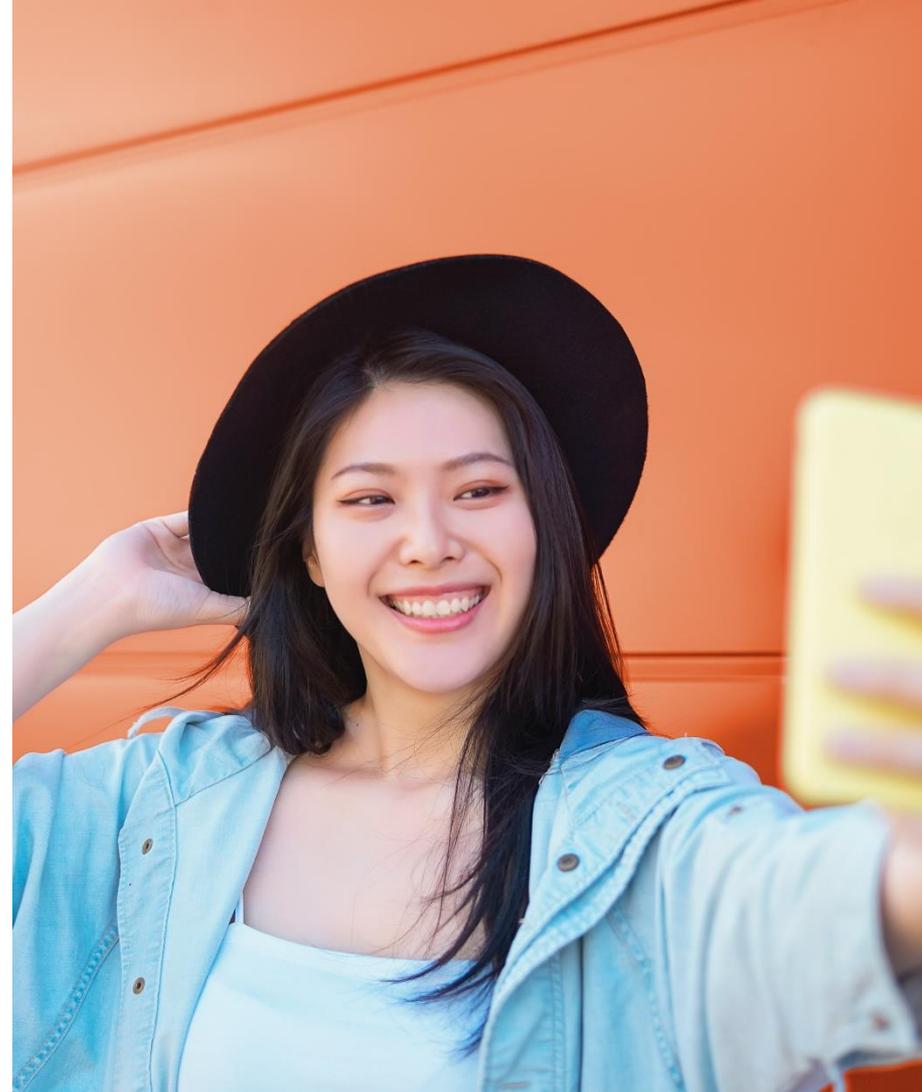


Kohle, Kommerz, Kontakte?

Welche Herausforderungen und Potentiale Fachkräfte in kommerziellen
Angeboten sehen

Annabelle Jüppner, JFF-Institut für Medienpädagogik



Vorstellung

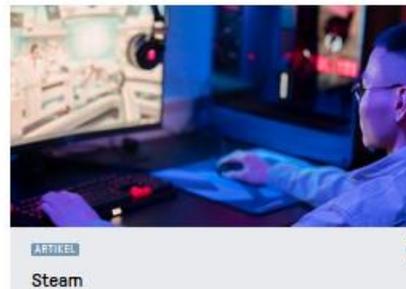


- Seit 2017 Mitarbeiterin am JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
- Projekte: webhelm – kompetent online & knipsclub
- Thematische Schwerpunkte: Kinder, Social Media, kreatives Arbeiten mit mobile Medien

webhelm ist ein Infoangebot für pädagogische
Fachkräfte und interessierte Erwachsene.

