen bieten Anschlussmöglichkeiten mit konkretem Bezug zur Lebenswelt heutiger Kinder. Dabei hilft das kinderrechtliche Narrativ, Kinder als Expert*innen ihrer Lebenswelt zu verstehen, die heute eine mediatisierte Lebenswelt ist. Artikel. 12 der UN-KRK sichert „dem Kind, das fähig ist, sich eine eigene Meinung zu bilden, das Recht zu, diese Meinung in allen das Kind berührenden Angelegenheiten frei zu äußern und berücksichtigen die Meinung des Kindes angemessen und entsprechend seinem Alter und seiner Reife." Aber auch Bildungsarbeit zu den Rechten der Kinder selbst ist bedeutsam, da laut dem Kinderreport 2018 60 % der Kinder das Thema Kinderrechte nur vom Namen her und 24 % sie gar nicht kennen.[5] Ziel sollte es sein, dass Kinder ihre Rechte kennen und sie auch einfordern lernen. Ziel aller Medienbildungsmaßnahmen sollte es sein, Kinder zu stärken in ihrem Selbstschutz, in ihrer kritischen Urteilskraft und in ihrer sozialen Kompetenz.

Noch ist nicht klar, was sie konkret mit Blick auf das Kindeswohl bedeuten. Welche Rechte haben Kinder? Wie stehen sie zueinander im Verhältnis? Was bedeuten sie ganz konkret? Und welche Prozesse werden notwendig, um sie umzusetzen? Kinder als handelnde Subjekte zu verstehen heißt vor allem, Kindern eine Stimme zu geben in den Angelegenheiten, die sie betreffen, sie anzuhören und zu beteiligen. Dies gilt auch für die Entwicklung von Schutzmaßnahmen. Denn nach Lansdown (2005) kann nur durch die Mitwirkung der Kinder selbst vermieden werden, dass gute Intentionen und vorhandene Ressourcen die falschen Probleme mit den falschen Lösungsansätzen adressieren[6] – was für die analoge wie für die digitale Welt gleichermaßen gilt.

Zum partizipativen Jugendmedienschutz

Fragt man Kinder danach, welche Risiken in der Online-Welt für sie von Bedeutung sind, d.h. wovor sie online geschützt werden möchten, so zeigt sich beispielsweise, dass Kinder ein sehr ausgeprägtes Schutzbedürfnis insbesondere vor Interaktions- sowie vor Datenschutz- und Privatsphäre-Risiken haben. Klassische Inhaltsrisiken wie Pornografie und Gewalt sind für sie erst dann vermehrt

3. Mpfs (2018): **JIM 2018. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.** Stuttgart.
4. Mpfs (2019): **KIM 2018. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland.** Stuttgart.
5. „**Kinderreport 2018. Rechte von Kindern in Deutschland**" des Deutschen Kinderhilfswerks.
6. Lansdown, Gerison (2005). **The Evolving Capacities of the Child.** Florence: Unicef Innocenti Research Centre; S. 40.

von Bedeutung, wenn sie mit diesen Inhalten konfrontiert werden, ohne es zu wollen, indem beispielsweise verstörende Inhalte in WhatsApp-Gruppen geteilt werden.[7]

Gleichzeitig zeigt sich, dass sich viele Kinder bei der Implementierung politischer Entscheidungen in ihren Bedürfnissen und ihrer Lebenswelt nicht gesehen fühlen, weshalb sie Partizipationsmöglichkeiten in Hinblick auf Entscheidungen, die sie in ihrer Lebenswelt betreffen, fordern, was ebenso für den Jugendmedienschutz gilt.[8]

„Ich fände das auch cool, wenn Jugendliche mehr wirklich mitwirken könnten oder halt auch Ideen mit einbringen können." (weiblich, 15 Jahre)

„Ja, halt auf keinen Fall diese Maßnahmen mit Artikel 13 und so. Die Politiker sind ja auch alle schon älter und vielleicht können die das noch nicht so wirklich einschätzen, wie die Jugend das aufnimmt. Also, dass man auch mehr die Meinung von Jugendlichen […] dazuholt und nicht von Älteren, die sofort sagen ‚Ja, das Internet ist schlimm und so'." (weiblich, 16 Jahre)

Zudem lässt sich der Wunsch feststellen, Medienerziehung fest – und zwar möglichst früh – in Bildungsinstitutionen zu verankern, wobei sich diese klar an der Lebensrealität der Kinder orientieren sollte – ein Appell an die schulische und außerschulische Bildung, erzieherische Jugendmedienschutzmaßnahmen vom Kind aus zu denken und sie lebensnah zu gestalten.

