

In dieser Präsentation sind die Bilder entfernt. Hier ein paar Links zu einigen gezeigten Cartoons:

<http://echtlustig.com/48228/grundbeduerfnisse-des-menschen>

https://scontent.cdninstagram.com/hphotos-xaf1/t51.2885-15/s320x320/e15/11328262_1666812313604920_1835584600_n.jpg

<https://forevergon.files.wordpress.com/2013/04/inetzgonforever.jpg?w=562>

http://36.media.tumblr.com/b4d1602a0d953a4d1eb3eba8c55a9306/tumblr_mvz91wxM91qfvq9bo1_1280.jpg

https://smash2102.files.wordpress.com/2014/02/landschulz_online-petition-1.jpg?w=842

http://www.teddytietz.de/img/neue_medien_dt380.jpg

Die Gedanken sind frei – bis ich sie poste.

Mediale Freiräume in
jugendlichen Lebenswelten

Matthias Felling, AJS

Ablauf

Kurzvorstellung

Medien in der Lebenswelt
von Jugendlichen

5 Thesen zum Thema
Mediale Freiräume /
5 Prinzipien der pädagogischen
Arbeit

Zwischendurch: Austausch,
Diskussion, Methoden

Ich und mein Smartphone ...

Gewonnene Freiheit oder nicht?



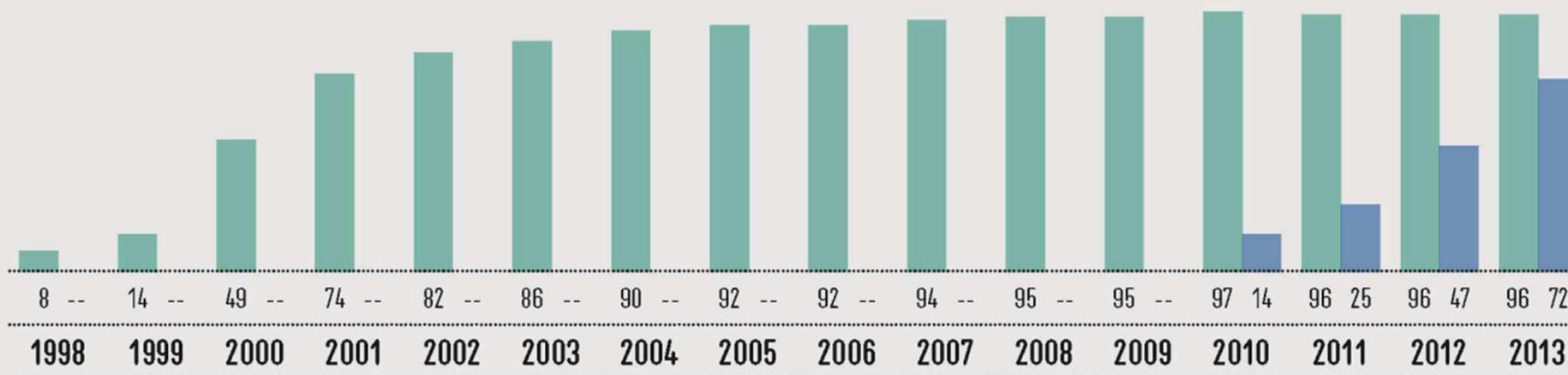
Wer steckt
hier wen
in die Tasche?

EIGENE GERÄTE

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

Quelle: 15 Jahre JIM-Studie, www.mpfs.de

 HANDY
 SMARTPHONE

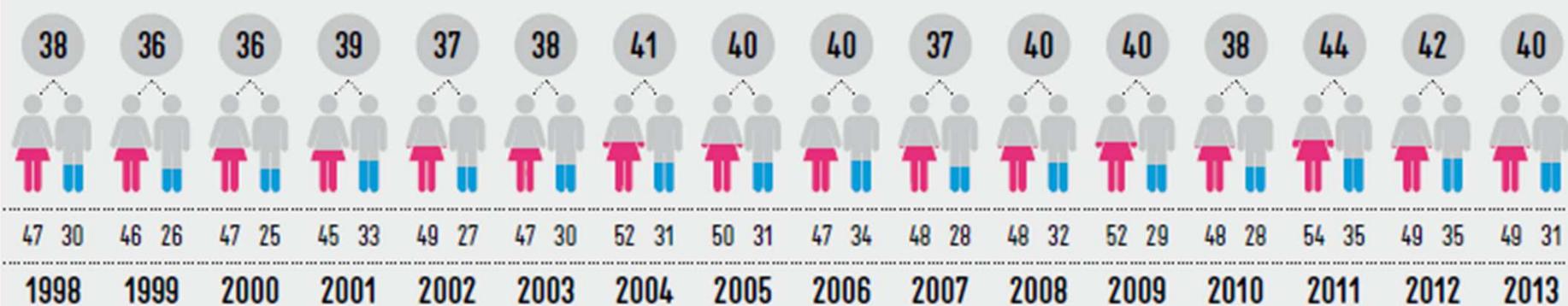




BÜCHER LESEN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

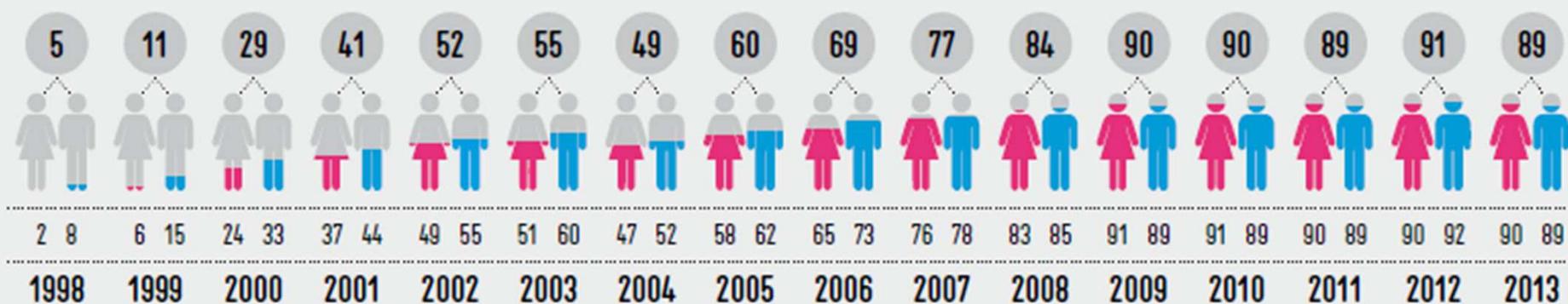
TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE





