

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://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](http://36.media.tumblr.com/b4d1602a0d953a4d1eb3eba8c55a9306/tumblr_mvz91wxM91qfvq9bo1_1280.jpg)

[https://smash2102.files.wordpress.com/2014/02/landschulz\\_online-petition-1.jpg?w=842](https://smash2102.files.wordpress.com/2014/02/landschulz_online-petition-1.jpg?w=842)

[http://www.teddytietz.de/img/neue\\_medien\\_dt380.jpg](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](http://www.mpfs.de)

■ HANDY  
■ SMARTPHONE

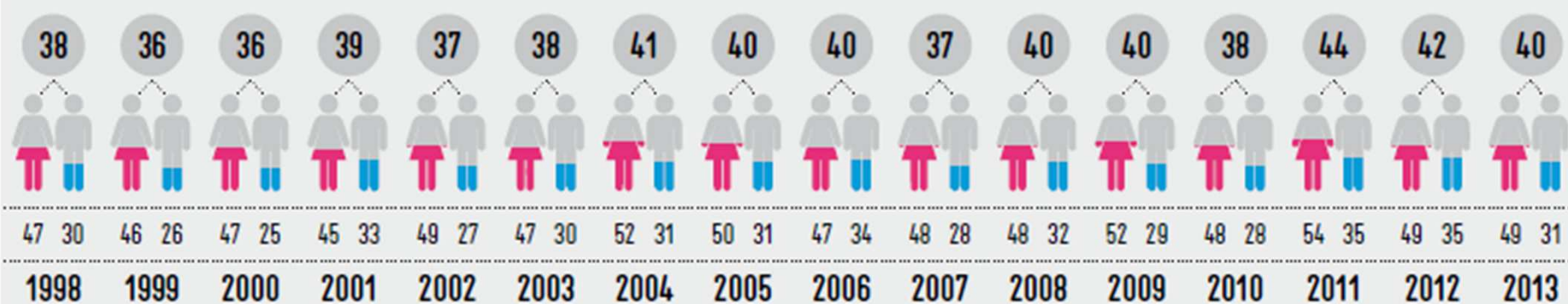




# BÜCHER LESEN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

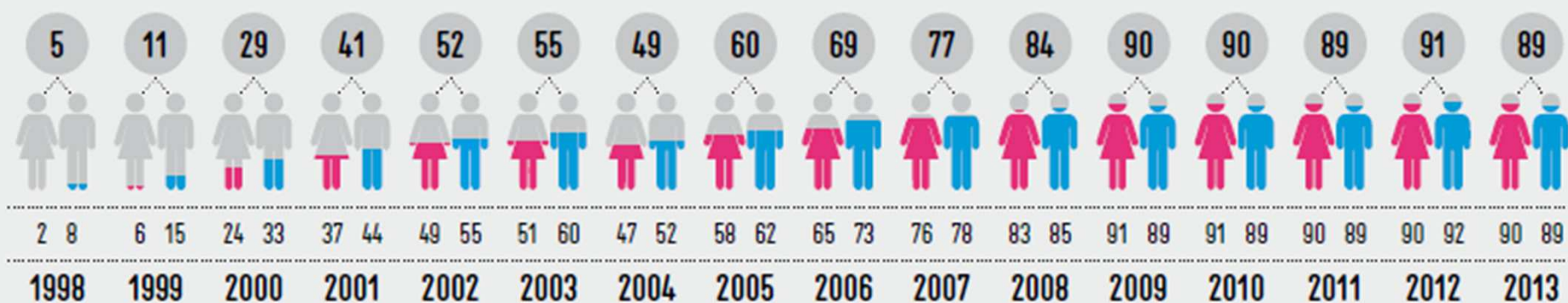
TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE





