

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)

**Instagram und YouTube der (Pre-)Teens
Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe**

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 14
Instagram und YouTube der (Pre-)Teens
Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe
Beiträge aus Forschung und Praxis – Prämierte Medienprojekte

Dieser Band wurde gefördert vom

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur
in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK)

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Obernstr. 24 a
33602 Bielefeld
fon 0521/677 88
fax 0521/677 92
email gmk@medienpaed.de
homepage www.gmk-net.de

Redaktion

Dr. Friederike von Gross
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat

Tanja Kalwar

Titelillustration

kopaed

Druck

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2019

Arnulfstraße 205
80634 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-514-7
eISBN 978-3-86736-653-3

Franziska Giffey, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
**Grußwort anlässlich der Verleihung des Dieter Baacke Preises
am 17. November 2018 in Bremen** **9**

Friederike von Gross / Renate Röllecke
Instagram und YouTube der (Pre-)Teens **11**
Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe

Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis

Lars Gräßer / Markus Gerstmann
„Ich krieg das halt alles einfach mit und das ist halt das Schöne daran“ **19**
Inspiration durch soziale Bewegtbild-Netzwerke

Kai-Uwe Hugger et al.
Zwischen Authentizität und Inszenierung **29**
Zur medienkritischen Einschätzung informationsorientierter YouTuber*innen-Videos
durch Jugendliche

Tanja Witting
Mädchen und junge Frauen auf Instagram **37**
Zwischen Schönheitsnormen und Empowerment

Christa Gebel / Andreas Oberlinner
Das GEHEIMNIS meines ERFOLGES **45**
Zum Orientierungspotential von YouTube-Stars für 10- bis 14-Jährige

Martina Schuegraf / Tobias Börner
Instagram-Faszination für Heranwachsende **51**

Henrike Boy / Sabine Sonnenschein
Mit YouTube und Co. stark und kreativ werden **57**
Methoden zur Persönlichkeitsentwicklung und Förderung der Kritikfähigkeit

Isabel Venne / Larissa Brands
Social Media – Musik-Apps in inklusiven Kontexten 63
„Durchblick im Netz“: ein inklusives, medienpädagogisches Projekt zur risikoarmen Teilhabe

Iren Schulz, Schau Hin-Coach, im Interview mit Renate Röllecke
Medienaktive Kinder – ratlose Eltern? 73

Methoden zum Thema „Social Media“ für Fortbildungen und die medienpädagogische Praxis 79

Special zum Sonderthema „Kinderrechte in der digitalen Welt“ (Kategorie F)

Luise Meergans / Sophie Pohle
Von der Medienpädagogik zur Kinderrechtebildung 85
Über das Verhältnis von Kinderrechten und Medienpädagogik in der digitalen Welt

Teil 2: Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

Metaversa e.V.
Flucht nach Utopia 99
(Kategorie A – Projekte von und mit Kindern)

Verein zur Förderung akzeptierender Jugendarbeit e.V. (VAJA)
#rootsnvisions/Wurzeln und Visionen – Geflüchtete und Bremer Jugendliche gestalten gemeinsam eine Videoprojektion 107
(Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen)

ZDS Berufsinternat
Sag Was – eine polyperspektivische und multimediale Arbeitshilfe 113
(Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen)

Moviemiento e.V.
Living Legends – Memory in Motion 121
(Kategorie C – Interkulturelle und internationale Projekte)

LAG Kunst und Medien NRW e.V. und Selfigrafen
NeoEnkel – generationsübergreifendes Fotoprojekt mit Geflüchteten und Senior*innen 129
(Kategorie C – Interkulturelle und internationale Projekte)

Medienprojekt Berlin e.V.
Wahl inklusiv – Ein Videoworkshop für Menschen mit und ohne Behinderungen 135
(Kategorie D – Intergenerative und integrative Projekte)

Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW
Spieleratgeber-NRW 145
(Kategorie E – Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter)

tinkerbrain. Institut für Bildungsinitiativen GmbH
#stadtsache. Crossmediale Teilhabe an der Stadt. 153
(Kategorie F – Projekte zum Sonderthema „Kinderrechte in der digitalen Welt“)

