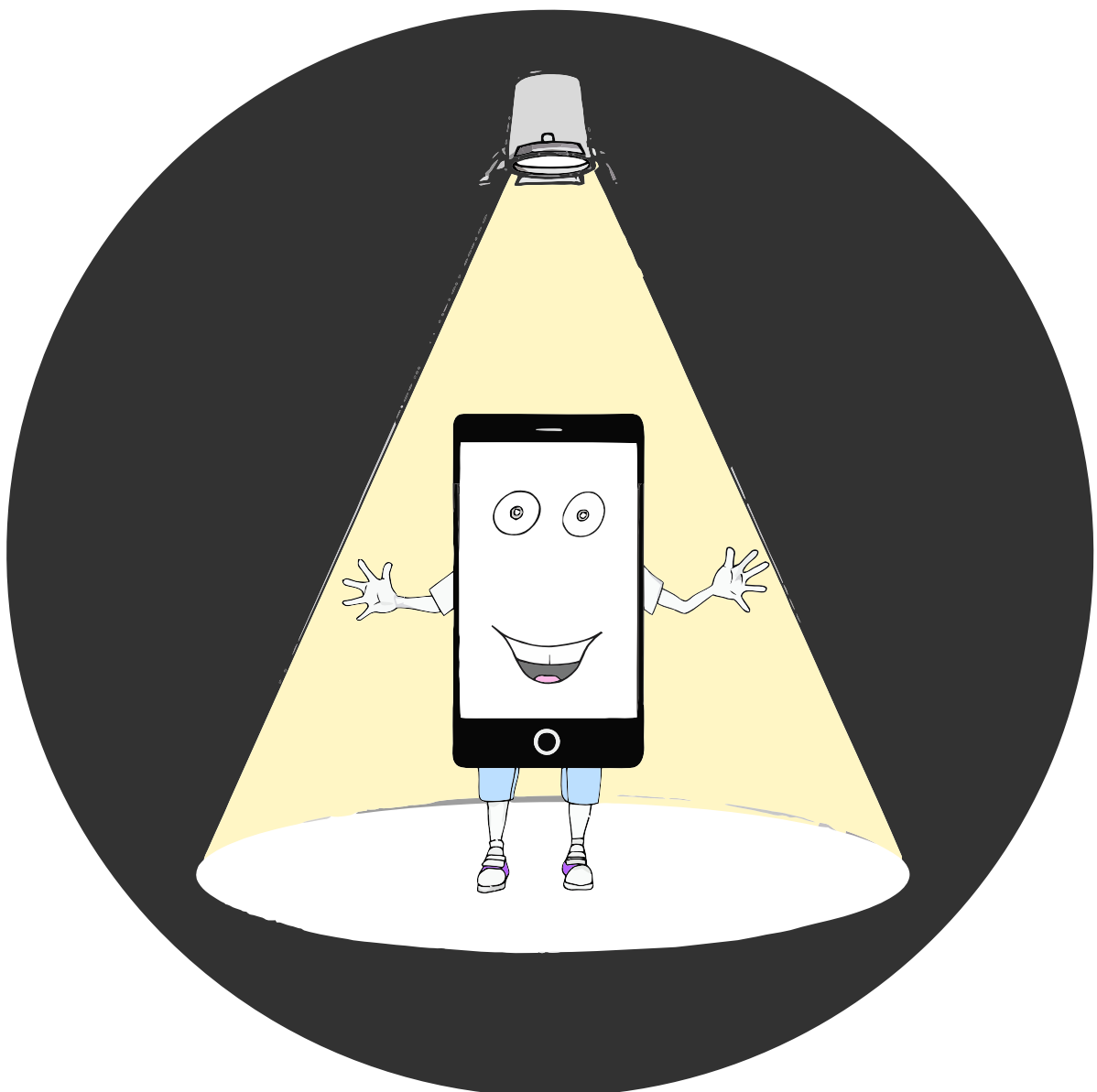


Medienkompetenz

Schulungseinheit für die außerschulische Jugendarbeit
zum Thema „Mobile Kommunikation“

Die Schulungseinheit „Medienkompetenz“ können Kursleitungen in der Aus- und Weiterbildung von Jugendleitungen einsetzen. Zur Durchführung stehen Präsentationsfolien mit Begleittexten, Zusatzinformationen und eine Anleitung zum Material zur Verfügung. Für die Jugendleitungen gibt es Handouts

mit den wichtigsten Informationen, Handlungsanregungen und Tipps. Ziel der Schulungseinheit ist, die Medienkompetenz von Jugendleitungen zu stärken, damit sie in ihren Jugendgruppen anlassbezogen auf Medienthemen reagieren können und dort als kompetente Ansprechpartner zur Verfügung stehen.



Einleitung

- Anleitung für die Schulungseinheit „Medienkompetenz“
- Medienkompetenzförderung in der außerschulischen Jugendarbeit
- Mobile Kommunikation

Anleitung für die Schulungseinheit „Medienkompetenz“

Das eigene Profil checken, eine neue App herunterladen oder sich über den Gruppen-Chat mit anderen verabreden – mit dem Smartphone in der Hosentasche können junge Menschen immer und überall kommunizieren und ihren Alltag organisieren. Ein Leben ohne den mobilen Alleskönner ist für viele Kinder und Jugendliche kaum vorstellbar: Denn die mobile Kommunikation bietet ihnen viele Vorteile und Chancen. Manchmal aber stellen sich dabei auch Fragen, die für junge Menschen nicht immer einfach zu beantworten sind: Wie sieht es mit dem Schutz meiner Daten aus, wenn ich beliebte Social Media-Apps nutze? Was kann ich online von mir preisgeben? Wer kann mir beim Thema Kostenfallen weiterhelfen? Und was kann ich tun, wenn ein Konflikt in meinem Umfeld plötzlich online mit unfairen und verletzenden Mitteln ausgetragen wird? Auch in der Jugendarbeit sammeln Kinder und Jugendliche Erfahrungen mit Medien, berichten von Medienerlebnissen oder stellen Fragen zu Medienthemen.

Die Schulungseinheit „Medienkompetenz“ bietet hier Unterstützung. Sie kann von Kursleitungen bei der Aus- und Weiterbildung von Jugendleitungen eingesetzt werden. Ziel der Schulungseinheit ist, Jugendleitungen in ihrer Medienkompetenz zu stärken, damit sie

- in ihren Jugendgruppen als kompetente Ansprechpartner zur Verfügung stehen können.
- Kinder und Jugendliche bei einem reflektierten und verantwortungsvollen Umgang mit Medien begleiten können.

Die Schulungseinheit legt ihren Fokus auf das Thema „Mobile Kommunikation“. Sie nimmt in den Blick, wie junge Menschen zwischen etwa zehn und 17 Jahren Social Media-Angebote nutzen und welche Herausforderungen sich ihnen dabei stellen können. Sie gibt praktische Hinweise und Tipps für einen verantwortungsvollen und reflektierten Umgang mit Medien.

Die Schulungseinheit kann von Kursleitungen ohne vorherige Fortbildung durchgeführt werden. Die vorliegende Anleitung unterstützt dabei – sie erläutert Aufbau und Bestandteile der Schulungseinheit und gibt Hinweise zur Durchführung. Eine kurze Checkliste am Ende erleichtert die Vorbereitung auf die Schulung.

Medien in der Jugendarbeit

Ziel

Thema

Kursleitungen

Aufbau

Die Schulungseinheit behandelt das Thema „Mobile Kommunikation“ und gliedert sich in einen 30-minütigen Einstieg, einen einstündigen Schwerpunkt und einen 30-minütigen Abschluss.

Im Einstieg nehmen die Jugendleitungen die Begriffe „Mobile Kommunikation“ und „Social Media“ in den Blick. Sie befassen sich mit der mobilen Kommunikation in Jugendgruppen und reflektieren ihre Vorbildfunktion beim Umgang mit Medien.

Der Schwerpunkt der Schulungseinheit ist frei wählbar. Es stehen drei Themen zur Auswahl: „Mediennutzung“, „Selbstdarstellung“ oder „Verletzendes Online-Handeln“. Der Schwerpunkt kann im Vorfeld von der Kursleitung – gegebenenfalls in Abstimmung mit den Kursteilnehmenden – gewählt werden. Sollte kein Schwerpunkt favorisiert werden, empfiehlt sich der Schwerpunkt „Mediennutzung“. Er behandelt grundlegende Inhalte rund um das Thema „Mobile Kommunikation“.

- **Im Schwerpunkt „Mediennutzung“** befassen sich die Jugendleitungen mit Nutzungsvorlieben und -motiven junger Menschen bei Social Media-Angeboten. Sie setzen sich mit Herausforderungen auseinander, die sich Kindern und Jugendlichen stellen, wenn sie Medien intensiv nutzen. Sie lernen Möglichkeiten kennen, Daten zu schützen und Kostenfallen zu vermeiden.
- **Im Schwerpunkt „Selbstdarstellung“** setzen sich die Jugendleitungen mit Nutzungsvorlieben und -motiven von Kindern und Jugendlichen bei ihrer Selbstdarstellung auseinander. Sie beschäftigen sich mit rechtlichen Aspekten und nehmen den Schutz der Privatsphäre und Möglichkeiten einer reflektierten Selbstdarstellung in den Blick.
- **Im Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“** befassen sich die Jugendleitungen mit Merkmalen von verletzendem Online-Handeln und rechtlichen Rahmenbedingungen. Anhand eines Fallbeispiels setzen sie sich mit möglicherweise beteiligten Personengruppen und ihren Motiven auseinander. Sie lernen Präventionsmöglichkeiten und Handlungsstrategien im Konfliktfall kennen.

Im Abschluss der Schulungseinheit haben die Jugendleitungen die Möglichkeit, Feedback zu geben und Ideen zu entwickeln, wie sie Aspekte der Schulungseinheit in ihrer Arbeit aufgreifen können.

Mobile Kommunikation

Einstieg

Frei wählbarer Schwerpunkt

Mediennutzung

Selbstdarstellung

Verletzendes Online-Handeln

Abschluss

Materialien für Kursleitungen

Ablaufpläne beschreiben die einzelnen Schritte der Schulungseinheit. Jeder Ablaufplan führt übersichtlich Durchführungszeiten auf, verweist auf benötigte Materialien und enthält Hinweise auf die Vorbereitung. Alle Ablaufpläne sind als Leitfäden zu verstehen, die eine Orientierung bieten sollen. Sie können flexibel an die jeweilige Situation angepasst werden, um beispielsweise Diskussions- und Reflexionsphasen zeitlich stärker gewichten zu können.

Die Schulungseinheit hat eine reguläre Dauer von insgesamt 2 Stunden.

Sollten nur 1,5 Stunden zur Verfügung stehen, können die im Ablaufplan mit ** gekennzeichneten Teilschritte weggelassen werden.

Sollten mehr als 2 Stunden zur Verfügung stehen, können die im Ablaufplan und in den Begleittexten als optional gekennzeichneten Praxisaufgaben bearbeitet werden.

Präsentationsfolien bilden die Basis der Schulungseinheit und enthalten die wichtigsten Inhalte. Diese Präsentationsfolien sind in den vorliegenden Materialien abgebildet. Die Datei der Präsentationsfolien steht zum Download auf der Webseite des Medienführerscheins Bayern zur Verfügung: www.medienfuehrerschein.bayern

Hinweis: Prüfen Sie vor Beginn der Schulungseinheit die technische Ausstattung des Raums, um zu entscheiden, über welches Medium die entstandenen Selfies präsentiert werden können.

Zu verschiedenen Themen der Schulungseinheit können optional Videoclips gezeigt werden. Sie sind auf den Folien durch ein Playzeichen gekennzeichnet. Sofern eine Internetverbindung zur Verfügung steht, werden die Clips beim Anklicken des Playzeichens automatisch abgerufen. Die Videoclips stehen auf der Webseite des Medienführerscheins Bayern unter der Rubrik „Digitale Elemente“ zur Verfügung.

Ablaufpläne

Präsentationsfolien

Digitale Elemente

Den Präsentationsfolien zugeordnet sind Begleittexte, die den Inhalt der Folien aufgreifen. Die Begleittexte haben unterschiedliche Funktionen und sind dementsprechend farblich gekennzeichnet.

- **Schwarze Begleittexte** beziehen sich direkt auf die Inhalte der Präsentationsfolien und dienen der Unterstützung beim Vortrag.
- **Blaue Begleittexte** enthalten Hinweise zur praktischen Durchführung. Die Hinweise beziehen sich beispielsweise auf die methodische Umsetzung von Gruppen- und Einzelarbeiten, die Sicherung von Ergebnissen im Plenum oder Moderationsmöglichkeiten von Gruppengesprächen.
- **Orange Begleittexte** verweisen auf Zusatzinformationen, die im Vorfeld der Schulungseinheit vertiefende Hintergrundinformationen zu den jeweiligen Themenfeldern bieten.
- **Grüne Begleittexte** verweisen auf optionale Praxisaufgaben, wenn mehr als zwei Stunden zur Verfügung stehen.

Im Vorfeld können sich Kursleitungen vertiefend auf die Themen der Schulungseinheit vorbereiten. Dazu stehen Zusatzinformationen zur Verfügung. Sie sind durch Register abgesetzt, leicht erkennbar nach Themenfeldern gegliedert und den Folien der Schulungseinheit zugeordnet.

Eine Linksammlung bietet die Möglichkeit, weiterführende Informationen zu den Themen der Schulungseinheit zu recherchieren.

Begleittexte

Zusatzinformationen

Links

Materialien zur Weitergabe an die Jugendleitungen

Die Jugendleitungen erhalten im Einstieg und im gewählten Schwerpunkt Handouts. Auf diesen finden sie die wichtigsten Hinweise der Schulungseinheit, Links und Ideen für die Praxis. In Notizfeldern können sie eigene Überlegungen und Ergebnisse festhalten. Im Schwerpunkt „Selbstdarstellung“ und „Verletzendes Online-Handeln“ gibt es jeweils ein weiteres optionales Handout. Alle Handouts liegen als Kopiervorlage vor und können auf A5-Format zugeschnitten werden.

In den Schwerpunkten und im Abschluss erhalten die Jugendleitungen Arbeitsaufträge. Diese liegen ebenfalls als Kopiervorlage vor und können auf A5-Format zugeschnitten werden.

Methodische Durchführung

Im Fokus der Schulungseinheit stehen die Erfahrungen der Jugendleitungen. In Diskussionsrunden, praktischer Gruppen-, Partner- oder Einzelarbeit können sie Erlebnisse und Standpunkte einbringen und sich so mit den Themen der Schulungseinheit aus ihrer persönlichen Perspektive auseinandersetzen. Die Kursleitung moderiert im Rahmen der Schulungseinheit Gruppengespräche, weist auf zentrale Diskussionsergebnisse hin und ergänzt oder vertieft Themenfelder. Sie hat dabei die Möglichkeit, innerhalb der Schulungseinheit Aufgaben und Methoden flexibel zu gewichten.

Methoden und Gesprächsformen sind auf den Präsentationsfolien durch Icons gekennzeichnet. Die Methoden wurden so gewählt, dass die Jugendleitungen diese auch in ihrer eigenen Arbeit einsetzen können.

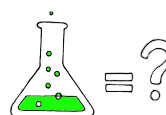
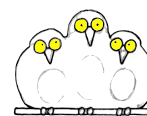
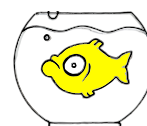
Handouts

Arbeitsaufträge

Erfahrungen der Jugendleitungen

Icons auf den Präsentationsfolien

- **Einzelaufgabe:** Die Jugendleitungen setzen sich mit Denkanreizen zu bestimmten Themen auseinander und halten diese schriftlich fest.
- **Partner- oder Gruppenaufgaben:** Die Jugendleitungen erhalten Rechercheaufträge für das Internet oder am eigenen Smartphone, setzen sich kreativ mit Themen auseinander oder diskutieren in ihren Gruppen. Anschließend stellen sie wesentliche Ergebnisse im Plenum vor.
- **Sammlung im Plenum/Positionierungsspiel:** Unter diesem Icon sind verschiedene Aufgabentypen zusammengefasst, bei denen die Jugendleitungen im Plenum spontan Meinungen äußern, Positionen beziehen oder Ideen einbringen.
- **Lösungsstrategie:** Hilfreiche Handlungsstrategien werden thematisiert, die Kinder und Jugendliche einsetzen können, wenn sie mit Herausforderungen bei der mobilen Kommunikation konfrontiert sind.
- **Ergebnissammlung im Plenum:** Im Plenum werden die Ergebnisse aus der Einzel-, Partner- oder Gruppenarbeit vorgestellt, gesammelt und festgehalten.



Alle Ergebnisse können auf Moderationskarten, Plakaten oder ähnlichen Materialien gesichert werden. Die Jugendleitungen haben die Möglichkeit, die gesicherten Ergebnisse mit dem Smartphone abzufotografieren. Auf den Handouts können wichtige Ergebnisse notiert werden. Zur Ergebnissicherung können auch digitale Angebote wie digitale Mindmaps oder Pinnwände genutzt werden. In den Schulungsmaterialien wird nicht auf konkrete Angebote hingewiesen, da Datenschutzprobleme nicht immer ausgeschlossen werden können.

Die Schulungseinheit kann auch in Einrichtungen mit geringer Medienausstattung durchgeführt werden. Sie bietet zum einen Aufgaben an, die mit Internetzugang und Smartphones etc. bearbeitet werden können, und zum anderen solche, die ohne Medienausstattung bearbeitet werden können.

Ergebnissicherung

Medienausstattung

Checkliste

Im Vorfeld der Schulung sollte der Schwerpunkt von der Kursleitung – gegebenenfalls in Abstimmung mit den Kursteilnehmenden – gewählt werden. Sollte kein Schwerpunkt favorisiert werden, empfiehlt sich der Schwerpunkt „Mediennutzung“. Er behandelt grundlegende Inhalte rund um das Thema „Mobile Kommunikation“.

Die Präsentationsfolien bilden die Basis der Schulungseinheit. Es ist ratsam, diese bereits bei der Vorbereitung auf die Schulungseinheit herunterzuladen. So können die Präsentationsfolien auch ohne Internetzugang am Schulungstag gezeigt werden.

Es ist hilfreich, sich darüber zu informieren, welche Medienequipment zur Verfügung steht (beispielsweise Beamer, WLAN, Übertragungskabel, Tablets). So kann sich die Kursleitung einen Überblick verschaffen, unter welchen Bedingungen die Jugendleitungen die Aufgaben der Schulungseinheit bearbeiten und ob die digitalen Elemente der Schulungseinheit abgerufen werden können. Bevor es losgeht, sollte die Technik der Einrichtung geprüft werden.

Die Handouts und Arbeitsaufträge liegen als Kopiervorlagen vor. Die Handouts können auf A5-Format zugeschnitten werden. Auch die Arbeitsaufträge sind so gestaltet, dass diese zugeschnitten werden können. Entsprechende Hinweise finden sich auf den Kopiervorlagen.

Die Jugendleitungen können im Anschluss an die Schulungseinheit Teilnahmebestätigungen erhalten. Diese können von der Kursleitung im Vorfeld der Durchführung auf der Webseite des Medienführerscheins Bayern kostenfrei bestellt werden: www.medienfuehrerschein.bayern

Möchten Kursleitungen einen Schulungstermin für Jugendleitungen ankündigen, finden sich auf der Webseite des Medienführerscheins Bayern Materialien wie Videoclips oder Textbausteine.

Wir wünschen viel Freude bei der Schulungseinheit!

Schwerpunkt wählen

Präsentationsfolien herunterladen

Technik checken

Handouts und Arbeitsaufträge kopieren und zuschneiden

Teilnahmebestätigungen bestellen

Auf Schulungstermin hinweisen

Medienkompetenz-förderung in der außer-schulischen Jugendarbeit

Was steckt hinter dem Begriff „Medienkompetenz“?

„**Medienkompetenz**“ beschreibt mehr als nur den technisch versierten Umgang mit Medien. Vielmehr geht es darum, sich Wissen über Medien anzueignen, Chancen und Herausforderungen von Medien zu erkennen und selbstbestimmt, verantwortungsbewusst und kreativ mit Medien umzugehen. „Medienkompetenz“ wird als Schlüsselkompetenz verstanden, die es ermöglicht, in einer von Medien durchwobenen Welt ein souveränes und selbstbestimmtes Leben zu führen.

Sich Wissen über Medien aneignen: Ausgangspunkt für einen verantwortungsbewussten, selbstbestimmten und kreativen Umgang mit Medien ist das Wissen über Medien. Dazu gehören etwa Kenntnisse über Hintergründe des Mediensystems – von den rechtlichen Rahmenbedingungen bis zur Finanzierung – Wissen über Medieninhalte und -angebote und Nutzungsmöglichkeiten. Kinder und Jugendliche sollten beispielsweise informiert sein, welche unterschiedlichen Geschäftsmodelle hinter Apps stehen können oder was sich hinter dem „Urheberrecht“ verbirgt.

Chancen und Herausforderungen von Medien verstehen: Es genügt nicht, nur das entsprechende Wissen zu haben. Das Wissen muss auf die persönliche Situation und auf das eigene Handeln übertragen werden, damit schließlich abgewogen werden kann, welche Informationen für das eigene Handeln von Bedeutung sind. So können Chancen für die eigene Mediennutzung erkannt und Risiken eingeschätzt werden. In diesem Zusammenhang bedeutet Medienkompetenz beispielsweise, dass Kinder und Jugendliche die Installation von bestimmten Apps hinterfragen und sich bewusst sind, dass diese auch Daten abgreifen können.

Medien selbstbestimmt und verantwortungsbewusst nutzen: Die selbstbestimmte und kritische Mediennutzung sollte die Folge aus Wissen und Verständnis sein. Ziel ist ein verantwortungsvolles und vorausschauendes Medienhandeln in Bezug auf die eigene Person und auf andere. Gerade die digitalen Medien machen es notwendig, mit Blick auf mögliche Folgen zu handeln: Ein negativer Kommentar in einem Gruppen-Chat kann zur Eskalation der Gesprächssituation führen oder sogar Auslöser für verletzende Online-Attacken sein. Selfies werden gerne spontan gepostet – nichts spricht dagegen, ein kreativ gestaltetes Selfie von sich oder mit den eigenen Freundinnen oder Freunden auch einmal für sich zu behalten.

Kinder und Jugendliche sollten dabei begleitet werden, Wissen über Medien zu erwerben und Medien zu verstehen, um selbstbestimmt und verantwortungsvoll mit ihnen umgehen zu können.

Medienkompetenz

Kennen

Verstehen

Nutzen

Warum ist es Aufgabe der Jugendarbeit, Medienkompetenz zu fördern?

Die außerschulische Jugendarbeit hat es sich zur Aufgabe gemacht, junge Menschen bei der Entfaltung ihrer Persönlichkeit und Selbstverwirklichung zu unterstützen. Darüber hinaus sollen Kinder und Jugendliche dabei unterstützt werden, die Gesellschaft durch ein verantwortliches und selbständiges sowie soziales und solidarisches Handeln und kritisches Denken aktiv mitzugestalten. Da Medien in der Gesellschaft eine wesentliche Rolle spielen, ist Medienkompetenzförderung auch Aufgabe der außerschulischen Jugendarbeit. Deswegen fordert der Bayerische Jugendring (BJR) in seinem Positionspapier „Jugend – Medien – Politik“ medienpädagogische Praxis in der Jugendarbeit zukünftig zu verstetigen und auszubauen [2].

Welche Rolle nehmen die Jugendleitungen dabei ein?

Häufig sind Jugendleitungen selbst Jugendliche oder junge Erwachsene. Jugendleitungen und Jugendliche verbindet somit meist ein gemeinsames thematisches Interesse und gewisse grundlegende Wertvorstellungen. Das hat den Vorteil, dass Jugendleitungen oft genau wissen, welche medienspezifischen Themen Jugendliche bewegen. Viele Jugendliche wenden sich bei heiklen Medienthemen nur ungern an Ansprechpersonen aus dem schulischen Umfeld. Ihrer Einschätzung nach können Lehrkräfte ihre Situation meist nicht nachvollziehen, haben zu wenig medienspezifische Kenntnisse und geben keine hilfreichen Ratschläge. [3]

Jugendleitungen sind häufig zentrale Bezugspersonen für Kinder und Jugendliche und haben eine Vorbildfunktion. Deswegen ist es wichtig, dass sie ihr eigenes Kommunikationsverhalten reflektieren und bestenfalls einen reflektierten Umgang mit Social Media-Angeboten vorleben.

Die außerschulische Jugendarbeit baut auf den Bedürfnissen und Wünschen der Kinder und Jugendlichen und auf dem Prinzip der Freiwilligkeit auf. Themen werden (meist) nicht von Jugendleitungen gesetzt, sondern von den Kindern und Jugendlichen selbst eingebracht. Mit Blick auf den Anspruch, medienkompetentes Handeln zu fördern, ist es deswegen notwendig, dass Jugendleitungen für Medienkompetenz-Themen sensibilisiert sind. So können sie medienspezifische Fragen kritisch-reflexiv aufgreifen, wenn sie im direkten Miteinander oder in Gesprächen an sie herangetragen werden.

Medienkompetenzförderung

Gemeinsames thematisches Interesse

Vorbildfunktion

Prinzip der Freiwilligkeit

Mobile Kommunikation

Was versteht man unter „Mobiler Kommunikation“?

Mobile Kommunikation beschreibt die Sprach- oder Datenkommunikation mit mobilen, drahtlosen und internetfähigen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets. Egal, ob Menschen eine Nachricht schreiben, ein Bild posten oder kommentieren, eine Sprachnachricht senden oder über Bildtelefonie mit einer anderen Person sprechen: das und vieles mehr ist mobile Kommunikation.

Was versteht man unter dem Begriff „Social Media“?

„**Social Media**“ ist ein **Sammelbegriff** für bestimmte Angebote und Formen digital vernetzter Medien wie Soziale Netzwerke, Blogs, Microblogs, Wikis oder Messenger. Social Media-Angebote wie Snapchat, WhatsApp oder Instagram ermöglichen es, eigene Inhalte wie Texte, Fotos, Bilder oder Videos online zu veröffentlichen (Stichwort „User Generated Content“), andere Inhalte zu kommentieren oder diese selbst zu nutzen.

Warum greift die Schulungseinheit das Thema „Mobile Kommunikation“ auf?

Für Kinder und Jugendliche ist es selbstverständlich, mobil zu kommunizieren. Nahezu alle Zwölf- bis 19-Jährigen besaßen laut JIM-Studie 2017 ein eigenes Smartphone [1]. Das Smartphone ist eine Art mobile Kommunikationszentrale, in der verschiedene Lebensbereiche von Kindern und Jugendlichen zusammenlaufen: Sie können über ihr Smartphone ihren Alltag organisieren, sich unterhalten, sich informieren oder Kontakte pflegen. Dazu nutzen sie eine Vielzahl an Social Media-Angeboten, meist über Apps. Die Nutzung dieser Angebote ist allerdings auch mit Herausforderungen verbunden.

Es gibt viele Themen, die rund um mobile Kommunikation und Social Media-Angebote relevant sind. Die Schulungseinheit hat drei Themen herausgegriffen, die für die Zielgruppe in der außerschulischen Jugendarbeit zentral sind: „Mediennutzung“, „Selbstdarstellung“ und „Verletzendes Online-Handeln“. Bei jedem Thema werden die Nutzungsvorlieben und -motive von Kindern und Jugendlichen vertiefend betrachtet und Herausforderungen in den Blick genommen, vor denen junge Menschen bei der mobilen Kommunikation stehen können.

Sprach- und
Datenkommunikation

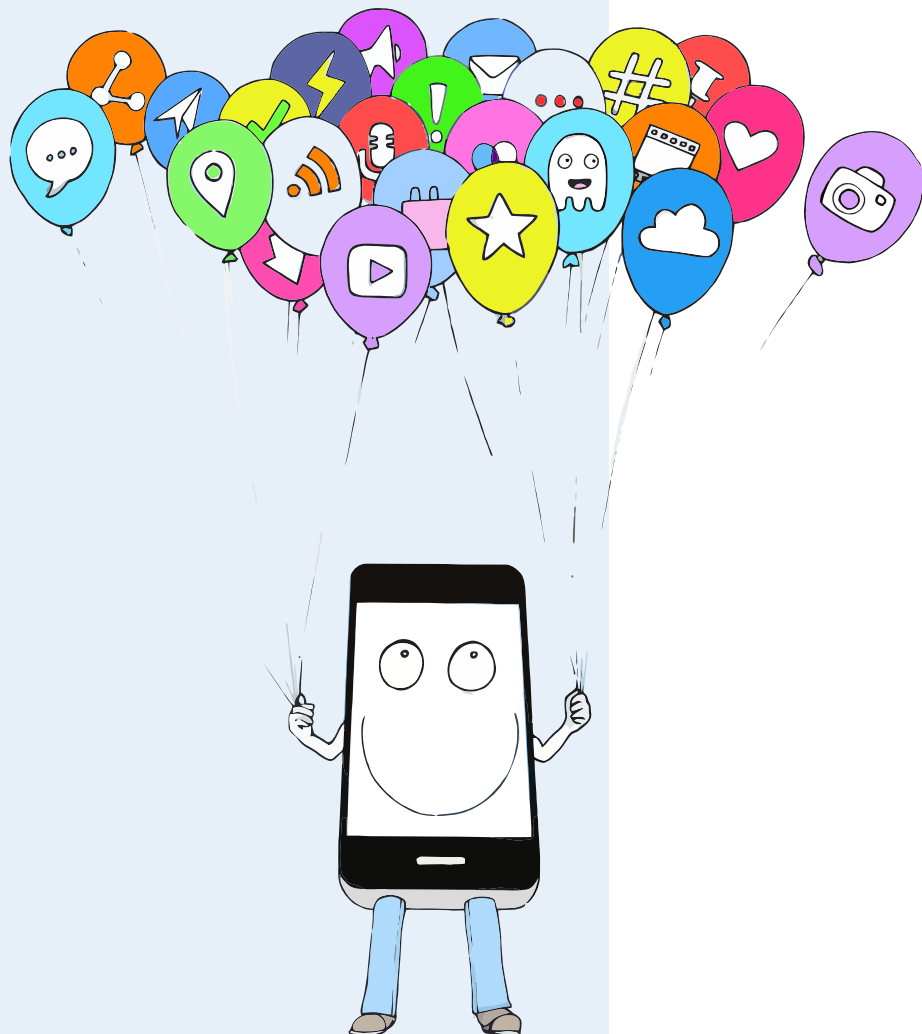
User Generated Content

Smartphone

Themen der
Schulungseinheit

Einstieg „Mobile Kommunikation“

- Ablaufplan
- Begleittexte
- Handout: Mobile Kommunikation



Ablaufplan

Der Einstieg hat eine Dauer von ca. 30 Minuten. Die Kursleitung nimmt mit den Jugendleitungen die Begriffe „Mobile Kommunikation“ und „Social Media“ in den Blick. Anschließend haben die Jugendleitungen die Möglichkeit, eigene Erfahrungen und Einstellungen zu mobiler Kommunikation in der Jugendarbeit einzubringen und zu reflektieren.

Inhalt der Schulungseinheit und des Einstiegs kennenlernen

Die Kursleitung begrüßt die Jugendleitungen und gibt einen Überblick über die Schulungseinheit.

Optional: Sollte für den Einstieg mehr Zeit zur Verfügung stehen, kann die Kursleitung eine Methode durchführen, bei der sich die Teilnehmenden vorstellen und kennenlernen können.

Dauer: 2' | Folie 1-2

Gemeinsames Begriffsverständnis von „Mobiler Kommunikation“ und „Social Media“ entwickeln

Die Kursleitung nimmt gemeinsam mit den Jugendleitungen die Begriffe „Mobile Kommunikation“ und „Social Media“ in den Blick, um für den Verlauf der Schulungseinheit ein gemeinsames Begriffsverständnis zu etablieren.

Dauer: 3' | Folie 3

Material

Texte für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Erfahrungen zu mobiler Kommunikation in der Jugendarbeit austauschen

Die Jugendleitungen finden sich in Gruppen (maximal vier Personen) zusammen. Für ca. zehn Minuten setzen sie sich mit mobiler Kommunikation in Jugendgruppen und ihrer Rolle als Jugendleitung auseinander. Sie formulieren ihr Ergebnis als Hashtag oder Post von maximal 140 Zeichen. Die Gruppenergebnisse werden auf Plakaten oder Moderationskarten festgehalten. Alternativ eignet sich dafür auch eine digitale Pinnwand. Sie präsentieren ihre Hashtags und Posts im Plenum.

Abschließend fasst die Kursleitung die wesentlichen Punkte zusammen und weist auf die Vorbildfunktion von Jugendleitungen hin.

Dauer: 15' | Folie: 4-5

Material

Moderationskarten/Plakate und Permanentmarker, Kreppklebeband

Alternativ: mindestens ein Tablet mit einer zuvor angelegten digitalen Pinnwand

Sich zu Herausforderungen mobiler Kommunikation in der Jugendarbeit positionieren

Die Jugendleitungen befassen sich mit Herausforderungen, die sie bezüglich mobiler Kommunikation in der Jugendarbeit wahrnehmen. Die Kursleitung liest ihnen drei Aussagen vor, zu denen sie sich im Raum positionieren. Abschließend verteilt die Kursleitung das Handout „Mobile Kommunikation“ und leitet zum gewählten Schwerpunkt über.

Dauer: 10' | Folie 6

Material

Moderationskarten/Papier mit Plus- und Minus-Zeichen, Kreppklebeband

Handout „Mobile Kommunikation“

Begleittexte

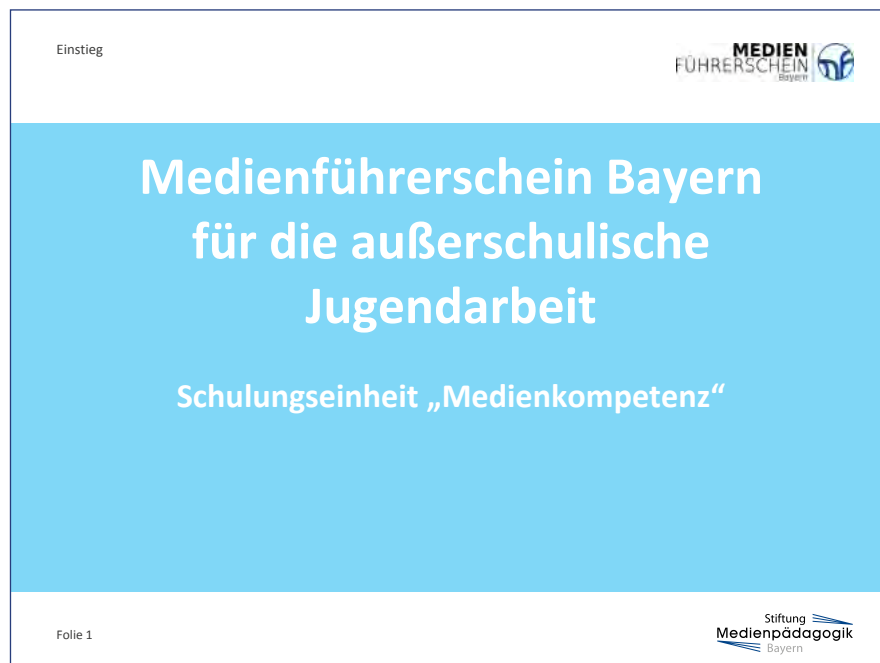
Die Begleittexte unterstützen die Kursleitungen bei der Durchführung der Schulungseinheit.

Folientext: schwarz

Hinweis zur praktischen Durchführung: blau

Hinweis zur Vorbereitung: orange

Optionale Praxisaufgabe: grün



Ziel der Schulungseinheit „Medienkompetenz“ ist es, Jugendleitungen dabei zu unterstützen,

- kritisch-reflexiv mit Medien umzugehen.
- Kinder und Jugendliche zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Medien anzuregen.
- anlassbezogen auf medienpädagogische Fragen und Herausforderungen in der Jugendarbeit reagieren zu können.

Folie 1:
Schulungseinheit
„Medienkompetenz“



Die folgenden drei Methoden sind optionale Vorschläge für eine spielerische Hinführung zur Schulungseinheit. Sie können nur dann durchgeführt werden, wenn der Kursleitung für den Einstieg mehr Zeit zur Verfügung steht. Die Kursleitung kann eine oder mehrere Methoden alternativ zu einer Vorstellungsrunde durchführen. Auch wenn die Methoden bereits inhaltliche Anknüpfungspunkte und Diskussionen aufweisen können, sollten sie zügig durchgeführt werden.

Spielerischer Einstieg mit dem Medien-Bingo (Material: Eine Bingo-Matrix pro Person, Stifte):

Die Kursleitung fertigt im Vorfeld der Schulungseinheit eine Bingo-Matrix an. Je nach Gruppengröße eignen sich 4x4 oder 5x5 Spielfelder. Über der Bingo-Matrix steht die Überschrift „Finde eine Person, die ...“. In die Spielfelder der Bingo-Matrix werden thematisch passende Aussagen zur Schulungseinheit eingetragen wie „... gerne mit dem Smartphone fotografiert“, „... beim Download von Apps auf deren Zugriffsrechte achtet“, „... das Smartphone als Wecker nutzt“. Aufgabe der Teilnehmenden ist, andere Teilnehmende zu finden, die den Aussagen der Spielfelder zustimmen und diese unterschreiben. Jede Person darf nur einmal pro Bingo-Matrix unterschreiben. Wer entweder eine horizontale oder vertikale Linie vervollständigt hat, ruft „Bingo!“ und hat gewonnen. Abschließend wird die Richtigkeit der Angaben überprüft. Es kann ein Preis vergeben werden.

Kreative Vorstellungsrunde mit Hashtags (Material: Ein ausgedrucktes Portraitfoto/Selfie pro Person, drei Klebezettel pro Person, Stifte):

Die Teilnehmenden bringen ein Selbstporträt mit, auf dem sie sich gefallen. Alternativ können vor Beginn der Schulungseinheit Fotos aufgenommen und ausgedruckt werden. Jede Person erhält nun drei Klebezettel und die Aufgabe, sich und ihre individuelle Mediennutzung mit je einem Hashtag (#) zu beschreiben. Die Klebezettel bringen sie an ihrem Bild an und stellen sich der Runde anhand ihrer Hashtags vor.

Folie 2: Einstieg „Mobile Kommunikation“

Thematisches Ankommen mit Medien-Posen (Material: Smartphone/ Tablet/Digitalkamera mit Übertragungsmöglichkeit auf einen Beamer; alternativ Übertragungsmöglichkeit auf einen Laptop, der an einen Beamer angeschlossen ist):

In Partnerarbeit überlegen die Teilnehmenden, was sie online üblicherweise tun, welche Geräte oder Medien sie dafür nutzen und in welchen Alltagssituationen sie diese nutzen. Jeder wählt eine typische Situation aus und entwickelt eine eigene Pose (beispielsweise „das Smartphone am Ohr“, „tippend vor dem Laptopbildschirm“, „gemeinsam mit Freundinnen und Freunden Musik hörend“). Auf einem gemeinsamen Gruppenfoto stellen schließlich alle Teilnehmenden ihre Pose pantomimisch dar. Das Gruppenfoto wird aufgenommen und an die Wand projiziert. Gemeinsam wird das Bild angeschaut. Dabei stellt jede Person sich und ihre Medien-Pose vor. Sollte keine technische Ausstattung zur Verfügung stehen, können die Teilnehmenden ihre Medienposen den anderen einzeln präsentieren.

Im Anschluss an die ausgewählte Methode geht die Kursleitung auf die Inhalte der Schulungseinheit und des Einstiegs ein.


Das übergeordnete Thema der Schulungseinheit ist „Mobile Kommunikation“. Die Schulungseinheit besteht aus einem Einstieg, einem Schwerpunkt – in dem sich vertieft mit einem Thema beschäftigt wird – und einem Abschluss.

Im Einstieg werden die Begriffe „Mobile Kommunikation“ und „Social Media“ in den Blick genommen. Dabei steht im Fokus,


- wie Kinder und Jugendliche in Jugendgruppen Medien nutzen, um miteinander zu kommunizieren,
- welche Rolle Jugendleitungen dabei einnehmen.

Einstieg
Mobile Kommunikation

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Was versteht man unter den Begriffen ...



„Mobile Kommunikation“

?

„Social Media“

?

Folie 3

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Anhand des Textes „Mobile Kommunikation“ in der Einleitung kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Kinder und Jugendliche nutzen auf ihrem Smartphone verschiedene Social Media-Angebote, um mit anderen in Kontakt zu treten: Es ist für sie selbstverständlich, immer und überall – also mobil – zu kommunizieren.

Bevor die Kursleitung auf die Begriffe „Mobile Kommunikation“ und „Social Media“ eingeht, kann sie erfragen, welche Schlagworte die Jugendleutungen mit dem jeweiligen Begriff verbinden.

Für ein gemeinsames Begriffsverständnis während der Schulungseinheit ist es wichtig, die Begriffe „**Mobile Kommunikation**“ und „**Social Media**“ zu Beginn zu klären.