DAS INTERNET NUTZEN ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE

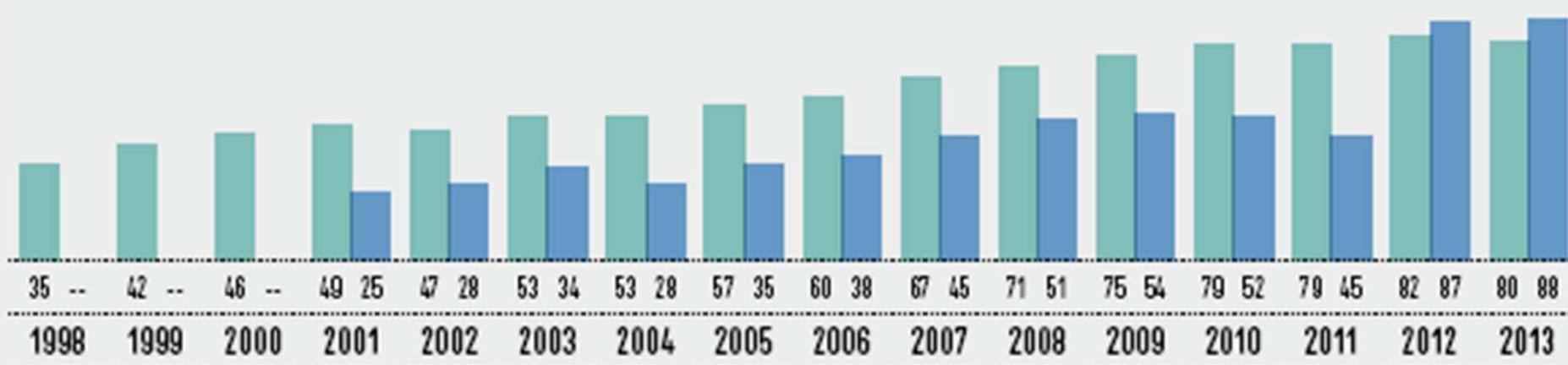




EIGENE GERÄTE

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT // *2012 ERWEITERUNG DER FRAGESTELLUNG

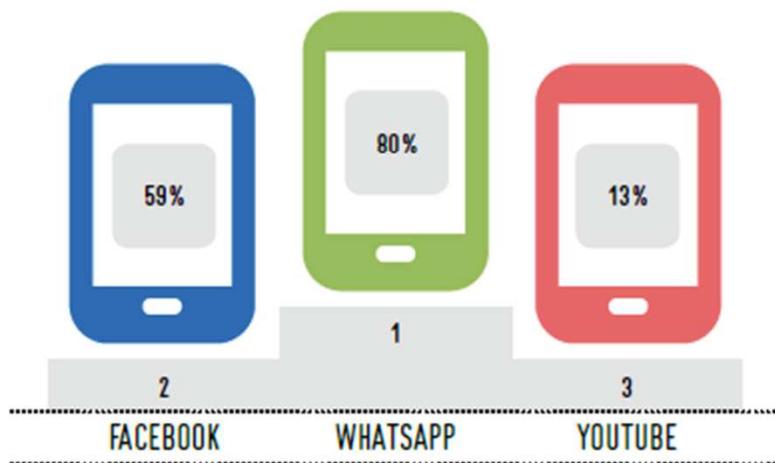
■ COMPUTER/LAPTOP
■ *INTERNETZUGANG





Die wichtigsten Apps 2013

bis zu drei Nennungen

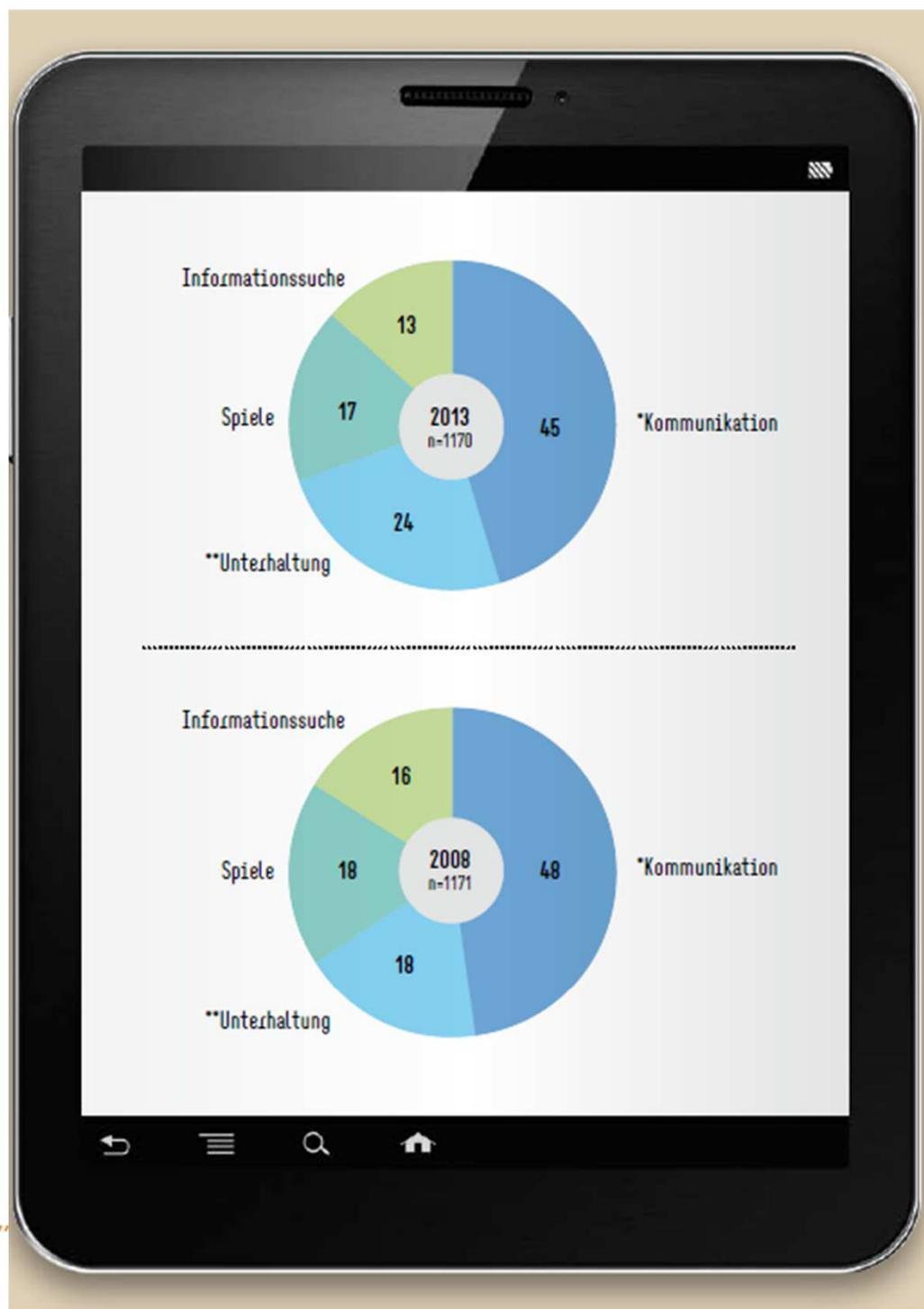


> 2006

SMS schreiben und Telefonieren sind aus Sicht der Handy-Besitzer die wichtigsten Funktionen des Handys

