

ICH WIR IHR im Netz



Werte und Medien
mit Jugendlichen zum Thema machen



ICH WIR IHR



JFF
JFF – Institut für
Medienpädagogik

BJR
Bayerischer
Jugendring

Stiftung Werte
Bündnis
Bayern

Impressum

ICH WIR IHR im Netz

Werte und Medien mit Jugendlichen zum Thema machen

Herausgeber

JFF – Jugend Film Fernsehen e. V. / Bayerischer Jugendring / Stiftung Wertebündnis Bayern

Inhaltliche Verantwortung

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

Arnulfstraße 205 / 80634 München

Telefon 089 689890 / Mail jff@jff.de / Web www.jff.de

Redaktion

Mareike Schemmerling, Kathrin Demmler, Swenja Wütscher

Lektorat

Nadine Kloos

Gestaltung

Achtender – Büro für visuelle Kommunikation, Schwäbisch Gmünd

Bildnachweis

Titelseite © yanlev – Fotolia.com, Portraits: Foto Bernhard / Stiftung Wertebündnis Bayern

München 2016

ICH WIR IHR im Netz



Werte und Medien
mit Jugendlichen zum Thema machen



Inhaltsverzeichnis

01.0

Vorwort der Stiftung Wertebündnis Bayern [4]

02.0

ICH WIR IHR im Netz –
Werkstätten zur Förderung von Medien- und Wertekompetenz [6]

- | | | |
|-----|---|----|
| 2.1 | Zielsetzung und -gruppe des Projekts | 6 |
| 2.2 | Modellphase 2012 – 2014: Werkstätten zur Förderung von Werte- und Medienkompetenz | 9 |
| 2.3 | Verstetigung 2015 – 2016: Integration in die Felder von Schule und Jugendarbeit | 13 |

03.0

Materialpakete für die reflexive Arbeit
mit Jugendlichen und Eltern zu Werten und Social Media [14]

- | | | |
|-----|------------------------------|----|
| 3.1 | Einstündige Kompakteinheiten | 14 |
| 3.2 | Tagesworkshop | 16 |
| 3.3 | Elternarbeit | 17 |

04.0

Anregungen für die aktive Medienarbeit zu Werten und Social Media [18]

05.0

ICH WIR IHR im Netz – ein Netzwerkprojekt [26]

Vorwort der Stiftung Wertebündnis Bayern

■ Junge Menschen wachsen heute digitaler und vernetzter auf als alle Generationen davor. Für die meisten Jugendlichen ist Social Media ein selbstverständlicher Bestandteil ihres Alltags. Doch so vielfältig ihre mediale Umgebung auch sein mag, die Generationen Y und Z tun im Netz nichts anderes als in der analogen Welt: kommunizieren, sich verabreden, Beziehungen knüpfen, streiten, sich darstellen, sich informieren, sich ausprobieren, sich messen, die Welt erforschen, Dinge infrage stellen, Orientierung suchen, eigene Wertvorstellungen entwickeln.

Grundsätzlich gilt: Wertebewusstsein und Wertekompetenz sind online und offline gleichermaßen von Bedeutung. Handlungs- und Erfahrungsräume, in denen junge Menschen eigene Werthaltungen entwickeln und Wertekompetenz erlangen können, existieren im Netz genauso wie im analogen Leben. Das Netz hält lediglich zusätzliche Anwendungsfelder bereit, man denke nur an Themen wie Nutzungsintensität, Schutz der persönlichen Daten und der Privatsphäre, Cyber-Mobbing oder Verbraucherschutz.

Als Stiftung Wertebündnis Bayern freuen wir uns sehr über das Projekt ICH WIR IHR im Netz, das die Begeisterung junger Menschen für Social Media nutzt, um ihr Wertebewusstsein zu schärfen und ihre Wertekompetenz zu stärken. Dabei nimmt es zusätzlich eine weitere Zielgruppe in den Blick, die wichtig ist, wenn es um Werte und Medienerziehung geht: die Eltern. Sie können ihre eigene Medienkompetenz steigern, tiefere Einblicke in die Online-Aktivitäten ihrer Kinder bekommen und so zu wertvollen Gesprächspartnerinnen und -partnern für die Heranwachsenden werden.

Unser Ziel: Starke Persönlichkeiten, die souverän agieren – im Netz wie im Leben.

Max Schmidt und Dr. Andrea Taubenböck,
Vorstand der Stiftung Wertebündnis Bayern

Vorstand



Gemeinsam stark

■ ■ ■ für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene



Weitere Informationen zur Stiftung Wertebündnis Bayern gibt es online
unter: www.wertebuendnis-bayern.de

ICH WIR IHR im Netz – Werkstätten zur Förderung von Medien- und Wertekompetenz

■ **Werte – Medien – Jugendliche.** Das ist der Dreiklang von ICH WIR IHR im Netz. Social Media [→ [Social Media S. 8](#)], insbesondere Angebote wie Messenger und Soziale Netzwerke, sind für viele Jugendliche ein kontinuierlicher Bestandteil ihrer Lebenswelt. Es ist somit wichtig, sie für ein souveränes Leben mit Medien stark zu machen und ihnen so Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe zu geben [→ [Medienkompetenz S. 12](#)]. Denn Social Media kann jungen Menschen Räume öffnen, um ihr soziales Umfeld zu erweitern und zu pflegen, sich mit nutzergenerierten und massenmedialen Inhalten auseinanderzusetzen, andere für ihre Belange zu interessieren und vieles mehr.

Das Themenspektrum, mit dem sich Jugendliche bei ICH WIR IHR im Netz auseinandersetzen, ist exemplarisch für die Interessenvielfalt Jugendlicher und spiegelt ihr Engagement in sehr unterschiedlichen Lebensbereichen wider. Ob es darum geht, Traditionen zu pflegen, das Miteinander in einem Verein zu regeln oder stark medienbezogene Themen, wie Konflikte im Netz in den Blick zu nehmen – ICH WIR IHR im Netz bietet für alles eine Plattform. Wenn die gesellschaftliche Teilhabe Jugendlicher gestärkt werden soll, muss ihr Interesse an Medien im Allgemeinen und

Social Media-Angeboten im Speziellen ernst genommen und dort gezielt Handlungsräume geschaffen werden. Wie sehr sich Heranwachsende dies wünschen, zeigte sich in den Werkstätten [[siehe S. 9 f.](#)].

Neben einer Vielfalt von Handlungsmöglichkeiten bildet Social Media eine gute Ausgangsbasis für den generationenübergreifenden Dialog. Insbesondere mit dem Fokus auf Wertehandeln bieten sich vielfältige Ansatzpunkte, um die jugendliche Medienfaszination und die Reflexionskompetenz vieler Erwachsener zusammenzubringen [→ [Wertekompetenz S. 11](#)]. Im Dialog der Generationen geht es oftmals zu wenig um die gewinnbringenden Bereiche des Medienhandelns. Er ist häufig von Unverständnis für die jeweils andere Perspektive geprägt und stellt regelmäßig ausschließlich rechtliche und jugendschutzrelevante Probleme in den Vordergrund. Ein differenzierter Austausch auf Augenhöhe findet nur vereinzelt statt. Hier setzen die generationenübergreifenden Aktivitäten von ICH WIR IHR im Netz an, die einen angemessenen Rahmen schaffen, um die unterschiedlichen Sichtweisen nachvollziehbar zu machen. Nur so kann eine Grundlage für gegenseitiges Verständnis und Akzeptanz entstehen [[siehe S. 17](#)].