„Ja also, dass man halt auch lernt, was der Computer eigentlich kann und jetzt vor allem wenn die Kinder auch Handys oder Medien schon in einem jüngeren Alter nutzen, dass man es vielleicht auch so am Ende der Grundschule schon mal anspricht. Also dass man dann auch anspricht, also was es alles für Gefahren gibt und so. Und dass dann auch, wenn das angeboten wird in der Schule, dann aber auch das modernste oder so was man halt gerade wirklich benutzt vorgestellt wird und nicht irgendwas was eigentlich veraltet ist." (weiblich, 16 Jahre)

Ein mögliches Format könnte in der Peer-Education liegen. Denn aus Kinderperspektive sind Erwachsene oft viel zu weit weg von deren Lebenswelt (Stichwort: digital generation gap), sodass es sowohl für Eltern als auch für pädagogische Fachkräfte gilt, den Austausch zu suchen, versuchen zu verstehen und einen offenen Dialog mit den Kindern zu fördern, um medienpädagogisch wie -erzieherisch effektiv und bedarfsorientiert zu arbeiten.[9]

„Die Eltern wissen halt auch nicht wirklich viel über Instagram und TikTok oder so. Und dann kann man halt irgendwie nicht so stark mit denen darüber reden." (weiblich, 11 Jahre)

7. Frense, Elena (im Erscheinen): **Partizipativer Jugendmedienschutz – Anforderungen an einen zeitgemäßen Jugendmedienschutz aus Perspektive von Kindern und Jugendlichen.** Wochenschau Verlag.
8. Ebd.
9. Ebd.

„[W]eil ich finde es immer, wenn Erwachsene […] über uns reden, die wissen ja nicht, wie wir ticken, die wissen ja nicht, wie wir sind […] Und ich glaub Kinder, wenn die jetzt so'n Jugendlichen sehen oder jungen Erwachsenen sehen, dann glauben sie es halt eher, weil der hat es ja selber erlebt und war wirklich mitten drin. Und nicht halt so'n vierzigjähriger Mann, der dann studiert hat […], die haben da halt gar nichts mit zu tun. Die haben es gar nicht miterlebt." (männlich, 16 Jahre)

Die interaktive Schnitzeljagd

Methodisch hat der Workshop dazu eingeladen, auf eine Suche zu gehen. Über einen kurzen Einstieg über verschiedene mediale Bilder sollten die Teilnehmenden einen Bezug zu Kinderrechten für sich und ihre Arbeit herstellen. Dabei hat sich gezeigt, dass eine Kinderrechtsperspektive nicht nur für die medienpädagogische Arbeit fruchtbare Impulse setzen kann. Auch für private Kontexte, wie beispielsweise hinsichtlich des Versands von Kinderfotos über Messenger („Sharenting"), kann eine Sensibilisierung für die Privatsphäre-Rechte (Art. 16 der UN-KRK) des Kindes zum Umdenken anregen. Und auch das von Erwachsenen viel-kritisierte Spielen von Online-Games kann – wenn man es als Recht auf Spiel und Freizeit (Art. 31 der UN-KRK) begreift – aus kinderrechtlicher Perspektive neu bewertet werden.

Nach einem theoretischen Input haben sich die Teilnehmer*innen dann auf eine interaktive Schnitzeljagd zu Kinderrechten in digitalen Lebenswelten begeben.

Gemeinsam wurde mittels QR-Codes und anhand von O-Tönen aus Interviews mit Kindern erarbeitet,[10] welche Kinderrechte in bestimmten digitalen Kontexten Relevanz entfalten, welche gesellschaftlichen und rechtlichen Veränderungen aus kinderrechtlicher Perspektive notwendig sind und wie Kinder diesbezüglich gestärkt und befähigt werden können. Dabei wurden beispielhaft vier Themenblöcke bearbeitet, wobei Bildung als ein Querschnittsthema mitgedacht wurde.

1. Recht auf Zugang (Art. 17) und Nichtdiskriminierung (Art. 2)
2. Recht auf Meinungs- und Informationsfreiheit (Art. 13), Recht, angehört zu werden und teilzuhaben (Art. 12)
3. Recht auf Versammlung und Vereinigung (Art. 15), Recht auf Spiel und Freizeit (Art. 31)
4. Recht auf Privatsphäre und Datenschutz (Art. 16), Recht auf Schutz und Sicherheit (Art. 19, Art. 32, Art. 34)

In den Diskussionen hat sich gezeigt, dass Kinderrechte in digitalen Lebenswelten vielfältige Anknüpfungspunkte für die verschiedensten Arbeitsbereiche bieten und immer wieder einen Anlass zur Reflexion liefern können, insbesondere, wenn das den eigenen Annahmen zugrundeliegende Kindheitsbild kritisch hinterfragt wird.

