

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)

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

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 Selfiegrafen
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



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

Sehr geehrte Vertreterinnen und Vertreter
der Gesellschaft für Medienpädagogik
und Kommunikationskultur,
sehr geehrte Mitglieder der Jury des
Dieter Baacke Preises,
liebe Preisträgerinnen und Preisträger,
liebe Gäste,

Befähigung, Teilhabe und Schutz sind die drei Säulen der Kinderrechtskonvention der Vereinten Nationen. Einst für eine analoge Welt erdacht, gelten sie im digitalen Zeitalter weiter. Sie bilden das Fundament eines modernen Kinder- und Jugendmedienschutzes. Das diesjährige GMK-Forum greift den Aspekt der Teilhabe auf und erweitert ihn um das Thema Vielfalt. Der Dieter Baacke Preis, der in diesem Jahr zum 17. Mal vergeben wird, ehrt herausragende und inspirierende Projekte, die Kinder und Jugendliche, aber auch Erwachsene ermutigen und befähigen, sich in der digital geprägten Gesellschaft zu orientieren, ihre Chancen zu nutzen und sie aktiv und kreativ mitzugestalten.

Dabei gehen die Projekte, ganz im Sinne von Dieter Baacke, weit über die Vermittlung technischer Kompetenzen hinaus. Sie beziehen auch soziale, kulturelle und politische Aspekte ein. All dies ist nötig, um Kindern und Jugendlichen ein gutes Aufwachsen mit Medien zu ermöglichen. In der medienpädagogischen Projektarbeit entwickeln und erfahren Kinder und Jugendliche Selbstwirksamkeit, Teilhabe und Zusammenarbeit. Sie lernen, sich in und mit Medien auszudrücken und haben dabei auch den Raum, über das zu sprechen, was ihnen nicht gefällt.

Die Preisträgerinnen und Preisträger 2018 haben sich unter anderem aktiv und kritisch mit Robotik beschäftigt. Sie verbinden auf vielfältige Weise Menschen miteinander, nutzen alte



und neue Medien in kreativer Weise. Sie geben Menschen mit Beeinträchtigungen eine Stimme und befähigen sie, Medien aktiv auch politisch zu nutzen. Sie bringen Seniorinnen und Senioren und junge geflüchtete Menschen in einen kreativen Austausch. Sie setzen sich kreativ mit Schattenseiten des Digitalen Cybergrooming, Cybermobbing und Hatespeech auseinander.

Die Sonderkategorie des Dieter Baacke Preises hat in diesem Jahr das Thema „Kinderrechte in der digitalen Welt“. Das ausgezeichnete Projekt ermöglicht es Kindern, ihre Welt kreativ und kritisch digital zu beleuchten, und ist damit ein Beispiel dafür, wie die Bestimmungen der Kinderrechtskonvention Eingang in die digitale Welt finden. Ich gratuliere allen Preisträgerinnen und Preisträgern ganz herzlich zum Dieter Baacke Preis 2018 und wünsche Ihnen gutes Gelingen für Ihre weitere medienpädagogische Arbeit!

Dr. Franziska Giffey

Dr. Franziska Giffey
Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Friederike von Gross / Renate Röllecke

Instagram und YouTube der (Pre-)Teens

Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe

Die Handbuchreihe stellt aktuelle medienpädagogische Themen in den Mittelpunkt. Die Beiträge des ersten Teils geben Anregungen zur theoretischen Reflexion und praktischen Umsetzung des Schwerpunktthemas in den Bereichen Medienbildung und Medienpädagogik. Der zweite Teil des Handbuches präsentiert die Modelle der Dieter Baacke Preisträger*innen. Die Macher*innen geben in Interviews Auskunft zu Erfahrungen ihrer medienpädagogischen Projektarbeit.