U2.1

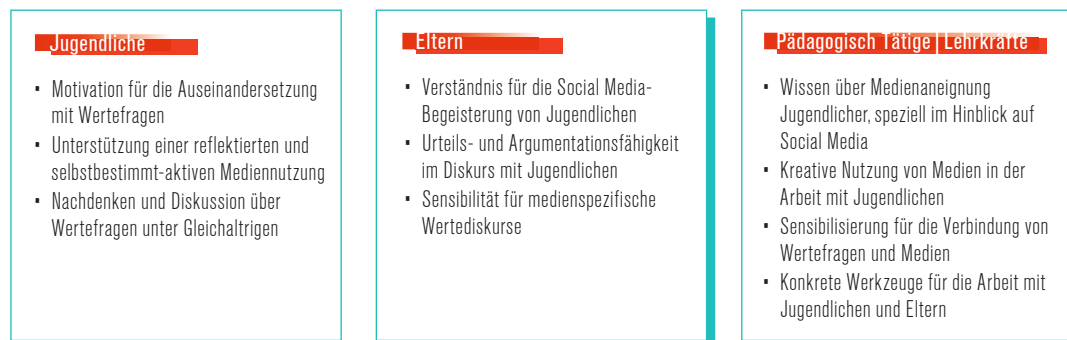
Zielsetzung und -gruppe des Projekts

Ziel von ICH WIR IHR im Netz ist es, Medienkompetenz zu fördern, das Wertebewusstsein Jugendlicher zu schärfen und sie zu Wertediskursen zu ermutigen. In diesem Kontext wird Social Media [→ [Social Media S. 8](#)] gleichermaßen als Reflexions- bzw. Diskussionsgegenstand und Werkzeug genutzt, um eigene Anliegen zu artikulieren. Das heißt, die Jugendlichen setzen sich

mit unterschiedlichen Themen rund um Soziale Netzwerke und Messenger auseinander. Sie nutzen diese Medienangebote zudem, um sich Gehör zu verschaffen und Themen, die ihnen wichtig sind, nach außen zu tragen. Neben der Förderung von Medien- und Wertekompetenz wird bei ICH WIR IHR im Netz der generationenübergreifende Dialog angeregt. Das ist wichtig, da Jugendliche und Erwachsene oft sehr unterschiedlich mit Medienangeboten und -inhalten umgehen – und das führt immer wieder zu Kopfschütteln über den jeweils anderen.

Zielgruppe des Projekts sind folglich in erster Linie Jugendliche. Darüber hinaus werden aber auch erwachsene Bezugsgruppen Jugendlicher in den Blick genommen. Dazu gehören Eltern und pädagogisch Tätige aus Schule und Jugendarbeit [siehe S.13, *Abbildung 02*]. Auch wenn die einzelnen Adressatinnen und Adressaten unterschiedliche Voraussetzungen mitbringen, hat es sich ICH WIR IHR im Netz zum Ziel gesetzt, bei allen Beteiligten die Urteils-, Entscheidungs-, Argumentations- und Handlungsfähigkeit in Bezug auf den Themenkomplex Werte zu stärken. Des Weiteren soll immer eine kritisch-reflexive, funktionale und selbstbestimmte Nutzung der medialen Möglichkeiten gefördert werden.

■ ■ ■ Für jede Adressatengruppe wurden individuelle Ziele ausdifferenziert.



■ ■ ■ *Abbildung 01*

Social Media und Werthandeln



Social Media [engl. für Soziale Medien] wird im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz als Sammelbegriff für bestimmte Formen digital vernetzter Medien verstanden. Social Media-Angebote erleichtern das Bearbeiten und Veröffentlichen von Inhalten [Text, Bild, Audio, Video...] im Netz. Sie werden unter anderem intensiv genutzt, um Beziehungen zu anderen zu pflegen und sich untereinander auszutauschen. Zu den wichtigsten Formen gehören Soziale Netzwerke, Multimediaplattformen, Blogs, Microblogs, Wikis sowie Messenger.

Mediale Berichterstattung und diverse Medienformate regen immer wieder zu Diskussionen an, welche Werte oder welches Menschenbild sie zu Grunde legen. Dennoch bzw. gerade deswegen spielen Werte bei der Aneignung von Medien [on- und offline] im Kindes- und Jugendalter eine entscheidende Rolle.

Medien fungieren als wichtige Orientierungsquellen: Für Kinder und Jugendliche können mediale Angebote umso wichtiger werden, je weniger tragfähig und angemessen sie das Wertgefüge des Lebensumfeldes empfinden. Massenmedien werden z. B. herangezogen, um sich Anregungen für die Bewältigung von Entwicklungsaufgaben zu holen. Auch beim Umgang mit aktuellen Problemlagen, der Beurteilung von Vorbildern, Werten, Äußerlichkeiten und Lebensstilen beziehen junge Menschen Medien mit ein. Ebenso wie Massenmedien dienen auch nutzergenerierte Inhalte in Social Media-Angeboten als Orientierungsquelle. Diese Inhalte werden weitgehend losgelöst von öffentlicher Kontrolle und journalistischem Ethos produziert und verbreitet. Heranwachsende finden online somit Lebensgefühle, Ansichten, Werthaltungen und Zukunftsentwürfe von [vermeintlich] ihresgleichen.

Medien im Allgemeinen und Social Media im Speziellen sind zudem Artikulationsinstrumente: Sie bieten Kindern und Jugendlichen Mittel und Räume, um mit anderen in den Austausch zu treten, zu diskutieren, eigene Werthaltungen nach außen zu tragen und aktiv dafür einzustehen. Sie eröffnen gleichermaßen Räume, um Werthaltungen, z. B. in spaßiger Form unter Freundinnen und Freunden, zu thematisieren oder sich ernsthaft in öffentliche Diskurse einzubringen und mit eigenen Sichtweisen und Positionen vor anderen zu bestehen.



Weitere Informationen zu Social Media sind der Expertise zu entnehmen, die im Rahmen des Projekts erstellt wurde und unter www.ich-wir-ih.de/wissen/social-media zum Download bereitsteht.

U 2.2

Modellphase 2012 – 2014: Werkstätten zur Förderung von Werte- und Medienkompetenz

In der ersten Projektphase lag der Fokus auf offenen Werkstätten. Die insgesamt 14 Werkstätten zur Förderung von Werte- und Medienkompetenz boten vielfältige Projektangebote für Jugendliche, Eltern und pädagogisch Tätige. Ausgangspunkt aller Werkstätten war das Medienhandeln Jugendlicher mit Social Media. Insbesondere wurden dabei Soziale Netzwerke in den Blick genommen.

1. Durch aktive Medienarbeit konnten sich Jugendliche produktorientiert mit wertebezogenen Themen auseinandersetzen und ihr Wertebewusstsein schärfen. Der aktive Umgang mit Social Media und die Reflexion des eignen Medienhandelns förderten ihre Medienkompetenz.
2. Eltern konnten bei ICH WIR IHR im Netz eigene Erfahrungen mit Social Media sammeln und erhielten alltagstaugliche Argumentationshilfen.
3. Generationsübergreifende Projekte schufen Raum für Gespräche über Medien, Medieninhalte und das soziale Miteinander in den Medien.

In den Werkstätten wurden Methoden erarbeitet, die übertragbar sind und sich zum Einsatz in der schulischen und außerschulischen Jugendarbeit eignen.

■■■ Projektbeispiele aus ICH WIR IHR im Netz

■■■ BeYOU[tiful]

Unter dem Titel BeYOU[tiful] setzten sich die Mädchen der Pfadfinderinnenschaft St. Georg in Friedberg mit dem Thema Schönheit auseinander. Auf der Grundlage von Wissen über die Schönheitsideale der Vergangenheit erarbeiteten sich die Pfadfinderinnen in Kleingruppen ihre persönlichen Vorstellungen von Schönheit. Der Fokus lag dabei auf den inneren Werten. Ihre Erkenntnisse hielten die Mädchen in Form von Plakaten fest.