## DAS INTERNET NUTZEN ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE

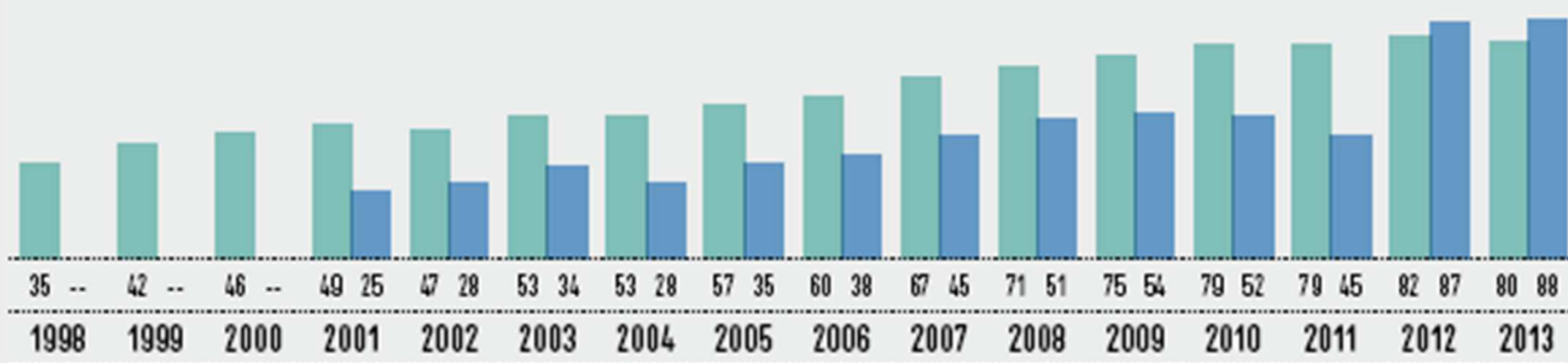




# EIGENE GERÄTE

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

- COMPUTER/LAPTOP
- \*INTERNETZUGANG

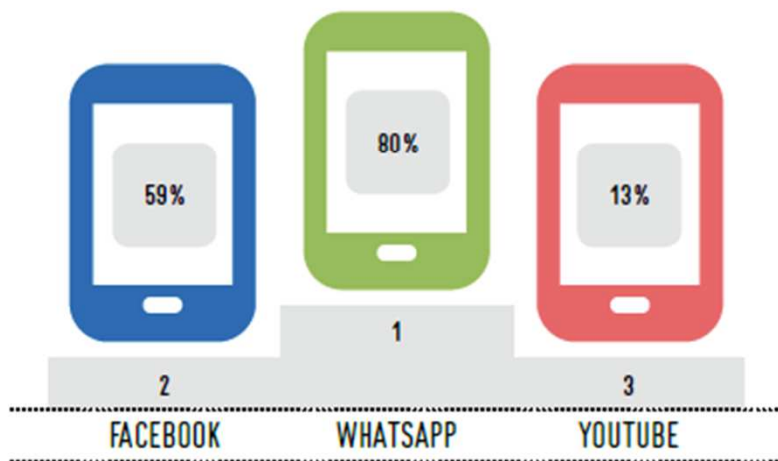






## Die wichtigsten Apps 2013

bis zu drei Nennungen