Die tägliche Dosis Social Media gehört für viele Kinder und Jugendliche hierzulande einfach dazu: Insta-Stories schauen, Bilder mit Filtern bearbeiten, Influencer*innen stalken, TikTok-Videos kreieren, Snaps senden und dabei möglichst viele Flammen sammeln, Tutorials und Let's Plays schauen, Nachrichten senden. Über die Nutzung von Apps wie Instagram, TikTok, Snapchat und YouTube eignen sich Pre-Teens und Teens ihre Welt an. Sie orientieren sich im Medienschwungel, lernen täglich Neues, finden sich selbst und andere, probieren sich aus, bekommen Feedback, bleiben in Kontakt – sie sind viel und regelmäßig in den Medien unterwegs.

Das bestätigt auch die aktuelle JIM-Studie (mpfs 2018). So verwenden z.B. 95 Prozent der 12- bis 19-Jährigen WhatsApp mindestens mehrmals pro Woche (täglich: 82%), Instagram wird regelmäßig von 67 Prozent genutzt (täglich: 51%) und Snapchat von 54 Prozent (täglich: 46%). Und auch die Jüngeren wenden sich mit zunehmendem Alter intensiv sozialen Medien zu, wie die aktuelle KIM-Studie (mpfs 2019) zeigt: Bereits 47 Prozent der 6- bis 13-jährigen Internetuser*innen verwenden (fast) täglich WhatsApp, 21 Prozent der internerfahrenen Kinder (fast) täglich YouTube.

Social Media-Apps gehören zum Alltag wie Frühstück, Schule und Hobby dazu – und das, obwohl viele der Nutzer*innen laut AGBs eigentlich gar nicht zur Zielgruppe gehören. In-

stagram, Snapchat, TikTok sind laut ihren AGBs ab 13 Jahren nutzbar, WhatsApp ab 16 Jahren. Für YouTube muss ein Google-Konto vorliegen, für das ein Mindestalter von 16 Jahren gefordert wird. In keiner der Apps erfolgt eine Altersprüfung, es genügt die Eingabe eines fiktiven Datums, was wohl auch zur gängigen Alltagspraxis gehört. Deshalb thematisieren wir in diesem Band auch die Nutzung dieser Apps durch unter 13-Jährige. Nicht, um dazu zu animieren, sondern um reale Nutzungsmuster in Alltagskulturen nicht unberücksichtigt zu lassen.

Gerade die App TikTok – bis 2018 unter Musical.ly bekannt – erscheint vielen jungen Nutzer*innen attraktiv. Der spielerische Umgang mit Musik, Tanz und Zitaten, die große Bandbreite an Vorlagen und die unterstützenden Funktionen der App, eigene Lipsync- oder Sound-Videos zu kreieren, animieren mitunter bereits Kinder im Grundschulalter zum Nachmachen und Ausprobieren. Im öffentlichen Diskurs wurde Musical.ly im vergangenen Jahr dann vor allem deshalb wahrgenommen, weil Pädokriminelle die App zur Kontaktaufnahme genutzt hatten, Kinder und Jugendliche zum freizügigen Posieren vor der Kamera animierten und über die App-eignen Favoriten-Listen Accounts sammeln und weiterempfehlen konnten.

Diese und andere „dunkle Seiten“ der Social Media-Welt sind im öffentlichen Diskurs und auch in der Pädagogik stark präsent. Dazu