Kontaktdaten

Dr. Ingrid Stapf
Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften
Forschungsschwerpunkt Medienethik
Universität Tübingen
Ingrid.stapf@uni-tübingen.de
ingridstapf@web.de

Elena Frense M.A.
Stiftung Digitale Chancen
efrense@digitale-chancen.de
efrense@posteo.de

10. Die O-Töne waren im Rahmen eines kinderrechtlichen Panels **„Wo sind die Stimmen von Kindern in der Netzpolitik? Was es gibt und was es braucht"** am 5.5.2019 auf dem Netzfest der re:publica 2019 entstanden, das von Martin Riemer, Ingrid Stapf und Jutta Croll von der Stiftung Digitale Chancen e.V. ausgerichtet wurde.

Greenscreen: Science Fiction, die Macht der Bilder. Inszenierung und Manipulation

WORKSHOP · Dirk Blaschke, Daria Rüttimann, Frank Thorhauer, AWO JIM Brandenburg-Süd

Als Chroma Keying bezeichnet man die sogenannte farbbasierte Bildfreistellung. Es ist ein technisches Verfahren aus dem Bereich der Film- und Fernsehtechnik, das ermöglicht, Gegenstände oder Personen nachträglich vor einen Hintergrund zu setzen, der entweder eine reale Filmaufnahme (beispielsweise Landschaft) oder eine Computergrafik (beispielsweise Hintergrund bei Nachrichtensendungen) enthalten kann. Im Bereich medienpädagogischer Einsatzmöglichkeiten wird nun hierbei auf Fotografie- und Filmanwendungen eingegangen, die leicht erlernbar sind, gleichzeitig zum experimentell-kreativen Arbeiten motivieren und das Technikverständnis fördern. Auch und insbesondere deshalb kommen dafür Gruppen junger Menschen im Rahmen der Medienerziehung als Zielgruppe in Betracht.

Bedingt durch äußere und infrastrukturelle Umstände, arbeitet das JIM Südbrandenburg seit etwa einem Jahr an der Fortschreibung der Leitlinien des Landesfachverbandes Medienbildung, um hieraus eine Konzeption für die Medienbildung in der freien Jugend- und Schulsozialarbeit zu entwickeln. Bedarfs- und Potenzialanalyse ergaben hierbei große Schnittpunkte im Bereich der Erlangung und Förderung von Medien- und Nachrichtenkompetenzen bei Jungen Menschen in Südbrandenburg. Neben weiteren, erweist sich dabei die Greenscreen-Technologie als vielfältig im Einsatz verwendbar, kurzweilig und leicht verständlich für die Teilnehmer*innen sowie innovativ und praxisrelevant in ihrem Erscheinen und Wirken.

Zum Einsatz kommen transportable Technikelemente, klappbare Tuchaufnahmen, einfache Android-Tablets, herkömmliche Stative, Strahler bzw. Scheinwerfer zur Ausleuchtung und herkömmliche Bastelmaterialien. Dem Einsatz in der mobilen Jugendarbeit und Medienbildung steht auch deshalb nichts im Weg, ohne viel Aufwand verträgt sich die Arbeit auch mit der Nutzung des ÖPNV, eine entsprechende Infrastruktur vorausgesetzt.

Konzeptionell basieren die Greenscreen-Projekte im JIM Südbrandenburg auf den Leitlinien für offene Werkstatt- und Projektarbeit, Medienbildung und Multiplikator*innenschulung. Nach einer grundsätzlichen Basiseinführung erarbeiten sich die Teilnehmer*innen selbständig die

Anwendungsmöglichkeiten der App, der Tablets und des gesamten Materials. Kommen zusätzlich mobile Handydrucker oder vergleichbare Geräte zum Einsatz, erhöhen sich Motivationsgrad und Nachhaltigkeitseindruck der Teilnehmer*innen deutlich, da die erstellten Fotos Zeugnis- und Souvenircharakter zugleich sind und mitgenommen werden können. Ganz praktisch lässt sich damit beispielsweise ein Seminar- oder Projektabschnitt abschließen, etwa wenn es um die Vermittlung von Nachrichtenkompetenzen geht.

Betrachtet man die technologische Seite von Chroma Keying, Blue- oder Greenscreenanwendungen, dann mag zunächst überraschen, dass es sich dabei um eine recht alte Entwicklung handelt. Erstmals 1933 im Filmklassiker „King Kong“ eingesetzt, bildete die Hemingway-Verfilmung von “Der alte Mann und das Meer” im Jahre 1958 einen ersten Höhepunkt, was die Anwendung von Chroma Keying im Filmdreh angeht. Auch in der Informations- und Nachrichtenproduktion ist das Prinzip aktuell noch nicht wegzudenken. Das ZDF installierte bereits 2009 ein virtuelles Studio, genannt die „Grüne Hölle“, auf der Basis von Chroma Keying. In Mainz produziert man Shows und Nachrichten auf einer Fläche von gut 700 Quadratmetern. Die Installation kostete nach Senderangaben gut 30 Millionen Euro.

