

Digitale Spuren – Medienpädagogische Tagung zur Online-Nutzung von Mädchen und Jungen

Jugendliche sollten sich kritisch mit YouTubern und Influencern auseinandersetzen

(Hannover, 17. Oktober 2018) **Die meisten Jugendlichen installieren eine breite Palette von Apps und anderen Online-Angeboten auf ihren Smartphones. Täglich bewegen sie sich auf Kommunikations-, Foto- und Videoplattformen, nutzen Spiele sowie Film- und Musikstreaming-Dienste. Häufig ist jungen Menschen nicht bewusst, wie viele Daten sie dabei von sich preisgeben und dass sie durch Fake News manipuliert, von Online-Werbung, YouTubern und Influencern beeinflusst werden. Wie können Jungen und Mädchen dazu motiviert werden, kritisch und selbstbestimmt durch das Internet zu surfen?**

Auf Einladung der Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen (LJS) haben sich am Mittwoch 80 Pädagoginnen und Pädagogen während der **Tagung „Digitale Spuren“** in Hannover über zeitgemäße Strategien der Online-Nutzung von Mädchen und Jungen auseinandergesetzt. Mit aktuellen Forschungsergebnissen und **Workshops zu Big Data, Fake News, Online-Werbung und YouTube-Stars** haben Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis den Fachkräften Information und konkrete Anregungen an die Hand gegeben, damit Jugendliche sie als kompetente und vertrauenswürdige Ansprechpartner bei medienpädagogischen Fragestellungen wahrnehmen.

Problematisches Streben nach normierter Schönheit

Mädchen und Jungen nutzen für die eigene Identitätsfindung zunehmend Vorbilder in den Sozialen Medien. Stars und vermeintlich prominenten Trendsettern zu folgen, ist in den digitalen Netzwerken so einfach wie nie zuvor. Vor allem Mädchen wird dabei geradezu eingepflegt, dass gutes Aussehen und das Streben nach dem angesagten Schönheitsideal Erfolg verspricht. Die Botschaften sind: Schönheit ist „herstellbar“ und bedeutet persönliches Glück. Wer nicht schön ist, ist selbst schuld. „Pädagogische Fachkräfte sind aufgefordert, diese Entwicklung kritisch zu verfolgen, um den Anschluss an die Lebenswirklichkeit von Mädchen und Jungen nicht zu verpassen“, sagt **Eva Hanel**, LJS-Medienreferentin und Tagungsleiterin.

Influencer verschmelzen Lebenswelten und Werbung

In ihrem Vortrag über aktuelle Trends und Marketingstrategien in den Sozialen Medien erläuterte **Prof. Dr. Sonja Ganguin** von der Universität Leipzig, wie Facebook, Instagram, YouTube, Steam oder Twitch und selbst Messenger wie WhatsApp oder Telegram neue Kommunikationsformen und öffentliche Räume mit eigenen Normen schaffen. Für Werbende seien dabei insbesondere solche Formate interessant, die die Grenzen zwischen Mediennutzung und Werbung, zwischen Lebenswelt und Marketing verschwimmen lassen. Dabei spielten die sogenannten Influencer – zumeist jüngere Menschen, die allein durch ihre große Reichweite in den sozialen Medien in der Lage sind, die öffentliche Meinung mitzugestalten – eine zunehmende Rolle. Die Professorin empfiehlt Eltern und Fachkräften, die digitalen Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen ernst zu nehmen, sie als Expertinnen und Experten zu betrachten und nicht den Anschluss zu verlieren. „Das stärkste pädagogische Instrument bleibt, Kinder und Jugendliche bis zu einem gewissen Punkt bei ihren Medienerfahrungen zu begleiten und Aspekte wie Marketingintentionen aufzugreifen, ohne dabei Dogmen zu installieren“, betont Ganguin.

