

Bachelor-Thesis

VIRTUELLES NETZWERK, REALE AUSWIRKUNG:

Medienkompetenzförderung von jugendlichen
Mädchen im Umgang mit Social Media in der
Praxis der soziokulturellen Animation

Autorin

Mara Glattfelder
Martikelnr: 22-461-644

Eingereicht bei

Sarah Bestgen

Muttenz im Juni 2025
Hochschule für Soziale Arbeit Muttenz
Fachhochschule Nordwestschweiz
Bachelor-Studium in Sozialer Arbeit



Abstract

Die vorliegende Bachelor-Thesis beschäftigt sich mit der übergeordneten Frage, wie sich ein theoretisch orientierter Methodenkoffer gestaltet, um die genderspezifische Medienkompetenz jugendlicher Mädchen in der offenen Jugendarbeit zu fördern. Der Fokus wird auf die Sozialen Medien gelegt. Hierzu wurden die aktive Medienarbeit und die Medienkompetenz nach Baacke als entscheidende Bezugspunkte herausgearbeitet und näher erläutert. Das Ziel der Bachelor-Thesis ist es anhand der zwei medienpädagogischen Bezüge sieben verschiedene Methoden weiterzuentwickeln und auf die Medienkompetenzförderung von jungen Mädchen anzupassen. Diese Weiterentwicklungen sollen anschliessend in der Praxis der soziokulturellen Animation angewendet werden können.

Abb. 1.: Titelblatt (eigene Darstellung)¹

¹ Darstellung mit Canva erstellt

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich herzlich bei meiner Begleitdozentin, Frau Sara Bestgen, für die Unterstützung und Begleitung meiner Bachelor-Thesis bedanken. Frau Bestgen ist aufgrund von äusseren Umständen mit viel Engagement kurzfristig eingesprungen und hat mich tatkräftig unterstützt. Ihre konstruktiven Inputs und zielorientierte Herangehensweise habe ich während der Erstellung dieser Bachelor-Thesis sehr geschätzt.

Weiter richte ich meinen Dank an alle Jugendlichen, die an meiner Umfrage teilgenommen haben und die Antworten gewissenhaft ausgefüllt haben. Sie haben es mir ermöglicht, einen aktuellen Einblick in ihre Lebenswelt zu erhalten –noch bevor die aktuelle JAMES-Studie herausgegeben wurde.

Ein abschliessender Dank gilt meiner Familie, Freunden und Freundinnen für ihre Unterstützung – insbesondere meinen Eltern, die mir ein Studium ermöglicht haben.

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	1
Danksagung.....	0
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	0
Abbildungen.....	0
Tabellen.....	0
Hilfsmittelverzeichnis	0
1. Einleitung.....	1
1.1 Ausgangslage	1
1.2 Erkenntnisinteresse und Fragestellungen	2
1.3 Relevanz für die Soziale Arbeit	4
1.4 Vorgehen	5
1.5 Aufbau	5
2. Medienpädagogik und genderspezifische Medienkompetenz	6
2.1 Aktive Medienarbeit nach Demmler und Rösch.....	6
2.1.1 Kritische Einordnung der aktiven Medienarbeit	8
2.1.2 Exkurs Soziale Medien.....	8
2.2 Medienkompetenz.....	9
2.3 Offenen Jugendarbeit und Medienpädagogik.....	11
2.4 Zwischenfazit	14
3. Bedeutung der Sozialen Medien für jugendliche Mädchen	15
3.1 Jugendliche Mädchen	15
3.2 Genderspezifische Chancen und Risiken von Medien.....	17
3.2.1 Chancen	17
3.2.2 Risiken	20
3.2.3 Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung	24
3.3 Zwischenfazit	26

4. Theorie-Praxis Transfer: Theoretisch orientierter Methodenkoffer für die offene Jugendarbeit.....	27
4.1 Niederschwelligen Umfrage für eine erste Einschätzung.....	27
4.1.1 Ergebnisse der niederschwelligen Umfrage	28
4.2 Überblick über verschiedene Methoden	29
4.2.1 Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit	30
4.2.2 «Be your own commercial»	31
4.2.3 Lightpainting.....	32
4.2.4 Memes	33
4.2.5 Eine Kochshow mit Jung und Alt.....	34
4.2.6 Erzwungene Perspektive.....	35
4.2.7 Zusatz: Algorithmus	36
4.3 Theoriebasierte Diskussion der Methoden	36
4.3.1 Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit	37
4.3.2 «Be your own commercial»	38
4.3.3 Lightpainting.....	39
4.3.4 Memes	40
4.3.5 Eine Kochshow mit Jung und Alt.....	41
4.3.6 Erzwungene Perspektive.....	42
4.3.7 Zusatz: Algorithmus	43
4.4 Informationen zum Methodenkoffer	43
5. Fazit und Ausblick.....	45
6. Literaturverzeichnis	50
7. Anhang.....	54
A. Methoden.....	54
B. Arbeitsjournal /Ampelsystem.....	62
C. Umfrage Flyer und Ergebnisse	66
D. Eigenständigkeitserklärung der Studierenden zur Bachelor-Thesis.....	75

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abb. 1.: Titelblatt (eigene Darstellung).....	1
Abb. 2.: Waage der Interessen (In Anlehnung an: ebd.: 22)	7
Abb. 3.: Medienkompetenz nach Baacke (In Anlehnung an Baacke 1998: o.S.).....	11
Abb. 4.: Beispiel Soziale Medien im Lehrplan des Kanton Basel-Landschaft (In Anlehnung an: Basel-Landschaft 2022: 1).....	12
Abb. 5.: Vier Säulen des digitalen Kinderschutzes (In Anlehnung an: Heeg et al. 2023: 194)	13
Abb. 6.: Unterscheidung Begriff Geschlechter (In Anlehnung an: Friedrich Ebert Stiftung o.J.: o.S., Kinnebrock 2023: 201)	16
Abb. 7.: Chancen der Mediennutzung (In Anlehnung an: ebd., Külling-Knecht et al. 2024) ..	19
Abb. 8.: Risiken der Mediennutzung (In Anlehnung an: ebd., Külling-Knecht et al. 2024)	24
Abb. 9.: Eindruck Social-Media-Nutzung bei Jugendlichen (eigene Darstellung)	28

Tabellen

Tab. 1.: Informationen Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit (eigene Darstellung).....	30
Tab. 2.: Informationen «Be your own commercial» (eigene Darstellung)	31
Tab. 3.: Informationen Lightpainting (eigene Darstellung).....	32
Tab. 4.: Informationen Memes (eigene Darstellung)	33
Tab. 5.: Informationen Kochshow mit Jung und Alt (eigene Darstellung)	35
Tab. 6.: Informationen Erzwungene Perspektive (eigene Darstellung).....	35
Tab. 7.: Diskussion Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit (eigene Darstellung)	37
Tab. 8.: Diskussion Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit (eigene Darstellung).....	38
Tab. 9.: Diskussion Lightpainting (eigene Darstellung)	39
Tab. 10.: Diskussion Memes (eigene Darstellung).....	40
Tab. 11.: Diskussion Eine Kochshow mit Jung und Alt (eigene Darstellung).....	41
Tab. 12.: Diskussion Erzwungene Perspektive (eigene Darstellung)	42
Tab. 13.: Diskussion Algorithmus (eigene Darstellung).....	43

Hilfsmittelverzeichnis

Hilfsmittel	Verwendung
Canva	Erstellung des Titelblattes, der optischen Darstellung der Methoden und des Flyers
Zotero	Erstellung der Literaturangaben und des Literaturverzeichnisses

1. Einleitung

In einem ersten Schritt wird in diesem Kapitel die Ausgangslage erläutert (siehe 1.1). Als nächstes wird das Erkenntnisinteresse dieser Bachelor-Thesis genauer eruiert, um eine Leitfrage mit verschiedenen Unterfragen zu definieren (siehe 1.2). Um die herausgearbeitete Fragestellung genauer in der Profession der Sozialen Arbeit zu verankern, wird im darauffolgenden Unterkapitel die Relevanz für die Soziale Arbeit erläutert (siehe 1.3). Das genaue Vorgehen der Bachelor-Thesis wird in einem nächsten Teil vorgestellt (siehe 1.4). Zuletzt soll ein Überblick über den Aufbau der Bachelor-Thesis gewährt werden (siehe 1.5), bevor genauer in die Thematik eingestiegen wird.

1.1 Ausgangslage

Die Sozialen Medien sind in der heutigen Zeit ein omnipräsentes Thema. In den letzten Jahren stieg die Bedeutung der Sozialen Medien immer mehr an und heutzutage gibt es kaum noch Menschen, die sich nicht damit auseinandersetzen. Trotz vieler Vorteile bestehen in der Nutzung von Sozialen Medien verschiedene Risiken.

Diese Risiken sind derart erheblich, dass der australische Premierminister Anthony Albanese beispielsweise die Sozialen Medien für Personen unter 16 Jahren gar verbieten möchte. Beweggründe dafür seien die gefährdete psychische Gesundheit der Heranwachsenden (vgl. Truu/Lavoipierre 2024: o.S.). Eine Umfrage zeigte, dass 77 % der australischen Bevölkerung die in kraftgetretene Verstärkung der Richtlinien befürworteten (YouGov 2024: o.S.). Dementsprechend ist die globale Auseinandersetzung mit dem Thema von hoher Aktualität. Neben den bestehenden Risiken, die die Sozialen Medien auch in der Schweiz mitbringen, können zudem verschiedene Chancen entstehen. Beispielsweise können die Sozialen Medien als Vernetzungsmöglichkeit genutzt werden und als Möglichkeit angesehen werden, neue Freundschaften zu schliessen. So berichten Jugendliche aus der JAMES-Studie, dass sie regelmässig Beiträge von anderen Personen anschauen liken oder chatten. (vgl. Külling et al. 2022: 51). Bei der JAMES-Studie handelt es sich um eine schweizweit repräsentative Studie, die Einblicke in das Medienverhalten von Jugendlichen in der Schweiz ermöglicht (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 1).

Auch die Corona-Pandemie hatte einen sehr grossen Einfluss auf die Welt und deren Umgang mit den Sozialen Medien. Die entsprechenden Massnahmen der Politik in den verschiedenen Ländern hatten eine Auswirkung auf die jüngeren Generationen (vgl. Boniel-Nissim et al. 2024: IV). Mittels einer internationalen Studie der «World Health Organization» im Jahr 2021 und 2022 wurde eruiert, dass in beinahe allen teilnehmenden Ländern mehr der befragten 13- und 15-jährigen Mädchen einen problematischen Konsum mit den Sozialen Medien aufweisen als Jungen (Ausnahme Finnland, Island und Tadschikistan). Die Schweiz bildet diesbezüglich

keine Ausnahme. Obwohl sie besser abschneidet als andere Länder in Bezug auf die Anzahl der problematischen Nutzungen, sind es auch hierzulande mehr als doppelt so viele Mädchen wie Jungen. Der «problematische Konsum» wurde in diesem Zusammenhang insofern definiert, als dass neun Fragen mit Indikatoren eines abhängigen Konsums gestellt wurden. Wurden sechs der Fragen mit «ja» beantwortet, liess das auf einen problematischen Konsum schliessen (vgl. ebd.: 26f). Die bestehende Diskrepanz zwischen den verschiedenen biologischen Geschlechtern lässt unter anderem auf eine unzureichende geschlechtersensible Medienarbeit im Jugendalter schliessen. Dazu gehört die ungenügende kritische Beschäftigung mit der Geschlechterdarstellung in den Medien (vgl. Luca/Aufenanger 2007: 125).

Eine genderspezifische Medienarbeit ist nicht nur aufgrund der zuvor genannten Studie der «World Health Organization» entscheidend. Wie im Ergebnisbericht der JAMES-Studie von 2022 zu erkennen ist, bestehen unterschiedliche Risiken für die verschiedenen Geschlechter. Beispielsweise sind Mädchen zwischen 12 und 19 Jahren doppelt so oft sexuellen Belästigungen und Cybermobbing ausgesetzt, wie Jungen (vgl. Külling et al. 2022: 61). Dementsprechend scheint es wichtig, auf die Gender angepasste Kompetenzen im Umgang mit den Sozialen Medien zu fördern. Nur so kann ein reflektierter und bewusster Umgang entwickelt, die bestehenden Risiken der Sozialen Medien erkannt und mit Hilfe des erworbenen Wissens begegnet werden.

1.2 Erkenntnisinteresse und Fragestellungen

Seit Herbst 2014 ist der Lehrplan 21 in der Schweiz eingeführt (vgl. D-EDK Deutschschweizer Erziehungsdirektoren-Konferenz 2014: 2). Darin enthalten ist das neu überarbeitete Modul «Medien und Informatik». Dennoch ist auffallend, dass die Schweiz keine genderspezifische Auseinandersetzung mit dem Thema der Medien, insbesondere den Sozialen Medien, voraussetzt (vgl. ebd.: 2-24). Im ausgearbeiteten Lehrplan des Kantons Basel-Landschaft in Bezug auf das Unterrichtsgefäss «Medien und Informatik», werden die Sozialen Medien zwar an wenigen Stellen kurz und meist unverbindlich erwähnt, dennoch fehlt die genaue Ausarbeitung der Feinziele (vgl. Basel-Landschaft 2022: 1, 3, 4). Diese konkrete Auseinandersetzung wird den Lehrpersonen selbst überlassen. Daraus lässt sich schliessen, dass je nach Lehrperson die Sozialen Medien fundiert bearbeitet werden oder aber nur kurz thematisiert werden.

Das Leitbild der Sozialen Arbeit besagt, dass ein Mensch ein Anrecht auf die Integration in ein soziales Umfeld hat. Voraussetzung dafür sind gerechte soziale Strukturen (vgl. Beck et al. 2010: 7). Somit ist es eine Aufgabe der Sozialen Arbeit auf soziale Ungleichheiten aufmerksam zu machen, diese aufzugreifen und nach Möglichkeiten zu verringern. Die Sozialen Medien gehören heutzutage zu einem wichtigen Bezugspunkt betreffend dieser Integration in das soziale Umfeld.

Die offene Jugendarbeit scheint folglich eine geeignete Anlaufstelle für Jugendliche in Bezug auf die Nutzung von Sozialen Medien zu sein. Wie zuvor bereits aufgezeigt wurde, ist eine Unterscheidung zwischen den verschiedenen Geschlechtern für die Aneignung von Medienkompetenzen von Vorteil, da je nach Geschlecht unterschiedliche Risiken bestehen. Dementsprechend bietet die offene Jugendarbeit ein geeignetes Gefäss soziale Ungleichheiten betreffend der Erarbeitung von Medienkompetenzen zu verringern. Die Mitarbeitenden des Jugendhauses können sich orientiert an der Lebenswirklichkeit der Jugendlichen mit den Sozialen Medien auseinandersetzen und so eine kompetente Bearbeitung der Thematiken ermöglichen. Aus diesem Grund ergeben sich die folgenden Forschungsfragen:

- **Wie gestaltet sich ein theoretisch orientierter Methodenkoffer, um die genderspezifische Medienkompetenzen jugendlicher Mädchen in der offenen Jugendarbeit zu fördern?**
 - Inwiefern bieten Medienpädagogik und genderspezifische Medienkompetenz Unterstützung im Umgang mit Sozialen Medien und welche Rolle übernimmt die offene Jugendarbeit?
 - Welche Bedeutung haben Sozialen Medien im Jugendalter für jugendliche Mädchen und welche Chancen und Risiken sind damit verbunden?
 - Wie können diese theoretischen Grundlagen in Form konkreter Methoden in die Praxis der offenen Jugendarbeit umgesetzt werden?

Die Zielsetzung der Bachelor-Thesis ist es, einen theoretisch fundierten Methodenkoffer für die genderspezifische Medienarbeit mit jugendlichen Mädchen zusammenzustellen. Als Methodenkoffer wird eine Ansammlung von verschiedenen methodenbasierten Inputs verstanden, anhand von denen Mitarbeitende einen praktischen Input zum Thema Medienkompetenzförderung für jugendlichen Mädchen gestalten können. In diesem Zusammenhang werden in dieser Bachelor-Thesis unter dem Begriff der «jugendlichen Mädchen» heranwachsende Frauen im Alter von 10 bis 29 Jahren gefasst. Massgebend für diese eigendefinierte Kategorisierung werden das schweizerische Jugendstrafrecht verwendet (vgl. Schweizerische Eidgenossenschaft 2024 Art. 3 Abs. 1 JStG) und die JAMES-Studie (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 2). Diese Ansammlung von verschiedenen Methoden soll einen möglichst praxisnahen Austausch zwischen der Praxis in der offenen Jugendarbeit und der Theorie der Sozialen Arbeit ermöglichen. Um diese Nähe zu schaffen, wird in dieser Bachelor-Thesis auf den Alltag der Klientel eingegangen und sich an der Lebenswelt der jugendlichen Mädchen orientiert (vgl. Grunwald/Thiersch 2004: 17). Um eine solche lebenswelt-nahe Bearbeitung zu ermöglichen, muss zuerst definiert werden, welche Sozialen Medien die Zielgruppe verwendet. Konkret bedeutet dies, dass die von den jugendlichen Mädchen genutzten Medien die Grundlage für die Erarbeitung des Methodenkoffers sind. Das Endprodukt soll eine aktive Auseinandersetzung

mit den Sozialen Medien und die konkrete Anwendung von Tools ermöglichen, wie es von Demmler und Rösch vorgeschlagen wird (vgl. Demmler/Rösch 2014: 192).