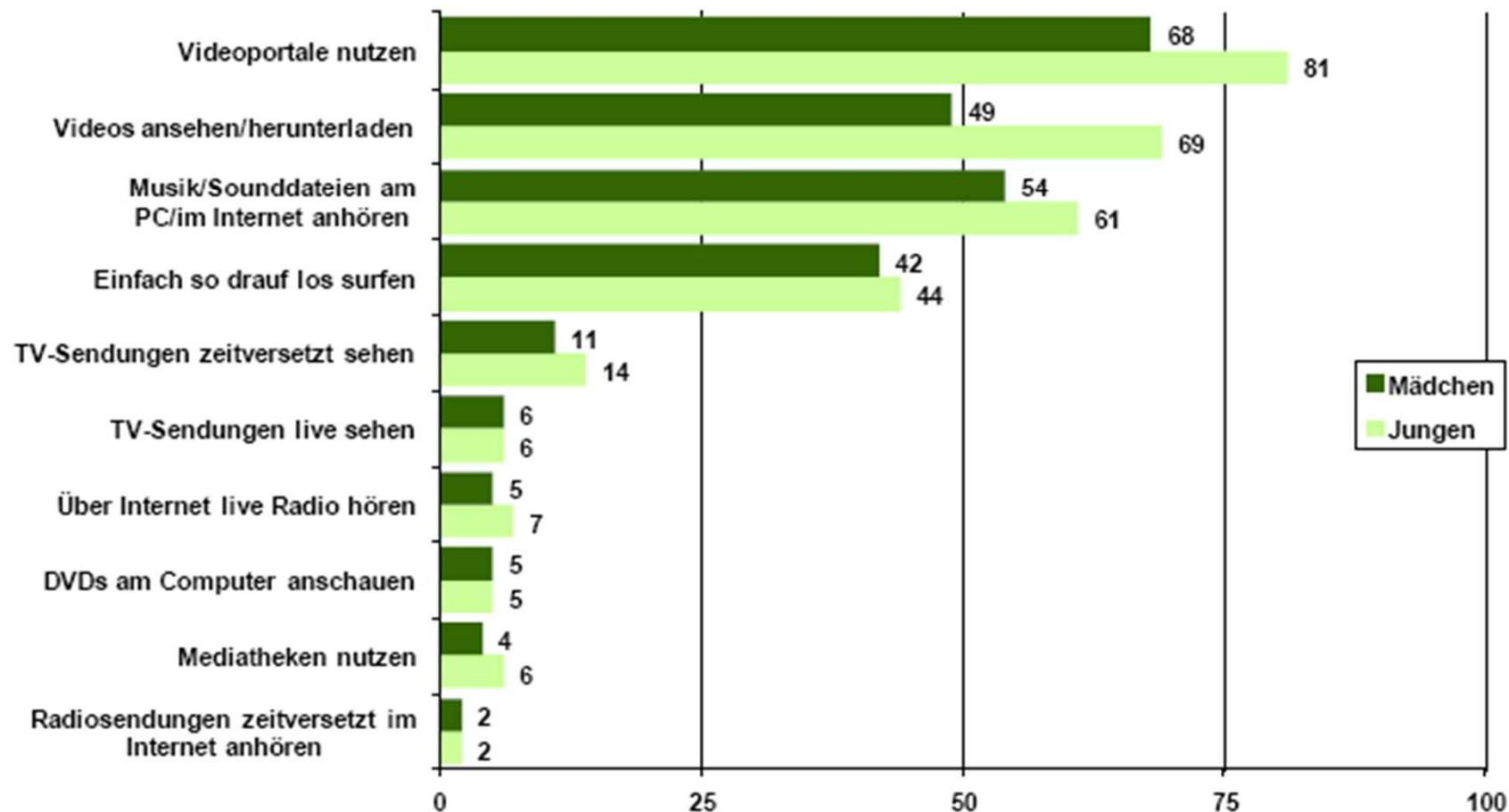
> 2006

*Ein Drittel der Handy-Besitzer findet es unwichtig, mit dem Handy ins **Internet** gehen zu können*



Tätigkeiten im Internet/am Computer – Schwerpunkt: Unterhaltung 2014

- täglich/mehrmals pro Woche -

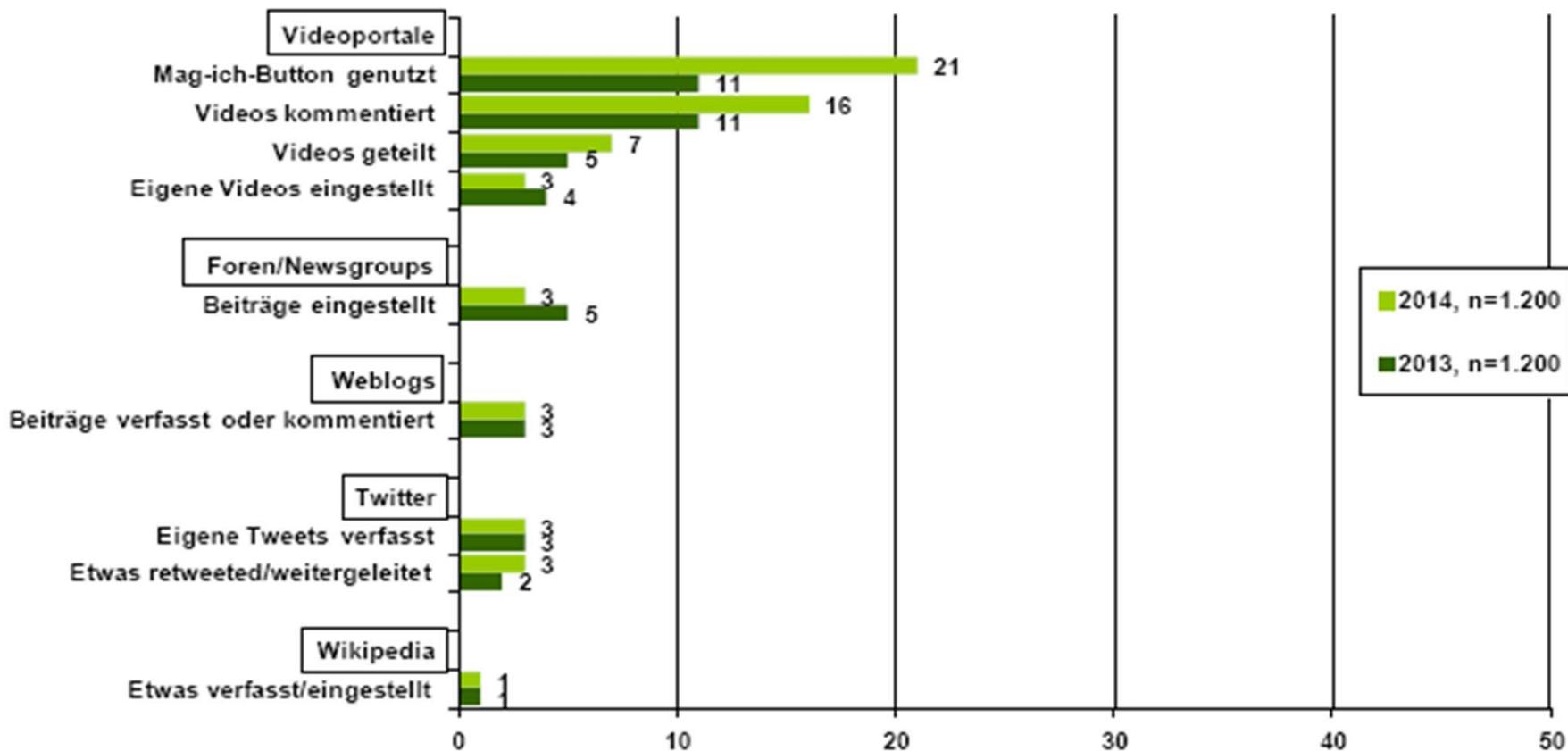


Quelle: JIM 2014, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Aktive Beteiligung im Internet 2014

- habe in den letzten 14 Tagen... -



Quelle: JIM 2014, JIM 2013, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten

1. These:

Medien bieten Heranwachsenden sinnvolle
Freiräume und Gestaltungsmöglichkeiten!