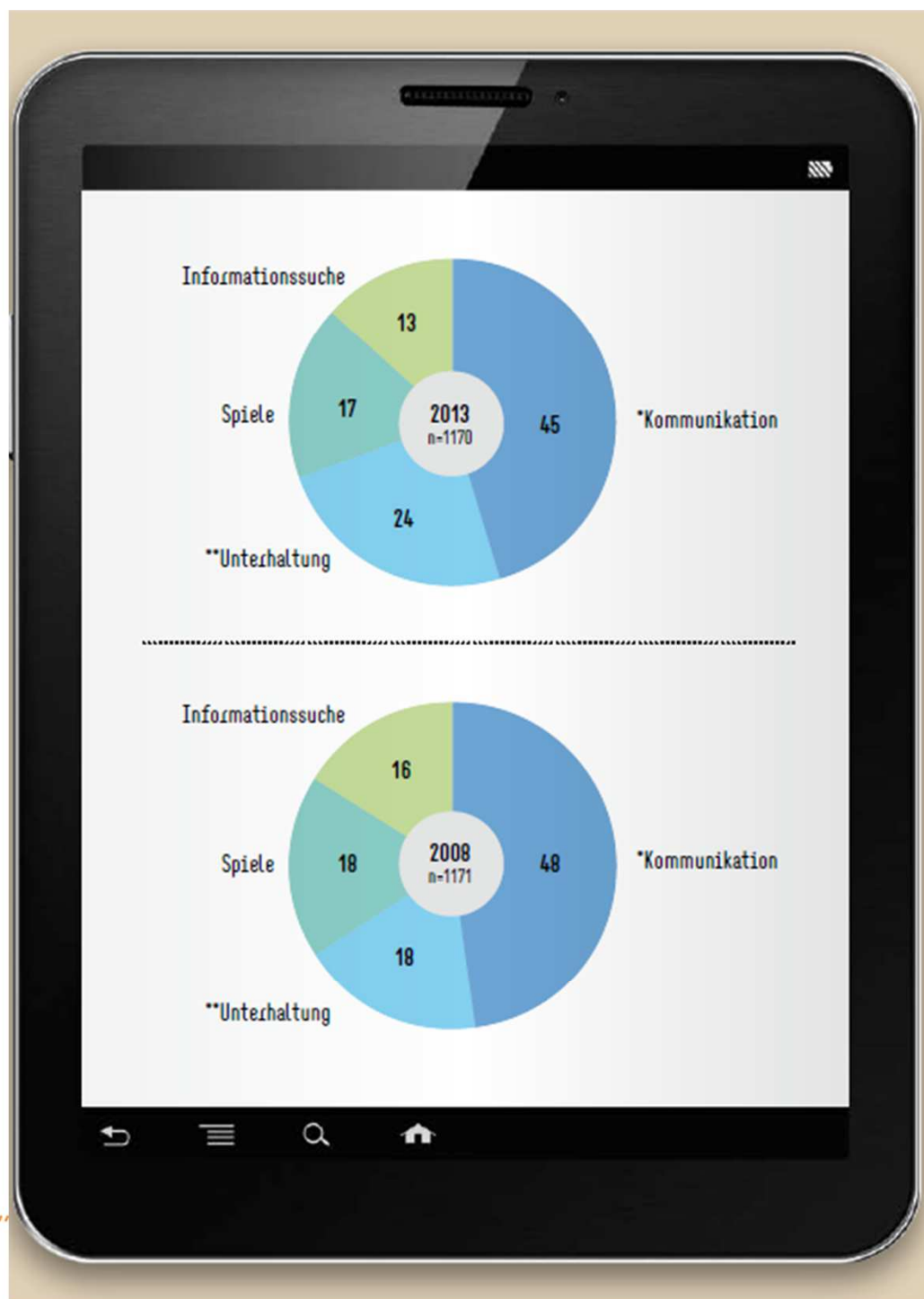


### > 2006

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

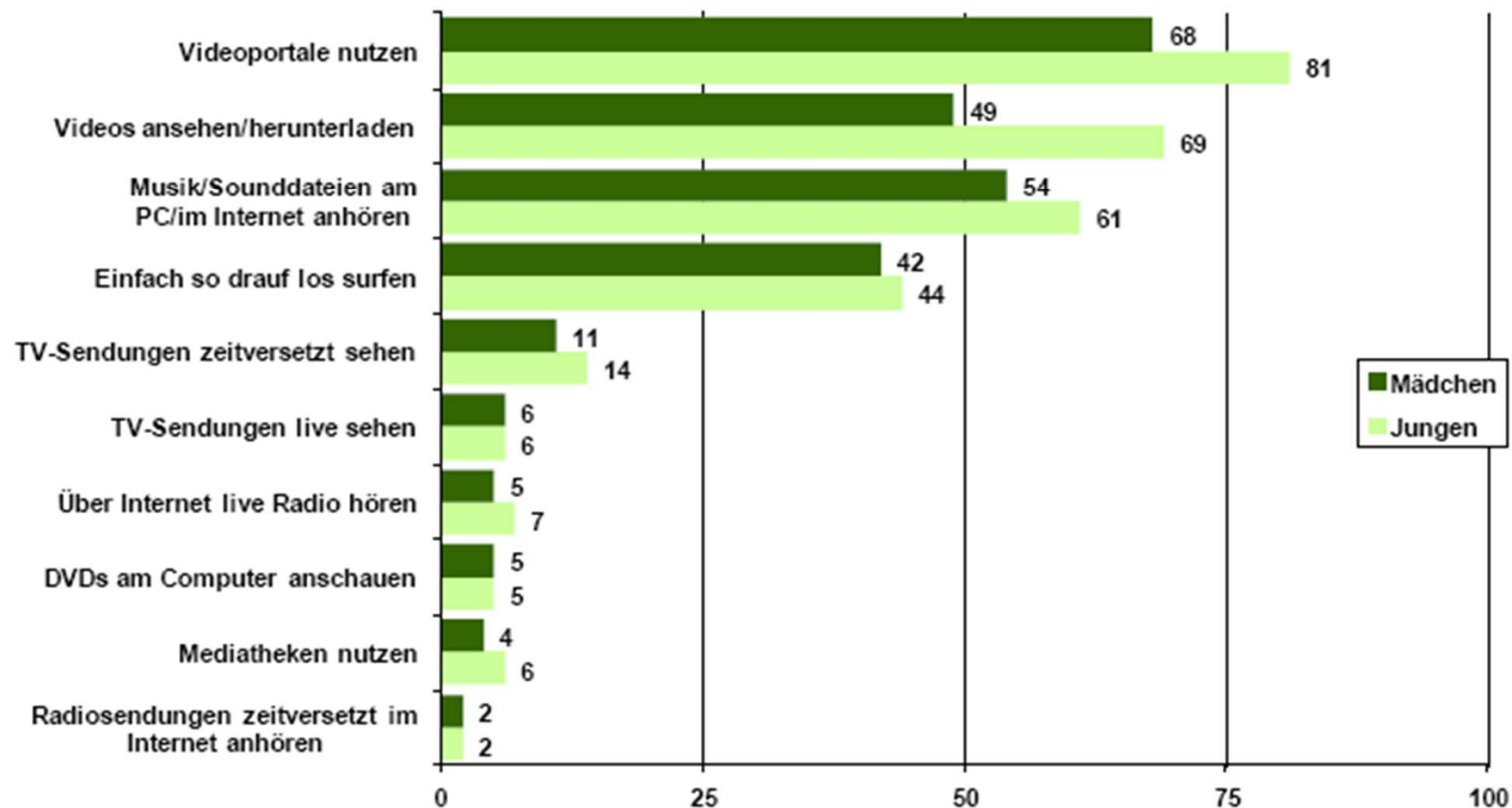
### > 2006

*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 -

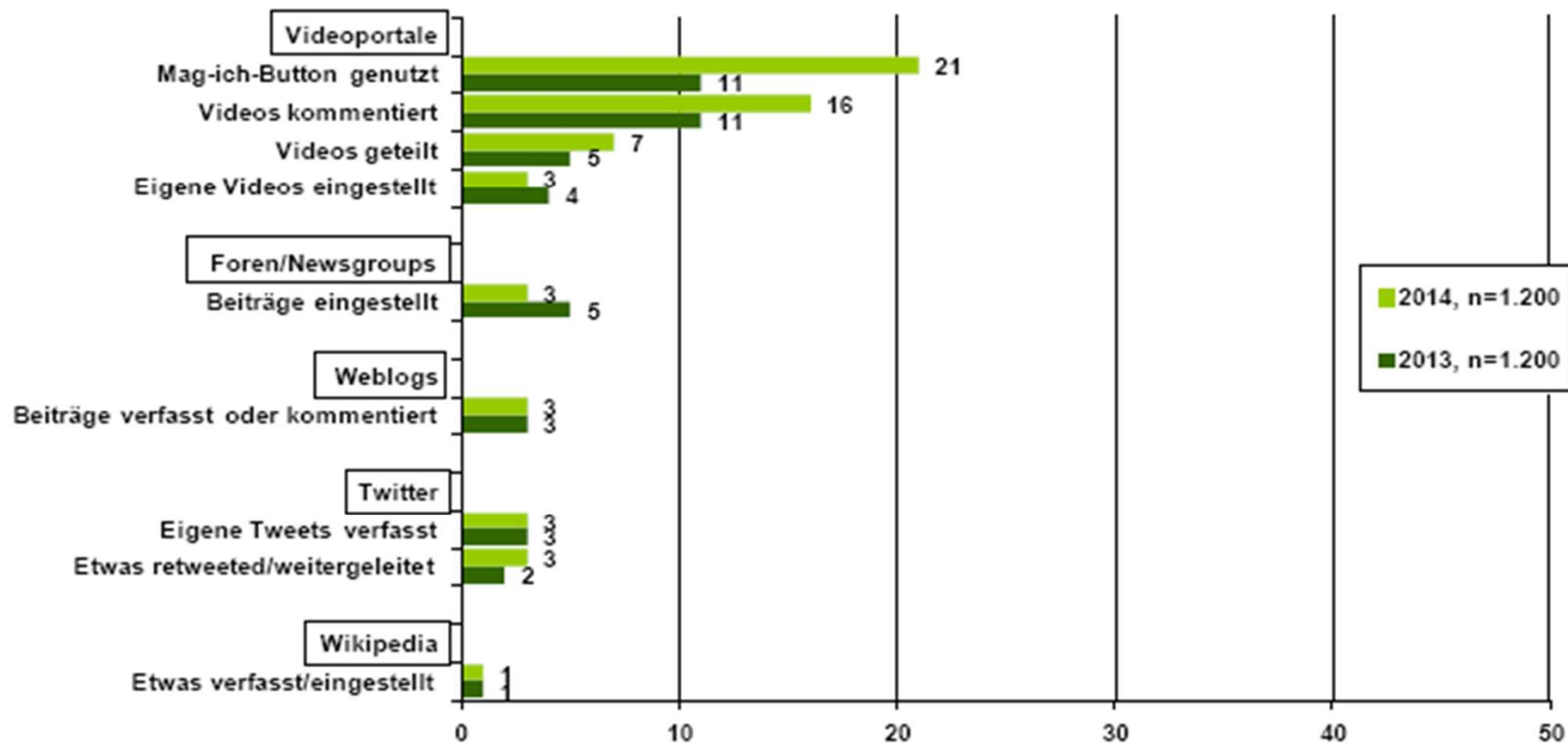


Quelle: JIM 2014, Angaben in Prozent

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

<b>Entwicklungsaufgabe</b>	<b>Kernfrage</b>	<b>Handlungskomponente</b>
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





## Heute kommen viele neue Hilfsmittel hinzu

Erlebnisorientierung

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**

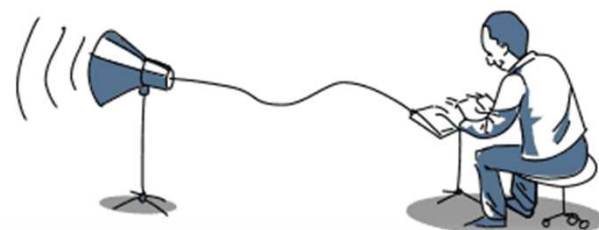
Umgang mit Sexualität

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:

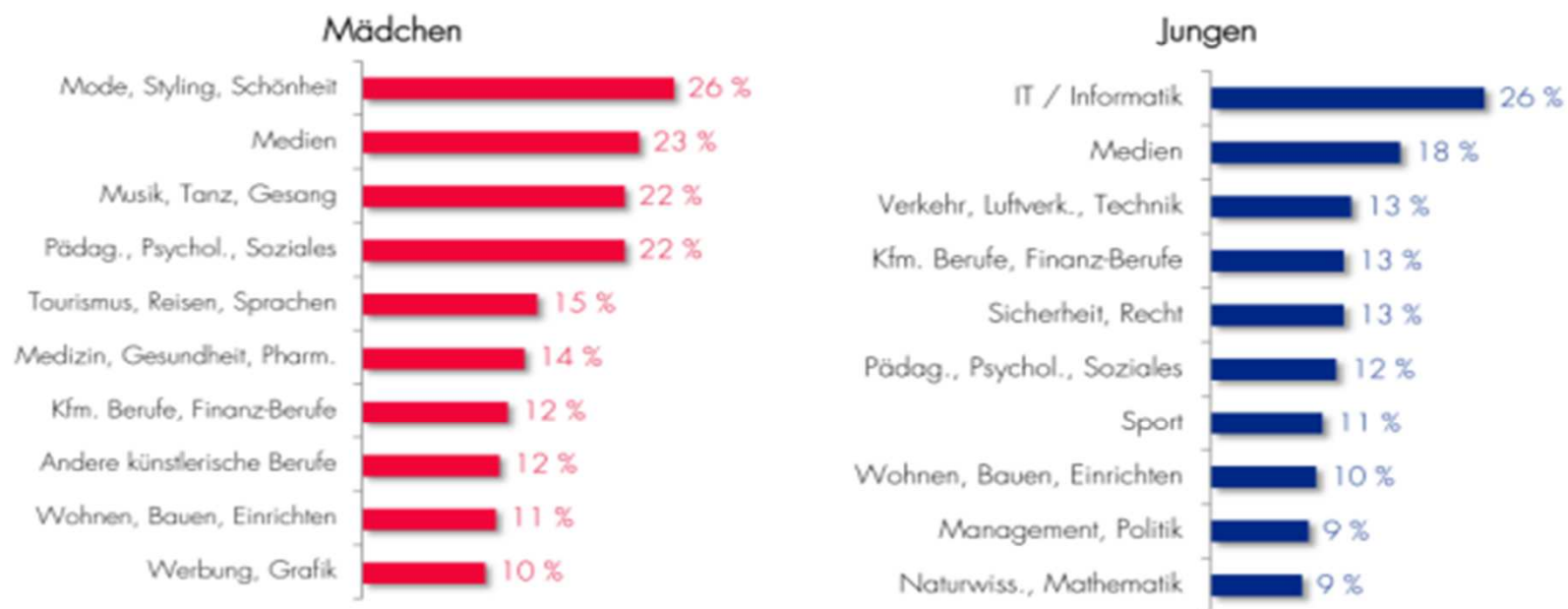
Ernsthaften Diskurs anregen

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:

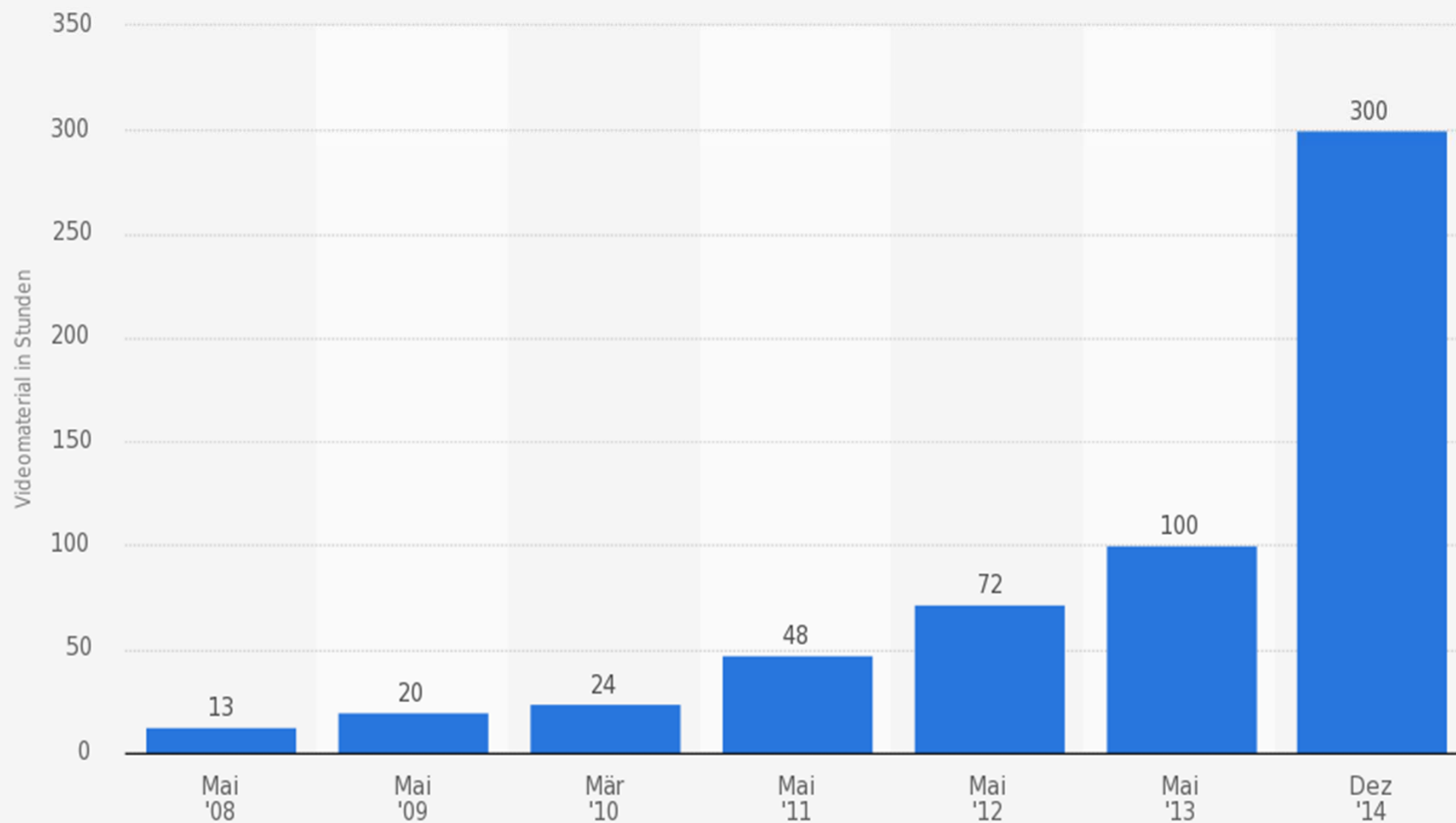
Freiräume in Medien sind oft kommerziell –  
es gibt alternative Plattformen & Nischen!