1.3 Relevanz für die Soziale Arbeit

Eines der Ziele der Sozialen Arbeit ist es, Menschen zu schützen und in ihrer Entwicklung zu fördern (vgl. Beck et al. 2010: 7). Dazu gehört auch die Unterstützung von jungen Erwachsenen und ihrer Entwicklung. Ein wichtiger Teil dieser Entwicklung beinhaltet in der heutigen Zeit der Umgang mit den Sozialen Medien. In einer schweizweiten Umfrage wurde festgestellt, dass im Jahr 2024 lediglich 6 % der Jugendlichen keine Sozialen Medien benutzen (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 31). Damit steigt das Risiko einer digitalen Kindeswohlgefährdung, beispielsweise durch Cyberbullying/-mobbing, Cyberstalking, Produktion und Verbreitung von Kinderpornografischen Inhalten, Cybergrooming, Sexting und Sextortion (vgl. Heeg et al. 2023: 27).

Basierend auf dieser Risikolandschaft hat der Dachverband der offenen Jugendarbeit (DOJ) in der Schweiz ein übergeordnetes Ziel definiert. Dieses besagt, dass in allen Regionen der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein die nötigen Ressourcen vorhanden sind, damit sich Kinder und Jugendliche in ihrer eigenen Persönlichkeit entwickeln können. Ebenfalls sei die Jugendarbeit als ein lebensnahes Angebot zu interpretieren für die Heranwachsenden (vgl. DOJ o.J.: o.S.). Zu deren Alltag gehören die Sozialen Medien dazu. Die bewusste Nutzung, Auseinandersetzung mit Risiken, aber auch die daraus entstehenden Strategien für die Handhabung solcher Risiken sind aus diesem Grund Bestandteil der Aufgabe der Sozialen Arbeit.

Ebenfalls orientiert sich die Soziale Arbeit unter anderem an den Grundsätzen der Partizipation und Ermächtigung (vgl. Beck et al. 2010: 10). Partizipative Miteinbeziehung der Jugendlichen wird im Rahmen dieser Bachelor-Thesis insofern ermöglicht, als dass der geplante Methodenkoffer für die Zusammenarbeit und Miteinbeziehung der Jugendlichen gestaltet wird. Die verschiedenen Methoden sollen der Praxis eine einfach verständliche Idee für die partizipative Gestaltung von Projekten gemeinsam mit jugendlichen Mädchen geben. Die Ermächtigung im Umgang mit den Sozialen Medien soll anhand der erlernten Kompetenzen mit Hilfe der Methoden erreicht werden. Die Methoden sollen die Teenager zu einem sicheren, benutzerfreundlichen Umgang mit den Sozialen Medien ermächtigen.

Die Unterscheidung zwischen den Gendern innerhalb dieses Methodenkoffers wird innerhalb der «Verpflichtung zur Anerkennung von Verschiedenheiten» (Beck et al. 2010: 11) verordnet, die so ebenfalls im Berufskodex der Sozialen Arbeit vermerkt ist. Das bedeutet, dass die Soziale Arbeit Unterschiedlichkeiten differenziert behandeln muss. Wie bereits im ersten Teil (siehe 1.1) dargelegt wurde, bestehen in der Mediennutzung erhebliche Unterschiede in den untersuchten Altersklassen zwischen den verschiedenen Geschlechtern. Daher ist es

unabdingbar, das Professionelle der Sozialen Arbeit sich auf diese Forschungsergebnisse stützen und anhand davon Medienpädagogik für die Soziale Arbeit weiterentwickelt wird.

Dementsprechend ist der Austausch zwischen der Sozialen Arbeit als Handlungswissenschaft und der Praxis der Sozialen Arbeit entscheidend. In der Wissenschaft werden Verfahren entwickelt, die in der Praxis auf die Probe gestellt werden (vgl. Sommerfeld 2004: 199). Die Entwicklung eines theoretisch fundierten Methodenkoffers unterstützt somit den Theorie- und Praxisaustausch in der Sozialen Arbeit als Disziplin. Die Ansammlung verschiedener Methoden soll die Praxis darin unterstützen, das theoretische Wissen (beispielsweise aus Studien und Sammelbänden) zu vereinen und in die Praxis einfließen zu lassen.

1.4 Vorgehen

Innerhalb der Bachelor-Thesis wird primär Literatur aus dem deutschsprachigen Raum verwenden. Massgebend dafür ist der Kontextbezug dieser Literaturen auf die in der Schweiz gegebenen Umstände, Leitbilder, politischen Gegebenheiten und Gesellschaftsbilder. Ebenfalls wird sich auf die Aktualität der verwendeten Medien fokussiert, zumal die Nutzung der Sozialen Medien sich innerhalb der letzten Jahre stark verändert hat und dementsprechend das Endprodukt der Bachelor-Thesis nicht an Aktualität einbüßen soll. Die verwendeten Disziplinen stellen hierbei die Pädagogik und die Soziale Arbeit dar. Der Austausch der beiden Disziplinen ist in diesem Feld unabdingbar. Zum einen sollen pädagogische Ansätze für die Wissensvermittlung verwendet werden und zum anderen sozialarbeiterische Ansätze für den Zugang der Bachelor-Thesis und Beziehungsarbeit zu den Jugendlichen. Das Endprodukt wird ein Methodenkoffer, eine Art benutzerfreundliches Handbuch, für die Praxis darstellen. Die zuvor herausgearbeiteten Bezugspunkte sollen dafür den Grundstein legen.

1.5 Aufbau

Um dieses Ziel zu erreichen, beschäftigt sich die vorliegende Bachelor-Thesis zunächst mit der Thematik der Medienpädagogik und der genderspezifischen Medienkompetenz (siehe 2). Als erstes wird der Begriff der aktiven Medienarbeit näher erläutert, um anschliessend auf den Begriff der Medienkompetenz und die Rolle der offenen Jugendarbeit innerhalb der Medienpädagogik zu fokussieren. Im folgenden Kapitel wird die Geschlechterrolle der jugendlichen Mädchen und ihrem Umgang mit den Sozialen Medien genauer herausgearbeitet anhand der Chancen und Risiken (siehe 3). Als nächster Teil beschäftigt sich die Bachelor-Thesis mit dem Theorie-Praxis Transfer. Darin wird das Endprodukt der Bachelor-Thesis zusammengestellt anhand von einer niederschweligen Umfrage, bereits vorliegenden Methoden und der Diskussion dieser Methoden (siehe 4). Zuletzt werden die Erkenntnisse im Fazit zusammengefasst und die Fragestellungen der Bachelor-Thesis beantwortet. Zum Abschluss wird die Bachelor-Thesis mit einem Ausblick abgerundet (siehe 5).

2. Medienpädagogik und genderspezifische Medienkompetenz

Nachdem zuvor die Relevanz der Medienpädagogik und Medienkompetenz an einigen Stellen bereits erwähnt wurde, wird sich dieses Kapitel detaillierter mit diesen beiden Begriffen befassen.

Zunächst wird die aktive Medienarbeit vorgestellt (siehe 2.1). Darin wird genauer erklärt, was diese beinhaltet, wie diese definiert wird und warum diese Bachelor-Thesis den Schwerpunkt auf genau diese Methode der Medienpädagogik legt. Zuletzt werden die theoretischen Inhalte kritisch hinterfragt. Das folgende Unterkapitel beschäftigt sich mit der Medienkompetenz (siehe 2.2). Darin wird nicht nur der Begriff definiert, sondern auch diskutiert, was Vor- und Nachteile der Medienkompetenz sind. Abschliessend wird noch genauer die Rolle der offenen Jugendarbeit in Bezug auf die Medienpädagogik beleuchtet (siehe 2.3).

2.1 Aktive Medienarbeit nach Demmler und Rösch

Die aktive Medienarbeit, auch bekannt als handlungsorientierte Medienarbeit (vgl. Niesyto 2010: 1), ist ein entscheidender Bestandteil der Medienpädagogik. Die Methode soll es den Heranwachsenden ermöglichen, sich mit Medien **angemessen auszudrücken** und ihre **eigenen Meinungen** aktiv in die aktuellen gesellschaftlichen Diskurse miteinzubringen. Somit beschäftigt sich die Medienpädagogik im Allgemeinen damit, Kinder und Jugendliche zu mündigen Mitgliedern der Gesellschaft heranzuführen und den Umgang mit den Medien anhand von erlerntem Wissen zu ermöglichen. Zu diesem Umgang gehört die **Gestaltung** der Medien, das **Verständnis** verschiedener Zusammenhänge und daraus resultierend die **Wirkung** dargestellten Zusammenhänge zu erkennen (vgl. Demmler/Rösch 2012: 19).

Schell 2003 beschreibt laut Demmler und Rösch, dass sich die aktive Medienarbeit auf eine Sozialisationstheorie zurückführen lässt. Diese Theorie beschreibt, dass das Handeln und Denken eines Menschen sich anhand von Interaktionen entwickelt. Das bedeutet, dass in der aktiven Medienarbeit die Jugendlichen sich mit den Medien auseinandersetzen und anhand dieser Interaktionen ihre Handlungen optimieren und ihre Fähigkeiten weiterentwickeln. Schell beschreibt dies als emanzipatorische Pädagogik, welche für die Teilhabe an gesellschaftlichen Prozessen entscheidend ist (vgl. Schell 2003 in Demmler/Rösch 2012: 19f).

Die **Zielsetzung** der aktiven Medienarbeit fokussiert sich darauf, den Zielpersonen einen **aktiv-kritischen Umgang** mit den Medien zu erlernen und ihnen den **Miteinbezug an gesellschaftlichen Prozessen** zu ermöglichen (vgl. ebd.: 20). Dazu ist es entscheidend, die Interessen der Heranwachsenden ernst zu nehmen und anhand dieser Interessen sie dabei zu unterstützen mit Medien ihre Wünsche und Perspektiven zu äussern (vgl. Demmler/Rösch 2014: 191).

Mit der technischen Entwicklung der Medien hat sich einiges verändert: «Smartphones sind das Medienhaus in der Hosentasche.» (Demmler/Rösch 2012: 20). Diese Veränderung bringt so einiges mit sich, was sich auf Projekte der aktiven Medienarbeit auswirkt:

- Heutzutage haben in der Schweiz viele Jugendliche Vorerfahrungen in der Medienproduktion (vgl. ebd.: 20, Külling et al. 2022: 29).
- Medien können leichter produziert werden, was die Projektarbeit vereinfacht (vgl. Demmler/Rösch 2012: 20).
- Medienarbeit wird nachhaltiger, da die Jugendlichen das Gelernte ausserhalb des Lerngefässes anwenden können (vgl. ebd.: 20).

Dennoch sind Risiken innerhalb der Medienpädagogik zu erkennen. In der aktiven Medienpädagogik werden des Öfteren kostenlose Angebote und Tools verwendet, um die realen Lebenswelten der Kinder und Jugendlichen zu berücksichtigen. Nicht zu vergessen ist hierbei, dass diese Plattformen dennoch mit einem Preis verknüpft sind: Die bereitgestellten Informationen werden von diesen Plattformen genutzt und verarbeitet. Das Dilemma, in dem sich die Projekte der Praxis somit befinden, ist das Spannungsfeld zwischen den Interessen der Zielpersonen und dem Aspekt der Sicherheit betreffend des Datenschutzes. Es gilt in Bezug auf jedes Projekt die Verhältnisse einander gegenüberzustellen und abzuwägen (siehe Abb. 2.) Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Interessen der Zielpersonen zu bevorzugen sind (vgl. ebd.: 22).



Abb. 2.: Waage der Interessen (In Anlehnung an: ebd.: 22)

Die aktive Medienarbeit hat innerhalb der letzten zwei Jahrzehnte einen grossen Wandel durchgemacht, jedoch im Kern nicht an Wichtigkeit verloren. Aktive Medienarbeit fördert den

Prozess einer Projektgruppe und die soziale Kompetenz weiterhin in der Bearbeitung des Projektes und das Endprodukt wird weiterhin präsentiert. Lediglich die Plattformen und Veröffentlichungsmöglichkeiten haben sich verändert. Es werden unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt in der Erstellung der jeweiligen Endprodukte (vgl. ebd.:19, 20, 23). Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Grundsteine der aktiven Medienarbeit sich nicht verändert haben, lediglich die Tools zum Erreichen dieser Ziele sind heute anders.

2.1.1 Kritische Einordnung der aktiven Medienarbeit

Es lässt sich konstatieren, dass die aktive Medienarbeit, wie Demmler und Rösch sie beschreiben (vgl. ebd., Demmler/Rösch 2014), auch noch ein Jahrzehnt später eine Anwendung findet. Nur die zusammengetragenen Beispiele der beiden Sozialarbeitenden sind aus der heutigen Sicht etwas veraltet. So würde als Plattform der Jugendlichen nicht mehr Facebook genannt werden, sondern eher TikTok und Instagram (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 38). Dennoch büßen die thematischen Inhalte nicht an Aktualität ein. Als einziger Kritikpunkt ist zu erkennen, dass Demmler und Rösch, wie auch andere Autorenschaften (vgl. Niesyto 2010: 1) als Zielgruppe wiederholt Kinder und Jugendliche benennen. Medienpädagogik sollte sich aber auf keinen Fall nur auf die minderjährigen Generationen beschränken. Erwachsene Personen benötigen ebenfalls einen reflektierten Umgang mit den Medien und sollten dementsprechend Medienkompetenzen entwickeln können (vgl. Schorb 2022, Aufenanger 1997, in Luca/Aufenanger 2007: 26). Des Weiteren wird erwähnt, dass Medienpädagogik nicht immer qualitativ hochwertig sein müsse (vgl. Demmler/Rösch 2012: 21). Es ist verständlich, dass die Auseinandersetzung mit den Medienkompetenzen qualitative Unterschiede mit sich bringen, dennoch sollte sich ein Standard etablieren, der jede vermittelnde Person erreicht. Wie bereits im Einstieg erwähnt (siehe 1.2), führte der Kanton Basel-Landschaft genau aus diesem Grund Grobziele in den aktuellen Lehrplan ein, um diesem Risiko teilweise entgegenzuwirken in Bezug auf den Umgang mit den Medien im Allgemeinen. Ohne solche Standards wirkt die Auseinandersetzung teils willkürlich und unprofessionell. Diese Standards allerdings im Rahmen dieser Bachelor-Thesis genauer herauszuarbeiten, würde den Rahmen sprengen, aus welchem Grund an dieser Stelle nicht genauer darauf eingegangen wird. Der Fokus liegt, wie bereits erwähnt, eher darauf mögliche Methoden für die Praxis zu entwickeln. Nach Baacke existieren aber durchaus Standards, die es zu beachten gilt betreffend der Medienkompetenz im Allgemeinen, wie sie später noch behandelt werden (siehe 2.2).

2.1.2 Exkurs Soziale Medien

Heutzutage sind die Sozialen Medien nicht mehr aus den Leben der Jugendlichen wegzudenken. Diese öffentlichen Plattformen unterscheiden sich, wesentlich von anderen, traditionellen öffentlichen Orten. Die Sozialen Medien definieren sich nach Boyd durch die folgenden Merkmale:

- **Presistence** (Ausdauer): die Stetigkeit von Inhalten und Ausdrücken online.
- **Visibility** (Sichtbarkeit): das mögliche Publikum, welches die Inhalte konsumiert und bezeugen kann.
- **Spreadability** (Weitergabe): die Leichtigkeit, mit der Inhalte verbreitet werden können.
- **Searchability** (Auffindbarkeit): die Möglichkeit, Inhalte zu finden.

(vgl. Boyd 2014: 11)

Ebenso definieren die Sozialen Medien verschiedene Funktionen in der Auseinandersetzung. Dazu gehört das **Erstellen** von Inhalten, das **Veröffentlichen** von Inhalten, das **Kommentieren** von Inhalten anderer Personen, das **Annotieren** (Bewerten und Verschlagworten), das **Weiterleiten** und Teilen mit anderen Personen, das **Abonnieren** resp. Folgen von Nutzenden und zuletzt das **Vernetzen** mit anderen Personen und Inhalten. Die verschiedenen Sozialen Medien unterscheiden sich dabei in der softwaretechnischen Umsetzung dieser verschiedenen Funktionen. Zudem müssen Soziale Medien nicht alle der genannten Aktionen erfüllen können (vgl. Schmidt/Taddicken 2022: 21-25).

2.2 Medienkompetenz

Wie bereits im vorangehenden Kapitel erwähnt (siehe 2.1), ist die Medienkompetenz ein wichtiger Bestandteil der Medienpädagogik (vgl. Hugger 2022: 67). Ein häufiger Kritikpunkt der Medienkompetenz ist die Ungreifbarkeit, was bedeutet, dass eine heterogene Verwendung des Begriffes vorhanden ist. Aus diesem Grund ist die Konzeption eines «universalen und konsensfähigen Begriffs von Medienkompetenz» (Kübler 1996, zit. nach Luca/Aufenanger 2007: 17) kaum möglich. Verschiedene Forschende haben sich bereits darum bemüht ein Konzept zu erstellen. Dazu zählen Dewe/Sander (1996), Aufenanger (1997), Baacke (1999), Schorb (2005) und viele weitere. Der Begriff der Medienkompetenz wurde 1987 allerdings erstmalig von **Dieter Baacke** verwendet. Die Medienkompetenz nach Baacke setzt eine lebenswelt-, handlungs- und zielgruppenorientierte Medienarbeit voraus, die sich praktisch, aktiv und produktiv gestaltet (vgl. Iske/Barberi 2022: 24f). Dieter Baacke beschreibt vier Grundpfeiler der Medienkompetenz: Die **Medienkritik**, die **Medienkunde**, die **Mediengestaltung** und das **Medienhandeln/Mediennutzung** (Siehe Abb. 3.)