1

Korrespondenz von Entwicklungsaufgaben und Handlungskomponenten im Social Web

Entwicklungsaufgabe	Kernfrage	Handlungskomponente
Selbstauseinandersetzung	Wer bin ich?	Identitätsmanagement
Sozialauseinandersetzung	Welche Position habe ich in meinem sozialen Netzwerk?	Beziehungsmanagement
Sachauseinandersetzung	Wie orientiere ich mich in der Welt?	Informationsmanagement

Beispiele für Bedürfnisbefriedigung früher

Erlebnisorientierung

Etwas unternehmen, mit Freunden treffen, TV

Wunsch nach Zugehörigkeit

Freundesclique, Sportverein, Familie

Entwicklung einer eigenen Identität

Auseinandersetzung mit anderen, Tagebuch

Streben nach Freiheit u. Unabhängigkeit

Rebellieren gegen Autoritäten, Reisen

Suche nach Orientierung u. Sicherheit

Zeitschriften, TV, Autoritäten, Marken

Umgang mit Sexualität

Flirten a. d. Schulhof/i. Schwimmbad, etc., Bravo lesen

Streben nach Status

Sport, Mode

Heute kommen viele neue Hilfsmittel hinzu

Erlebensorientierung

Etwas unternehmen, mit Freunden treffen, TV, **Internet, jederzeit kommunizieren per Handy, IM, email, etc.**

Wunsch nach Zugehörigkeit

Freundesclique, Sportverein, Familie, **Communities, IM, virtuell nie von Freunden getrennt sein**

Entwicklung einer eigenen Identität

Auseinandersetzung mit anderen, Tagebuch, **Communities, online Rollen ausprobieren, spaces, blogs, UGC**

Streben nach Freiheit u. Unabhängigkeit

Rebellieren gegen Autoritäten, Reisen, „**elternfreie Zonen**“ im **Internet, per Handy f. Eltern erreichbar sein, VOD**

Suche nach Orientierung u. Sicherheit

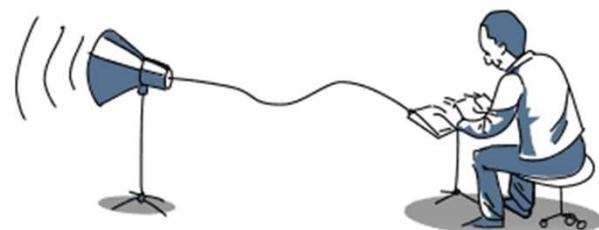
Zeitschriften, TV, Autoritäten, Marken, **mit Handy ist man nie allein, Internet, Foren**

Umgang mit Sexualität

Flirten a. d. Schulhof/i. Schwimmbad, etc, Bravo lesen, **flirten per IM, Aufklärung per Internet**

Streben nach Status

Sport, Mode, **Handies, # Kontakte im IM, cooler Content zum forwarden, online-Bestenlisten für Gamer**



CATEGORY ARCHIVES: YOUTHPART

Der Beitrag von youthpart zur Stärkung von Jugendbeteiligung in der digitalen Gesellschaft



Das Internet hat sich zu einem wirkungsvollen Kommunikations- und Kulturraum entwickelt, der weitreichende Entfaltungsmöglichkeiten für jeden Einzelnen sowie neue Chancen für die demokratische Weiterentwicklung unserer Gesellschaft eröffnet. Insbesondere Jugendliche verstehen digitale Medien und soziale Netzwerke als selbstverständlichen Teil ihrer Alltagswelt und verbringen hier einen Großteil ihrer Freizeit[1]. Sie gestalten neue soziale Räume, um

sich auszutauschen und gleichzeitig ihre... [Read More »](#)

[Grundlagen](#)[Politik & Verwaltung](#)[youthpart](#)[Beteiligung](#)[Digital](#)[ePartizipation](#)[Europa](#)[Jugendbeteiligung](#)[Partizipation](#)[Politik](#)[Software](#)[Verwaltung](#)[Suche](#)

Letzte Beiträge

Der Beitrag von youthpart zur Stärkung von Jugendbeteiligung in der digitalen Gesellschaft

Jugendbeteiligung als Dienstleistung? Potenziale, Hürden, Erfolge

E-Partizipation spielerisch – mit Minecraft Kommune gestalten

Empfehlungen des youthpart-Fachbeirats zur Sicherung von Jugendbeteiligung in der Digitalen Gesellschaft

Jung, mobil, beteiligt – Aspekte smarter Jugendbeteiligung

Letzte Kommentare

1. These:

Medien bieten Heranwachsenden sinnvolle Freiräume und Gestaltungsmöglichkeiten!

- Chance zur Identitätsarbeit über Social Media (Selbstdarstellung, Selbstentwicklung)
- Chance zur gesellschaftlichen Teilhabe Partizipation
- ...

WORKSHOP

Ihre Meinung zur These?
Pädagogische Konsequenz?

Pädagogische Konsequenz:

Bewusst Auswählen!

Angebote testen und bewerten

Feedback und Austausch anregen

Kriteriengestützte Rückmeldung

Methoden:

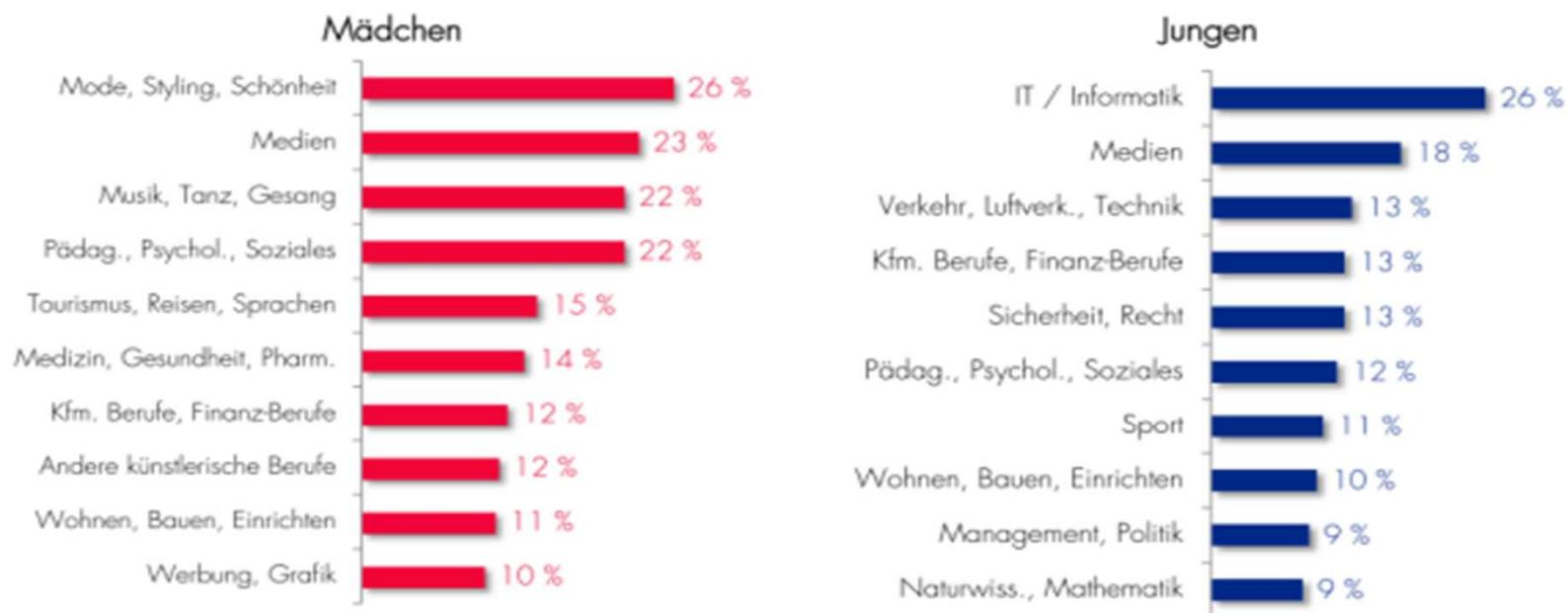
Ernsthaften Diskurs anregen

Jugendliche als Experten einbinden
(Spieletester / Apps bewerten / Filmkritik)



TRAUMJOB

WENN SICH DIE JUGENDLICHEN EINEN TRAUMJOB AUSSUCHEN KÖNNTEN, IN WELCHEM BEREICH WÜRDEN SIE GERN ARBEITEN?



Basis: 967 Jugendliche im Alter von 12 - 19 Jahren; Listenvorlage mit 21 Vorgaben (Multiple Choice)

2. These:

Medien bieten elternfreie Schutzräume -
zum Spielen und zur Zerstreuung!

2

<https://www.youtube.com/watch?v=A5C8kEkj388>



2. These:

Medien bieten elternfreie Schutzräume - zum Spielen und zur Zerstreuung!

- Sinnfreie Zeit vs. durchorganisierter effizienter Alltag
- Lernen, Medien zu genießen / Medienhelden sind wichtig
- Helikopter-Eltern nutzen Medien zur Überwachung
- ...

WORKSHOP

Ihre Meinung zur These?
Pädagogische Konsequenz?

Pädagogische Konsequenz:

Dran Bleiben!

Bedeutung für Lebenswelt verstehen

Faszination nachempfinden

Perspektive wechseln

Methode:

Medienbiografischer Zugang
(Medienkoffer, Medienwelten früher-heute)







3. These:

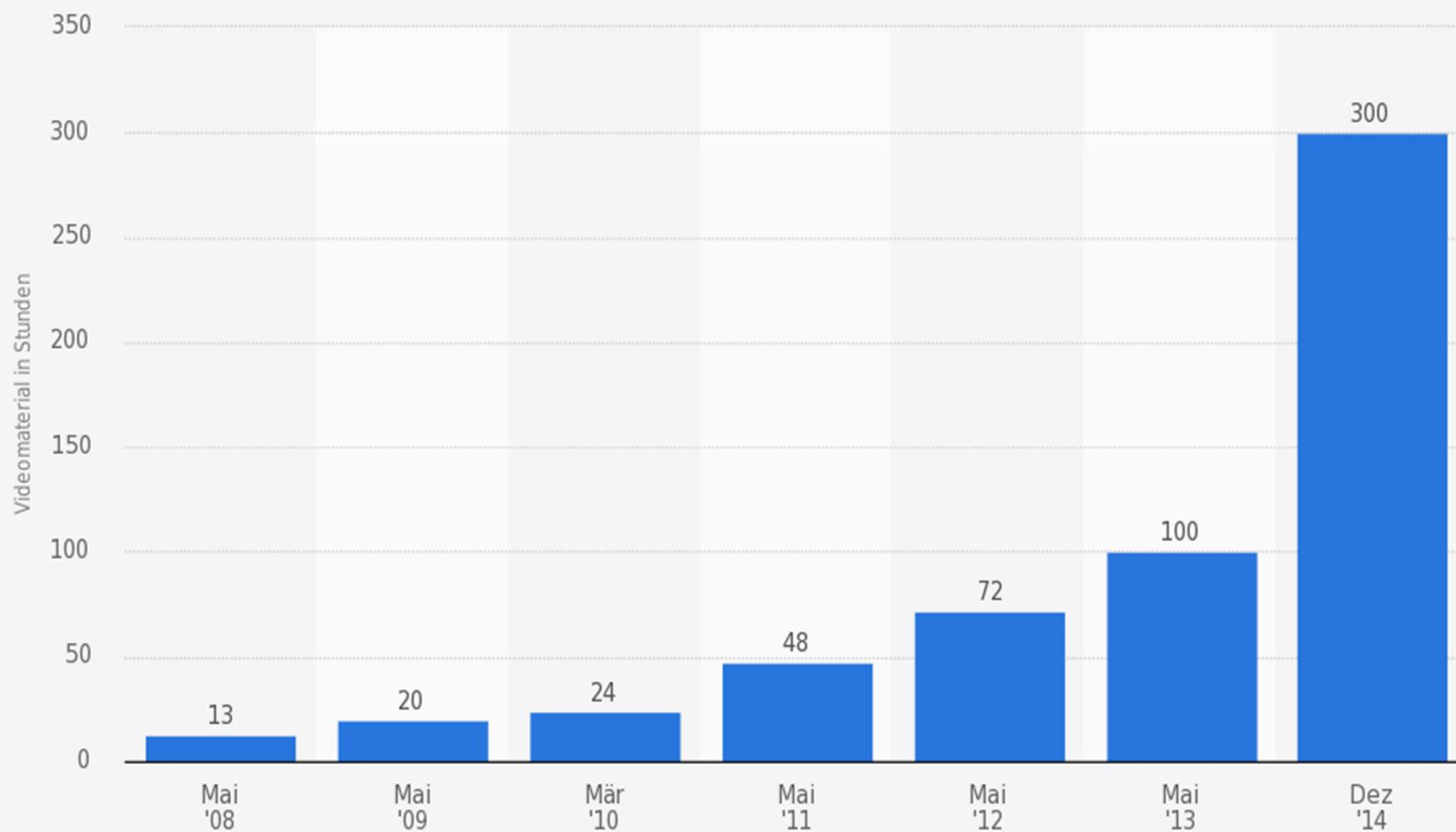
Freiräume in Medien sind oft kommerziell –
es gibt alternative Plattformen & Nischen!