mehr lesen →

webhelm – kompetent online

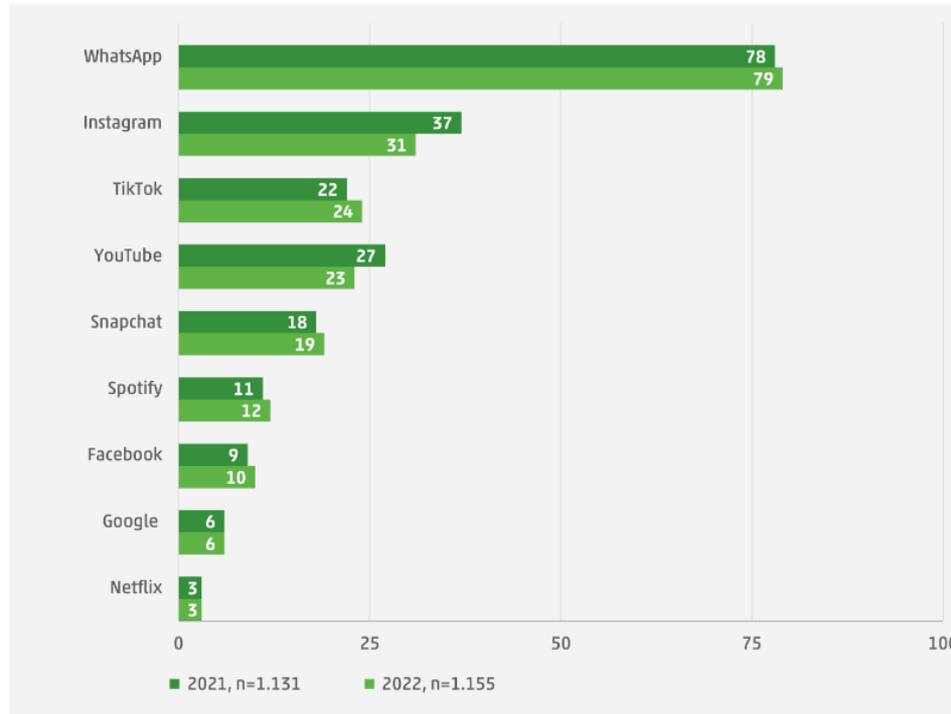


- Workshops mit Kindern und Jugendlichen
- Fortbildungen für Fachkräfte
- Materialien für Fachkräfte & Eltern
- Artikel & Methoden
- Facebook: webhelm, Instagram: web_helm

Wichtige Apps bei Jugendlichen

Wichtigste Apps 2022 - Vergleich 2021

- bis zu drei Nennungen ohne Antwortvorgabe -



Quelle: JIM 2021, JIM 2022, Angaben in Prozent, Nennung ab 3 Prozent (Gesamt), Basis: Befragte, die ein Handy/Smartphone besitzen

Kommerz im Netz

- Kinder und Jugendliche sind im Netz mit verschiedenen Formen von Kommerz konfrontiert, z.B.:
 - Werbung in Form von Bannern
 - Werbe-Postings auf Social-Media-Plattformen
 - Werbeclips vor, nach oder zwischen YouTube-Videos oder zwischen Instagram-Stories
 - Werbung durch Influencer*innen
- Durch Algorithmen ist Werbung häufig auf persönliche Vorlieben angepasst & kann Wünsche wecken

Was sind Influencer*innen?

- Personen, die durch Social Media Geld verdienen
- Hohe Reichweite/Zahl an Follower*innen → Idole & Stars für viele junge Menschen
- Lassen ihre Follower*innen an ihrem Leben & Alltag teilhaben
- Kooperation mit Firmen → bezahlte Werbepostings