- **Medienkritik (analytisch, reflexiv, ethisch):**
Beinhaltet die Fähigkeit des Unterscheidens zwischen angemessenen Medien und unangemessenen Medien in Bezug auf eine Situation (beispielsweise zu wann ein Telefonat passender ist als ein Brief und zu welchem Zeitpunkt eine Mail verschickt werden soll)². Dazu gehört das Unterscheiden zwischen den Qualitäten der Medien

² Beispiele wurden in diesem Kapitel selbst erstellt.

und deren Inhalten (beispielsweise werden für Leistungsnachweise im Studium keine Wikipedia-Artikel verwendet).

- **Medienkunde (informativ, instrumentell-qualifikatorisch):**

Beinhaltet das Wissen in Bezug auf den Umgang mit den Medien. Diese Teil-Kompetenz beinhaltet auch das theoretische Wissen. (beispielsweise wie ein Instagram-Beitrag veröffentlicht werden kann und welche Sozialen Medien sonst noch existieren).

- **Mediengestaltung (innovativ, kreativ):**

Beinhaltet die kreative Auseinandersetzung mit den Medien (beispielsweise, wenn das Bearbeiten von Fotos erlernt wird).

- **Medienhandeln/Mediennutzung (rezeptiv, interaktiv):**

Beinhaltet den aktiven und produktiven Umgang mit den Medien und das tatsächliche Anwenden (beispielsweise die Nutzung von Kameras zum Erstellen eines Beitrages). Baacke benennt diese Teil-Kompetenz als wichtigsten Bestandteil (vgl. Baacke 1998: o.S., Luca/Aufenanger 2007: 18f).

Da die Möglichkeiten bezüglich der unterschiedlichen Medien zunehmen, ist es umso eminenter diese Medien anwenden zu können und diesen Umgang adäquat umzusetzen. Das bedeutet automatisch, dass die Anforderungen an die Interaktionen mit den Medien steigen, weswegen die Auseinandersetzung im Sinne der aktiven Medienkompetenz zielführend ist (vgl. Demmler/Rösch 2014: 194).

Die Aneignung von Medienkompetenz hat somit eine positive Auswirkung auf verschiedene Bereiche. Zum einen auf die Medienerziehung einer Familie, aber auch die Gesellschaft entwickelt sich weiter. Klar zu unterscheiden ist die Kompetenz allerdings von der Performanz. Die **Performanz**, also die Leistung einer Person in der Medienkompetenz, ist abhängig von verschiedenen Faktoren. Diese Faktoren sind situativ, persönlich, kulturell und sozial bedingt. Baacke versteht unter diesen Faktoren die «menschliche Ausstattung» einer Person und ist der Meinung, dass diese Ausstattung anhand von Üben, Wissensaneignung und Reflexion erreicht werden kann. Somit ist streng genommen die Medienkompetenz nicht messbar, sondern nur die Performanz, die die Medienkompetenz voraussetzt (vgl. Iske/Barberi 2022: 31).



Abb. 3.: Medienkompetenz nach Baacke (In Anlehnung an Baacke 1998: o.S.)

2.3 Offenen Jugendarbeit und Medienpädagogik

Wie bereits einleitend erwähnt (siehe 1.2), wurde gemeinsam mit dem **Lehrplan 21** der Modullehrplan «Medien und Informatik» an den Schulen der Primarstufe und Oberstufe eingefügt. Der Lehrplan schreibt vor, dass diese Module von den einzelnen Kantonen genauer ausgearbeitet und definiert werden (vgl. D-EDK Deutschschweizer Erziehungsdirektoren-Konferenz 2014: 23). In diesem detailliert ausgearbeiteten Lehrplan für den Kanton Basel-Landschaft sind verschiedene Stoffinhalte der Sekundarstufe niedergeschrieben. Darin wird der Fachbereich der «Medien und Informatik» in unterschiedliche Kompetenzen-Profile unterteilt. Die jeweils definierten Treffpunkte unterstützen die Lehrpersonen dabei, die bestimmten Grobziele zu erreichen. Hierbei verschmelzen die Treffpunkte teilweise mit den nach Baacke definierten Grundpfeiler der Medienkompetenz. So ist beispielsweise ein Zusammenhang zwischen dem sogenannten Treffpunkt «Chancen und Risiken der Mediennutzung benennen und Konsequenzen für das eigene Verhalten ziehen» (Basel-Landschaft 2022: 1) und der Medienkunde zu erkennen. Ebenso kann «Absicht hinter Medienbeiträgen einschätzen» (ebd.: 2) der Medienkritik zugeordnet werden.

Es ist auffällig, dass ein wichtiger Teil im Alltag der Jugendlichen, nämlich die Sozialen Medien, nicht spezifisch bearbeitet werden. Viele Jugendliche verbringen ihre Freizeit auf solchen Plattformen und beschäftigen sich dort, chatten mit Freunden oder posten Beiträge (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 32). Weder im Lehrplan 21 noch im Lehrplan des Kantons Basel-Landschaft werden konkrete Treffpunkte für die Sozialen Medien definiert. Die sozialen Netzwerke werden zwar in den Grobzielen und Inhalten des kantonalen Lehrplans erwähnt, allerdings werden sie in keinem der Treffpunkte detailliert aufgegriffen (siehe Abb. 4.) (vgl. Basel-Landschaft 2022: 1). Darauf ist zu schliessen, dass ein theoretisch fundierter Input zum Thema der Sozialen Medien von der Initiative der Lehrpersonen abhängig gemacht wird. So ist es folglich den Lehrpersonen überlassen, ob diese sich selbstständig mit der Thematik auseinandersetzen oder Unterstützung von externen Stellen, wie beispielsweise «zistig.ch» (vgl. Zistig.ch

2023: o.S.) oder «inTeam» (vgl. inTeam o.J.: o.S.), holen. Die Lücke zwischen den Lebenswelten der Jugendlichen und den anerkannten Chancen und Risiken ist ebenso entscheidend für die Performanz in der Aneignung von Medienkompetenzen.

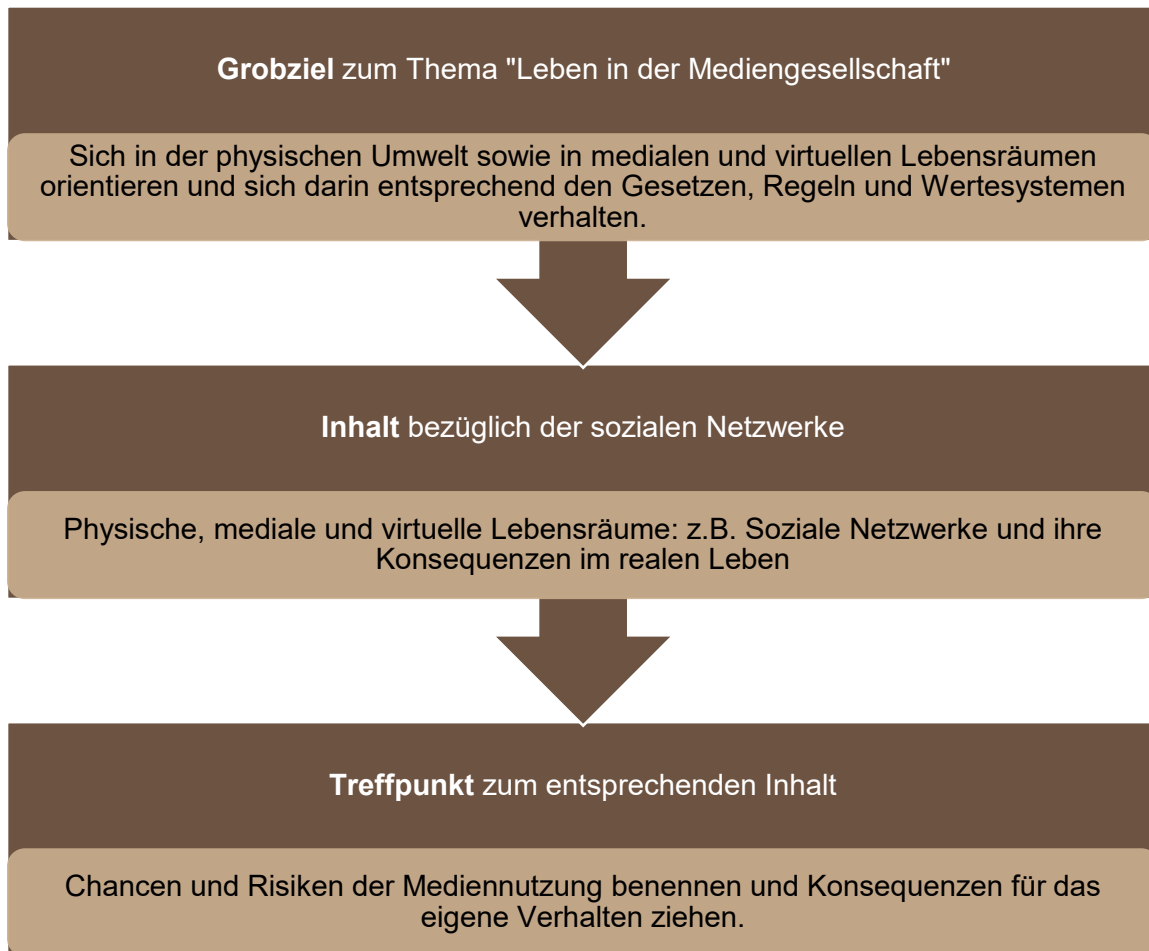


Abb. 4.: Beispiel Soziale Medien im Lehrplan des Kanton Basel-Landschaft (In Anlehnung an: Basel-Landschaft 2022: 1)

Das bedeutet, dass die Heranwachsenden diese Auseinandersetzung mit den Sozialen Medien ausserhalb der Schule allenfalls eigeninitiativ erreichen müssen. Mögliche Akteure in diesem System sind die Eltern. Dies setzt allerdings zum einen voraus, dass diese über einen angepassten Umgang mit den Sozialen Medien verfügen und zum anderen diesen Umgang den eigenen Kindern erlernen können. Es treten jedoch diverse Herausforderungen auf: Einerseits nimmt die Erwerbstätigkeit der Frauen, die nach dem alten Rollenbild für die Kindererziehung zuständig waren, stetig zu (vgl. Bundesamt für Statistik 2023: o.S.). Das bedeutet, dass die Kinder vermehrt ohne Beaufsichtigung in den Medien aktiv sind, wenn der väterliche Elternteil ebenfalls einer Erwerbstätigkeit nachgeht. Andererseits wurde der neue Lehrplan erst im Jahr 2014 in der Schweiz lanciert. Das bedeutet, dass die Schüler*innen oft über ein fachlich fundierteres Wissen in der Medienkunde verfügen als die Eltern selbst. Diese

Hindernisse lassen vermuten, dass viele Kinder und Jugendliche keine, auf ihre Bedürfnisse angepasste, Unterstützung im Elternhaus erwarten können bzw. in Anspruch nehmen können.

Orientiert an der Lebenswelt der Jugendlichen, arbeitet jedoch die Soziale Arbeit. Im Vier-Säulenmodell des digitalen Kinderschutzes wird die Soziale Arbeit als Akteurin in den Säulen «Sensibilisierung und Bildung» wie auch «Beratung und Hilfe» klar definiert. Dabei werden speziell Freizeitangebote erwähnt (siehe Abb. 5.).



Abb. 5.: Vier Säulen des digitalen Kinderschutzes (In Anlehnung an: Heeg et al. 2023: 194)

Die Professionellen der Soziokulturellen Animation haben zum Ziel, die Teilhabe und Mitgestaltung aller Gesellschaftsmitgliedern zu ermöglichen. Dazu beobachten sie die Entwicklung des sozialen Wandels und nehmen damit verbundene Bedürfnisse auf (vgl. Hochschule Luzern/Soziokultur Schweiz 2017. o.S.). Zu diesen Bedürfnissen gehören in der heutigen Zeit auch die verschiedenen genutzten Sozialen Medien. Damit ein angepasster Umgang allerdings ermöglicht werden kann, müssen sich die Animatorinnen und Animatoren mit der Medienpädagogik, und diesem Sinne der Medienkompetenz, sowie aktiven Medienarbeit als entscheidende Bestandteile auseinandersetzen. Um die Chancengleichheit in der Performanz zu ermöglichen, müssen situative, persönliche, kulturelle und soziale Defizite in Bezug auf die Kompetenz erkannt und anschliessend gefördert werden (vgl. Iske/Barberi 2022: 31). Um

dieses Ziel der Chancengleichheit zu ermöglichen, muss die offene Kinder- und Jugendarbeit den Schulen und Erwachsenen unter die Arme greifen. Anhand von einer der «EU-Kids Online Schweiz»-Umfrage wurde festgestellt, dass mehr als zwei Drittel der Lehrpersonen der Meinung sind, dass für die Themenbereiche rund um die Medienkompetenz mehr Zeitressourcen zur Verfügung gestellt werden müssten (vgl. Hermida 2019: 60). Die Soziale Arbeit könnte dabei unterstützen diese Lücke zu füllen.

2.4 Zwischenfazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die aktive Medienarbeit und die Medienkompetenzförderung zwei wichtige Bestandteile der Medienpädagogik sind. Das Ziel der aktiven Medienarbeit ist ein aktiv-kritischer Umgang und der Miteinbezug an gesellschaftlichen Prozessen zu ermöglichen. Dazu werden die Aspekte der Interessen der Zielpersonen und der Sicherheit stetig abgeglichen. Die Medienkompetenz hingegen orientiert sich an den Grundpfeilern der Medienkritik, Medienkunde, Mediengestaltung und Medienhandeln/Mediennutzung. Zusammenfassend ist zudem zu erkennen, dass die Schulen des Kantons Basel-Landschaft keine vertiefte Auseinandersetzung mit den Sozialen Medien gewährleisten können. Im Sinne des digitalen Kindsschutzes ist es unter anderem die Aufgabe von der offenen Jugendarbeit in den Bereichen Sensibilisierung und Bildung, wie auch in der Beratung und Hilfe Angebote für die Jugendlichen zu schaffen.

3. Bedeutung der Sozialen Medien für jugendliche Mädchen

Damit die Unterstützung der Schulen und Erziehungsberechtigten in Bezug auf die Sozialen Medien stattfinden kann, müssen Sozialarbeitende sich zunächst mit der Literatur und bestehenden Angeboten auseinandersetzen. Es ist auffallend, dass verschiedene Chancen und Risiken in der Mediennutzung entstehen, die geschlechtergebunden betrachtet werden können. Viele der Risiken beziehen sich dabei auf jugendliche Mädchen. Aus diesem Grund wird in den folgenden Unterkapiteln zunächst definiert, was unter «jugendlichen Mädchen» verstanden wird (siehe 3.1). Anschliessend wird auf die genderspezifischen Chancen und Risiken innerhalb der Sozialen Medien eingegangen und welchen Bezug die genderspezifische Medienkompetenzförderung auf diese Chancen und Risiken hat (siehe 3.2).

3.1 Jugendliche Mädchen

Es existieren verschiedene Verständnisse in Bezug auf den Begriff der «**Jugendlichen**». Meistens wird darunter eine bestimmte Lebensphase verstanden. Wie sich diese Altersphase allerdings von anderen abtrennt, ist in der Literatur sehr unscharf umrissen. Oft, aber nicht immer, wird eine Personengruppe zwischen 13 bis über 20 Jahre verstanden. Dabei ist allerdings Vorsicht geboten, denn Jugend ist nicht gleich Jugend. In diese Altersspanne sind verschiedenste Lebenssituationen zu verordnen, was den Begriff so unscharf macht. So ist beispielsweise im Falle einer 20-jährigen Frau mit einem Startup kaum noch die Rede von einer Jugendlichen. Hingegen bei einem 20-jährigen Mann, der neu in eine WG gezogen ist und noch von den Eltern finanziert wird vielleicht eher (vgl. Gudjons/Traub 2020: 135). Somit ist klar zu erkennen, dass die Jugendlichen als individuelle Personen gelten und nur umgangssprachlich der Begriff der «Jugend» verwendet wird (beispielsweise «die Jugend von heute»).

Die schweizerische JAMES-Studie definiert ihre befragten Jugendlichen als Personen von 12 bis 19 Jahren (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 2). Hingegen gilt in der Schweiz das Jugendstrafrecht ab dem 10. Geburtstag bis zum vollendeten 18. Lebensjahr (vgl. Schweizerische Eidgenossenschaft 2024: 2). Dies bedeutet, dass auch hierzulande unterschiedliche Verständnisse von Jugendlichen vorherrschen.