Die Aufnahme erfolgt vor einer gut ausgeleuchteten Hintergrundfläche, Person/Gegenstand und Wand sollten zur Vermeidung von Schattenwurf stets separat ausgeleuchtet werden. Als Farben besitzen Blau und Grün die Eigenschaft, am menschlichen Körper nicht vorzukommen und sich deutlich von Hauttönen zu unterscheiden. Gegenstand bzw. Personen sollten etwa keine Beschichtung/Kleidung aus reflektierenden Stoffen besitzen, und nicht die Hintergrundfarbe aufweisen. Nach der Aufnahme wird das Objekt aus dem Hintergrund herausgeschnitten, dies stellt man sich am besten als eine Art Maske vor, die den sichtbaren und unsichtbaren Bildbereich kennzeichnet. Der „unsichtbare Bereich“ erscheint in der Aufnahme als Schlüsselfarbe, es wird im Bild alles in der Schlüsselfarbe Aufgenommene gelöscht.

In der mobilen Anwendung haben die Kolleg*innen des JIM Südbrandenburg auf die Android-Apps Kinemaster (Film) und Chroma-Key zurückgegriffen. Beide sind in sogenannten Basisversionen kostenlos erhältlich und können kommerziell erweitert werden. Die Begründung für ihre Anwendung bezieht sich hauptsächlich auf den Ausrüstungsstand der hiesigen Schulen und Sozialträger, die in großer Breite über Android-Trägertechnik verfügen.

Die Dimensionen von realen professionellen Anwendungsmöglichkeiten und leistbaren Projekten in der Medienpädagogik, steigen gleichermaßen an. Durch Entwicklungen wie das VOCO-Projekt von Adobe wurden große Fortschritte in der Echtzeitübertragung von Mimik erzielt, auch die künstliche Erstellung von Sprachen auf der Basis von Referenzaufnahmen ist dabei möglich. Die ungeahnte Vielfalt von Einsatzmöglichkeiten beschränkt sich nicht auf das liberale, rechtsstaatliche Medienverständnis. Der Meinungsmissbrauch durch sogenannte Fake-News erhält dadurch auch einen visuellen-imaginären Spielbereich. Im Rahmen von Projekten zur Medien- und Nachrichtenkompetenz, zu Daten- und Urheberrechtsschutz, kann und sollte darauf eingegangen werden.

Genaue und umfangreiche Aufklärungen dazu sind in solchen Projekten jetzt schon und fortan fest zu verankern. Klar sein sollte, dass Urheber das Recht auf Anerkennung ihrer Urheberschaft am Werk besitzen. Sie bestimmen, ob ihre Werke mit einer Urheberbezeichnung zu versehen sind, welche Bezeichnung zu verwenden ist. Der Verwender von geschützten Werken trägt allein das Risiko einer Urheberrechtsverletzung. Er muss sich vor Verwendung vergewissern, ob und in welchem Umfange er fremdes Fotomaterial nutzen darf. Bei der Arbeit an Projekten mit der Greenscreen-Technologie sollte also auch daran gedacht werden.

Kontaktdaten

Jugendinformations- und Medienzentrum Südbrandenburg
Alexander-von-Humboldt Str. 43
03222 Lübbenau/Spreewald
jim@aawo-bb-sued.de
mobil: 0177. 3840923

Ergebnisse Worldcafé

Medienbildung und §18a (Umsetzung der Kinder und Jugendbeteiligung auf kommunaler Ebene) (Frank Thorhauer)

- Betzavta ? Miteinander
- Demikrariebildung=Medienbildung
- Verwaltung verstehen
  → (Weiter-) Lösungsvorschläge entwickeln
  → (mit Kinder und Jugendlichen)
  → in Verwaltung vortragem und Ablehnungsbegründungen einfordern
- Verantwortung als Sender
- Politik
  → Verwaltung
  → Kinder und Jugendliche ?
- Journalismus
- jumblr
  → Raumpioniere Zukunft

Welche Erwartungshaltung besteht gegenüber der Prävention durch die Polizei im Land Brandenburg? (Was kann/was soll die Polizei tun?) (Christian Schmidt)

- Kinderpornographie veharmlosend wie Kindermedien
  → besser Bilder/Videos von realen schweren Sexualstraftaten nehen
  → darüber aufklären
- Messenger/Social Media/WhatsApp-Führerschein
  → autoritäter Input als von Personen, die eine Bindung zum Klientel hat
- Möglichkeiten der Strafverfolgung
  → Öffentlichkeitsarbeit