3

Soziale Netzwerke



Durchschnittlicher Upload von Videomaterial bei YouTube pro Minute von Mai 2008 bis Dezember 2014 (in Stunden)

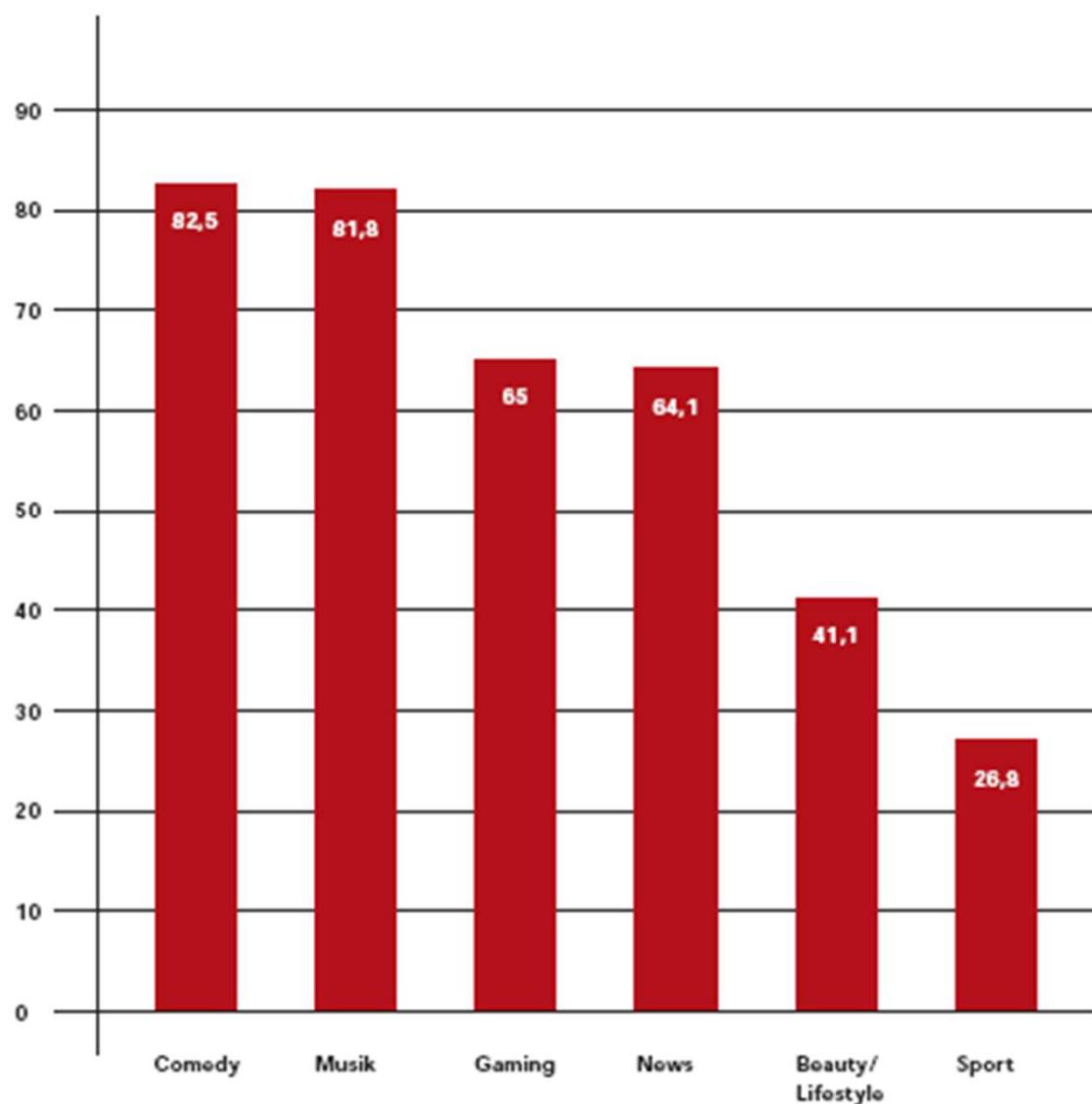


Source:
YouTube
© Statista 2015

Weitere Informationen:
Weltweit



Abb. 1: Themeninteressen auf YouTube
 n = 1.174; Angaben in %; Quelle: Rihl/Wegener 2015