gehören z.B. Cybergrooming, Sexting, Hypersexualisierung und Pornografisierung, Cybermobbing und Ausgrenzung. Aber auch der Kontakt mit negativ beeinflussenden Gruppierungen zählt dazu: Suizidal- und Selbstverletzungs-Seiten oder -Gruppen, Pro-Ana- oder Pro-Mia-Seiten und -Gruppen (Anorexie und Bulimie) sowie rechtsextreme und islamistische Gruppen können Kinder und Jugendliche mit verstörenden und extremen Inhalten in Kontakt bringen. Des Weiteren treffen sie auf Hatespeech, klischeehafte und sexistische Rollenbilder, Gendermarketing (die sogenannte Rosa-Blau-Falle) und natürlich ist auch das Themenfeld Datenschutz, Persönlichkeitsrechte sowie die Auswertung und der Handel mit den eigenen Daten herausfordernd. Die Kenntnis dieser Problemfelder und die Sensibilisierung über die damit zusammenhängenden Herausforderungen sind immens wichtig. Es existieren bereits vielfältige medienpädagogische Ansätze und Methoden im Sinne eines erzieherischen und pädagogischen Jugendmedienschutzes, die es unter pädagogischen Fachkräften bekannt zu machen gilt. Auch Informationen für Eltern sind wichtig, damit diese ihre Kinder im Alltag begleiten können und als Ansprechpartner*innen zur Verfügung stehen, wenn Probleme auftauchen. Damit es gar nicht erst dazu kommt, gilt es, die Apps gemeinsam einzurichten, Privatsphäreinstellungen zu überprüfen und vorzunehmen und Grundlegendes zur Selbstdarstellung, zu Belohnungssystemen und zur möglichen Kontaktaufnahme mit Fremden zu thematisieren. Verbote sind im Umgang mit (Pre-)Teens wenig hilfreich.

In dem vorliegenden Band finden einige dieser Herausforderungen Berücksichtigung. Das Hauptaugenmerk liegt aber auf den politischen, sozialen und kulturellen Dimensionen der sozialen Medien im Hinblick auf die Entwicklungsaufgaben und das medienkulturelle Handeln von Kindern und Jugendlichen. So reflektieren die Beiträge z.B. die Potentiale, die Social Media-Apps Kindern und Jugendlichen bieten, damit ersichtlich und nachvollziehbar wird, was Kinder und Jugendliche an Influencer*innen und sozialen Netzwerken fasziniert.

Eltern und Pädagog*innen sollten versuchen, dem teils schrägen Humor, den Schmink-Tutorials oder Let's Play-Videos so offen wie möglich zu begegnen und anstatt vorzuverurteilen lieber Fragen stellen, neugierig sein und ins Gespräch kommen. Kindern und Jugendlichen bieten Social Media-Angebote vielfältige Erfahrungs- und Ermöglichungsräume zum Ausprobieren und zur Selbstdarstellung. Beides sind Aspekte, die für die Identitätsbildung grundlegend sind. Weitere Motive sind der Wunsch dazugehören zu wollen, sich mit Gleichaltrigen auszutauschen und von den Eltern abzunabeln oder auch einfach die Möglichkeit, im Netz Neues zu lernen und sich eigenständig Informationen zu beschaffen. Es gilt also, ihnen Freiräume zu gewähren, um eigene Erfahrungen zu machen.

Die aktive, handlungsorientierte Medienarbeit kann diese Freiräume bereitstellen und gleichzeitig in Gesprächen auf Augenhöhe Reflexionsprozesse anstoßen sowie Teilhabe und Medienkritikfähigkeit in der digital geprägten Gesellschaft ermöglichen. Mit Scherz, Satire und Ironie werden bekannte Formate kreativ persifliert, wodurch Kinder und Jugendliche wesentliche Strukturmerkmale kennen und lesen lernen. Geeignet sind zudem analytisch orientierte Ansätze, die Kinder und Jugendliche dazu anregen, die Auftritte von YouTuber*innen oder Instagram-Stars zu vergleichen und zu untersuchen. Das kann spielerisch und detektivisch vermittelt werden, ohne gleich das, was Kinder lieben und schätzen, schlecht zu machen. Anknüpfen sollte man stets bei der Jugendmedienkultur der Kinder und Jugendlichen, da sie bereits eigene Bewertungskriterien und Expertise mitbringen. Diese gilt es wahrzunehmen, zu respektieren und dann zu erweitern. So können Alternativen zu problematischen Inhalten, Formaten, Kommunikationsweisen aufgezeigt und eine risikoarme Nutzung ermöglichen werden, was auch im Kontext der Inklusion fruchtbar und notwendig ist.