Unter „**Mobiler Kommunikation**“ versteht man die Sprach- oder Datenkommunikation mit mobilen, drahtlosen und internetfähigen Endgeräten. Egal, ob Menschen eine Nachricht schreiben, ein Bild posten oder kommentieren, eine Sprachnachricht senden oder über Bildtelefonie mit einer anderen Person sprechen: das und vieles mehr ist mobile Kommunikation. Inzwischen gibt es viele Möglichkeiten, mobile Kommunikation zu gestalten. Beispielsweise werden Emojis, Emoticons oder Bilder genutzt, um in der digitalen Kommunikation Gefühle auszudrücken, ohne Worte zu schreiben. Dennoch ist mobile Kommunikation reduzierter beziehungsweise weniger sinnlich als die unmittelbare Offline-Kommunikation von Angesicht zu Angesicht – ganz einfach, weil der Gesprächspartner nicht vor einem steht.


Ein weiterer wichtiger Begriff ist „**Social Media**“ – ein Sammelbegriff für digitale Angebote wie Soziale Netzwerke (beispielsweise Snapchat oder Facebook), Blogs, Microblogs (wie Twitter oder Instagram), Wikis oder Messenger (wie WhatsApp oder Threema). Social Media-Angebote

Folie 3:
Was versteht man unter den Begriffen ...

ermöglichen es, eigene Inhalte wie Fotos, Bilder oder Videos online zu veröffentlichen. Sie werden unter anderem von Menschen genutzt, um Beziehungen mit anderen zu pflegen, sich auszutauschen, sich selbst darzustellen oder sich zu orientieren.

Einstieg
Mobile Kommunikation

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Gruppenarbeit

Mobile Kommunikation in Jugendgruppen?

- Findet euch in Gruppen von maximal **vier Personen** zusammen.
- Tauscht euch anhand folgender Fragen zu **mobiler Kommunikation in Jugendgruppen** aus:
 - **Wie** kommunizieren Kinder und Jugendliche in Jugendgruppen miteinander?
 - **Welche Rolle** nimmst du als Jugendleitung dazu ein?
- Formuliert euer **Gruppenergebnis** als **#Hashtag** oder **kurzen Post** von maximal 140 Zeichen.

Folie 4

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern


Die Begriffe „Mobile Kommunikation“ und „Social Media“ wurden bereits geklärt. Besonders interessant ist nun, welche Beobachtungen oder Erfahrungen die Jugendleitungen gemacht haben, wenn es um die mobile Kommunikation von Kindern und Jugendlichen geht.

Die Jugendleitungen finden sich in Gruppen von maximal vier Personen zusammen. Sie haben zehn Minuten Zeit, sich über mobile Kommunikation von Kindern und Jugendlichen in Jugendgruppen auszutauschen: Wie kommunizieren Kinder und Jugendliche in Jugendgruppen miteinander? Welche Rolle nehmen die Jugendleitungen dabei ein? Die Ergebnisse werden als Hashtag oder kurzer Post (maximal 140 Zeichen) festgehalten. Sollten Jugendleitungen an der Schulung teilnehmen, die noch keine oder wenig Erfahrung als Gruppenleitung haben, bringen sie Alltagserfahrungen und -beobachtungen ein.

Folie 4: Mobile Kommunikation in Jugendgruppen?

Einstieg
Mobile Kommunikation

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Präsentation im Plenum
Eure Ergebnisse!

- **Wie** kommunizieren Kinder und Jugendliche in Jugendgruppen miteinander?
- **Welche Rolle** nimmst du als Jugendleitung dazu ein?

Jugendleitungen
sind wichtige
Bezugspersonen
für Kinder und
Jugendliche und haben
somit Vorbildfunktion.

Folie 5

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Gruppen präsentieren ihren Hashtag beziehungsweise Post im Plenum. Die Kursleitung fasst die Gruppenergebnisse zusammen und weist auf die Bedeutung mobiler Kommunikation für Kinder und Jugendliche hin.

Mobile Kommunikation ist ein bedeutender Bestandteil des Alltags von Kindern und Jugendlichen. Gerade in der Pubertät wird es für Jungen und Mädchen wichtig, ein eigenes soziales Umfeld aufzubauen und sich mit der eigenen Persönlichkeit und Identität auseinanderzusetzen. Bei der Bewältigung dieser Entwicklungsaufgaben nimmt die Kommunikation mit Gleichaltrigen eine wichtige Funktion ein.

Aber nicht nur Gleichaltrige, sondern auch Bezugspersonen aus dem sozialen Umfeld spielen für Kinder und Jugendliche eine wichtige Rolle und geben ihnen Orientierung. Auch Jugendleitungen gehören zu diesen zentralen Bezugspersonen: Sie haben somit eine Vorbildfunktion. Es ist deshalb wichtig, dass sich Jugendleitungen das eigene mobile Kommunikationsverhalten bewusst machen und einen reflektierten Umgang mit Social Media-Angeboten vorleben.

Folie 5: Eure Ergebnisse!

Einstieg
Mobile Kommunikation

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Positionierungsspiel
Deine Meinung ist gefragt!

1. Jugendleitungen sind in einem ständigen Wettstreit gegen das Smartphone. Bei Treffen, Gruppenstunden, Jugendfreizeiten etc. sind Kinder und Jugendliche oft nur mit halbem Herzen dabei.
2. Wenn sich Kinder und Jugendliche treffen, gibt es kaum Konflikte. Viele Streitereien tragen sie außerhalb der Treffen, Gruppenstunden, Jugendfreizeiten etc. über das Smartphone aus.
3. Kinder und Jugendliche nutzen das Smartphone vor allem, um zu posen und Bilder von sich selbst zu machen. Das irritiert mich immer wieder.

Folie 6

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Ziel des Positionierungsspiels ist es, sich zu den drei Statements Gedanken zu machen und sich zu diesen im Raum zu positionieren. Beim Positionierungsspiel gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Anhand der Positionierung im Raum entsteht ein Stimmungsbild, das den Jugendleitungen einen Einblick gibt, wie die anderen über mobile Kommunikation in der Jugendarbeit denken.

Das Positionierungsspiel besteht aus drei Runden. Die Kursleitung liest die einzelnen Situationen jeweils langsam vor. Auf der einen Seite des Raums hängt ein Papier, auf dem ein Plus-Zeichen zu sehen ist. Dort können sich die Jugendleitungen positionieren, wenn sie der Aussage vollkommen zustimmen. Auf der gegenüberliegenden Seite des Raums hängt ein Papier mit einem Minus-Zeichen. Die Jugendleitungen können sich dort positionieren, wenn sie die Aussage ablehnen.

Beim Positionierungsspiel gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Ziel ist, sich Gedanken zu machen, inwiefern der jeweiligen Situation zugestimmt wird oder nicht.

Haben sich die Jugendleitungen zu einer Situation positioniert, beschreibt die Kursleitung die Anordnung der Jugendleitungen in Bezug auf die beiden Plakate, ohne sie zu bewerten. (Ein Kommentar könnte lauten: „Viele von euch stehen in der Mitte des Raums, einige direkt beim Plakat mit dem Plus-Zeichen, nur eine Person beim Plakat mit dem Minus-Zeichen.“) Die Jugendleitungen werden gefragt, warum sie sich an der jeweiligen Stelle positioniert haben. Entstehen Diskussionen unter den Jugendleitungen, werden diese zugelassen, jedoch ebenfalls nicht bewertet. Auch Nachfragen sind erlaubt. Anschließend leitet die Kursleitung zum gewählten Schwerpunkt über.

Folie 6: Deine Meinung ist gefragt!

Handout: Mobile Kommunikation

Wissenswertes

(Sprach-)Nachrichten schicken, Bilder posten und kommentieren oder Bildtelefonie nutzen: Mit ihren Smartphones und Tablets können Kinder und Jugendliche immer und überall – also mobil – kommunizieren.

Sie nutzen diese Kommunikationsmöglichkeiten ganz selbstverständlich. Ständig erreichbar zu sein und jederzeit Inhalte veröffentlichen zu können, hat für junge Menschen viele Vorteile. Es stellt sie allerdings auch vor Herausforderungen.



In der Jugendarbeit machen sie ebenfalls Erfahrungen mit mobiler Kommunikation oder thematisieren ihre Medienerlebnisse. Mobile Kommunikation ist somit Teil der Jugendarbeit. Jugendleitungen sollten sich deshalb damit beschäftigen, wie junge Menschen Medien nutzen und welche Probleme ihnen dabei begegnen können.

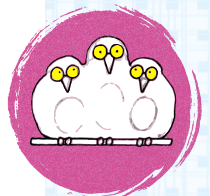
Sie können sich damit auseinandersetzen, wie sie Kinder und Jugendliche bei einer reflektierten Mediennutzung begleiten können. Vor allem sollten Jugendleitungen ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass sie eine Vorbildfunktion bei der Nutzung von Medien haben.

Unter www.bitkom.org findet sich unter der Rubrik „Publikationen“ die Bitkom-Studie „Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft“ (2014), die die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen untersucht hat.

Zum Nachmachen

Wie sieht dein perfektes Smartphone aus? Die Gruppenarbeit „Dein perfektes Smartphone“ bietet einen Weg, um mit Kindern und Jugendlichen ins Gespräch über ihr Kommunikationsverhalten zu kommen. In Kleingruppen planen und erstellen sie Smartphones, die ihren persönlichen Ansprüchen entsprechen.

„Das perfekte Smartphone“ kann als Plakat oder anhand von Visualisierungs-Tools gestaltet werden. Die Gruppenergebnisse werden im Plenum präsentiert und diskutiert.

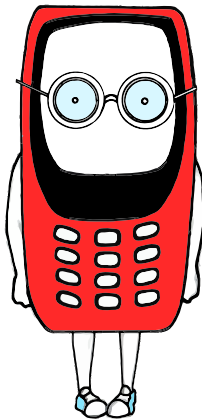


Zur Vertiefung

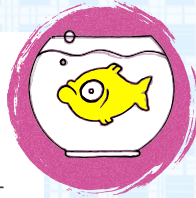
1. Geeignete Kommunikations-App finden

WhatsApp ist aktuell der beliebteste Messenger-Dienst bei jungen Menschen. Meist nutzen sie das Angebot, ohne sich über die Nutzungsbedingungen zu informieren oder sich Gedanken über Alternativen zu machen.

Zu einer reflektierten Mediennutzung gehört jedoch, sich bewusst für oder gegen ein Medien-Angebot zu entscheiden. Es lohnt sich, Messenger-Dienste in der Jugendgruppe zu thematisieren und zu überlegen, welche Angebote zur Kommunikation genutzt werden könnten.



Verbraucherorganisationen wie „Stiftung Warentest“ prüfen und bewerten auf www.test.de unter der Rubrik „Multimedia“ regelmäßige App-Angebote. Auch die Webseite www.handysektor.de testet in ihrer Rubrik „Apps + Upps“ beliebte Apps von Kindern und Jugendlichen.



2. Spielerischer Zugang für Jüngere

Die EU-Initiative Klicksafe bietet verschiedene Quiz an, die spielerisch Hintergrundinformationen zu Medienthemen vermitteln und Gesprächsanlässe bieten. Das Quiz „Smart mobil?!“ auf www.klicksafe.de unter der Rubrik „Service/Quiz“ stellt Fragen rund um die Themen „Handys, Apps und mobile Netze“.

3. Jugendarbeit und Medienpädagogik

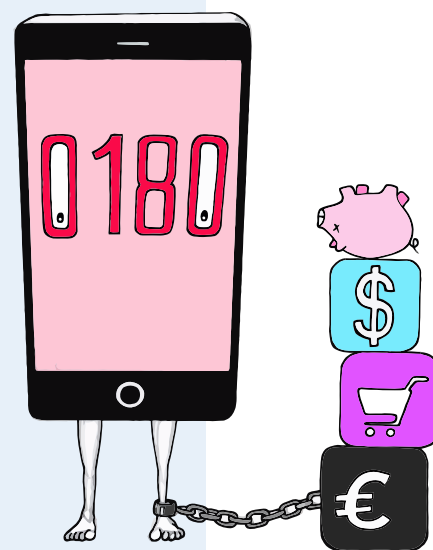
- Die Medienfachberatungen (www.medienfachberatung.de) sind in Bayern wichtige Ansprechpartner für die außerschulische Jugendarbeit, wenn es um medienpädagogische Projekte, Beratung und Fortbildungen geht.
- Der „Medienpädagogik Praxis-Blog“ sammelt unter www.medienpaedagogik-praxis.de Methoden zur Jugendarbeit, bei denen auch das Thema „Mobile Kommunikation“ aufgegriffen wird.

Über
„Mobile
Kommunikation“
ins Gespräch
kommen

Meine Notizen

Schwerpunkt „Mediennutzung“

- Ablaufplan
- Begleittexte
- Arbeitsaufträge: Apps nutzen – eigene Daten schützen!
- Handout: Mediennutzung
- Zusatzinformation: Nutzungsvorlieben/-motive
- Zusatzinformation: Intensive Mediennutzung
- Zusatzinformation: Kostenfallen
- Zusatzinformation: Datenschutz



Ablaufplan

Der Schwerpunkt „Mediennutzung“ hat eine Dauer von ca. 60 Minuten. In den Blick genommen werden die Vorlieben und Motive von Kindern und Jugendlichen bei der Nutzung von Social Media-Angeboten. Anschließend werden Herausforderungen behandelt, die sich für junge Menschen bei einer intensiven Mediennutzung, beim Thema „Kostenfallen“ und beim Thema „Datenschutz“ stellen.

Sollten nur 30 Minuten zur Verfügung stehen, werden die mit

** gekennzeichneten Teilschritte weggelassen.

Inhalte des Schwerpunkts kennenlernen

Die Kursleitung stellt die Inhalte des Schwerpunkts vor.

Dauer: 5' | Folie 1

Nutzungsvorlieben und -motive von Kindern und Jugendlichen bei Social Media-Angeboten verstehen

Die Jugendleitungen sammeln im Plenum die beliebtesten Social Media-Angebote von jungen Menschen.

** Die Jugendleitungen setzen sich in Gruppen (maximal vier Personen) anhand von Fragen mit je einem der gesammelten Social Media-Angebote auseinander. Die Gruppenarbeit dauert fünf bis zehn Minuten. Die Gruppenergebnisse werden auf Plakaten/Moderationskarten/digitalen Pinnwänden festgehalten und im Plenum präsentiert.

Die Kursleitung fasst abschließend wesentliche Nutzungsmotive junger Menschen zusammen.

Dauer: 15' | Folie 2-4

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Moderationskarten/Plakate und Permanentmarker, Kreppklebeband

Alternativ: Tablets mit zuvor angelegten digitalen Pinnwänden

Folgen intensiver Mediennutzung reflektieren

Die Kursleitung erläutert Herausforderungen, die sich Kindern und Jugendlichen stellen, wenn sie Medien intensiv nutzen.

** Die Jugendleitungen sammeln im Plenum Ideen, wie sie das Thema „Intensive Mediennutzung“ in ihrer Arbeit mit jungen Menschen aufgreifen können. Die Ideen werden schriftlich auf Moderationskarten/Plakaten/Mindmaps festgehalten.

Dauer: 10' | Folie: 5-6

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Moderationskarten/Plakate und Permanentmarker, Kreppklebeband

Alternativ: Mindmap-Tools

Kostenfallen erkennen und vermeiden

****** Zum anschaulichen Einstieg in das Thema kann der Videoclip „Kostenfallen“ angesehen werden. Der Clip ist in Kooperation und mit Finanzierung durch den Bayerischen Jugendring (BJR) entstanden.

Die Kursleitung stellt potenzielle Kostenfallen vor und geht auf Strategien ein, um sie zu vermeiden.

Optionale Praxisaufgabe: Steht für die Durchführung zusätzlich Zeit zur Verfügung, können die Jugendleitungen Praxisaufgaben mit dem eigenen Smartphone in Kleingruppen bearbeiten. Die Gruppenergebnisse werden im Plenum präsentiert. Alternativ kann den Jugendleitungen die Praxisaufgabe als Anregung zur eigenen Recherche mitgegeben werden.

Herausforderungen beim Datenschutz und Schutzmöglichkeiten kennenlernen

****** Zum anschaulichen Einstieg in das Thema „Datenschutz“ kann der Videoclip „Wenn die Verkäuferin eine App wäre“ angesehen werden.

Die Kursleitung geht anschließend auf Herausforderungen beim Datenschutz ein und erläutert Handlungsstrategien für den Alltag.

Möglichkeiten zum Schutz der eigenen Daten selbst entdecken

****** In Gruppen (maximal vier Personen) werden unterschiedliche Arbeitsaufträge zu einem reflektierten Umgang mit Apps bearbeitet. Die Gruppenarbeit dauert zehn Minuten. Die Jugendleitungen stellen ihre Erkenntnisse und Erfahrungen im Plenum vor.

Abschließend verteilt die Kursleitung das Handout „Mediennutzung“, das praktische Anregungen enthält, wie die Themen „Intensive Mediennutzung“, „Kostenfallen“ sowie „Datenschutz“ in die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen einfließen können. Bei Bedarf wird das Handout gemeinsam durchgegangen.

Die Kursleitung leitet zum Abschluss über.

Dauer: 5' | Folie 7-10

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Videoclip „Kostenfallen“ zum Abruf auf der Webseite des Medienführerscheins Bayern

Internetzugang und eigene Smartphones der Jugendleitungen

Dauer: 10' | Folie 11-12

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Videoclip „Wenn die Verkäuferin eine App wäre“ von der Stiftung Warentest zum Abruf auf der Webseite des Medienführerscheins Bayern

Dauer: 15' | Folie 13-14

Material

Arbeitsaufträge „Apps nutzen – eigene Daten schützen!“

Gegebenenfalls Internetzugang und eigene Smartphones

Handout „Mediennutzung“

Begleittexte

Die Begleittexte unterstützen die Kursleitungen bei der Durchführung der Schulungseinheit.

Folientext: schwarz

Hinweis zur praktischen Durchführung: blau

Hinweis zur Vorbereitung: orange

Optionale Praxisaufgabe: grün




Der Schwerpunkt „Mediennutzung“ hat eine Dauer von ca. 60 Minuten. In den Blick genommen werden

- Vorlieben und Motive von Kindern und Jugendlichen bei der Nutzung von Social Media-Angeboten,
- Herausforderungen, die sich für junge Menschen bei einer intensiven Mediennutzung, beim Thema „Kostenfallen“ und beim Thema „Datenschutz“ stellen.

Folie 1:
Schwerpunkt
„Mediennutzung“


Schwerpunkt „Mediennutzung“
Nutzungsvorlieben und -motive

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Sammlung im Plenum
Denkt laut!

Welche **Social Media-Angebote** sind bei Kindern und Jugendlichen aktuell sehr beliebt?



Folie 2

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Anhand der Zusatzinformation „Nutzungsvorlieben und -motive bei Social Media-Angeboten“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Folie 2:
Denkt laut!

Social Media-Angebote sind ein fester Bestandteil im Alltag junger Menschen. Manche Angebote sind dauerhaft sehr beliebt, andere sind plötzlich im Trend oder werden nur von einer bestimmten Zielgruppe genutzt. Deshalb stellt sich zunächst die Frage: Welche Social Media-Angebote sind bei Kindern und Jugendlichen aktuell sehr beliebt und werden von ihnen genutzt?

Die Lieblingsangebote von Kindern und Jugendlichen werden im Plenum gesammelt, ohne vertiefend auf die Angebote einzugehen. Es handelt sich um eine Vorarbeit zur nachfolgenden Gruppenarbeit. Bei Bedarf kann sich die Kursleitung die Namen der Social Media-Angebote notieren.

Schwerpunkt „Mediennutzung“
Nutzungsvorlieben und -motive

**MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern**



Gruppenarbeit

Wozu Social Media-Angebote?

- Findet euch in Gruppen von maximal **vier Personen** zusammen.
- Jede Gruppe beschäftigt sich mit **einem Social Media-Angebot**, das bei Kindern und Jugendlichen aktuell sehr beliebt ist.
- Tauscht euch zu folgenden Fragen aus:
 - **Wie** und **wozu** nutzen junge Menschen dieses Social Media-Angebot?
 - **Was** ist ihnen bei der Nutzung wichtig?
 - **Warum** ist das so?
- Haltet die **wesentlichen Punkte** des Gesprächs schriftlich fest.

Folie 3

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Es ist wichtig, beliebte Social Media-Angebote von Kindern und Jugendlichen nicht nur zu kennen, sondern sich auch damit zu beschäftigen, wie, wozu und warum sie diese Angebote nutzen. So können Nutzungsmotive nachvollzogen werden.

Bei dieser Gruppenarbeit nehmen die Jugendleitungen die Perspektive von Kindern und Jugendlichen ein. Sie überlegen, wie, wozu und warum das jeweilige Angebot von Kindern und Jugendlichen genutzt wird.


Für diese Übung werden Gruppen von maximal vier Personen gebildet. Die Anzahl der Kleingruppen sollte der Anzahl der gesammelten Angebote entsprechen. Wurden sehr viele Angebote gesammelt, verständigt sich das Plenum auf die wichtigsten Social Media-Angebote und bearbeitet diese. Ist die Gesamtgruppe sehr klein, findet die Gruppenarbeit im Plenum statt. Einzelarbeit ist bei dieser Aufgabe nicht empfehlenswert.

Die Gruppenergebnisse werden auf Plakaten oder Moderationskarten festgehalten. Alternativ eignet sich eine digitale Pinnwand, auf welche die Jugendleitungen ihre Ergebnisse notieren. Die Gespräche in den Kleingruppen sollten maximal zehn Minuten dauern. In dieser Zeit müssen die Gruppen auch ihre Ergebnisse festhalten.

Folie 3: Wozu Social Media-Angebote?

Schwerpunkt „Mediennutzung“
Nutzungsvorlieben und -motive

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Präsentation im Plenum
Eure Ergebnisse!

- **Wie** und **wozu** nutzen junge Menschen das Social Media-Angebot, zu dem ihr euch ausgetauscht habt?
- **Was** ist ihnen bei der Nutzung wichtig?
- **Warum** ist das so?

Die Motive und Bedürfnisse junger Menschen, Social Media-Angebote zu nutzen, sind vielfältig.

Folie 4

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Jugendleitungen präsentieren ihre Ergebnisse. Die Kursleitung fasst die Gruppenergebnisse zusammen und weist auf die wesentlichen Nutzungsmotive von Kindern und Jugendlichen hin.

Jungen Menschen steht eine Vielzahl unterschiedlicher Social Media-Angebote zur Verfügung. Sie wählen aus den Angeboten aus, je nachdem, ob sie nach Informationen suchen, Unterhaltungsangebote nutzen, mit anderen kommunizieren oder sich selbst darstellen möchten.

Social Media-Angebote befriedigen vielfältige Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen wie etwa die Auseinandersetzung mit der Fremd- und Selbstwahrnehmung oder dem Bedürfnis, einer bestimmten Gruppe anzugehören.

Folie 4:
Eure Ergebnisse!

Schwerpunkt „Mediennutzung“

Herausforderung: Intensive Mediennutzung

Welche Herausforderungen stellen sich, wenn man immer erreichbar ist?

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern

Folie 5

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Anhand der Zusatzinformation „Herausforderung: Intensive Mediennutzung“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

„Always on“ beschreibt ein Nutzungsverhalten, bei dem man beispielsweise mit Smartphone, Tablet oder Laptop immer und überall online ist. Das heißt auch, dass man potenziell immer erreichbar ist. Kinder und Jugendliche empfinden dieses Nutzungsverhalten häufig als selbstverständlich. Ständige Erreichbarkeit gehört für sie dazu und hat für sie viele Vorteile.

Manche Kinder und Jugendliche haben Angst, etwas zu verpassen und dadurch nicht mehr Teil des sozialen Umfelds zu sein, sobald das Smartphone ausgeschaltet ist.

Dauernde Erreichbarkeit kann also auch als enormer Anspruch oder Druck empfunden werden und eine **Herausforderung sein**:


Mit anderen im **Austausch** zu stehen, bedeutet, neue Informationen aufzunehmen, diese zu verarbeiten und dazu Rückmeldung zu geben. Es kann also sehr anstrengend sein, immer zu kommunizieren.

Ist man **immer erreichbar**, können Konzentrationsphasen beispielsweise bei Hausaufgaben unterbrochen werden. Im Hinblick auf schulische Leistungen sollte man sich bewusst machen, dass diese Ablenkung Probleme mit sich bringen kann. Auch wenn man mit anderen spricht und parallel mit dem Smartphone beschäftigt ist, kann es schwierig sein, sich auf das Gespräch einzulassen.

Wenn es normal ist, immer erreichbar zu sein, treten **Ruhephasen** nicht von alleine ein.

Folie 5:
Welche Herausforderungen stellen sich, wenn man immer erreichbar ist?

Schwerpunkt „Mediennutzung“
Herausforderung: Intensive Mediennutzung

 Sammlung im Plenum
Geistesblitze gesucht!

Wie kannst du das Thema „Intensive Mediennutzung“ mit Kindern und Jugendlichen aufgreifen?

Immer erreichbar zu sein, hat für Kinder und Jugendliche viele Vorteile, stellt aber auch eine Herausforderung dar.

Folie 6

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern

Die Jugendleitungen sammeln im Plenum Ideen, wie sie das Thema „Intensive Mediennutzung“ in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen aufgreifen können. Die Ideen können auf einem Flipchart, in einer Mindmap etc. gesammelt werden. Wichtig ist, dass die Ergebnisse den Jugendleitungen im Anschluss zur Verfügung gestellt werden. Außerdem kann die Kursleitung darauf hinweisen, dass die Ergebnisse mit dem Smartphone abfotografiert werden können.

Folie 6:
Geistesblitze gesucht!

Schwerpunkt „Mediennutzung“
Herausforderung: Kostenfallen

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Wo lauern Kostenfallen?

Wenn man ...

- **kostenpflichtige Nummern** anruft
(beispielsweise Servicenummern, Rückruf nach einem Lockanruf)
- kostenpflichtige **Premium-SMS** verschickt
- (unbewusst) **Abos** abschließt
- **App-Käufe** und **In-App-Käufe** tätigt

... können ungewollt Kosten entstehen.

Folie 7

Videoclip
„Kostenfallen“

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Anhand der Zusatzinformation „Herausforderung: Kostenfallen“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Zum anschaulichen Einstieg in das Thema empfiehlt es sich, den Videoclip „Kostenfallen“ anzusehen.

Ungewollte Kosten sind kein neues Thema, aber ein dauerhaft aktuelles. Kinder und Jugendliche sind sich nicht immer bewusst, wo Kostenfallen lauern: Sondervorwahlen wie 0900, 0180 oder 0137 sind ein Hinweis darauf, dass es sich um eine **kostenpflichtige Service- oder Sonderrufnummer** handelt. Bei Lockanrufen werden mit diesen Nummern Kunden angerufen. Rufen sie zurück, können zum Teil erhebliche Kosten anfallen.

Über **Premium-SMS** können verschiedene Dienste bestellt und abgerechnet werden. Der entsprechende Betrag wird direkt von der Prepaidkarte oder am Monatsende von der Mobilfunkrechnung abgebucht. Über Premium-SMS kann man beispielsweise Klingeltöne oder Handyspiele erwerben oder an Gewinnspielen und Votings teilnehmen.

Kostenlose Apps finanzieren sich häufig über Werbung. Werbebanner können unscheinbar **kostenpflichtige Abos** anbieten. Diese versteckten Angebote werden von Kindern und Jugendlichen nicht immer erkannt. Schon ein (unbeabsichtigtes) Tippen auf ein solches Banner kann genügen, um ein kostenpflichtiges **Abo** zu aktivieren. Häufig wird der Abo-Abschluss erst am Ende des Monats bemerkt, wenn die Kosten auf der Mobilfunkrechnung erscheinen.

Es gibt neben kostenlosen Apps natürlich auch kostenpflichtige App-Angebote. Eine einzelne App kann sehr billig sein. Verliert man jedoch den Überblick, können sich kleine Beträge schnell summieren und die Gesamtkosten der **App-Käufe** am Monatsende überraschend hoch ausfallen. Eine Vielzahl an Apps funktioniert mittlerweile nach dem Freemium-Modell. Das heißt, die Apps sind zunächst kostenlos verfügbar, einige Funktionen oder zusätzliche Inhalte können jedoch nur gegen Bezahlung freigeschaltet werden, indem sogenannte **In-App-Käufe** getätigt werden.

Schwerpunkt „Mediennutzung“

Herausforderung: Kostenfallen





Lösungsstrategie

Wie kann man Kostenfallen vermeiden?

- Bewusstsein für potenzielle Kostenfallen** entwickeln
- Ungewollte **(In-)App-Käufe** technisch **verhindern**
- Drittanbietersperre** einrichten



Folie 8



Um Kosten zu **vermeiden**, kann man einiges tun:

Es ist zunächst wichtig, sich potenzielle **Kostenfallen bewusst zu machen** und sich damit zu beschäftigen, an welchen Stellen sie lauern können. Kinder und Jugendliche sollten verstehen, dass es Angebote gibt, die ihr Geld speziell damit verdienen, Nutzer zu betrügen. Gelockt wird mit Leistungen, die nicht eingelöst werden oder die überteuert sind. Manchmal verursacht bereits das unbedachte Anklicken eines Banners oder Links Kosten. Junge Menschen sollten ermutigt werden, Angebote vor der Installation oder Nutzung genau zu prüfen.

Es ist ratsam, **In-App-Käufe technisch zu verhindern**. Je nach Betriebssystem können Einschränkungen aktiviert, Passworte eingestellt oder der Zugang beschränkt werden. Jeder Kauf muss somit bewusst getätigt werden. Das kann helfen, In-App-Käufe leichter im Blick zu behalten. Außerdem werden durch eine Beschränkung **ungewollte App- oder In-App-Käufe verhindert**.

Mit einer **Drittanbietersperre** kann das sogenannte WAP-Billing bei Apps verhindert werden. Das bedeutet, es ist Dritten nicht mehr möglich, die eigene Rufnummer zu identifizieren und einen Zahlungsvorgang über die Mobilfunkrechnung auszulösen. So kann beispielsweise der unbewusste Abschluss eines kostenpflichtigen Abos verhindert werden.

Entsprechende Erklär-Videos oder Schritt-für-Schritt-Anleitungen gibt es online für alle Mobilfunkanbieter beziehungsweise Betriebssysteme.

Sollte zur Durchführung der Schulungseinheit mehr Zeit zur Verfügung stehen, lohnt es sich, die folgende Praxisaufgabe zu bearbeiten. Alternativ kann den Jugendleitungen die Praxisaufgabe als „Hausaufgabe“ mitgegeben werden. Wird die Praxisaufgabe nicht bearbeitet, werden die Folien 9 und 10 ausgelassen.

Folie 8:
Wie kann man
Kostenfallen vermeiden?

Schwerpunkt „Mediennutzung“
Herausforderung: Kostenfallen

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Partnerarbeit

Ran an die Smartphones!

- Findet euch **zu zweit** zusammen.
- Recherchiert zu folgenden Fragen:
 - Wie könnt ihr eine **Drittanbietersperre** bei euren Mobilfunkanbietern einrichten?
 - Wie könnt ihr **App-Käufe** und **In-App-Käufe** bei euren Mobiltelefonen einschränken?
- Überlegt euch, **welche Ergebnisse** ihr im Plenum präsentieren möchtet.


Folie 9

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Diese Praxisaufgabe kann optional bearbeitet werden. Die Jugendleitungen kommen in Partnerarbeit zusammen und verwenden ihr eigenes Smartphone. Sie können die Aufgabe aber auch in Einzelarbeit lösen. Sie recherchieren, wie sie bei ihren Mobilfunkanbietern eine Drittanbietersperre einrichten können. Außerdem sollen sie herausfinden, wie sie App- und In-App-Käufe bei ihrem Smartphone einschränken können.

Folie 9:
Ran an die Smartphones!

Schwerpunkt „Mediennutzung“
Herausforderung: Kostenfallen

 Präsentation im Plenum

Was habt ihr herausgefunden?

- Wie könnt ihr eine **Drittanbietersperre** bei euren Mobilfunkanbietern einrichten?
- Wie könnt ihr **App-Käufe** und **In-App-Käufe** bei euren Mobiltelefonen einschränken?

Es gibt viele
Schutzmöglichkeiten,
um Kostenfallen zu
vermeiden.

Folie 10

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Zweiergruppen präsentieren die wesentlichen Erkenntnisse oder eventuelle Hinweise auf hilfreiche Erklär-Videos oder Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Besonders hilfreiche Videos und Anleitungen können auf Wunsch der ganzen Gruppe zur Verfügung gestellt werden. Die Kursleitung weist abschließend darauf hin, dass viele Kinder und Jugendliche für das Thema „Kostenfallen“ erst sensibilisiert werden müssen oder nicht wissen, woher sie Hintergrundinformationen beziehen sollen. Praktische Tipps, Hinweise auf Erklär-Videos oder Schritt-für-Schritt-Anleitungen können ihnen helfen.

Folie 10:
Was habt ihr
herausgefunden?

Schwerpunkt „Mediennutzung“

Herausforderung: Datenschutz

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern

Was passiert mit Nutzerdaten?

Videoclip
„Wenn die Verkäuferin eine App wäre“

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Folie 11

Anhand der Zusatzinformation „Herausforderung: Datenschutz“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Zum anschaulichen Einstieg in das Thema „Datenschutz“ empfiehlt es sich, den Videoclip „Wenn die Verkäuferin eine App wäre“ von der Stiftung Waretest anzusehen.

Kinder und Jugendliche geben bei Social Media-Angeboten bewusst oder unbewusst eigene Daten preis, ohne sich im Klaren darüber zu sein, dass ihre Daten damit auch in kommerziellen Zusammenhängen genutzt werden.

Die derzeit beliebtesten Angebote im Internet gehören zu **privatwirtschaftlich arbeitenden Unternehmen**. Darunter sind große Konzerne wie Microsoft, Google oder Facebook, die mehrere lukrative Social Media-Angebote wie Soziale Netzwerke und Messenger betreiben.

Bei diesen **Social Media-Angeboten** handelt es sich um Anwendungen, die einfach zu bedienen sind und bei der Anmeldung meist kostenlos sind.

Doch auch wenn die Angebote kostenlos sind, sind sie nicht umsonst. **Die Nutzer bezahlen mit ihren Daten.** Das bedeutet: Alle Informationen über ihr Nutzungsverhalten, ihre Interessen und ihre Neigungen werden gesammelt, verknüpft und ausgewertet.

Oft geschieht dies zur umfassenden **Profilbildung von Nutzern**. So kann beispielsweise Werbung auf bestimmte Nutzer zugeschnitten und sehr gezielt platziert werden. Das ist unter anderem eine wichtige Einnahmequelle für Unternehmen, deren kommerzielle Struktur und Arbeitsweisen kaum zu durchblicken sind.

Folie 11: Was passiert mit Nutzerdaten?

Schwerpunkt „Mediennutzung“
Herausforderung: Datenschutz

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Lösungsstrategie

Wie kann man seine Daten schützen?

- **AGB** prüfen
- **Zugriffsrechte** von Apps überprüfen und einschränken
- **Datensparsame** Apps nutzen
- Unnötige Apps **löschen**
- **Sparsam mit eigenen Daten** umgehen

Folie 12

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Um eigene Daten zu schützen, gibt es folgende Möglichkeiten:

AGB sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Sie regeln, unter welchen Bedingungen ein Produkt genutzt werden darf. Es lohnt sich, auf dem Laufenden zu bleiben, welche Änderungen dort vorgenommen werden. Vor der Installation von Apps, aber beispielsweise auch im Fall von Updates, sollten die AGB geprüft werden.

Gerade weil die kommerziellen Angebote derart undurchsichtig sind, ist es notwendig, Apps bewusst zu nutzen und **Zugriffsrechte** beispielsweise regelmäßig zu überprüfen und zu beschränken. Sinnvoll ist es, im Internet nach Erklär-Videos oder Schritt-für-Schritt-Anleitungen zu recherchieren.

Außerdem ist es wichtig, über **datensparsame Alternativen** nachzudenken. Im Juli 2015 testete die Stiftung Warentest beispielsweise 16 Messenger-Apps. Dabei schnitten das deutsche Angebot Hocco und das schweizer Angebot Threema am besten ab.

Es ist sinnvoll, ausschließlich Apps auf dem Smartphone zu behalten, die man regelmäßig nutzt und deren Nutzungsbedingungen man kennt. Es lohnt sich, Apps zu löschen, die nicht genutzt werden. Ihre AGB können sich ändern, ohne dass Nutzer erneut um Einwilligung gebeten werden. **Löscht man regelmäßig ungenutzte Apps**, verhindert man, dass diese auf Daten zugreifen, die man nicht preisgeben möchte.

Insgesamt ist es ratsam, bewusst und **sparsam mit den eigenen Daten** umzugehen und bei Social Media-Angeboten nach Möglichkeit verschiedene Pseudonyme zu verwenden.

Folie 12:
Wie kann man seine Daten schützen?

Schwerpunkt „Mediennutzung“
Herausforderung: Datenschutz

**MEDIEN
FÜHRERSCHEIN**
Bayern



Gruppenarbeit

Datenschutz bei Apps!

- Findet euch in Gruppen von maximal **vier Personen** zusammen.
- Eure Gruppe bekommt **Arbeitsaufträge**.
- Haltet die **wesentlichen Ergebnisse** schriftlich fest.

Folie 13


Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Jugendleitungen finden sich in Gruppen von maximal vier Personen zusammen. Die Auswahl und Verteilung der Arbeitsaufträge wird von der Kursleitung vorgenommen und richtet sich nach der Medianausstattung. Diese Kleingruppenarbeit soll innerhalb von zehn Minuten so weit wie möglich bearbeitet werden.

Im Vordergrund steht weniger das konkrete Ergebnis, sondern vielmehr die individuelle Erfahrung der Jugendleitungen bei ihrer Recherche beziehungsweise Diskussion. Sofern Gruppen jedoch gute Ergebnisse erzielen und sie bei der Recherche beispielsweise ein interessantes Erklär-Video gefunden haben, sollten die Ergebnisse allen Jugendleitungen zugänglich gemacht werden.

Folie 13: Datenschutz bei Apps!

Schwerpunkt „Mediennutzung“
Herausforderung: Datenschutz

 Präsentation im Plenum
Eure Ergebnisse!

Was habt ihr zum Thema „**Datenschutz** bei der **Nutzung von Apps**“ herausgefunden?

Man sollte bewusst und sparsam mit den eigenen Daten umgehen!

Folie 14

Stiftung Medienpädagogik Bayern

Die Gruppen berichten im Plenum von ihren Erkenntnissen und Erfahrungen. Bei der Präsentation ihrer Ergebnisse sollen die Jugendleitungen vor allem darauf eingehen, wie es ihnen mit ihrer Gruppenaufgabe ergangen ist. Gab es beispielsweise während der Recherche Überraschungs- oder Frustrationsmomente? Warum gab es diese?

Um den Schwerpunkt „Mediennutzung“ abzuschließen, verteilt die Kursleitung das Handout „Mediennutzung“. Sie weist darauf hin, dass das Handout Informationsmöglichkeiten und Ideen enthält, wie Jugendleitungen auf die Themen „Intensive Mediennutzung“, „Kostenfallen“ und „Datenschutz“ in der Arbeit mit jungen Menschen eingehen können.

Sofern es gewünscht oder im zeitlichen Rahmen möglich ist, schaut sich die Gruppe das Handout gemeinsam an. Abschließend leitet die Kursleitung zum Abschluss über.

Folie 14:
Eure Ergebnisse!

Apps nutzen – eigene Daten schützen!

Arbeitsgruppen bilden

Findet euch in einer Gruppe von **maximal vier Personen** zusammen. In Absprache mit eurer Kursleitung löst ihr eine der drei folgenden Aufgaben, je nachdem, welche Medien ihr zur Hand habt:

1. Smartphones & Internetzugang

Stehen euch Smartphones und Internetzugang zur Verfügung, dann

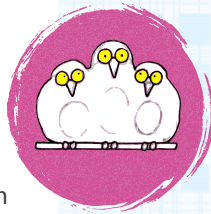
- sucht nach einer Taschenlampen-App, deren Zugriffsrechte ihr für angemessen haltet.
- recherchiert eine beliebte App von Kindern und Jugendlichen und findet heraus, auf welche Daten sie zugreift.



2. Smartphones & kein Internetzugang

Stehen euch nur Smartphones zur Verfügung, dann

- durchsucht euer Smartphone nach „App-Leichen“.
- findet heraus, wie ihr auf eurem Smartphone die Zugriffsrechte von Apps einschränken könnt.



3. Keine Smartphones & kein Internetzugang

Stehen euch weder Smartphones noch Internetzugang zur Verfügung, dann

- sammelt (datenschutzrelevante) Vor- und Nachteile einer App, mit der Kinder und Jugendliche gerne kommunizieren.