Trickmisch – das mobile Sprachlabor
Trickmisch – Deutsch lernen mit Trickfilmen 161
(Besondere Anerkennung)

Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

Dieter Baacke (1999)
Was ist Medienkompetenz? 169

Einfach bewerben
Dieter Baacke Preis – die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte 171

Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis 173

Abbildungsnachweis 175

Kontakt

ZDS Berufsinternat
Christoph Hering
De-Leuw-strasse 3-9
42653 Solingen
Tel.: 0212/596 149
E-Mail: c.hering@zds-solingen.de
Web: <https://sag-was.jimdosite.com>



Im Interview

Sag Was – eine polyperspektivische und multimediale Arbeitshilfe

ZDS Berufsinternat

Larissa Bussmann, Katja Wakeham und Hannes Wiese

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Durch die multimediale und polyperspektivische Ausrichtung sowie die Durchlässigkeit der Story mittels unterschiedlicher Medien wurde eine sehr breite vertikale Erzählstruktur geschaffen, die immens viele Möglichkeiten der Nutzung bietet. Man kann z.B. die Mobbing-Geschichte in der Rolle des Opfers (als Tagebuch) beginnen, schaut sich die weiteren Vorfälle als YouTube-Filme an, verfolgt das weitere Geschehen aus der Sicht der Freunde im Hörbuch und beendet die Geschichte aus Lehrerperspektive als Fotostory. So ergeben sich viele Möglichkeiten, miteinander ins Gespräch zu kommen und das Phänomen „Cybermobbing“ von unterschiedlichen Seiten zu betrachten.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

- Inhaltlich: Handlungsalternativen im Falle von Cybermobbing aufzeigen, für das Thema sensibilisieren, Diskussionen anregen und Lösungsansätze entwickeln.
- Technisch: Unterschiedliche Medien einsetzen und lernen, damit kreativ zu gestalten; den Jugendlichen den Umgang und das Handwerkszeug zur Umsetzung näherbringen.
- Kulturell: Jugendliche mit Medien bekannt machen, die sie normalerweise nicht nutzen, z.B. Leser*innen mit Video vertraut machen oder YouTube-Seher*innen mit dem Buch.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

*Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmer*innen?*

Die Vorkenntnisse waren sehr unterschiedlich. Es gab Gruppen, die kannten sich gut mit den jeweiligen Techniken aus. In manchen Gruppen waren Teilnehmer*innen dabei, die auch privat Filme schneiden, Musik machen etc. Es gab auch Gruppen, die erst nach einem entsprechenden Technik-Input loslegen konnten.

Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Adäquat zu Dieter Baakes vier Dimensionen des sogenannten „Bielefelder Medienkompetenzmodells“ (vgl. S. 169f. in diesem Band) haben unsere Jugendlichen ihre medialen Fähigkeiten vertiefen und auch erweitern können. Unser Projekt durchlief verschiedene Phasen, in denen der Erwerb von diesen Inhalten gezielt gefördert werden konnte. Von der inhaltlichen Konzeption über kreative Gestaltung sowie die technische Umsetzung bis zum fertigen multimedialen, polyperspektivischen Ergebnis konnte sich jede*r einbringen.

Medienkritik:

Die Azubis haben sich kritisch mit den digitalen Medien auseinandergesetzt. Sie haben die positiven Möglichkeiten der Kommunikation ebenso diskutiert wie die Gefahren, welche die unautorisierte Weitergabe von Inhalten beinhaltet. Gerade am Beispiel von YouTube, WhatsApp, Instagram und Co. konnten sie differenzieren, wo Chancen enden und Missbrauch beginnt.

Medienkunde:

Durch die Beschäftigung mit den unterschiedlichen audio-visuellen Medien, wie Hörspiel, Video, Fotoroman, interaktive E-Books und andere Formate, sowie den damit verknüpften Erstellungsprogrammen, wie Audacity, HTML-Editoren oder Videoprogramme, wurden Qualifikationen im Umgang gefördert und zum Teil vertieft.

Mediennutzung:

Durch die multimediale Gestaltung und die durchlässige Erzähltechnik der verschiedenen Medien haben die Azubis eine Plattform geschaffen, in der man die Inhalte interaktiv erfahren kann.