3

# Soziale Netzwerke



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



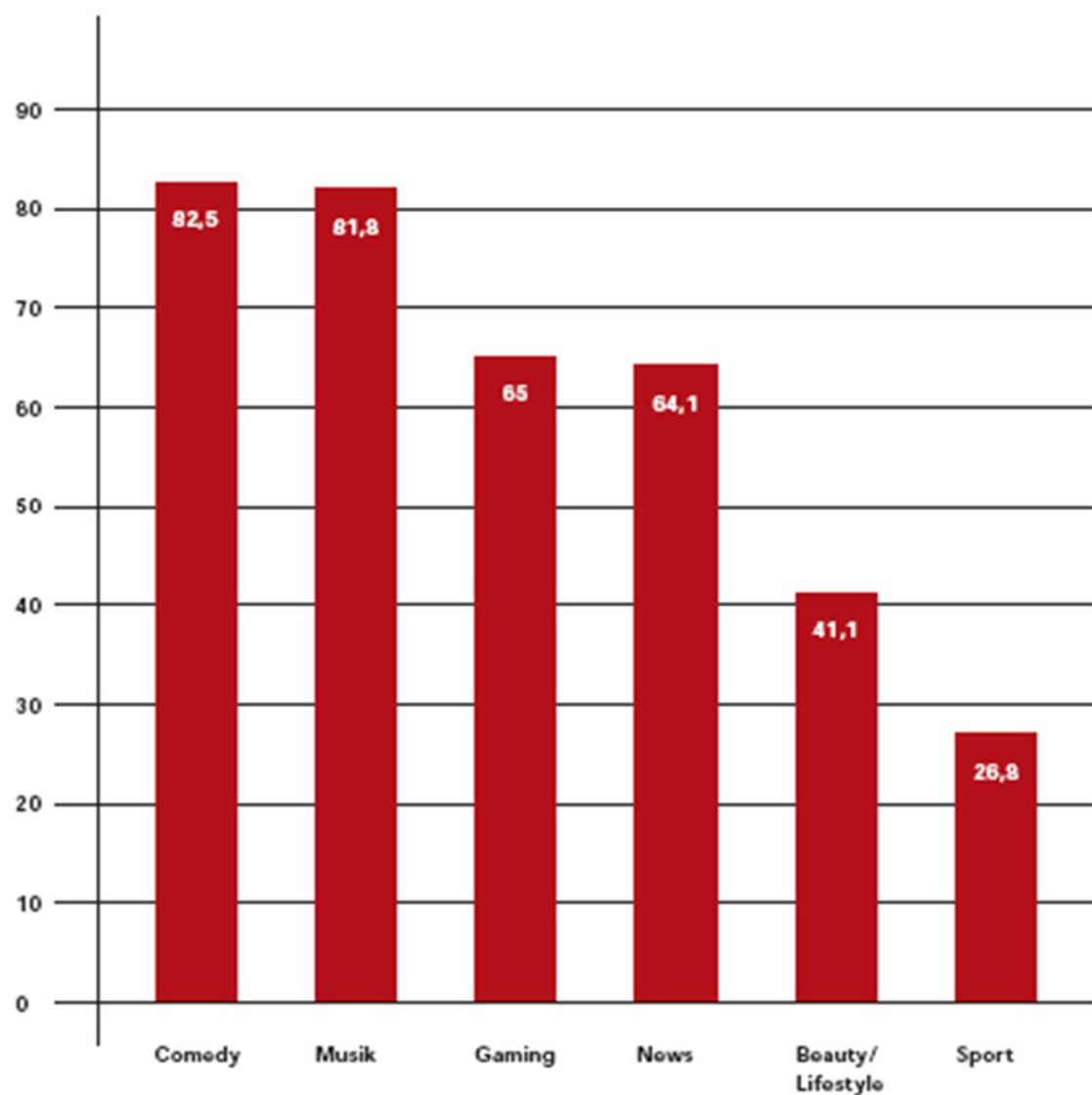
Source:  
YouTube  
© Statista 2015

Weitere Informationen:  
Weltweit





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



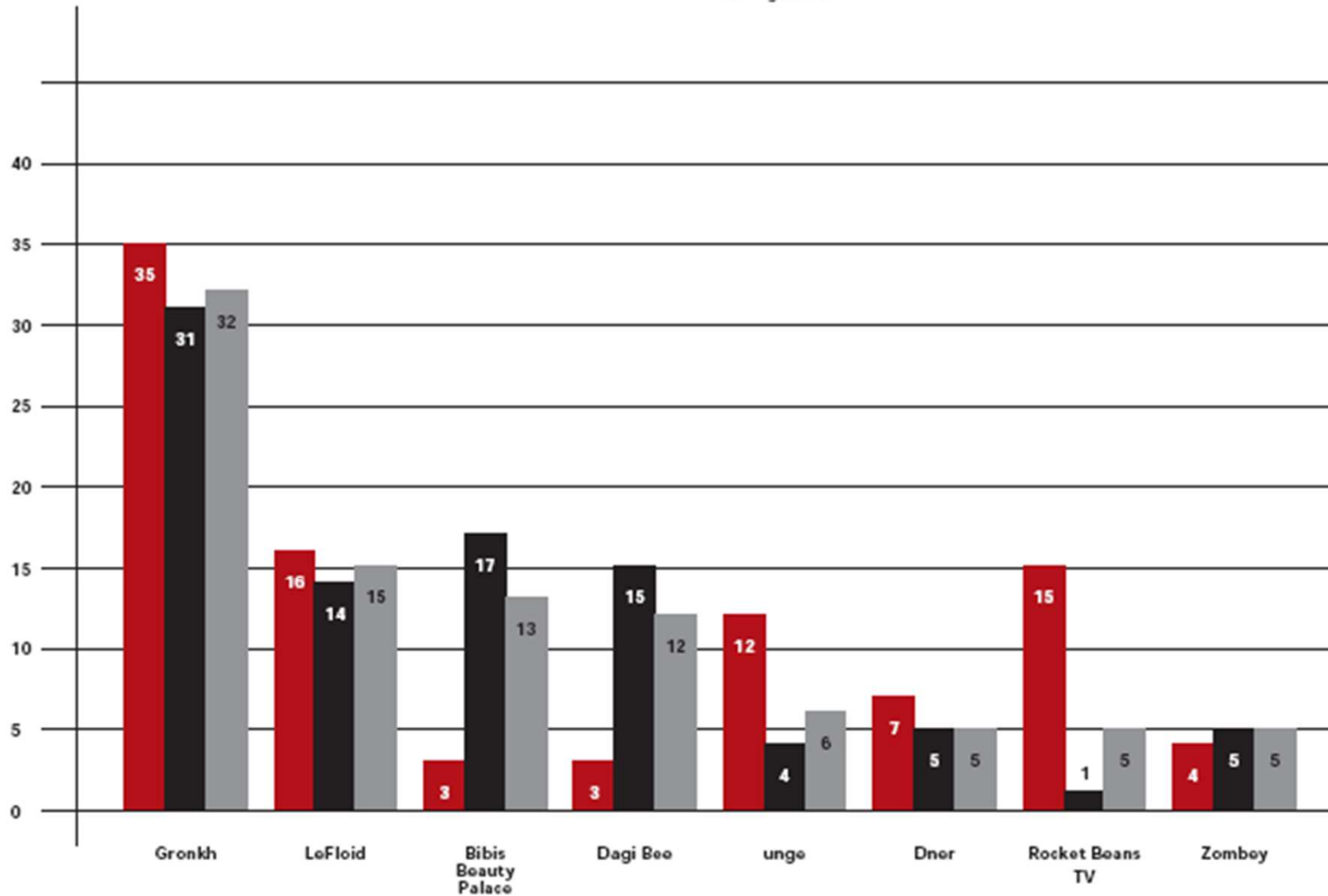
# YouTube-Stars

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>

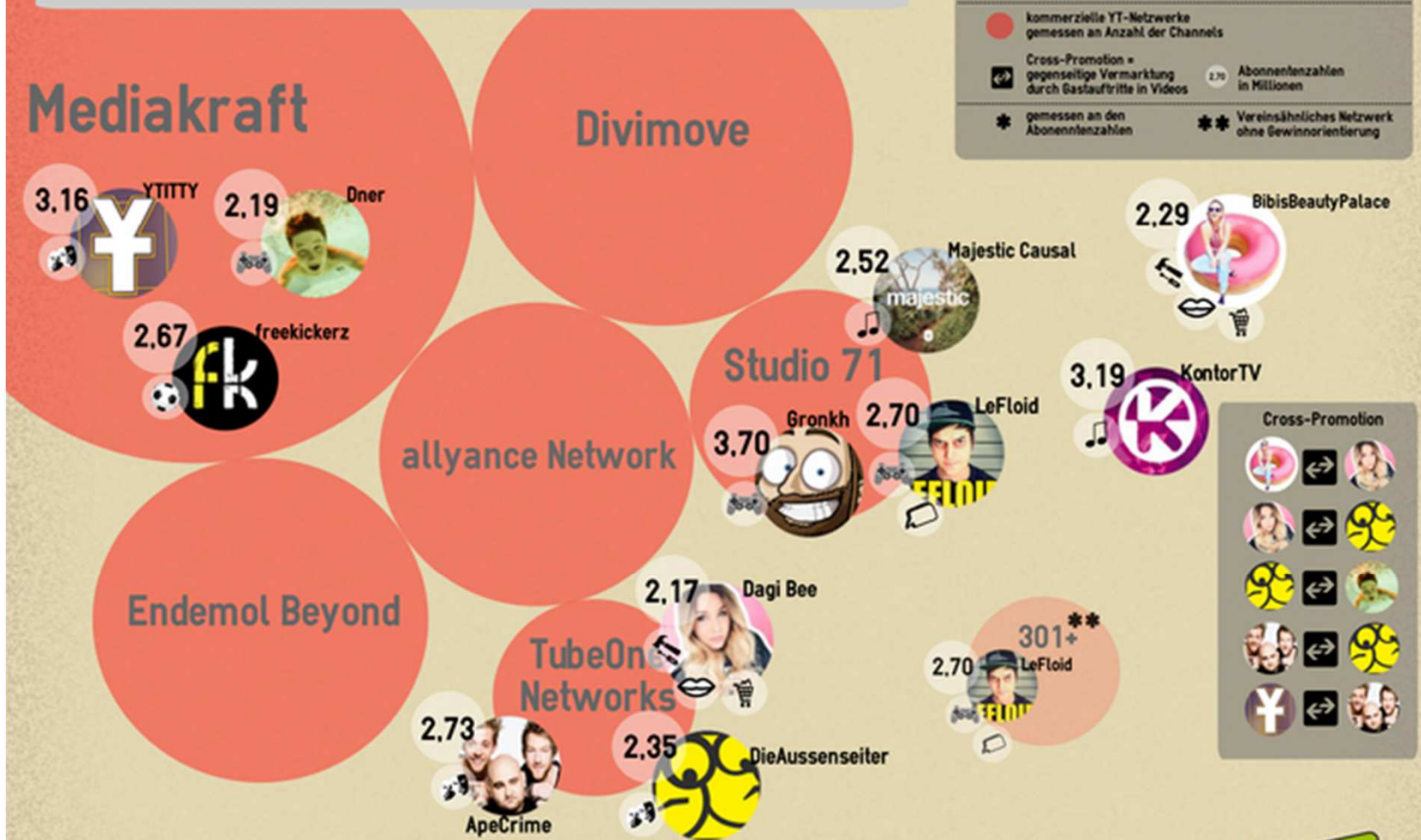


# Deutschlands 11 erfolgreichste YouTuber/-innen, Netzwerke, Genres, Cross-Promotion\*

Genres:

- Let's Plays
- Tutorials
- Hauts
- Musik
- Sport
- Beauty
- Comedy
- Kommentare

● kommerzielle YT-Netzwerke gemessen an Anzahl der Channels  
↔ Cross-Promotion = gegenseitige Vermarktung durch Gastauftritte in Videos  
2,70 Abonnentenzahlen in Millionen  
\* gemessen an den Abonnentenzahlen  
\*\* Vereinsähnliches Netzwerk ohne Gewinnerorientierung



Cross-Promotion

BibisBeautyPalace ↔ Dner  
 Dner ↔ freekickerz  
 freekickerz ↔ ApeCrime  
 ApeCrime ↔ DieAussenseiter  
 DieAussenseiter ↔ LeFloId  
 LeFloId ↔ Gronkh  
 Gronkh ↔ Studio 71  
 Studio 71 ↔ KontorTV  
 KontorTV ↔ LeFloId  
 LeFloId ↔ BibisBeautyPalace  
 LeFloId ↔ YTITTY  