Digitale Medien in der frühen Bildung: Ist Medienbildung in Brandenburg auch eine Aufgabe der Kita, auch wenn der Brandenburger Bildungsplan dies nicht vorsieht? (Theresa Lienau)

- Kita ist das nächste große Thema!
  → akut drängendes Thema
  → Kitas haben Bedarfe (Elternmedienabende)
- Unterschied zwischen Realität und medialer Repräsentation vermitteln
- Kita Apps für Eltern Kommunikation
  → Pro und Contra
- Medien sind nicht nur digitale Medien bzw. Bildschirmmedien
- Es muss nicht jedes Kind ein Tablet haben – entscheidend ist die pädagogische Begleitung
- haptischer Zugang auch zu Medien
- Kita ist entspannter als Schule: keine Noten, Eltern sind bei Kindern noch sensibler
- Bilderbuchkino und Bibliothek
- Projekte mit Eltern und Kindern zusammen
- Eltern haben sehr viele unterschiedliche „Medienerziehungsstile“
  → medienfreie „Silicon-Valley-Eltern“?
- Qualitativ nicht quantitativ herangehen
- Handyverbote in der Kita beim Bringen & Abholen
  → werden meist nicht eingehalten
- Wertschätzung und Arbeitsbelastung der Erzieher*innen
- Kita als Ort um Eltern zu erreichen
  → Medienbildung der Eltern
- auch das Personal braucht Weiterbildung
  → auch bereits in der Ausbildung verankern
  → muss auch die Elternbildung adressieren
  → Handyhalter am Kinderwagen
- Fotoprojekte funktionieren gut
  → und Filme: wie können Medien täuschen
- Eltern suchen Orientierung (Nutzungszeiten) + Spiele/Apps
  → Unsicherheit
- Defizitärer Blick von Erzieher*innen auf Mediennutzung in Familienmitglieder
- Medienerziehung muss vor der Schule ansetzen!
  → Kinder nutzen Medien schon viel früher

→ PRO & CONTRA?

Software ist die neue Hardware: Entgoogle das Internet! Hardware kaufen können ist ja ganz schön, aber sollte man nicht lieber in saubere Software investieren? (Markus Klopsch)

- Snowden = J. Fischer?
- Man will keine Probleme bei der techn. Handhabe
- Bequemlichkeit oder Experten fehlen
- Abwechslung reinbringen
- „Chaos macht Schule“
- Kostenfrage; gratis gewinnt oft

Der ‚Digitalpakt Schule‘ kommt. Welche Chancen, Gefahren und Herausforderungen ergeben sich für die medienpädagogische (Zusammen-)Arbeit im schulischen Kontext? (Stoyan Radoslavov)

CHANCEN:

- Technik/Medieneinsatz im Unterricht wird ermöglicht und ist für alle LK zugänglich
- Schulen sind gezwungen sich mit dem Thema auseinanderzusetzen

GEFAHREN:

- Unternehmen übernehmen Meko-Arbeit
- Abhängigkeit von Unternehmen
- Smartboard-Syndrom
- „Plan ohne Plan“
- Arbeitsaufewand
- fehlende Ausgleichsstunden
- iPad-Wagen wird zu Elektroschrott
  → BYOD

HERAUSFORDERUNGEN:

- kein/wenig Geld für Fortbildungen
- Was passiert mit dem Geld?
- Qualifikation Eltern-Lehrkräfte-SuS
- langsamer Prozess
- spannende, praxisnahme, zielgruppenorientierte Fortbildungen
- gut ausgebildete Fortbildner*innen, Dozent*innen
- Vernetzungsmöglichkeiten (ext.) Medienfachkräfte und Pädagogen
- „neues“ Bildungsmodell
  → weg v. Autorität-Frontal hin zu Selbstorga
- Mehr Raum für’s Spielen!

großes Thema, das nächste!

Ergebnisse Worldcafé

→ akut dringendes Thema

Digitalisierung im ländlichen Raum, was braucht effektive medienpädagogische Arbeit in ländlichen Regionen Brandenburgs? (Frank Feuerschütz/Bastian Bielig)

THEMEN-NACHFRAGE:
- Coding/Hackerspaces
- Kostenfallen (Plattformen/Apps)
- Gerechtigkeitsempfinden
- Mobbing
- Nachhaltigkeit
- Umweltschutz
- Sicherheit
- lokale Partizipation
- soz. Medien
- Datenschutz/Urheberrecht

FACHKRÄFTE:
- Pool/Datenbank
- vor Ort ausbilden
- Verständnis für den ländlichen Raum