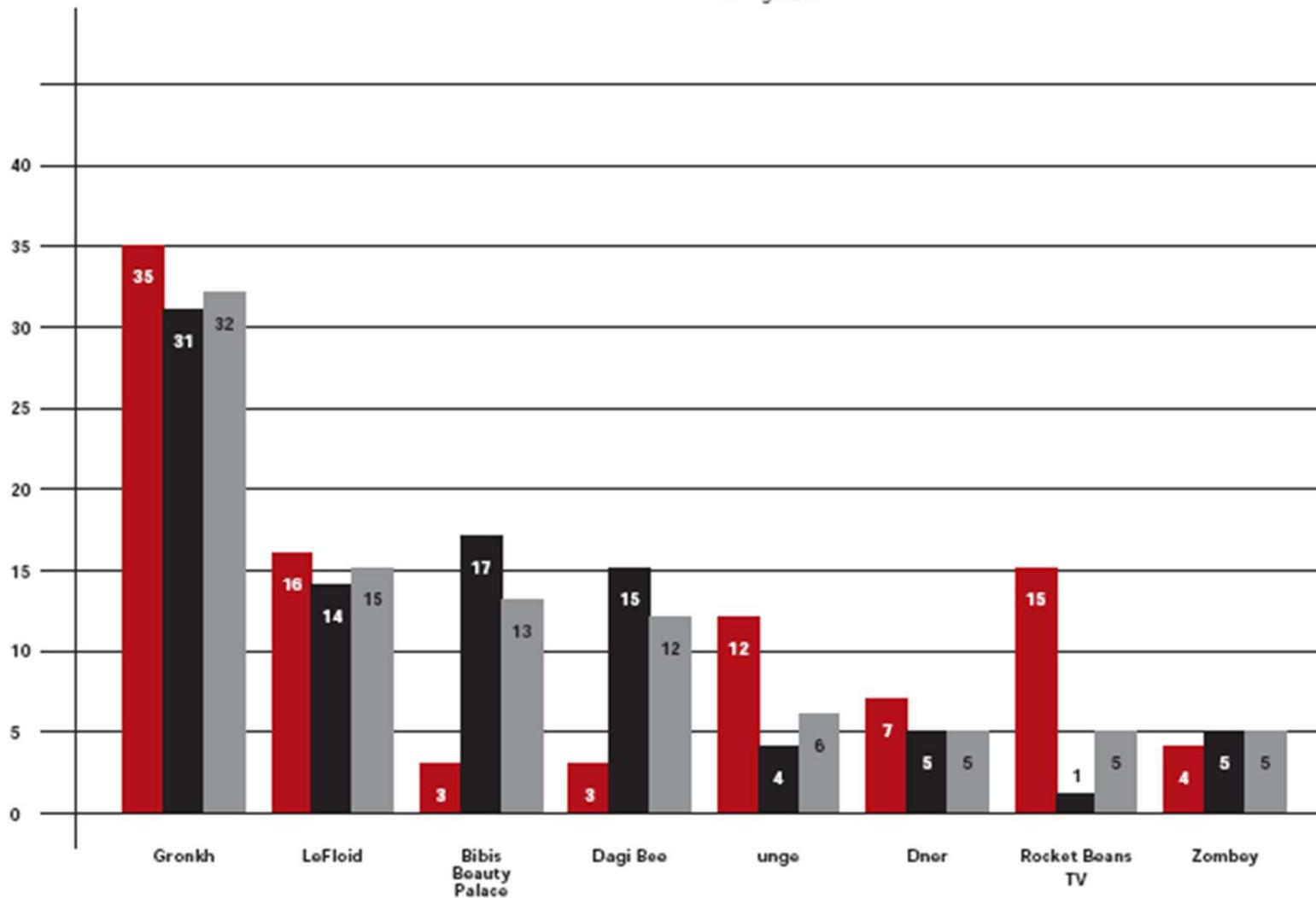
YouTube-Stars

Zur Rezeption eines neuen Phänomens

Alexander Rihl und Claudia Wegener

Abb. 2: Top 8 der beliebtesten YouTuber
 n = 470, p = 0.00; Angaben in %; Quelle: RiH/Wogener 2015

■ männlich
 ■ weiblich
 ■ gesamt

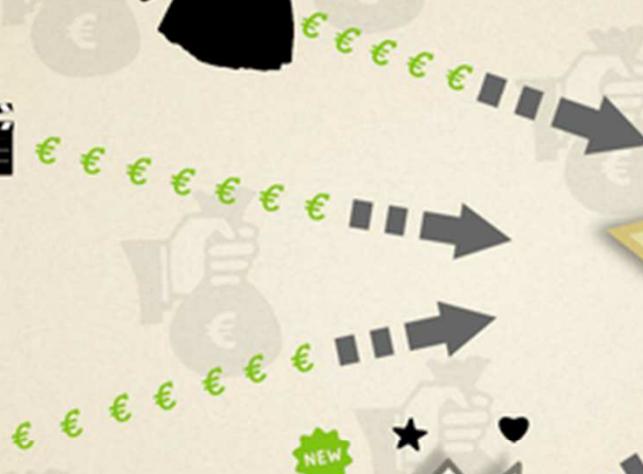


[https://www.youtube.com/watch?v=Bj4sULnhAU&index=4&list=PL3VDIS0fyb0nEGqRsVnKyaDhqXrTVGVrfKeine Freunde](https://www.youtube.com/watch?v=Bj4sULnhAU&index=4&list=PL3VDIS0fyb0nEGqRsVnKyaDhqXrTVGVrfKeine%20Freunde)

<http://socialblade.com/youtube/top/country/de>

Verdienstmöglichkeiten eines YouTube-Stars

Werbevideos*



Affiliate-Links***



* Werbeeinblendung vor (pre), zwischen (mid) und nach (post) Videos
 ** Fanartikel von YouTube-Stars z.B. Shirts, Mütze oder Taschen
 *** Beim Einkauf über diesen Link zum Online-Shop geht ein Teil des Gewinns an den YouTube-Star.
 **** Schleichwerbung von Drittanbietern (i.d.R. nicht als Werbung gekennzeichnet)

Weitere Informationen: www.klicksafe.de/youtube



klicksafe.de

https://www.youtube.com/watch?v=WinDf_5G9Ps Eier aus Stahl <https://www.youtube.com/watch?v=wU9BF8kTh40> Kommerzuren ab 8:00 bis 8:50

<https://www.youtube.com/playlist?list=PL3VDIS0fyb0nEGqRsVnKyaDhqXrTVGVrf> Liste Gerstmann



- Trending People**
- Fabifrz 93
 - Nico Italiano 74
 - LizSmile 78
 - JanickBam 21
 - FinnSchraibfele... 24
 - BundesligaTalk 10
 - undefinable151 416
 - Gwani Strah 77
- Friends**
- Single-Pringle Fabifrz
- Trending Tags**
- #deutsch
 - #deutsch-girl
 - #deutsch-boy
 - #girls
 - #deutsch-erwachsene
 - #sleepingsquad
 - #schweiz
 - #lachflatfamily
 - #catwomen12
 - #ask_questions

★ 53 Nico Ita...
 DE - https://www.y...
 ABONIEEEEREN

Get YouNow Bars
 Bars allow you to buy premium gifts for the broadcaster.
 Your Bars: 0

	Stack (280 Bars)	\$2.99
	Vault (540 Bars)	\$4.99
	Truckload (1,200 Bars) - Most Popular	\$9.99
	Castle (3,100 Bars)	\$24.99
	Rocket (6,500 Bars)	\$49.99

Buy a premium Nico It... to become a...

45 MATZE WAS G...
 #LaFamilia
 uddapunktcom die haben nur angst vor der
 ain #lafamilia
 pporter #Nico :)
 #LaFamilia
 #habDichVollVermisst
 T became a fan!
 uddapunktcom bekomm ich hier auch taschen
 der beste
 haha
 o. #LaNutella

★ 51 Massimo. hahaha

Chat with 87 viewers Submit

205 10 21:41 67

50 BaE

28 Broadcasters on #deutsch

3. These:

Freiräume in Medien sind oft kommerziell –
es gibt alternative Plattformen & Nischen!

- Erfolgreich auf YouTube ist Mainstream / Kulturelle Nischen sind zahlreich vorhanden
- YouNow ist Beispiel, um mit vermeintlicher Jugendkultur Geld zu machen
- Die Grundidee des Internets ist demokratisch / Kostenlose Open-Source-Alternativen sind oft vorhanden
- ...

WORKSHOP

Ihre Meinung zur These?
Pädagogische Konsequenz?

Pädagogische Konsequenz:

Technik zu eigen machen!

Auseinandersetzung mit Technik
und neuen Angeboten

Technischer Schutz soweit möglich

Peer-Ansätze / Jugendliche einbinden

Methode:

Rollenspiel Geschäftsmodell YouNow



Rollenspiel Geschäftsmodell YouNow

Wie verdienen wir Geld mit YouNow?



Drei Parteien:

- 1. Die Geldgeber:** Investieren Geld und wollen Gewinne machen
(Warum sollen wir investieren? Wie wollt ihr Geld verdienen?)
- 2. Der Anbieter:** Muss als Unternehmen Umsatz machen
(Muss Geldgebern Rede und Antwort stehen)
- 3. Die Nutzer:** Geben unter Umständen Geld aus
(Können erläutern, warum sie in virtuelle Währung investieren)

Gruppen bilden. Geldgeber stellen Fragen – Anbieter und Nutzer antworten

4. These:

Freiraum braucht Mündigkeit, soziale
Verantwortung und Medienkompetenz!