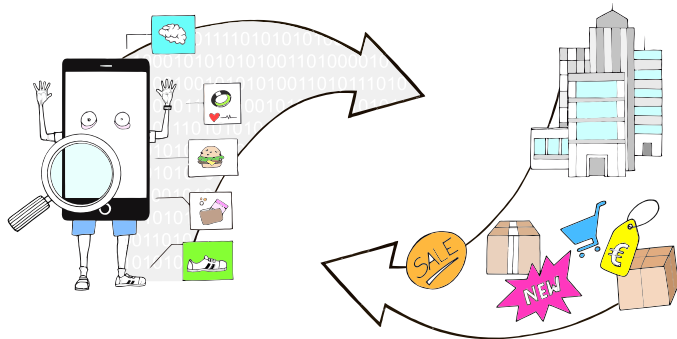
Meine Notizen

Handout: Mediennutzung

Wissenswertes

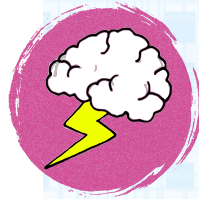
Fast alle Zwölf- bis 19-Jährigen besitzen laut JIM-Studie 2016 ein eigenes Smartphone. Der mobile Alleskönner ist das beliebteste Medium, mit dem sich Kinder und Jugendliche in ihrer Freizeit beschäftigen. Mit dem Smartphone

- informieren sie sich,
- organisieren ihren Alltag,
- nutzen Unterhaltungsangebote
- oder tauschen sich mit anderen aus.



Der digitale Begleiter macht es möglich, ständig erreichbar zu sein. Das hat für junge Menschen viele Vorteile, aber auch einige Nachteile. Knapp 20 % der Kinder und Jugendlichen haben beispielsweise Angst, etwas zu verpassen, wenn das Handy bzw. Smartphone nicht eingeschaltet ist.

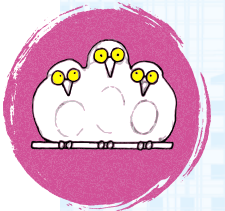
Auf ihrem Smartphone nutzen Jugendliche unter anderem eine Vielzahl an Social Media-Angeboten, meist über Apps. Welche Social Media-Angebote Kinder und Jugendliche bevorzugen und wie aktiv sie diese nutzen, ist unterschiedlich. Einfluss darauf haben beispielsweise das Alter, das Geschlecht und persönliche Interessen.



Social Media-Angebote befriedigen viele Bedürfnisse, die im Jugendalter entstehen oder an Bedeutung gewinnen. Wie Zwölf- bis 19-Jährige mit Medien umgehen, zeigt die JIM-Studie („JIM. Jugend, Informationen, (Multi-) Media“), die jedes Jahr erscheint.

Zum Nachmachen

Um darüber ins Gespräch zu kommen, welche Social Media-Angebote Kinder und Jugendliche in ihrem Alltag gerne nutzen, eignet sich eine Medien-Timeline. Die Kinder und Jugendlichen stellen ihren Tagesablauf inklusive der genutzten Angebote entlang eines Zeitstrahls bildlich dar. Anschließend werden die Tagesabläufe in der Gruppe angesehen und reflektiert.



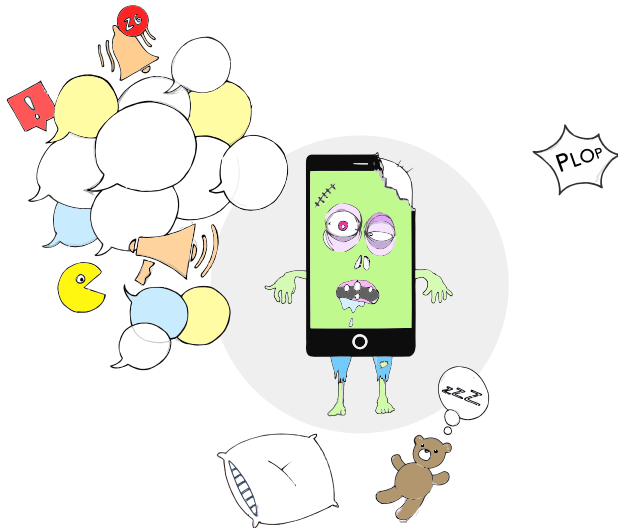
Meine Notizen

Zur Vertiefung

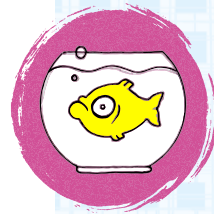
1. Herausforderung: Intensive Mediennutzung

Immer online, immer erreichbar, immer im Austausch: Das ist auf Dauer anstrengend! Es ist wichtig, selbst gestalten zu können, wie viel man online aktiv sein möchte und zu welchen Zeiten Pausen sinnvoll sind. Anregungen gibt es hier:

- Das Projekt „ICH WIR IHR im Netz“ bietet ein kompaktes Materialpaket unter www.ich-wir-ih.de, um mit Kindern und Jugendlichen zwischen zwölf und 16 Jahren für ca. 35 bis 40 Minuten zum Thema „Always on“ zu arbeiten.



- Was passiert, wenn das Smartphone aus bleibt? Unter den Suchbegriffen „Smartphonefasten“ und „Handyfasten“ finden sich online Erfahrungsberichte und Arbeitsmaterialien.



2. Herausforderung: Kostenfallen

Auf der Webseite www.handysektor.de können sich Kinder und Jugendliche rund um das Thema „Mobile Medien“ informieren. Das Thema „Kostenfallen“ ist unter der Rubrik „Abo + Abzocke“ leicht verständlich und mit vielen praktischen Tipps aufbereitet.

3. Herausforderung: Datenschutz

Bei der Nutzung von Social Media-Angeboten oder Apps geben Kinder und Jugendliche bewusst oder unbewusst persönliche Daten preis. Daten sind für Unternehmen eine wichtige Einnahmequelle. Das Thema „Datenschutz“ gewinnt daher immer mehr an Bedeutung. Sich intensiv mit dem Thema zu befassen, lohnt sich:

- Die Broschüre „Selbstdatenschutz! Tipps, Tricks und Klicks“ der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) gibt viele praktische Anregungen, wie man seine Daten bestmöglich schützen kann. Sie steht unter www.blm.de unter der Rubrik „Aktivitäten/Medienkompetenz/Materialien“ zum Download zur Verfügung.
- „Der App-Check“ der EU-Initiative Klicksafe hilft bei der Entscheidung, ob man eine App installieren oder weiterhin nutzen möchte. Er ist zu finden auf www.klicksafe.de unter den Materialien der Rubrik „Apps“.

Ein App-Check vor der Installation lohnt sich!

Nutzungsvorlieben und -motive bei Social Media-Angeboten

Welche Bedürfnisse junger Menschen befriedigen Social Media-Angebote?

Kinder und Jugendliche haben häufig nicht nur ein favorisiertes Social Media-Angebot, das sie regelmäßig nutzen. Sie wählen aus der Angebotsvielfalt aus, je nachdem ob sie mit anderen kommunizieren möchten, Informationen recherchieren, Unterhaltung suchen, sich selbst darstellen möchten oder nach Orientierung suchen. Entscheidend für ihre Wahl ist auch, bei welchen Messenger-Diensten oder Sozialen Netzwerken die eigenen Freundinnen und Freunde angemeldet sind. Unterschiedliche Social Media-Angebote befriedigen somit unterschiedliche Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen.

Bedürfnisse



Welche sind die beliebtesten Social Media-Apps junger Menschen und warum werden sie genutzt? (Folie 2)

WhatsApp ist ein Messenger-Dienst für Smartphones bzw. Tablets und gehört zum Unternehmen Facebook Inc. 2016 war WhatsApp bei Zwölf- bis 19-Jährigen die beliebteste Smartphone-App (vgl. JIM-Studie 2016). Auch wenn das Angebot laut Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) erst ab 13 Jahren genutzt werden darf, kommunizieren bereits jüngere Personen regelmäßig über WhatsApp.

WhatsApp

Gegenüber anderen Angeboten hat WhatsApp für junge Menschen

viele Vorteile: Der Versand von Sprach-, Bild- und Textnachrichten und das Telefonieren sind kostenlos, Nachrichtentexte haben keine Zeichenbegrenzung und Gruppenchats können eingerichtet werden. WhatsApp-Gruppenchats sind nur Personen zugänglich, die vom Gruppen-Admin zugelassen wurden.

In den letzten Jahren ist WhatsApp aufgrund seiner mangelnden Datenschutzrichtlinien häufig in die Kritik geraten. Problematisch ist unter anderem, dass die App nach der Installation auf die Kontakte der Nutzer zugreift. Wer aus datenschutzrechtlichen Überlegungen WhatsApp nicht nutzen möchte, muss gegebenenfalls in Kauf nehmen, vieles nicht mitzubekommen, da die meisten Kinder und Jugendlichen über WhatsApp kommunizieren. Mit dem Bedürfnis junger Menschen nach Teilhabe ist das schwer vereinbar.

Instagram ist eine Social Media-Plattform und gehört ebenfalls zu Facebook Inc. Laut den AGB darf man ab 13 Jahren einen Account erstellen. In der JIM-Studie 2016 geben etwa die Hälfte der Zwölf- bis 19-Jährigen an, regelmäßig Instagram zu nutzen. Damit steht das Angebot auf der Rangliste vor Snapchat und Facebook. Instagram liegt auf Platz 2 der Angebote, die überwiegend von Mädchen genutzt werden (vgl. JIM-Studie 2016). Im Vordergrund steht die Kommunikation über Bilder und Videos, die bearbeitet und zu denen kurze Texte hinzugefügt werden können.

Anschließend können Hashtags zugeordnet werden. Dazu muss man bei Instagram ein Profil erstellen. Andere Mitglieder können das Profil abonnieren und so zu Followern werden. Auch eine Story-Funktion, vergleichbar zu Snapchat, gibt es inzwischen. Es ist jungen Menschen häufig wichtig, sich mit der Selbst- und Fremdwahrnehmung und mit gängigen Darstellungstrends auseinanderzusetzen. Angebote wie Instagram erfüllen diese Bedürfnisse.

Nicht alle Personen, die sich bei Anbietern wie Instagram darstellen, tun das als Privatpersonen – auch wenn es den Anschein erweckt. Unternehmen nutzen Soziale Netzwerke längst für Werbezwecke und mancher Nutzer lebt davon, auf seinem Profil für Produkte zu werben. Auch werden über Soziale Netzwerke wie Instagram Schönheitsideale oder Rollenbilder transportiert, von denen sich Kinder und Jugendliche unter Druck gesetzt fühlen können. Datenschutzrechtlich problematisch ist, dass die App nach Installation auf eigene Daten zugreift. Bei Anmeldung überträgt man dem Unternehmen viele Nutzungsrechte über veröffentlichte Inhalte.

Kostenloser Versand**Zugriff auf Kontakte****Instagram****Hashtag****Soziale Netzwerke für Werbezwecke**

Snapchat darf ab 13 Jahren genutzt werden. Das Angebot liegt laut JIM-Studie 2016 auf Platz 3 der Smartphone-Apps und ist mehrheitlich beliebt bei Mädchen. Wer sich bei Snapchat anmeldet, erstellt kein Profil, sondern Channels, über die Fotos und Videos an ausgewählte Personen oder Gruppen verschickt werden können. Die Besonderheit an Snapchat: Die Bilder und Videos „löschen sich“ wenige Sekunden nachdem der Empfänger sie geöffnet hat. Das liegt daran, dass sich die Datei-Endungen der Bilder oder Videos umwandeln, so dass sie nicht mehr auffindbar sind. Bilder und Videosequenzen lassen sich mit Filtern, Texten oder Emojis bearbeiten. Sie können zudem zur Kategorie „Meine Geschichte“ hinzugefügt werden und sind so für 24 Stunden im Channel sichtbar. Diese Funktion zum Geschichtenerzählen nutzen viele YouTuber, aber auch kommerzielle Anbieter.

Kinder und Jugendliche schätzen Snapchat, da die App eine kreative Kommunikation möglich macht, und die erstellten Bilder und Videos vermeintlich nicht für immer im Internet bleiben. Leider ist diese Annahme trügerisch: Bilder können per Screenshot abfotografiert und somit auch verbreitet werden. Wird ein Screenshot erstellt, wird der Absender darüber informiert.

Doch inzwischen kann der Empfänger diese Funktion technisch umgehen oder eine App nutzen, um empfangene Inhalte unbemerkt zu speichern. Problematisch ist zudem, dass Bilder oder Videos nach Empfang nicht gelöscht werden, sondern sich nur ihre Datei-Endung ändert. Technisch versierte Personen können diese Daten leicht wiederfinden.

Facebook wurde bereits 2004 gegründet und ist wie YouTube ein alter Hase unter den Social Media-Angeboten. Offiziell darf man ab 13 Jahren ein Profil anlegen. Facebook hat bei den Zwölf- bis 19-Jährigen an Bedeutung verloren und wurde bei den Lieblings-Apps von WhatsApp, Instagram und Snapchat überholt. Erkennbar ist aber, dass das Angebot für 18- bis 19-Jährige wichtiger ist als für jüngere Personen (vgl. JIM-Studie 2016). Auf der eigenen Pinnwand können Nutzer Videos, Bilder, Links, Orte und Texte posten. Sie können Inhalte teilen und kommentieren und die Messenger-App von Facebook nutzen.

Facebook entwickelt sein Angebot stetig weiter. So wurden einige neue Funktionen integriert: Mit der „Kamera-Funktion“ lassen sich Bilder und Videos gestalten. In den „Facebook-Stories“ können Fotos und Videos mit anderen für 24 Stunden geteilt werden. In der „Direct“-Funktion können Fotos und Videos von Empfängern einmal angeschaut und kommentiert werden, danach sind diese für sie nicht mehr sichtbar. Profil-Aktivitäten

Snapchat

Kreative Kommunikation

Unbemerkt Speichern

Facebook

Neue Funktionen

können in einer Chronik angezeigt werden. Facebook ist für viele junge Menschen zur Informationsquelle geworden, weshalb ein kritischer Umgang mit sich dort verbreitenden Nachrichten wichtig ist. Zwar gibt es inzwischen viele Privatsphäre-Einstellungen, der Umgang des Unternehmens mit Nutzerdaten ist jedoch weiterhin problematisch. Zudem sind die Privatsphäre-Einstellungen nicht immer leicht verständlich geschrieben. Außerdem werden der App bei der Installation Zugriffsrechte auf viele Daten eingeräumt.

YouTube ist nach wie vor die weltweit beliebteste Video-Plattform und gehört zum Unternehmen Google Inc. Ein Account darf in Deutschland offiziell erst ab 18 Jahren angelegt werden. YouTube liegt auf Platz 5 der beliebtesten Smartphone-Apps (vgl. JIM-Studie 2016).

User können Musikvideos anschauen, individuelle Playlisten abspielen, Videos kommentieren und teilen sowie Channels abonnieren. Es können auch eigene Channels erstellt werden, um Videos hochzuladen. Die meisten Kinder und Jugendlichen nutzen YouTube jedoch passiv, um sich zu unterhalten und sich zu informieren. YouTube wird auch zur Kommunikation genutzt, indem mit Freundinnen und Freunden beliebte Videos und Channels geteilt werden.

In den letzten Jahren hat sich das Angebot stark kommerzialisiert: Fast immer erscheinen Werbeclips und Banner und es ist für viele Nutzer zum Geschäftsmodell geworden, mit eigenen Channels Geld zu verdienen. Sogar Stars bringen die Plattform hervor, wie Gronkh, LeFloid, Dner, Dagi Bee oder Bibi. Doch ist die Star-Szene vielfach kritisiert worden: In ihren Videos entsteht der Eindruck, als erzählten sie authentisch über ihre Welt und seien nahbare Freunde. In Wirklichkeit sind einige längst professionelle Unternehmer, die in ihren Videos Produkte platzieren und so Geld verdienen. Da YouTube zu Google gehört, gelten die Datenschutzrichtlinien des Mutterunternehmens. Google steht in der Kritik, umfassend Nutzerdaten zu speichern.

Warum ist es wichtig, sich in der außerschulischen Jugendarbeit mit diesen Angeboten zu beschäftigen?

Die Angebotslandschaft im Social Media-Bereich unterliegt einem ständigen Wandel. Jedoch begegnen Nutzern bei den einzelnen Social Media-Angeboten immer wieder ähnliche Probleme. Da es zahlreiche, unterschiedliche Social Media-Angebote gibt, kann es hilfreich sein, sich über die aktuellen Lieblingsangebote und Nutzungsmotive auszutauschen. Einen Überblick über die Nutzungsvorlieben junger Menschen bietet die jährlich erscheinende JIM-Studie („Jugend, Informationen, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland“) [1].

YouTube

Vielseitige Nutzungsmöglichkeiten

Kommerzialisierung

Austausch über Lieblingsangebote

Herausforderung: Intensive Mediennutzung

Welche Vorteile hat es, immer online zu sein?

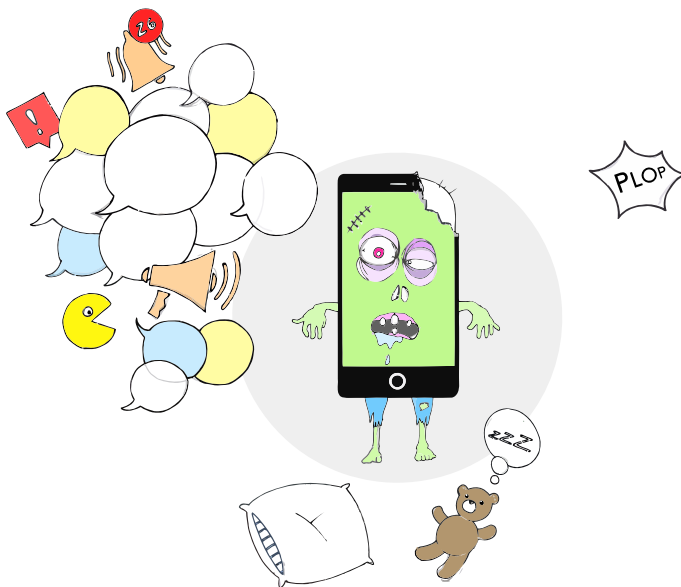
„Always on“ – so lässt sich das Nutzungsverhalten vieler junger Menschen beschreiben. 2017 verfügte nahezu jeder Haushalt und jeder junge Mensch zwischen zwölf und 19 Jahren über ein eigenes Smartphone. Ihre tägliche Online-Zeit lag an Wochentagen nach Selbsteinschätzung bei durchschnittlich 221 Minuten. [2]

Immer online zu sein, bietet Kindern und Jugendlichen viele Vorteile.

Es ist für sie komfortabel, beispielsweise immer und überall die Musik zu hören, auf die sie gerade Lust haben. Mit kostenlosen Messenger-Apps können sie unbegrenzt Sprachnachrichten, Kurznachrichten und Bilder senden. Sie können sich anhand von Online-Kartendiensten orientieren, wo auch immer sie unterwegs sind. Diese und weitere Annehmlichkeiten sind längst unverzichtbarer Teil ihres Alltags.

Always on

Vielzahl an
Annehmlichkeiten



Welche Herausforderung stellen sich für junge Menschen, wenn sie immer erreichbar sind? (Folie 5)

Immer online und damit auch immer erreichbar für andere zu sein, stellt junge Menschen auch vor Herausforderungen. Es ist deshalb wichtig, mit ihnen gemeinsam zu überlegen, in welchen Situationen Herausforderungen auftreten können.

Ständige Erreichbarkeit

Nicht erreichbar zu sein, kann bei jungen Menschen die Angst auslösen, etwas zu verpassen. Sie wollen Teil ihres sozialen Umfelds sein, wertgeschätzt werden und mitbekommen, was in ihrem Freundeskreis passiert oder wenn Freundinnen und Freunde Hilfe brauchen. Das kann den Nebeneffekt haben, dass viele das Gefühl haben, immer und überall ansprechbar sein zu müssen.

Ständig mit anderen im Austausch zu stehen, kann anstrengend sein. Wer nicht ständig sein Smartphone checkt, hat beispielsweise schnell einmal ausufernd viele Nachrichten in der Chatgruppe des eigenen Sportvereins und fühlt sich dadurch unter Druck gesetzt. Es erfordert eine kontinuierliche kognitive Leistung, über mobile Medien Informationen aufzunehmen, diese zu bewerten und auf diese zu reagieren. Vor allem für unerfahrene und junge Nutzer können der ständige Entscheidungsprozess und die stetige Interaktion überfordernd sein.

Immer erreichbar zu sein, lenkt ab. Konzentrationsphasen können beispielsweise durch eingehende Nachrichten oder Anrufe immer wieder unterbrochen werden. Ist die Konzentration verloren, kostet es viel Mühe und Energie, sie wieder aufzubauen. Gerade im Hinblick auf schulische Leistungen sollten sich Kinder und Jugendliche das bewusst machen. Auch wenn man mit anderen spricht und parallel mit dem Smartphone beschäftigt ist, kann es schwierig sein, sich auf das Gespräch einzulassen.

Ruhephasen müssen bewusst genommen werden. Jugendliche müssen sich heute stärker als noch vor einigen Jahren vergegenwärtigen, dass Pausen nicht von alleine eintreten. Das Internet ist ein Medium, auf dessen Inhalte potenziell zu jeder Zeit und nach eigener Wahl zugegriffen werden kann. Es unterscheidet sich von linearen Medien wie dem Fernsehen, das ein bestimmtes Programm zu einer bestimmten Zeit sendet. Um nicht ununterbrochen online zu sein und nicht ständig mit anderen im Austausch zu stehen, muss das Smartphone bewusst weggelegt beziehungsweise offline geschaltet werden, beispielsweise in den Flugmodus.

Warum ist es sinnvoll, das Thema in der außerschulischen Jugendarbeit aufzugreifen?

Häufig möchten Kinder und Jugendliche Medien länger und öfter nutzen, als es nach Einschätzung ihrer erwachsenen Bezugspersonen sinnvoll ist. Doch auch viele Kinder und Jugendliche entscheiden sich inzwischen dafür, das Smartphone bei Hausaufgaben und sozialen Aktivitäten wie Sport oder Gruppenstunden lautlos oder in den Flugmodus zu stellen. Kinder und Jugendliche äußern inzwischen, dass sie die Nachrichtenflut in Messenger-Diensten stört.

Soziales Umfeld

Entscheidungsprozesse

Konzentrationsphasen

Bewusste Pausen

Nachrichtenflut

Deswegen lohnt es sich, in der außerschulischen Jugendarbeit das

Thema „Intensive Mediennutzung“ aufzugreifen und auf Augenhöhe auch problematische Aspekte der (eigenen) pausenlosen Smartphone-Nutzung zu thematisieren. Der Austausch der Kinder und Jugendlichen in einem vertrauensvollen Rahmen bietet ihnen die Chance, Erfahrungen und Herausforderungen mit Gleichaltrigen zu teilen. Darüber hinaus ist es wichtig, Regeln zur Mediennutzung zu vereinbaren, um eine gemeinsame Basis für das Miteinander zu schaffen und eine Haltung zur Mediennutzung bei den gemeinsamen Aktivitäten zu entwickeln.

Vertrauensvoller Rahmen

Herausforderung: Kostenfallen

Warum sind Kostenfallen für Kinder und Jugendliche eine besondere Herausforderung?

Kinder und Jugendliche sind für Anbieter von Apps und anderen mobilen Diensten eine wichtige Zielgruppe geworden. Manche Firmen haben Geschäftsmodelle entwickelt, die die Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit dieser Zielgruppe bewusst ausnutzen: Sie bieten Dienste an, hinter denen sich Kostenfallen verbergen. Selbst für erfahrene Nutzer sind Kostenfallen häufig schwer zu erkennen.

Es ist deshalb wichtig, Kindern und Jugendlichen aufzuzeigen, wo Kostenfallen lauern können und welche Handlungsstrategien es gibt, um sich gegen Kostenfallen zu schützen.



Wo lauern Kostenfallen? (Folie 7)

Wahl kostenpflichtiger Nummern (beispielsweise Servicenummern, Rückruf von Lockanrufen). Viele Kinder und Jugendliche wissen nicht, dass es teuer werden kann, bestimmte Telefonnummern anzurufen. Kostenpflichtige Service- oder Sonderrufnummern erkennt man an Sondervorwahlen wie 0900, 0180 oder 0137. Hinter diesen Nummern können Beratungsangebote oder Auskünfte, aber auch Gewinnaktionen oder Erotikdienste stehen. Zwar werden bei diesen Nummern häufig Angaben dazu gemacht, wie viel ein Anruf vom Festnetz aus pro Minute kostet, allerdings kann ein Anruf mit dem Mobiltelefon deutlich teurer werden. Lockanrufe funktionieren umgekehrt: Mobiltelefonnutzer werden von einer unbekannten Nummer angerufen. Bei dieser Nummer handelt es sich ebenfalls um eine teure Servicenummer. Weil die Angerufenen wissen möchten, wer hinter der unbekannten Nummer steckt, rufen sie zurück. So tappen die Anrufer in die Kostenfalle.

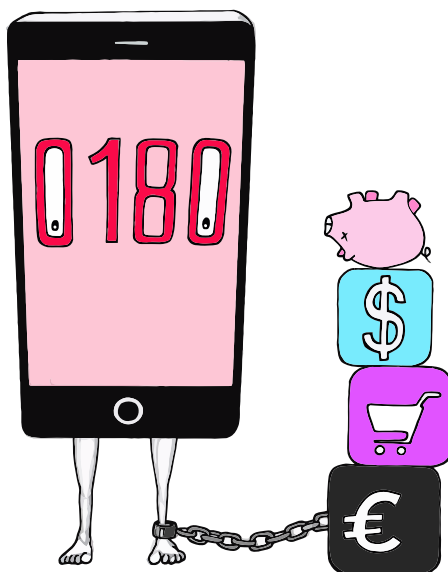
Geschäftsmodelle

Kostenfallen

Kostenpflichtige
Telefonnummern

Versand kostenpflichtiger Premium-SMS. Über Premium-SMS können verschiedene Dienste bestellt und abgerechnet werden, indem man ein einfaches Kennwort an eine Kurznummer schickt. Häufig kaufen Kinder und Jugendliche per Premium-SMS Klingeltöne und Spiele oder nehmen an Gewinnaktionen und Votings bei Fernsehsendungen teil. Die Kosten für eine Premium-SMS liegen zwischen 0,29 Euro und 4,99 Euro. Der entsprechende Betrag wird entweder am Ende des Monats von der Mobilfunkrechnung oder direkt vom Prepaid-Guthaben abgebucht. Gerade wenn die Kosten erst mit der Mobilfunkrechnung abgebucht werden, besteht die Gefahr, dass Kinder und Jugendliche ihre Ausgaben aus den Augen verlieren. Außerdem kann versehentlich ein Abo abgeschlossen werden.

Premium-SMS



(Unbewusster) Abschluss von Abos. Kostenlose Apps finanzieren sich häufig durch Werbung. Bei der Werbung innerhalb von Apps besteht für Kinder und Jugendliche die Gefahr, dass sie unbewusst ein kostenpflichtiges Abo abschließen. Durch das (versehentliche) Anklicken eines Angebots, eines Banners oder eines Links wird auf eine WAP-Seite weitergeleitet, über die sie meist ganz unbemerkt das Abo abschließen. Dort wird auf ihre Handynummer zugegriffen und so die Kosten über die Handyrechnung abgerechnet. Häufig werden die Kosten dadurch erst am Ende des

Werbung und Abofallen

Monats sichtbar. Diesen Vorgang nennt man WAP-Billing. Kostenpflichtige Abos können sich auch hinter anderen Online-Angeboten verbergen: Gewinnspiele, Tests, Mitmach- und Verlosungsaktionen. Ein weiterer ärgerlicher Nebeneffekt: Diese Angebote sammeln Nutzerdaten und können beispielsweise unerwünschte Spam-E-Mails senden, die neben störenden Werbebotschaften auch Viren oder Trojaner enthalten können.

Tätigen von App-Käufen und In-App-Käufen. Es gibt neben kostenlosen Apps natürlich auch kostenpflichtige App-Angebote. Auch wenn einzelne Apps sehr billig sind, können hohe Kosten entstehen, wenn Kinder und Jugendliche den Überblick über die gesamte Anzahl ihrer App-Käufe verlieren. Ein weit verbreitetes Geschäftsmodell bei aktuellen Web-Angeboten und Apps ist das sogenannte Freemium-Modell. Bei diesem Modell steht beispielsweise eine App in ihrer Grundversion kostenlos zur Verfügung, nützliche Zusatzfunktionen werden aber erst gegen Bezahlung freigeschaltet. Der Kauf von Zusatzfunktionen kann ganz einfach per Klick getätigt werden. Es besteht die Gefahr, dass junge Nutzer den Überblick über ihre In-App-Käufe verlieren und die Höhe der anfallenden Kosten nicht mehr richtig einschätzen können. Denn erst auf der Mobilfunkrechnung werden die Kosten sichtbar. Teilweise werden die Kosten auch in virtueller Währung ausgewiesen, die erst in reales Geld umgerechnet werden müssen. Dadurch werden die eigentlichen Kosten schwer durchschaubar. Die Bezahlung erfolgt ebenfalls über die Mobilfunkrechnung oder über eine Prepaid-Karte.

Wie kann man Kostenfallen vermeiden? (Folie 8)

Bewusstsein für Kostenfallen entwickeln. Ein erster Schritt ist, Kindern und Jugendlichen zu verdeutlichen, dass es viele verschiedene Angebote im Internet gibt, die ihr Geld speziell damit verdienen, Nutzer zu betrügen. Dabei wird mit Leistungen gelockt, die nicht eingelöst werden oder ihre hohen Kosten nicht rechtfertigen. Manchmal verursacht allerdings bereits das unbedachte Anklicken eines Banners oder Links innerhalb einer App Kosten. Junge Menschen sollten dazu ermutigt werden, bei der Nutzung von Angeboten achtsam zu sein und sich Zeit zu nehmen, um Dienste zu prüfen, bevor sie diese nutzen oder kaufen. So können sie abwägen, ob sie Angebote wirklich benötigen. Es kann auch hilfreich sein, sich mit anderen Nutzern über Angebote auszutauschen, sich mit ihnen zu beraten oder zu prüfen, ob es kostengünstigere oder vertrauenswürdiger Angebote gibt.

Ungewollte In-App-Käufe technisch verhindern. Damit (In-)App-Käufe nicht zum Ärgernis werden, lassen sich bei allen Betriebssystemen Einschränkungen treffen. Je nach Betriebssystem können für In-App-Käufe beispielsweise Einschränkungen aktiviert, Passwörter eingestellt oder Zugriffe beschränkt werden. Jeder Kauf muss somit bewusst getätigt

(In-)App-Käufe

Bewusstsein für Kostenfallen

Technische Einschränkungen

werden. Das kann helfen, In-App-Käufe leichter im Blick zu behalten. Außerdem werden durch eine Beschränkung ungewollte App- oder In-App-Käufe verhindert.

Drittanbietersperre einrichten. Mit einer Drittanbietersperre kann das sogenannte WAP-Billing bei Apps verhindert werden. So soll es Dritten nicht mehr möglich gemacht werden, einen Zahlungsvorgang über die Mobilfunkrechnung auszulösen. Häufig ist ein Anruf beim Telefonanbieter ausreichend, um die Sperre zu aktivieren. Nutzer können abhängig von ihrem Telefonanbieter auch Ausnahmen bei dieser Einstellung festlegen. Bieten Anbieter keine Drittanbietersperre an, sind manchmal vergleichbare Einstellungen möglich.

Warum ist es wichtig, auf das Thema „Kostenfallen“ in der außerschulischen Jugendarbeit einzugehen?

Viele Kinder und Jugendliche sind sich des Themas „Kostenfallen“ nicht bewusst oder haben Schwierigkeiten, Kostenfallen zu erkennen. Auch wissen sie häufig nicht, was sie tun können, wenn die Mobilfunkrechnung am Ende des Monats aufgrund einer übersehenen Kostenfalle erschreckend hoch ausfällt.

Thematisieren Kinder und Jugendliche im Umfeld der Jugendarbeit diese Erfahrungen, können Jugendleitungen mit ihnen dazu ins Gespräch kommen. Dabei ist es hilfreich, wenn Jugendleitungen typische Kostenfallen kennen und einfache Tipps und Tricks zur Vermeidung geben können. Zusätzlich ist es wichtig, Kindern und Jugendlichen die Zusammenhänge und Geschäftsmodelle zu erklären, die hinter Kostenfallen stehen.

Der Verbraucherschutz hat in Deutschland einen hohen Stellenwert. Beispielsweise bieten die „Verbraucherzentrale Bayern“ und der „VerbraucherService Bayern“ online Informationen und hilfreiche Tipps an. Bei Bedarf kann gegen Gebühr auch das Beratungsangebot in Anspruch genommen werden. Kommt es zu Rechtsverstößen, können diese sogar mit Abmahnungen oder Unterlassungsklagen gegen Unternehmen vorgehen.

Drittanbietersperre

Erkennen von Kostenfallen

Erfahrungsaustausch

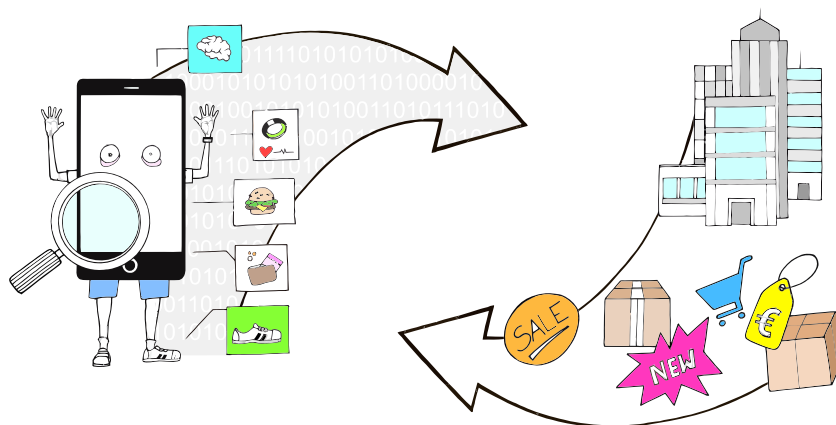
Beratungsangebote

Herausforderung: Datenschutz

Was versteht man unter Datenschutz?

Das „**Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung**“ beziehungsweise „Datenschutz“ wurde vom Bundesverfassungsgericht aus der „Unverletzbarkeit der Menschenwürde“ und dem „Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit“ („Allgemeines Persönlichkeitsrecht“) hergeleitet. Danach darf jeder selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner persönlichen Daten bestimmen. Der Datenschutz ist in verschiedenen Gesetzen (insbesondere „Bundesdatenschutzgesetz“, Landesdatenschutzgesetze, „Telemediengesetz“) näher geregelt. Geschützt sind personenbezogene Daten. Darunter versteht man persönliche Daten wie unter anderem Name, Alter, Adresse, Religionszugehörigkeit, Noten und Hobbys. Jeder hat das Recht, zu erfragen, welche seiner persönlichen Daten beispielsweise bei einem Internetanbieter gespeichert sind und die Löschung gespeicherter Daten zu verlangen.

„Allgemeines
Persönlichkeitsrecht“



Beim Datenschutz lautet die Grundregel: Persönliche Daten dürfen nicht erhoben, gespeichert, verarbeitet oder übermittelt werden, soweit dies nicht ausnahmsweise durch Gesetz oder vom Dateninhaber erlaubt wurde. Bei der persönlichen Einwilligung sind die Grenzen fließend: Wer abgefragte Daten bereitwillig preisgibt, signalisiert, mit der Datenerhebung einverstanden zu sein. Im Internet sollten daher möglichst nur die Pflichtangaben ausgefüllt werden. Ansonsten wird vermutet, dass man mit der Speicherung und Verarbeitung der freiwillig angegebenen Daten beispielsweise zu Werbezwecken einverstanden ist.

Grundregel zum Datenschutz

Social Media-Angebote stehen immer wieder in der datenschutzrechtlichen Kritik: Anbieter, die ihren Sitz nicht in Deutschland haben, sind nicht an deutsches Datenschutzrecht gebunden. Daten deutscher Nutzer können ins Ausland transferiert, dort verarbeitet und gespeichert werden. Das Geschäftsmodell von Social Media-Angeboten basiert gerade darauf, dass man für deren kostenlose Nutzung der Datenerhebung, -speicherung und -verwendung durch den Internetdiensteanbieter (Provider) zustimmt.

Was passiert mit Nutzerdaten? (Folie 11)

Die derzeit beliebtesten Social Media-Angebote bei Kindern und Jugendlichen werden von privatwirtschaftlich arbeitenden, gewinnorientierten Unternehmen betrieben. Die Registrierung bei Social Media-Angeboten ist in der Regel kostenlos. Ist der Account erstmal angelegt, stehen Nutzern eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Verfügung: Sie können die Angebote über den Browser nutzen oder als Apps auf dem Smartphone installieren, sie können Nachrichten senden, Fotos posten und teilen oder Videos schicken und gestalten. Dabei geben Nutzer bewusst oder unbewusst eine Vielzahl an Daten preis: Bei der Erstellung eines Nutzerkontos hinterlegen sie persönliche Daten, beim Posten von Fotos können ihre Standortdaten übermittelt werden, durch Kommentare oder geteilte Inhalte können ihre Vorlieben sichtbar werden und bei der Installation von Apps kann es passieren, dass sie unbewusst dem Zugriff auf ihre Kontakte zustimmen.

Zusammengenommen können all diese Daten ein umfassendes Bild der Aktivitäten und Interessen einer Person entstehen lassen. Social Media-Unternehmen haben damit die Möglichkeit, personalisierte Werbung zu schalten, um daraus finanzielle Gewinne zu erwirtschaften. Es ist möglich, dass Nutzerdaten zusätzlich an Dritt-Unternehmen weiterverkauft werden, die aus den Daten Profit schlagen und ihrerseits Werbemaßnahmen für Nutzer passgenau gestalten können. Somit sind personenbezogene Daten und Nutzerdaten für die Betreiber von Social Media-Angeboten sehr wertvoll. Die meisten Social Media-Angebote sind also nicht umsonst, sondern die Nutzer bezahlen mit ihren Daten.

Was können die Nutzer tun, um ihre Daten zu schützen? (Folie 12)

AGB prüfen. Social Media-Angebote stehen für ihre Datenschutzbestimmungen immer wieder in der Kritik. Da die Unternehmen häufig ihren Hauptsitz im Ausland haben, müssen sie sich nicht an deutsches Recht halten. Man sollte einen genauen Blick in die Datenschutzerklärung und in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) werfen und sich bei der

Social Media-Angebote in der Kritik

Kostenlose Registrierung

Personalisierte Werbung

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Veröffentlichung von privaten Informationen – auch Bildern oder Videos – bewusst sein, dass die Unternehmen sich häufig die Rechte an diesen Inhalten sichern.

Zugriffsrechte von Apps prüfen und einschränken. Besonders in der Kritik für ihre weitreichenden Zugriffsrechte auf Nutzerdaten stehen Apps. Nutzer müssen oft in die Weitergabe ihrer Daten einwilligen, wenn sie die Anwendung installieren möchten. Häufig greifen Apps auf Daten zu, die sie überhaupt nicht benötigen: Dass eine Foto-App beispielsweise auf die Kamera des Smartphones zugreift, ist sinnvoll. Dass eine Navigations-App hingegen auf gespeicherte Kontakte Zugriff haben möchte, ist nicht nachvollziehbar. Man kann den Zugriff auf persönliche Daten in den Einstellungen des Smartphones oder Tablets verhindern oder nur vorübergehend erlauben, solange dieser Zugriff für eine Anwendung unbedingt nötig ist.

Datensparsame Apps nutzen. Bei der Installation sollte man überprüfen, auf welche Daten die App zugreift. Auch wenn es bequemer ist, sehr beliebte und verbreitete Angebote zu nutzen, lohnt sich der Vergleich mit datensparsamen Alternativen. Je häufiger beispielsweise ein datensparsamer Messenger genutzt wird, umso mehr verbreitet er sich. Viele Verbraucherschutzportale wie beispielsweise „Stiftung Warentest“ bieten einen übersichtlichen Vergleich verschiedener App-Angebote.

Unnötige Apps löschen. Außerdem ist es sinnvoll, immer wieder zu überprüfen, welche Apps auf dem Smartphone oder Tablet installiert sind und welche davon wirklich genutzt werden. Oft sind Nutzer überrascht, wie viele „App-Leichen“ auf ihrem Smartphone zum Vorschein kommen. Apps, die nicht genutzt werden, sollten gelöscht werden. Ihre AGB können sich ändern, ohne dass Nutzer erneut um Einwilligung gebeten werden. Löscht man regelmäßig ungenutzte Apps, verhindert man, dass diese auf Daten zugreifen, die man nicht preisgeben möchte.