Der Beginn dieser Jugendzeit wird zumeist mit dem Beginn der Pubertät deutlich. Diese markiert eine biologische Entwicklung zur Geschlechtsreife und wird bei den Mädchen anhand der ersten Monatsblutung festgestellt. Während die physischen Veränderungen oft bis zu Erreichung des 18. Geburtstages abgeschlossen sind, sind die psychischen und sozialen Veränderungen weiterhin im Wandel (vgl. Seiffge-Krenke/Olbrich 1982: 104 in Gudjons/Traub 2020: 136). Eine wichtige Entwicklung, die die Jugendlichen in dieser Phase durchlaufen, ist, laut Erikson, das Finden der eigenen Identität. Dazu gehört u.a. das Bewältigen der Pubertät. Eine Strategie zur Bewältigung kann daher sein Gruppenidentitäten zu suchen und sich mit den

Peers zusammenzuschliessen. Ebenso gelten Rollenmodelle als entscheidende Bezugspunkte, um die Ich-Identität zu bilden (vgl. Könert 2022: o.S., Antwerpes/Schwarz 2018: o.s.).

Im Hinblick auf die verschiedenen Geschlechter ist zwischen zwei unterschiedlichen Kategorien zu unterscheiden. Zu einen gibt es die biologischen Geschlechter (englisch: Sex) und zum anderen die sozialen Geschlechter (englisch: Gender) (siehe Abb. 6). Dem **biologischen Sex** werden die beiden Geschlechter Mann und Frau zugeordnet. Diese Zuordnung basiert meist auf **visuellen und messbaren Aspekten**, wie äussere und innere Geschlechtsorgane. Dem sozialen Gender hingegen werden verschiedene Bedeutungen zugewiesen, die als feminin oder maskulin gelten. Somit sind Gender sozial bewertete Zuschreibungen an/von Personen. In vielen Fällen stimmen diese beiden Geschlechter überein und es wird von einer «**cis**» Person gesprochen. Allerdings gibt es Menschen, die sich nicht mit ihrem biologischen Sex identifizieren können: das **soziale Gender**, also die eigene **individuelle Gefühlswelt**, weicht von der Norm ab. Die Unterschiede zwischen der eigenen Geschlechtsidentität und den Erwartungen der Gesellschaft führen oft zu Konflikten. Stimmen die biologischen und sozialen Geschlechter nicht überein, wird von «**transgender**» gesprochen. Fühlt sich eine Person weder als Frau noch als Mann, wird der Begriff «**non-binary**» verwendet. Als «**genderqueer**» beschreiben sich Personen, die sich keinem der Geschlechter ausschliesslich zuordnen möchten. «**Genderfluid**» sind Menschen, die zwischen den Gender fließend wechseln und sich somit zeitweise männlich oder weiblich fühlen. So entstehen noch diverse weitere Geschlechteridentitäten, die unterschiedliche Zugehörigkeiten definieren (vgl. Friedrich Ebert Stiftung o.J.: o.S., Kinnebrock 2023: 201).

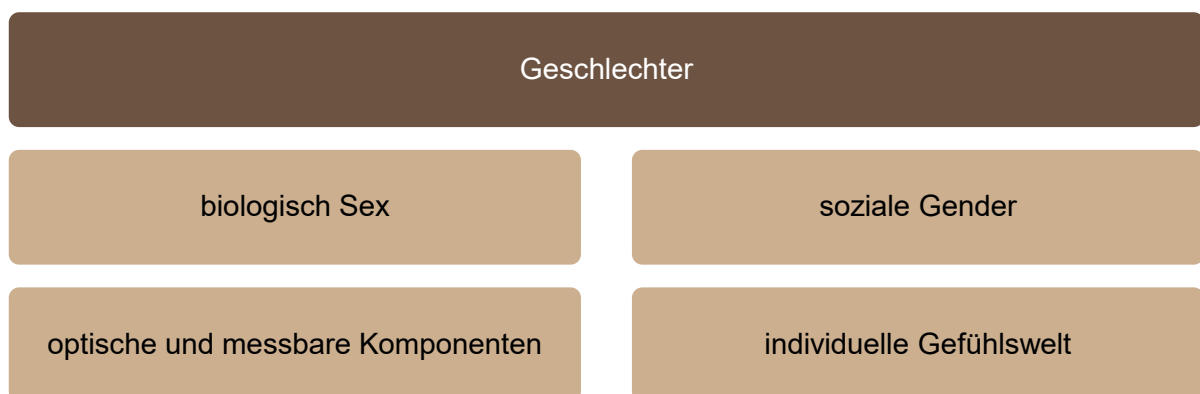


Abb. 6.: Unterscheidung Begriff Geschlechter (In Anlehnung an: Friedrich Ebert Stiftung o.J.: o.S., Kinnebrock 2023: 201)

Es ist auffallend, dass diese verschiedenen Geschlechter oft miteinander vermischt werden und somit ineinander verflochten sind, auch in der Forschung. So wird selten eine Unterscheidung in den verschiedenen Forschungsergebnissen gemacht zwischen den biologischen und sozialen Geschlechtern, obwohl mittlerweile in empirischen Forschungen vermehrt auf die sozialen Geschlechter der Befragten eingegangen wird (vgl. ebd.).

Somit ist schlussendlich zu konstatieren, dass weder für das Alter von Jugendlichen noch für das Geschlecht der Mädchen/Frauen eine einheitlich geltende Regelung besteht. Es ist individuell und zugeschnitten auf die betreffende Person zu betrachten, denn obwohl in vielen Studien, Büchern, Zeitschriften sowie anderen Literaturen diese Begriffe oft verwendet werden, herrscht dennoch kein einheitliches Verständnis. Diese Bachelor-Thesis ist davon nicht auszuschließen, auch hier werden die Kategorien betreffend Geschlecht und Altersgruppe weiterhin verwendet. Jedoch scheint es wichtig diese Unschärfe klar zu benennen.

3.2 Genderspezifische Chancen und Risiken von Medien

Obwohl über die Beschreibung von «jugendlichen Mädchen» kein einheitliches Verständnis, welches sich auf alle Personen anwenden lässt, besteht, kann dennoch eine ungefähre Gruppe bestimmt werden. Innerhalb der JAMES-Studien werden Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren befragt (vgl. Bernath et al. 2020: 5, Külling et al. 2022: 2, Külling-Knecht et al. 2024: 2). Im Gegenzug befragte die EU-Kids Online Studie Schüler*innen im Alter von 9 bis 16 über ihren Umgang mit den Medien und den damit verbundenen Risiken (vgl. Hermida 2019: 3). Bezüglich der Geschlechter werden bei beiden Studien lediglich Mädchen und Jungen als Antwortmöglichkeit ausgewertet (ebd.: 3, Bernath et al. 2020: 20, Külling et al. 2022: 18, Külling-Knecht et al. 2024: 24). Dementsprechend ist zu vermuten, dass sich die beiden Studien auf die biologischen Sex mit cis-Identitäten fokussieren.

Innerhalb dieses Unterkapitels sollen die verschiedenen Chancen und Risiken dieser Mediennutzung mit Fokus auf jugendlichen Mädchen aufgegriffen werden. Anhand von diesen herausgearbeiteten Möglichkeiten wird anschliessend auf die spezifischen Medienkompetenzförderung für das weibliche Geschlecht eingegangen.

3.2.1 Chancen

Innerhalb der Mediennutzung entstehen verschiedenste Chancen für heranwachsende Frauen (siehe Abb. 7.). Dazu gehören unterschiedliche **(1)** Unterhaltungsformen in der Freizeit, **(2)** neue Möglichkeiten der Informationsbeschaffung, **(3)** Kommunikation, **(4)** Förderung der Sozialkompetenz und **(5)** das praktische Erlernen von Fertigkeiten innerhalb der Sozialen Medien, die heutzutage nicht mehr wegzudenken sind. Die vorliegende Auflistung ist dabei keineswegs als vollständig und unveränderbar zu verstehen. Es handelt sich hierbei lediglich um eine Auswahl an verschiedenen Kompetenzen aus unterschiedlicher Literatur (vgl. Hermida 2019: 45-54, Külling-Knecht et al. 2024: 31-55).

(1) Unterhaltung in der Freizeit

Mit der Entwicklung der Medien haben sich neue Möglichkeiten in der Freizeitbeschäftigung von heranwachsenden Frauen verfestigt. So nutzt diese Zielgruppe in ihrer freien Zeit oft das Handy und Internet, hört Musik, nutzt die Sozialen Netzwerke und macht Fotos und Videos.

Genauso werden solche Videos aber auch konsumiert (beispielsweise YouTube, TikTok). Ebenso werden die verschiedenen Portale benutzt, um Inhalte für ihre Hobbies zu suchen (vgl. Hermida 2019: 48, Külling-Knecht et al. 2024: 33, 37). Speziell werden in der aktuellen JAMES-Studie die Sozialen Medien als meist verwendete Unterhaltungsform im Internet benannt. Zu diesen Medien zählen speziell Instagram und TikTok. Während vor 10 Jahren das Streamen von Filmen, Dokus und Serien noch nicht erfragt wurde, ist es heutzutage eine der beliebteste Freizeitbeschäftigungen im Internet (vgl. Willemse et al. 2014: 18, Külling-Knecht et al. 2024: 38). Somit gilt es zusammenzufassen, dass gemeinsam mit den neuen Medienformen, darunter die Sozialen Medien, verschiedenen neue Beschäftigungsformen entstanden sind.

(2) Informationsbeschaffung

Ebenso unterstützen die Medien die jugendlichen Mädchen dabei, an Informationen zu gelangen. Ein Grossteil der befragten Mädchen gibt an regelmässig Suchmaschinen zu nutzen, um die benötigten Auskünfte in Erfahrung zu bringen. Ungefähr ein Drittel der Mädchen verwendet zudem Videoportale (vgl. ebd.: 42). Erstmals wurde eine Frage zur Verwendung der Künstlichen Intelligenz in den Fragenkatalog der JAMES-Studie aufgenommen. Dabei ist auffallend, dass speziell Jugendliche zwischen 16 und 17 Jahren diese Tools verwenden. Es ist zu vermuten, dass diese verschiedenen Suchen mit einem schulischen Nutzen verbunden werden können und die Befragten das Internet unter anderem für die Beantwortung von Hausaufgaben oder für die Prüfungsvorbereitungen verwenden. So werden unterschiedliche Applikationen zum Erlernen von Schulinhalten ebenfalls benannt (vgl. Hermida 2019: 48).

(3) Kommunikation

Zunächst werden die Medien heutzutage von den Jugendlichen zur Kommunikation verwendet. So werden vornehmlich WhatsApp und Snapchat als Messenger-Applikationen genutzt. Innerhalb der JAMES-Studie wird Snapchat als eine Kommunikations-Applikation gewertet, da der Fokus auf dem Austausch zwischen zwei oder mehreren Personen liegt und nicht eine Möglichkeit zur offenen Diskussion mit Weiteren besteht, wie das beim Veröffentlichen eines Beitrages auf den Sozialen Netzwerken der Fall wäre (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 49).

(4) Förderung der Entwicklung

Das Internet wird von den Jugendlichen ebenso zur Förderung der eigenen sozialen Kompetenz genutzt. So geben einige Jugendliche an, dass sie ihre Ressourcen verwenden, um andere Personen zu unterstützen. Speziell wird dabei festgestellt, dass mit dem Übertritt in die Pubertät diese Fähigkeit zunimmt (vgl. Hermida 2019: 49). Ebenfalls ermöglichen die neuen Möglichkeiten des Internets es den Jugendlichen, neue Freunde zu finden und ihr soziales Netzwerk zu erweitern sowie Gleichgesinnte zu finden. Innerhalb der verwendeten Plattformen werden die Nutzenden auf andere Sichtweisen stossen, was ihre Multiperspektivität fördern

kann (vgl. ebd.: 22). Ebenso entwickeln sich die Jugendlichen anhand von ihren eigenen sexuellen Interessen weiter; sei das durch das Chatten mit anderen Personen oder das Konsumieren von sexuellen Inhalten (vgl. ebd.: 13, 19), was durchaus ein wichtiger Entwicklungspunkt in der Pubertät darstellt (siehe 3.1).

(5) Erlernen von Fertigkeiten innerhalb der Sozialen Medien

Innerhalb dieser Nutzung der verschiedensten Sozialen Medien entstehen Fertigkeiten und Kompetenzen, die sich auf die Anwendung beziehen. Allgemein scheinen junge Frauen die Sozialen Medien vermehrt zu verwenden, was sich an den Tätigkeiten in den sozialen Netzwerken erkennen lässt (vgl. Hermida 2019: 50) So ist beispielsweise deutlich zu erkennen, dass viele Mädchen die Sozialen Medien wie Instagram, TikTok und Pinterest nutzen (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 52). In dieser Auseinandersetzung finden automatisch Lernprozesse statt, die sie anwenden können für die Nutzung der verschiedenen Plattformen. So wird beschrieben, dass viele der Social-Media-Nutzenden wissen, wie andere Personen auf den Plattformen blockiert werden können und unangemessene Beiträge gemeldet werden können und dieses Wissen schon angewendet haben (vgl. ebd.:53).

Wichtig ist somit zu erkennen, dass mit der Nutzung der Medien Chancen verbunden sind, die entscheidende Ressourcen für die Heranwachsenden mitbringen. Insbesondere in den Themenbereichen der Sozialen Medien werden diese Chancen wichtig(er) für die angemessene Anwendung der verwendeten Plattformen. Die Auseinandersetzung und Anerkennung dieser Chancen sind somit unabdingbar.

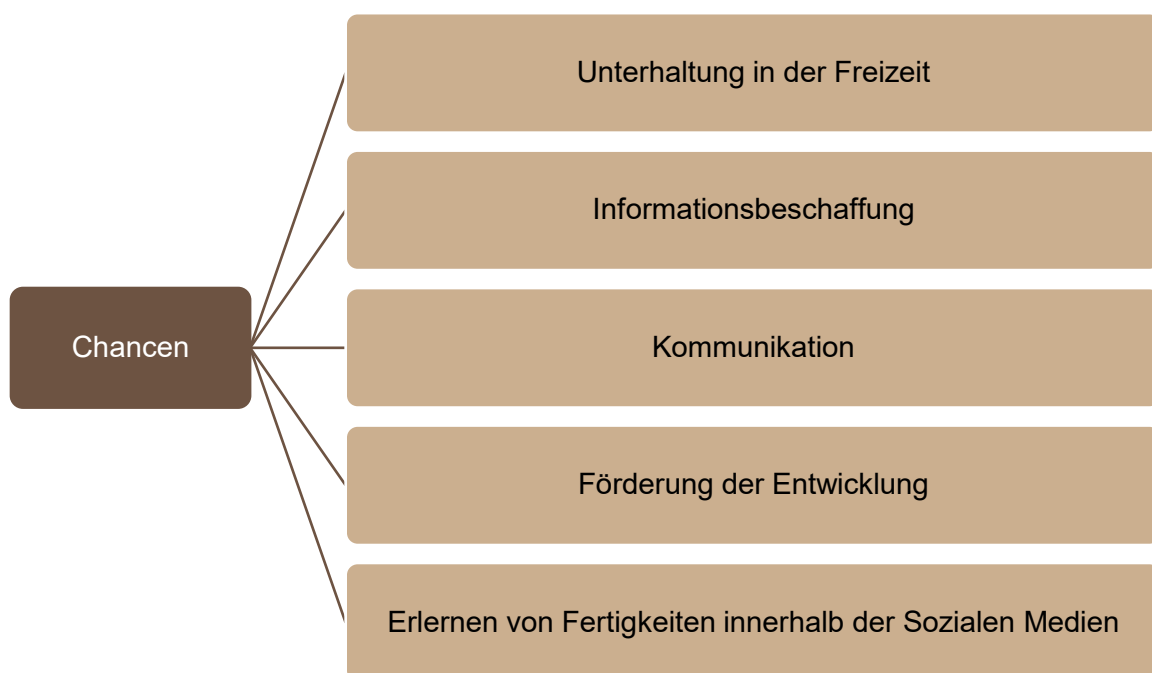


Abb. 7.: Chancen der Mediennutzung (In Anlehnung an: ebd., Külling-Knecht et al. 2024)

3.2.2 Risiken

Die Medien und deren Verwendung bringen auch Schattenseiten in Form von Risiken mit sich, die es keinesfalls zu bagatellisieren gilt (siehe Abb. 8.). Dennoch scheint es hier zu Beginn wichtig zu erwähnen, dass je nach Status der Medienkompetenz der Betroffenen die Risiken unterschiedlich stark vertreten sind und somit bei einigen jugendlichen Mädchen keine problematischen Aspekte in der Mediennutzung darstellen. Dennoch ist nicht zu vergessen, dass Prävention bei der Bearbeitung der Risiken anfängt und der Grundstein für die Voraussetzung der Medienkompetenz ist das Bewusstmachen dieser Risiken. Aus diesem Grund werden im folgenden Teil nun verschiedene risikobehaftete Aspekte der Mediennutzung aufgelistet und erklärt. Dabei ist zu erwähnen, dass auch hier kein Anspruch auf Vollständigkeit besteht. Es handelt sich hierbei lediglich um eine Auswahl verschiedener Risiken. Dazu gehören **(1)** der Datenschutz und die Privatsphäre, **(2)** die Sexualität im Internet, **(3)** das Cybermobbing, **(4)** eine Exzessive Internetnutzung und **(5)** Gewalthaltige und diskriminierende Inhalte (vgl. Hermida 2019: 9-43, Külling-Knecht et al. 2024: 63-73)

(1) Datenschutz und Privatsphäre

Grundsätzlich gilt, dass jede Person, die sich im Internet Profile erstellt, Kommentare schreibt und Bilder teilt eine Spur an Daten hinterlässt. Diese Daten müssen vor dem Zugriff von anderen Personen geschützt werden. Oft ist es der Fall, dass heranwachsende junge Menschen sich der Sensibilität dieser generierten Daten nicht bewusst sind. Es ist nicht abzustreiten, dass das Erstellen einer digitalen Identität mittlerweile in den Alltag von vielen Jugendlichen gehört. Aus diesem Grund sind sie auf die Unterstützung von Personen mit einem kompetenten Umgang angewiesen. Es ist zu erkennen, dass Accounts von Mädchen deutlich öfters von Drittpersonen missbraucht werden als die Profile von Jungen. Ebenso posten nahestehende Personen von Mädchen öfters Informationen über diese, ohne zuvor gefragt zu haben (vgl. Hermida 2019: 31f). Somit scheint deutlich zu werden, dass bei jugendlichen Mädchen ein grosses Potenzial in der Erklärung der Wichtigkeit des Datenschutzes und Schutz der eigenen Privatsphäre besteht.