4

Jugendliche im Netz



»Geh sterben!«

Umgang mit Hate Speech
und Kommentaren
im Internet

AMADEU ANTONIO STIFTUNG

INITIATIVEN FÜR ZIVILGESELLSCHAFT UND DEMOKRATISCHE KULTUR



BRICKS

AGAINST HATE SPEECH

4. These:

Freiraum braucht Mündigkeit, soziale Verantwortung und Medienkompetenz!

- Schmalere Grad zwischen Selbstinszenierung und Selbstentblößung
- Datenspuren können unfrei machen
- Zunehmende Hasskultur im Netz / soziale Kompetenzen wichtig
- ...

WORKSHOP

Ihre Meinung zur These?
Pädagogische Konsequenz?

Pädagogische Konsequenz:

Verantwortungsvolle Nutzung!

Wunsch nach Selbstinszenierung

Recht auf informationelle
Selbstbestimmung

Medienkompetenz und Reife

Methoden:

OK oder Nicht-OK



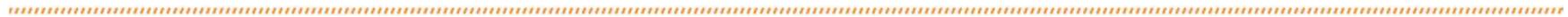
OK oder NICHT OK

Bei der Nutzung von Smartphones und Social Networks gibt es oft kein klares „richtig“ oder „falsch“. Hier ist Deine Haltung gefragt.

Ist das jeweilige Verhalten Deiner Meinung nach OK oder NICHT-OK?

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten



Bilder von sich selbst im Netz veröffentlichen!

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

Einen Freund fotografieren

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

Einen Freund fotografieren ... der auf dem Klo sitzt

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

Lustige Bilder von Freunden per WhatsApp verschicken

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

Jemanden in einer peinlichen Situation auslachen

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

Jemanden in einer peinlichen Situation auslachen ... und die Situation filmen

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

Jemanden in einer peinlichen Situation auslachen ... und das Video bei YouTube veröffentlichen!

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

Sich streiten!

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

Sich streiten ... über eine WhatsApp-Gruppe!

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

Nachts um Drei in die Klassengruppe posten, dass man nicht schlafen kann

OK = grüne Karte hochhalten

NICHT OK = rote Karte hochhalten

5. These:

Freiraum in den Medien kann auch unfrei machen!

5

LfM-Studie „Mediatisierung Mobil“, 2015

Hinsichtlich der Bindung zu ihrem Mobiltelefon zeigen sich bei den befragten Kindern und Jugendlichen erkennbare Unterschiede. **Prof. Dr. Peter Vorderer:** "Viele sind in der Lage, auch längere Zeit ohne das Handy oder Smartphone auszukommen. **Etwa 21 Prozent der Kinder** und Jugendlichen weisen jedoch eine **sehr starke Bindung** auf." Dies äußere sich unter anderem dadurch, dass sie "ständig an das Mobiltelefon denken, es auf neue Nachrichten überprüfen oder zum unspezifischen Zeitvertreib nutzen." **Acht Prozent** von ihnen seien so stark involviert, dass sie "als **suchtgefährdet** bezeichnet werden müssen".



5. These:

Freiraum in den Medien kann auch unfrei machen!

- Mediensucht als neue Verhaltenssucht
- FOMO = fear of missing out / Nomophobia
- ...

WORKSHOP

Ihre Meinung zur These?

Pädagogische Konsequenz?

Pädagogische Konsequenz:

Alltagstaugliche Regelungen finden!

Im Austausch mit Kind Regeln und Konsequenzen aushandeln

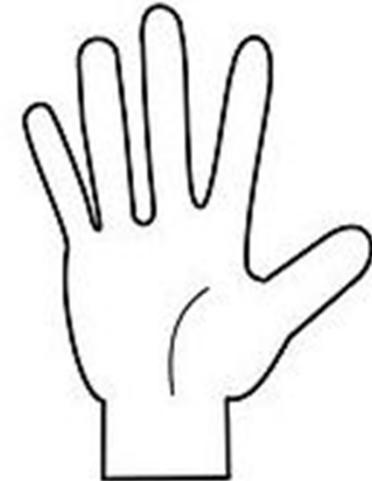
Selbstverantwortung stärken

Rolle als Vorbild beachten

Methode:

GOs und NOGOs formulieren

www.medienutzungsvertrag.de



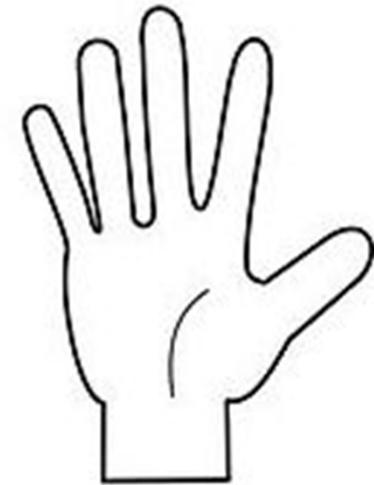
GOs und NOGOs formulieren

Kleingruppen bilden nach
Arbeitsbereichen

Regeln formulieren für Nutzung von
Social Networks, YouTube, YouNow,
Smartphone

Positive (GOs) und negative (NOGOs)
Regelungen

Eine Regel pro Karte

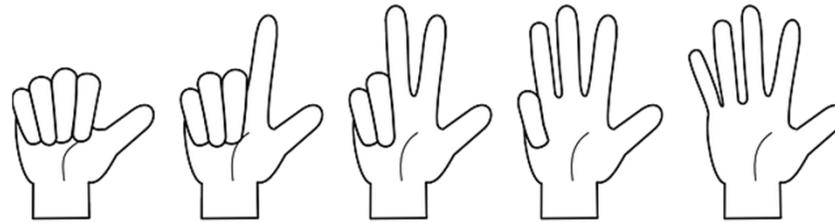


Fünf Thesen

1. Medien bieten Heranwachsenden sinnvolle Freiräume und Gestaltungsmöglichkeiten!
2. Medien bieten elternfreie Schutzräume - zum Spielen und zur Zerstreuung!
3. Freiräume in Medien sind oft kommerziell – es gibt alternative Plattformen & Nischen!
4. Freiraum braucht Mündigkeit, soziale Verantwortung und Medienkompetenz!
5. Freiraum in den Medien kann auch unfrei machen!



Fünf Prinzipien



- **Bewusst Auswählen!**
Angebote bewerten / Diskurs anregen
- **Dran bleiben!**
Faszination verstehen / Medienbiografischer Zugang
- **Technik zu eigen machen!**
Neue Angebote verstehen / Peer-Ansätze
- **Für verantwortungsvolle Nutzung sensibilisieren!**
Medienkompetenz / OK oder Nicht-OK
- **Alltagstaugliche Regelungen finden!**
Regeln aushandeln / GOs und NOGOs

Vielen Dank!



Matthias Felling, AJS NRW

Tel. 0221 92 13 92 16

matthias.felling@mail.ajs.nrw.de

Matthias Felling, AJS NRW