■■■ Statements on Air

Wichtig sind dir sicher deine Familie, deine Freundinnen und Freunde und vielleicht auch bestimmte Gegenstände. Aber wie ist das mit Vertrauen, Freundschaft und Zivilcourage? Wie zeigst du deine Werthaltungen und Meinungen in deinem Alltag? Und welche Rolle spielt das Netz dabei? Diese Fragen stellten sich auch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einer Medienwerkstatt in Nürnberg. Im Rahmen der Vorbereitungen auf die Jugendfeier des Humanistischen Verband Deutschland beschäftigten sich 7 Jugendliche zwischen 13 und 14 Jahren mit der Frage: Was ist dir wichtig?

■ ■ □ Don't Stop Music – Don't Stop Life!

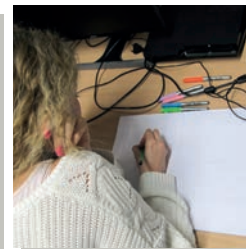
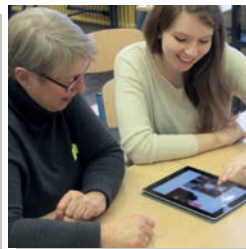
In Burgau trafen sich die Rover der Deutschen Pfadfinderschaft Sankt Georg [DSPG] an 4 Abenden und diskutierten darüber, welche Werte für sie wichtig sind, wofür es sich lohnt, sich einzusetzen und welche Rolle Social Media-Angebote dabei spielen können. Dabei entstand die Idee, einen viralen Clip über Musik und das Recht am eigenen Bild zu produzieren, welche natürlich prompt umgesetzt wurde.

■ ■ □ Virale Clips

Schülerinnen und Schüler aus zwei Realschulen entwickelten virale Video-Clips, die eine Antwort auf bestehende, populäre YouTube-Videos zum Thema Toleranz geben. Die thematisierten Videos wurden von den Jugendlichen selbst herausgesucht und in Form eines Antwortvideos [Tribute Video] analysiert und hinterfragt. Ausgehend von ihrer Lebensrealität nahmen sie Stellung zu den YouTube-Clips und setzten sich intensiv mit den jeweiligen Inhalten auseinander. Sie entwickelten eine eigene Meinung zu den Aussagen diverser YouTube-Clips und formulierten selbst Botschaften zum Thema Toleranz: mit dem Ziel öffentlichkeitswirksam zu werden. Durch die Medienproduktionen wurden die eigene und die Toleranz anderer, gleichzeitig aber auch die Werte- und Medienkompetenz der Teilnehmenden gefördert.

■ ■ □ Jung & Alt – Lläuft bei dir? Rollt bei mir!

Soziales Engagement – ein Thema, das Jung und Alt bewegt! Im Kontext einer Medienwerkstatt gestalteten Jugendliche des Gymnasiums Olching und Seniorinnen und Senioren des betreuten Wohnens Olching gemeinsam einen Blog. Es entstanden spannende und vor allem prägnante Beiträge, die Einblicke in die unterschiedlichen Lebenswelten geben. Der Blog soll in weiteren generationenübergreifenden Projekten des Gymnasiums genutzt werden.



■ ■ □ Draw My Future

„Wenn ich erwachsen bin, werde ich ... YouTube-Star!“ Diesen Wunsch haben viele Jugendliche. Doch wie funktioniert YouTube eigentlich? Welche kommerziellen Strukturen verbergen sich hinter dem Social Media-Angebot? Wie verdienen Stars wie Y-Titty, LeFloid oder daaruum|Geld mit ihren Videos? Mit diesen und vielen weiteren Fragen setzten sich Jugendliche des Internettreffs netage des Stadtjugendrings Augsburg auseinander. Sie diskutierten und reflektierten ihr eigenes Tun im Netz und beschäftigten sich gleichzeitig mit ihren Zukunftsträumen. Angelehnt an den von YouTube bekannten ‚Draw my Life‘-Tag verbreiteten sie ihre Vorstellungen in Videos unter dem Motto ‚Draw my Future‘.

Wertekompetenz



Bei ICH WIR IHR im Netz wird **Wertekompetenz** als pädagogische Zieldimension verstanden. Sie beinhaltet die Fähigkeit, selbstbestimmt reflektierte Wertentscheidungen zu treffen und dabei auch den kulturellen Kontext zu beachten. Wertekompetenz umfasst zudem die Motivation, auch das eigene Handeln entsprechend den eigenen Wertvorstellungen auszurichten. Dies setzt bei der jeweiligen Person Wissen über die für den Handlungskontext relevanten Werte und Normen voraus. Darüber hinaus verlangt wertekompetentes Handeln eine persönliche Positionierung zu Werten, also eine motivational aufgeladene Wertorientierung.

Wenn Wertekompetenz als pädagogisches Ziel verstanden wird, wirft dies die Frage auf, wie sie gefördert werden kann. Im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz wird davon ausgegangen, dass Wertebildung die aktive Auseinandersetzung jedes einzelnen mit der Umwelt und ihren vielfältigen und widersprüchlichen Wertangeboten umfasst. Darüber hinaus wird ein emanzipatorischer Anspruch verfolgt, indem Wertebildung auf die Herstellung von Selbstständigkeit und Autonomie, politischer Mündigkeit und Selbstverwirklichung abzielt. Wertebildung impliziert daher auch eine kritische Auseinandersetzung mit der Gesellschaft und den geltenden oder miteinander konkurrierenden Werten. Insbesondere geht es dabei um Widersprüchlichkeiten, die von Jugendlichen als Doppelmoral der Erwachsenengesellschaft erlebt werden können.



Weitere Informationen zu Social Media sind der Expertise zu entnehmen, die im Rahmen des Projekts erstellt wurde und unter www.ich-wir-ih.de/wissen/werte zum Download bereitsteht.

Medienkompetenz



*Kinder und Jugendliche wachsen in einer medial durchdrungenen Lebenswelt auf. Medien sind wesentlicher Teil ihres Alltags, das heißt, Medienangebote und -inhalte sind emotional besetzt und relevant für ihre Weltaneignung, Orientierung und Identitätsarbeit. Der Umgang von Kindern und Jugendlichen in und mit Medien ist unmittelbar mit der Entwicklung von Fähigkeiten und Fertigkeiten verknüpft, die sich unter dem Begriff **Medienkompetenz** zusammenfassen lassen: Medienkompetenz ist ein Aspekt der kommunikativen Kompetenz. Sie wird verstanden als die Befähigung zur souveränen Lebensführung in einer mediatisierten Welt. Medienkompetenz meint also weit mehr als Medien gut in Gebrauch nehmen zu können.*