Seitdem das Internet und die Sozialen Medien als neue Kommunikationswege gebraucht werden, können Kinder und Jugendliche heutzutage ihr soziales Umfeld vergrössern. Das bedeutet aber auch, dass sie auf Fremde treffen können, die möglicherweise kriminelle Absichten haben. Die meisten Jugendlichen, die solche Unbekannte bereits getroffen haben, bewerten das physische Kennenlernen zwar meist als positiv, aber dennoch ist nicht zu vergessen, dass es auch unangenehme oder gefährliche Bekanntschaften entstehen können (vgl. ebd.: 22, 24).

(2) Sexualität im Internet

Mit der Nutzung des Internets treten zudem verschiedene Risiken im Zusammenhang mit der Sexualität auf. Dazu gehören zum einen sexuelle Darstellungen und pornografische Inhalte, zum anderen der freiwillige oder unfreiwillige sexuelle Austausch zwischen Personen (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 70). Mit dem Übertritt in die Pubertät wächst automatisch das Interesse an der Sexualität. Darin liegt das Spektrum von den traditionellen Modellen der Sexualität, über den Inszenierungen des Vergnügens ohne Bindung, bis hin zur pornografischen Darstellung von meist Frauen als «Objekt der Begierde» für den Mann (vgl. Albert Scherr/Bauer 2024: 142). Das Internet ist somit eine einfach zugängliche Anlaufstelle, um an die gewünschten Informationen zu gelangen. Ebenso ist es heutzutage leicht sexuelle Inhalte selbst zu erstellen. Dieses Generieren und Versenden von persönlichen erotischen Fotos oder Videos wird als «Sexting» bezeichnet (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 70). Es gilt zu berücksichtigen, dass in Art. 197 Abs.1 StGB geschrieben steht, dass – je nach Alter der beteiligten Parteien – «Sexting» nicht illegal ist. Das bedeutet, dass «Sexting» für Personen ab 16 Jahren, unter Einwilligung beider Parteien und weiteren Voraussetzungen, durchaus legal ist. Versenden allerdings Jugendliche unter 16 Jahren solche, auch eigenproduzierte Inhalte, machen sie sich strafbar. Somit besteht das Risiko, dass Jugendliche unter 16 Jahren sich aufgrund von der Erstellung kinderpornografischer Inhalte strafbar machen. Wie anhand der aktuellsten JAMES-Studie zu erkennen ist, ist das aufgefordert-werden zu Erstellung und verschicken bzw. erhalten von sexuellen Inhalten heute ein Thema, speziell werden aber Mädchen dazu aufgefordert (ebd.: 70f.). Unterschieden werden dazu allgemeine sexuellen Darstellungen. Auch diese sind einfacher zugänglich und es wird befürchtet, dass sie ein realitätsfernes Bild an Heranwachsende vermitteln. Die «EU Kids Online Schweiz»-Studie zeigt, dass genau die Hälfte der Befragten Jugendlichen angeben, dass sie bereits sexuelle Darstellungen auf den Sozialen Netzwerken gesehen haben. Dabei ist zu erkennen, dass deutlich mehr Mädchen die gesehenen Inhalte als «ziemlich unangenehm» oder sogar «sehr unangenehm» empfinden (vgl. Hermida 2019: 14f.). In diesem Zusammenhang werden Mädchen bedeutend mehr mit sexuellen Belästigungen von fremden Personen im Internet konfrontiert als Jungen. Diese Belästigungen beinhalten das Erfragen nach dem Aussehen des Körpers, das Ansprechen mit unerwünschten sexuellen Absichten, das Sprechen über Sex, das Auffordern zum Versand von erotischen Fotos (Grooming), das Auffordern zu sexuellen Handlungen vor der Webcam und das Erpressen anhand von erotischen Fotos (Sextortion) (vgl. ebd.: 20, Külling-Knecht et al. 2024: 67-69).

(3) Cybermobbing

Innerhalb dieser Risiken gilt es ebenfalls das Cybermobbing zu erwähnen. Es beschreibt ein «absichtliches, wiederholtes aggressives Verhalten gegenüber einem Opfer mittels elektronischer Medien [Hervorhebung durch Verf. aufgehoben]» (Hermida 2019: 34). Darin ist zu unterscheiden, dass zum einen die Gefahren des Opfer-Seins, aber auch des Täter*in-Seins in Betracht zu ziehen sind. Mehr als 2/3 der Jugendlichen wurden bereits einmal Opfer von Cybermobbing in privaten Nachrichten. Weitaus weniger wurden auf öffentlich zugänglichen Plattformen beschimpft und heruntergemacht. Ebenfalls wurden gemäss der JAMES-Studie bereits von 20 % der Jugendlichen als peinlich oder unangenehm empfundene Fotos/Videos verbreitet. Darunter zählt ebenfalls die Sextortion. Betreffend der Geschlechter ist zu erkennen, dass mehr Jungen solchen Erfahrungen ausgesetzt sind (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 63f.).

(4) Exzessive Internetnutzung

Werden Jugendliche in der Schule oder aktiven Freizeitangeboten gemobbt, können sie sich in ihre Internet-Identität zurückziehen. Das führt unter anderem dazu, dass der Konsum der Internetnutzung rapide zunimmt. Die exzessive Nutzung wird diesbezüglich nicht anhand der im Internet verbrachten Zeit definiert, sondern anhand der negativen Auswirkungen auf das Sozialleben, die erbrachten Leistungen in der Schule und die Gesundheit der Betroffenen. Es ist somit möglich, dass Jugendliche viel Zeit am Handy oder Computer verbringen und dennoch keine negativen Konsequenzen entstehen, während bei anderen Jugendlichen schon wenige Stunden zu nachteiligen Folgen führen können. Dabei ist zu erkennen, dass speziell das Sozialleben und die schulischen Leistungen von einem übermässigen Konsum beeinträchtigt werden (vgl. Hermida 2019: 29). Besonders gefährdet sind diejenigen, die mehrere negativen Folgen gleichzeitig aufweisen, dazu gehören:

- Einbusse des Soziallebens
- Schlechten Noten
- Misserfolg in der Reduktion der Internetnutzung
- Nutzung ohne wirkliche Intention oder Interesse
- Langeweile (ohne das Internet)
- Persönlich bewertete Einstufung der verwendeten Zeit als problematisch
- Streit aufgrund des Konsums
- Vernachlässigung der Grundbedürfnisse aufgrund des Konsums

Umso älter die Jugendlichen werden, umso höher sind diese Gefahren. Ungefähr jede zehnte befragte Person leide deutlich unter der eigenen Internetnutzung (vgl. Hermida 2019: 29f.).

(5) Gewalthaltige und diskriminierende Inhalte

Weiter gilt es zu berücksichtigen, dass die Jugendlichen im Internet und in den Sozialen Medien auf brutale, gewalthaltige oder diskriminierende Inhalte stossen können. Wie bereits erwähnt wurde (siehe 3.2.1), wissen viele der Jugendlichen wie sie Inhalte melden können und andere Profile blockieren können. Dementsprechend schauen sich wenige Jugendliche regelmässig solche Videos an. Noch viel weniger Jugendliche schicken solche Videos weiter und fast keine haben aufgrund davon schon einmal Probleme bekommen. Die Altersspanne lässt erkennen, dass mit zunehmenden Alter immer mehr gewalthaltige Inhalte angeschaut werden, ab 18 Jahren dieser Konsum aber wieder deutlich abnimmt (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 72f.). Dies könnte am Übertritt in das Erwachsenenleben liegen, welcher mit dem 18. Geburtstag als eine Art Initialisierungsritual gefeiert wird (vgl. Scherr/Ullrich Bauer 2024: 24). Dieses Ritual markiert nicht nur den Start eines neuen Lebensabschnitts, sondern dient auch der Einpassung der Individuen in bestehende soziale Ordnungen der Gesellschaft (vgl. Van Gennep 1909/1995, in Scherr/Ullrich Bauer 2024: 24). Diese Einordnung in die Gesellschaft würde bedingen, dass gewalttätige Inhalte nicht akzeptiert werden. Zu diesen Inhalten kann «Cyberhate» gezählt werden. «Cyberhate» ist jegliche Form von Hass (Schikanen, Beleidigungen und Diskriminierung) gegen Personen aufgrund von ihrer Hautfarbe, Ethnie, Geschlecht, sexuellen Orientierung, politischen Ansichten und Religion.

Dieser Hass richtet sich folglich gegen ganze Personengruppen und nicht, wie beim Cybermobbing, gegen einzelne Personen. Solche Nachrichten und Posts im Internet können den sozialen Frieden erheblich gefährden. Viele Jugendliche kommen mit solchen Inhalten in Berührung, allerdings geben nur wenige an, aktiv nach diesen zu suchen. Es ist kein erheblicher Unterschied zwischen den Geschlechtern zu erkennen (vgl. Hermida 2019: 39).

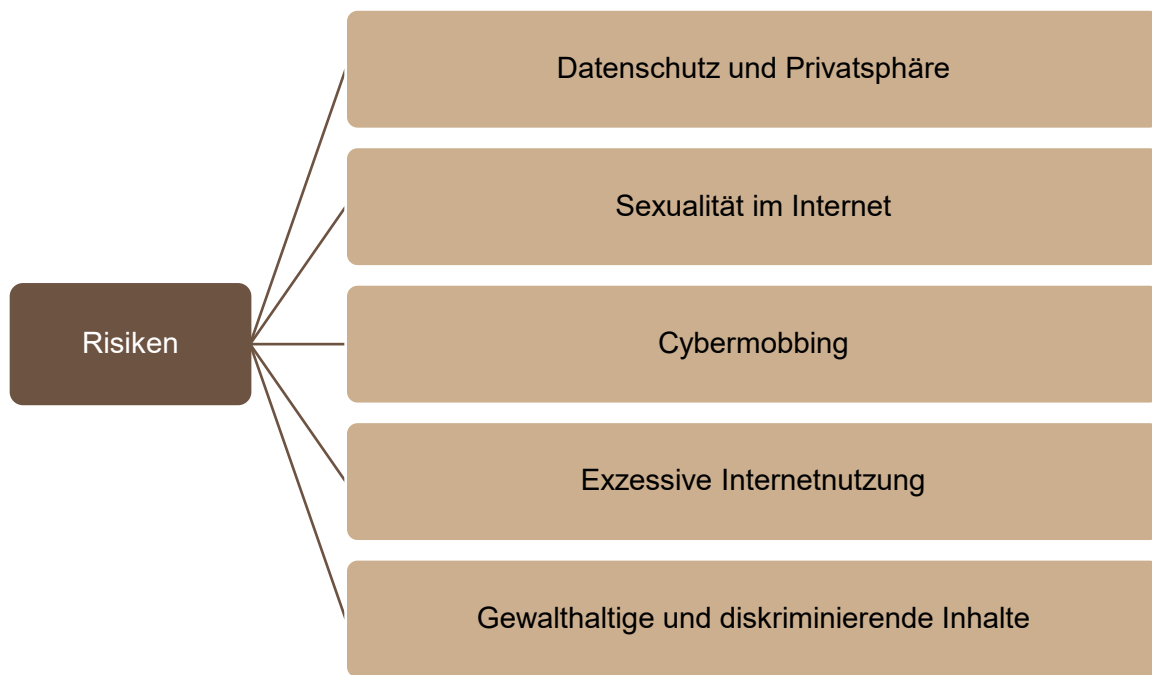


Abb. 8.: Risiken der Mediennutzung (In Anlehnung an: ebd., Külling-Knecht et al. 2024)

Auffallend ist, dass viele dieser entstandenen Risiken (siehe Abb. 8.) aufeinander aufbauen können – ist die Kompetenz in einem Aspekt nicht genügend ausgebildet, eröffnet sich zusätzlich ein weiteres Risiko. Werden somit die eigenen Daten nicht ausreichend geschützt oder werden eigene sexualisierende Bilder verschickt, besteht die Gefahr auf Cybermobbing.

Ebenso ist zu erwähnen, dass es sich bei den verwendeten Studien um Selbsteinschätzungen der Kinder und Jugendlichen handeln. Das bedeutet, dass die erkannten Chancen und Risiken aus Sicht der Jugendlichen entstanden sind und nicht aus Sicht deren Erziehungsberechtigten oder Fachpersonen (vgl. Hermida 2019: 3, Külling-Knecht et al. 2024: 2).

3.2.3 Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung

Im Rahmen des Medienpädagogischen Manifests von Niesyto wird deutlich, dass gendersensible Angebote für die Medienpädagogik noch nicht genügend vertreten sind. In den festgelegten Forderungen des Manifests zeigt sich, dass die außerschulische Kinder- und Jugendarbeit dafür genutzt werden soll, solche Angebote zu verwirklichen (vgl. Niesyto 2009: o.S.). Im zehn Jahre jüngeren Anhang zu diesem Manifest, der als eine Art Aktualisierung verstanden werden kann, werden die beiden Punkte erneut aufgegriffen: die Medienbildung soll stärker fokussiert werden im außerschulischen Kontext und sich an den Zielgruppen orientieren (vgl. Keine Bildung ohne Medien 2019: o.S.). Innerhalb dieser zehn Jahre hatte sich die gendersensible Medienkompetenzförderung allerdings weiterentwickelt. Insbesondere im Bereich von Computer und Internet wurden Mädchen gefördert, da ihnen ein Defizit in diesen Themen zugesprochen wurde. Dennoch hat sich noch nicht viel mehr verändert. Während in der

Theorie also Unterschiede gemacht wurden, wurden die Gender in der Praxis immer noch gemeinsam unterrichtet (vgl. Roth-Ebner 2019: 885).

Es zeigt sich, dass in der Theorie, nach Schwarzer 2005 und 2009, mehrere Prinzipien einer geschlechtersensiblen Medienarbeit beschrieben werden. Dazu gehören die Wahrnehmung eigener Erfahrung, die Anerkennung sowie Förderung der persönlichen Leistungen, gleichberechtigte Zugangs- und Nutzungsmöglichkeiten von medialen Angeboten und die Verwendung der gendersensiblen Sprache (vgl. Schwarzer 2005, 2009 in Roth-Ebner 2019: 889).

In Bezug auf die erwähnten Risiken der Mediennutzung ist zu erkennen, dass insbesondere eines der von Schwarzer definierten Prinzipien auf die schweizerischen Risiken der Mediennutzung angewendet werden kann. So kann die Wahrnehmung der eigenen Erfahrung und Bewertung dieser Sprache (vgl. Schwarzer 2005, 2009 in Roth-Ebner 2019: 889) die Jugendlichen schon auf Risiken aufmerksam machen. Wird so beispielsweise von einer Jugendlichen erkannt, dass sie ihre eigene Privatsphäre nicht schützt, kann schon allein durch das Erkennen dieser Tatsache eine Handlung vorgenommen werden, um das Risiko zu vermindern, indem das Profil auf «Privat» gestellt wird³. Genauso ist die gendergerechte Medienkompetenzförderung nicht defizitorientiert, sondern setzt an den bereits vorhandenen Kompetenzen der jugendlichen Zielgruppe an und bildet diese weiter, was die Motivation fördern kann (vgl. Scheunpflug/Zeinz 2007: 5).

Interessant ist zudem der Vergleich zwischen den entstandenen Risiken für jugendliche Mädchen und dem Lehrplan 21. Diese Gegenüberstellung zeigt genau auf, wie sich die Theorie und die Praxis unterscheiden. Wie Roth-Ebner bereits beschrieben hat, unterscheidet die Praxis die Gender in der Medienpädagogik nicht (vgl. Roth-Ebner 2019: 885). Das ist im Lehrplan zu erkennen. Unter «Leben in der Mediengesellschaft» werden die Chancen und Risiken der Medien in verschiedenen Treffpunkten oberflächlich angeschnitten. Es findet allerdings keinerlei Trennung innerhalb dieser Treffpunkte statt, die sich auf die unterschiedlichen Chancen und Risiken für die unterschiedlichen sozialen Geschlechter beziehen oder gar auf eine Verschiedenheit hinweisen (vgl. Basel-Landschaft 2022: 1). Somit ist auch in der heutigen Zeit, in elementaren Wegleitungen des Kantons Basel-Landschaft immer noch eine Diskrepanz zwischen Theorie und Praxis zu erkennen.

Bereits innerhalb der vier Merkmale von Sozialen Medien (siehe 2.1.2) lassen sich alle Risiken und einige Chancen der Mediennutzung unterordnen. Das bedeutet grundsätzlich, dass allein in der Natur der Sozialen Medien die Risiken bereits verankert sind und somit nicht einfach durch Änderungen innerhalb der Netzwerke beseitigt werden können. Allein die stärkenorientierte Kompetenzförderung kann eine Verminderung der Risiken veranlassen.