- Transport:
  → zu den Angeboten
  → nach Hause
- E-Learning/Blended Learning
- Wie kommen die Kids zu unseren Angeboten
  → AG
- Kontinuirliche Angebote vor Ort
  → Referentinnen die kommen
  → Leute, die es weiterführen

Was brauchen Eltern und Pädagog*innen, um Kindern mehr Medienkompetenz zu vermitteln? (Michail Siebenmorgen)

- eigene Medienbiografie reflektieren
  → Anreize schaffen
  → Verständnis
- Weniger Angst vor den Gefahren. Auch hier wurde auf die dunkle Seite des Internet hingewiesen. Als Einstieg ins Thema
  → Gelassenheit
  → in die Welt der Jugendl. eintauchen, Fortnite
- Verständnis für Mediennutzung der Kinder
- Elternabende – Fortbildung – Gespräche
- niedrigschwelliger Austausch z.B. Eltern-Talk
- Interesse der Eltern wecken
  → Lebenswelt der Kinder ausprobieren, eintauchen lassen
  → Verständnis entwickelt sich
  → Pädagogen kennen sich in Lebenswelt aus und können langfristig unterstützend/beratend agieren

Welche Standards und Voraussetzungen brauchen wir für professionelle Medienpädagogische Arbeit? (Susanne Schmitt)

- 1. am Bedarf orientiert – an der Zielgruppe
- Offenheit für verschiedene Blickwinkel
  → Ausbildung nicht so wichtig
- Angebote/Inhalte gut strukturieren

KATEGORIEN:

- thematisch: Cybermobbing, Informationskompetenz, Datenschutz, Coding (?)
- Medientypen: Kanäle
  → medienpädagogisches Angebot
- technikaffin-Medienwissen
  → Austausch Lern-Lehrtheorie, Entwicklungspsychologie
- pädagogisch didaktische Kompetenz

Medienbildung in der Schule – Braucht es ein extra Fach?! (Kristin Ehlert)

Was braucht es dafür? Bzw. trotzdem?

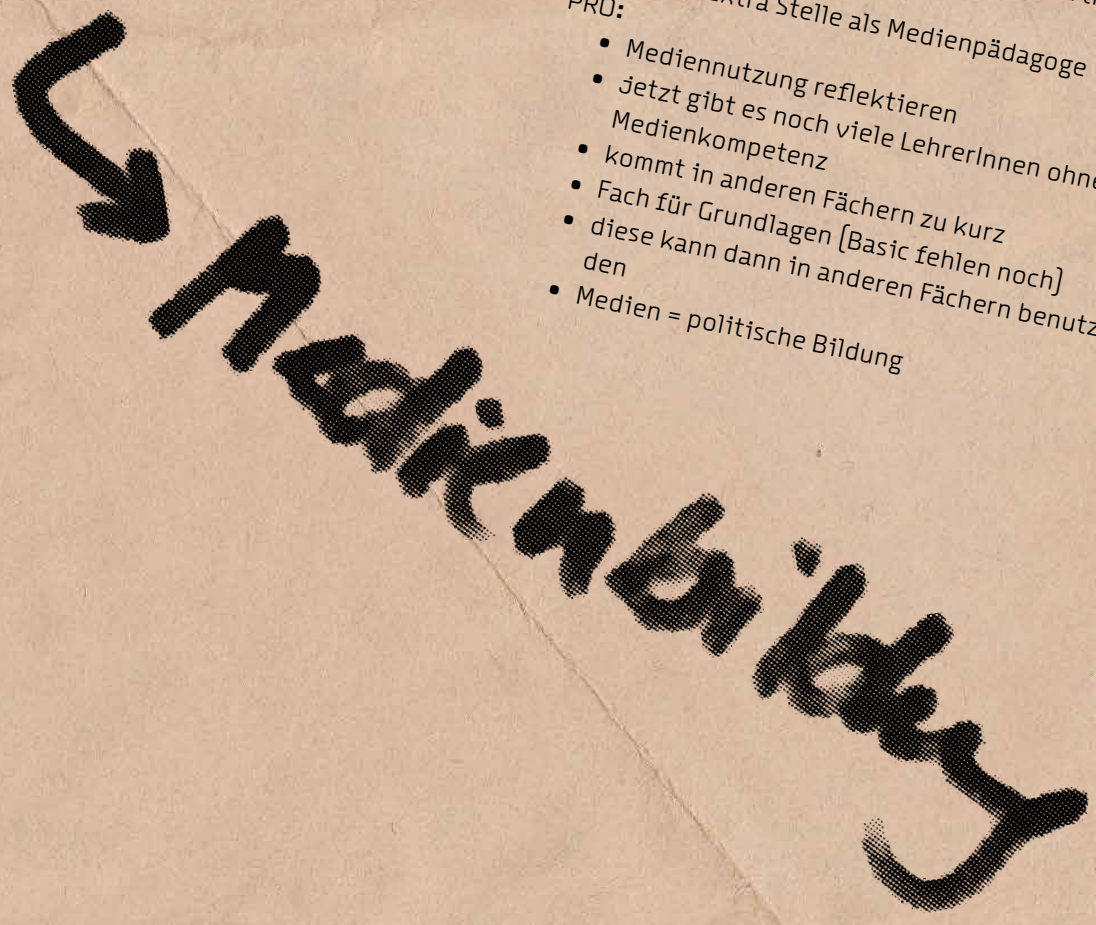
- Fach bedeutet nicht, dass es in anderen Fächern nicht stattfinden soll!
- Medienbildung bereits im Studium
- Starke Schulleitung
- viel Zeit und Vernetzung z.B. jeden Freitag freiwilliger Input, Media+drink