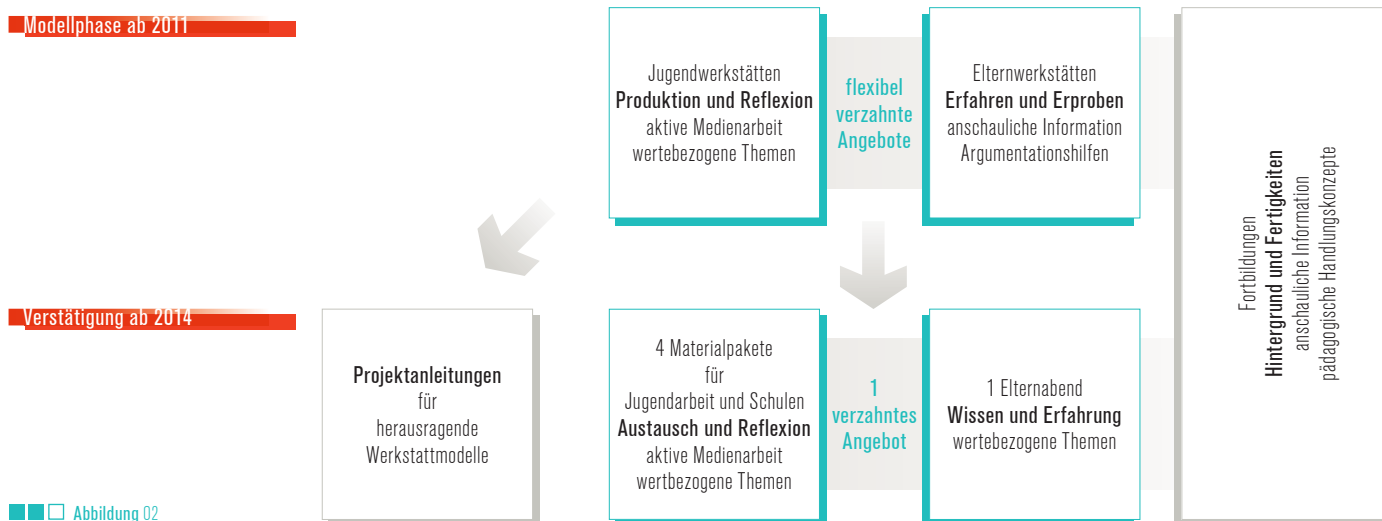
Medienkompetenz umfasst medienspezifisches Wissen, welches einerseits instrumentelle Fähigkeiten für die selbstständige Nutzung von Medien beinhaltet. Dazu gehört einen Laptop zu bedienen oder eine App zu installieren. Andererseits aber auch Kenntnisse über Medienstrukturen, wie dass unterschiedliche Anbieter und deren Produkte miteinander vernetzt sind. Darüber hinaus gehört zu medienspezifischem Wissen auch, (soziale) Funktionen von Medien analysieren zu können: also z. B. zu wissen, dass Social Media-Angebote meinungsbildende Funktionen haben können.

Medienkompetentes Handeln bedeutet auch, Medien beurteilen zu können. Damit ist das Handlungsvermögen gemeint, das dazu befähigt, Medien von einem ästhetischen wie auch ethisch-sozialen Blickwinkel aus betrachten und bewerten zu können – für sich selbst ebenso wie bezogen auf andere. Es geht bei diesem Aspekt aber auch darum, Medien kritisch unter die Lupe zu nehmen und sich mit Themen wie dem Umgang mit persönlichen Daten oder dem eigenen Nutzungsverhalten auseinanderzusetzen.

Unter dem Aspekt des Handelns ist der aktive Gebrauch zu verstehen. Gemeint ist damit, dass Kinder und Jugendliche die vielfältigen Möglichkeiten von Medien entdecken und selbst zu Produzentinnen und Produzenten werden. Das aktive Handeln in und mit Medien ermöglicht ihnen, Erfahrungen mit kommunikativen Angeboten zu sammeln. Das kann über Messenger, wie WhatsApp, Soziale Netzwerke, z. B. Facebook, oder andere Social Media-Anwendungen, etwa SnapChat, geschehen.



Weitere Informationen zu Social Media sind der Expertise zu entnehmen, die im Rahmen des Projekts erstellt wurde und unter www.ich-wir-ih.de/wissen/medien zum Download bereitsteht.



■ ■ ■ Abbildung 02

02.3

Verstärkung 2015 – 2016: Integration in die Felder von Schule und Jugendarbeit

Nach der Modellphase wird seit 2015 die bayernweite Verbreitung und nachhaltige Integration in Felder von Schule und Jugendarbeit angestrebt. Zu diesem Zweck werden exemplarisch zwei Best Practice-Modelle der Werkstätten in dieser Broschüre als Anleitungen zum Nachmachen aufbereitet [siehe S. 18 ff.].

Darüber hinaus wurden umfassende Materialpakete für die Arbeit mit Jugendlichen [12 bis 16 Jahre | 6. bis 9. Klasse] und Eltern entwickelt. Diese sind als vollständige Downloadpakete kostenfrei unter www.ich-wir-ih.de verfügbar. Thematisch befassen sich die Materialpakete mit wertebezogenem Medienhandeln. Dazu gehören das Nutzungsverhalten Jugendlicher im Allgemeinen ebenso wie Verbraucherbildung, Nutzungsintensität und Online-Konflikte [siehe S. 14 ff.].

Materialpakete für die reflexive Arbeit mit Jugendlichen und Eltern zu Werten und Social Media

■ Aus den Erfahrungen der Werkstätten konnten vier zentrale Themenkomplexe herausgearbeitet werden: Eigenes Nutzungsverhalten, Nutzungsintensität, Verbraucherbildung und Online-Konflikte. Diese wurden entsprechend den Ansprüchen von Schule und Jugendarbeit niedrigschwellig in Form von vier einstündigen Kompakteinheiten und einem mehrstündigen Workshopkonzept aufbereitet. Darüber hinaus wurden auch Konzepte für die Arbeit mit Eltern entwickelt. Alle Konzepte wurden

mit Fachkräften [wie den medienpädagogisch-informationstechnischen Beratungslehrkräften] diskutiert, praktisch erprobt und anschließend als umfassende Materialpakete aufbereitet. Sie enthalten alle benötigten Arbeitsmaterialien: Inbegriffen sind Ablaufpläne, Arbeitsblätter, Präsentationen, Audio- und Videodateien, ein Spiel etc. Die Materialpakete lassen sich zudem bei Bedarf auch ohne Internetzugang realisieren und sind unter www.ich-wir-ih.de verfügbar.

U3.1

Einstündige Kompakteinheiten

Insgesamt wurden vier thematisch unterschiedliche, kompakte Materialpakete jeweils mit einem Umfang von 40 Minuten entwickelt. Sie eignen sich für den Einsatz bei Jugendlichen zwischen 12 und 16 Jahren [6. bis 9. Klasse]. Eine intensive inhaltliche Vorbereitung ist nicht nötig. Es reicht aus, sich den Ablaufplan zu vergegenwärtigen, alle Druckdokumente vorzubereiten und die Technik [z. B. das Abspielen eines Videos] zu testen. Als Einstieg eignet sich insbesondere das Materialpaket ‚Typisch ich‘.

typisch ich



[www.ich-wir-ih.de/
materialpakete/typisch-ich](http://www.ich-wir-ih.de/materialpakete/typisch-ich)

Die Teilnehmenden setzen sich mit wertebezogenem Handeln im Netz auseinander. Sie machen sich Gedanken zu dem, was sie online tun, und vergegenwärtigen sich ihre Medienvorlieben und Nutzungsgewohnheiten.

Dieses Modul ist auch auf Englisch verfügbar.

Arbeitshilfen: Ablaufplan, Arbeitsblatt, Beispielfoto

Benötigte Materialien: Digitalkamera oder Smartphone je mit Übertragungskabel, Laptop, Beamer

Always on



[www.ich-wir-ih.de/
materialpakete/always-on](http://www.ich-wir-ih.de/materialpakete/always-on)

In dieser Einheit haben Jugendliche die Möglichkeit, sich mit unterschiedlichen Arten von Online-Kommunikation auseinanderzusetzen. Auch die Auswirkungen des eigenen Kommunikationshandelns werden thematisiert.

Arbeitshilfen: Ablaufplan, 5 Arbeitsblätter, Hörspiel

Benötigte Materialien: Abspielmöglichkeit für Audio, Boxen

Kommerz total



[www.ich-wir-ih.de/
materialpakete/kommerz-total](http://www.ich-wir-ih.de/materialpakete/kommerz-total)

In dieser Einheit setzen sich die Teilnehmenden mit der kommerziellen Strukturierung ihrer Lieblingsangebote wie Facebook, WhatsApp und Co. auseinander. Werbefinanzierung und daraus resultierende verbraucherschutzrelevante Fragen werden aufgegriffen.