³ Eigenes Beispiel

3.3 Zwischenfazit

Auch an dieser Stelle gilt es das Gelesene kurz zusammenzufassen: Es ist zu erkennen, dass kein einheitliches Verständnis über die Begrifflichkeiten «Jugendliche» und «Mädchen» bestehen. Speziell betreffend dem Begriff der Jugend bestehen unterschiedliche Verständnisse in der Literatur und Gesellschaft. Wird heutzutage von Mädchen gesprochen/geschrieben werden zumeist cis-Mädchen gemeint. Dementsprechend fokussieren sich auch die herausgearbeiteten Chancen und Risiken der Sozialen Medien auf cis-Mädchen. Zu diesen Chancen gehören die Unterhaltungsformen in der Freizeit, die neue Möglichkeiten der Informationsbeschaffung, die Kommunikation, die Förderung der Sozialkompetenz und das praktische Erlernen von Fertigkeiten innerhalb der Sozialen Medien. Auf der anderen Seite werden die Risiken durch den Datenschutz und die Privatsphäre, die Sexualität im Internet, das Cybermobbing, eine Exzessive Internetnutzung und Gewalthaltige und diskriminierende Inhalte zusammengesetzt.

4. Theorie-Praxis Transfer: Theoretisch orientierter Methodenkoffer für die offene Jugendarbeit

Wie bereits hergeleitet, besteht heute im Kanton Basel-Landschaft eine bedeutende Diskrepanz zwischen der Theorie und der Praxis in Bezug auf die Medienkompetenzförderung (siehe 3.2.3). Aus diesem Grund wird in diesem Kapitel ein theoretisch fundierter Methodenkoffer für die Praxis entwickelt. Dieser basiert in einem ersten Schritt auf einer niederschweligen Umfrage, die ein Stimmungsbild der Jugendlichen abholen sollte (siehe 4.1). Anschliessend beschäftigt sich das nächste Unterkapitel genauer mit sieben Methoden der Medienkompetenzförderung aus der Praxis (siehe 4.2). Die Methoden werden anschliessend anhand von verschiedenen Kriterien bewertet und eingeordnet betreffend der aktiven Medienarbeit und der Medienkompetenz (siehe 4.3). Zuletzt wird der im Rahmen dieser Bachelor-Thesis erstellte Methodenkoffer genauer erläutert (siehe 4.4).

4.1 Niederschweligen Umfrage für eine erste Einschätzung

Anhand von einer eigens erstellten Online-Umfrage wurden die Präferenzen der Jugendlichen in der Nutzung der Sozialen Medien erfragt. Dafür wurden zu Beginn Freizeitangebote im Raum Basel ausfindig gemacht und die Jugendlichen dort zur Teilnahme an der Umfrage animiert. Diese Angebote waren ein Basketballtraining, ein offener Jugendtreff, ein Genderangebot eines Jugendhauses und ein Marktstand. Ebenso nahm eine Brückenangebot für junge Frauen an der Umfrage teil. Ziel war es, eine möglichst breite Spannweite von verschiedenen Jugendlichen zu erreichen mit unterschiedlichen Interessen und sie zu ihrer Nutzung zu befragen (siehe Anhang B). Speziell wurde in diesem Zusammenhang Mädchen zur Teilnahme an der Umfrage animiert, zumal die Zielgruppe dieser Bachelor-Thesis Mädchen sind.

Innerhalb der Umfrage wurden verschiedene Frage-Kategorien entworfen. Zum einen bezogen sich die gestellten Fragen auf das Nutzverhalten der Heranwachsenden, zum anderen auf das Nutzverhalten der Erwachsenen aus dem Umfeld. Zuletzt wurden die Jugendlichen befragt, ob sie gerne an einem Workshop zum Thema Mediennutzung teilnehmen würden. Dabei wurde speziell auf die Nutzungs-Motivation der Sozialen Medien fokussiert, da dieser im Lehrplan 21 nicht vertieft besprochen wird, aber genau dieser die Verwendung der Sozialen Medien bedingt. Die erstellten Fragen deckten bewusst eine quantitative und einen qualitative Auswertungsmöglichkeit ab. Anhand der quantitativen Auswertung konnten Hypothesen überprüft werden. Dazu gehörte die Annahme, dass TikTok innerhalb der letzten zwei Jahre an Beliebtheit zugenommen hatte (siehe Anhang II), was mittlerweile von der JAMES-Studie bestätigt wurde (vgl. Külling et al. 2022: 47, Külling-Knecht et al. 2024: 47). Die quantitativen Fragen ermöglichten hingegen einen genaueren Einblick in die persönlichen Sichtweisen der befragten Jugendlichen.

Schlussendlich wurden 25 Bogen vollständig ausgefüllt und somit in die Auswertung der Umfrage miteinbezogen. Diese Auswertung ergab ein einheitliches Stimmungsbild über die teilgenommenen Jahrgänge (2007-2012). Dabei muss erwähnt werden, dass die **Befragung keinerlei Anspruch auf Repräsentation** aller Jugendlichen nimmt, also lediglich ein Stimmungsbild wiedergeben sollte. Da die Methoden speziell für die Praxis eines Jugendhauses erstellt wurden, wurden speziell jugendliche Mädchen in der Genderarbeit zur Teilnahme animiert.

4.1.1 Ergebnisse der niederschweligen Umfrage

Im Rahmen der Auswertung zeigt sich, dass TikTok mit Abstand zur meist genutzten Applikation zählt. Ungefähr die Hälfte der Befragten nutzen TikTok im Moment am häufigsten (siehe Abb. 9.). Die Auswahlmöglichkeiten bei der Beantwortung dieser Frage waren Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, TikTok und Sonstiges. Die Motivationen dahinter sind leicht zu erkennen: TikTok ist ein Zeitvertreib und ein Hobby. Viele Jugendlichen geben an, dass die Social-Media-Plattform sie unterhält und ihnen das Kreieren und Posten von Videos gefällt. Im Gegenzug geben die Jugendlichen nie an, dass die Erwachsenen aus ihrem Umfeld TikTok am meisten verwenden würden – die meistverwendete Plattform bei den Erwachsenen sei Facebook, welche jedoch bei den Jugendlichen selbst kaum Anklang findet.

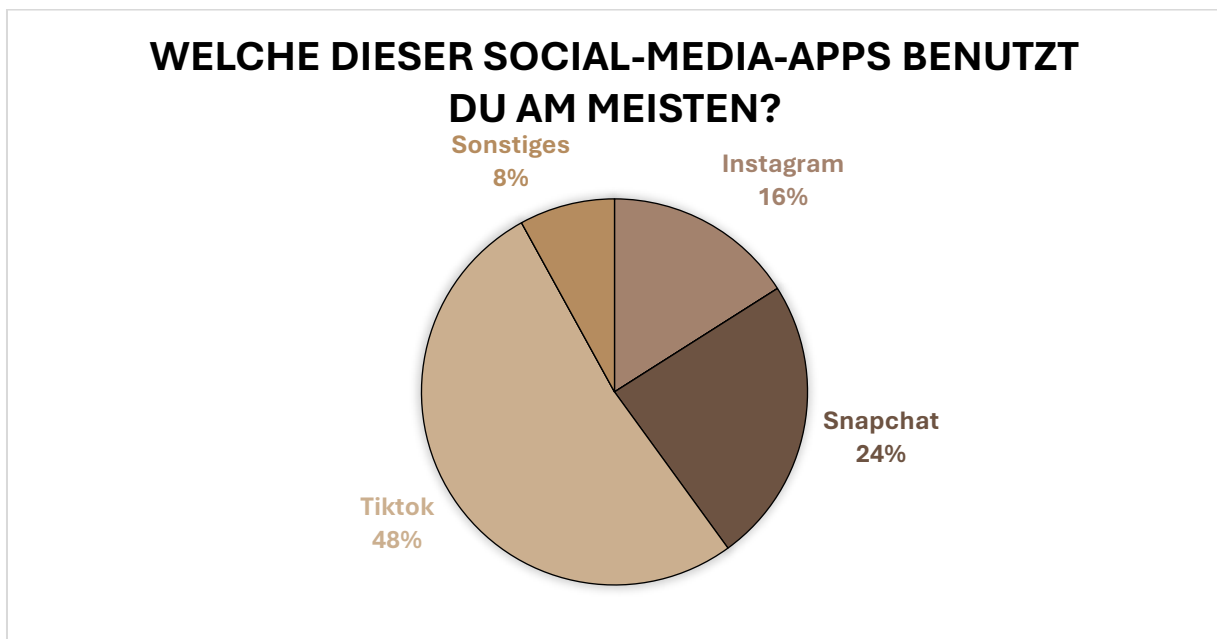


Abb. 9.: Eindruck Social-Media-Nutzung bei Jugendlichen (eigene Darstellung)

Weiter zeigte die Umfrage, dass Instagram und Snapchat einen sehr hohen Zuspruch bei den Jugendlichen dieser Altersklasse fand, während LinkedIn und Twitter gar nicht verwendet werden (siehe Anhang C). Snapchat wurde in dieser Umfrage bewusst als Social-Media Plattform gewertet und nicht, wie bei der JAMES-Studie als Kommunikationsplattform ausgeklammert. Grund dafür sind die «Stories», die die Anwendung ermöglicht. Snapchat kann daher nicht nur als Kommunikationskanal zwischen zwei oder mehreren Personen gewertet werden. Ebenfalls

ist es möglich mit Snapchat Geld zu verdienen, weswegen Snapchat durchaus als Plattform für Content-Creator und/oder Influencer gezählt werden kann (vgl. Snap Inc o.J.: o.S.).

Zuletzt wurde die Frage aufgegriffen, ob die Befragten an einem Workshop zum Thema Medienkompetenzförderung interessiert wären. Rund ein Drittel der Befragten waren an einem Workshop interessiert. Viele davon besuchen regelmässig das Genderangebot des befragten Jugendhauses. Da aber dennoch der Grossteil der Befragten – rund zwei Drittel – kein Interesse an einem solchen Workshop zeigten (siehe Anhang C), wurde eine Anpassung der Vorgehensweise dieser Bachelor-Thesis notwendig. Die initiale Idee eines Themenabends in der offenen Jugendarbeit wurde verworfen. Wie bereits angesprochen (siehe 2.1), ist das Interesse der Zielgruppe und somit deren Motivation entscheidend für die aktive Medienarbeit. Anhand der Umfrageergebnisse konnte festgestellt werden, dass eine Mehrheit der Jugendlichen an einem solchen Themenabend nicht interessiert wären. Um aber dennoch den anderen Jugendlichen die Weiterentwicklung der eigenen Kompetenzen zu ermöglichen, wurde entschlossen einen Methodenkoffer zu konzipieren, den die offene Jugendarbeit bei Bedarf und Interesse verwenden kann. Darin enthalten sollten Übungen sein, um Jugendliche auf ihren Umgang mit Sozialen Medien aufmerksam zu machen oder mit intrinsischer Motivation etwas zu kreieren. Dafür wurden in der Umfrage Motivationsideen genannt: gutes Essen, das Erstellen von Videos, einfache und übersichtliche Statistiken, sowie Kosmetikideen sammeln.

4.2 Überblick über verschiedene Methoden

Anhand von einer ausgeprägten Recherche konnte in Erfahrung gebracht werden, dass ein Grossteil der bestehenden Methoden und Projekte der aktiven Medienarbeit auf den Umgang mit den Medien im Allgemeinen ausgerichtet sind (vgl. u.a. Luca/Aufenanger 2007, Medienpädagogik-Open-Praxis Blog 2025, Rösch et al. 2012). Wenige, die in der Literatur zu findenden Methoden oder Projekte, fokussieren sich auf die Umsetzung innerhalb der Sozialen Medien. Aus diesem Grund wird im folgenden Kapitel versucht eine Auswahl von Projekten und Methoden zu erwähnen, die sich entweder vollkommen auf die Sozialen Medien fokussieren oder einen Bezug zu diesen geschaffen werden kann.

Damit ein übersichtlicher Überblick geschaffen werden kann, scheint es sinnvoll die verschiedenen Methoden anhand von festgesetzten Anhaltspunkten näher zu untersuchen und einzuordnen:

- **Level:** Es wird eingeschätzt, wie fortgeschritten das Vorwissen der Zielgruppe sein muss, um mitzuwirken.
- **Zeitaufwand:** Es wird eingeschätzt, wie gross der benötigte Zeitrahmen für die Durchführung der Methode ist.
- **Material:** Es wird herausgeschrieben, welche Technik und Utensilien für das Projekt benötigt werden.

- **Praktischer Inhalt:** Es wird genauer beschrieben, was die Methode beinhaltet und wie die Schritte konkret umgesetzt werden.
- **Wissensvermittlung:** Es wird herausgearbeitet, welches Wissen an die Jugendlichen vermittelt wird und wie vertieft auf die verschiedenen Wissensbestände eingegangen wird.

4.2.1 Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit

Kategorie	Verwendung
Level	Mittel
Zeitaufwand	45-90 Min (exkl. Vorbereitungszeit)
Material	Aufgabenblatt, Handys (Beamer, Laptop)
Praktischer Inhalt	Die Teilnehmenden erhalten ein Blatt mit Aufträgen Dinge zu Fotografieren. Mögliche Ideen für solche Aufgabenstellungen könnten das Fotografieren von männlichen oder weiblichen Gegenständen sein oder das bildnerische Festhalten von drei männlichen resp. weiblichen Posen. Diese Aufträge müssen möglichst kreativ erfüllt werden – mit besonderem Blickwinkel auf die «Männlichkeit» oder «Weiblichkeit». Die Fotomotive werden auf den Handys festgehalten. Nachdem die verschiedenen Aufgaben erledigt wurden, treffen sich die verschiedenen Gruppen und die Fotografien werden präsentiert. Die anderen müssen anschliessend erraten, welche Aufgabe zu welchem Foto gehört. Entscheidend ist, dass die Fotos nicht mit gut oder schlecht bewertet werden. Die Sozialarbeitenden leiten die Diskussion rund um das Bildmaterial an. So können Geschlechterthemen aufgegriffen werden und die Jugendlichen werden sensibilisiert. Ebenso könnten verschiedene Perspektiven und Emotionen in die Aufgaben eingebunden werden, wie Stärke, Traurigkeit und Selbstsicherheit (vgl. Götz 2020: Methode 2).
Wissensvermittlung	Es lässt sich in der Methode erkennen, dass Themenschwerpunkte auf der Sensibilisierung betreffend Geschlechterrollen und Assoziationen zwischen dem Auftreten und dem Geschlecht gesetzt werden können. Es werden beispielhafte Reflexionsfragen in der Methode erwähnt: Warum habt ihr dieses Motiv ausgewählt? Was macht das Motiv männlich resp. weiblich?

Tab. 1.: Informationen Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit (eigene Darstellung)

4.2.2 «Be your own commercial»

Kategorie	Verwendung
Level	Hoch
Zeitaufwand	Individuell
Material	Handy, Laptop, Beamer, Stativ, Requisiten, Applikation (beispielsweise "Stop Motion Studio") und Green Screen
Praktischer Inhalt	Zum Start sammeln die Jugendlichen Bild-Werbungen, die sie jeweils individuell als gelungene Darstellung von Männlichkeit⁴ empfinden, oder gar anstrebenswert finden. Anschliessend wird die herausgesuchte Werbung anhand von verschiedenen Fragestellungen analysiert: Beispielsweise wie werden Männer dargestellt? Welche Eigenschaften werden hervorgehoben und haben diese Eigenschaften nur Männer? Wie posieren die dargestellten Männer? Dann beschäftigen sich die Jungen damit, wie sie sich selbst fotografisch inszenieren würden. Dafür planen sie die genauen Posen, Requisiten, Hintergrund und Aktivität. Sie sollen sich überlegen, wie sie ihre Männlichkeit zeigen möchten und was genau ihre eigene Männlichkeit aussagen soll. Mittels technischer Hilfsmittel fotografieren und gestalten die Jungen nun ein gewünschtes Bild. Applikationen, wie beispielsweise «Stop Motion Studio» ermöglichen es, die Hintergründe der fotografierten Posen mittels einen Greenscreens beliebig zu ändern. Zum Schluss werden die erstellten Fotos präsentiert und die dargestellten Sichtweisen von Männlichkeit reflektiert und besprochen (vgl. ebd.: Methode 3).
Wissensvermittlung	Aus der Methode lässt sich herauslesen, dass den beteiligten Jungen einen Einblick in die Darstellung von Männlichkeit erhalten in ihren genutzten Medien. Ebenso planen sie ein Fotoshooting und erweitern somit ihre Kompetenzen in diesem Bereich. In der Anwendung der Applikation lernen sie den aktiven Umgang mit dem Handy bzw. mit der Funktion der Fotografie und deren Bearbeitung.

Tab. 2.: Informationen «Be your own commercial» (eigene Darstellung)

⁴ Diese Methode ist aus der Genderarbeit mit Jungen, weswegen an dieser Stelle nur auf diese Zielgruppe eingegangen wird.