Sparsam mit eigenen Daten umgehen. Sobald man persönliche Daten angibt oder Online-Angebote nutzt, gibt es keinen hundertprozentigen Schutz vor der Speicherung von Daten. Es gibt eine einfache Grundregel für den Umgang mit den eigenen Daten: Nutzer sollten nur so viele Daten wie unbedingt nötig und so wenige Daten wie möglich von sich preisgeben. Bei Social Media-Angeboten sollten Nutzer immer wieder die Privatsphäre-Einstellungen überprüfen und sich stets überlegen, ob die eigenen Äußerungen für einen kleinen Kreis oder eine breite Öffentlichkeit geeignet sind. Außerdem besteht die Möglichkeit, Pseudonyme als „Nickname“ zu verwenden, um nicht öffentlich erkennbar und für andere Nutzer auffindbar zu sein. Auch sichere Passwörter helfen, eigene Daten zu schützen: Passwörter sollten aus mindestens zehn Zeichen, einer Mischung aus

Zugriffsrechte auf Nutzerdaten

Datensparsame Apps

App-Leichen

Datensparsamkeit

Groß- und Kleinbuchstaben sowie Zahlen und Sonderzeichen bestehen. Es sollten keine Eigennamen, Geburtsdaten, Tastaturabfolgen, ABC- und Zahlenreihen verwendet werden. Und: Passwörter sollten regelmäßig gewechselt und niemals weitergegeben werden.

Warum ist es wichtig, das Thema „Datenschutz“ in der außerschulischen Jugendarbeit aufzugreifen?



Viele Kinder und Jugendliche haben den Eindruck, dass die Preisgabe persönlicher Daten im Internet unproblematisch ist. Ihnen ist nicht bewusst, dass Daten von Unternehmen systematisch gesammelt, ausgewertet und kommerziell genutzt werden können. Jugendleitungen haben die Möglichkeit, Äußerungen von jungen Menschen zum Umgang mit eigenen Daten aufzugreifen und mit ihnen darüber ins Gespräch zu kommen.

Jugendleitungen können an dieser Stelle darauf hinweisen, dass der Datenschutz rechtlich verankert ist. Sie können mit jungen Menschen das „Recht auf informationelle Selbstbestimmung“ und das „Bundesdatenschutzgesetz“ in den Blick nehmen. Gemeinsam kann überlegt werden, wie junge Menschen ihren Umgang mit persönlichen Daten erleben und bewerten. Dabei können Jugendleitungen auch auf den problematischen Zusammenhang zwischen der Datenpreisgabe und der kommerziellen Nutzung von Daten oder deren Missbrauch eingehen.

Sie sollten junge Menschen ermutigen, eigene Daten zu schützen, und ihnen Möglichkeiten an die Hand geben, wie sie Social Media-Angebote aus datenschutzrechtlicher Perspektive kritisch prüfen können. Grundsätzlich sollten junge Menschen dafür sensibilisiert werden, mit den eigenen Daten sparsam umzugehen: Denn Daten, die nicht im Internet veröffentlicht sind, können nicht so leicht weiterverbreitet, ausgewertet oder missbraucht werden.

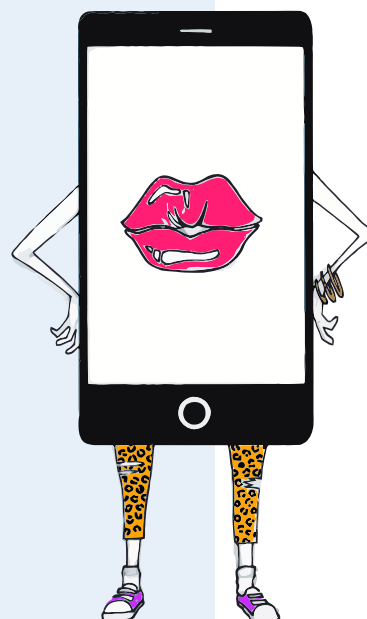
Austausch über Umgang mit persönlichen Daten

Kennenlernen der Rechtslage

Kritische Prüfung von Social Media-Angeboten

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“

- Ablaufplan
- Begleittexte
- Arbeitsaufträge: Selfie-Typen im Selbstversuch!
- Handout: Selbstdarstellung
- Handout: Kreative Selfies
- Zusatzinformation: Nutzungsvorlieben/-motive
- Zusatzinformation: Rechtliche Rahmenbedingungen
- Zusatzinformation: Schutz der Privatsphäre
- Zusatzinformation: Reflektierte Selbstdarstellung



Ablaufplan

Der Schwerpunkt „Selbstdarstellung“ hat eine Dauer von ca. 60 Minuten. Er nimmt das Thema „Selbstdarstellung“ am Beispiel von Selfies in den Blick. Im Mittelpunkt stehen rechtliche Aspekte, die es bei der Selbstdarstellung zu beachten gilt, Herausforderungen, vor denen Kinder und Jugendliche beim Schutz ihrer Privatsphäre stehen, und Möglichkeiten für eine kreative und reflektierte Selbstdarstellung.

Sollten nur 30 Minuten zur Verfügung stehen, werden die mit

** gekennzeichneten Teilschritte weggelassen.

Inhalte des Schwerpunkts kennenlernen

Die Kursleitung erläutert die Inhalte des Schwerpunkts.

Dauer: 5' | Folie 1

Nutzungsvorlieben und -motive von Kindern und Jugendlichen nachvollziehen

** Die Jugendleitungen fertigen in Gruppen (maximal vier Personen) innerhalb von drei Minuten je ein Selfie an. Jeder Kleingruppe wird ein Selfie-Typ (Relfie, Shelfie etc.) nach Zufallsprinzip zugeteilt. Anschließend präsentieren sie ihre Ergebnisse im Plenum. Anhand der Fotos überlegen sie, welche Selfies sie veröffentlichen würden und welche Gründe für beziehungsweise gegen eine Veröffentlichung sprechen. Darüber hinaus diskutieren sie, was für junge Menschen die Faszination an Selfies ausmacht. Die Kursleitung hält die genannten Aspekte schriftlich fest.

Hinweis: Prüfen Sie vor Beginn der Schulungseinheit die technische Ausstattung des Raums, um zu entscheiden, über welches Medium die entstandenen Selfies präsentiert werden können.

Dauer: 15' | Folie 2-3

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Arbeitsaufträge „Selfie-Typen im Selbstversuch!“

Moderationskarten/Plakate und Permanentmarker, Kreppklebeband

(Eigene) Smartphones/Tablets, gegebenenfalls mit Übertragungskabel

Nutzungsvorlieben und -motive von Kindern und Jugendlichen vertiefend kennenlernen

Die Kursleitung geht auf Motive junger Menschen bei der Selbstdarstellung ein und verweist auf mögliche Risiken.

Dauer: 5' | Folie: 4

Rechtliche Rahmenbedingungen verstehen

Die Kursleitung geht auf Hintergrundinformationen zu den Themen „Recht am eigenen Bild“, „Urheberrecht“ und „Creative Commons-Lizenzen“ ein.

Dauer: 5' | Folie 5-6

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Herausforderungen beim Schutz der Privatsphäre erkennen

****** Die Jugendleitungen beschäftigen sich in einer Schreibwerkstatt mit dem Thema „Privatsphäre“. Sie halten ihre Überlegungen auf vier Plakaten mit vorgegebenen Denkanreizen fest.

Die Kursleitung geht auf Herausforderungen ein, die sich Kindern und Jugendlichen beim Schutz ihrer Privatsphäre stellen, und gibt Handlungsanregungen für den Alltag.

Optionale Praxisaufgabe: Steht für die Durchführung zusätzlich Zeit zur Verfügung, können die Jugendleitungen die Praxisaufgabe mit dem eigenen Smartphone in Kleingruppen bearbeiten. Die Gruppenergebnisse werden im Plenum präsentiert. Alternativ kann den Jugendleitungen die Praxisaufgabe als Anregung zur eigenen Recherche mitgegeben werden.

Möglichkeiten einer reflektierten Selbstdarstellung kennenlernen

Die Kursleitung geht auf Möglichkeiten ein, wie sich Kinder und Jugendliche kreativ und reflektiert selbst darstellen können. Optional kann das Handout „Kreative Selfies“ an die Jugendleitungen verteilt werden.

****** Die Jugendleitungen fertigen in den gleichen Kleingruppen, die sie zu Beginn des Schwerpunkts gebildet haben, ein Selfie an, das sie veröffentlichen würden. Die Ergebnisse werden im Plenum präsentiert.

Abschließend verteilt die Kursleitung das Handout „Selbstdarstellung“, das praktische Hinweise enthält, wie Jugendleitungen Nutzungsvorlieben und -motive junger Menschen bei ihrer Selbstdarstellung, rechtliche Rahmenbedingungen und den Schutz der Privatsphäre in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen einbringen können. Bei Bedarf wird das Handout gemeinsam durchgegangen.

Die Kursleitung leitet zum Abschluss über.

Dauer: 20' | Folie 7-11

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Permanentmarker, Kreppklebeband, vier Plakate (müssen vor Beginn der Schulungseinheit mit je einem Denkanreiz von Folie 7 beschriftet werden)

Eigene Smartphones der Jugendleitungen

Dauer: 10' | Folie 12-14

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Handout „Kreative Selfies“

(Eigene) Smartphones/Tablets, gegebenenfalls mit Übertragungskabel

Handout „Selbstdarstellung“

Begleittexte

Die Begleittexte unterstützen die Kursleitungen bei der Durchführung der Schulungseinheit.

Folientext: schwarz

Hinweis zur praktischen Durchführung: blau

Hinweis zur Vorbereitung: orange

Optionale Praxisaufgabe: grün




Der Schwerpunkt „Selbstdarstellung“ hat eine Dauer von ca. 60 Minuten. Er nimmt das Thema Selbstdarstellung am Beispiel von Selfies in den Blick. Im Mittelpunkt stehen

- rechtliche Aspekte, die es bei der Selbstdarstellung zu beachten gilt,
- Herausforderungen, vor denen Kinder und Jugendliche beim Schutz ihrer Privatsphäre stehen,
- Möglichkeiten für eine reflektierte und kreative Selbstdarstellung.

Folie 1:
Schwerpunkt
„Selbstdarstellung“

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Nutzungsvorlieben und -motive

MEDIEN
FÖHRERSCHEIN
Bayern



Gruppenarbeit

Selfie-Typen im Selbstversuch!

- Findet euch in Gruppen von maximal **vier Personen** zusammen.
- Jede Gruppe bekommt **einen Arbeitsauftrag**.
- Setzt euren Arbeitsauftrag zum Thema Selfies in **3 Minuten** um.
- Lediglich **ein Bild** wird anschließend präsentiert. Alle anderen Bilder werden gelöscht.
- Nach der Übung wird auch das **vorgestellte Bild gelöscht!**

Folie 2

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

In dieser Übung beschäftigen sich die Jugendleitungen mit verschiedenen Selfie-Typen. Dafür bilden sie Gruppen von maximal vier Personen. Insgesamt können bis zu acht Kleingruppen gebildet werden, da acht verschiedene Arbeitsaufträge zur Verfügung stehen. Jede Kleingruppe bekommt einen Arbeitsauftrag zu einem Selfie-Typ ausgehändigt. Es ist wichtig, dass jede Kleingruppe einen anderen Auftrag erhält. Es ist nicht notwendig, dass alle Aufträge bearbeitet werden. Die Kleingruppen haben drei Minuten Zeit, ihren Arbeitsauftrag umzusetzen. Nach der Präsentation werden alle entstandenen Bilder gelöscht.

Folie 2: Selfie-Typen im Selbstversuch!

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Nutzungsvorlieben und -motive

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Präsentation im Plenum
Eure Ergebnisse!

- Welches **Selfie** ist in eurer Gruppe entstanden?
- Welche Bilder würdet ihr **veröffentlichen**?
- **Warum** würdet ihr sie veröffentlichen?

Selfies
werden häufig
verwendet,
um sich selbst
darzustellen.

Folie 3

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Anhand der Zusatzinformation „Nutzungsvorlieben und -motive bei der Selbstdarstellung“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Folie 3:
Eure Ergebnisse!

Je nach technischer Ausstattung des Seminarraums werden die Selfies von den Smartphones aus über den Beamer präsentiert, per E-Mail oder Kurznachricht an die Kursleitung geschickt oder mit einem Datenübertragungskabel auf einen Laptop übertragen. Sollte nichts von alldem möglich sein, können die Fotos auch direkt auf den Smartphones angesehen werden. Die Geräte sollten in diesem Fall in den Flugmodus geschaltet werden. Das gewählte Vorgehen sollte vor Beginn der Schulungseinheit getestet werden. Nachdem alle Selfies im Plenum gezeigt wurden, widmet sich die Gruppe der Diskussion.

Im Hinblick auf die Selfies, die soeben präsentiert wurden, sind folgende Fragen interessant:

- Welche Bilder würdet ihr veröffentlichen? Warum würdet ihr sie veröffentlichen?
- Warum würdet ihr manche Bilder nicht veröffentlichen?
- Was macht für Kinder und Jugendliche die Faszination von Selfies aus?

Die Kursleitung achtet vor allem darauf, wie sich die Jugendleitungen zu Beweggründen äußern, warum sich Kinder und Jugendliche selbst darstellen, und welche problematischen Folgen sie dabei wahrnehmen. Es handelt sich um eine Vorarbeit zur nächsten Folie. Die Kursleitung kann die genannten Aspekte auf Moderationskarten oder Plakaten schriftlich festhalten.

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“

Nutzungsvorlieben und -motive

Warum stellen sich junge Menschen im Internet selbst dar?

- Um mit anderen zu kommunizieren
- Um sich mit ihrer Selbst- und Fremdwahrnehmung auseinanderzusetzen
- Um Anerkennung und Zugehörigkeit zur Peergroup zu erfahren

Welche problematischen Folgen kann das für junge Menschen haben?

- Selbstwertgefühl wird von den Reaktionen anderer Personen beeinflusst
- (Starke) Verunsicherung durch negative Rückmeldungen
- Unreflektierte Orientierung an Online-Trends



Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Folie 4

Diese Folie ermöglicht mit Hilfe der zuvor gesammelten Aspekte und angefertigten Moderationskarten oder Plakaten einen Abgleich zwischen Punkten, welche die Jugendleitungen während des vorausgegangenen Austauschs genannt haben, und Punkten, die noch nicht genannt wurden. Fehlende Aspekte werden nun ergänzt und erläutert.

Die Beweggründe, **warum sich Kinder und Jugendliche online selbst darstellen**, sind vielseitig:

- Junge Menschen nutzen Bilder, **um mit anderen zu kommunizieren**. Ihnen ist dabei vor allem der aktuelle Moment wichtig – diesen möchten sie teilen.
- Kinder und Jugendliche haben Freude daran, Bilder von sich und ihren Freundinnen und Freunden zu machen. Selbstporträts sind für Mädchen und Jungen eine Möglichkeit, sich von außen wahrzunehmen. Auch möchten sie anderen zeigen, wie sie sich selbst sehen, und herausfinden, was andere über sie denken. Diese **Auseinandersetzung mit der Selbst- und Fremdwahrnehmung** gehört zum Erwachsenwerden dazu. Sie ist ein wichtiger Schritt, um die eigene Persönlichkeit weiterentwickeln zu können.
- Junge Menschen fangen zunehmend an, sich von ihren Eltern zu lösen. Gleichzeitig gewinnen andere, meist gleichaltrige Menschen mit gleichen Wertvorstellungen an Bedeutung. Deshalb ist es jungen Menschen sehr wichtig, von diesen gleichaltrigen Personen **Anerkennung** zu bekommen und sich der **Zugehörigkeit zur Peergroup** zu versichern.

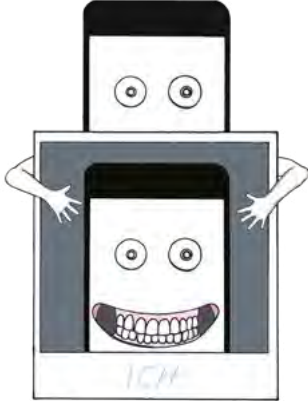
Die Beweggründe sind nachvollziehbar. Gerade wenn man mit Kindern und Jugendlichen arbeitet, ist es wichtig, auch einen kritischen Blick auf das Thema „Selbstdarstellung im Internet“ zu werfen und sich über **problematische Folgen** der Selbstdarstellung Gedanken zu machen.

Folie 4:
Warum stellen sich junge Menschen im Internet selbst dar?
Welche problematischen Folgen kann das für junge Menschen haben?

- Gepostet wird, was Aufmerksamkeit erzeugt – und zwar immer in der Hoffnung auf positive Rückmeldung. Dabei nehmen Kinder und Jugendliche immer wieder Risiken in Kauf, um beachtet zu werden. Die **Wertschätzung des eigenen Ichs** ist sehr eng **an das Feedback anderer gekoppelt**.
- Bleiben positive Rückmeldungen aus oder erhalten junge Menschen sogar **negative** und verletzende **Rückmeldungen**, kann sie das **stark verunsichern**. Erfährt eine Person über einen längeren Zeitraum hinweg über digitale Medien Beleidigungen und Beschimpfungen, kann sie das sehr stark belasten. In Extremfällen kann es zu Cyber-Mobbing kommen.
- Junge Menschen stellen sich so dar, wie sie sich sehen und sich gefallen. Gleichzeitig bringen Online-Trends bestimmte Arten der Selbstdarstellung hervor. An diesen orientieren sich Kinder und Jugendliche, experimentieren mit ihnen oder grenzen sich bewusst von ihnen ab. Problematisch wird es, wenn sich Kinder und Jugendliche **unreflektiert an gängigen (Darstellungs-)Trends orientieren** und sich stark unter Druck gesetzt fühlen, diesen Trends oder bestimmten Rollen entsprechen zu müssen.

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Herausforderung: Rechtliche Rahmenbedingungen

MEDIEN
 FÜHRERSCHEIN
 Bayern



Was versteht man unter dem ...

- 1. „Recht am eigenen Bild“?**
 Eine abgebildete Person hat das „Recht am eigenen Bild“:
 - ▶ Sie muss Veröffentlichung ihrer Abbildung zustimmen
 - ▶ Bei minderjähriger Person muss zusätzlich ein Erziehungsberechtigter zustimmen
- 2. „Urheberrecht“?**
 Urheber ist, wer ein Werk (beispielsweise Foto, Musikstück, Text) geschaffen hat. Das „Urheberrecht“ schützt ein Werk:
 - ▶ Alleine der Urheber darf entscheiden, was mit seinem Werk gemacht werden darf

Folie 5

Stiftung
Medienpädagogik
 Bayern

Anhand der Zusatzinformation „Herausforderung: Rechtliche Rahmenbedingungen“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Folie 5:
„Recht am eigenen Bild“
„Urheberrecht“

Junge Menschen nutzen Selfies, aber auch Musik, Videos und andere Bilder, um sich online zu präsentieren. Immer wieder kommt es dabei zu Unsicherheiten, was erlaubt ist und was nicht. Um reflektiert und selbstbestimmt handeln zu können, sollten Kinder und Jugendliche die folgenden zwei Rechtsgrundlagen kennen:

Abbildungen von Menschen dürfen nur dann veröffentlicht werden, wenn die gezeigte Person damit einverstanden ist. Dieses Recht nennt man **„Recht am eigenen Bild“**. Minderjährige genießen einen besonderen Schutz: Nicht nur sie selbst müssen der Veröffentlichung zustimmen, sondern auch ein Erziehungsberechtigter. (Bis zum siebten Lebensjahr trifft alleine der Erziehungsberechtigte die Entscheidung. Zwischen dem achten und 18. Lebensjahr können Kinder und Jugendliche je nach persönlicher Reife darüber mitentscheiden beziehungsweise entscheiden. Kriterium dafür ist, inwieweit sie die Konsequenzen ihrer Handlungen einschätzen können. Diese Fähigkeit wird als „Einsichtsfähigkeit“ bezeichnet. In der Regel geht man davon aus, dass Jugendliche ab 14 Jahren einsichtsfähig sein können. Ob die Einwilligung eines 14- bis 18-jährigen Jugendlichen deswegen allerdings aus rechtlicher Sicht ausreichend ist, ist nicht eindeutig. Sind sich ein Erziehungsberechtigter und sein minderjähriges Kind nicht einig, gilt die Entscheidung des Erziehungsberechtigten.)


Ein Urheber ist eine Person, die ein Werk, beispielsweise ein Foto, ein Musikstück oder einen Text, geschaffen hat. Das sogenannte **„Urheberrecht“** schützt diese Werke. Das bedeutet, dass alleine der Urheber über die Veröffentlichung, Verbreitung oder Vervielfältigung seiner Werke entscheiden darf.

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“

Herausforderung: Rechtliche Rahmenbedingungen

Was versteht man unter „Creative Commons-Lizenz“?

- „Creative Commons“ (CC) (engl.) bedeutet „kreatives Allgemeingut“.
- Werke, die unter CC-Lizenz stehen, können unter Einhaltung bestimmter Bedingungen von anderen Menschen genutzt, verbreitet und oft sogar verändert werden.
- Die Bedingungen werden in der jeweiligen CC-Lizenz festgeschrieben.



Folie 6

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

MEDIEN
FUHRERSCHEIN
Bayern

Wer sich online anhand von Bildern, Musikstücken oder Videos ganz ohne rechtliche Konsequenzen darstellen möchte, kann Inhalte selbst erstellen und so selbst Urheber sein. Ansonsten gibt es die Möglichkeit, sogenannte freie Inhalte zu verwenden.

Dazu gehören beispielsweise Werke, die unter Creative Commons-Lizenz (CC) stehen. Übersetzt **bedeutet Creative Commons „kreatives Allgemeingut“**.

Bei Musiktiteln, Bildern oder Videos, die unter CC-Lizenz stehen, haben die Künstler ihre Erlaubnis gegeben, dass ihre Werke unter bestimmten Bedingungen von **anderen Menschen kostenlos genutzt, verbreitet und sogar verändert werden dürfen**.


Die **Bedingungen** für die Nutzung sind **in der jeweiligen CC-Lizenz festgeschrieben**. Beispielsweise muss bei der Nutzung von Inhalten der Name des jeweiligen Künstlers genannt werden. Jamendo, ccMixter, flickr und Pixabay sind beispielsweise vier Anbieter von Musik beziehungsweise von Bildern unter CC-Lizenz. Es gibt noch viele weitere Anbieter. Es lohnt sich, sich damit zu beschäftigen.


Ansonsten gilt: Genutzt werden darf, was man selber erstellt hat.

Folie 6:
Was versteht man unter
Creative Commons-Lizenz?

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“

Herausforderung: Schutz der Privatsphäre






Einzelarbeit

Schreibwerkstatt

- Im Raum findest du vier Plakate. Auf jedem steht eine andere Überschrift.
- Nimm dir einen **Moment Zeit**, um die Denkanreize durchzulesen:
 1. Diese Angebote nutzen junge Menschen, um sich online darzustellen ...
 2. Wenn diese Informationen im Internet landen, ist das kein Problem ...
 3. Wenn diese Informationen im Internet landen, bin ich beunruhigt ...
 4. Diese Maßnahmen zum Schutz der Privatsphäre wünsche ich mir ...
- Schreibe anschließend **deine Überlegungen** zu den einzelnen Denkanreizen auf das entsprechende Plakat.

Folie 7



Die Jugendleitungen beschäftigen sich in einer Schreibwerkstatt aus verschiedenen Blickwinkeln mit dem Thema „Privatsphäre“. Die einzelnen Denkanreize stehen auf je einem Plakat beziehungsweise Flipchart-Papier und sind im Raum an verschiedenen Stellen aufgehängt. Die Bearbeitung der Fragen sollte fünf bis zehn Minuten dauern. Nach der Schreibphase sehen sich die Jugendleitungen die Ergebnisse der Schreibwerkstatt gemeinsam an. Die Jugendleitungen haben dabei die Möglichkeit, Rückfragen zu stellen. Die Kursleitung moderiert das Gespräch und verweist auf relevante Aspekte der Plakate. Das Thema von Plakat 3 wird auf Folie 8 vertiefend betrachtet und das Thema von Plakat 4 wird auf Folie 9 ausführlich behandelt.

Zu Plakat 1: Es ist nicht notwendig, alle Social Media-Angebote zu kennen, die es aktuell gibt. Es ist jedoch sinnvoll, die Angebote im Blick zu haben, die junge Menschen nutzen, um sich selbst darzustellen. Dabei geht es vor allem darum, Interesse zu zeigen und bestenfalls über Aspekte informiert zu sein, die die Privatsphäre betreffen. So kann man Mädchen und Jungen zielgerichtet Hilfestellung geben.

Zu Plakat 2 und Plakat 3: Menschen haben häufig ein unterschiedliches Empfinden, welche Informationen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden können und welche nicht. Für viele Kinder und Jugendliche ist es eine enorme Herausforderung zwischen dem Wunsch nach Selbstdarstellung und dem Schutz der Privatsphäre abzuwägen und zu entscheiden, welche Informationen besser nicht im Internet stehen sollten. Die folgende Folie geht deshalb darauf ein, warum der Schutz der Privatsphäre nicht aus den Augen verloren gehen sollte.

Folie 7: Schreibwerkstatt

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Herausforderung: Schutz der Privatsphäre

Warum sollte man seine Daten online schützen?



Folie 8

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Anhand der Zusatzinformation „Herausforderung: Schutz der Privatsphäre“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Gerade bei der Veröffentlichung von Inhalten im Internet ist ein verantwortungsvoller Umgang mit der eigenen Privatsphäre, aber auch der Privatsphäre von Freundinnen und Freunden, wichtig. Mit Kindern und Jugendlichen sollten Gründe in den Blick genommen werden, **warum sie ihre Privatsphäre schützen und welche Daten sie deshalb nicht von sich preisgeben sollten.**

Personenbezogene Daten sind Informationen, die eindeutige Rückschlüsse auf Personen zulassen. Deshalb ist ein sparsamer Umgang mit diesen Daten wichtig. Zu personenbezogenen Daten gehören beispielsweise Name, Geburtsdatum, Telefonnummer, Alter etc.

Angebote wie Messenger-Apps, Soziale Netzwerke und Foto-Apps **greifen häufig auf GPS-Daten zu** und machen diese öffentlich. Nicht nur die Dienste, sondern auch andere Nutzer können nachvollziehen, wo und wann Inhalte wie Selfies aufgenommen, gepostet oder verschickt wurden.

Insbesondere **bei Messenger-Diensten erhalten Nutzer Einblicke in die Handlungen anderer, indem Lesebestätigungen oder Statusmeldungen angezeigt werden.** Dadurch wird beispielsweise für Nutzer sichtbar, ob eine Person online ist oder sie eine Nachricht bereits gelesen hat. Zu wissen, dass das eigene Lese- und Onlineverhalten von anderen mitverfolgt und bewertet wird, kann Nutzer unter Druck setzen.


Junge Menschen sind sich nicht immer bewusst, wie groß die Öffentlichkeit ist, der sie ihre persönlichen Daten preisgeben und vor der sie ihre Handlungen sichtbar machen. Haben sich **persönliche Daten einmal online verbreitet, kann man sie nicht mehr zurückholen:** Das Internet

Folie 8:
Warum sollte man seine Daten online schützen?

vergisst nichts und andere Nutzer können dauerhaft auf diese Daten zugreifen. Im schlimmsten Fall kann es dazu kommen, dass Dritte die Daten missbrauchen, indem sie Identitätsklau betreiben und beispielsweise ein Fake-Profil anlegen. Außerdem **können Kinder und Jugendliche von Menschen kontaktiert werden, mit denen sie nicht in Kontakt treten möchten**. Das kann schwerwiegende Folgen wie Belästigungen, Beleidigungen oder sogar Cyber-Mobbing-Attacken haben.

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Herausforderung: Schutz der Privatsphäre

**MEDIEN
FÜHRERSCHEIN**
Bayern



Lösungsstrategie

Was kann man tun, um seine Daten zu schützen?

- Sparsam mit persönlichen Daten wie Nachname, Adresse, Geburtsdatum und Telefonnummern umgehen
- Wenn möglich, Pseudonym verwenden
- Bei Minderjährigen: Personenbezogene und persönliche Daten niemals ohne Rücksprache mit einem Erziehungsberechtigten herausgeben
- Privatsphäre-Einstellungen vornehmen und regelmäßig prüfen
- Zugriffsrechte von Apps einschränken (beispielsweise das Taggen von Fotos mit GPS-Daten)
- Ungewollte Kontakte blockieren

Folie 9

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Kursleitung erinnert an die Schreibwerkstatt, in der sich die Jugendleitungen aus verschiedenen Blickwinkeln mit dem Thema „Privatsphäre“ beschäftigt haben. Sie geht nun vertiefend auf das Thema von Plakat 4 mit dem Denkanreiz „Diese Maßnahmen zum Schutz der Privatsphäre wünsche ich mir“ ein.

Zu Plakat 4: Bei den meisten Angeboten hat man die Möglichkeit, Privatsphäre-Einstellungen vorzunehmen. Auch wenn die angebotenen Schutzmaßnahmen nicht immer zufriedenstellend sind, lohnt sich die Beschäftigung mit ihnen. **Einige Regeln können Kindern und Jugendlichen in jedem Fall dabei helfen, ihre Privatsphäre zu schützen:**

- Jungen Menschen fällt es oft schwer, zu entscheiden, was sie von sich preisgeben können und was nicht. Ihnen helfen einfache Faustregeln: **Sie sollten sparsam mit persönlichen Daten** wie Nachname, Adresse, Geburtsdatum und Telefonnummern umgehen. Am besten ist es, wenn sie immer nur Daten angeben, die unbedingt notwendig sind. Nach Möglichkeit sollte man **verschiedene Pseudonyme** verwenden. **Für Kinder gelten verschärfte Regeln: Sie sollten ohne Rücksprache mit einem Erziehungsberechtigten niemals persönliche Daten preisgeben.**
- Social Media-Angebote wie Instagram, Snapchat oder Facebook bieten die Möglichkeit, **Privatsphäre-Einstellungen** vorzunehmen, die über die Grundeinstellung bei der Anmeldung oder Installation der App hinausgehen. Sie sollten immer wieder überprüft werden. Online gibt es hierfür viele Schritt-für-Schritt-Anleitungen und Erklär-Videos. Auf dem Handout „Selbstdarstellung“ findet sich dazu ein Hinweis.
- Oft lassen sich **Zugriffsrechte von Apps** auch nach der Installation einschränken. Ob das möglich ist, hängt unter anderem vom genutzten Smartphone-Betriebssystem ab. Gerade im Hinblick auf Selfies und

Folie 9:
Was kann man tun, um seine Daten zu schützen?

private Bilder ist es sinnvoll, beispielsweise die GPS- und Ortungsdienste-Funktion der genutzten Foto-App auszustellen. So wird nicht jedes Bild mit dem Ort, an dem es aufgenommen wurde, getaggt, also verbunden.

- Kontaktversuche, die unangenehm oder unangemessen sind, müssen Kinder und Jugendliche nicht hinnehmen. Denn **ungewollte Kontakte** lassen sich in den meisten Social Media-Anwendungen **blockieren**.

Sollte zur Durchführung der Schulungseinheit mehr Zeit zur Verfügung stehen, lohnt es sich, die folgende Praxisaufgabe zu bearbeiten. Alternativ kann den Jugendleitungen die Praxisaufgabe als „Hausaufgabe“ mitgegeben werden. Wird die Praxisaufgabe nicht bearbeitet, werden die Folien 10 und 11 ausgelassen.

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Herausforderung: Schutz der Privatsphäre

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Partnerarbeit

Ran an die Smartphones!

- Findet euch **zu zweit** zusammen.
- Recherchiert zu folgender Frage:
Wie könnt ihr die **Privatsphäre-Einstellungen** in eurer Messenger-App vornehmen?
- Überlegt euch, **welche Ergebnisse** ihr im Plenum präsentieren möchtet.

Folie 10


Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Diese Praxisaufgabe kann optional bearbeitet werden. Die Jugendleitungen kommen in Partnerarbeit zusammen und verwenden ihr eigenes Smartphone. Sie recherchieren, wie sie in ihrer Messenger-App Privatsphäre-Einstellungen vornehmen können. Sie können die Aufgabe aber auch in Einzelarbeit lösen.

Folie 10:
Ran an die Smartphones!

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Herausforderung: Schutz der Privatsphäre

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern

 Präsentation im Plenum

Was habt ihr herausgefunden?

Wie könnt ihr **Privatsphäre-Einstellungen** in eurer Messenger-App vornehmen?

Es ist wichtig, sich mit den Privatsphäre-Einstellungen von Social Media-Angeboten auseinanderzusetzen.

Folie 11

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Zweiergruppen präsentieren die wesentlichen Erkenntnisse oder eventuelle Hinweise auf hilfreiche Erklär-Videos oder Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Besonders hilfreiche Videos und Anleitungen können auf Wunsch der ganzen Gruppe zur Verfügung gestellt werden. Die Kursleitung weist abschließend darauf hin, dass es vielen Kindern und Jugendlichen schwer fällt, sich mit dem Thema „Schutz der Privatsphäre“ auseinanderzusetzen. Praktische Tipps, Hinweise auf Erklär-Videos oder Schritt-für-Schritt-Anleitungen können ihnen helfen.

Folie 11:
Was habt ihr
herausgefunden?

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Herausforderung: Kreative und reflektierte Selbstdarstellung

MEDIEN FÜHRERSCHEIN

Lösungsstrategie
Wie gelingt ein kreatives Selfie?

Checkliste:

- ✓ Ist die Beleuchtung geeignet?
- ✓ Welchen Blickwinkel habe ich gewählt und habe ich auf die Bildkomposition geachtet?
- ✓ Was ist im Bildhintergrund zu sehen?
- ✓ Kenne ich technische Möglichkeiten, die das Selfie-Machen erleichtern?
- ✓ Braucht mein Selfie zusätzlich Bildbearbeitung?
- ✓ Letzter Check:
Was sagt das Bild über mich aus? Habe ich die Bildrechte im Blick?
Möchte ich das Bild wirklich veröffentlichen?

Folie 12

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Anhand der Zusatzinformation „Reflektierte Selbstdarstellung“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Rückblickend wird deutlich, dass Selfies für viele Kinder und Jugendliche ein wichtiger Bestandteil ihres Alltags sind. Sie erfüllen viele Bedürfnisse, die für junge Menschen auf dem Weg ins Erwachsenenleben eine große Rolle spielen. Allerdings kann die Selbstdarstellung im Internet auch zu Problemen führen, wenn etwa nicht über den Schutz der eigenen Privatsphäre nachgedacht wird oder Darstellungstrends unüberlegt kopiert werden.

Deshalb kann anhand dieser **Checkliste** abschließend ausprobiert werden, wie gelungene Selfies entstehen können.

Das Handout „Kreative Selfies“ enthält eine vertieft ausgearbeitete Checkliste. Das Handout kann bei Bedarf zur Bearbeitung der folgenden Gruppenarbeit ausgeteilt werden.

Folie 12:
Wie gelingt ein kreatives Selfie?

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Herausforderung: Kreative und reflektierte Selbstdarstellung

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Gruppenarbeit

Euer kreatives Selfie!

- Findet euch erneut in euren **Kleingruppen** zusammen.
- Ihr habt nun einige Minuten Zeit, ein **Selfie** zu machen, das ihr veröffentlichen würdet.
- Präsentiert anschließend das **Bild**.
- Nach der Übung wird gemeinsam überlegt, ob ihr das **Bild behalten möchtet** oder **wie es genutzt werden darf**.

Folie 13

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Jugendleitungen finden sich in den Kleingruppen zusammen, die sie am Anfang für die Selfie-Übung gebildet haben. Diesmal erstellen sie ein Selfie, das sie gerne veröffentlichen würden.

Folie 13:
Euer kreatives Selfie!

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“
Herausforderung: Kreative und reflektierte Selbstdarstellung

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern

 Präsentation im Plenum
Eure Ergebnisse!

Welches **Selfie** würdet ihr veröffentlichen?




Junge Menschen
sollten sich bewusst
machen, was ein
Bild über sie
aussagt, bevor sie es
veröffentlichen.

Folie 14

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Jugendleitungen präsentieren ihre Ergebnisse im Plenum. Die Kursleitung fragt die Jugendleitungen, wie sie die Aufgabe im Vergleich zur Selfie-Aufgabe vom Anfang wahrgenommen haben und teilt anschließend das Handout „Selbstdarstellung“ aus. Die Kursleitung weist darauf hin, dass das Handout Informationsmöglichkeiten und Ideen enthält, wie Jugendleitungen das Wissen über Nutzungsvorlieben und -motive junger Menschen bei ihrer Selbstdarstellung, rechtliche Rahmenbedingungen und den Schutz der Privatsphäre in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen einbringen können.

Sofern es gewünscht oder im zeitlichen Rahmen möglich ist, schaut sich die Gruppe das Handout gemeinsam an. Die Kursleitung leitet schließlich zum Abschluss über.

Folie 14:
Eure Ergebnisse!

Selfie-Typen im Selbstversuch!

Arbeitsaufträge zum Ausschneiden und Verteilen

Die Jugendleitungen bilden Gruppen (maximal vier Personen). Die Kursleitung teilt jeder Kleingruppe einen Selfie-Typ zu. Die Jugendleitungen haben drei Minuten Zeit, den ihnen zugeteilten Selfie-Typ als Bild umzusetzen. Abschließend wählen sie ein Bild aus, das sie im Plenum präsentieren möchten. Sind weitere Bilder bei der Übung entstanden, werden diese gelöscht.

#selfie

Ihr habt nur drei Minuten Zeit, ein Selfie zu machen. Ein Selfie (von engl. „self“ = dt. „selbst“) ist ein Selbstporträt, das meist auf Armeslänge aus der eigenen Hand aufgenommen wird. Schnappt euch ein Smartphone oder Tablet und los geht es! Entstehen mehrere Bilder, werden alle bis auf das Bild gelöscht, das ihr als Ergebnis zeigen möchtet.

#ussie

Ihr habt nur drei Minuten Zeit, ein Ussie zu machen. Ussie setzt sich zusammen aus us (engl. „us“ = dt. „wir“) und Selfie. Es handelt sich dabei also um ein Gruppen-Selfie. Schnappt euch ein Smartphone oder Tablet und los geht es! Entstehen mehrere Bilder, werden alle bis auf das Bild gelöscht, das ihr als Ergebnis zeigen möchtet.

#relfie

Ihr habt nur drei Minuten Zeit, ein Relfie zu machen. Relfie setzt sich zusammen aus relationship (engl. „relationship“ = dt. „Beziehung“) und Selfie. Es handelt sich dabei also um ein Paar-Selfie. Schnappt euch ein Smartphone oder Tablet und los geht es! Entstehen mehrere Bilder, werden alle bis auf das Bild gelöscht, das ihr als Ergebnis zeigen möchtet.

#shelfie

Ihr habt nur drei Minuten Zeit, ein Shelfie zu machen. Shelfie setzt sich zusammen aus shelf (engl. „shelf“ = dt. „Regal“) und Selfie. Es handelt sich dabei also um ein Selfie mit einem Regal im Hintergrund. Schnappt euch ein Smartphone oder Tablet und los geht es! Entstehen mehrere Bilder, werden alle bis auf das Bild gelöscht, das ihr als Ergebnis zeigen möchtet.

#belfie

Ihr habt nur drei Minuten Zeit, ein Belfie zu machen. Belfie setzt sich zusammen aus butt (engl. „butt“ = dt. „Hintern“) und Selfie. Es handelt sich dabei also um ein Bild vom eigenen Hintern. Schnappt euch ein Smartphone oder Tablet und los geht es! Entstehen mehrere Bilder, werden alle bis auf das Bild gelöscht, das ihr als Ergebnis zeigen möchtet.

#suglie

Ihr habt nur drei Minuten Zeit, ein Suglie zu machen. Suglie setzt sich zusammen aus ugly (engl. „ugly“ = dt. „hässlich“) und Selfie. Es handelt sich dabei also um ein möglichst hässliches Selfie. Schnappt euch ein Smartphone oder Tablet und los geht es! Entstehen mehrere Bilder, werden alle bis auf das Bild gelöscht, das ihr als Ergebnis zeigen möchtet.

#feetselfie

Ihr habt nur drei Minuten Zeit, ein Feetselfie zu machen. Feetselfie setzt sich zusammen aus feet (engl. „feet“ = dt. „Füße“) und Selfie. Es handelt sich dabei also um ein Bild der eigenen Füße vor einem bestimmten Unter- oder Hintergrund. Schnappt euch ein Smartphone oder Tablet und los geht es! Entstehen mehrere Bilder, werden alle bis auf das Bild gelöscht, das ihr als Ergebnis zeigen möchtet.

#helfie

Ihr habt nur drei Minuten Zeit, ein Helfie zu machen. Helfie setzt sich zusammen aus hair (engl. „hair“ = dt. „haar“) und Selfie. Es handelt sich dabei also um ein Bild der eigenen Frisur. Schnappt euch ein Smartphone oder Tablet und los geht es! Entstehen mehrere Bilder, werden alle bis auf das Bild gelöscht, das ihr als Ergebnis zeigen möchtet.

Handout: Selbstdarstellung

Wissenswertes

In den letzten Jahren ist ein ganz bestimmter Bilder-Typ sehr beliebt geworden: das Selfie (engl. „self“ = dt. „selbst“), also ein Selbstporträt, das mit dem eigenen Smartphone aufgenommen wird. Selfies befriedigen viele Bedürfnisse, die für junge Menschen auf dem Weg ins Erwachsenwerden wichtig sind.