Mediengestaltung:

Da verschiedene Medien und Erzähltechniken angewandt wurden, konnten sich die Jugendlichen in vertrauten Kulturtechniken entfalten, aber auch Richtungen erproben, die ihnen ganz neu waren.

Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

Durch die Einführung in die entsprechenden Programme (Gimp, Magix Video deluxe, Audacity, HTML etc.) konnten einige Jugendliche auch im Anschluss eigene Ideen umsetzen, z.B. kleine Hörspiele selbst erstellen.

Probleme und Grenzen

Gab es strukturelle oder pädagogische Grenzen und Stolpersteine bei der Vorbereitung oder Durchführung des Projekts? Wie wurden diese Probleme bewältigt?

- Der umfangreiche Medieneinsatz kann viel kreatives Potential freisetzen, das unter Umständen auch eingegrenzt werden muss.
- Das Projekt hat sehr viele Spannungsbögen, die es zum einen interessant machen, aber auch die Gefahr der Desorientierung beinhalten. Hier ist vertikales und horizontales Storytelling miteinander in Einklang zu bringen.

- Das Thema ist hoch emotional und muss daher sorgfältig begleitet werden.
- Polyperspektivisches und multimediales Arbeiten ist spannend, kann aber mitunter auch zur Desorientierung führen.
- Das Projekt könnte überfrachtet sein, da der Umfang und die Vielzahl der einzelnen Medien die Nutzer*innen möglicherweise überfordern.
- Durch zu viel Steuerung, die durch den Umfang des Projekts nötig ist, könnte eventuell kreatives Potential eingeschränkt werden.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Für die Umsetzung in die entsprechenden Medien müssen die Hard- und Softwarevoraussetzungen vorhanden sein. Hierzu gehören PCs, Mikrofone bzw. Soundaufnahmegeräte, Fotoapparate oder Fotohandys und Videokameras bzw. Videohandys. An Software sind Sound-, Video- und Bildbearbeitungsprogramme sowie Textverarbeitungen und ein Internetzugang erforderlich. Außerdem benötigt man Webspace und einen YouTube-Kanal, um die Inhalte hochzuladen.

Tipps für die Praxis

Welche Ratschläge oder Empfehlungen können Sie Interessierten geben, die ähnliche medienpädagogische Projekte durchführen möchten?

Man sollte die Anzahl der Medien eher begrenzen, weil der Arbeits- und Zeitaufwand immens sind.

Motivation

War es notwendig, die Zielgruppe für das Projekt zu motivieren? Wenn ja, warum und wie?

Das Thema hat die Jugendlichen in ihrer unmittelbaren Lebens- und Erfahrungswelt abgeholt. Im Verlaufe des Projekts waren wir

erschrocken, dass nahezu alle Jugendlichen schon einmal mit dem Thema Cybermobbing in Berührung gekommen sind.

Das war auch die Motivation, dabei mitzumachen. Viele schämten sich, in vorangegangenen Situationen geschwiegen zu haben. Nun erhielten sie die Gelegenheit, etwas zu schaffen, was anderen helfen kann, sich gegen Mobbing zu wehren.

Was hat den beteiligten Kindern und Jugendlichen besonders viel Spaß gemacht?

Natürlich war auch der Einsatz der Medien spannend und reizvoll. Insbesondere das Faken von sozialen Netzwerken war sehr begehrt und wurde rege angenommen. Auch die gefälschten YouTube-Videos fanden viel Zulauf. All das, was ihre Lebenswelt sozusagen aus einem anderen Blickwinkel betrachtete, war spannend für sie.

Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Für uns war es spannend, die Jugendlichen bei diesem Prozess des Hinterfragens zu begleiten und selbst einen Einblick in Twitter, Instagram und Co. zu bekommen.

Nachhaltigkeit und Wirkung des Projekts

Welche Veränderungen haben sich durch die Medienprojekte in der Zielgruppe, in Ihrer Einrichtung oder den beteiligten Einrichtungen, im Stadtteil etc. ergeben?

Durch die Medienbox ist das Thema in unserer Einrichtung präsenter geworden. Gerade mit digitalen Medien wird nun reflektierter umgegangen. Dies merken wir daran, dass Angebote, in denen wir Jugendlichen helfen, ihre Internetprofile auf unterschiedlichen Plattformen wie Facebook und Co. zu schützen, nun deutlich stärker frequentiert werden.