4.2.3 Lightpainting

Kategorie	Verwendung
Level	Leicht bis Mittel
Zeitaufwand	Individuell
Material	Kamera (verstellbarer Blende, Empfindlichkeit und Belichtungszeit), Stativ, Lichteffekte (Taschenlampen, Klicklichter, Handys etc.) und dunkle Kleidung (vgl. Engel o.J.: o.S. und Albers-Heinemann 2012: o.S.)
Praktischer Inhalt	Zu Beginn des Projektes lernen die Jugendlichen, wie sie Einstellungen an der Kamera vornehmen, um die Belichtungszeit zu erhöhen. Anschliessend wird mit den ersten Einzelaufnahmen gestartet. Dabei lernen die Jugendlichen, wie schwer es sein kann, für ca. 20 Sek. still zu sitzen. Das Ziel der ersten Aufnahmen soll es sein, dass das Model scharf bleibt und alle anderen Personen unscharf sind, weil diese sich innerhalb der 20 Sek. bewegt haben. Als nächster Schritt wird der Raum abgedunkelt. Dabei gilt: Umso dunkler der Raum ist, umso besser werden die Fotos. Nun werden die ersten Lightpaintings gemacht. Das sind Fotos, bei denen mit Hilfe von Licht, verschiedene Motive in die Luft «gezeichnet» werden. Dafür setzt sich eine Person vor die Kamera. Die anderen laufen mit den Lichteffekten durch das Bild und zeichnen Formen und Figuren in die Luft (beispielsweise Flügel, Herzen, Buchstaben). Umso länger die Belichtungszeit eingestellt ist, umso mehr Zeit bleibt den Künstler*innen für ihr Werk. Die gemachten Fotos können anschliessend auf einer Slideshow gezeigt werden (vgl. ebd.).
Wissensvermittlung	Wie anhand der Projektbeschreibung zu erkennen ist, bekommen die Jugendlichen einen tieferen Einblick in die Welt der Fotografie und Möglichkeiten der unmittelbaren Bildbearbeitung. In der praktischen Anwendung erlernen sie die Möglichkeiten der Kamera besser kennen und können Belichtungszeiten einstellen. Ihre eigenen Ideen kommunizieren sie miteinander und helfen einander bei der Bildbearbeitung.

Tab. 3.: Informationen Lightpainting (eigene Darstellung)

4.2.4 Memes

Kategorie	Verwendung
Level	Leicht
Zeitaufwand	15-45 Min
Material	Ausgedruckte Meme-Bilder (allenfalls laminiert) und Stifte
Praktischer Inhalt	Je nach Gruppengrösse werden 10-20 gängige Meme-Vorlagen ausgedruckt. Diese Vorlagen sollen nicht problematische Inhalte reproduzieren – also sich weder sexistischer, rassistischer oder anderer negativen Denkweisen bedienen. Ebenso müssen Bildrechte berücksichtigt werden. Die Bilder werden vor dem Workshop auf dem Boden ausgelegt. In einem ersten Schritt werden die Jugendlichen dazu aufgefordert, sich zu einem der Bilder zu stellen, dass sie besonders lustig oder unlustig finden. Anschliessend sollen sie sich gegenseitig die Bilder vorstellen. Die Moderation stellt dabei Nachfragen, wie «Kennst du das Bild schon?», «Warum hast du das Bild gewählt?», «Fehlt etwas im Bild?». Als nächstes bekommen die Jugendlichen die Aufgabe die Bilder in 2er oder 3er Gruppen zu beschriften. Abschliessend werden die Memes gegenseitig vorgestellt (vgl. Asisi/Korucu/Golesorkh 2019: 46f).
Wissensvermittlung	Es lässt sich erkennen, dass anhand der Memes verschiedene Thematiken im Umgang mit den Sozialen Medien aufgegriffen werden können. Dazu gehört was genau Memes überhaupt sind und was Bildrechte sind. Ebenso kann angesprochen werden, was angemessene Memes sind und welche als unangemessen interpretiert werden.

Tab. 4.: Informationen Memes (eigene Darstellung)

4.2.5 Eine Kochshow mit Jung und Alt

Kategorie	Verwendung
Level	Sehr hoch
Zeitaufwand	5 Tage
Material	Laptop, Kamera, Kameramikrofon, Internet, Küche, Zutaten, DVDs und Fachpersonen
Praktischer Inhalt	Die Kochshow wird in verschiedene Tage unterteilt, an denen unterschiedliche Thematiken besprochen werden. Erster Tag: Die Teilnehmenden lernen sich kennen und das Ziel der Kochshow wird vorgestellt und diskutiert. In altersgemischten Kleingruppen werden Kochsendungsformate (Parodien, seriöse Kochshows, Wettbewerbe etc.) entwickelt und anschliessend der ganzen Gruppe vorgestellt. Zudem wird ausgehandelt, welche Rolle von welchem Mitglied belegt wird (Moderation, Kameraführung, Kochende etc.). Während des ersten Tages soll es also darum gehen, eine genauere Idee des Vorhabens zu entwickeln. Zweiter Tag: in Workshops wird verschiedenes Wissen vermittelt. Kochende lernen das Auftreten beispielsweise betreffend Sprache, Aussprache, Körperhaltung, Bühnenpräsenz, Mimik, Gestik. Die Gruppe der Techniker*innen erhalten eine Einführung zum Thema Bild- und Tontechnik. Die Journalisten und Journalistinnen lernen mehr über den Videojournalismus und Schnitt und zuletzt sammeln die Bühnenbauenden Wissen über ihre Aufträge. Dritter und vierter Tag: Die Abläufe innerhalb der Arbeitsgruppe werden geübt. Beiträge der Journalisten und Journalistinnen werden erstellt und der Bühnenbau wird vorangetrieben. Die altersgemischten Arbeitsgruppen arbeiten jeweils individuell an ihren Aufgaben, tauschen sich aber jeweils zu Beginn des Tages und zum Ende miteinander aus. Zum Schluss des vierten Tages wird eine Ablaufprobe gemacht. Fünfter Tag: Nach der Generalprobe werden letzte Anpassungen vorgenommen und mit den Erwartungen abgeglichen. Die Live-Aufführung vor dem Publikum wird gefilmt und zum Schluss wird das Gekochte gegessen. Im Anschluss wird die Show geschnitten und die Teilnehmenden erhalten die Aufnahmen auf einer DVD (vgl. Kupser 2012: o.S.).

Wissensvermittlung	Die Projektidee beschreibt die Förderung eines Austauschs zwischen den verschiedenen Generationen. Neben diesem Austausch eignen sich die Teilnehmenden je nach Arbeitsgruppe verschiedene Kompetenzen an. Zudem steht das Kochen in der Show im Vordergrund. Die verschiedenen Generationen lernen also auch in der Küche unterschiedliche Fähigkeiten und Tipps voneinander.
---------------------------	--

Tab. 5.: Informationen Kochshow mit Jung und Alt (eigene Darstellung)

4.2.6 Erzwungene Perspektive

Kategorie	Verwendung
Level	Niedrig
Zeitaufwand	Individuell
Material	Beispielfotos, Kamera, Requisiten, Laptop und Beamer
Praktischer Inhalt	Anhand von Beispielbildern wird zunächst vermittelt, was genau mit «erzwungener Perspektive» gemeint ist. Es handelt sich hierbei um Fotografien, die anhand von optischer Täuschung Objekte oder Lebewesen grösser oder kleiner wirken lassen. So kann es sein, dass Personen auf einem Foto in einem Bilderrahmen gefangen sind, in Wirklichkeit aber 20m hinter dem Bilderrahmen stehen. Weil die Tiefe in Fotos fehlt, entsteht eine optische Illusion. Die Jugendlichen tauschen sich also über diese Bilder aus und sollen sich überlegen, wie diese zustande kamen. Anschliessend ist es die Aufgabe der Jugendlichen selbst solche Fotos nachzustellen. Zuletzt dürfen die Jugendlichen selbst Ideen verwirklichen. Diese Fotos werden anschliessend auf einer Leinwand verglichen. Mit Einwilligung der beteiligten Personen können die Fotos veröffentlicht werden (vgl. Belzer/Rösch/Albers-Heinemann 2012: o.S.).
Wissensvermittlung	Im Rahmen der Wissensvermittlung lässt sich erkennen, dass die Jugendlichen lernen miteinander zu kommunizieren und genau zu arbeiten, damit optische Illusionen entstehen können. Zudem können Jugendliche auf den Umgang mit Fotos von anderen Personen sensibilisiert werden, indem das Recht am eigenen Bild angesprochen wird. Zudem kann aufgezeigt werden, dass in den Medien Bilder verbreitet werden können, die so allenfalls nicht der Realität resp. Wahrheit entsprechen.

Tab. 6.: Informationen Erzwungene Perspektive (eigene Darstellung)

4.2.7 Zusatz: Algorithmus

Ein Artikel aus dem «Teenstark Magazin» beschäftigt sich näher mit der Funktion des Algorithmus in den Sozialen Medien. In diesem Zusammenhang stellt der Artikel zwar keine Übung oder Methode für die Zusammenarbeit mit Jugendlichen dar, liefert aber dennoch abschliessend Tipps für den Umgang mit den Sozialen Medien. Dafür wird zunächst erklärt, was genau der Algorithmus überhaupt ist und wie dieser zustande kommt. In einem nächsten Schritt macht er auf Risiken oder Probleme des Algorithmus aufmerksam. Dazu gehören die mentale Gesundheit, Hass und Hetze im Netz und Filterblasen bzw. «Bubbles», die sich aufgrund von vorgeschlagenen Inhalten bilden, die dem eigenen Weltbild entsprechen. Zusätzlich besteht die Gefahr dadurch Informationsdefizite zu erleiden. In einem nächsten Schritt geht der Artikel genauer auf Vorurteile innerhalb von den menschlich programmierten Codes ein, um abschliessend mögliche Tipps für den Umgang in den Sozialen Medien basierend auf dem Algorithmus vorzustellen (vgl. Teenstark Magazin. Selbstbestimmung, Empowerment & Vielfalt 2024: 51-54).

4.3 Theoriebasierte Diskussion der Methoden

Basierend auf den zuvor herausgearbeiteten Standards der aktiven Medienarbeit (siehe 2.1) und Medienkompetenz (siehe 2.2) lassen sich die soeben beschriebenen Methoden genauer diskutieren. Vorab ist zu erwähnen, dass wenig Methoden auf dem aktuellsten Stand sind und die Sozialen Medien in den Vordergrund stellen. Dennoch lassen sich in einigen der behandelten Projekte und Methoden viele der Standards wiedererkennen. Diese sind in den nachfolgenden Tabellen dargestellt und ausgeführt.

4.3.1 Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit

Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit	
Verschiedene Bezüge zur aktiven Medienarbeit mit Jugendlichen können erkannt werden. So werden die Jugendlichen anhand der Übungen dazu angeregt, sich und ihre Meinung anhand von Medien auszudrücken. Diese Sichtweisen werden anschliessend in der nachfolgenden Präsentation und Diskussion näher exploriert und begründet. Zudem werden sie zur Gestaltung von Medien befähigt. Die Gruppendiskussion soll Zusammenhänge von öffentlichen Medien und deren Wirkung auf das eigene Rollenbild aufzeigen und klar machen. Lediglich der Grundsatz der Weiterentwicklung von Fähigkeiten kann innerhalb der Übungen nicht gewährleistet werden, da die Jugendlichen keine Einführung in das Fotografieren erhalten, allerdings von ihren Gruppenmitgliedern lernen können. Die Medienkompetenz orientiert sich ebenfalls an vier Standards. Innerhalb dieser Übung werden drei davon erfüllt. Dazu gehört zunächst die Medienkritik, als eine Aufgabe der Fachperson innerhalb der Schlussdiskussion. Die Jugendlichen sollen darauf sensibilisiert werden, welche Konnotationen mit Männlichkeit oder Weiblichkeit gemacht werden. Das soll dazu führen, dass die Jugendlichen ihre eigenen Wertebilder hinterfragen und in diesem Zusammenhang die eigens erstellten Medien kritisch betrachten. Die Jugendlichen müssen sich auf der Suche nach männlichen oder weiblichen Motiven kreativ auf die Aufgabenstellung einlassen und die Motive fotografieren, was somit den Standard der Mediengestaltung erfüllt. Zudem wenden sie die Handys und deren Kamerafunktion an und produzieren eigenes Bildmaterial, indem die gewünschten Inhalte abgebildet werden sollen, weswegen sie sich auch ihre Kompetenzen in der Anwendung erweitern können. Der einzige Standard, der an dieser Stelle nicht erfüllt wird, ist die Medienkunde, da die Jugendliche keine Einführung in das Fotografieren mit dem Handy erhalten.	
Aktive Medienarbeit ☒ Angemessener Ausdruck mit Medien ☒ Meinungseinbringung ☒ Gestaltung beherrschen ☒ Verständnis der Zusammenhänge ☒ Wirkung kennen ☐ Fähigkeiten weiterentwickeln	Medienkompetenz ☒ Medienkritik ☐ Medienkunde ☒ Mediengestaltung ☒ Medienhandeln

Tab. 7.: Diskussion Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit (eigene Darstellung)

4.3.2 «Be your own commercial»

«Be your own commercial»	
Die Jungen erhalten im Sinne der aktiven Medienarbeit, die Möglichkeit ihre eigene Sichtweise mit der Unterstützung von ihrem Handy auszudrücken bzw. darüber zu diskutieren. Sie gestalten die Fotos selbst und bereiten diese vor. Genauso sehen sie die Zusammenhänge und Auswirkungen, die die Werbung auf das Geschlechterbild des Mannes hat. Dabei lernen die Jugendlichen ihre Kompetenz im Bereich Medien zu erweitern, indem sie sich aktiv mit der Erstellung eines eigenen Fotos auseinandersetzen. Was in der Methode nicht angesprochen wird, ist der Schutz-Charakter, der die aktive Medienarbeit mitbringt. Jugendliche müssten auch auf den Umgang mit der Applikation sensibilisiert werden (siehe 2.1). Baackes Standards der Medienkompetenz lassen sich speziell im Austausch der Gruppen erkennen. Darin wird die Medienkritik von den Fachpersonen gefördert, indem ein angeleiteter Austausch zwischen den Jugendlichen entsteht. Sie lernen Werbungen und eigene Porträts zu analysieren und kritisch zu begutachten sowie angemessene von unangemessenen Inhalten zu trennen. Dadurch lernen sie, wie eine Person anhand von einem Medium angemessen inszeniert werden kann. Ihre Kreativität wird in der Mediengestaltung des eigenen Porträts auf die Probe gestellt, indem sie die Porträts vorbereiten. Schlussendlich werden die Fotos gemacht und die aktive und produktive Anwendung der Kamera ermöglicht, womit alle vier Standards der Medienkompetenz erfüllt werden.	
Aktive Medienarbeit ☒ Angemessener Ausdruck mit Medien ☒ Meinungseinbringung ☒ Gestaltung beherrschen ☒ Verständnis der Zusammenhänge ☒ Wirkung kennen ☒ Fähigkeiten weiterentwickeln	Medienkompetenz ☒ Medienkritik ☒ Medienkunde ☒ Mediengestaltung ☒ Medienhandeln

Tab. 8.: Diskussion Fotosafari der Männlichkeit/Weiblichkeit (eigene Darstellung)

4.3.3 Lightpainting

Lightpainting	
Die Jugendlichen lernen anhand der aktiven Medienarbeit das Medium der Kamera zu verwenden und sehen, was für Eindrücke mit der Kombination von Bild, Licht und Bewegung vermittelt werden können. Zudem lernen sie ihre Ideen und Wünsche gegenüber von anderen Teammitgliedern zu äussern, damit die geplanten Fotos entstehen können. Die Wirkung der gemachten Fotos kann erkannt werden und wird schlussendlich in der Gruppe diskutiert. Der aktive Umgang mit der Kamera, sowie deren Einstellungen ermöglicht es den Jugendlichen ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln. Der angemessene Ausdruck und das Verständnis der Zusammenhänge von Medien werden hier nicht näher behandelt. Das Projekt startet bereits mit zwei Grundpfeilern der Medienkompetenz: Dem Medienhandeln und der Medienkunde, indem die Jugendlichen aktiv lernen die Kameraeinstellungen vorzunehmen und zu optimieren. Anschliessend, wenn die Gruppe ihre Kreativität einsetzt und eigene Ideen verwirklichen kann, wird zudem die Mediengestaltung in den Fokus genommen. Die Kritik an Medien und das Unterscheiden zwischen angemessenen und unangemessenen Inhalten stehen hier nicht im Vordergrund.	
Aktive Medienarbeit ☐ Angemessener Ausdruck mit Medien ☒ Meinungseinbringung ☒ Gestaltung beherrschen ☐ Verständnis der Zusammenhänge ☒ Wirkung kennen ☒ Fähigkeiten weiterentwickeln	Medienkompetenz ☐ Medienkritik ☒ Medienkunde ☒ Mediengestaltung ☒ Medienhandeln

Tab. 9.: Diskussion Lightpainting (eigene Darstellung)