 YTITTY ↔ Dner

Quellen:  
[www.youtube.com/user/Brash](http://www.youtube.com/user/Brash), [www.youtube.com/user/Kantor](http://www.youtube.com/user/Kantor), [www.youtube.com/user/freekickerz](http://www.youtube.com/user/freekickerz), [www.youtube.com/user/LeFloId](http://www.youtube.com/user/LeFloId), [www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace](http://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace), [www.youtube.com/user/Dagibee](http://www.youtube.com/user/Dagibee), [www.youtube.com/user/DnerMC](http://www.youtube.com/user/DnerMC), [www.youtube.com/user/majesticcausal](http://www.youtube.com/user/majesticcausal), [www.youtube.com/user/ApeCrimeNetwork](http://www.youtube.com/user/ApeCrimeNetwork), [www.youtube.com/user/YTITTY](http://www.youtube.com/user/YTITTY), [www.youtube.com/user/DieAussenseiter](http://www.youtube.com/user/DieAussenseiter), alle abgerufen am 18.8.2015, [www.socialblade.com/youtube/top/country/de/mostsubscribed](http://www.socialblade.com/youtube/top/country/de/mostsubscribed), abgerufen am 27.8.2015

# Verdienstmöglichkeiten eines YouTube-Stars

## Werbevideos\*



## Merchandise-Produkte\*\*



## 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](http://www.klicksafe.de/youtube)



[https://www.youtube.com/watch?v=WinDf\\_5G9Ps](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
  - FinnSchraibfe... 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

	<b>Stack</b> (280 Bars)	\$2.99
	<b>Vault</b> (540 Bars)	\$4.99
	<b>Truckload</b> (1,200 Bars) - Most Popular	\$9.99
	<b>Castle</b> (3,100 Bars)	\$24.99
	<b>Rocket</b> (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  
 I became a fan!  
 uddapunktcom bekom ich hier auch taschen  
 der beste  
 haha  
 o. #LaNutella

★ 51 Massimo. hahaha

Chat with 87 viewers Submit

205 10 21:41 67

x50 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)

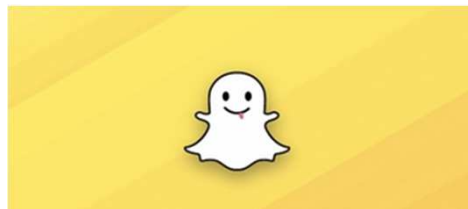
Gruppen bilden. Geldgeber stellen Fragen – Anbieter und Nutzer antworten

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](http://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

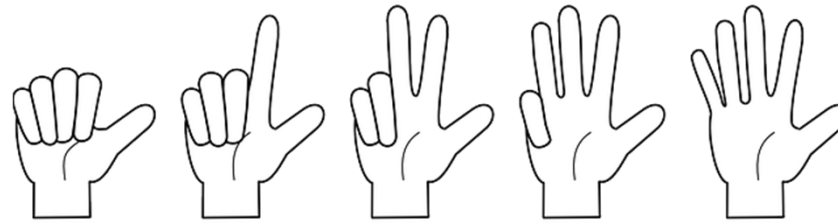


# Fünf Thesen

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](mailto:matthias.felling@mail.ajs.nrw.de)

---

Matthias Felling, AJS NRW