Welche Influencer*innen prägen den Alltag von Jugendlichen, was zieht schon fast wieder vorüber? Um beliebte Bewegtbild-Netzwerke und um „Medienbildung für die Generation Instagram“ geht es im Beitrag von **Lars Gräßler**

und **Markus Gerstmann**. Anhand von Beispielen wird die Nutzung von Plattformen wie Instagram oder TikTok thematisiert, unter Dimensionen wie Schönheitsideale, Hate, Ruhm junger Influencer*innen und Jugendschutz. Parallel dazu wird auch die Bedeutung der sozialen Netzwerke für junge Nutzer*innen illustriert: Streben nach Anerkennung, Selbstwirksamkeitserfahrungen, Identitätssuche oder Inspiration spielen dabei eine wichtige Rolle. In Anlehnung an diese Bedeutungsmuster werden dann Vorschläge für eine medienpädagogische Gestaltung durch Fachkräfte abgeleitet. Die Autoren plädieren für einen offenen Umgang und einen verständnisvollen Dialog mit Jugendlichen, um sie zu begleiten und zu ermächtigen, Lernmöglichkeiten einzuleiten, aber ihnen gleichzeitig auch den Freiraum zu gewähren, um eigene Erfahrungen zu machen.

Authentisch oder inszeniert? Wie schätzen Jugendliche die Beiträge informationsorientierter Jugendlicher ein? Mit der zunehmenden Bedeutung sozialer Medien als Informationsquelle für Jugendliche stellt sich die Herausforderung an die Medienpädagogik, eine umfassendere Kritikfähigkeit bei Jugendlichen anzuregen. **Kai-Uwe Hugger et al.** präsentieren einen Ausschnitt ihrer Forschungsergebnisse aus Gruppendiskussionen mit Jugendlichen. Im Mittelpunkt stehen die medienkritischen Einschätzungen Jugendlicher zu informationsorientierten YouTube-Videos. Diese wurden gruppiert unter folgende Aspekte: Glaubwürdigkeit von YouTuber*innen im Vergleich zu Massenmedien, Bedeutung von Authentizität und Inszenierung sowie kritische Einschätzung der Kommerzialisierung. Zum Schluss wenden die Autor*innen die Medienkritik der Jugendlichen auf das Konzept der Medienkompetenz von Dieter Baacke an, um die Entwicklung des Einschätzungsvermögens herauszustellen.

Viele junge Frauen sind auf Instagram aktiv oder folgen dort Influencer*innen. Ein Großteil der Instagram-Beiträge dreht sich um normierte und normierende Schönheit, um Mode und um humorvolle oder zuweilen auch problematische Challenges. **Tanja Witting** wirft zunächst einen Blick auf Schönheitsnormen und dominieren-

de Weiblichkeitsnormen in beliebten Instagram-Accounts. Doch Social Media hat mehr zu bieten: Im zweiten Teil ihres Artikels wendet sich die Autorin Gegenentwürfen und Gegenbewegungen zu und zeigt, wie der Schönheitsbegriff, z.B. durch Bodypositivity-Beiträge, variiert werden kann und wie vielfältig Social Media für Empowerment genutzt wird. Witting setzt sich dafür ein, durch eine sensible medienpädagogische Begleitung das Empowerment-Potential der Social Media-Plattform zu nutzen. In der Arbeit mit Mädchen und jungen Frauen könne dies dazu beitragen, ein positives Selbstverhältnis zu fördern, Ausschlusspraxen zu reduzieren und Machtstrukturen aufzubrechen.