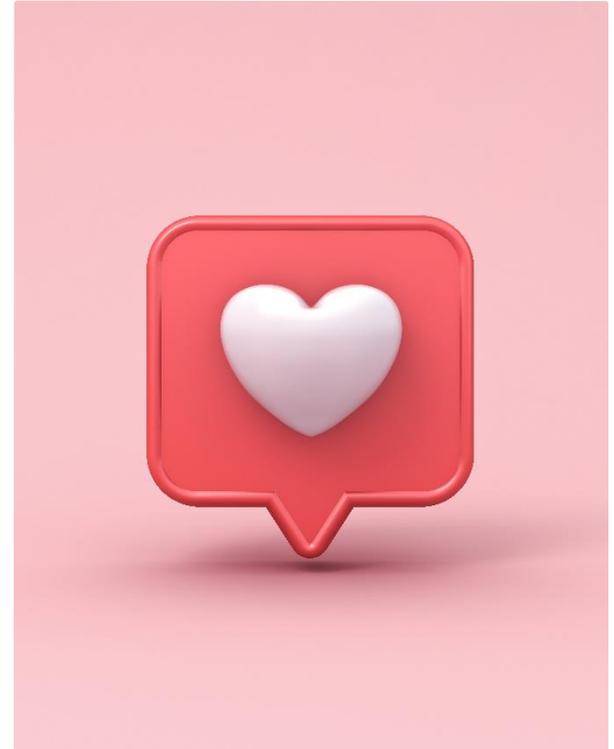
Wie finanzieren sich Influencer*innen?

- Bezahlte Kooperationen mit Firmen → Werbung in ihren Kanälen
- Eigene Kollektionen oder Marken
- Teilweise Projekte im Hintergrund
- → Social Media kann einer Werbeveranstaltung gleichen
- Werbung muss (mittlerweile) klar gekennzeichnet werden
- Trotzdem gerade für Kinder nicht immer zu durchschauen, kann wie eine Empfehlung von Freund*innen wahrgenommen werden



Parasoziale Beziehungen

- Vermeintliches Gefühl von Freundschaft, bspw. zwischen Influencer*innen & Follower*innen
- Keine wechselseitige Auseinandersetzung
- Einseitige emotionale Bindung
- Per se nichts negatives, kann aber dazu führen, Influencer*innen unkritisch zu begegnen





Problematik an Influencer*innen

- Konsumorientierter Content nicht immer zu durchschauen
- Häufig Vorbilder für junge Menschen
- Der Vorbildcharakter kann außerdem dazu führen, dass junge Menschen beworbene Produkte nachkaufen, ohne zu hinterfragen
- Bekannte Influencer*innen vertreten häufig einseitige Rollenbilder und Bilder von Schönheit



Social Media und Influencer*innen als Chance:

- Social Media bietet die Chance, vielfältige Rollenbilder aufzuzeigen
- Junge Menschen haben die Möglichkeit, vielfältige Idole zu finden und sich niedrigschwellig zu informieren
- Für z.B. queere Jugendliche eine Chance, sich zu vernetzen



Was macht kommerzielle Räume für Jugendliche so attraktiv?

- mit Freund*innen chatten/ Austausch mit Peers
- Informationen austauschen
- Bilder und Videos posten
- Lieblings-Influencer*innen folgen
- Kreative Selbstdarstellung
- Rückmeldung von anderen
- Eigenen Interessen nachgehen
- kostenlos