Läuft das Projekt noch und wenn ja, wie lange? Oder gibt es Anschlussprojekte?

Das Projekt wird weiterwachsen, da sich auch die digitale Welt weiterentwickelt. Nach

WhatsApp wird es neue Plattformen geben und auch diese muss man zukünftig kritisch beleuchten.

Themen

Welche Themen (Inhalte) waren im Projekt für Ihre Zielgruppe besonders spannend?

Derzeit ist WhatsApp *der* Kommunikationskanal, ebenso wie Instagram. Twitch ist eine Streaming-Plattform, die unglaublichen Zulauf findet. Dort ist *Fortnite* momentan das beliebteste Spiel. Durch den Live-Chat ist dies eine äußerst beliebte Kommunikationsschiene. Auch Hashtags sind sehr beliebt, da sehr tagesaktuell. Hier tauschen sich Jugendliche viel zu popkulturellen Themen aus.

Trends und Interessen der Zielgruppe

Welche neuen Medientrends, medialen Interessen oder Aspekte der Medienkultur sind in ihrer Zielgruppe in jüngster Zeit besonders aktuell?

Im Bereich Kommunikation sind derzeit die unmittelbaren und schnellen sozialen Plattformen wie WhatsApp, Instagram, Snapchat etc. sehr beliebt. Facebook verliert in unserer Zielgruppe immer mehr Akzeptanz. Im Bereich Unterhaltung werden sämtliche Streaming-Anbieter (Netflix, Amazon Prime, Dazn, Twitch und YouTube sowie Spotify) immer wichtiger und lösen herkömmliche audio-visuelle Medien wie TV, DVD und Kino ab. Im Bereich der Hardware haben die Smartphones mittlerweile nahezu komplett PCs, Laptops, DVD-Player und andere Medienabspielgeräte verdrängt.

Wie geht man in Ihrer Einrichtung/wie gehen Sie evtl. darauf ein?

Medienpädagogik ist in den letzten Jahren durch die zunehmende Mediennutzung immer wichtiger geworden. Kommunikation ist digitaler und findet immer mehr virtuell statt. Getreu dem heilpädagogischen Motto „den Klienten dort abholen wo er steht“, müssen wir uns immer mehr in die digitalen Lebenswelten der Jugendlichen begeben, um sie zu erreichen. Grundsätzlich heißt das aber, und das ist die eigentliche Herausforderung, immer aktuell zu sein. Jugendliche ziehen digital von Medium zu Me-

dium. Die Taktzahl der Nutzung wird ständig kürzer. Mediennutzer*innen wechseln immer öfter und schneller ihre Plattformen.

Medienpädagogik heißt für uns aber auch, immer medienkritisch zu bleiben und gemeinsam mit Jugendlichen die Nutzung und die Möglichkeiten zu hinterfragen. Oftmals sind Jugendliche, wenn sie sich wirklich mit Medien auseinandersetzen, kritischer als man denkt. Und gleichzeitig häufig zu bedenkenlos, was App-Nutzung und Datenfreigabe betrifft. Diesen Spagat auszugleichen, ist in unserer Einrichtung mittlerweile Tagesgeschäft.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Das Projekt hat eine enorme Sogwirkung auf weitere Projekte im Medienbereich gehabt. In der Folge haben wir mehrere Hörspiele und kleine Kurzfilme zu unterschiedlichen Themen produziert, da andere Jugendliche Interesse bekamen, selbst kreativ tätig zu werden. Grundsätzlich ist dies unter der Entwicklung von Storytelling zu sehen. Da wir mit unserem Projekt die Lebenswelt der Jugendlichen (die oft mit Cybermobbing konfrontiert sind) authentisch abgebildet haben, konnten sie sich sehr damit identifizieren und fühlten sich wertgeschätzt.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Die oben beschriebene Akzeptanz der Lebenswelt der Jugendlichen führte bei ihnen zu einem vermehrten Interesse an der Abbildung ihrer Situation und ihres Umfeldes. Die derzeitige Selfie-Mentalität, die im Normalfall größtenteils nur zur Selbstdarstellung genutzt wird, führte und führt hier zu einer tieferen und intensiveren Selbstreflexion durch Nutzung audio-visueller Medien. Insofern hat das Projekt als Initialzündung sowohl im pädagogischen Team als auch beim Klientel Spuren hinterlassen. Gerade was Themenbereiche wie Privatsphäre, Datennutzung und -missbrauch

tangiert, bestand und besteht hier erheblicher Handlungsbedarf.