Arbeitshilfen: Ablaufplan, Arbeitsblatt, Video-Clip, Quiz

Benötigte Materialien: Laptop (mit Flash-Player), Beamer, Boxen

■ ■ ■ Die Bausteine können getrennt voneinander oder in Kombination durchgeführt werden.

Stress im Netz



[www.ich-wir-ih.de/
materialpakete/stress-im-netz](http://www.ich-wir-ih.de/materialpakete/stress-im-netz)

Diese Einheit befasst sich mit unterschiedlichen Ausprägungen von Konflikten im Netz. Eskalierendes und deeskalierendes Handeln werden ebenso aufgegriffen wie die Rolle der Beobachterinnen und Beobachter von Online-Konflikten und Cyber-Mobbing. Dieses Modul ist auch auf Englisch verfügbar.

Arbeitshilfen: Ablaufplan, Video-Clip, Arbeitsblatt

Benötigte Materialien: Laptop, Boxen, Beamer, großes Papier, dicke Stifte, Klebeband o. Ä.

U3.2

Tagesworkshop

Aufbauend auf den Stundenkonzepten bietet ICH WIR IHR im Netz das Tageskonzept ‚Wir im Netz‘ mit einem Umfang von 6 Schulstunden bzw. 4,5 Zeitstunden an. Auch der Tagesworkshop benötigt eine vergleichsweise geringe Vorbereitung. Es ist jedoch notwendig, sich den Ablaufplan zu vergegenwärtigen und die Arbeitspakete für die Kleingruppen vorzubereiten. Auch ist es ratsam, alle Mediendateien vorab zu testen.

Aufgrund der vorgesehenen Gruppenarbeitsphasen und der komplexeren inhaltlichen Ausrichtung ist dieses Angebot bezüglich der kognitiven Anforderungen und geforderten Sozialkompetenzen für die Jugendlichen anspruchsvoller als die Stundeneinheiten. Der Einsatz ist generell bei Jugendlichen zwischen 12 und 16 Jahren [6. bis 9. Klasse] möglich. Es liegt allerdings im Ermessen der pädagogischen Fachkraft|Lehrkraft|Gruppenleitung einzuschätzen, inwiefern dies bezüglich Auffassungsgabe, Geschick zur Selbstorganisation und Konzentrationsfähigkeit auch auf die eigene Gruppe zutrifft.

Wir im Netz



[www.ich-wir-ih.de/
materialpakete/wir-im-netz](http://www.ich-wir-ih.de/materialpakete/wir-im-netz)

Die Teilnehmenden setzen sich gemeinsam mit wertebezogenem Handeln im Netz auseinander. Anschließend werden die Themen Nutzungsintensität, Verbraucherbildung und Online-Konflikte selbstbestimmt in Kleingruppen bearbeitet. Es folgt eine Abschlusspräsentation, bei der alle Jugendlichen im Sinne von Lehr-Lerneinheiten aktiv in das Geschehen eingebunden sind.

Die pädagogische Fachkraft nimmt während des Workshops eine beratende Funktion ein.

Arbeitshilfen: Ablaufplan, Arbeitsblatt, Materialpakete für Kleingruppenarbeit (Video-Clips, Hörspiel, Quiz, Arbeitsblätter)

Benötigte Materialien: mind. 2 bis 3 Laptops (mit Flash-Player), Beamer, Audio-Boxen, USB-Stick, ggf. eine Digitalkamera, Smartphones der Jugendlichen mit Übertragungskabeln, großes Papier, dicke Stifte

■ ■ □ *Im Tagesworkshop wählen die Jugendlichen Themenschwerpunkte aus und bearbeiten diese in Kleingruppen.*

03.3

Elternarbeit

Die Erfahrungen der Modellphase haben gezeigt, wie wichtig die Arbeit mit der Zielgruppe Eltern ist. Aus diesem Grund wurden zwei Formate für Eltern mit Kindern im Alter zwischen 11 und 15 Jahren [5. bis 8. Klasse] entwickelt. Herzstück dieser Einheit ist die Veranstaltung für Eltern und Kinder. Bei dieser steht der generationenübergreifende Dialog im Fokus. Darüber hinaus wurde ein Materialpaket für einen klassischen Elternabend entwickelt. Beide Materialpakete bieten umfassende Hintergrundinformationen für die Vorbereitung. Eine Vorbereitung mit diesen ist unbedingt notwendig, um die Veranstaltungen erfolgreich zu gestalten.

Eltern und Kinder



[www.ich-wir-ih.de/
materialpakete/eltern-und-kinder](http://www.ich-wir-ih.de/materialpakete/eltern-und-kinder)

Der Elternabend lädt Eltern und ihre Kinder ein, miteinander ins Gespräch zu kommen. Er bietet Informationen zum Online-Handeln Jugendlicher sowie damit verbundene Herausforderungen. Themen wie Medienaneignung, Nutzungsintensität und Verbraucherschutzfragen werden mit Fokus auf wertebezogenes Handeln aufgegriffen. Zentral ist dabei auch, den Teilnehmenden ausreichend Austauschmöglichkeiten untereinander zu bieten.

Arbeitshilfen: Ablaufplan, PDF-Präsentation, Hintergrundinformationen zum Input, Video-Clips, Gesprächsanreize

Benötigte Materialien: Laptop, Beamer, Boxen, vier Farbkarten pro Person (pink, gelb, blau, grün), Internetzugang (YouTube, mindmeister.com), Adobe Reader 9 oder höher (Programm zum Download: get.adobe.com/de/reader), Spielgeld

Elternabend



[www.ich-wir-ih.de/
materialpakete/elternabend](http://www.ich-wir-ih.de/materialpakete/elternabend)

Der Elternabend bietet umfassende Informationen zum Online-Handeln Jugendlicher sowie den damit verbundenen Herausforderungen. Themen wie Medienaneignung, Nutzungsintensität, Online-Konflikte und Verbraucherschutzfragen werden mit Fokus auf wertebezogenes Handeln aufgegriffen. Zentral ist dabei auch, den teilnehmenden Eltern ausreichend Möglichkeit zum Austausch untereinander zu bieten.

Arbeitshilfen: Ablaufplan, PDF-Präsentation, Hintergrundinformationen zum Input, Video-Clips, Gesprächsanreize

Benötigte Materialien: Laptop, Beamer, Boxen, vier Farbkarten pro Person (pink, gelb, blau, grün), Internetzugang (YouTube), Adobe Reader 9 oder höher

Anregungen für die aktive Medienarbeit zu Werten und Social Media

Kampagnenclips mit Stop-Motion

■ ■ □ **Stop-Motion:** *Mit der Filmtechnik Stop-Motion kann eine Illusion von Bewegung erzeugt werden, indem einzelne Bilder [Frames] von unbewegten Motiven aufgenommen und anschließend aneinandergereiht werden.*

Praxisbeispiele



www – wertvolle Web Werbung

Ein ganzes Wochenende nutzten Jugendliche aus der Donaугau Trachtenjugend, um sich mit ihren Werten, Wünschen und mit Social Media auseinanderzusetzen. Umgeben von Klosteridylle und Donauplättschern diskutierten sie über Social Media-Angebote wie Facebook, welchen Stellenwert diese in ihrem Alltag einnehmen und welche Herausforderungen sie dabei wahrnehmen.

Zentraler Bestandteil der thematischen Auseinandersetzung waren zudem all die Dinge, die ihnen in ihrem Leben [on- und offline] und vor allem auch im Kontext ihres Engagements im Bayerischen Trachtenverband wertvoll und bedeutsam sind. Wichtig waren den Mädchen und Jungen hierbei der eigene Dialekt sowie die Tatsache, dass Brauchtumpflege und Tradition keinesfalls altbacken, uncool oder gar hinterwäldlerisch sind. Die Ergebnisse der thematischen Arbeit verarbeiteten die Jugendlichen in drei Kampagnenclips.