Fake News-App lässt Filterblasen platzen

Jugendliche informieren sich häufig in sozialen Netzwerken über aktuelle Ereignisse. Dabei werden sie mit einer Vielzahl von Meldungen konfrontiert. Nicht alle sind seriös. Mit Fake News werden Unwahrheiten verbreitet oder systematisch Stimmung gemacht gegen Fremde, gegen Flüchtlinge etc. Das Niedersächsische Landesinstitut für schulische Qualitätsentwicklung (NLQ) Hildesheim hat in Kooperation mit dem Verein Neue Wege des Lernens eine Fake News Check-App entwickelt, um tendenziöse und gefälschte Meldungen leichter zu entlarven. **Dr. Nina Köberer**, Referentin für Medienethik und Politische

Bildung am NLQ, hat die App am Mittwoch vorgestellt. „Ziel ist es, dass Jugendliche ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass die Vertrauenswürdigkeit von Nachrichtenquellen und Inhalten nicht immer gegeben ist“, betont Köberer. Dazu müssen sie deren Herkunft kennen, deren Wahrhaftigkeit einschätzen können und für „Filterblasen“ und Algorithmen sensibilisiert werden, die Themen selektieren und setzen: „Nutzerinnen und Nutzern können mit der App Angebote selbst auf die Wahrhaftigkeit und Authentizität überprüfen. Mit gezielten Fragen und durch angeleitetes Recherchieren werden Kinder und Jugendliche für den kritischen Umgang mit Nachrichten sensibilisiert.“

Privatsphäre definieren und schützen

Smartphones sind ständige Begleiter von „digitale natives“. Die Leichtigkeit, mit der Kinder und Jugendliche diese Geräte nutzen, eröffnet viele Chancen, verschleiert aber auch die vielfältigen Interessen Dritter. „Junge Menschen müssen lernen, für sich Privatsphäre zu definieren und sollten wissen, wie sie diese schützen können. Der allgemeine Begriff Datenschutz ist vielfach nicht identisch mit der Definition, die Kinder und Jugendliche haben“, sagt **Stefan Schaper**, Medienreferent aus Braunschweig. Er präsentierte das Praxisprojekt „Die Jagd auf R. Stilzchen“. Mit diesem Live-Rollenspiel tauchen 10- bis 14-Jährige unterhaltsam in das Thema Big Data ein.

Verbraucherbildung für junge Menschen

Online-Werbung ist im Vergleich zu anderen Werbeformaten wesentlich „raffinierter“ gestaltet. Mädchen und Jungen fällt es nicht leicht, dahinterliegende Geschäftsmodelle sozialer Netzwerke oder die Produktplatzierungen von Influencern und YouTube-Stars zu decodieren. Dieses Wissen bildet jedoch eine wichtige Grundlage für mündiges Handeln im Internet. Konkrete Anregungen für die pädagogische Arbeit mit Jugendlichen bieten unter anderem die Arbeitsmaterialien „Online-Werbung mit Jugendlichen zum Thema machen“, die das Institut für Medienpädagogik JFF (München) entwickelt hat. JFF-Referentin **Jana Schreiner** stellte sie am Mittwoch vor.

Von Let's Play-Videos lernen

Ein Videospiel kommentieren und parallel die Spielszenen aufzeichnen, um das Ergebnis auf YouTube zu veröffentlichen – so entstehen Let's Play-Videos. Die Ergebnisse werden millionenfach von Kindern und Jugendlichen geklickt. Die auf diesem Feld aktiven YouTuber gelten in der jungen Zielgruppe oft als Kultfiguren. „Grund genug für Pädagogen und Eltern, sich damit auseinanderzusetzen“, findet **Stefan Berendes**, Medienpädagoge bei der Landesarbeitsgemeinschaft LAG Jugend und Film Niedersachsen. Er empfiehlt, Let's Plays auf YouTube als Anknüpfungspunkte für die medienpädagogische und -praktische Arbeit mit Jugendlichen zu nutzen. In ihrer Projektreihe „Hauptsache Action“ bietet die Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen **Let's Play-Workshops** an. Dabei können sich Jugendliche selbst als Spielkommentatoren versuchen (www.jugendschutz-niedersachsen.de/Hauptsache-Action/index.html) und dabei einiges über die Mechanismen von YouTube herausfinden.

Medienkontakt: Eva Hanel, Referentin für Medienpädagogik der Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen, Leisewitzstr. 26, 30175 Hannover, T: 0511-858788, eva.hanel@jugendschutz-niedersachsen.de

Mehr Information + Bildmaterial

www.jugendschutz-niedersachsen.de

Dropboxlink mit Text-Datei PM, Tagungsflyer, Logo „Hauptsache Action“, Porträtfotos der Referentinnen und Referenten, tagesaktuelle Aufnahmen von der Fachtagung „Digitale Spuren“