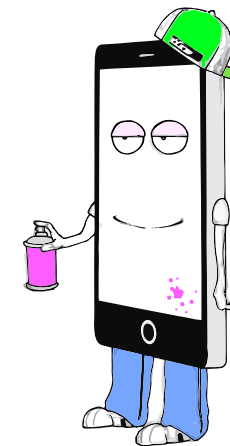
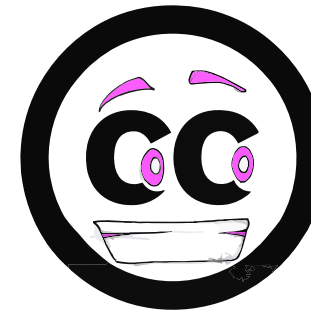
- Selfies geben jungen Menschen die Möglichkeit, sich von außen zu betrachten.
- Selfies sind ein beliebtes Mittel, um mit anderen zu kommunizieren: Junge Menschen zeigen mit ihren Selbstporträts, wie sie sich selbst sehen und was sie erleben.
- Wenn Kinder und Jugendliche ihre Selfies mit anderen teilen, möchten sie häufig auch erfahren, was andere über sie und ihre Erlebnisse denken.



Oft haben junge Menschen den Wunsch, in ihrer Selbstwahrnehmung bestärkt zu werden. Schwierig wird es, wenn die positive Rückmeldung ausbleibt oder gar verletzende Kommentare geäußert werden. Gerade weil Kinder und Jugendliche gerne anhand von Selfies kommunizieren, sollten sie auch auf Herausforderungen und Probleme aufmerksam gemacht werden.



Es ist wichtig, ihnen aufzuzeigen, welche Rechte sie bei der Veröffentlichung von Bildern beachten müssen und dass veröffentlichte Bilder von anderen unter Umständen auch zu negativen Zwecken genutzt werden können.



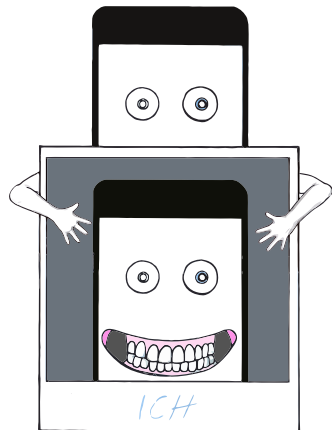
Rechte bei der
Veröffentlichung
von Bildern
beachten!

Deshalb sollten Kinder und Jugendliche ermutigt werden, sich damit auseinanderzusetzen, wie und ob sie sich online selbst darstellen möchten. Wer sich darüber informieren möchte, wie junge Menschen Bilder im Internet nutzen, findet die leicht verständliche und anschauliche Infografik „Kinder und Jugendliche & ihre Bilderwelten im Internet“ unter www.saferinternet.at.

Zum Nachmachen

Wie entscheiden Kinder und Jugendliche, welche Bilder sie veröffentlichen möchten?

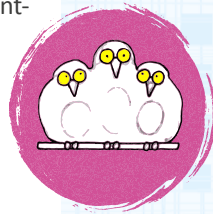
In einer Übung werden in Kleingruppen Selfies aufgenommen. Jede Kleingruppe wählt ein Bild aus, das sie online mit anderen teilen würde. Anschließend sieht sich die Gruppe die Bilder gemeinsam an.



Ziel der Übung ist, ins Gespräch zu kommen:

- Was ist das Besondere an Selfies?
- Worauf legen Kinder und Jugendliche wert?
- Warum würden sie diese Bilder veröffentlichen und warum andere nicht?
- Welche Ideen haben Kinder und Jugendliche für kreative und reflektierte Selfies?

Dazu können Tipps und Anregungen gegeben werden.



Zur Vertiefung

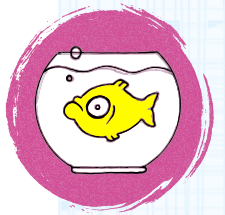
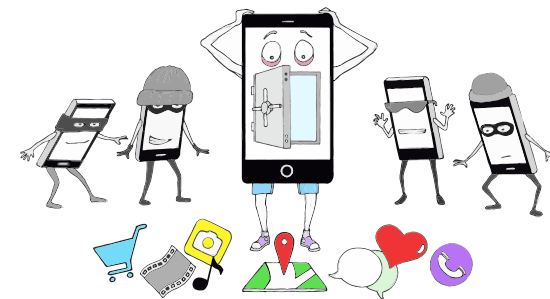
1. Herausforderung: Rechtliche Rahmenbedingungen

Immer wieder sind junge Menschen und Eltern unsicher, wenn es darum geht, was online erlaubt ist und was nicht. Achtung: Jugendleitungen dürfen keine Rechtsberatung geben! Es ist jedoch wichtig, relevante Rechte zu kennen:

- Die EU-Initiative klicksafe und iRIGHTS.info bieten unter www.klicksafe.de und www.irights.info viele verständliche Hintergrundinformationen und Materialien zu rechtlichen Fragen im Internet.
- Der Bayerische Jugendring (BJR) hat die Arbeitshilfe „Rechtsfragen @ Internet: Facebook, Foren, Blogs und Haftung“ herausgegeben. Sie steht unter <https://shop.bjr.de> unter der Rubrik „Arbeitshilfen“ zum Download zur Verfügung.

2. Herausforderung: Schutz der Privatsphäre

Wie kann man seine Privatsphäre bei Social Media-Angeboten wie WhatsApp, Instagram und Co. schützen? Das Internetangebot Saferinternet.at bietet dazu unter der Rubrik „Extras/ Privatsphäre-Leitfäden“ ausführliche und leicht verständliche Anleitungen.



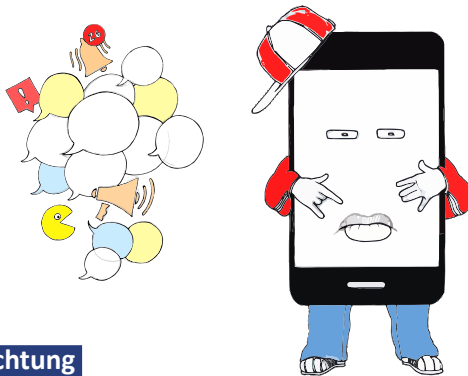
Achtung:
Jugendleitungen
dürfen keine
Rechtsberatung
geben!

Handout: Kreative Selfies

Darstellungstrends

Viele Selfies zeigen junge Menschen mit ähnlichen Gesichtsausdrücken, Haltungen und vor ähnlichen Bildhintergründen. Das liegt daran, dass Jugendliche Darstellungstrends nachahmen, sich an ihnen orientieren oder mit ihnen experimentieren.

Allerdings ist nicht jede Art der Selbstdarstellung unproblematisch. Es gibt einfache Tricks, wie man technisch gelungene und kreative Selfies machen kann und dabei sogar den Schutz der eigenen Privatsphäre im Blick behält.



So gelingt ein
Selfie!

1. Beleuchtung

Das richtige Licht ist die Grundlage für ein gelungenes Selfie.

- Es ist unvorteilhaft, gegen das Licht oder mit Blitz zu fotografieren.
- Auch von einer zu hellen oder zu schwachen Beleuchtung ist abzuraten, da Schatten ins Gesicht fallen können oder das Bild zu dunkel wird.
- Weiches Licht eignet sich besonders gut: Mit ziemlicher Sicherheit gelingt dein Selfie, wenn du dich an einem sonnigen Tag im Halbschatten fotografierst.

- Aber auch ungewohnter Lichteinfall kann kreative Ergebnisse erzielen.

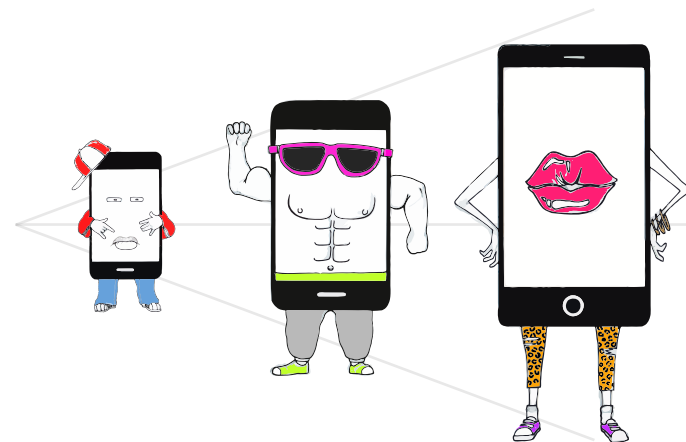
Probiere verschiedenste Lichtquellen aus und lösche Bilder, mit denen du unzufrieden bist.

2. Blickwinkel und Bildkomposition

Es ist vorteilhaft, sich leicht abgeschrägt von oben zu fotografieren.

- Wird die Kamera zu hoch gehalten, kann die abgebildete Person sehr unterwürdig wirken – vor allem, wenn sie dabei mit schräg gelegtem Kopf und Hundeblick in die Kamera schaut.
- Die Wahl des Blickwinkels bestimmt auch stark die Bildkomposition, also die Entscheidung, wie du das Bild aufbauen möchtest.

Es ist Experimentierfreude gefragt: viel oder wenig Hintergrund zeigen, das Gesicht oder den Körper anschneiden, Bilder mit beiden Händen am Smartphone machen – vieles ist möglich.



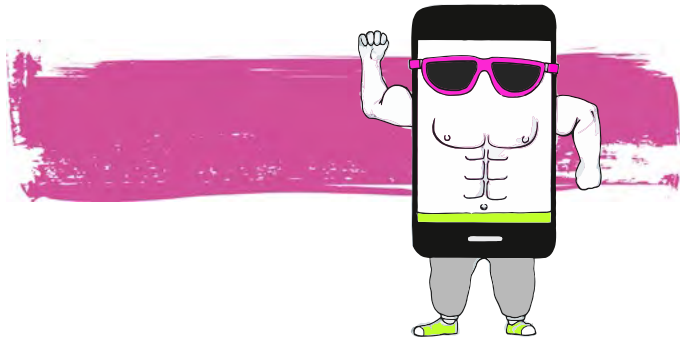
Experimentierfreude ist gefragt!

3. Bildhintergrund

Ein Selfie ist ein Selbstporträt. Deshalb sagt alles, was auf dem Bild zu sehen ist, etwas über dich aus. Achte auf den Hintergrund:

- Gefällt er dir?
- Was erzählt er über dich?
- Alle abgebildeten Personen müssen ihr Einverständnis geben.

Auf keinen Fall sollten im Hintergrund Menschen zu sehen sein, die dir keine Erlaubnis für das Foto gegeben haben.



4. Technische Kleinigkeiten

Meistens gibt es einen Knopf am Rand des Smartphones, der als Auslöser funktioniert. Wer das weiß, kann leichter fotografieren. Eine saubere Linse ist ebenfalls wichtig, damit deine Bilder scharf werden.

Die Front-Kamera ist zwar häufig nicht so gut wie die Back-Kamera – aber mit ihr erzielst du weitaus bessere Bilder, als wenn du dein Spiegelbild fotografierst. Für Ganzkörperaufnahmen gibt es Selbstauslöser-Apps oder Funktionen, die das Fotografieren leichter machen.

5. Bildbearbeitung

Es gibt viele Apps, die Bildbearbeitungen wie

- Sticker,
- Farbfilter,
- Rahmen,
- Mehrfachaufnahmen
- und gif-Formate anbieten.

Wer Lust hat, damit zu experimentieren, kann viele Gestaltungselemente entdecken und sie vielleicht schon bei der Entstehung des Bildes mitbedenken. Auch hier gilt: Checke die Datenschutzrichtlinien der Apps und überlege, ob du sie installieren möchtest.

6. Letzter Check

Super Bild geschossen und nur Menschen auf dem Bild zu sehen, die dir ihr Einverständnis gegeben haben? Nun lohnt es sich, noch einmal kurz inne zu halten und dich zu fragen:

- Würde ich dieses Bild anderen auch morgen noch zeigen?
- Oder in einem halben Jahr?

Wenn du vorhast, das Bild zu veröffentlichen, dann bedenke: Das Netz vergisst nichts. Du solltest dich bewusst dafür entscheiden, ob und wie du dich online darstellen möchtest und was du wirklich von dir preisgeben willst. Also überprüfe genau, was das Bild über dich aussagt und welche Informationen es verrät. Nichts spricht dagegen, ein schönes Selfie auch mal für sich zu behalten.

**Datenschutz
vor dem Laden
einer App
checken!**

**Prüfe genau,
was das Bild
aussagt!**

Nutzungsvorlieben und -motive bei der Selbstdarstellung

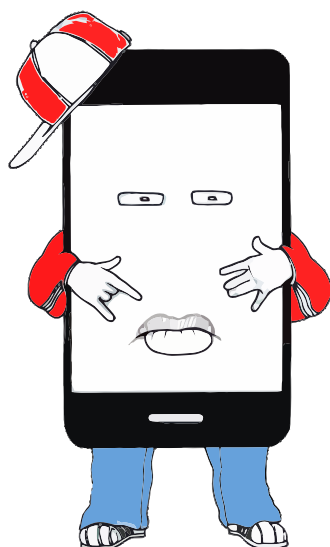
Warum stellen sich Kinder und Jugendliche im Internet selbst dar? (Folie 3-4)

Im Rahmen der Studie „Jugendliche Bilderwelten im Internet“ von Saferinternet.at [1] wurden Kinder und Jugendliche von acht bis 17 Jahren zu ihrem Umgang mit Bildern im Internet und beliebten Bildmotiven befragt. Am liebsten veröffentlichen sie Bilder von sich selbst (68 %), Bilder von den eigenen Freundinnen und Freunden (57 %), ganz besondere Momente aus dem eigenen Leben (49 %) sowie Lustiges und Originelles (49 %). Warum sie Bilder im Internet veröffentlichen, hat viele Gründe:

Kommunikation mit Anderen. „Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“, lautet ein bekanntes Zitat. Kinder und Jugendliche kommunizieren anhand von Fotos und Selfies mit anderen. Ihnen steht dafür ein breites Spektrum an Social Media-Angeboten zur Verfügung. Bereits mit der Wahl des Angebots zeigen sie, was ihnen bei ihrer Kommunikation wichtig ist: Beispielsweise ist die App Snapchat bei Kindern und Jugendlichen sehr beliebt, da sich die verschickten Nachrichten wenige Sekunden nach dem Öffnen sozusagen „selbst löschen“.

Beliebte Bildmotive

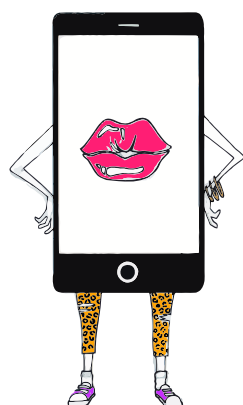
Kommunikation mittels Selfies



Ein Kommunikationsziel ist deshalb, den gewählten Empfängerkreis mit einer kreativen, schnell verständlichen Bildidee zu überraschen. Beim Sozialen Netzwerk Instagram spielt das einzelne Foto und dessen künstlerische Inszenierung eine wichtige Rolle. Nutzer können ihren Instagram-Bildern bestimmte Hashtags zuordnen, so dass sie einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Beim Messenger-Dienst WhatsApp steht

der direkte Kontakt mit einzelnen Personen beziehungsweise Gruppen im Vordergrund. Verschicken Kinder und Jugendliche Bilder, gehen sie davon aus, dass diese nur einem ausgewählten Kreis zur Verfügung stehen. Die Kommunikation via WhatsApp erweckt somit den Anschein, privat zu sein. Ein wichtiges Motiv, das bei allen Angeboten im Vordergrund steht: Junge Menschen möchten anhand ihrer Bilder mit anderen Menschen einen aktuellen, für sie wichtigen Moment teilen.

Auseinandersetzung mit ihrer Selbst- und Fremdwahrnehmung. Auf dem Weg ins Erwachsenenleben verändern sich bei Kindern und Jugendlichen Wertvorstellungen, Vorlieben und Sichtweisen. Selbstporträts geben ihnen die Möglichkeit, sich von außen zu betrachten, Veränderungen wahrzunehmen und sich mit der Selbstwahrnehmung auseinanderzusetzen. Wenn Kinder und Jugendliche Bilder über Social Media-Angebote teilen, möchten sie herausfinden, was andere Menschen über sie denken: Je mehr Follower bei Instagram, je mehr positive Rückmeldungen bei WhatsApp oder je mehr Likes bei Facebook, desto mehr fühlen sie sich in ihrem Selbstwertgefühl bestärkt. Auch kann bei Kindern und Jugendlichen ein Bewusstsein dafür entstehen, dass sich Menschen auf Bildern nur unter einem ausgesuchten Blickwinkel darstellen beziehungsweise inszenieren. Die Personen wirken dann beispielsweise besonders sportlich, kommunikativ oder nachdenklich. Bilder sind nicht immer nur Zufallsprodukte, sondern ihre Gestaltung soll bei den Betrachtern eine ganz bestimmte Wirkung erzeugen.



Erfahren von Anerkennung und Zugehörigkeit zur Peergroup. Für junge Menschen spielt die Loslösung von den eigenen Eltern eine entscheidende Rolle. Sie entwickeln das Bedürfnis, eigenständige und tragfähige Beziehungen aufzubauen und zu pflegen. Deshalb ist es für Kinder und Jugendliche sehr wichtig, Anerkennung von Gleichaltrigen mit ähnlichen

Selbst- und Fremdwahrnehmung

Anerkennung und Zugehörigkeit zur Peergroup

Wertvorstellungen und Interessen zu erfahren und sich dadurch einer bestimmten Peergroup zugehörig zu fühlen. Veröffentlichen Kinder und Jugendliche Selfies, auf denen sie mit Freundinnen und Freunden, der Partnerin oder dem Partner zu sehen sind, zeigen sie ihrem Umfeld, mit welchen Personen sie sich aktuell umgeben. Bilder von neuen Kleidern und Haarschnitten, aus dem Urlaub oder aus dem Fitnessstudio signalisieren, welche Interessen sie mit ihrem Umfeld teilen möchten.

Welche problematischen Folgen kann die Selbstdarstellung im Internet für Kinder und Jugendliche haben? (Folie 4)

All diese Beweggründe sind nachvollziehbar. Gerade wenn man mit jungen Menschen arbeitet, ist es wichtig, auch einen kritischen Blick auf die Selbstdarstellung mit Selfies zu werfen und sich mit problematischen Aspekten zu beschäftigen.

Selbstwertgefühl wird von den Reaktionen anderer beeinflusst. In Social Media-Angeboten wird gepostet, was Aufmerksamkeit erzeugt, immer in der Hoffnung auf Rückmeldung. Denn Erfolg bemisst sich in Sozialen Netzwerken daran, wie häufig Inhalte geteilt, geliked oder kommentiert werden. Aufmerksamkeit kann als eine Art „Währung“ verstanden werden. Schenkt niemand beispielsweise einem veröffentlichten Selfie Beachtung, scheint es zu missfallen oder unwichtig zu sein. Wenn sich Kinder und Jugendliche stark an diesen Aufmerksamkeitsprozessen und damit an den Reaktionen anderer orientieren, kann ihr Selbstwertgefühl davon beeinflusst werden. Der Wunsch nach Beachtung und Anerkennung kann noch eine weitere Folge haben: Damit Inhalte in Social Media-Angeboten Interesse auf sich ziehen, müssen sie in besonderer Weise auffallen. Es kann also passieren, dass junge Menschen Inhalte veröffentlichen, die unter Umständen problematisch sein oder Risiken mit sich bringen können.

(Starke) Verunsicherung durch negative Rückmeldungen. Bleiben positive Rückmeldungen beispielsweise auf ein Lieblingsbild aus oder wird es sogar negativ bewertet, können sich Kinder und Jugendliche stark verunsichert fühlen. Manchmal haben sie auch nicht im Blick, dass sie sich je nach Social Media-Angebot einer mehr oder weniger großen Öffentlichkeit aussetzen. Unbekannte oder anonyme Personen können sich in Chaträumen aufhalten oder auf öffentlich zugänglichen Profilen umsehen, in der Absicht, Inhalte abzuwerten oder kränkende Kommentare zu posten. Auch gibt der digitale Raum einigen Menschen das Gefühl, sich nicht an Kommunikationsregeln halten zu müssen und beispielsweise andere leichtfertig beleidigen zu können. Für junge Menschen können auch Äußerungen völlig fremder Personen sehr verletzend sein, da sie in einer Lebensphase sind, in der das eigene Selbstwertgefühl eher fragil ist.

Kritischer Blick

Einfluss auf Selbstwertgefühl

Negative Rückmeldungen

Besonders schlimm ist es, wenn die negativen Rückmeldungen von ihnen bekannten Personen stammen. Wenn über einen längeren Zeitraum hinweg Beleidigungen und Beschimpfungen über digitale Medien passieren, können sie als starke Belastung empfunden werden. In Extremfällen kann es zu Cyber-Mobbing kommen.

Unreflektierte Orientierung an gängigen Online-Trends. Kinder und Jugendliche stellen sich so dar, wie sie sich sehen und sich gefallen. Gleichzeitig bringen Online-Trends bestimmte Arten der Selbstdarstellung hervor. An diesen orientieren sich junge Menschen, experimentieren mit ihnen oder grenzen sich bewusst von ihnen ab. Problematisch wird es, wenn sie sich unreflektiert an gängigen Darstellungstrends orientieren und sie sich stark unter Druck gesetzt fühlen, diesen Trends, bestimmten Idealen oder Rollen entsprechen zu müssen. Ebenfalls problematisch ist, wenn Kinder und Jugendliche eigene Vorstellungen – die den Darstellungstrends nicht entsprechen – aus den Augen verlieren oder sich nicht mehr trauen, eigene Selbstdarstellungsformen auszuprobieren.

Wie kann das Thema „Selbstdarstellung“ in der außerschulischen Jugendarbeit aufgegriffen werden?

Die außerschulische Jugendarbeit bietet einen Rahmen, in dem sich Kinder und Jugendliche wohl und anerkannt fühlen. Sie suchen die Strukturen freiwillig auf und vertrauen dem dortigen Umfeld. Dieses Vertrauensverhältnis ermöglicht es Jugendleitungen, einen Raum zu schaffen, in dem junge Menschen von positiven und auch negativen Erfahrungen mit dem Thema Selbstdarstellung in Sozialen Netzwerken sprechen können. Gleichzeitig ist es hilfreich, dass sich die Jugendleitungen mit Kindern und Jugendlichen darüber austauschen, welche viralen Darstellungstrends bei Selfies oder anderen Bildern es aktuell gibt. Wichtig ist auch, mit ihnen in den Blick zu nehmen, wie Bilder inszeniert werden, welche Wirkung sie haben und durch welche Elemente sie diese Wirkung entfalten. Wenn Kinder und Jugendliche lernen, auf all diese Aspekte zu achten, haben sie die Möglichkeit, ihre Selbstdarstellung selbstbestimmt zu gestalten und Darstellungstrends kritisch zu hinterfragen.

Unreflektierte Orientierung

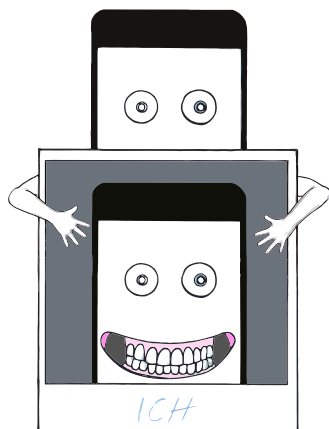
Kritische Betrachtung von Darstellungstrends

Herausforderung: Rechtliche Rahmen- bedingungen

Welche rechtlichen Herausforderungen ergeben sich für Kinder und Jugendliche bei der Selbstdarstellung im Internet?

Kinder und Jugendliche nutzen viele Gestaltungsmittel, um sich online darzustellen. Wenn sie beispielsweise in einem Sozialen Netzwerk ein persönliches Profil anlegen, können sie dort Bilder, Fotos, Musik oder Videos veröffentlichen. Ihnen steht online ein vielfältiges Materialangebot zur Verfügung, das sie übernehmen, nach ihrem Geschmack verändern oder ganz neu zusammensetzen können, bevor sie es verbreiten. Welche Inhalte man online allerdings wirklich nutzen und veröffentlichen darf, wissen viele Kinder und Jugendliche häufig nicht. Andere ignorieren die Rechtslage absichtlich – ganz nach dem Motto „weil es ja alle so machen“. Das kann zu erheblichen Problemen führen: Denn es gibt auch online Rechte, die es unbedingt zu beachten gilt. Besonders zentral bei der Selbstdarstellung sind das „Recht am eigenen Bild“ und das „Urheberrecht“.

Rechtslage



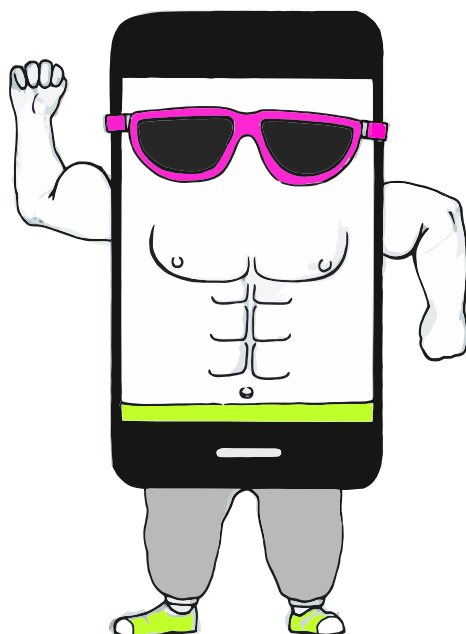
Was versteht man unter dem „Recht am eigenen Bild“? (Folie 5)

Wird ein Foto im Internet gepostet, wird es der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Rechtlich gesehen entspricht das Posten des Bildes einer Veröffentlichung. Die Abbildung einer einzelnen Person darf nur veröffentlicht werden, wenn die gezeigte Person damit einverstanden ist. Das besagt das „Recht am eigenen Bild“. Unter 18-jährige Personen genießen sogar einen ganz besonderen Schutz: Ist eine minderjährige Person abgebildet, muss nicht nur sie selbst der Veröffentlichung zustimmen, sondern auch ein Erziehungsberechtigter. Bis zum siebten Lebensjahr trifft alleine der Erziehungsberechtigte die Entscheidung. Zwischen dem achten und 18. Lebensjahr können Kinder und Jugendliche je nach persönlicher Reife mitentscheiden beziehungsweise entscheiden. Kriterium dafür ist, inwieweit sie die Konsequenzen ihrer Handlungen einschätzen können.

„Recht am eigenen Bild“

Diese Fähigkeit wird als „Einsichtsfähigkeit“ bezeichnet. In der Regel geht man davon aus, dass Jugendliche ab 14 Jahren einsichtsfähig sein können. Ob die Einwilligung eines 14- bis 18-jährigen Jugendlichen deswegen allerdings aus rechtlicher Sicht ausreichend ist, ist nicht eindeutig. Sind sich ein Erziehungsberechtigter und sein minderjähriges Kind nicht einig, gilt die Entscheidung des Erziehungsberechtigten.

Einsichtsfähigkeit



Auch wenn es Kindern und Jugendlichen mühsam erscheint, alle Personen und gegebenenfalls deren Erziehungsberechtigte um ihre Veröffentlichungserlaubnis zu fragen: Das „Recht am eigenen Bild“ gehört zum „Allgemeinen Persönlichkeitsrecht“, das beachtet werden muss. Dieses Recht zu verletzen, kann nicht nur juristische Folgen haben. Es gibt Personen, die sich oder ihre Kinder online nicht oder nur ausgewählt zeigen möchten. Sie können sich persönlich verletzt fühlen, wenn dieses Bedürfnis missachtet wird. Junge Menschen sollten auch wissen, dass durch manche Social Media-Angebote für die Nutzer eine Situation eintritt, bei der sie die rechtlichen Folgen nicht mehr überblicken oder beeinflussen können: Erstellt man bei Sozialen Netzwerken wie beispielsweise Facebook einen Account, räumt man dem Unternehmen gegebenenfalls bestimmte Nutzungsrechte für Bilder ein, die man dort veröffentlicht.

„Allgemeines Persönlichkeitsrecht“

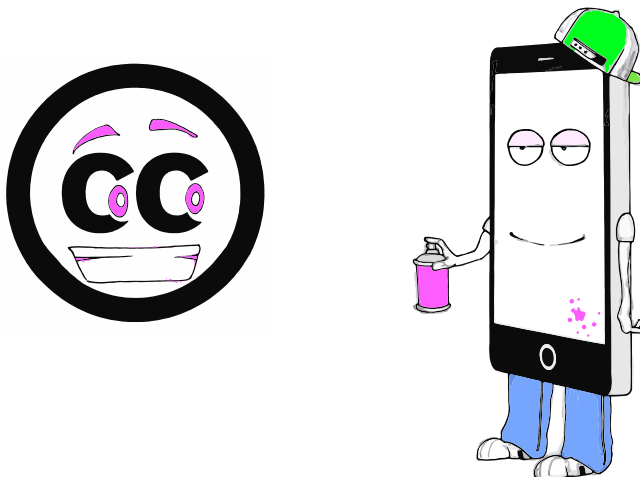
Was versteht man unter „Urheberrecht“? (Folie 5)

Als Urheber wird die Person bezeichnet, die ein Werk, beispielsweise ein Foto, ein Musikstück oder einen Text, geschaffen hat. Diese Werke sind das „geistige Eigentum“ des Urhebers und werden durch das Urheberrecht geschützt. Neben dem Urheberrecht gibt es weitere gesetzliche Schutzregelungen wie das Patent- und Markenrecht. Für juristische Laien ist die Vielzahl an Bestimmungen oft schwer zu durchschauen. Deshalb hilft es, einige Grundlagen im Blick zu behalten: Nur weil technisch etwas möglich ist, heißt es noch lange nicht, dass es erlaubt ist.

Das Urheberrechtsgesetz untersagt, Werke ohne Zustimmung des Urhebers zu nutzen, zu vervielfältigen, zu verändern und zu veröffentlichen. Alleine der Urheber hat das Recht, zu entscheiden, was mit seinem Werk gemacht werden darf. Für Urheberrechtsverletzungen im Internet kann man zur Verantwortung gezogen werden. Die Unterhaltungsindustrie durchforstet beispielsweise systematisch Tauschbörsen nach illegalen Inhalten und lässt gezielt Abmahnungen verschicken, die teuer werden können.

Was versteht man unter „Creative Commons-Lizenzen“? (Folie 6)

Wer sich online anhand von Bildern, Musikstücken oder Videos ganz ohne rechtliche Konsequenzen darstellen möchte, hat die Möglichkeit, selbst Inhalte zu erstellen oder sogenannte freie Inhalte zu verwenden. Bei freien Inhalten handelt es sich um Werke, die von Urhebern unter freien Lizenzen zur Verfügung gestellt werden, damit andere Menschen sie nutzen können. Ein Beispiel sind die Lizenzverträge der gemeinnützigen Organisation Creative Commons (CC). Übersetzt bedeutet Creative Commons „kreatives Allgemeingut“. Werke, die unter CC-Lizenz stehen, können unter Einhaltung bestimmter Bedingungen von anderen Menschen genutzt, verbreitet und sogar bearbeitet werden.

Schutz des geistigen Eigentums**Urheberrechtsgesetz****Freie Inhalte**

Die Nutzungsbedingungen werden von den Urhebern festgelegt, indem diese aus verschiedenen Rechtsmodulen auswählen. Die Kombination der Rechtsmodule bildet eine CC-Lizenz, die an ein Werk vergeben wird. Man muss also nicht nachfragen oder Vergütung zahlen, um Werke unter CC-Lizenz verwenden zu können. Jamendo, ccMixer, flickr und Pixabay sind nur einige von vielen Anbietern von Musik und Bildern unter CC-Lizenz. Ansonsten gilt für Kinder und Jugendliche die einfache Faustregel: Genutzt werden darf, was man selber erstellt hat.

Wie kann die außerschulische Jugendarbeit rechtliche Herausforderungen mit Kindern und Jugendlichen aufgreifen?

Es kann Jugendleitungen passieren, dass sie in ihrer pädagogischen Arbeit um Einschätzung einer rechtlich unklaren Situation oder sogar um die Beantwortung einer juristischen Frage gebeten werden. Jugendleitungen sollten wissen, dass sie keine Rechtsberatung geben dürfen. Sie sollten sich jedoch damit beschäftigen, auf welche rechtlichen Problemfelder Kinder und Jugendliche im Internet stoßen können.

Der BJR hat dazu die Arbeitshilfe „Rechtsfragen @ Internet. Facebook, Foren, Blogs und Haftung“ herausgegeben. Die EU-Initiative klicksafe und iRIGHTS.info bieten auf ihren Webseiten zahlreiche Informationsmaterialien zu rechtlichen Themenfeldern im Internet an. Jugendleitungen können auf Beratungsstellen wie die Verbraucherzentrale Bayern verweisen, an die sich junge Menschen oder ihre Eltern bei juristischen Fragen wenden können.

Jugendleitungen sollten Kinder und Jugendliche dafür sensibilisieren, dass es online nicht immer erlaubt ist, Erzeugnisse wie Bilder, Musik oder Videos zu nutzen. Sie wurden von einem Urheber geschaffen, dessen geistiges Eigentum diese Erzeugnisse sind. Er alleine hat das Recht zu entscheiden, was mit seinem Eigentum gemacht werden darf. Genauso sollten Kinder und Jugendliche wissen, dass auch ihre selbst erstellten Werke im Internet durch das Urheberrecht geschützt werden.

Zudem sollten Jugendleitungen bei Kindern und Jugendlichen ein Bewusstsein dafür schaffen, auch online die Persönlichkeitsrechte anderer Menschen zu schützen. „Das Recht am eigenen Bild“ gehört genauso dazu wie der bewusste Umgang mit den persönlichen Informationen anderer Menschen: Hat man beispielsweise in einem Sozialen Netzwerk einmal etwas veröffentlicht, kann es auch erst viel später und in anderen Kontexten auftauchen. Kinder und Jugendliche sollten außerdem bedenken, dass auch sie selbst mit ihren Kommentaren über eine andere Person dazu beitragen, wie diese Person online wahrgenommen wird.

Nutzungsbedingungen von CC-Lizenzen

Keine Rechtsberatung durch Jugendleitungen

Hilfe bei Rechtsfragen

Sensibilisierung für den Schutz des „Urheberrechts“

Problembewusstsein

Herausforderung: Schutz der Privatsphäre

Vor welchen Herausforderungen stehen Kinder und Jugendliche beim Schutz ihrer Privatsphäre?

Wer Social Media-Angebote nutzen möchte, gibt persönliche Daten

preis: Das liegt zum einen daran, dass Social Media-Angebote bei der Anmeldung persönliche Daten abfragen. Zum anderen geben Social Media-Angebote ihren Nutzern die Möglichkeit, sich darzustellen, damit sie sich mit anderen austauschen und vernetzen können. Dabei können Nutzer den Schutz ihrer Privatsphäre schnell aus den Augen verlieren: Zugunsten einer umfassenden Selbstdarstellung werden online persönliche Daten preisgegeben, die man in einem Gespräch oder einer anderen Alltagssituation eher vertraulich behandeln würde. Gerade für Kinder und Jugendliche ist es eine Herausforderung, zwischen dem Bedürfnis nach Selbstdarstellung und dem Schutz der eigenen Privatsphäre abzuwägen. Welche Nachteile für sie entstehen können, wenn fremde Nutzer auf ihre Daten Zugriff haben oder Einblicke in ihre Handlungen bekommen, ist ihnen oft nicht bewusst.

Preisgabe von Daten

Warum sollte man seine Daten online schützen? (Folie 8)

Im Internet können persönliche Daten missbraucht und die Privatsphäre von Nutzern verletzt werden. Kindern und Jugendlichen sollte bewusst gemacht werden, welche Zusammenhänge zwischen der Weitergabe beziehungsweise Sammlung bestimmter Daten und dem Missbrauch von Daten bestehen.

Datenmissbrauch und Verletzung der Privatsphäre



Persönliche oder personenbezogene Daten sind sensible Daten, die Rückschlüsse auf die reale Person zulassen. Zu personenbezogenen Daten gehören beispielsweise der Name, das Geburtsdatum, der Wohnort, die Adresse, die Telefonnummer, das Alter, aber auch Hobbys und Vorlieben einer Person. Werden über Social Media-Profilen, Posts oder Chatforen persönliche Daten verbreitet, reicht in der Regel für Dritte eine kurze Internetrecherche aus, um weitere Informationen über eine Person in Erfahrung zu bringen. Dadurch können sogar Rückschlüsse auf den Tagesablauf oder beliebte Aufenthaltsorte möglich werden.

Rückschlüsse auf reale Person

Bestimmte App- und Social Media-Angebote greifen auf GPS-Daten zu und können den Aufenthaltsort einer Person nachvollziehbar machen.

Anhand von GPS-Daten können Anbieter umfangreiche Bewegungsprofile ihrer Nutzer erstellen. In Kombination mit anderen Daten etwa zu Konsum- oder Kommunikationsverhalten werden Rückschlüsse auf Verhaltensweisen einer Person möglich. Aber auch andere Nutzer können beispielsweise nachvollziehen, wo sich eine Person gerade aufhält oder welche Orte sie gerne und häufig aufsucht. Smartphone-Kameras oder diverse Apps können ein Foto direkt mit GPS-Koordinaten versehen und damit die Information übermitteln, wo das Foto aufgenommen wurde.

Angebote wie Messenger-Apps oder Soziale Netzwerke können beispielsweise Status-Meldungen oder Lesebestätigungen anzeigen und so Einblicke in bestimmte Handlungen einer Person geben.

Nutzer können beispielsweise sehen, wer online ist oder ob eine Nachricht, die sie versendet haben, bereits gelesen wurde. Zu wissen, dass das eigene Lese- und Onlineverhalten von anderen mitverfolgt und gegebenenfalls bewertet wird, kann Nutzer unter Druck setzen oder sie sogar in ihrem Nutzungsverhalten beeinflussen.

Persönliche Daten können sich unüberschaubar verbreiten. Sind persönliche Daten einmal online, kann man sie nicht mehr zurückholen: Das Internet vergisst nichts und andere Nutzer wie beispielsweise Lehrkräfte, der zukünftige Arbeitgeber, eine neue Partnerin oder ein neuer Partner können auf diese Daten auch Jahre später noch zugreifen. Sehr problematisch wird es, wenn die Daten von Dritten gezielt missbraucht werden oder Unbekannte versuchen, Kontakt aufzunehmen.

Daten können durch Dritte missbraucht werden. Sind beispielsweise an einem Profil keine oder kaum Privatsphäre-Einstellungen vorgenommen worden und persönliche Informationen öffentlich einsehbar, können dort angegebene Daten missbraucht werden. Firmen können sie zu Werbezwecken sammeln, auswerten oder sogar weiterverkaufen. Eine besondere Form des Datenmissbrauchs ist der Identitätsdiebstahl: Hier gibt sich eine Person als eine andere aus. Dazu wird beispielsweise ein gefälschtes Nutzerkonto (Fake-Profil) erstellt. Ziel ist es, der anderen Person zu schaden, indem über das Fake-Profil rufschädigende Nachrichten oder Bilder veröffentlicht werden. Werden andere Nutzer von einem Fake-Profil aus kontaktiert, erkennen sie den Unterschied zum echten Profil häufig nicht: Es kann passieren, dass sie bei Kontaktaufnahmen der Person hinter dem Fake-Profil ebenfalls persönliche Informationen von sich preisgeben.

Erstellung eines umfangreichen Bewegungsprofils

Einblick in Handlungen

Unüberschaubare Verbreitung von Daten

Identitätsdiebstahl

Dritte können ungewollt Kontakt aufnehmen. Sind Daten öffentlich zugänglich, können Dritte ungewollt Kontakt aufnehmen. Es kann sich um betrügerische Firmen handeln, die Werbe-, Spam- oder Phishing-Nachrichten verschicken. Kontaktdaten können aber auch von Nutzern dazu missbraucht werden, eine Person anonym (sexuell) zu belästigen, bloßzustellen, sie zu bedrohen oder sie zu beleidigen. Wenn über einen längeren Zeitraum hinweg Beleidigungen und Beschimpfungen über digitale Medien passieren, können sie als starke Belastung empfunden werden. In Extremfällen kann es zu Cyber-Mobbing kommen.

Was kann man tun, um seine Daten zu schützen? (Folie 9)

Gerade die Kombination verschiedener persönlicher Daten macht es Dritten möglich, Rückschlüsse auf die Verhaltensweisen und Vorlieben einer Person zu ziehen. Jungen Menschen sollte deshalb bewusst gemacht werden, bei allen Online-Aktivitäten die Preisgabe ihrer Daten und den Schutz ihrer Privatsphäre im Blick zu behalten. Die folgenden Regeln können dabei helfen:

Mit persönlichen Daten wie Nachname, Adresse, Geburtsdatum und Telefonnummern sollte man sparsam umgehen und – wenn möglich – verschiedene Pseudonyme verwenden. Bei Minderjährigen sollten personenbezogene und persönliche Daten niemals ohne Rücksprache mit einem Erziehungsberechtigten herausgegeben werden. Fragt ein Angebot zu viele dieser Daten ab, sollte man überlegen, ob dessen Nutzung wirklich notwendig ist. Manchmal finden sich zu bestimmten Angeboten auch datensparsame Alternativen. Ganz allgemein gilt bei der Preisgabe der eigenen Daten die Faustregel: Weniger ist mehr. Daten, die nicht online stehen, können nicht so leicht missbraucht werden.