Der Trend, sich immer kritischer mit Medien auseinanderzusetzen, ist auch bei Jugendlichen, gerade vor dem aktuellen Hintergrund von Datenklau-Skandalen etc., zu spüren.

Unsere Angebote für Jugendliche dazu, wie man sich z.B. im Internet schützt und die Privatsphären-Einstellungen bei Profilen optimiert, werden in letzter Zeit deutlich stärker wahrgenommen. Dies stärkt letztendlich wiederum die wünschenswerte Medienkompetenz unseres Klientels.

Struktur und Rahmen

Welche Rahmenbedingungen für Projektarbeit sind wünschenswert? Wie kann man diese schaffen?

Wir haben das Projekt im Rahmen unserer freizeitpädagogischen Angebotspalette durchgeführt. Je nach Anzahl der Medien kann man dies auch mit weniger Jugendlichen durchführen. Selbst die Reduktion auf ein Medium kann sinnvoll sein und ein Ergebnis erzielen.

Feedback

Gab es abschließend seitens der Zielgruppe Verbesserungsvorschläge, weiterführende Ideen bezüglich Ihres Projektes?

Da wir das Projekt unter einer CC-Lizenz zur Veröffentlichung freigegeben haben, obliegt es nun den Nutzer*innen, Anregungen und Kritik zu äußern. Wir hoffen, dass es zahlreich kopiert, angepasst, verändert und weiterentwickelt wird. Bisher hat es eine befreundete Einrichtung in der Gruppenarbeit eingesetzt. Die Resonanz war sehr positiv, da die Box derzeit sehr aktuell ist und die Lebenswelt der Jugendlichen authentisch abbildet. Mit einer wechselnden Medienlandschaft muss die Box ihre Anpassungsfähigkeit unter Beweis stellen.

Interviewpartner*innen

Larissa Bussmann: Sozialpädagogin mit Theater-, Tanz- und Entspannungszusatzausbildungen; hat unter anderem im Projekt den Bereich der Fotostory angeleitet und die darstellerischen Kompetenzen der Jugendlichen gefördert.

Katja Wakeham: Auszubildende; hat das emotionale Hörbuch aus Sicht der Freundin mitgeschrieben und selbst aufgenommen; macht derzeit, animiert durch das Projekt, eine weitere Ausbildung zur Synchronsprecherin.

Hannes Wiese: Auszubildender; war durch sein schauspielerisches Talent die Projektionsfläche für die Fotos und den Film; auch mit ihm sind weitere Folgeprojekte im Freizeitbereich des ZDS Berufsinternats geplant.



Abbildungsnachweis

Titelbild

© Monkey Business Images / Shutterstock.com

Porträtfoto Dr. Franziska Giffey

© Bundesregierung / Jesco Denzel (Seite 9)

Friederike von Gross / Renate Röllecke

© Katharina Künkel (Seite 15)

Lars Gräßer / Markus Gerstmann

© BigTunaOnline / Shutterstock.com (Seite 19)

Christa Gebel / Andreas Oberlinner

© Jacob Lund / Shutterstock.com (Seite 46)

Isabell Venne / Larissa Brands

© Eigensinn e.V. (Seiten 67, 69)

Luise Meergans / Sophie Pohle

© artistlike / Pixabay.com (Seite 85)

#stadtsache. Crossmediale Teilhabe an der Stadt.

© Anke M. Leitzgen (Seiten 152, 154, 156, 159)

Trickmisch – Deutsch lernen mit Trickfilmen

© Roland Bertram (Seite 160)

© Julia Kapelle (Seite 163)

© Barbara Klinker (Seite 165)

Fotos und Abbildungen zu den Projektbeschreibungen und Interviews wurden uns freundlicherweise vom jeweiligen Projekt zur Verfügung gestellt.