Den YouTube-Vorlieben der 10- bis 14-Jährigen widmen sich **Christa Gebel** und **Andreas Oberlinner**. Sie stellen Ergebnisse aus ihrer problemorientierten Medienanalyse zu 45 einschlägigen YouTube-Kanälen vor, die eine große Popularität bei dieser Altersgruppe aufweisen. Im Fokus stehen dabei Themen wie Kommerzialisierung, Publikumsbindung, Geschlechterstereotype, ethisch-normative Perspektiven und Selbstinszenierungsmodelle. Der Beitrag zeigt zusätzlich Ansatzpunkte für weitere Forschungsthemen auf und verweist auf die Notwendigkeit medienpädagogischer Konzeptentwicklungen für die Arbeit mit jungen YouTube-Nutzer*innen. Diese Projekte sollten dabei das Interesse an der Plattform mit der kritischen Auseinandersetzung zu Aspekten wie Rollenstereotypen, Selbstdarstellung, ethisch-normativen Fragen und Konsum verbinden.

Martina Schuegraf und **Tobias Börner** gehen anhand von Interviews mit Instagram-Nutzer*innen und Influencer*innen der Frage nach, was Influencer*innen neben der Reichweite und der Produktvermarktung charakterisiert. Sie formulieren die These, dass Instagram in erster Linie durch Inspiration statt durch Beeinflussung geprägt ist, da vor allem Resonanz ein Motivationsfaktor für die Nutzung der Plattform ist. Folglich beschreiben die Autor*innen Instagram als eine Vielzahl nebeneinander existierender Resonanzräume. Weiterhin stellen sie Einsatzmöglichkeiten vor, um das Thema Resonanz mit Fokus auf Instagram-Influencer*innen

in der medienpädagogischen Arbeit gemeinsam mit Jugendlichen aufzugreifen, durch Selbst-Reflexionen oder in Verbindung zu Themen wie Heranwachsen und Internetsicherheit.

Wie medienpraktisch mit Jugendlichen zu Social Media-Plattformen gearbeitet werden kann, auch in Gruppen großer Diversität, zeigen die folgenden zwei Beiträge.

In der zunehmenden globalen Vernetzung durch die Digitalisierung von Lebenswelten braucht es Hilfestellungen zur Orientierung in dem komplexen Gefüge, auch um bewusste Auseinandersetzungen mit medialen Beeinflussungen nachhaltig zu entwickeln. **Henrike Boy** und **Sabine Sonnenschein** zeigen Methoden und Ansätze, mit denen sich ein gleichberechtigter Dialog mit Jugendlichen zu kritischen Aspekten der sozialen Medien gestalten lässt. Der Beitrag stellt darüber hinaus das Projekt *Die Kreativhelden* vor, in dem Social Media-Plattformen wie YouTube oder Instagram pädagogisch genutzt werden, um das reflexive Bewusstsein eigener Werte und Interessen zu stärken sowie einen kreativen und sicheren Umgang mit sozialen Medien zu fördern.

Mit der großen Attraktivität von Social Media-Plattformen, wie z.B. TikTok (vormals Musical.ly), unter Kindern und Jugendlichen wachsen auch die Herausforderungen für die medienpädagogische Arbeit. **Isabel Venne** und **Larissa Brands** schlagen vor, dabei direkt an den Vorlieben der Heranwachsenden anzuknüpfen und aktuell beliebte Apps zu nutzen, um das Interesse der Jugendlichen für die Umsetzung einer risikoarmen Teilhabe zu wecken. Die Autorinnen gehen zudem der Frage nach, wie sich medienpädagogische Arbeit zu Social Media-Apps inklusiv gestalten lässt, um möglichst alle User*innen zu erreichen. Anhand ihres Projektes *Durchblick im Netz* zeigen sie Möglichkeiten auf, mit Schüler*innen aus einer Förderschule und einem Gymnasium gemeinsam einen kreativen und zugleich kritischen Zugang zu Themen wie Cybermobbing, Privatsphäre, Datenschutz sowie sexualisierte Gewalt zu gewinnen. Das Modell ist auch auf andere (inklusive) Kontexte übertragbar.