Privatsphäre-Einstellungen sollten vorgenommen und regelmäßig überprüft werden. Social Media-Angebote wie Instagram, Snapchat oder Facebook bieten die Möglichkeit, Privatsphäre-Einstellungen vorzunehmen, die über die Grundeinstellung bei der Anmeldung beziehungsweise Installation hinausgehen. Wichtig ist, diese immer wieder zu überprüfen und bei Bedarf neu anzupassen. Denn häufig werden Privatsphäre-Voreinstellungen bei der Weiterentwicklung eines Dienstes verändert, die Nutzer aber nicht um ihre Einwilligung gefragt. So kann es passieren, dass Nutzer unbewusst Daten preisgeben.

Zugriffsrechte von Apps können je nach Betriebssystem auch nach der Installation eingeschränkt werden, beispielsweise das Taggen von Fotos mit GPS-Daten. Gerade im Hinblick auf Selfies und private Bilder ist es sinnvoll, beispielsweise die GPS- und Ortungsdienste-Funktion der genutz-

Ungewollte Kontaktaufnahme

Schutz der persönlichen Daten

Datensparsamkeit

Privatsphäre-Einstellungen

Einschränkung von Zugriffsrechten

ten Foto-App auszustellen. So wird nicht jedes Bild mit dem Ort, an dem es aufgenommen wurde, getaggt, also verbunden. Generell ist es sinnvoll, vor der Installation zu prüfen, auf welche Daten eine App zugreift und ob sie diese Zugriffsrechte wirklich benötigt. Gegebenenfalls können diese deaktiviert werden. Allerdings lassen es nicht alle Betriebssysteme oder App-Anbieter zu, die Zugriffsrechte einer App vor beziehungsweise nach der Installation zu ändern. Auch sollten Updates immer manuell durchgeführt werden, damit man bei einer neuen App-Version nicht automatisch veränderten Datenschutzrichtlinien zustimmt.

Ungewollte Kontakte sollten blockiert werden. Bei vielen Social Media-Angeboten können Nutzer blockiert und somit deren Kontaktaufnahme verhindert werden. Auch problematische Inhalte und die Person, die sie veröffentlicht hat, können gemeldet werden. Der Anbieter nimmt dann eine Überprüfung vor, löscht gegebenenfalls die Inhalte oder sperrt die Person.

Wie können Herausforderungen beim Schutz der Privatsphäre in der außerschulischen Jugendarbeit thematisiert werden?

„Ich habe doch nichts zu verbergen.“ Dieser Satz ist häufig zu hören, wenn es um den Schutz der Privatsphäre geht. Die außerschulische Jugendarbeit kann ein Ort sein, an dem diese Einschätzung geäußert wird. Jugendleitungen haben die Möglichkeit, diese Äußerung aufzugreifen, sie zu hinterfragen und sie mit den Kindern und Jugendlichen zu diskutieren. Sie können darauf eingehen, welche Folgen es haben kann, wenn die Privatsphäre verletzt wird. Dabei können Jugendleitungen gemeinsam mit den jungen Menschen in den Blick nehmen, wie genutzte Social Media-Angebote mit Daten umgehen und wie andere Nutzer persönliche Daten missbrauchen können.

Kinder und Jugendliche sollten ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass niemand wissen kann, was auf lange Sicht mit persönlichen Daten passiert, die einmal online gestellt wurden. Selbst wenn man Einstellungen vornimmt, um seine Daten online zu schützen: Eine hundertprozentige Garantie dafür, dass persönliche Daten von anderen nicht gesammelt, gespeichert und ausgewertet werden, gibt es nicht. Auch können bestimmte Dienste nur eingeschränkt genutzt werden, wenn man bestimmte Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre vornimmt. Es ist deshalb wichtig, dass die Jugendleitungen ganz offen mit Kindern und Jugendlichen über diese Dilemmata sprechen und gleichzeitig aufzeigen, welche konkreten Handlungsstrategien es zum Schutz der Privatsphäre gibt.

Blockierung ungewollter Kontakte

Bewusster Umgang mit persönlichen Daten

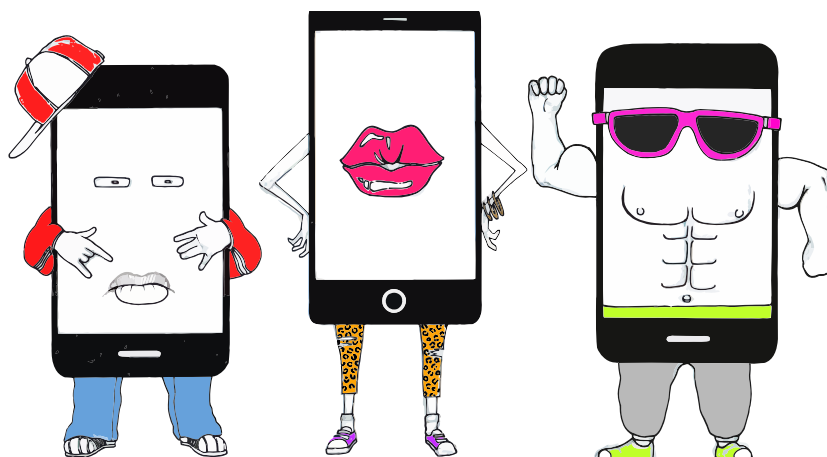
Handlungsstrategien zum Schutz der Privatsphäre

Reflektierte Selbstdarstellung

Sind Selfies ein neues Phänomen? (Folie 12)

Selfies sind kein neues Medienphänomen, sondern eine Weiterentwicklung des Selbstporträts, das in Malerei und Fotografie eine lange und vielseitige Tradition hat. Da nahezu jeder ein eigenes Smartphone mit hochwertiger Kamera besitzt, Datenflatrates kostengünstig geworden sind und Apps das Aufnehmen und Bearbeiten von Bildern erleichtern, konnten Selfies zum Massentrend werden.

Kinder, Jugendliche, Eltern und Großeltern – Menschen allen Alters nutzen Selfies als Mittel, um sich zu präsentieren und um mit anderen zu kommunizieren. Das digitale Selbstporträt ist auch deshalb so beliebt, weil es viele Möglichkeiten gibt, mit seiner Form zu spielen und zu experimentieren. Allerdings ist nicht jeder Selfie-Trend und nicht jede Art, sich darzustellen, unproblematisch.



Was müssen Kinder und Jugendliche für eine reflektierte Selbstdarstellung wissen? (Folie 12)

Wenn Kinder und Jugendliche Bilder machen, handelt es sich keineswegs um achtloses Geknipse. Laut der Studie „Jugendliche Bilderwelten im Internet“ von Saferinternet.at [2] geben sich Kinder und Jugendliche beim Erstellen ihrer Bilder große Mühe und haben hohe Ansprüche. Neun von zehn der Mädchen und Jungen (89 %) haben mindestens einmal bereits Fotos digital bearbeitet, fast die Hälfte (47 %) bearbeitet ihre Bilder vor dem Posten regelmäßig. Auch wenn junge Menschen beim Erstellen und Bearbeiten von Selfies technisch versiert sind – nicht immer haben sie Herausforderungen im Blick, die sich stellen, sobald sie Selfies im Internet veröffentlichen möchten: Dazu gehören rechtliche Aspekte, der Schutz der Privatsphäre, aber auch die Bildwirkung und der Kontext, in dem das Bild veröffentlicht wird.

Selbstporträts

Selfie-Trend

Sensibilisierung für eine reflektierte Selbstdarstellung

Es ist wichtig, die Bildwirkung zu hinterfragen. Unterwürfige Blicke, provozierende Gesten, freizügige Kleidung: Auf Selfies werden häufig gängige Posen und Gesten nachgeahmt. Aber nur, weil bestimmte Darstellungsarten im Trend liegen, heißt es nicht, dass diese unproblematisch sind. Veröffentlicht ein Mensch ein Bild von sich, zeigt er damit, wie er von anderen gesehen werden möchte. Es ist folglich wichtig, dass junge Menschen genau überprüfen, was das jeweilige Bild über sie aussagt und welche Informationen es (unbewusst) vermitteln könnte.

Die mediale Einbettung von Bildern muss bedacht werden. Kinder und Jugendliche sollten sich fragen, über welche Social Media-Angebote sie Bilder veröffentlichen, was diese Medien über sie aussagen, wer diese Medien außer ihnen nutzt und was dort mit den Bildern passieren kann. Dass Bilder mithilfe von Social Media-Angeboten in kürzester Zeit kopiert, verbreitet, bearbeitet und in andere Kontexte gesetzt werden können, sollte ihnen stets bewusst sein.

Man sollte bedenken, dass veröffentlichte Inhalte nicht mehr gelöscht werden können. Junge Menschen sollten sich vor dem Veröffentlichen fragen, ob sie Bilder auch zu einem späteren Zeitpunkt noch gut finden würden. Ein Selfie kann im ersten Moment originell erscheinen. Sieht man es sich mit etwas Abstand an, findet man es vielleicht nicht mehr gelungen. Behält man ein Bild für sich, kann man es jederzeit wieder löschen. Ist es erst einmal im Internet veröffentlicht, bleibt es dort für immer.

Wie kann die außerschulische Jugendarbeit junge Menschen bei einer reflektierten Selbstdarstellung unterstützen?

Selfies entstehen häufig spontan, zeigen einen unwiederholbaren Moment oder transportieren ein bestimmtes Lebensgefühl – das alles möchte die junge Generation mit anderen teilen. Manchmal entstehen Selfies auch erst nach langer Überlegung zu Komposition, Lichtgestaltung und zur Wahl der Pose. Doch nicht alle Bilder, die für Kinder und Jugendliche etwas Wichtiges ausdrücken, sollten öffentlich geteilt werden. In diesem ständigen Dilemma stehen junge Menschen beim Thema Selbstdarstellung. Sie haben den Wunsch nach Teilhabe und Anerkennung in der Peergroup, sollten aber den Schutz der eigenen Persönlichkeit oder rechtliche Aspekte nicht aus den Augen verlieren.

Jugendleitungen sollten dieses Dilemma aufgreifen und mit jungen Menschen offen thematisieren. Dabei ist wichtig, dass Jugendleitungen junge Menschen dazu anregen, eigene Bilder zu reflektieren. Jugendleitungen sollten Kindern und Jugendlichen deutlich machen, dass sie die Wahl haben, wie und ob sie sich online darstellen möchten. Nichts spricht dagegen, ein schönes Selfie von sich oder mit den eigenen Freundinnen und Freunden auch einmal für sich zu behalten.

Bildwirkung

Veröffentlichung und Verbreitung

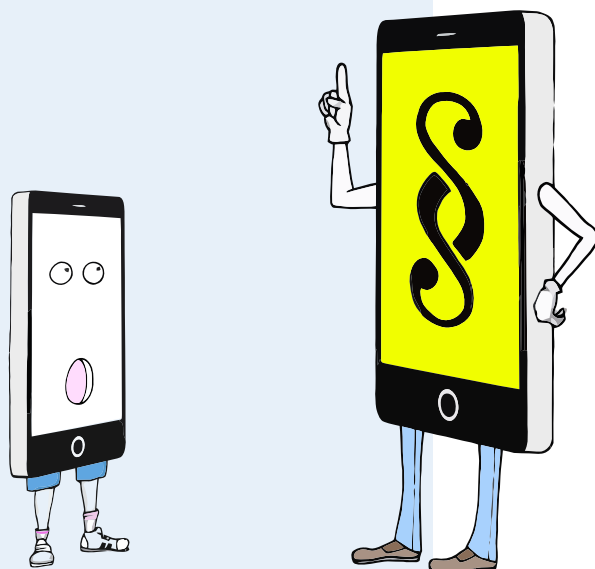
Kritische Betrachtung

Dilemma der Selbstdarstellung

Selbstreflexion

Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“

- Ablaufplan
- Begleittexte
- Arbeitsaufträge: Personengruppen, ihre Rollen und Motive
- Handout: Verletzendes Online-Handeln
- Handout: Juristische Perspektive
- Zusatzinformation: Merkmale
- Zusatzinformation: Rechtliche Rahmenbedingungen
- Zusatzinformation: Personengruppen, ihre Rollen und Motive
- Zusatzinformation: Handlungsstrategien



Ablaufplan

Der Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“ hat eine Dauer von ca. 60 Minuten. Behandelt werden Merkmale von verletzendem Online-Handeln, rechtliche Aspekte, beteiligte Personengruppen und Handlungsstrategien in Konfliktsituationen.

Sollten nur 30 Minuten zur Verfügung stehen, werden die mit ** gekennzeichneten Teilschritte weggelassen.

Inhalte des Schwerpunkts kennenlernen

Die Kursleitung stellt die Inhalte des Schwerpunkts vor.

Bewusstsein für Merkmale von verletzendem Online-Handeln gewinnen

Die Jugendleitungen positionieren sich im Raum zu drei Situationen aus dem Fallbeispiel „Im Klassen-Chat“, in dem Jugendliche mit einem Online-Konflikt konfrontiert sind. Anschließend beschreibt die Kursleitung die Anordnung der Jugendleitungen und fasst die zentralen Aussagen zusammen. Sie weist darauf hin, dass Menschen Situationen unterschiedlich wahrnehmen können.

Merkmale von verletzendem Online-Handeln kennenlernen

** Um das Thema „Merkmale von verletzendem Online-Handeln“ zu vertiefen, kann der Videoclip „Knigge 2.0“ angesehen werden. Ausgehend vom Videoclip sprechen die Jugendleitungen im Plenum darüber, was sie unter verletzendem Online-Handeln verstehen. Die Kursleitung moderiert das Gespräch und hält zentrale Punkte fest.

Ergänzend zum Plenumsgespräch erläutert die Kursleitung Merkmale von verletzendem Online-Handeln.

Rechtliche Rahmenbedingungen verinnerlichen

Die Kursleitung geht auf grundlegende Regeln für das Online-Handeln ein. Bei Bedarf kann das Handout „Juristische Perspektive“ an die Jugendleitungen verteilt werden.

Dauer: 5' | Folie 1

Dauer: 10' | Folie 2

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Moderationskarten/Papier mit erhobenem und gesenktem Daumen, Kreppklebeband

Dauer: 15' | Folie: 3-4

Material

Videoclip „Knigge 2.0“ von klicksafe zum Abruf auf der Webseite des Medienführerscheins Bayern

Moderationskarten/Plakate und Permanentmarker, Kreppklebeband

Dauer: 5' | Folie 5

Material

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Handout „Juristische Perspektive“

Personengruppen kennenlernen und ihre Rollen und Motive verstehen

****** Die Jugendleitungen bilden Gruppen (maximal vier Personen). Jeder Kleingruppe wird eine Person aus dem Fallbeispiel „Im Klassen-Chat“ zugeteilt. Die Kleingruppen erhalten Arbeitsaufträge inklusive Hintergrundinformationen zu Personengruppen bei verletzendem Online-Handeln, die sie in Bezug auf ihre zugeteilte Person beantworten. Die Kleingruppen halten ihre Ergebnisse auf Moderationskarten/Plakaten/digitalen Pinnwänden fest und präsentieren sie im Plenum.

Dauer: 15' | Folie 6-8**Material**

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Arbeitsaufträge
„Personengruppen, ihre Rollen und Motive bei verletzendem Online-Handeln“

Moderationskarten/Plakate und Permanentmarker, Kreppklebeband

Alternativ: Tablets mit zuvor angelegten digitalen Pinnwänden

Sich mit Handlungsstrategien in Konfliktfällen auseinandersetzen

Die Kursleitung geht auf Handlungsstrategien ein, die Jugendleitungen in Konfliktfällen beachten können, und stellt Anlaufstellen für junge Menschen und Eltern vor. Die Kursleitung weist darauf hin, dass verletzendes Online-Handeln in Jugendgruppen thematisiert werden sollte, um zu verhindern, dass es entsteht.

Abschließend verteilt die Kursleitung das Handout „Verletzendes Online-Handeln“. Dieses enthält praktische Hinweise, wie Jugendleitungen mit Kindern und Jugendlichen verletzendes Online-Handeln thematisieren können, bevor Konflikte entstehen. Es gibt zudem Anregungen, wie Jugendleitungen bei Online-Konflikten reagieren und ihr Wissen in Bezug auf rechtliche Rahmenbedingungen für das Online-Handeln vertiefen können. Bei Bedarf wird das Handout gemeinsam durchgegangen.

Die Kursleitung leitet zum Abschluss über.

Dauer: 10' | Folie 9**Material**

Optionale Zusatzinformation für Kursleitung zur Vorbereitung des Themas

Handout „Verletzendes Online-Handeln“

Begleittexte

Die Begleittexte unterstützen die Kursleitungen bei der Durchführung der Schulungseinheit.

Folientext: schwarz

Hinweis zur praktischen Durchführung: blau

Hinweis zur Vorbereitung: orange



Der Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“ hat eine Dauer von ca. 60 Minuten. Im Mittelpunkt stehen

- Merkmale von verletzendem Online-Handeln,
- rechtliche Aspekte, die es online zu beachten gilt,
- Personengruppen, ihre Rollen und Motive im Prozess des verletzenden Online-Handelns,
- Tipps für Handlungsstrategien in Konfliktsituationen und Hinweise zu Anlaufstellen für Kinder, Jugendliche und Eltern.

Folie 1:
Schwerpunkt
„Verletzendes Online-Handeln“

Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“

Merkmale

MEDIEN
FÖHRERSCHHEIN
Bayern



Positionierungsspiel

Im Klassen-Chat

Sarah, Igor und Tom gehen in dieselbe Klasse. Igor ist außerdem Admin des Klassen-Chats.

1. Sarah hat vor einigen Tagen mit Tom Schluss gemacht. Aus Wut schickt er ein peinliches Bild von ihr in den Klassen-Chat.
2. Die Situation schaukelt sich hoch. Die ganze Klasse beginnt, Sarah zu beschimpfen. Sie sei blöd und eine Schlampe. Die Beleidigungen werden immer heftiger.
3. Igor ist genervt. Er löscht Tom und Sarah aus dem Chat. Das haben sie davon: Nun bekommen eben beide nicht mehr mit, was in der Klasse passiert.

Folie 2

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Während des Positionierungsspiels am Ende des Einstiegs hat die Gruppe im Raum zu Situationen Stellung bezogen, die sich ereignen können, wenn Kinder und Jugendliche in der Jugendarbeit Medien nutzen. Nun soll sich zu Situationen aus dem Fallbeispiel „Klassen-Chat“ positioniert werden.

Das Positionierungsspiel besteht aus drei Runden. Die Kursleitung liest die einzelnen Situationen jeweils langsam vor. Auf der einen Seite des Raums hängt ein Papier, auf dem ein erhobener Daumen zu sehen ist. Dort können sich die Jugendleitungen positionieren, wenn sie der Meinung sind, dass die Situation zum Alltag von Kindern und Jugendlichen gehört und nicht problematisch ist. Auf der gegenüberliegenden Seite des Raums hängt ein Papier mit einem gesenkten Daumen. Die Jugendleitungen können sich dort positionieren, wenn sie die Situation problematisch finden.

Beim Positionierungsspiel gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Ziel ist, sich Gedanken zu machen, inwiefern die jeweilige Situation persönlich als problematisch oder unproblematisch empfunden wird.

Haben sich die Jugendleitungen zu einer Situation positioniert, beschreibt die Kursleitung die Anordnung der Jugendleitungen in Bezug auf die beiden Plakate, ohne sie zu bewerten. (Ein Kommentar könnte lauten: „Viele von euch stehen in der Mitte des Raums, einige direkt beim Plakat mit dem erhobenen Daumen, nur eine Person beim Plakat mit dem gesenkten Daumen.“) Die Jugendleitungen werden gefragt, warum sie sich an der jeweiligen Stelle positioniert haben. Entstehen Diskussionen unter den Jugendleitungen, werden diese zugelassen, jedoch ebenfalls nicht bewertet. Auch Nachfragen sind erlaubt. Anschließend geht die Kursleitung insbesondere darauf ein, dass unterschiedliche Menschen eine Situation unterschiedlich wahrnehmen und bewerten können.

Folie 2: Im Klassen-Chat

Eine Reaktion, eine Situation oder eine Bemerkung, die für die eine Person unproblematisch ist, kann von einer zweiten Person bereits als verletzend empfunden werden. Jugendleitungen sollten Kinder und Jugendliche dafür sensibilisieren, dass im Mittelpunkt immer die Frage stehen sollte, ob jemand eine Situation als verletzend wahrnimmt. Das Positionierungsspiel kann in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen hilfreich sein, um ein Bewusstsein für die verschiedenen Ansichten und Bedürfnisse von Menschen zu entwickeln.

Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“

Merkmale

 Sammlung im Plenum

Denkt laut!

Was versteht ihr unter **verletzendem Online-Handeln**?



Videoclip
Rapsong „Knigge 2.0“
von Ben Bohnert

Folie 3

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern

Als Einstieg in das Thema „Merkmale von verletzendem Online-Handeln“ kann gemeinsam der Videoclip „Knigge 2.0“ von klicksafe angesehen werden. Ausgehend von dem Videoclip sammeln die Jugendleitungen im Plenum, was sie unter verletzendem Online-Handeln verstehen. Die Kursleitung achtet dabei vor allem auf Äußerungen zu den Merkmalen und zu Beobachtungen, wie online verletzt wird. Sie hält die Äußerungen schriftlich auf Moderationskarten oder Plakaten fest. Sind vor allem ältere Jugendleitungen unter den Schulungsteilnehmenden, verweist die Kursleitung darauf, dass der Videoclip aus der Perspektive von Kindern und Jugendlichen betrachtet werden sollte. Die Aufgabenstellung wird nicht verändert.

Folie 3: Denkt laut!

Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“

Merkmale


Verletzendes Online-Handeln

Merkmale

- Psychische Verletzungen bei der betroffenen Person
- Keine zeitliche und räumliche Begrenzung
- Große Öffentlichkeit und schnelle Verbreitung von Inhalten
- Anonymität der verletzenden Person

Beispiele

- (Aggressive) Beschimpfungen und Beleidigungen (beispielsweise Shitstorm, Bashing, Trolling)
- Digitaler Pranger (beispielsweise Hass-, Gerüchte-, Schlampen-Seiten oder -Gruppen)
- Cyber-Mobbing



Folie 4

Stiftung Medienpädagogik Bayern

MEDIEN FÜHRERSCHEIN Bayern

Anhand der Zusatzinformation „Merkmale von verletzendem Online-Handeln“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Diese Folie ermöglicht mit Hilfe der zuvor gesammelten Aspekte und angefertigten Moderationskarten oder Plakaten einen Abgleich zwischen Punkten, welche die Jugendleitungen während des vorausgegangenen Austauschs genannt haben, und Punkten, die noch nicht genannt wurden. Fehlende Aspekte werden nun ergänzt und erläutert.

Verletzendes Online-Handeln zeichnet sich vor allem durch diese **Merkmale** aus:

- Betroffene Personen können stark unter Online-Angriffen leiden, so dass Stress, schwindendes Selbstwertgefühl, psychosomatische Erkrankungen, Ohnmachtsgefühle, Leistungsabfall in der Schule oder in schlimmen Fällen sogar Suizidgedanken die Folge sein können. Da es sich nicht um körperliche, sondern um **psychische Verletzungen** handelt, haben Außenstehende oft Schwierigkeiten, diese Verletzungen wahrzunehmen.
- Verletzendes Online-Handeln ist **weder zeitlich noch räumlich begrenzt**. Da viele Kinder und Jugendliche ein eigenes Smartphone besitzen und an vielen Orten die Möglichkeit haben, das Internet zu nutzen, hören Angriffe auch mit dem Betreten privater Räume nicht auf.
- Sind Inhalte einmal **online, können sie schnell eine große Öffentlichkeit erreichen**. Werden beispielsweise verletzende Nachrichten oder Bilder innerhalb eines Gruppenchats verschickt oder in Sozialen Netzwerken gepostet, ist es unmöglich, ihre Verbreitung aufzuhalten oder sie zu löschen.
- Oft geben die **Personen, die verletzende Inhalte veröffentlichen, ihre Identität nicht preis**. Ihnen die Taten nachzuweisen, ist oft nicht oder

Folie 4: Verletzendes Online-Handeln

nur mit sehr großem Aufwand möglich. Betroffene können sich daher in ihrem Alltag bedroht fühlen: Sie haben Angst, den Personen, die verletzendes Online-Handeln ausüben, zu begegnen, ohne diese zu erkennen und ihnen aus dem Weg gehen zu können. Personen, die andere online bedrohen, erleben bei Online-Gewalt nicht die unmittelbare Reaktion der Betroffenen. Das kann die Hemmschwelle für weitere Attacken senken oder ein Beenden der Attacken erschweren.

Es gibt unterschiedliche **Beispiele für verletzendes Online-Handeln**.

Besonders häufig werden folgende Begriffe verwendet:

- **Shitstorm, Bashing und Trolling** sind unterschiedliche Formen **aggressiver Beschimpfungen und Beleidigungen** gegen einzelne Personen oder Personengruppen. Dieses Kommunikationsverhalten hat das Potenzial, Gesprächssituationen eskalieren zu lassen.
- Als **digitaler Pranger** werden Seiten in Sozialen Netzwerken oder Gruppen in Messenger-Diensten bezeichnet, die gegründet werden, um eine Person anhand von Fotos, Videos und Kommentaren bloßzustellen.
- Wird eine Person mit Hilfe moderner Kommunikationsmittel über einen längeren Zeitraum hinweg absichtlich beleidigt, bedroht, bloßgestellt und belästigt, spricht man von **Cyber-Mobbing**.

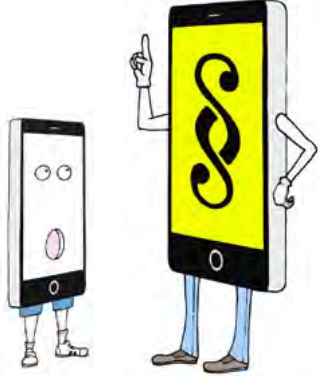
Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“
Rechtliche Rahmenbedingungen

Was sind grundlegende Regeln für das Online-Handeln?

Es ist verboten,

1. Abbildungen einer Person ohne deren Einwilligung zu veröffentlichen („Recht am eigenen Bild“).
2. eine Person ohne deren Einwilligung an intimen Orten zu fotografieren oder zu filmen.
3. jemanden zu beleidigen und Tatsachen oder Behauptungen zu verbreiten, die dessen Würde verletzen.
4. Menschen damit unter Druck zu setzen, dass demütigende Informationen oder Abbildungen veröffentlicht werden.
5. eine Person zu belästigen, so dass sie in ihrer Lebensgestaltung schwer beeinträchtigt wird.

➡ Jugendliche werden **mit 14 Jahren strafmündig**.



Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Folie 5

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern

Anhand der Zusatzinformation „Rechtliche Rahmenbedingungen“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Auch wenn die Übergänge zwischen einem harmlosen Scherz und einer Beleidigung fließend sein können: Im Fokus sollte die Frage stehen, ob sich Menschen von einer Äußerung oder Situation verletzt fühlen.

Zugleich gelten für das Online-Handeln die Rechte zum Schutz der Persönlichkeit und der Privatsphäre. Diese Rechte zu missachten, kann straf- und zivilrechtliche Folgen haben. Jugendleitungen und Kinder und Jugendliche müssen nicht die exakte Rechtslage kennen, sollten jedoch einige **grundlegende Regeln für das Online-Handeln** verinnerlichen:

- Abbildungen einer Person dürfen nur dann veröffentlicht werden, wenn die gezeigte Person damit einverstanden ist. Dieses Recht nennt man „**Recht am eigenen Bild**“. Minderjährige genießen einen besonderen Schutz: Nicht nur sie selbst müssen der Veröffentlichung zustimmen, sondern auch ein Erziehungsberechtigter. Zwischen dem achten und 18. Lebensjahr können Kinder und Jugendliche je nach persönlicher Reife darüber mitentscheiden beziehungsweise entscheiden. Um das „Recht am eigenen Bild“ nicht zu verletzen, hilft es, sich an die Faustregel zu halten: Erst alle beteiligten Personen nach ihrem Einverständnis fragen, dann Bilder posten oder verschicken!
- Es ist eine strafbare Handlung, wenn Menschen ohne ihr Wissen beziehungsweise **ohne ihr Einverständnis an intimen Orten**, wie beispielsweise in der Umkleidekabine, **gefilmt oder fotografiert werden**.
- Es ist nicht erlaubt, **andere online zu beleidigen und Tatsachen oder Behauptungen** zu verbreiten, die deren Würde verletzen.
- Andere Personen dürfen nicht mit der **Veröffentlichung demütigender Informationen oder Abbildungen** unter Druck gesetzt werden. Ein solches Vorgehen kann eine strafbare Nötigung darstellen.

Folie 5:
Was sind grundlegende Regeln für das Online-Handeln?

- **Nachstellendes Verhalten**, das eine Person in ihrer freien Lebensgestaltung massiv einschränkt, ist nicht erlaubt.

Jugendliche sollten wissen, dass sie mit **14 Jahren strafmündig** werden und ab diesem Zeitpunkt für Straftaten belangt werden können.

Im Handout „Juristische Perspektive“ sind wesentliche juristische Aspekte ausführlich dargelegt. Es kann den Jugendleitungen als zusätzliches Handout ausgegeben werden.

Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“
Personengruppen, Rollen und Motive

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern

Im Klassen-Chat

1.

2.

3.

4.

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Folie 6

Anhand der Zusatzinformation „Personengruppen, ihre Rollen und Motive“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Folie 6: Im Klassen-Chat

Die Jugendleitungen haben sich zu Beginn des Schwerpunkts mit dem Fallbeispiel „Im Klassen-Chat“ beschäftigt und verschiedene Situationen kennengelernt, die Sarah, Tom und Igor erleben.


Sarah, Tom und Igor gehören verschiedenen Personengruppen an, die bei verletzendem Online-Handeln in der Regel involviert sind:

- Sarah ist eine „Betroffene“. Diese Personengruppe wird auch als „Opfer“ bezeichnet.
- Tom und die Klassengemeinschaft sind „aktiv Beteiligte“. Diese Personengruppe wird auch als „Täter“ bezeichnet.
- Igor ist zunächst ein „Zuschauer“. Diese Personen werden auch als „Bystander“ bezeichnet.

In der folgenden Gruppenaufgabe werden die drei Personen und ihre Rollen im Prozess des verletzenden Online-Handelns genauer in den Blick genommen.

Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“
Personengruppen, Rollen und Motive

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Gruppenarbeit

Sarah, Tom und Igor sind in deiner Jugendgruppe ...

- Findet euch in Gruppen von maximal **vier Personen** zusammen.
- Jede Gruppe bekommt **eine Person** aus dem Fallbeispiel „Im Klassen-Chat“ zugewiesen.
- Ihr erhaltet **Fragen zu dieser Person** und **Hintergrundinformationen zu den Personengruppen** bei verletzendem Online-Handeln.
- Tauscht euch zu den Fragen aus und beachtet dabei die **Hintergrundinformationen**.
- Haltet die **wesentlichen Ergebnisse** schriftlich fest.

Folie 7


Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Es werden Gruppen von maximal vier Personen gebildet. Die Kursleitung teilt jeder Kleingruppe eine Person (Sarah, Tom und Igor) aus dem Fallbeispiel „Im Klassen-Chat“ zu. Zusätzlich erhält jede Kleingruppe einen Arbeitsauftrag mit Fragen zu dieser Person sowie Hintergrundinformationen zu den Personengruppen, die an verletzendem Online-Handeln in der Regel beteiligt sind. Die Kleingruppen haben zehn Minuten Zeit, anhand der Hintergrundinformationen vier Fragen für die jeweilige Person zu beantworten, die ihnen zugeteilt wurde. Die Kleingruppen begründen ihre Antworten und halten sie schriftlich fest.

Folie 7:
Sarah, Tom und Igor sind in deiner Jugendgruppe ...

Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“
Personengruppen, Rollen und Motive

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Präsentation im Plenum
Eure Ergebnisse!

1. Zu welcher **Personengruppe** gehört die Person? Welche **Motive** kannst du für ihr Handeln erkennen?
2. Was würdest du **tun**, wenn du die Situation der Person mitbekommst? Warum?
3. Was würdest du **auf keinen Fall tun**? Warum?
4. Wo würdest du dir **Unterstützung holen**?

Jugendleitungen
dürfen keine
psychologische
oder juristische
Beratung geben.

Folie 8

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Kleingruppen präsentieren ihre Ergebnisse im Plenum. Die anderen haben die Möglichkeit, Rückfragen zu stellen. Die Kursleitung fasst zentrale Ergebnisse zusammen.

Die Kursleitung leitet zur nächsten Folie über und thematisiert dabei die Rolle der Jugendleitungen bei verletzendem Online-Handeln.

Online-Konflikte können sehr vielfältig sein. Ein Patentrezept, um auf verletzendes Online-Handeln zu reagieren, gibt es daher nicht.


Jugendleitungen können allerdings einige Vorgehensweisen berücksichtigen, wie sie mit jungen Menschen über Online-Konflikte sprechen können.


Jugendleitungen sind meist keine ausgebildeten Psychologen, Sozialpädagogen oder Juristen. Sie sollten wissen, dass sie keine psychologische oder juristische Beratung geben dürfen.

Folie 8: Eure Ergebnisse!

Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“

Handlungsstrategien in Konfliktfällen





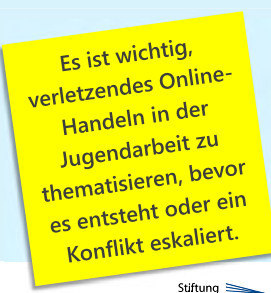
Lösungsstrategie

Welche Regeln kann man beachten?


1. Zuhören, ohne vorschnell Tipps zu geben oder Vorwürfe zu machen
2. Beweggründe für das Handeln herausfinden
3. Motivieren, die Situation zu verbessern
4. Gemeinsam überlegen, was getan werden kann
5. Hilfe hinzuziehen

Anlaufstellen und Beratungsangebote für Kinder, Jugendliche und Eltern:

- www.bke-beratung.de
- www.nummergegenkummer.de
- www.juuuport.de
- „Cyber-Mobbing Erste-Hilfe App“ von klicksafe



Folie 9



Anhand der Zusatzinformation „Handlungsstrategien in Konfliktfällen“ kann sich die Kursleitung vertiefend auf das Thema vorbereiten.

Welche **grundlegenden Regeln** können Jugendleitungen beachten, wenn sich Kinder und Jugendliche bei verletzendem Online-Handeln an sie wenden?

- Unabhängig davon, ob Kinder und Jugendliche bei einem Konflikt Betroffene, aktiv Beteiligte oder Zusehende sind: Es ist wichtig, ihnen zuzuhören. Dabei sollten ihnen **nicht vorschnell Tipps gegeben oder Vorwürfe gemacht werden**.
- Es ist hilfreich, nach **Beweggründen und Motiven für ihr Handeln zu fragen** und sich in ihre Rolle im Konflikt hineinzusetzen.
- Verletzendes Online-Handeln hört meistens nicht einfach auf. Der Konflikt muss aktiv beeinflusst beziehungsweise beigelegt werden. Deshalb sollte **dazu motiviert werden**, Lösungswege zu suchen, welche **die Situation verbessern können**.
- Es ist deshalb sinnvoll, **gemeinsam** mit Kindern und Jugendlichen **zu überlegen, was getan werden kann**. Nach Möglichkeit sollten auch Entscheidungen gemeinsam mit ihnen getroffen werden.
- **Ohne Hilfe von Expertinnen und Experten lassen sich viele Online-Konflikte nicht lösen:** Hilfe können Eltern, Lehrkräfte, Beratungsstellen, (Schul-)Psychologen oder in drastischen Fällen die Polizei leisten. Jugendleitungen können hier Unterstützung suchen.

Es gibt **Anlaufstellen und Beratungsangebote**, an die sich **junge Menschen und Erwachsene** unter anderem per E-Mail oder Telefon wenden können. Die Beratung ist vertraulich und kann auf Wunsch anonym erfolgen. Jugendleitungen können diese Angebote auch selbst nutzen, um sich über Handlungsstrategien zu informieren:

Folie 9:
Welche Regeln kann man beachten?

- Die Bundeskonferenz für Erziehungsberatung (bke) bietet kostenfreie und professionelle Beratungsangebote an: www.bke-beratung.de
- Die „Nummer gegen Kummer“ ist die Dachorganisation des größten telefonischen und kostenfreien Beratungsangebotes für Kinder, Jugendliche und Eltern in Deutschland: www.nummergegenkummer.de
- Juuuport e. V. ist ein Beratungsangebot von jugendlichen Scouts für Jugendliche: www.juuuport.de
- In der „Cyber-Mobbing Erste-Hilfe App“ der EU-Initiative klicksafe sind für Betroffene Verhaltenstipps zusammengestellt, die von Jugendlichen vorgetragen werden. Diese sprechen Betroffenen Mut zu und begleiten sie bei ersten Schritten, um gegen verletzendes Online-Handeln vorzugehen.

Bestenfalls wird verletzendes Online-Handeln in der Jugendarbeit schon thematisiert, bevor es entsteht beziehungsweise ein Konflikt eskaliert.

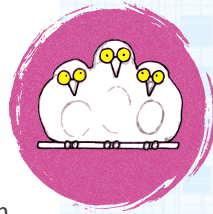
Abschließend verteilt die Kursleitung das Handout „Verletzendes Online-Handeln“, das praktische Hinweise enthält, wie Jugendleitungen das Thema mit jungen Menschen präventiv behandeln können. Es gibt zudem Anregungen, wie Jugendleitungen bei Online-Konflikten reagieren und ihr Wissen in Bezug auf rechtliche Rahmenbedingungen vertiefen können.

Sofern es gewünscht oder im zeitlichen Rahmen möglich ist, schaut sich die Gruppe das Handout gemeinsam an. Anschließend leitet die Kursleitung zum Abschluss über.

Personengruppen, ihre Rollen und Motive

Gruppenaufgabe

Findet euch in einer Gruppe von **maximal vier Personen** zusammen. Eure Kursleitung teilt euch **eine Person aus dem Fallbeispiel** „Im Klassen-Chat“ zu. Unten findet ihr **Hintergrundinformationen** zu den Personengruppen, die bei verletzendem Online-Handeln involviert sind.



Beantwortet im Hinblick auf die euch zugeteilte Person (Sarah, Tom oder Igor) folgende Fragen. Berücksichtigt bei der Beantwortung der Fragen die Hintergrundinformationen.

Stellt euch vor, dass Sarah, Tom oder Igor in eure Jugendgruppe geht:

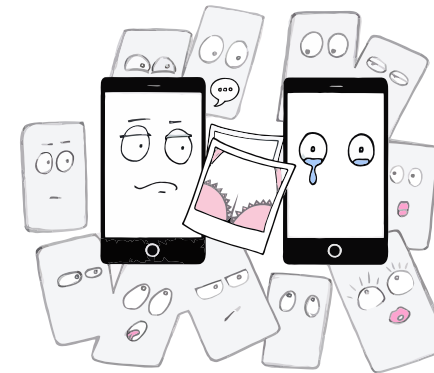
- Zu welcher **Personengruppe** gehört Sarah/Tom/Igor und welche **Motive** könnt ihr bei Sarah/Tom/Igor für ihr/sein Handeln erkennen?
- Was würdet ihr **tun**, wenn ihr die Situation von Sarah/Tom/Igor bemerkt? Warum?
- Was würdet ihr **auf keinen Fall tun**? Warum?
- **Wo würdet ihr euch Unterstützung holen?**

Im Klassenchat

Sarah, Tom und Igor gehen in dieselbe Klasse. Igor ist außerdem Admin des Klassen-Chats. **Sarah** hat vor einigen Tagen mit **Tom** Schluss gemacht. Aus Wut schickt er ein peinliches Bild von ihr über den Chat. Die Situation schaukelt sich hoch. Die **ganze Klasse** beginnt, Sarah zu beschimpfen. Sie sei blöd und eine Schlampe. Die Beleidigungen werden immer heftiger. **Igor** ist genervt. Er löscht Tom und Sarah aus dem Chat. Das haben sie davon. Nun bekommen eben beide nicht mehr mit, was in der Klasse passiert.

Hintergrundinformationen

Sarah ist eine Betroffene. Menschen, die online beschimpft, beleidigt und gedemütigt werden, können enorm unter diesen Angriffen leiden und an Selbstwertgefühl verlieren. Vor allem wenn Kinder und Jugendliche Online-Attacks über einen längeren Zeitraum hinweg ausgesetzt sind, ziehen sich viele von ihnen zurück und wollen beispielsweise nicht mehr zu Gruppenstunden oder in die Schule gehen. Bei ihnen können psychosomatische Beschwerden wie Kopfschmerzen oder Schlafstörungen auftreten.