CONTRA:

- Medien im Fach Gemeinschaftskunde/Ethik, Politik/LER/GeWi integrieren z.B. angewandte Mathematik
  → als AG möglich, hier aber keine Übertragung in Schule
- Neue extra Stelle als Medienpädagoge

PRO:

- Mediennutzung reflektieren
- jetzt gibt es noch viele LehrerInnen ohne Medienkompetenz
- kommt in anderen Fächern zu kurz
- Fach für Grundlagen (Basic fehlen noch)
- diese kann dann in anderen Fächern benutzt werden
- Medien = politische Bildung



Die Preisträgerinnen und Preisträger

Förderpreis „Medienkompetenz stärkt Brandenburg“ 2019

Die mabb und das Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg (MBJS) haben am 29. Oktober 2019 zum achten Mal den Förderpreis „Medienkompetenz stärkt Brandenburg“ an herausragende medienpädagogische Konzepte verliehen. Es wurden Projekte ausgezeichnet, die sich schwerpunktmäßig mit dem Thema Nachrichtenkompetenz beschäftigen.

Neu in diesem Jahr war die Verleihung des Anerkennungspreises für Brandenburger Best-Practice-Projekte. Damit wurden kreative medienpädagogische Projekte ausgezeichnet, die bereits umgesetzt wurden.

Lass ma’ über Brandenburg reden
Leonardo Da Vinci Campus Nauen

Ziel des Projektes ist es, den gesellschaftlichen Diskurs zu fördern, um Falschaussagen und politische Polemik zu entlarven. Thematische Grundlagen bilden dabei die verschiedenen Darstellungen der Wendezeit. Die Schüler führen dazu Interviews mit den Bürgern aus ihrer Umgebung. Diese werden dann ausgewertet und inhaltlich besprochen, um sich so aus der Vielzahl von Informationen selbst ein Bild der öffentlichen Debatte zu machen.
www.ldvc.de

Digitale Lauffeuer – Wahr oder Falsch im Internet
Young Images Verein für Medien und Bildung

Zu einem überschaubaren aktuellen Thema verfolgen Schüler die Berichterstattung in den unterschiedlichen Medienkanälen. Dazu geben sie eine Bewertung ab und entwickelten selbst Kriterien zur Objektivität. Nach diesen erstellen sie eigene Nachrichten. Die Ergebnisse, die u.a. kleine Filme, eine Mininachrichtensendung, eine Website oder eine Wandzeitung sein können, werden anschließend präsentiert und mit Vertretern der Politik und/oder Journalismus diskutiert.
www.youngimages.de

LR-Kinderreporter
Medienhaus Lausitzer Rundschau

Es soll eine Kinderreporter-Gruppe aufgebaut werden, die regelmäßig Themen bearbeitet, die diese Zielgruppe interessiert. Unter der Anleitung von Journalisten und ausgestattet mit Kamera, Tablet und Smartphone beschäftigen sich die Schüler mit gesellschaftlich relevanten Themen und arbeiten diese für die unterschiedlichen Publikationskanäle - Print, Online, Social Media - auf.
www.lr-medienhaus.de

Preisträger Anerkennungspreis 2019

Erstmalig wurden in diesem Jahr auch Anerkennungspreise für Best-Practice-Projekte an folgende Akteure aus dem Bereich der Medienbildung vergeben:

5. Potsdamer Eltern-Medien-Tag: Familienleben digital
Medienwerkstatt Potsdam

Als Aktionstag rund um das Thema Medienerziehung bietet der Potsdamer Eltern-Medien-Tag verschiedene niedrigschwellige Mitmachangebote für Familien. Eltern und Kinder werden zum Austausch über Medien und ihre Möglichkeiten angeregt und der kritische Blick auf Medien und Mediennutzung wird geschult. Die Angebote sind dabei so gewählt, dass kreative, interagierende, aktivierende Angebote im Fokus stehen, die deutlich machen, dass man Medien nicht nur konsumieren kann. Darüber hinaus befördern die Angebote die kritische Reflexion und das Hinterfragen des eigenen Medienkonsums und geben praktische Anregungen für den Familienalltag.
www.medienwerkstatt-potsdam.de

OderDojo – Offene Programmierwerkstätten Ostbrandenburg
Neuland 21 e.V.