[www.ich-wir-ih.de/
werkstatt/www-wertvollewebwerbung](http://www.ich-wir-ih.de/werkstatt/www-wertvollewebwerbung)

Inhaltliche Schwerpunktsetzung

Medienhandeln online,
Vereinszugehörigkeit und Vereinsleben



Share & Care

Die Medienwerkstatt bot Jungen und Mädchen der Roland Berger Stiftung die Möglichkeit, ihre eigene Anti-Mobbing-Kampagne zu entwickeln. Binnen eines Wochenendes setzten sie sich hierfür intensiv mit verschiedenen Möglichkeiten der Positionierung zu und der Artikulation von Werthaltungen in ihren liebsten Social Media-Angeboten auseinander.

Auch Problembereiche wie Datenschutz oder Wahrung der Persönlichkeitsrechte boten vielfältige Anknüpfungspunkte für Diskussionen über Wertefragen und Wertekonflikte unter den Jugendlichen. Anschließend verarbeiteten die Schülerinnen und Schüler ihre Eindrücke in drei unterschiedlichen kreativen Kampagnenclips zum Thema Cyber-Mobbing.



[www.ich-wir-ih.de/
werkstatt/share-care](http://www.ich-wir-ih.de/werkstatt/share-care)

Konflikte im Netz und Cyber-Mobbing



Technik

Variante 1: Arbeit mit dem Tablet

Mit einem Tablet lässt sich mit Apps wie Clayframes [für Android] oder iMotion [iPad] sehr komfortabel ein Trickfilm erstellen. Hilfreich sind zudem ein Stativ und ein dazugehöriger Adapter, um das Tablet zu befestigen.

Variante 2: Arbeit mit Fotoapparat und Computer|Laptop

Eine einfache digitale Fotokamera [möglichst mit Stativ] und ein Computer|Laptop, z. B. mit dem kostenlosen Schnittprogramm Windows Movie Maker, reichen ebenfalls aus, um einen Trickfilm zu erstellen. Die Auflösung der Fotokamera sollte nicht zu hoch eingestellt sein. Der fertige Film hat am Ende höchstens 1920 x 1080 Pixel [= ca. 2 Megapixel]. Größere Bilder füllen nur unnötig den Speicher.

In jedem Fall ist eine gleichmäßige und über den Zeitraum der Aufnahme gleichbleibende Beleuchtung hilfreich. Das kann eine Schreibtischlampe als ‚Scheinwerfer‘ sein oder die Raumbeleuchtung.

Ablauf

■ Projektstart

Zu Beginn des Projekts werden die Jugendlichen begrüßt und Thema sowie Zielsetzung des Projekts vorgestellt. In diesem Zusammenhang kann bereits erläutert werden, was eine Kampagne ist [[→ Kampagne S.22](#)].

■ Einstieg und Kennenlernen

Ein Namensbingo ist eine niederschwellige Methode, die bei Gruppen ab 10 Personen gleichermaßen als Kennenlernspiel und als thematischer Einstieg eingesetzt werden kann. Das Namensbingo eignet sich auch, wenn sich die Gruppe bereits kennt – z. B. aus der Vereinsarbeit.

Die Teilnehmenden bekommen je eine Bingo-Matrix ausgeteilt. Damit gehen sie von Person zu Person. Ziel ist es, die in den Kästchen genannten Fähigkeiten und Eigenschaften Gruppenmitgliedern zuzuordnen. Die Fähigkeiten und Eigenschaften, die in der Bingo-Matrix aufgeführt sind, können sich auf den Themenschwerpunkt des Projekts und/oder auf Themen rund um Social Media beziehen, z. B. Lieblings-App ist WhatsApp, seit mind. 5 Jahren im Verein, dreht gerne Videos mit dem Smartphone etc. Für eine Bingo-Matrix eignen sich 16 bis 20 Felder.

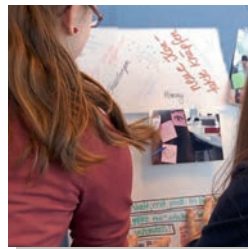
Die Person, auf die die genannte Eigenschaft oder Fähigkeit zutrifft, darf im jeweiligen Kästchen unterschreiben. Nach jeder Antwort – positiv wie negativ – muss eine anderer MitspielerIn oder ein anderer Mitspieler gefragt werden. Darüber hinaus darf jede Person nur einmal auf jeder ausgeteilten Matrix unterschreiben. Wer fertig ist, schreit BINGO! Danach kommt die Gruppe zusammen und die Gewinnermatrix wird ausgewertet. Es wird also überprüft, ob diejenigen, die unterschrieben haben, die genannte Fähigkeit oder Eigenschaft wirklich besitzen. Wenn alles stimmt, bekommt die GewinnerIn oder der Gewinner einen kleinen Preis.

■ Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens

Im nächsten Schritt reflektieren die Jugendlichen, welche Bedeutung es für sie hat, online zu sein. Hierfür eignen sich verschiedene Methoden. Empfehlenswert ist z. B. die Arbeit mit dem Materialpaket ‚Typisch ich‘. Online verfügbar unter: www.ich-wir-ih.de/materialpakete/typisch-ich

Alternativ können die Jugendlichen dazu angeleitet werden, in Teams ein kreatives Bild für ihren Umgang mit Social Media zu gestalten. In diesem Bild zeichnen sie alle Social Media-Angebote ein, die ihnen wichtig sind. Darüber hinaus halten sie fest, was ihnen im Kontext ihrer Social Media-Nutzung besonders wichtig ist und wo es Punkte gibt, die sie problematisch finden und/oder zu denen sie Fragen haben.

Ziel ist, dass die Jugendlichen eine bildliche Analogie finden, die ihre Social Media-Nutzung beschreibt. Die Plakate werden im Anschluss der Gruppe vorgestellt. Die Jugendlichen erklären dabei, warum sie ihre Bilder entsprechend gestaltet haben. Wichtig ist es mit diesem ersten Schritt, einen wertneutralen Einstieg ins Thema zu schaffen und ein Gespür für die Perspektive der Jugendlichen zu entwickeln .



Zentrale Aspekte der Ergebnispräsentation können diese z. B. auf einem Flipchart festgehalten werden. Im nächsten Schritt werden diese noch einmal zusammengefasst. Fragen, die noch offen sind, werden gemeinsam besprochen oder von der Gruppe recherchiert. Insbesondere Punkte, welche die Jugendlichen problematisch oder besonders wichtig finden, werden erneut hervorgehoben und diskutiert. Des Weiteren ist es in dieser Phase möglich, Themen wie Datenschutz, Urheberrecht und Persönlichkeitsrechte aufzugreifen und den Jugendlichen Hintergrundinformationen dazu zu vermitteln.

TIPP: Dieser Punkt eignet sich, um gezielt rechtliche Aspekte zu Datenschutz, Persönlichkeitsrechten und Urheberrecht zu thematisieren. Die Ausführungen der Jugendlichen können bei der Präsentation ihrer Bilder mit Hintergrundwissen ergänzt werden. Wenn z. B. ein Zweierteam berichtet, dass es sehr gerne Bilder in Instagram postet, bietet das einen Anknüpfungspunkt, um das Recht am eigenen Bild zu besprechen. Selbstverständlich kann auch ein präsentationsgestützter Input vorbereitet oder Videoclips, wie z. B. How to campaign, aus dem Materialpaket ‚Wir im Netz‘ [siehe S. 16] eingebunden werden. Wenn das Projekt mit etwas mehr Zeit angelegt ist, können die Teilnehmenden sich auch selbstständig zu den Themenbereichen informieren und ihr Wissen anschließend an die Gruppe weitergeben.