In dramatischen Fällen können junge Menschen nach wiederholten Online-Attacks suizidale Gedanken haben. Viele Betroffene empfinden Wut, fühlen sich aber auch hilflos. Sie schämen sich für ihre Situation und trauen sich nicht, bei Außenstehenden um Hilfe zu bitten.

Betroffener kann jeder sein: Ein Aufhänger für Online-Attacks findet sich leicht oder aber ein Alltagskonflikt setzt sich online fort und eskaliert dort.

Betroffener
kann jeder
sein!

Tom und die Mitglieder der Klassen-Chats sind aktiv beteiligte Jugendliche.

Warum Menschen andere online verletzen, kann viele Ursachen haben und lässt sich nicht immer leicht beantworten. Das Handeln einer Person wird unter anderem durch ihr familiäres und soziales Umfeld, eigene Gewalterfahrungen oder Normen- und Wertvorstellungen geprägt.

Manche Menschen, die andere verletzen, haben selbst Online-Gewalt erlebt. Andere hingegen sind gut in ihr soziales Umfeld, beispielsweise in ihre Klassengemeinschaft, eingebunden oder genießen dort sogar eine zentrale Rolle. Motive für Online-Gewalt sind ebenfalls vielfältig: Können junge Menschen mit einer schlechten Erfahrung nicht umgehen, kann es passieren, dass sie ihrer Wut Luft machen, indem sie an jemandem Rache nehmen.

Kinder und Jugendliche erniedrigen häufig andere, um in ihrer Peer-group Anerkennung zu gewinnen oder ihre Position in der Gruppenhierarchie zu verbessern. Das Zusammengehörigkeitsgefühl einer Gruppe kann auch dadurch gestärkt werden, dass beispielsweise eine Person ausgegrenzt wird. Manchmal werden junge Menschen zu Mitläufern oder aktiv Beteiligten, um nicht selbst Betroffene von Online-Attacken zu werden.

Online kann man die Reaktionen anderer nicht unmittelbar miterleben. Deshalb passiert es schnell, dass im Internet Kommunikationsregeln missachtet werden. Auch weiß man nie, wie sich Inhalte online verbreiten: Bereits ein (unbedachter) negativer Kommentar oder ein bloßstellendes Bild können ausreichen, damit ein Konflikt entsteht und eskaliert.

Motive für
Online-Gewalt
sind vielfältig.

Igor ist (zunächst) ein Zuschauer. Die meisten Jugendlichen nehmen bei verletzendem Online-Handeln die Rolle von Zusehenden ein. Was sie häufig nicht wissen: Sie haben eine Schlüsselrolle und können die Situation zum Positiven beeinflussen. Sie können aber auch Teil des Problems werden. Denn oft greifen Jugendliche nicht ein, da sie Angst haben, selbst Betroffene zu werden, oder da sie der Person, die verletzendes Online-Handeln ausübt, keine Aufmerksamkeit schenken möchten.



Zuschauende
können durch
ihr Handeln die
Situation deutlich
verbessern.

Wegschauen führt allerdings meistens nicht dazu, dass Online-Attacken aufhören. Vielmehr entsteht bei den aktiv Beteiligten das Gefühl, dass die Zusehenden ihnen insgeheim zustimmen. Je größer die Gruppe der Zusehenden ist, umso mehr Verantwortung gibt der Einzelne häufig ab – nach dem Motto: „Wieso ich? Die anderen könnten ja auch eingreifen.“ Gefährlich ist auch die Aussage: „Selbst schuld!“ Denn Online-Gewalt kann jeden treffen.

Zusehende werden zu Mitläufern, sobald sie die Personen, die andere online bedrohen, schützen oder aktiv unterstützen. Wenn Zusehende allerdings beginnen, der betroffenen Person ihr Mitgefühl auszusprechen und ihr Unterstützung zusichern, kann sich die Situation der betroffenen Person deutlich verbessern: Zusehende können sich online gegen Attacken positionieren, offline die aktiv Beteiligten dazu auffordern, mit den Angriffen aufzuhören, und Kontakt zu Personen aufnehmen, die weitere Unterstützung leisten können.

Handout: Verletzendes Online-Handeln

Wissenswertes

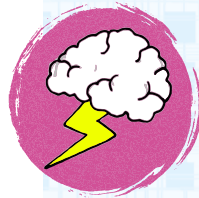
Unter verletzendem Online-Handeln versteht man verschiedene Arten psychischer Gewalt. Dazu gehören Beschimpfungen, Beleidigungen, Bloßstellungen oder Drohungen. Beispiele für verletzendes Online-Handeln sind:

- Bashing,
- Trolling,
- Shitstorms oder
- digitale Pranger

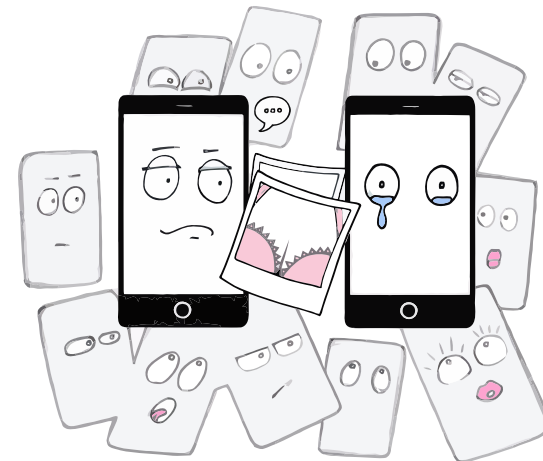
In extremen Fällen kann es zu Cyber-Mobbing kommen. Verletzendes Online-Handeln zeichnet sich dadurch aus, dass es zeitlich und räumlich nicht begrenzt ist: Im Internet verbreiten sich Inhalte oft rasend schnell, erreichen eine große Öffentlichkeit und machen auch vor dem privaten Rückzugsraum einer Person keinen Halt.

Verletzungen durch Online-Gewalt sind nicht immer leicht zu erkennen, da sie nicht körperlich, sondern psychischer Art sind. In vielen Fällen bleiben die Personen, die verletzendes Online-Handeln ausüben, anonym. Deshalb ist es nicht immer möglich, sie zur Verantwortung zu ziehen. Da sich die Personen, die andere online bedrohen, oft sicher fühlen und nicht direkt miterleben, wie Betroffene auf eine Online-Attacke reagieren, kann die Hemmschwelle für weitere Online-Angriffe sogar sinken.

Manchmal kann der Übergang zwischen einem Scherz und einer Beleidigung fließend sein: Im Fokus sollte deshalb immer die Frage stehen, ob sich die betroffene Person von einer Äußerung oder Situation verletzt fühlt. Zugleich gelten für das Online-Handeln die Rechte zum Schutz der Persönlichkeit und der Privatsphäre. Diese Rechte zu missachten, kann straf- und zivilrechtliche Folgen haben – auch für Jugendliche: Sie sind ab 14 Jahren strafmündig. Auf www.klicksafe.de

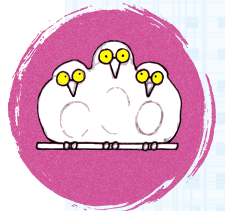


zeigt die Infografik „Verletzendes Online-Verhalten. Jeder Mensch ist verletzbar – auch online“ den Prozess des verletzenden Online-Handelns und Handlungsstrategien bildlich auf.



Zum Nachmachen

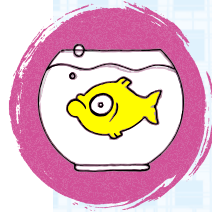
Welche Formen von verletzendem Online-Handeln in Sozialen Netzwerken werden wahrgenommen? In einer Mindmap sammeln Kinder und Jugendliche verletzende Situationen und erarbeiten deren Merkmale und Besonderheiten. Danach überlegen sie anhand der Situationen, welche Personen von Verletzungen betroffen sind, welche Personen Verletzungen ausüben und welche Personen die Situation beobachten. Abschließend wird diskutiert, welche Gründe die beteiligten Personen für ihr Handeln haben und wie einzelne Situationen verbessert werden könnten.



Zur Vertiefung

1. Herausforderung: Prävention

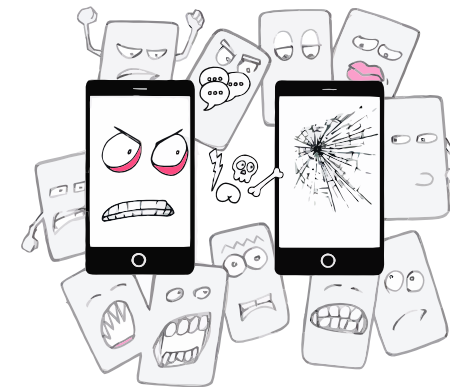
Um verletzendes Online-Handeln zu verhindern, ist es hilfreich, mit Kindern und Jugendlichen Entstehungsweisen und Merkmale in den Blick zu nehmen. Folgende Materialien können dabei unterstützen:



- Der Rapsong „Knigge 2.0“ von Ben Bohnert kann zum Anlass genommen werden, um mit Jugendlichen über verletzendes Online-Handeln ins Gespräch zu kommen. Anschließend kann das Thema anhand der klicksafe-Materialien „Vernetzt und Verletzt“ auf www.klicksafe.de unter der Rubrik „Über klicksafe/Safer Internet Day/SID Archiv/SID 2015“ vertieft werden.
- Die Arbeitsmaterialien „Ethik macht klick – Werte-Navi fürs digitale Leben“ bieten unter www.klicksafe.de Informationen, Anregungen und praktische Übungen für Schule und Jugendarbeit unter anderem zum Themenfeld „Verletzendes Online-Verhalten“. Sie sind zu finden unter der Rubrik „Service/Schule und Unterricht/Zusatzmodule zum Lehrerhandbuch“.
- Das Projekt „ICH WIR IHR im Netz“ bietet ein kompaktes Materialpaket unter www.ich-wir-ih.de, um mit Jugendlichen zwischen zwölf und 16 Jahren für ca. 40 Minuten zum Thema „Stress im Netz“ zu arbeiten.
- Das Planspiel „Bloßgestellt im Netz“ des „Online-Materialdienstes der Aktion Jugendschutz Bayern“ macht für Jugendliche zwischen zwölf und 16 Jahren eine Cyber-Mobbing-Situation in ihrer Vielschichtigkeit erfahrbar. Es ist auf www.materialdienst.aj-bayern.de unter der Rubrik „Medienpädagogik und Jugendmedienschutz/Computer/Internet“ gegen Bezahlung bestellbar.

2. Herausforderung: Konfliktfall

Erleben Kinder und Jugendliche verletzendes Online-Handeln, sind sie und ihr Umfeld häufig damit überfordert, Lösungsansätze für eine Verbesserung der Situation zu finden. Beispielsweise wurde der „No Blame Approach“ (dt. „Ansatz ohne Schuldzuweisung“) von „fairaend“ für Mobbing in Schulklassen entwickelt und zeigt unter www.no-blame-approach.de wie Konflikte zeitnah, nachhaltig und ohne Bestrafungen beendet werden können.



3. Herausforderung: Rechtliche Rahmenbedingungen

Immer wieder sind Kinder, Jugendliche und Eltern unsicher, wenn es darum geht, was online erlaubt ist und was nicht. Achtung: Jugendleitungen dürfen keine Rechtsberatung geben! Es ist jedoch wichtig, grundlegende Rechte zu kennen. Unter www.irights.info findet sich eine Reihe verständlicher Hintergrundinformationen, darunter ein mehrteiliger Ratgeber zum Thema „Cyber-Mobbing und was man dagegen tun kann“.

Jugend-
leitungen dürfen
keine Rechts-
beratung geben!

Handout: Juristische Perspektive

Rechtliche Möglichkeiten

Es gibt in Deutschland kein „Gesetz gegen verletzendes Online-Handeln“ und kein „Anti-Mobbing-Gesetz“. Bei verletzendem Online-Handeln und bei Cyber-Mobbing werden jedoch häufig Straftaten begangen, die im Strafgesetzbuch (StGB) zu finden sind. Es gibt deshalb Möglichkeiten, rechtlich gegen verletzendes Online-Handeln oder Cyber-Mobbing vorzugehen.

Vielen Kindern und Jugendlichen ist das nicht bewusst: Sie nehmen Online-Attacken im Glauben hin, sich nicht dagegen wehren zu können. Umgekehrt gilt: Verletzendes Online-Handeln ist kein „Kavaliersdelikt“, sondern kann unter Umständen erhebliche straf- und zivilrechtliche Folgen haben. Jugendliche sind ab 14 Jahren strafmündig und können somit rechtlich verantwortlich sein.

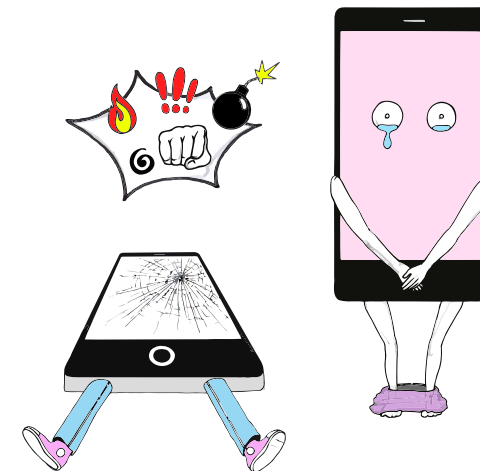
Verletzendes
Online-Handeln
ist kein Kavaliersdelikt.

An welche grundlegenden Regeln soll man sich im Internet halten?

Es gibt einige grundlegende Regeln, die es online zu beachten gilt. Die Verletzung dieser Regeln kann Geld- und sogar Freiheitsstrafen nach sich ziehen:

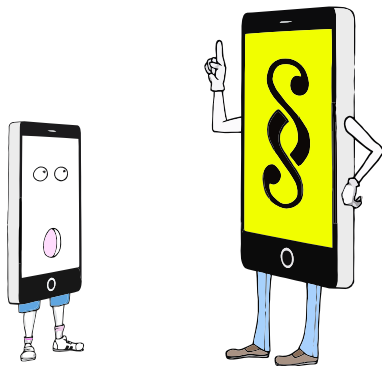
- **Es ist verboten, Abbildungen einer Person ohne deren Einwilligung zu veröffentlichen.** Denn jeder Mensch hat das „Recht am eigenen Bild“ (§§ 22 KUG/KunstUrhG). Die Abbildung einer Person darf nur veröffentlicht werden, wenn die gezeigte Person damit einverstanden ist. Unter 18-Jährige genießen sogar einen ganz besonderen Schutz: Ist eine minderjährige Person abgebildet, muss nicht nur sie selbst der Veröffentlichung zustimmen, sondern auch ein Erziehungsberechtigter.
- **Es ist verboten, eine Person ohne deren Wissen beziehungsweise Einwilligung an intimen Orten zu fotografieren oder zu filmen.** Ein solches Verhalten erfüllt den Straftatbestand „Verletzung des

höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen“ (§ 201a StGB). Zum höchstpersönlichen Lebensbereich gehören die Wohnung und gegen den Einblick geschützte Orte wie eine Umkleidekabine oder Toilette. Auch Bilder von Situationen, in der die Hilflosigkeit eines Menschen zur Schau gestellt wird, dürfen nicht veröffentlicht werden.



- **Es ist verboten, jemanden zu beleidigen und Tatsachen oder Behauptungen zu verbreiten, die dessen Würde verletzen.** Personen dürfen in der Öffentlichkeit nicht herabgewürdigt werden und über sie dürfen keine unwahren Tatsachen verbreitet werden, die ihnen Schaden zufügen können. Damit können die Straftatbestände „Beleidigung“ (§ 185 StGB), „Üble Nachrede“ (§ 186 StGB) und „Verleumdung“ (§ 187 StGB) erfüllt werden.

- **Es ist verboten, Menschen damit unter Druck zu setzen, dass demütigende Informationen oder Abbildungen veröffentlicht werden.** Auch die Androhung von körperlicher Gewalt ist strafbar: Darunter können beispielsweise private Nachrichten oder öffentliche Pinnwand-Einträge fallen, in denen mit Prügeln oder sogar dem Tod gedroht wird. All diese Verhaltensweisen können den Tatbestand „Nötigung“ (§ 240 StGB) oder „Bedrohung“ (§ 241 StGB) erfüllen.



Die Androhung von körperlicher Gewalt ist strafbar.

- **Es ist verboten, eine Person zu belästigen, so dass sie in ihrer Lebensgestaltung schwer beeinträchtigt wird.** Laut „Anti-Stalking-Gesetz“ (§ 238 StGB) ist „Nachstellung“ eine strafbare Handlung. Eine Person wird in ihrer Lebensgestaltung beeinträchtigt, wenn jemand ständig versucht, zu ihr mit modernen Kommunikationsmitteln, sonstigen Mitteln der Kommunikation oder über Dritte Kontakt herzustellen. Auch darf einer Person nicht damit gedroht werden, dass sie oder ihr nahestehende Personen fürchten müssen, Verletzungen zu erleiden oder ihre Freiheit zu verlieren.

Welche rechtlichen Maßnahmen können Betroffene gegen verletzendes Online-Handeln ergreifen?

Verstöße gegen diese Gesetze können bei der Polizei oder der Staatsanwaltschaft angezeigt werden. Allerdings ist es oft schwer oder nur mit sehr großem Aufwand möglich, anonyme Personen, die verletzendes Online-Handeln ausüben, ausfindig zu machen.

Ist eine solche Person allerdings bekannt oder stammt diese sogar aus dem nahen Umfeld, können Betroffene und deren Unterstützer das Gespräch mit ihr suchen und sie zur Beendigung der Attacken auffordern.



Wenn die Person, die andere online verletzt, nach dem persönlichen Gespräch jedoch ihr schädigendes Verhalten nicht einstellt, können rechtliche Schritte eingeleitet werden. Im Zivilrecht gibt es dazu mehrere Ansatzpunkte.

Bei verletzendem Online-Handeln geht es in erster Linie darum, das aggressive Handeln zu stoppen.

- In einem ersten Schritt kann informell dazu aufgefordert werden, das schädigende Handeln zu ändern und weitere Anfeindungen zu unterlassen. Dies nennt man **„Unterlassung“**.



Aggressives
Handeln
stoppen!

- Hilft dies nicht oder ist die Angelegenheit zu ernst, kann eine sogenannte **„Abmahnung“** sinnvoll sein. In einem formellen Brief wird die aktiv am verletzenden Online-Handeln beteiligte Person oder Personengruppe aufgefordert, ihr im Brief beschriebenes Handeln zu ändern. Mit einer solchen „Abmahnung“ ist immer auch die Aufforderung verbunden, eine rechtsverbindliche Erklärung abzugeben, das Handeln zu unterlassen. Diese nennt man **„Unterlassungserklärung“**.

- Führt auch die „Abmahnung“ zu keiner Veränderung der Situation, kann beim zuständigen Gericht eine sogenannte **„Unterlassungsklage“** erhoben werden, damit eine Person ihr schädigendes Handeln beendet. Gibt das Gericht der Klage statt und wird das Urteil rechtskräftig, drohen den Personen, die verletzendes Online-Handeln ausüben, erhebliche Folgen, wenn sie ihr Handeln nicht ändern.
- Eine weitere Möglichkeit ist die **„Einstweilige Verfügung“** – ein Schnellverfahren für besonders dringende Fälle. „Einstweilige Verfügungen“ können deswegen auch nur innerhalb einer bestimmten Zeit nach der Rechtsverletzung bei Gericht beantragt werden. Je nach Gericht sind das zwischen drei und vier Wochen. Der Vorteil von „Einstweiligen Verfügungen“ ist, dass sie innerhalb weniger Wochen durchgesetzt werden können, um eine verletzende Situation zu beenden.

Schnellverfahren
für besonders
dringende
Fälle

Meine Notizen

Merkmale von verletzendem Online-Handeln

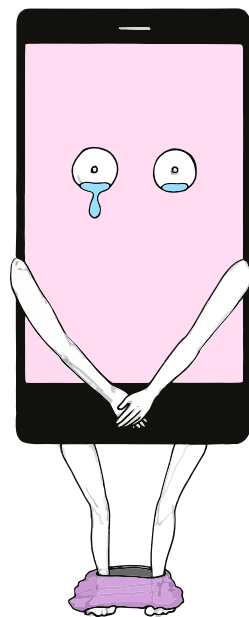
Welche Merkmale hat verletzendes Online-Handeln? (Folie 4)

„Verletzendes Online-Handeln“ ist ein **Sammelbegriff** für verschiedene Arten psychischer Gewalt. Online-Attacken zielen darauf ab, dem sozialen Ansehen eines Menschen zu schaden, indem verletzendes Kommentare, Bilder oder Videos im Internet veröffentlicht werden. Deshalb ist verletzendes Online-Handeln als symbolische Gewalt zu verstehen. Die Handlungen können von verschiedenen Personen unterschiedlich verletzend wahrgenommen werden. Was für eine Person in Ordnung ist, kann für eine andere somit bereits sehr schlimm und problematisch sein.

Verletzungen, die über Social Media-Angebote geäußert werden, und öffentlich zugänglich sind, können andere Folgen nach sich ziehen als Äußerungen während eines Gesprächs von Angesicht zu Angesicht. Denn verletzendes Online-Handeln hat besondere Merkmale:

Psychische Gewalt

Merkmale



Keine offensichtlichen körperlichen Verletzungen der betroffenen Person. Da es sich – anders als beispielsweise bei einer Schlägerei – nicht um offensichtliche körperliche Verletzungen handelt, sind die Auswirkungen von Online-Gewalt oft nur schwer zu erkennen und die Folgen kaum abzuschätzen. Betroffene Personen können stark unter Online-Angriffen leiden, so dass Stress, schwindendes Selbstwertgefühl, Ohnmachtsgefühl

Auswirkungen von verletzendem Online-Handeln

le, Angstzustände, Leistungsabfall in der Schule oder in schlimmen Fällen sogar Suizidgedanken die Folge sein können. Allerdings können diese psychischen Verletzungen auch körperliche Auswirkungen wie Bauch- und Kopfschmerzen, Übelkeit, Schlaf- oder Essstörungen nach sich ziehen.

Keine räumliche und örtliche Begrenzung. Die Betroffenen können über mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets jederzeit kontaktiert werden. Da viele Kinder und Jugendliche ein eigenes Smartphone besitzen und an vielen Orten die Möglichkeit haben, das Internet zu nutzen, hören Angriffe auch mit dem Betreten privater Räume nicht auf. Betroffene Personen haben es schwer, Schutz- und Rückzugsräume zu finden.

Schnelle Verbreitung und große Öffentlichkeit. Sind Inhalte einmal online, können sie sich schnell verbreiten oder eine große Öffentlichkeit erreichen. Werden beispielsweise verletzendende Nachrichten oder Bilder innerhalb eines Gruppenchats verschickt oder in Sozialen Netzwerken gepostet, ist es unmöglich, ihre Verbreitung aufzuhalten oder sie zu löschen. Deswegen können auch Jahre später verletzendende Inhalte kursieren oder erneut auftauchen.

Oftmals bleiben die aktiv beteiligten Personen anonym. Oft geben die Personen, die verletzendende Inhalte veröffentlichen, ihre wahre Identität nicht preis und bleiben anonym. Ihnen die Taten nachzuweisen, ist oft nicht oder nur mit sehr großem Aufwand möglich. Daher können sich Betroffene in ihrem Alltag häufig stark verunsichert oder bedroht fühlen: Sie haben Angst, den Personen, die verletzendes Online-Handeln ausüben, zu begegnen, ohne diese zu erkennen und ihnen aus dem Weg gehen zu können. Personen, die andere online bedrohen, erleben bei Online-Gewalt nicht die unmittelbare Reaktion der Betroffenen. Das kann die Hemmschwelle für weitere Attacken senken oder ein Beenden der Attacken erschweren.

Welche Beispiele für verletzendes Online-Handeln gibt es? (Folie 4)

Es gibt verschiedene Beispiele für verletzendes Online-Handeln. Einige Begriffe werden besonders häufig genutzt:

Aggressive Beschimpfungen und Beleidigungen. Shitstorm, Bashing und Trolling sind unterschiedliche Formen aggressiver Beschimpfungen und Beleidigungen gegen einzelne Personen oder Personengruppen. Diese Gewalt-Formen haben das Potenzial, die Kommunikationssituation eskalieren zu lassen. Richtet eine große Anzahl an Personen online unsachliche Kritik und Beschimpfungen gegen einzelne Menschen, Institutionen oder Unternehmen, schließen sich diesen Beschimpfungen immer mehr Perso-

Kein Halt vor Schutz- und Rückzugsräumen

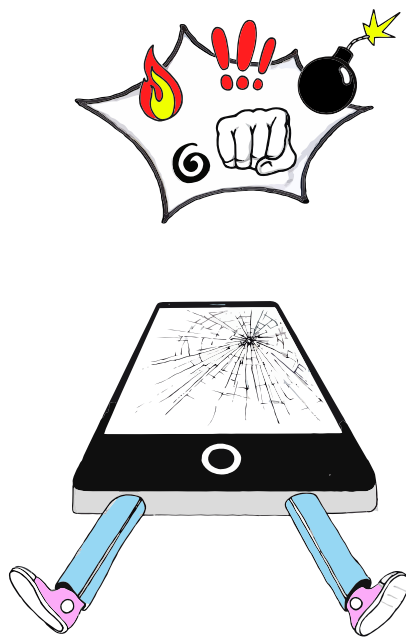
Unaufhaltsame Verbreitung

Anonymität der aktiv Beteiligten

Beispiele

Shitstorm, Bashing und Trolling

nen an und verschärft sich zunehmend der Ton dieser Beschimpfungen, spricht man von einem Shitstorm (von engl. „shit“ = dt. „Scheiße“ und engl. „storm“ = dt. „Sturm“). Bashing (von engl. „to bash“ = dt. „jemanden niedermachen“) ist eine im Internet öffentlich geäußerte, heftige und herabsetzende Kritik gegen eine Person oder Personengruppe. Als Trolls werden Personen bezeichnet, die innerhalb von Internet-Communities bewusst Konflikte provozieren und Diskussionen durch falsche Informationen manipulieren. Unter dem Begriff „Trolling“ versteht man demnach ein destruktives, unsachliches und aggressives Kommunikationsverhalten im Internet.



Digitaler Pranger. Als digitaler Pranger werden Seiten in Sozialen Netzwerken oder Gruppen in Messenger-Diensten bezeichnet, die gegründet werden, um eine Person anhand von Fotos, Videos und Kommentaren bloßzustellen. Gemeinsam ist diesen Hass-, Gerüchte- oder Schlampe-Seiten beziehungsweise -Gruppen, dass die Betroffenen in vielen Fällen erst von diesen Seiten oder Gruppen erfahren, wenn sich deren Inhalte bereits verbreitet haben. Häufig ist es dann zu spät, Bilder, Videos und Kommentare zu löschen.

Cyber-Mobbing. Wird eine Person mit Hilfe moderner Kommunikationsmittel über einen längeren Zeitraum hinweg wiederholt absichtlich beleidigt, bedroht, bloßgestellt und belästigt, spricht man von Cyber-Mobbing.

Digitaler Pranger

Cyber-Mobbing

Nicht jeder Angriff im Netz ist also Cyber-Mobbing. Ausschlaggebend sind Dauer und Häufigkeit. Die Grenze zwischen anderen Formen von Online-Gewalt und Cyber-Mobbing kann allerdings fließend sein. Gemäß dem Schlussreport „Ich darf nur YouTube“ des medienpädagogischen Forschungs- und Praxisprojekts „ACT ON!“ handelt es sich bei Cyber-Mobbing aus Sicht von Jugendlichen um ein häufiges Phänomen, das vor allem im schulischen Kontext angesiedelt ist. Unter Cyber-Mobbing verstehen manche Jugendliche punktuelle, aber sehr verletzend wahrgenommene Handlungen, für andere stehen hinter dem Begriff systematische und dauerhafte Herabwürdigungen durch mehrere Mitglieder der Peer-group. [1]

Wie können Jugendleitungen junge Menschen für Merkmale von verletzendem Online-Handeln sensibilisieren?

Insbesondere in der Pubertät kann es unter jungen Menschen zu heftigen Auseinandersetzungen kommen. Da die meisten Kinder und Jugendlichen Social Media-Angebote nutzen, kommt es vor, dass Streitigkeiten online ausgetragen werden oder sich Offline-Auseinandersetzungen online fortsetzen. Auch können Social Media-Angebote gezielt dazu genutzt werden, eine Person aus einer Gruppe auszuschließen, sie zu beleidigen oder bloßzustellen: So gab 2017 jeder fünfte Jugendliche zwischen zwölf und 19 Jahren (19 %) an, dass online schon einmal falsche oder beleidigende Sachen über ihn verbreitet wurden. [2]

Auch in Jugendgruppen kann es dazu kommen, dass Konflikte online ausgetragen werden oder online eskalieren. Es ist deshalb wichtig, dass Jugendleitungen mit Kindern und Jugendlichen immer wieder darüber ins Gespräch kommen, welche Erfahrungen sie mit Online-Kommunikation sammeln. Auch können Jugendleitungen junge Menschen dafür sensibilisieren, dass die Online-Kommunikation andere Dynamiken entwickeln kann als die Offline-Kommunikation von Angesicht zu Angesicht: Ein unüberlegter Kommentar kann missverstanden werden, ein negativer Post kann eine Gesprächssituation eskalieren lassen und ein rufschädigendes Bild kann sich rasend schnell verbreiten und nicht mehr gelöscht werden.

Erfahrungen mit Verbreitung beleidigender Inhalte

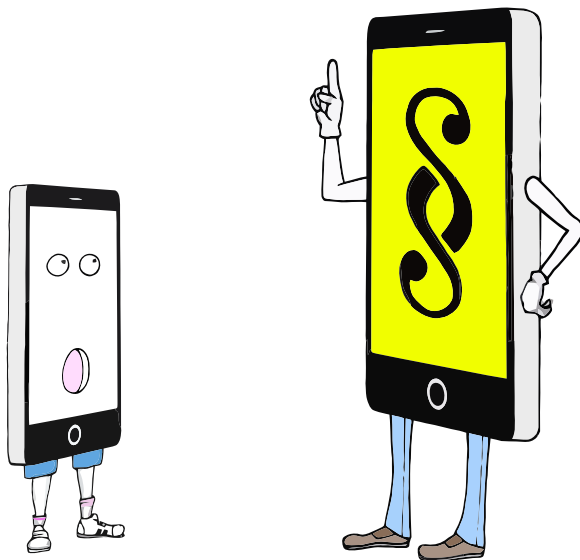
Besondere Dynamiken der Online-Kommunikation

Rechtliche Rahmenbedingungen

Kann man sich durch verletzendes Online-Handeln strafbar machen?

Es gibt in Deutschland kein „Gesetz gegen verletzendes Online-Handeln“ und kein „Anti-Mobbing-Gesetz“. Bei verletzendem Online-Handeln und bei Cyber-Mobbing werden jedoch häufig Straftaten begangen, die im Strafgesetzbuch (StGB) zu finden sind. Es gibt deshalb Möglichkeiten, rechtlich gegen verletzendes Online-Handeln oder Cyber-Mobbing vorzugehen. Vielen Kindern und Jugendlichen ist das nicht bewusst: Sie nehmen Online-Attacken im Glauben hin, sich nicht dagegen wehren zu können. Umgekehrt gilt: Verletzendes Online-Handeln ist kein „Kavaliersdelikt“, sondern kann unter Umständen erhebliche straf- und zivilrechtliche Folgen haben. Jugendliche sind ab 14 Jahren strafmündig und können somit rechtlich verantwortlich sein.

Mögliche straf- und zivilrechtliche Folgen



An welche grundlegenden Regeln soll man sich im Internet halten?

(Folie 5)

Jugendleitungen können Kindern und Jugendlichen einige grundlegende Regeln an die Hand geben, die es online zu beachten gilt. Dabei sollten Jugendleitungen deutlich machen, dass die Verletzung dieser Regeln Geld- und sogar Freiheitsstrafen nach sich ziehen kann:

- **Es ist verboten, Abbildungen einer Person ohne deren Einwilligung zu veröffentlichen.** Denn jeder Mensch hat das „Recht am eigenen Bild“ (§§ 22 KUG/KunstUrhG). Die Abbildung einer Person darf nur veröffentlicht werden, wenn die gezeigte Person damit einverstanden

Regeln für das Online-Handeln

„Recht am eigenen Bild“

ist. Unter 18-Jährige genießen sogar einen ganz besonderen Schutz: Ist eine minderjährige Person abgebildet, muss nicht nur sie selbst der Veröffentlichung zustimmen, sondern auch ein Erziehungsberechtigter. Bis zum siebten Lebensjahr trifft alleine der Erziehungsberechtigte die Entscheidung. Zwischen dem achten und 18. Lebensjahr können Kinder und Jugendliche je nach persönlicher Reife darüber mitentscheiden beziehungsweise entscheiden. Kriterium dafür ist, inwieweit sie die Konsequenzen ihrer Handlungen einschätzen können. Diese Fähigkeit wird als „Einsichtsfähigkeit“ bezeichnet. In der Regel geht man davon aus, dass Jugendliche ab 14 Jahren einsichtsfähig sind. Ob die Einwilligung eines 14- bis 18-Jährigen deswegen allerdings aus rechtlicher Sicht ausreichend ist, ist nicht eindeutig. Sind sich ein Erziehungsberechtigter und sein minderjähriges Kind nicht einig, gilt die Entscheidung des Erziehungsberechtigten.

- **Es ist verboten, eine Person ohne deren Wissen beziehungsweise Einwilligung an intimen Orten zu fotografieren oder zu filmen.** Ein solches Verhalten erfüllt den Straftatbestand „Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen“ (§ 201a StGB). Zum höchstpersönlichen Lebensbereich gehören die Wohnung und gegen den Einblick geschützte Orte wie eine Umkleidekabine oder Toilette. Auch Bilder von Situationen, in der die Hilflosigkeit eines Menschen zur Schau gestellt wird, dürfen nicht veröffentlicht werden. Darunter versteht man beispielsweise Aufnahmen von Unfallopfern oder betrunkenen Menschen. Auch kann sich eine Person strafbar machen, die so entstandene Bildaufnahmen aus dem höchstpersönlichen Lebensbereich einer Person gebraucht oder Dritten zugänglich macht. Strafbar ist zudem, Bilder von einer Person Dritten zugänglich zu machen, die dem Ansehen der Person Schaden zufügen können. Auch die Herstellung, das Anbieten und die entgeltliche Besitzverschaffung von Fotos, die die Nacktheit eines Minderjährigen zum Gegenstand haben, sind strafbar.
- **Es ist verboten, jemanden zu beleidigen und Tatsachen oder Behauptungen zu verbreiten, die dessen Würde verletzen.** Personen dürfen in der Öffentlichkeit nicht herabgewürdigt werden und über sie dürfen keine unwahren Tatsachen verbreitet werden, die ihnen Schaden zufügen können. Damit können die Straftatbestände „Beleidigung“ (§ 185 StGB), „Üble Nachrede“ (§ 186 StGB) und „Verleumdung“ (§ 187 StGB) erfüllt werden.

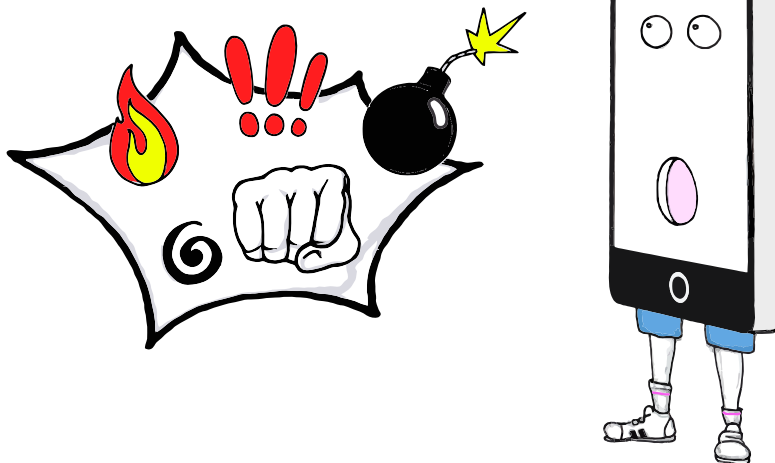
„Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen“

**„Beleidigung“,
„Üble Nachrede“,
„Verleumdung“**

- **Es ist verboten, Menschen damit unter Druck zu setzen, dass demütigende Informationen oder Abbildungen veröffentlicht werden.** Auch die Androhung von körperlicher Gewalt ist strafbar: Darunter können beispielsweise private Nachrichten oder öffentliche Pinnwand-Einträge fallen, in denen mit Prügeln oder sogar dem Tod gedroht wird. All diese Verhaltensweisen können den Tatbestand „Nötigung“ (§ 240 StGB) oder „Bedrohung“ (§ 241 StGB) erfüllen.
- **Es ist verboten, eine Person zu belästigen, so dass sie in ihrer Lebensgestaltung schwer beeinträchtigt wird.** Laut „Anti-Stalking-Gesetz“ (§ 238 StGB) ist „Nachstellung“ eine strafbare Handlung. Eine Person wird in ihrer Lebensgestaltung beeinträchtigt, wenn jemand ständig versucht, zu ihr mit modernen Kommunikationsmitteln, sonstigen Mitteln der Kommunikation oder über Dritte Kontakt herzustellen. Auch darf einer Person nicht damit gedroht werden, dass sie oder ihr nahestehende Personen fürchten müssen, Verletzungen zu erleiden oder ihre Freiheit zu verlieren.

„Nötigung“,
„Bedrohung“

„Nachstellung“



Welche rechtlichen Maßnahmen können Betroffene gegen verletzendes Online-Handeln ergreifen?

Verstöße gegen diese Gesetze können bei der Polizei oder der Staatsanwaltschaft angezeigt werden. Allerdings ist es oft nur mit sehr großem Aufwand möglich, anonyme Personen, die verletzendes Online-Handeln ausüben, ausfindig zu machen. Ist eine aktiv beteiligte Person allerdings bekannt oder stammt diese sogar aus dem nahen Umfeld, können Be-

**Anzeige bei Polizei oder
Staatswaltschaft**

troffene und deren Unterstützer das Gespräch mit ihr suchen und sie zur Beendigung der Attacken auffordern. Wenn die Person, die andere online verletzt, nach dem persönlichen Gespräch jedoch ihr schädigendes Verhalten nicht einstellt, können rechtliche Schritte eingeleitet werden. Im Zivilrecht gibt es dazu mehrere Ansatzpunkte:

„Unterlassung“. Bei verletzendem Online-Handeln geht es in erster Linie darum, das aggressive Handeln zu stoppen. In einem ersten Schritt kann informell dazu aufgefordert werden, das schädigende Handeln zu ändern und weitere Anfeindungen zu unterlassen.

„Abmahnung“. Erfolgt auf eine informelle Aufforderung keine Reaktion oder ist die Angelegenheit bereits sehr ernst, kann eine „Abmahnung“ hilfreich sein. In einem formellen Brief wird die aktiv am verletzenden Online-Handeln beteiligte Person oder Personengruppe aufgefordert, ihr im Brief beschriebenes Handeln zu ändern. Mit einer solchen „Abmahnung“ ist immer auch die Aufforderung verbunden, eine rechtsverbindliche Erklärung abzugeben, das Handeln zu unterlassen. Dies nennt man „Unterlassungserklärung“.

„Unterlassungsklage“. Führt auch die „Abmahnung“ zu keiner Verbesserung der Situation, kann beim zuständigen Gericht eine sogenannte „Unterlassungsklage“ erhoben werden, damit eine Person ihr schädigendes Handeln beendet. Gibt das Gericht der Klage statt und wird das Urteil rechtskräftig, drohen den aktiv Beteiligten erhebliche Folgen, wenn sie ihr Handeln noch immer nicht ändern.

„Einstweilige Verfügung“. Ist akuter Handlungsbedarf erforderlich, ist die „Einstweilige Verfügung“ eine weitere Möglichkeit. Bei diesem Schnellverfahren müssen unbedingt die kurzen Fristen beachtet und eingehalten werden, um die Rechtsverletzung vor Gericht zu beanstanden. Je nach Gericht liegen diese Fristen zwischen drei und vier Wochen. Der Vorteil einer „Einstweiligen Verfügung“ besteht darin, dass sie innerhalb weniger Wochen durchgesetzt werden kann und damit eine verletzende Situation zügig unterbunden wird.

Welche Hinweise zum Schutz vor verletzendem Online-Handeln können Jugendleitungen Kindern und Jugendlichen geben?