Eltern sind bei der Medienerziehung mehr denn je gefragt – und das betrifft längst nicht nur junge Kinder. Im Kontext von Smartphone und Social Media suchen zunehmend Eltern von Jugendlichen und von Pre-Teens Rat, auch bei der bundesweiten Initiative „Schau-Hin! Was dein Kind mit Medien macht.“ Welche Fragen bewegen die Eltern von (Pre-)Teens? Mediencoach **Iren Schulz** benennt im Interview vielfältige Herausforderungen digitaler Angebote, die Kindern und Jugendlichen begegnen. Neben Social Media konzentrieren sich die Sorgen von Eltern auch auf bestimmte Games. Im Interview spricht Iren Schulz die Notwendigkeit an, eine Balance zu finden beim Umgang mit digitalen Medien, im Spannungsverhältnis zwischen Schutz vor Gefahren und Chancen der freien Persönlichkeitsentfaltung. Dabei folgt die Initiative dem Motto „Verstehen ist besser als Verbieten“.

Den Schluss des Themenschwerpunktes zu Social Media bildet ein **Überblick über Methoden**, die auf der Tagung Jugendmedienarbeit NRW der GMK vorgestellt wurden. Sie bieten weitere Inspirationen und Anknüpfungspunkte für die praktische Medienarbeit.

„Kinderrechte in der digitalen Welt“ bildeten den thematischen Schwerpunkt der Kategorie F des Dieter Baacke Preises 2018. Mit dem Verhältnis von Kinderrechten und Medienbildung in der digitalen Welt befassen sich vor diesem Hintergrund **Luise Meergans** und **Sophie Pohle** in einem Special. Sie zeigen Möglichkeiten für die Medienpädagogik auf, Kinder in ihrer Entwicklung hin zu kreativen, kompetenten und autonomen Mediennutzer*innen und -gestalter*innen zu unterstützen. Zudem formulieren die Autor*innen auch einen Appell zur zivilgesellschaftlichen Verantwortungsübernahme, Kindern gleichberechtigte Gestaltungsmöglichkeiten einzuräumen und sie über ihre Rechte in der Medienwelt aufzuklären, besonders im Hinblick auf die Mediatisierung sowie Digitalisierung der Lebenswelten von Heranwachsenden.

Im zweiten Teil des Buches werden die mit dem Dieter Baacke Preis prämierten Projekte vorgestellt. Diese stehen nur teilweise im Kon-

text des inhaltlichen Schwerpunktes des Bandes. Die Preisträger*innen berichten über ihre medienpädagogische Arbeit und geben Tipps für die Praxis.

Autorinnen

Dr. Friederike von Gross: seit 2016 Geschäftsführerin der GMK; hat zuvor an der Universität Bielefeld zum Thema „Informelles Lernen in Jugendszenen. Zum Erwerb berufsrelevanter Kompetenzen in Jugendszenen am Beispiel der Visual Kei-Szene“ promoviert und im Bereich Medienpädagogik gearbeitet; ihre Forschungsschwerpunkte waren u.a.: Medienerziehung von Eltern im Kontext von Computerspielen, Nutzung von Social Media durch Kinder und Jugendliche.

Renate Röllecke: Referentin für Medienpädagogik und Medienbildung in der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK).

Literatur

- mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2018): JIM-Studie 2018 – Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Abrufbar unter: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf [Stand: 04.03.2019].
- mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2019): KIM-Studie 2018 – Kinder, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Zwischen Utopie und Dystopie

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur **GMK**

**36. GMK-Forum
Kommunikationskultur**
München | 15.-17.11.2019

**Medienpädagogische Perspektiven
für die digitale Gesellschaft**

Forum Kommunikationskultur 2019

Zwischen Utopie und Dystopie – Medienpädagogische Perspektiven für die digitale Gesellschaft

Das 36. Forum Kommunikationskultur der GMK findet vom 15. bis 17. November 2019 in München statt. Informationen finden Sie auf www.gmk-net.de.

Teil 1

**Beiträge aus
Forschung und Praxis**