■ ■ ■ *Kampagnenclips lassen sich mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten realisieren.*

■ *Themenschwerpunkt*

Themenschwerpunkt 1: Vereinsarbeit

Die Jugendlichen überlegen sich in Kleingruppen [2 bis 3 Personen], was ihnen in ihrem Vereinsleben wichtig ist. Die Tops und Flops der eigenen Vereinsmitgliedschaft werden festgehalten und anschließend in der Gruppe besprochen.

Dieser Schritt eignet sich, um mit den Jugendlichen über das Vereinsleben ins Gespräch zu kommen. Besonders spannend ist es, in dieser Phase herauszuarbeiten, was für sie die zentralen Werte im Verein und im Alltag sind. Darüber hinaus kann die Gesprächsrunde genutzt werden, um herauszuarbeiten, wo es im Vereinsleben eventuell noch Verbesserungspotenzial gibt. Die wesentlichen Punkte der Diskussion können in Form einer Mindmap festgehalten werden. Dafür eignen sich neben Moderationskarten und Flipchart auch Online-Tools wie z. B. www.mindmeister.com.

Themenschwerpunkt 2: Online-Konflikte und Mobbing

Um in das Thema Online-Konflikte einzusteigen, kann z. B. das Materialpaket ‚Stress im Netz‘ [siehe S. 15] durchgeführt werden. Online verfügbar unter: www.ich-wir-ih.de/materialpakete/stress-im-netz. Alternativ können Online-Konflikte und Mobbing auch in einem Gesprächskreis thematisiert werden. Der Clip ‚Egal 2.0‘ [verfügbar unter www.ich-wir-ih.de/werkstatt/share-care] hilft in diesem Zusammenhang, das Gespräch in Gang zu bringen.

Kampagne



Kampagnen sind in der heutigen Gesellschaft allgegenwärtig, sei es im Netz, im Fernsehen, in der Fußgängerzone oder im Radio. Der Begriff Kampagne stammt aus dem Französischen und hat laut Duden folgende Bedeutung: „Gemeinschaftliche Aktion für oder gegen jemanden, etwas (bei der ideologische, politische Ziele im Vordergrund stehen); Feldzug“

Eine Kampagne ist also eine Aktion, mit der eine Öffentlichkeit auf einen bestimmten Sachverhalt aufmerksam gemacht werden soll. Die Zielsetzung einer Kampagne ist, die Zustimmung für die präsentierte Meinung zu erhalten und Anschlusshandlungen zu erzeugen. Die Darstellungsform einer Kampagne ist nicht strikt vorgegeben und kann individuell sowie passend zum Inhalt gewählt werden. Möglich sind z. B. Plakatwände in der Fußgängerzone, Werbespots im Fernsehen oder Clips im Netz. Um die Sachverhalte verständlich und ansprechend zu gestalten, wird häufig mit Symbolen gearbeitet.

Diese Darstellungsform spricht Menschen an und ist somit öffentlichkeitswirksam. Ein Kerngedanke von Kampagnen ist, dass das Kampagnenprodukt für eine bestimmte Zielgruppe aufbereitet wird: Wichtig ist daher, dass bei der Gestaltung von Kampagnen die (ästhetischen) Vorlieben der Zielgruppe im Vordergrund stehen und die eigenen zurückgestellt werden.

Neben den Erfahrungen der Jugendlichen sollten vor allem auch folgende Fragenkomplexe angesprochen werden:

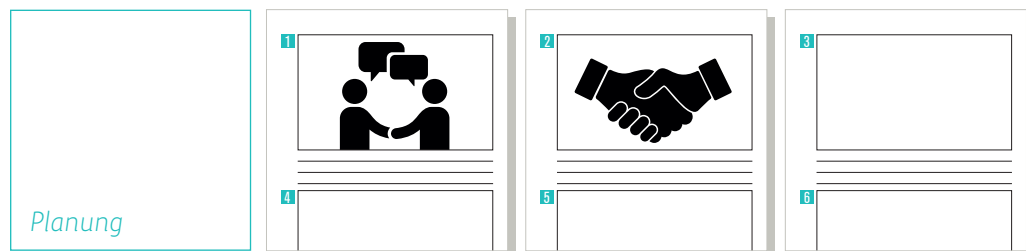
1. Wie können Konflikte im Netz entstehen und wann eskalieren sie?
2. Wer hat schon Erfahrungen mit Online-Konflikten gemacht und kann davon berichten?
3. Wie ist das eigentlich, wenn man als Außenstehender etwas von einem Konflikt mitbekommt?
Mischt man sich ein? Hält man sich raus?

Die wesentlichen Punkte der Diskussion können in Form einer Mindmap festgehalten werden. Dafür eignen sich neben Moderationskarten und Flipchart auch Online-Tools wie z. B. www.mindmeister.com.

■ Ideenentwicklung

Die Jugendlichen legen in Kleingruppen [4 bis 5 Personen pro Gruppe] fest, welche Aspekte des behandelten Themenschwerpunkts ihnen so wichtig sind, dass sie dazu einen Kampagnenclip produzieren wollen. Zentral ist, dass es sich um Themen handeln soll, die ihnen persönlich am Herzen liegen.

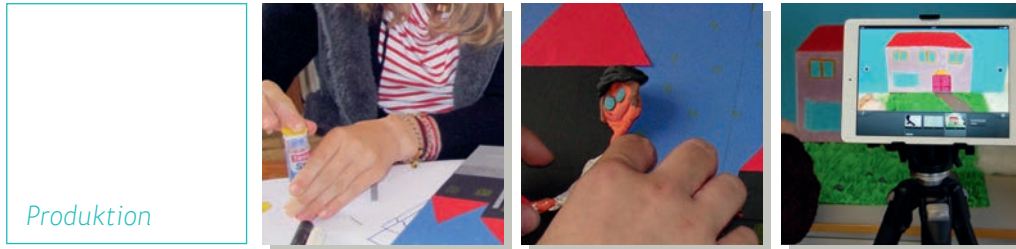
In der Kleingruppe werden die Ideen konkretisiert, mit Inhalt gefüllt und die Handlung entwickelt. Wichtig ist, dass eine kurze Geschichte entsteht, die sich in 90 bis 120 Sekunden erzählen lässt. Das Ganze wird in einem Storyboard [simple Visualisierung des Konzepts in einzelnen Szenen] festgehalten. Bei diesem Arbeitsschritt wird der gesamte Clip geplant, und überlegt, wie viele Szenen [Hintergründe für den Legetrick], welche Aufnahmen und welche Figuren benötigt werden.



■ Drehvorbereitung

Bei Stop-Motion werden häufig Gegenstände, z. B. ausgeschnittene Figuren oder Formen, Knet- oder Playmobilfiguren, auf einem Hintergrund bewegt. Es kann aber genauso gut mit realen Menschen und Gegenständen gearbeitet werden. Für Stop-Motion-Clips müssen folglich oft Hintergrundbilder gemalt oder gestaltet und Requisiten organisiert werden. Die Hintergründe sollten immer etwas größer ausgestaltet sein als erforderlich. Alle bildwichtigen Elemente sollten zudem etwas Abstand zum Rand halten. Beim Aufnehmen wird der Ausschnitt etwas kleiner als der Hintergrund gewählt, damit der Rand nicht mit aufgenommen wird.

■ ■ □ Einzelne Bilder werden aufgenommen und anschließend aneinandergereiht.



■ Aufnahme

Damit ein flüssiger Bewegungseindruck entsteht, müssen für jede Sekunde Film mindestens zehn Bilder aufgenommen werden. Eine 1-sekündige Bewegung muss also in 10 gleichmäßige Schritte unterteilt werden.

Variante 1: Arbeit mit dem Tablet

Verwendet man ein Tablet, wird das Aufnehmen durch ‚Onion-skinning‘ [transparente Überlagerung] oder Loop-Vorschau erleichtert.