Ein Patentrezept, mit dem man sich vor Online-Attacken im Internet schützen kann, gibt es nicht. Jeder kann willkürlich Betroffener von Online-Gewalt werden. Dennoch können Jugendleitungen Kindern und Jugendlichen hilfreiche Tipps geben, um das Risiko zu senken, Betroffene von Online-Angriffen zu werden:

Stoppen des aggressiven Handelns

Rechtsverbindliche Erklärung

Beendigung schädigenden Handelns

Schnellverfahren

Kein Patentrezept

- **Junge Menschen sollten keine intimen Nachrichten, Bilder oder Videoclips verschicken** oder veröffentlichen. Diese könnten von anderen umgehend oder zu einem späteren Zeitpunkt nachteilig verwendet werden.
- **Junge Menschen sollten online keinen Kontakt mit Unbekannten aufnehmen** oder auf die Kontaktaufnahme Unbekannter reagieren. Es ist schwierig und manchmal nicht möglich, in Erfahrung zu bringen, wer sich hinter einem Kontakt oder Profil wirklich verbirgt.
- **Bei Social Media-Angeboten sollten Kinder und Jugendliche aufdringliche oder verletzende Nutzer blockieren**, um den Kontakt zu ihnen zu unterbinden.
- **Auf beleidigende Nachrichten sollten Kinder und Jugendliche nicht reagieren.** Die Reaktionen können beispielsweise zu einem späteren Zeitpunkt gegen sie angeführt werden.
- **Nachrichten mit verletzendem Online-Handeln sollten zur Beweissicherung** anhand von Screenshots dokumentiert werden. Anschließend sollten diese beim Anbieter gemeldet werden, damit sie gegebenenfalls gelöscht werden können. Anbieter, die ihren Sitz in Deutschland haben, sind gesetzlich dazu verpflichtet, rechtswidrige Inhalte zu entfernen. Jedoch haben viele Anbieter, deren Angebote bei Kindern und Jugendlichen beliebt sind, ihren Sitz nicht in Deutschland, weshalb andere Regelungen gelten können.
- **Kinder und Jugendliche sollten wissen**, dass sie sich im Falle einer Drohung, Belästigung oder Beleidigung immer an Vertrauenspersonen in ihrem Umfeld wenden können. In schlimmen Fällen kann die Polizei eingeschaltet und Anzeige erstattet werden.

**Keine Veröffentlichung
intimer Inhalte**

**Keinen Kontakt zu
Unbekannten**

**Blockierung verletzender
Nutzer**

**Keine Antwort auf
beleidigende Nachrichten**

**Beweissicherung und
Meldung**

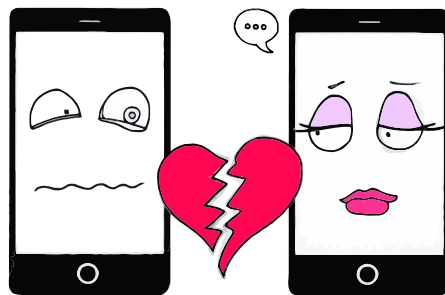
**Hinzuziehen von
Vertrauenspersonen**

Personengruppen, ihre Rollen und Motive

Welche Personengruppen sind in der Regel an verletzendem Online-Handeln beteiligt und was sind ihre Rollen und Motive? (Folie 6)

Aktiv Beteiligte. Warum Menschen andere online verletzen, kann viele Ursachen haben und lässt sich nicht immer leicht beantworten. Das Handeln einer Person wird unter anderem durch ihr familiäres und soziales Umfeld, eigene Gewalterfahrungen oder Normen- und Wertvorstellungen geprägt. Manche Menschen, die andere verletzen, haben selbst Online-Gewalt erlebt. Andere hingegen sind gut in ihr soziales Umfeld, beispielsweise in ihre Klassengemeinschaft, eingebunden oder genießen dort sogar eine zentrale Rolle.

Motive für Online-Gewalt sind ebenfalls vielfältig. Können junge Menschen mit einer schlechten Erfahrung nicht umgehen, kann es passieren, dass sie ihrer Wut Luft machen, indem sie an jemandem Rache nehmen. Kinder und Jugendliche erniedrigen häufig andere, um in ihrer Peergroup Anerkennung zu gewinnen oder ihre Position in der Gruppenhierarchie zu verbessern. Das Zusammengehörigkeitsgefühl einer Gruppe kann auch dadurch gestärkt werden, dass beispielsweise eine Person ausgegrenzt wird.



Manchmal werden junge Menschen zu Mitläufern oder aktiv Beteiligten, um nicht selbst Betroffene von Online-Attacken zu werden. Online kann man die Reaktionen anderer nicht unmittelbar miterleben. Deshalb passiert es schnell, dass im Internet Kommunikationsregeln missachtet werden. Auch weiß man nie, wie sich Inhalte online verbreiten: Bereits ein (unbedachter) negativer Kommentar oder ein bloßstellendes Bild können ausreichen, damit ein Konflikt entsteht und eskaliert.

Betroffene. Menschen, die online beschimpft, beleidigt und gedemütigt werden, können enorm unter diesen Angriffen leiden und an Selbstwertgefühl verlieren. Vor allem wenn Kinder und Jugendliche Online-Attacken über einen längeren Zeitraum hinweg ausgesetzt sind, ziehen sich viele von ihnen zurück und wollen beispielsweise nicht mehr zu Gruppen-

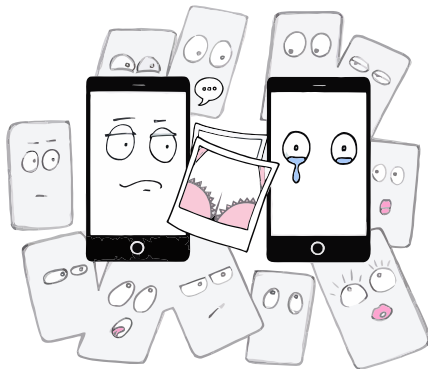
Aktiv Beteiligte

Vielfältige Motive für Online-Gewalt

Mitläufer

Betroffene

stunden oder in die Schule gehen. In dramatischen Fällen können junge Menschen nach wiederholten Online-Attacken suizidale Gedanken haben. Viele Betroffene empfinden Wut, fühlen sich aber auch hilflos. Sie schämen sich für ihre Situation und trauen sich nicht, bei Außenstehenden um Hilfe zu bitten. Betroffener kann jeder sein: Ein Aufhänger für Online-Attacken findet sich leicht oder aber ein Alltagskonflikt setzt sich online fort und eskaliert dort.



Zuschauer. Die meisten Kinder und Jugendlichen nehmen bei verletzendem Online-Handeln die Rolle von Zusehenden ein. Was sie häufig nicht wissen: Sie haben eine Schlüsselrolle und können die Situation zum Positiven beeinflussen. Sie können aber auch Teil des Problems werden. Denn oft wird nicht eingegriffen, da die Angst besteht, selbst attackiert zu werden. Auch schreiten viele nicht ein, da sie der verletzenden Person keine Aufmerksamkeit schenken möchten. Wegschauen führt allerdings meistens nicht dazu, dass Online-Attacken aufhören. Vielmehr entsteht bei den aktiv Beteiligten das Gefühl, dass die Zusehenden ihnen insgeheim zustimmen. Je größer die Gruppe der Zusehenden ist, umso mehr Verantwortung gibt der Einzelne häufig ab – nach dem Motto: „Wieso ich? Die anderen könnten ja auch eingreifen.“ Gefährlich ist auch die Aussage: „Selbst schuld!“ Denn Online-Gewalt kann jeden treffen. Zusehende werden zu Mitläufern, sobald sie die Personen, die andere online bedrohen, schützen oder aktiv unterstützen. Wenn Zusehende allerdings beginnen, der betroffenen Person ihr Mitgefühl auszusprechen und ihr Unterstützung zusichern, kann sich deren Situation deutlich verbessern: Zusehende können sich online gegen Attacken positionieren, offline die aktiv Beteiligten dazu auffordern, mit den Angriffen aufzuhören, und Kontakt zu Personen aufnehmen, die weitere Unterstützung leisten können.

Zuschauer

Was sind nach Ansicht von jungen Menschen Gründe für verletzendes Online-Handeln? (Folie 7 und 8)

Laut des Schlussreports „Ich darf nur YouTube“ des medienpädagogischen Forschungs- und Praxisprojekts „ACT ON!“ [3] aus dem Jahr 2016 schätzen vor allem ältere Jugendliche verletzendes Online-Handeln beziehungsweise Cyber-Mobbing als schwerwiegendes Problem ein. Sie sind sich des Risikos bewusst, dass verletzendes Online-Handeln oder sogar Cyber-Mobbing im eigenen sozialen Umfeld stattfinden kann. Sie haben den Eindruck, dass die Online- und Offline-Kommunikation bei Cyber-Mobbing eng miteinander verbunden sind. Außerdem sind Jugendliche der Meinung, dass sich Cyber-Mobbing vor allem in Schulklassen ereignet.

Jugendliche schildern das Phänomen Cyber-Mobbing meist aus Perspektive der Betroffenen. Allerdings sprechen sie den Betroffenen häufig eine gewisse Mitverantwortung oder eine anfängliche Schuld an der Cyber-Mobbing-Situation zu: Nach Ansicht vieler Jugendlicher provozieren Personen Cyber-Mobbing, wenn sie sich in Social Media-Angeboten ungünstig selbst darstellen oder aggressiv kommunizieren. Auch glauben Jugendliche, dass die Gefahr für Online-Attacken steigt, wenn man online viele Informationen oder kompromittierende Inhalte über sich veröffentlicht [4].



Diese Aussagen Jugendlicher zu verletzendem Online-Handeln machen deutlich, welche gefährlichen Zusammenhänge zu Lasten der Betroffenen hergestellt werden. Vielen ist nicht bewusst, wie einflussreich die Rolle der Zuschauenden bei verletzendem Online-Handeln ist. Es ist deshalb wichtig, mit Kindern und Jugendlichen über das Phänomen Online-Gewalt zu sprechen, ihre Urteile kritisch zu hinterfragen und ihnen fundiertes Wissen über Personengruppen und ihre Motive bei verletzendem Online-Handeln an die Hand zu geben. In der außerschulischen Jugendarbeit können Jugendleitungen diese präventive Arbeit leisten, aber auch als Ansprechpartner in Konfliktsituationen zur Verfügung stehen.

Risiko für verletzendes Online-Handeln im sozialen Umfeld

Perspektive der Betroffenen

Präventive Arbeit

Wie können Jugendleitungen verletzendes Online-Handeln thematisieren?

Jugendleitungen können jungen Menschen bewusst machen, dass für den Verlauf eines Online-Konflikts vor allem entscheidend ist, wie sich das Umfeld in Bezug auf den Online-Konflikt verhält. Kinder und Jugendliche sind häufig in der Rolle der Zuschauenden. Jugendleitungen sollten ihnen deutlich machen, dass sie Online-Gewalt nicht ohnmächtig hinnehmen müssen. Sie gehören zu derjenigen Personengruppe, die die Situation der Betroffenen erheblich verbessern kann, wenn sie sich gegen die aktiv Beteiligten positioniert.

Jugendleitungen können allerdings auch selbst zu Zuschauenden werden, sobald sie Online-Konflikte unter Kindern und Jugendlichen miterleben. Wie sie sich in dieser Rolle verhalten, ob sie wegschauen oder Position für die betroffene Person und gegen die aktiv Beteiligten beziehen, kann für junge Menschen Vorbildfunktion haben.

Es kann auch passieren, dass Jugendleitungen verletzendes Online-Handeln nicht direkt miterleben, sondern von Zuschauenden oder betroffenen Personen um Hilfe gebeten werden. Hier ist es wichtig, dass Jugendleitungen Handlungs- und Kommunikationsstrategien sowie Beratungs- und Anlaufstellen kennen. Jugendleitungen sind in der Regel keine ausgebildeten Psychologen und keine Juristen. Sie sollten deshalb stets abwägen, ab wann sie Hilfe von Experten hinzuziehen sollten.

Grundsätzlich können Jugendleitungen junge Menschen dafür sensibilisieren, Online-Gewalt immer aus der Perspektive der betroffenen Person zu betrachten. Deshalb sollte zur Einordnung einer Situation die Frage gestellt werden „Wer ist von der Situation betroffen und welchen Leidensdruck empfindet diese Person?“ Zum anderen gilt der Leitsatz: Betroffene von Gewalt tragen niemals Schuld an ihrer Situation. Möchte jemand einer Person schaden, sind Anlässe und Mittel schnell gefunden: Jeder Mensch kann Betroffener von Online-Gewalt werden.

Deshalb sollten Jugendleitungen jungen Menschen deutlich machen, dass die leichtfertige Preisgabe persönlicher Informationen im Internet dazu führen kann, dass diese Informationen missbraucht werden. Eine Form des Missbrauchs können Online-Attacks sein.

Besondere Rolle der Zuschauenden**Vorbildfunktion****Hilfe von Experten****Leidensdruck der betroffenen Person****Missbrauch persönlicher Informationen**

Handlungsstrategien in Konfliktfällen

Welche Perspektiven sollten eingenommen werden, um sich mit verletzendem Online-Handeln zu beschäftigen?

Ob in der Schule, im Freundeskreis oder im Sportverein: Treten in einem Lebensbereich Konflikte auf, können sie in andere Lebensbereiche hineinwirken. So kann es Jugendleitungen passieren, dass Kinder und Jugendliche verletzendes Online-Handeln in der Schule oder im Freundeskreis erleben, davon aber im Umfeld der Jugendarbeit berichten. Natürlich kann es auch innerhalb einer Jugendgruppe zu Online-Konflikten kommen. Die außerschulische Jugendarbeit sollte das Thema deshalb aus zwei Perspektiven in den Blick nehmen: Was können Jugendleitungen tun, sobald sie verletzendes Online-Handeln bemerken? Was können Jugendleitungen tun, um junge Menschen dafür zu sensibilisieren, verletzendem Online-Handeln entgegenzuwirken?

Online-Konflikte



Welche Handlungsstrategien helfen Jugendleitungen, mit verletzendem Online-Handeln umzugehen? (Folie 9)

Um Konfliktsituationen besser einschätzen und mit diesen umgehen zu können, ist es hilfreich, wenn Jugendleitungen mögliche Personengruppen bei verletzendem Online-Handeln kennen. Gleichzeitig sollten Jugendleitungen ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass jeder Online-Konflikt individuell ist und eine eigene Vorgehensweise verlangt. Ein Patentrezept, um Online-Konflikte zu lösen, gibt es deshalb nicht. Vielmehr können Gesprächs- und Handlungsstrategien dabei helfen, gemeinsam mit den involvierten Personen nach passenden Vorgehensweisen zu suchen und schließlich Lösungswege für den Konflikt zu finden. Folgende Hinweise können Jugendleitungen dabei Orientierung geben.

Gesprächs- und Handlungsstrategien

- **Zuhören ohne vorschnell Tipps zu geben oder Vorwürfe zu machen.** Unabhängig davon, ob Kinder und Jugendliche bei einem Konflikt Betroffene, aktiv Beteiligte oder Zusehende sind: Es ist wichtig, sie von der Situation berichten zu lassen und ihnen zuzuhören. Häufig ist es für involvierte Personen eine große Überwindung, über verletzende Vorfälle zu sprechen. Geben Jugendleitungen vorschnell Tipps oder machen sie sogar Vorwürfe, können sich hilfeschuchende Personen in ihrer individuellen Situation und ihren persönlichen Erfahrungen nicht verstanden fühlen.
- **Beweggründe für das Handeln herausfinden.** Es ist hilfreich, nach Beweggründen und Handlungsmotiven einer Person zu fragen und sich in ihre Rolle im Online-Konflikt hineinzuversetzen. Vor allem wenn eine Person mit ihren Angriffen einen Konflikt verantwortet oder die Person, die verletzendes Online-Handeln ausübt, unterstützt, kann es für Jugendleitungen eine große Herausforderung sein, Handlungsmotive vorurteilsfrei und ohne Vorwürfe anzuhören. Das Wissen über die Beweggründe kann Jugendleitungen dabei helfen, konkrete Ansatzpunkte zur Veränderung der Situation zu finden.
- **Motivieren, die Situation zu verbessern.** Viele junge Menschen, die von Schikanen, Beleidigungen und Erniedrigungen betroffen sind, haben die Hoffnung, dass diese Verletzungen von alleine abnehmen oder aufhören. Doch häufig muss verletzendes Online-Handeln aktiv beeinflusst und beigelegt werden. Es ist deshalb wichtig, dass Jugendleitungen betroffene Kinder und Jugendliche dazu ermutigen, über Lösungswege nachzudenken, die die Situation verbessern können. Erste Schritte zur Verbesserung können sein, verletzende Inhalte anhand von Screenshots zu dokumentieren und anschließend beim Anbieter zu melden, Freundinnen und Freunde, Eltern, Lehrkräfte oder Beratungsstellen zur Unterstützung hinzuzuziehen und sich über rechtliche Schritte zu informieren.
- **Gemeinsam überlegen, was getan werden kann.** Jugendleitungen sollten nach Möglichkeit nicht über den Kopf einer involvierten Person hinweg entscheiden und nächste Handlungsschritte ohne ihre Zustimmung oder ihr Wissen einleiten. Werden Lösungsschritte nicht gemeinsam mit den Betroffenen von Online-Gewalt oder mit den Zuschauenden überlegt, kann bei ihnen das Gefühl der Handlungslosigkeit bestehen bleiben, das sie bereits während des Online-Konflikts empfunden haben.

Zuhören

Herausfinden der Beweggründe

Verbesserung der Situation

Handlungsschritte

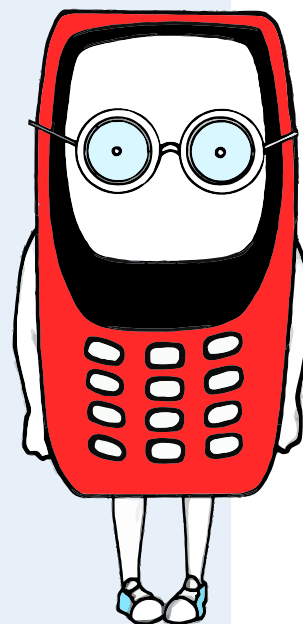
- **Hilfe hinzuziehen.** Jugendleitungen sind in der Regel keine ausgebildeten Psychologen und dürfen daher keine psychologische Beratung leisten. Wichtig ist, dass sie immer wieder abwägen, wann sie die Hilfe von Experten hinzuziehen sollten. Hilfe können Eltern, Lehrkräfte, Beratungsstellen, (Schul-)Psychologen oder in drastischen Fällen die Polizei bieten. Auch sollten Jugendleitungen Anlaufstellen und Beratungsangebote kennen, an die sich junge Menschen und Erwachsene anonym unter anderem telefonisch oder per E-Mail wenden können:
 - Auf www.bke-beratung.de bietet die Bundeskonferenz für Erziehungsberatung (bke) kostenfreie und professionelle Beratungen an. Im Forum finden sich Beiträge von Hilfesuchenden und Antworten der Berater.
 - Die „Nummer gegen Kummer“ ist die Dachorganisation des größten telefonischen, kostenfreien Beratungsangebots für Kinder, Jugendliche und Eltern in Deutschland. Auf www.nummergegenkummer.de finden sich Rufnummern für Kinder, Jugendliche und Eltern, Sprechzeiten sowie Hintergrundinformationen zum Beratungsangebot.
 - www.juuuport.de ist ein Beratungsangebot speziell von jugendlichen Scouts für Jugendliche. Im sogenannten „foorum“ können jedoch auch Erwachsene nachlesen, welche Probleme Kinder und Jugendliche beschäftigen und welche Tipps die juuuport-Scouts für sie haben.
 - In der „Cyber-Mobbing Erste-Hilfe App“ der EU-Initiative klicksafe sind für Betroffene Verhaltenstipps zusammengestellt, die von Jugendlichen gegeben werden. Diese sprechen Betroffenen Mut zu und begleiten sie bei ersten Schritten, um gegen verletzendes Online-Handeln vorzugehen.

Hilfe von Experten

Beratungsangebote und Anlaufstellen

Abschluss „Mobile Kommunikation“

- Ablaufplan
- Begleittexte
- Arbeitsaufträge: Wie geht es weiter?



Ablaufplan

Der Abschluss hat eine Dauer von ca. 30 Minuten. Die Jugendleitungen haben die Möglichkeit, Feedback zu geben und Vorsätze für ihre Arbeit mit Kindern und Jugendlichen zu formulieren.

Inhalte des Abschlusses kennenlernen

Die Kursleitung stellt die Inhalte des Abschlusses vor.

Rückbezug zu den Hashtags und Posts des Einstiegs „Mobile Kommunikation“ herstellen

Die Jugendleitungen rufen sich noch einmal ihre Posts und Hashtags ins Gedächtnis, die sie im Einstieg in Bezug auf die mobile Kommunikation in Jugendgruppen und ihre Rolle als Jugendleitung formuliert haben.

Anschließend erhalten die Jugendleitungen drei Blätter, auf denen jeweils ein Denkanreiz steht. In Einzelarbeit beschäftigen sich die Jugendleitungen für fünf bis zehn Minuten mit diesen Denkanreizen, die sich auf ihre zukünftige Arbeit mit Kindern und Jugendlichen und offene Fragen zum Thema der Schulungseinheit beziehen.

Die Ergebnisse der Einzelarbeit werden wie in einer Galerie an die Wand gehängt. Die Gruppe bekommt Zeit, sich die Antworten durchzulesen und bei Bedarf Rückfragen zu stellen.

Ideen für die eigene Arbeit in Bezug auf das Thema „Mobile Kommunikation“ formulieren

In einer Feedbackrunde geben die Jugendleitungen der Kursleitung Rückmeldung. Darüber hinaus formulieren sie, was sie konkret in ihrer Arbeit mit Kindern und Jugendlichen umsetzen werden (beispielsweise Methoden, Ideen, Impulse).

Die Kursleitung gibt den Teilnehmenden ebenfalls Rückmeldung und erinnert nochmals an deren Vorbildfunktion.

Abschließend kann die Kursleitung Teilnahmebestätigungen an die Jugendleitungen vergeben.

Dauer: 5' | Folie 1

Dauer: 15' | Folie 2-4

Material

Arbeitsaufträge „Wie geht es weiter?“

Permanentmarker

Dauer: 10' | Folie: 5-6

Material

Teilnahmebestätigungen

Begleittexte

Die Begleittexte unterstützen die Kursleitungen bei der Durchführung der Schulungseinheit.

Folientext: schwarz

Hinweis zur praktischen Durchführung: blau




Im Abschluss wird die Schulungseinheit resümiert und auf die Vorbildfunktion von Jugendleitungen hingewiesen. Die Jugendleitungen haben die Möglichkeit,

- Feedback zu geben,
- eigene Vorsätze in Bezug auf ihre Arbeit zu formulieren.

Folie 1:
Abschluss
„Mobile Kommunikation“

Abschluss
Mobile Kommunikation

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Präsentation im Plenum

Ein kurzer Blick zurück!

Erinnert euch an euren **#Hashtag** oder **Post**, den ihr am Anfang zu folgenden Fragen formuliert habt:

- **Wie** kommunizieren Kinder und Jugendliche in Jugendgruppen miteinander?
- **Welche Rolle** nimmst du als Jugendleitung dazu ein?

Folie 2

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern


Das übergeordnete Thema dieser Schulungseinheit ist „Mobile Kommunikation“. Mit den Fragen auf der Folie haben sich alle eingangs beschäftigt und ihre Überlegungen und Ergebnisse miteinander diskutiert. Auch im Kontext des Schwerpunkts wurden Herausforderungen für die Jugendarbeit thematisiert.

Fest steht: Mobile Kommunikation ist ein Teil des Alltags von Kindern und Jugendlichen und somit ein Teil der Jugendarbeit. Es ist deshalb wichtig, dass Jugendleitungen mit Kindern und Jugendlichen über mobile Kommunikation ins Gespräch kommen, sich aktiv mit den Nutzungsmotiven von jungen Menschen beschäftigen und auch Herausforderungen von mobiler Kommunikation in den Blick nehmen.

Folie 2: Ein kurzer Blick zurück!

Abschluss
Mobile Kommunikation

MEDIEN
FÖHRERSCHEN
Bayern



Einzelarbeit

Wie geht es weiter?

- Du erhältst drei Blätter. Auf jedem steht ein anderer Denkanreiz.
- Nimm dir einen **Moment Zeit**, um die Denkanreize durchzulesen:
 1. Dieses **Thema** greife ich in meiner Arbeit mit Kindern und Jugendlichen auf ...
 2. Diesen **Vorsatz** nehme ich mir mit ...
 3. Das ist für mich **offen** geblieben ...
- Deine **Überlegungen** zu den einzelnen Denkanreizen schreibst du auf das entsprechende Blatt, das anschließend für alle sichtbar im Raum aufgehängt wird.

Folie 3

Stiftung
Medienpädagogik
Bayern


Nun haben alle Teilnehmenden Zeit, sich mit eigenen Überlegungen zu beschäftigen und diese festzuhalten.

Die Jugendleitungen haben fünf bis zehn Minuten Zeit, sich in Einzellarbeit zu den drei Denkanreizen Gedanken zu machen. Ihre Überlegungen halten sie schriftlich auf den entsprechend betitelten Blättern fest. Die Überlegungen werden anschließend nach Denkanreizen geordnet und im Raum aufgehängt. Die Jugendleitungen sollten ihre Überlegungen deshalb für alle verständlich formulieren.

Folie 3: Wie geht es weiter?

Abschluss
Mobile Kommunikation

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Präsentation im Plenum
Deine Ergebnisse!

1. Welches **Thema** greife ich in meiner Arbeit mit Kindern und Jugendlichen auf?
2. Welchen **Vorsatz** nehme ich mir mit?
3. Was ist für mich **offen** geblieben?

Es ist wichtig,
bei Kindern und
Jugendlichen einen
reflektierten
Umgang mit
Medien zu fördern.

Folie 4


Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Jugendleitungen bekommen etwas Zeit, sich die Ergebnisse anzusehen und bei Bedarf Rückfragen zu stellen. Gemeinsam mit der Kursleitung wird überlegt, inwiefern offene Fragen im Anschluss an die Schulungseinheit geklärt oder bearbeitet werden können.

Folie 4:
Deine Ergebnisse!

Abschluss
Mobile Kommunikation


MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



Sammlung im Plenum

Geistesblitze gesucht!

Was setzt du konkret in deiner Arbeit mit Kindern und Jugendlichen um?



Folie 5


Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Jugendleitungen finden sich zu einer Feedbackrunde zusammen. Sie haben die Möglichkeit, der Kursleitung allgemeine Rückmeldung zur Schulungseinheit zu geben. Das Feedback der Teilnehmenden wird mit einem Arbeitsauftrag verknüpft. Die Jugendleitungen sollen formulieren, was sie konkret in ihrer Arbeit mit Kindern und Jugendlichen umsetzen werden (beispielsweise Methoden, Ideen, Impulse). Die Jugendleitungen sollen an dieser Stelle keine komplexen Konzepte vorstellen, sondern überlegen, wie sie Anregungen aus der Schulungseinheit in ihre Arbeit einfließen lassen können. Ziel ist, zu möglichst konkreten Aussagen oder sogar Vereinbarungen zu kommen.

Folie 5: Geistesblitze gesucht!

Abschluss
Mobile Kommunikation

MEDIEN
FÜHRERSCHEIN
Bayern



**Jugendleitungen
sind wichtige Bezugspersonen
für Kinder und Jugendliche
und haben somit
Vorbildfunktion.**

Folie 6

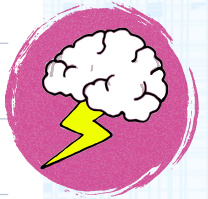
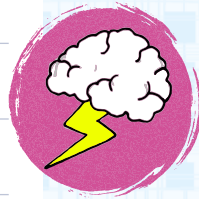
Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

Die Kursleitung beendet die Schulungseinheit ebenfalls mit einem Feedback an die Gruppe. Sie erinnert nochmals an die Vorbildfunktion von Jugendleitungen. Abschließend können sich die Jugendleitungen zur Erinnerung mit dem Blatt fotografieren lassen, auf dem sie die Frage „Welchen Vorsatz nehme ich mir mit?“ beantwortet haben. Die Kursleitung hat die Möglichkeit, Teilnahmebestätigungen auszugeben.

Folie 6: Vorbildfunktion

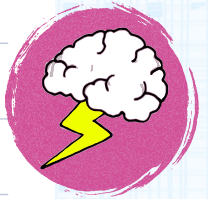
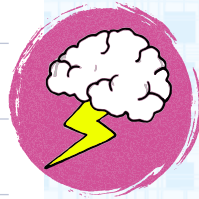
Wie geht es weiter?

Dieses Thema greife ich in meiner Arbeit auf!



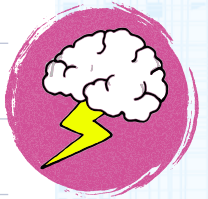
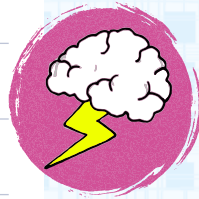
Wie geht es weiter?

Diesen Vorsatz nehme ich mir mit!



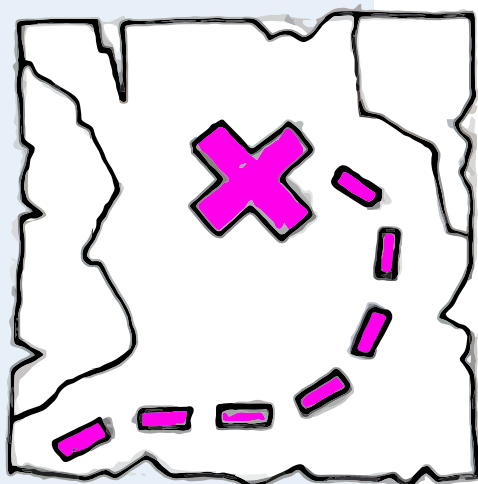
Wie geht es weiter?

Das ist für mich offen geblieben!



Anhang

- Links
- Quellen
- Impressum



Links

Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V.

Neben den Informationen über jugendschutzrelevante Medienangebote ist es der Aktion Jugendschutz ein wichtiges Anliegen, medienpädagogische Informationen und Angebote zu entwickeln und so zu einem positiven und konstruktiven Medienumgang bei Kindern und Jugendlichen beizutragen.

- www.bayern.jugendschutz.de

Bayerischer Jugendring (BJR)

Der Bayerische Jugendring ist die Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände, Jugendgemeinschaften und Jugendinitiativen in Bayern. Mit seinen 103 Stadt-, Kreis- und Bezirksjugendringen ist er in ganz Bayern vertreten. Er setzt sich für die Interessen von Kindern und Jugendlichen in Bayern ein und vertritt mit den Mitteln der Jugendarbeit und -politik die Belange aller jungen Menschen im Freistaat.

- www.bjr.de

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) genehmigt und beaufsichtigt als eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland private Hörfunk- und Fernsehangebote in Bayern. Im Aufgabenkatalog der BLM nimmt die Förderung von Medienkompetenz einen wichtigen Platz ein. Dabei steht nicht primär der Aspekt der Vermittlung technischen Wissens im Mittelpunkt, gefördert wird vielmehr die Kompetenz, Medien verantwortungsvoll zu nutzen.

- www.blm.de

Creative Commons

Die Non-Profit-Organisation bietet mittels vorgefertigter Lizenzverträge eine Hilfestellung für die Veröffentlichung und Verbreitung digitaler Medieninhalte und leistet damit einen wichtigen Beitrag, rechtliche Unsicherheiten bei Fragen des Urheberrechts zu beseitigen. Unterstützt wird die Organisation durch die Europäische EDV-Akademie des Rechts und das Institut für Rechtsinformatik der Universität des Saarlandes.

- www.creativecommons.de

Handysektor

Das Projekt Handysektor, das von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und dem Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) initiiert wurde, widmet sich Fragen rund um mobile Kommunikation. Dabei werden die Themen wie Apps, Technik, Tarife, Datenschutz, Mobbing, Gewalt oder Finanzen behandelt. Auf der Homepage werden umfangreiche Informationen und Tipps zur sicheren, aber auch kreativen Handynutzung gegeben.

- www.handysektor.de

ICH WIR IHR im Netz

Träger des Projekts ICH WIR IHR im Netz ist das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. ICH WIR IHR im Netz wird im Rahmen des Wertebündnis Bayern mit einer Reihe von Partnern und Unterstützern unter anderem von Jugendverbänden verwirklicht. ICH WIR IHR im Netz setzt bei der Begeisterung junger Menschen für Social Media-Angebote an, um ihr Wertebewusstsein zu schärfen und ihre Wertekompetenz zu stärken.

- www.ich-wir-ihr.de

iRIGHTS.info

iRIGHTS.info ist eine Informationsplattform und ein Onlinemagazin. Seit 2005 werden auf der Internetseite Fragen zum Urheberrecht und weiteren Rechtsgebieten beantwortet. iRIGHTS.info berichtet tagesaktuell in Hintergrundberichten, Nachrichten, Features und anderen Publikationen. Das Ziel ist, für besseres Verständnis des Urheberrechts und anderer Rechtsgebiete in der digitalen Welt zu sorgen.

- www.irights.info

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

Das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis wurde 1949 gegründet und befasst sich seither in Forschung und pädagogischer Praxis mit dem Medienumgang der heranwachsenden Generation. Der bewusste und kritische Umgang mit Medien wird in zahlreichen Projekten und Materialien thematisiert.

- www.jff.de

Juuuport

Der Verein Juuuport e.V. der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) bietet mit www.juuuport.de eine Selbstschutz-Plattform von Jugendlichen für Jugendliche im Internet, die auf den Dialog mit und unter den Jugendlichen setzt. Ehrenamtliche Scouts im Alter von 15 bis 21 Jahren, die von Experten qualifiziert und begleitet werden, beraten die überwiegend jungen Nutzer der juuuport-Plattform zu allen Fragen rund ums Internet – ob Datenschutz, Cyber-Mobbing, Technik oder Soziale Netzwerke.

- www.juuuport.de

klicksafe

Seit 2004 setzt klicksafe in Deutschland den Auftrag der Europäischen Kommission um, Nutzern den kompetenten und kritischen Umgang mit dem Internet und neuen Medien zu vermitteln und ein Bewusstsein für problematische Bereiche zu schaffen. Mit Materialien zu Themen wie

Cyber-Mobbing, Datenschutz oder Soziale Netzwerke bietet klicksafe umfangreiche Hintergrundinformationen und eine Vielzahl von praktischen Hinweisen.

- www.klicksafe.de

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) erhebt seit 1998 unabhängige Basisdaten zum Medienumgang von Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Die Studien des mpfs dienen als Diskussions- und Arbeitsgrundlage für Medienpädagogik, Politik und Bildungseinrichtungen.

- www.mpfs.de

Netzwerk Medienfachberatung Bayern

Im Netzwerk Medienfachberatung Bayern haben sich alle haupt- und ehrenamtlichen Medienfachberatungen der Bezirke zusammengeschlossen. Grundlage der Medienfachberatung ist die kooperative Zusammenarbeit der Partner Bayerischer Jugendring (BJR), Bezirksjugendringe und JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Die Fachberater sind in Bayern bei medienpädagogischen Fragen und Problemen die Ansprechpersonen für die außerschulische Jugendarbeit.

- www.medienfachberatung.de

Nummer gegen Kummer e.V.

Der Nummer gegen Kummer e.V. ist die Dachorganisation des größten, kostenfreien, telefonischen Beratungsangebots für Kinder, Jugendliche und Eltern in Deutschland. Mit seinen Mitgliedern hat der Nummer gegen Kummer e.V. zwei bundesweite Netzwerke aufgebaut und bietet seit mehr als 30 Jahren Rat und Unterstützung bei kleinen und großen Problemen an.

- www.nummergegenkummer.de

Saferinternet.at

Die Initiative Saferinternet.at unterstützt seit 2005 Kinder, Jugendliche, Eltern, Lehrkräfte sowie Senioren beim sicheren, kompetenten und verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien. Zum Angebot zählen Materialien zu Themen wie Cyber-Mobbing, Datenschutz oder Internet und Sexualität, die auf der Webseite zur Verfügung stehen.

- www.saferinternet.at

Stiftung Warentest

Die Stiftung Warentest ist eine gemeinnützige, deutsche Verbraucherorganisation, die Waren und Dienstleistungen verschiedener Anbieter vergleicht. Die Stiftung Warentest prüft und bewertet unter anderem unter der Rubrik „Multimedia“ regelmäßig App-Angebote.

- www.test.de

watch your web

Mit Unterstützung des Bundesministeriums für Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) und Kooperationspartnern stellt watch your web ein breites Informationsspektrum zur Verfügung. Träger dieses Projekts ist die Internationale Fachstelle für Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland (IJAB e.V.). Neben den Themenschwerpunkten Sicherheit in Sozialen Netzwerken und Datenschutz im Internet finden sich auch Antworten auf Fragen zum Verbraucherschutz und Urheberrecht.

- www.watchyourweb.de

Webhelm

Für die Sensibilisierung Jugendlicher für Datenschutz, Persönlichkeitsrechte, Urheberrecht und Konflikte im Web 2.0 haben das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis und der Aktion Jugendschutz, Arbeitsstelle Bayern e.V. mit Unterstützung des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Soziales, Familie und Integration, des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz und der Stiftung Medienpädagogik Bayern ein umfangreiches Materialpaket mit Projektideen für die Peer-Arbeit entwickelt.

- www.webhelm.de

Quellen

Einleitung

[1] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2017): JIM-Studie 2017. Jugend, Information,(Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf [Stand: 26.04.2018]

[2] Bayerischer Jugendring (2016): Jugend – Medien – Politik. Zur Gestaltung von Rahmenbedingungen des Aufwachsens in einer mediatisierten Gesellschaft. Internet: www.bjr.de/service/beschluesse/details/jugend-medien-politik-49.html [Stand: 26.06.2017]

[3] JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (2012): Wo der Spaß aufhört... Jugendliche und ihre Perspektive auf Konflikte in Sozialen Netzwerkdiensten. Teilstudie im Projekt „Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche“ im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Internet: www.jff.de/dateien/JFF-Bericht_Online-Konflikte.pdf [Stand: 26.06.2017]

[4] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2017): JIM-Studie 2017. Jugend, Information,(Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf [Stand: 26.04.2018]

Schwerpunkt „Mediennutzung“

[1] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2017): JIM-Studie 2017. Jugend, Information,(Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf [Stand: 26.04.2018]

[2] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2017): JIM-Studie 2017. Jugend, Information,(Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf [Stand: 26.04.2018]

Schwerpunkt „Selbstdarstellung“

[1] Saferinternet.at (Hrsg.) (2016): Der Umgang von Kindern und Jugendlichen mit Bildern im Internet. Internet: www.saferinternet.at/news/news-detail/article/aktuelle-studie-zum-umgang-von-kindern-und-jugendlichen-mit-bildern-im-internet-567/ [Stand: 26.06.2017]

[2] Saferinternet.at (Hrsg.) (2016): Der Umgang von Kindern und Jugendlichen mit Bildern im Internet. Internet: www.saferinternet.at/news/news-detail/article/aktuelle-studie-zum-umgang-von-kindern-und-jugendlichen-mit-bildern-im-internet-567/ [Stand: 26.06.2017]

Schwerpunkt „Verletzendes Online-Handeln“

[1] JFF – Jugend Film Fernsehen e.V. (Hrsg.) (2016): „Ich darf nur YouTube.“ Die Perspektive von Zehn- bis 14-Jährigen auf Online-Medien und Online-Risiken. Ergebnisse und Schlussfolgerungen aus der Monitoring-Studie des Projekts ACT ON!. Internet: www.jugendkonferenzen.de/act-on/wp-content/uploads/2016/11/Act-on_Schlussreport_2016_web.pdf [Stand: 26.06.2017]

[2] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2017): JIM-Studie 2017. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf [Stand: 26.04.2018]

[3] JFF – Jugend Film Fernsehen e.V. (Hrsg.) (2016): „Ich darf nur YouTube.“ Die Perspektive von Zehn- bis 14-Jährigen auf Online-Medien und Online-Risiken. Ergebnisse und Schlussfolgerungen aus der Monitoring-Studie des Projekts ACT ON!. Internet: www.jugendkonferenzen.de/act-on/wp-content/uploads/2016/11/Act-on_Schlussreport_2016_web.pdf [Stand: 26.06.2017]

[4] JFF – Jugend Film Fernsehen e.V. (Hrsg.) (2016): „Ich darf nur YouTube.“ Die Perspektive von Zehn- bis 14-Jährigen auf Online-Medien und Online-Risiken. Ergebnisse und Schlussfolgerungen aus der Monitoring-Studie des Projekts ACT ON!. Internet: www.jugendkonferenzen.de/act-on/wp-content/uploads/2016/11/Act-on_Schlussreport_2016_web.pdf [Stand: 26.06.2017]

Impressum

Konzeption: Stiftung Medienpädagogik Bayern und JFF –
Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
Autorin: Mareike Schemmerling (JFF – Institut für Medienpädagogik in
Forschung und Praxis)
Redaktion: Jutta Baumann, Jutta Schirmacher, Katharina Schulz (Stiftung
Medienpädagogik Bayern)
Satz und Layout: Helliwood media & education
Grafik: Julian Opitz

2. überarbeitete Auflage München, 2018

Copyright: Stiftung Medienpädagogik Bayern

Alle Rechte vorbehalten. Gefördert durch das Bayerische Staatsministeri-
um für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbei-
tung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des Herausgebers und der
Autorinnen und Autoren ausgeschlossen ist.