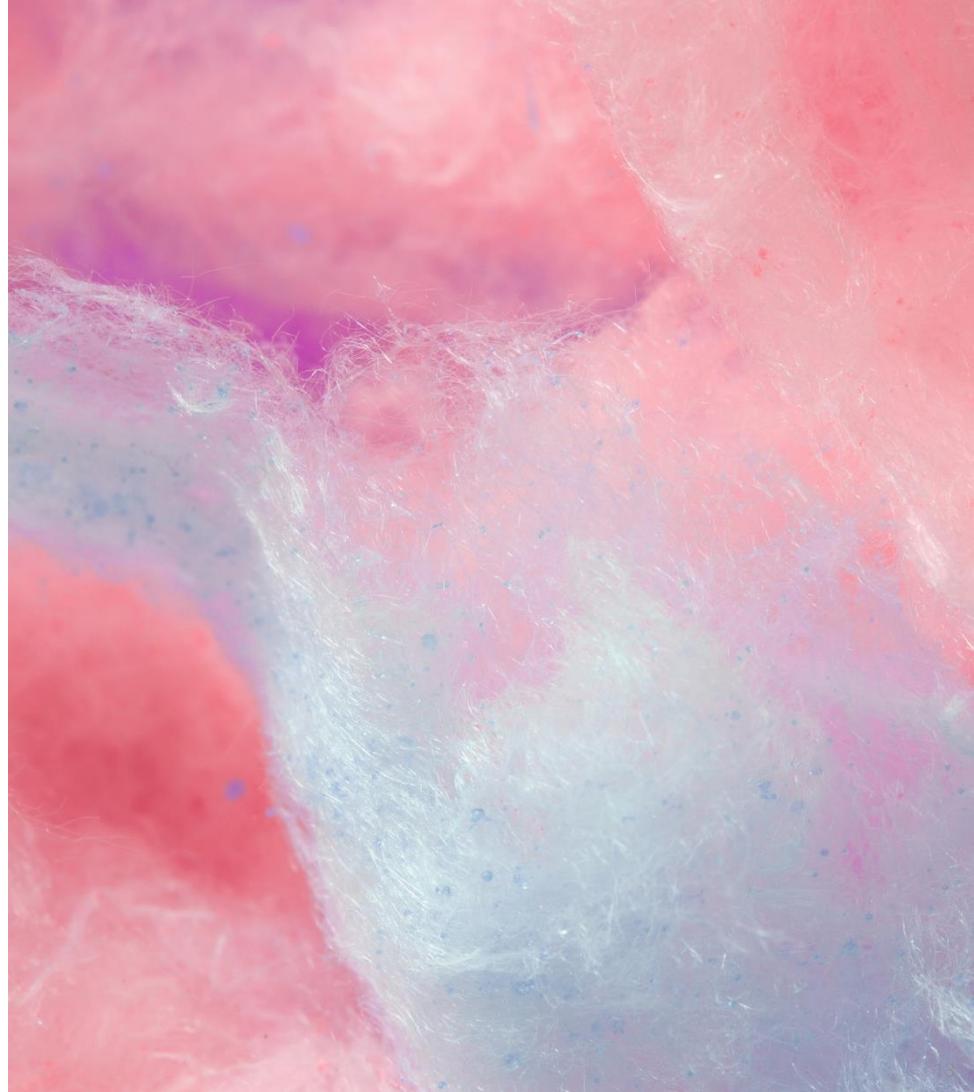


Welche Herausforderungen gibt es?

- Umgang mit personenbezogenen Daten
- Umgang mit urheberrechtlich geschütztem Material
- Personalisierte Werbung
- Konflikte im Netz
- Cybergrooming
- Fake News

Wie können wir Jugendliche in den Räumen begleiten?

**Kinder- und Jugendliche schon früh an einen
kompetenten Umgang mit Medien
heranführen**



Medienpädagogische Kompetenz - warum eigentlich?

- Medienwelt ist Teil der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen
- Kinder und Jugendliche müssen lernen, Medien souverän zu nutzen
- Pädagogische Fachkräfte können sie dabei begleiten
- Dafür benötigen sie medienpädagogische Kompetenz
- Unterstützung gibt es durch medienpädagogische Weiterbildungsangebote



5 Aspekte der Medienpädagogischen Kompetenz

MEDIENKOMPETENZ

- medienkompetent sein
- sich stetig weiterentwickeln

KENNTNISSE

- gezielt Medien einsetzen
- auf fundierte pädagogische Konzepte zurückgreifen

ENTWICKLUNG

- über die aktuelle (Medien-)Welt informiert bleiben
- für die Zielgruppe Relevantes herausgreifen



ZIELGRUPPE

- Wissen und Ressourcen kennen
- Möglichkeiten zur Auseinandersetzung schaffen

UMSETZUNG

- mit Willen und Können medienpädagogische Angebote gestalten
- Mut und Neugierde für neue Projekte nutzen

Materialien: webhelm kompetent online

webhelm

Starterkit

»Like, follow, comment –
Influencer*innen im Netz«

webhelm

webhelm ist ein Informationsangebot für pädagogische Fachkräfte und interessierte Erwachsene. Das Projekt widmet sich der Frage, wie Kinder und Jugendliche das Netz nutzen und welche Herausforderungen dabei entstehen. webhelm bietet Hintergrundwissen, Methoden und Projektbeispiele, um Medien zum Thema zu machen.

webhelm – kompetent online ist ein Projekt des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in Kooperation mit der Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e. V. Es wird gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales.

www.webhelm.de

webhelm
Steckbrief



Pause