In offenen Werkstätten werden Kinder und Jugendliche in regelmäßig stattfindenden Werkstätten spielerisch und projektorientiert an das Programmieren herangeführt und entwickeln selbst Ideen, wie man mit Programmen, Web-Anwendungen und Hardware konkrete Probleme aus ihrer Lebenswelt lösen kann. Durch das Erlernen, wie Computer funktionieren, wird ein Verständnis vermittelt, wie sich andere Menschen diese Fähigkeit bereits zunutze machen, um ihre eigenen Interessen im Internet voranzutreiben.
www.neuland21.de/oderdojo

How2Influence
medialepfade.org - Verein für Medienbildung e.V.

Jugendliche gingen der Frage nach, welche Bedeutung Influencer auf die Sozialisation, Identität und Wertevorstellung Jugendlicher haben und unter welchen Motiven Influencer agieren. Dafür nahmen sie während der Auftaktveranstaltung an verschiedenen Workshops teil. Später entwickelten die Schüler eigene Kriterien für gute Social Media Kanäle. Auf deren Grundlage wurden Kanal-Konzepte und eigene Inhalte für 20 verschiedene Kanäle produziert. Diese traten dann gegeneinander an und wurden in einer öffentlichen Abschlussveranstaltung von einer Fachjury prämiert.
www.how2influence.de

Von Schülern, für neue Schüler
Oberlinschule Potsdam

Im Rahmen einer wöchentlichen AG wurde von den Schülern ein 6-minütiges Video produziert, in dem sie neuen Schülern die eigene Schule aus ihrer Sicht vorstellen. Die Schüler wurden angeleitet, wie sie mit Kamera, Ton, Licht und Schnitt eine bestimmte Wirkungen erzielen können. Die Drehorte wurden von den Schülern größtenteils selbst gewählt. Ziel war es u.a. den Schülern mit speziellen Förderbedarfen mit Hilfe von Medien eine möglichst große Selbstständigkeit zu ermöglichen.
www.oberlin-schule.de

3. Medienkompetenztag
Förderverein der öffentlichen Bibliotheken im Landkreis Ostprignitz-Ruppin

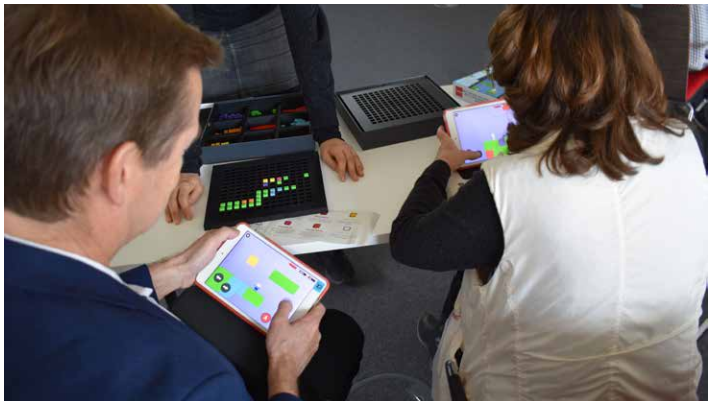
Der Medienkompetenztag dient als regionales Angebot zur Vermittlung von medienpädagogischen Fachwissen. In sieben Veranstaltungen wurde theoretisches und praktisches Wissen vermittelt, das es Lehrenden ermöglicht, medienkompetent im Arbeitsalltag agieren zu können. Inhalte waren u.a.: Cybermobbing-Workshops, Vorträge zu Urheberrecht und Datenschutz, Mediengebrauch in Familien
www.medienzentrum-opr.de/medienkompetenztag

Schnappschüsse

Das war die Netzwerktagung „MEDIENKOMPETENZ STÄRKT BRANDENBURG“ 2019

α-Ebola
LOVE
WHOLE
HEART
SCHATZKAMMER
ESCAPE ROOM TRAINER
ESCAPE ROOM
Fallakte
WORLD HEALTH ORGANIZATION
Beweismittel
sichergestellt bei
Prof. Dr. Sens
WORLD HEALTH ORGANIZATION

LR-KINDERREPORTER
ZIELE
mabb_



lmb
Landesfachverband
Medienbildung
Brandenburg e.V.

MEDIENKOMPETENZ
STÄRKT
BRANDENBURG