■ Nachbearbeitung

Variante 1: Arbeit mit dem Tablet

Am Tablet kann die Bearbeitung der Einzelbilder [Löschen, Duplizieren, Abspielgeschwindigkeit] direkt in der Stop-Motion-App erfolgen.

Variante 2: Arbeit mit Fotoapparat und Computer | Laptop

Alle Fotos werden nun in ein Videoschnittprogramm [z. B. Windows Movie Maker] importiert. Hier wird die Standzeit aller Einzelbilder auf einen kleinen Wert [0,1 Sekunde] reduziert, sodass aus jeweils 10 Bildern 1 Sekunde Film wird. Bei Bedarf können einzelne Bilder zum Beispiel am Anfang oder Ende einer Bewegung verlängert werden. Auch werden misslungene Aufnahmen [z. B. mit Händen] entfernt.

Bei Bedarf werden dem Clip mit dem Videoschnittprogramm noch Titel und Abspann hinzugefügt.

■ *Vertonung*

Variante 1: Arbeit mit dem Tablet

Am Tablet kann der Ton mit dem eingebauten Mikrofon aufgenommen werden.

Variante 2: Arbeit mit Fotoapparat und Computer|Laptop

Sprache und Geräusche können mit der Videofunktion der Digitalkamera oder dem eingebauten Laptop-Mikrofon aufgenommen werden. Eine bessere Tonqualität ist in der Regel jedoch mit einem Audio-Aufnahmegerät zu erreichen. Im Videoschnittprogramm wird der Ton an der entsprechenden Stelle eingefügt.

Natürlich kann bei beiden Vorgehensweisen auch Musik eingefügt werden, wobei dabei unbedingt auf das Urheberrecht geachtet werden muss. Geeignet sind Musiktitel, die unter entsprechenden CC-Lizenzen [Creative Commons-Lizenzen] stehen. Lieder und Sounds finden sich z. B. auf www.soundcloud.com/creativecommons und www.freesound.org.

■ *Film ausspielen*

Wenn der Clip fertig bearbeitet ist, muss er noch als Videodatei abgespeichert oder exportiert werden [wie MP4, WMV, MOV, AVI]. Diese Datei kann dann unabhängig vom Schnittprogramm angeschaut, weitergegeben oder auf Videoplattformen wie Vimeo oder YouTube hochgeladen werden.

■ *Abschlusspräsentation*

Zum Abschluss werden die Filme vor der ganzen Projektgruppe präsentiert. Bestenfalls werden Eltern, Geschwister, Freundinnen und Freunde und [erwachsene] Vereinsmitglieder zur Abschlusspräsentation eingeladen. Die Veranstaltung wird von den Jugendlichen vorbereitet und moderiert. Sie bietet einen geeigneten Rahmen für [generationenübergreifende] Gespräche.

Projektumfang

Ca. 3 Tage, bzw. 15 bis 20 Stunden

Gruppengröße|Betreuungsschlüssel

Pro 8 Jugendliche sollte eine Ansprechperson zur Verfügung stehen

Gruppengröße: 20 Personen

ICH WIR IHR im Netz – ein Netzwerkprojekt

■ ICH WIR IHR im Netz ist ein Netzwerkprojekt durch und durch. Ein besonderes Merkmal des Projekts ist die Verzahnung von Angeboten für Jugendliche und solchen für Eltern. Damit wird das gegenseitige Verständnis für den jeweiligen Blick auf Social Media gefördert und der Austausch darüber angeregt. Ziel aller generationenübergreifenden Aktivitäten ist es, einen angemessenen Rahmen für Gespräche über Medien, Medieninhalte und das soziale Miteinander in den Medien sowie Wertvorstellungen zu bieten.

ICH WIR IHR im Netz hat gezeigt, wie groß das Bedürfnis aller Altersgruppen ist, gerade im Hinblick auf Medien über Werte zu sprechen. Ein Beispiel dafür sind die Jugend-Werkstätten. Diese waren beteiligungsorientiert angelegt und enthielten von Beginn an Raum für Gespräche. Allerdings konnte dieser nie groß genug sein. Dies zeigten die Forderungen der Jugendlichen nach mehr Zeit.

Diskussionsanreize bieten darüber hinaus die Medienprodukte. In diesen setzen sich die Jugendlichen mit wertebezogenen Fragen ihrer Lebenswelt auseinander. ICH WIR IHR im Netz war dabei immer offen, für alle Interessen

und Problemlagen. Die bearbeiteten Themen sind somit so vielfältig wie die Interessen der Jugendlichen – und die beteiligten Bündnispartner. Diesen ist besonders für die vertrauensvolle und engagierte Zusammenarbeit zu danken. Das Amt für Jugendarbeit der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern, die Arbeitsgemeinschaft der Elternverbände Bayerischer Kindertageseinrichtungen e. V., die Bayerische Trachtenjugend im Bayerischen Trachtenverband e. V., der Berufsverband Bildender Künstler, das Bildungswerk der ver.di in Bayern e. V., der Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) in Bayern, das Bündnis für Toleranz, das Deutsches Jugendherbergswerk Landesverband Bayern e. V., der Landeselternverband Bayerischer Realschulen e. V., der Montessori Landesverband Bayern e. V. und die Roland Berger Stiftung haben es mit ihren Strukturen und ihrer Offenheit ermöglicht, dass das Projekt realisiert werden konnte und nun auch in den Strukturen der Vereine und Verbände nachhaltig umgesetzt wird.

Bei ICH WIR IHR im Netz wurden Methoden erarbeitet, die sich zum Einsatz in der schulischen und außerschulischen Jugendarbeit eignen. Die Materialpakete für die Arbeit mit Jugendlichen und Eltern stehen unter www.ich-wir-ih.de zur Verfügung. Thematisch befassen sich diese mit

wertebezogenem Medienhandeln. Dazu gehört das Nutzungsverhalten Jugendlicher im Allgemeinen ebenso wie Verbraucherbildung, Nutzungsintensität und Online-Konflikte.

Die Durchführung dieses Projekts wäre ohne das Wertebündnis Bayern nicht möglich gewesen. Die bis 2015 zuständige Bayerische Staatskanzlei sorgte für die nötige Grundfinanzierung, das Bündnis selbst für Strukturen und Vernetzung. Darüber hinaus gilt unser Dank der Stiftung Wertebündnis Bayern, der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. und der Stiftung Bildungspakt Bayern, die durch ihre Unterstützung dazu beigetragen haben, dass alle erarbeiteten Materialien veröffentlicht werden können.

Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit im Wertebündnis Bayern und sind gespannt auf Ihre Rückmeldungen zu den entstandenen Materialien,

Kathrin Demmler und Matthias Fack
im Namen der beteiligten Bündnispartner

Bündnispartner



ICH WIR IHR im Netz – Werkstätten zur Förderung von Werte- und Medienkompetenz

wird im Rahmen des Wertebündnis Bayern von einer Reihe von Kooperationspartnern und Unterstützern realisiert.

Projektträger

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Jugendring (BJR)

Unterstützer

Bayerische Staatskanzlei, vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V., Stiftung Bildungspakt Bayern, Stiftung Wertebündnis Bayern

Projektpartner

Bayerischer Jugendring (BJR), Amt für Jugendarbeit der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern, Arbeitsgemeinschaft der Elternverbände Bayerischer Kindertageseinrichtungen e. V., Bayerische Trachtenjugend im Bayerischen Trachtenverband e. V., Berufsverband Bildender Künstler, Bildungswerk der ver.di in Bayern e. V., Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) in Bayern, Bündnis für Toleranz, Deutsches Jugendherbergswerk Landesverband Bayern e. V., Landeselternverband Bayerischer Realschulen e. V., Montessori Landesverband Bayern e. V., Roland Berger Stiftung

Partner und Unterstützer



Weitere Informationen zu ICH WIR IHR im Netz gibt es online unter: www.ich-wir-ih.de