4.3.4 Memes

Memes	
Die aktive Medienarbeit ermöglicht es den Jugendlichen zu lernen, sich anhand der Memes auszudrücken und ihre Gedanken darzustellen. Sie bringen ihre eigene Meinung bildnerisch und kritisch ein, indem sie eigene Memes generieren. Sie können Verknüpfungen zwischen dem dargestellten Bild und Text generieren und erkennen die Wirkung auf andere Personen anhand der abschliessenden Diskussion. In der aktiven Anwendung bilden sie so schlussendlich ihre Fähigkeiten speziell in Bezug auf das Verständnis und auf die Wirkung von Medien weiter. Da die Beteiligte keine Medien verwenden, um ihre Memes zu entwickeln, wird der Standard «Gestaltung beherrschen» nicht erfüllt. Insbesondere lässt sich innerhalb der Medienkompetenz die Mediengestaltung wiedererkennen. In einem Grossteil der Übung soll es darum gehen, eigene Memes zu generieren und sich kreativ mit den Bildern auseinanderzusetzen. Damit zusammenhängend lassen sich im Austausch der Grossgruppe medienkritische Bezugspunkte machen, wenn eine Diskussion angeregt wird zur Unterscheidung zwischen angemessene und unangemessene Memes. Werden die Jugendlichen zudem noch auf die erwähnten Bilderrechte aufmerksam gemacht und auf sexistische und rassistische Inhalte sensibilisiert, kann auch der Standard der Medienkunde erfüllt werden. Wie zuvor bereits bei der aktiven Medienarbeit erkannt, wird das Medienhandeln in der Methode nicht angegangen.	
Aktive Medienarbeit ☒ Angemessener Ausdruck mit Medien ☒ Meinungseinbringung ☐ Gestaltung beherrschen ☒ Verständnis der Zusammenhänge ☒ Wirkung kennen ☒ Fähigkeiten weiterentwickeln	Medienkompetenz ☒ Medienkritik ☒ Medienkunde ☒ Mediengestaltung ☐ Medienhandeln

Tab. 10.: Diskussion Memes (eigene Darstellung)

4.3.5 Eine Kochshow mit Jung und Alt

Eine Kochshow mit Jung und Alt	
Alle Teilnehmenden erweitern ihr Wissen in Bezug auf die verwendeten Medien aufgrund von der aktiven Medienarbeit: Wie soll moderiert werden? Wie können Fragen gestellt werden? Wie soll die Kamera geführt werden? Durch den Austausch und die Vorbereitung in der Gruppe lernen die Beteiligten ihre Ansichten in den Diskurs einzubringen und anhand der Medien umzusetzen. Sie lernen die Handhabung, die aktive Nutzung und die Wirkung der Medien kennen. Somit entwickeln sie die eigenen Fähigkeiten mit Theorie- und Praxiswissen weiter. Auch die Medienkompetenz findet in dieser Übung einen Platz und kann an dieser Stelle integriert werden. Speziell die Mediengestaltung steht im Vordergrund, da die Teilnehmenden sich kreativ mit dem Medium der Filmkamera auseinandersetzen und eine Kochshow gestalten. Zudem spielt das Medienhandeln eine sehr wichtige Rolle, denn die Mitwirkenden setzen sich in der aktiven Anwendung mit den Medien auseinander. Dazu wird ihnen mittels der Inputs am zweiten Tag einiges an theoretisches Wissen in den Untergruppen vermittelt, was den Standard der Medienkunde erfüllt. Die Medienkritik wird nicht spezifisch angesprochen, zumal keine Auseinandersetzung mit bestehendem Material stattfindet.	
Aktive Medienarbeit ☒ Angemessener Ausdruck mit Medien ☒ Meinungseinbringung ☒ Gestaltung beherrschen ☒ Verständnis der Zusammenhänge ☒ Wirkung kennen ☒ Fähigkeiten weiterentwickeln	Medienkompetenz ☐ Medienkritik ☒ Medienkunde ☒ Mediengestaltung ☒ Medienhandeln

Tab. 11.: Diskussion Eine Kochshow mit Jung und Alt (eigene Darstellung)

4.3.6 Erzwungene Perspektive

Erzwungene Perspektive	
Mit Bezug zur aktiven Medienarbeit kann erkannt werden, dass diese Übung resp. Methode ebenfalls verschiedene Bezugspunkte zu den Standards aufzeigt. So lernen die Beteiligten sich anhand der Medien angemessen auszudrücken und ihre Perspektiven darzustellen. Dazu müssen sie in den Austausch mit anderen Teammitglieder gehen, um die eigenen Vorstellungen zu verwirklichen und die Meinungen bildnerisch zu präsentieren. Automatisch lernen sie das Medium der Kamera für ihre eigenen Zwecke zu verwenden und erkennen die Wirkung der Fotografie. Auch hier ist der einzige Kritikpunkt, dass die Jugendlichen keinen Input zum Umgang mit der Kamera erhalten. Das bedeutet, dass sie ihre Fähigkeiten in der Nutzung nicht mit Sicherheit weiterentwickeln können, weil sie betreffend dem praktischen Umgang mit der Kamera kein neues Wissen erhalten. Im Sinne der Medienkompetenz ist zu erkennen, dass diese Übung erneut speziell auf die Mediengestaltung und das Medienhandeln ausgerichtet ist, also auf die konkrete, kreative Anwendung der Kamera. Es kann sein, dass Jugendliche dadurch beginnen, Fotos oder andere Darstellungen, die sie in ihrem Alltag sehen, kritisch(er) zu hinterfragen. Für diesen Denkprozess besteht aber keine Garantie. Ebenfalls wird die Medienkunde nicht erweitert, da kein Input zum theoretischen Umgang mit der Kamera gemacht wird.	
Aktive Medienarbeit ☒ Angemessener Ausdruck mit Medien ☒ Meinungseinbringung ☒ Gestaltung beherrschen ☒ Verständnis der Zusammenhänge ☒ Wirkung kennen ☐ Fähigkeiten weiterentwickeln	Medienkompetenz ☐ Medienkritik ☐ Medienkunde ☒ Mediengestaltung ☒ Medienhandeln

Tab. 12.: Diskussion Erzwungene Perspektive (eigene Darstellung)

4.3.7 Zusatz: Algorithmus

Zusatz: Algorithmus	
Da es sich beim Zusatz des Algorithmus' um keine klassische Methode im Sinne einer Übung handelt, sind in diesem Teil nicht die gleichen Erwartungen an den Artikel zu stellen, wie es bei den anderen Methoden der Fall war. Dennoch ist zu erwähnen, dass Bezüge zur aktiven Medienarbeit geschaffen werden können, wenn die Jugendlichen sich dazu entscheiden, die Tipps des Artikels anzunehmen. Dazu gehört, dass sie lernen, wie sie den Algorithmus der Sozialen Medien beeinflussen können – ihre Meinung also einbringen und die Auswirkung der dahinterstehenden Codes gestalten. Sie verstehen, warum ihnen bestimmte Inhalte angezeigt werden und können allenfalls reflektieren, welche Auswirkungen die angezeigten Inhalte auf ihre eigene Person haben. Speziell im Verständnis zum individuellen Feed, können sie die eigenen Fähigkeiten weiterentwickeln. In Zusammenhang mit der Medienkompetenz kann erwähnt werden, dass speziell die Medienkunde innerhalb des Artikels erweitert wird. Die Jugendlichen erfahren theoretisches Wissen über die Anwendung und Auswirkung ihrer Nutzung. Ebenso werden ihnen Tipps gegeben, wie sie aktiv gegen die Nachteile des Algorithmus' vorgehen können. In weiterem Sinne wird so ihre Reflexion und Kritik an Medien gefördert, denn sie erkennen ihre eigenen Filterblasen resp. Bubbles und lernen diese kritisch zu hinterfragen.	
Aktive Medienarbeit ☐ Angemessener Ausdruck mit Medien ☒ Meinungseinbringung ☒ Gestaltung beherrschen ☒ Verständnis der Zusammenhänge ☒ Wirkung kennen ☒ Fähigkeiten weiterentwickeln	Medienkompetenz ☒ Medienkritik ☒ Medienkunde ☐ Mediengestaltung ☒ Medienhandeln

Tab. 13.: Diskussion Algorithmus (eigene Darstellung)

4.4 Informationen zum Methodenkoffer

Da zuvor die Auswahl der verschiedenen Methoden genauer analysiert wurde, soll es nun darum gehen diese Methoden anwenderfreundlich auf den Gebrauch für die gendersensible Medienkompetenzförderung in der soziokulturellen Animation anzupassen. An dieser Stelle ist erneut zu erwähnen, dass keine der gefundenen Methoden sich spezifisch auf die Medienarbeit mit jungen Mädchen fokussiert. Es wird also versucht auf die zuvor erwähnten **Risiken der Sozialen Medien für weibliche Jugendlichen** einzugehen (siehe 3.2.2) und diesen präventiv und lebensweltorientiert entgegenzuwirken. Aus diesem Grund liegt der Fokus speziell

auf den Plattformen TikTok und Instagram. Wie bereits in der Befragung dieser Bachelor-Thesis erkannt wurde (siehe Anhang C) und später von der JAMES Studie 2024 schweizweit bestätigt wurde, sind diese beiden Sozialen Netzwerke bei den Jugendlichen sehr beliebt (vgl. Külling-Knecht et al. 2024: 37), weswegen der Umgang mit diesen erlernt werden soll. Ziel ist es, jeweils so viele Standards wie möglich in der **aktiven Medienarbeit und der Medienkompetenz in diesen Methoden zu integrieren**.

Dabei scheint es wichtig, dass der Methodenkoffer eine anwendungs- und kontextbezogene Auswahl der Methoden widerspiegelt, also auf den Gebrauch in der offenen Jugendarbeit zugeschnitten ist. Dabei ist zu erwähnen, dass bewusst keine Wettbewerbe in die Methoden eingebaut wurden. Wie bereits erwähnt wurde (siehe 3.1), lösen sich Jugendliche während der Pubertät vom Elternhaus ab. Der Sinn dieser Methoden soll es nicht sein, dass die Jugendlichen sich Kompetenzen aneignen und diese für sich behalten und nicht an ihre Peers weitergeben, damit sie einen Wettbewerb gewinnen. Im Austausch miteinander und in den Peergruppen sollen die neuen Fähigkeiten geteilt werden, sodass auch andere Jugendliche davon profitieren können. Ein Wettbewerb hätte diese Chance verunmöglicht.

Der Methodenkoffer, welche basierend auf der Literatur und in Verbindung mit den bestehen Risiken erstellt wurde, sowie auf die gendersensible Medienkompetenzförderung angepasst wurde, ist dem Anhang zu entnehmen (siehe Anhang A). Er umfasst sieben 1-Pager, die sich mit den konkreten Methoden für die Praxis befassen. Auf jeden der Blätter können grundsätzliche Informationen, wie das benötigte Level an Medienkompetenz der Jugendlichen, die Vorbereitungszeit, der Zeitbedarf etc. entnommen werden. Zusätzlich wird die Methode kurz beschrieben, das Ziel der jeweiligen Methode vorgestellt und zuletzt der Ablauf geteilt. Je nach Methode werden zusätzliche Hilfestellungen und Anregungen für Diskussionen geteilt. Eine visuelle und teilweise inhaltliche Orientierung für die Darstellung der Methoden bieten die Methoden der Zeitschrift «Digitale Jungs» für die Jugendarbeit (vgl. Götz 2020).

5. Fazit und Ausblick

Angesichts der zunehmenden Bedeutung von Sozialen Medien und der Prävalenz von Risiken für jugendliche Mädchen im Umgang mit diesen Medien befasste sich diese Bachelor-Thesis mit der Gestaltung eines methodisch orientierten Methodenkoffers, der darauf abzielt, die genderspezifischen Medienkompetenzen in der offenen Jugendarbeit zu fördern. In diesem Zusammenhang wurden Forschungsfragen formuliert (siehe 1.2), die nachfolgend bearbeitet werden.

Inwiefern bieten Medienpädagogik und genderspezifische Medienkompetenz Unterstützung im Umgang mit Sozialen Medien und welche Rolle übernimmt die offene Jugendarbeit?

Der Thematisierung dieser Frage hat sich Kapitel 2 gewidmet. Die **aktive Medienarbeit**, als entscheidender Bestandteil der Medienpädagogik, fokussiert sich darauf, der Zielgruppe einen aktiv-kritischen Umgang mit den Medien zu erlernen und ihr den Miteinbezug an gesellschaftlichen Prozessen zu ermöglichen. Dazu gehören spezifische Kriterien, die eine aktive Medienarbeit ermöglichen. Diese sind der angemessene Ausdruck mit Medien, die Meinungseinbringung, die Beherrschung der Gestaltung, das Verständnis der Zusammenhänge, die Wirkungserkennung, und die Weiterentwicklung von Fähigkeiten. Die **Medienkompetenz** nach Baacke, als weiterer Bestandteil der Medienpädagogik, beschreibt konkrete Standards, die erreicht werden müssen, dass Medien im Allgemeinen kompetent und angemessen handhabt werden. Diese Standards sind die Medienkritik, die Medienkunde, die Mediengestaltung und das Medienhandeln. Die beiden medienpädagogischen Inhalte – aktive Medienarbeit und Medienkompetenz – sind in diesem Zusammenhang sehr nah aneinander und können nur sehr schwer voneinander getrennt werden. Während die aktive Medienarbeit allerdings insbesondere für die Praxis anwendbar ist, liefert die Medienkompetenz für die Theorie feste Grundpfeiler.

Im **Umgang mit den Sozialen Medien** ist zu erkennen, dass jugendliche Mädchen anderen Risiken ausgesetzt sind wie ihre gleichaltrigen, männlichen Kollegen. Dementsprechend müsste sich die Medienkompetenzförderung an das Geschlecht der Risikogruppen anpassen und somit gendersensibel(er) werden. So können die Mädchen die an ihre eigene Lebenswelt orientierte Risiken minimieren und Chancen ausbauen. Jungs können ebenso individuell ihre persönlichen Fähigkeiten gendergerecht erweitern. Diese Möglichkeiten gibt es aktuell in den Schulen des Kantons Basel-Landschaft noch nicht. Lehrpersonen beschreiben sogar schweizweit, dass mehr Ressourcen zur Verfügung gestellt werden müssen, um die Medienkompetenz der Schüler und Schülerinnen zu fördern. Es zeigt sich also, dass die Förderung in den Schulen aktuell nicht adäquat aufgegriffen wird. Damit wird der nächste Bezugspunkt der Schüler und Schülerinnen das eigene Zuhause und die Eltern. Je nach Umständen können diese

Abhilfe leisten – oder aber nicht. Aktuell ist die Kompetenzförderung also heterogen gedeckt. Die Jugendlichen, die von der Schule und dem Elternhaus keine adäquate Unterstützung erhalten, sind auf sich allein gestellt – alternativ können sie sich noch Unterstützung bei ihren Peers holen. Das Vier-Säulen Modell des digitalen Kinderschutzes beschreibt an dieser Stelle, dass die Soziale Arbeit speziell in der Säule der Sensibilisierung und Bildung, wie in der Säule Beratung und Hilfe, aktiv werden soll. In diesem Zusammenhang werden die **Freizeitangebote der Sozialen Arbeit** spezifisch hervorgehoben. Dazu gehört insbesondere im jugendlichen Alter das Jugendhaus und damit die Soziokulturelle Animation. Es kann also als Aufgabe der Sozialen Arbeit in Freizeitinstitutionen betrachtet werden, Jugendliche in ihrer Medienkompetenz zu fördern und beraten.

Welche Bedeutung haben Sozialen Medien im Jugendalter für jugendliche Mädchen und welche Chancen und Risiken sind damit verbunden?

Wie in Kapitel 3 erwähnt, ist ein Teil der Entwicklung im jugendlichen Alter die Ablösung des Elternhauses und die **Findung der eigenen Identität**. Eine Möglichkeit für die Erreichung dieser Entwicklungsziele sind die Sozialen Medien, da sich die Jugendlichen dort mit Freunden austauschen und neue Freundschaften schliessen können. Es ist deutlich zu erkennen, dass viele Jugendliche Soziale Medien verwenden und sich dort verwirklichen.

Speziell viele weibliche Nutzende erkennen die **Chancen** der Sozialen Medien und nutzen diese in ihrer Freizeit. Speziell beliebt sind die Medien aufgrund von den verschiedensten **Unterhaltungsformen** online. Zu den verwendeten Plattformen gehören die Sozialen Medien. Insbesondere werden dabei TikTok und Instagram genutzt. Gemeinsam mit den neuen Medien sind somit neue Hobbies und Beschäftigungen entstanden. In weiterem Sinne kann festgehalten werden, dass die jugendlichen Mädchen die Sozialen Medien als Suchportale verwenden, um Informationen zu erhalten. Im Verständnis dieser Bachelor-Thesis kann auch die Kommunikation der Sozialen Medien als Chance gesehen werden. Wird Snapchat nämlich als Plattform der Sozialen Medien gewertet, kann durchaus angeführt werden, dass die Nutzung als eine Chance für die **Weiterentwicklung von kommunikativen Kompetenzen** gelten. Wie die Bezeichnung der Sozialen Medien bereits verrät, kommen Personen in diesen Netzwerken zueinander. Dementsprechend **fördern die Sozialen Medien die Entwicklung** der Multiperspektivität und die damit verbundenen diversen Meinungen unterstützen die Entwicklung von Jugendlichen in der Zeit der eigenen Identitätsfindung. Genauso lernen Jugendliche durch Soziale Medien die eigenen Ressourcen und Wissen zu nutzen, um anderen Personen zu helfen. In diesem Zusammenhang lässt sich auch das **Erlernen von Fertigkeiten** wiedererkennen. In der Nutzung von verschiedenen Applikationen und Anwendungen lassen sich auch

praktische Lernprozesse wiedererkennen; Sei das das Blockieren von Personen oder das Melden von unangemessenen Inhalten.

Die Nutzung der Sozialen Medien bergen aber auch **Risiken**. Dazu gehören insbesondere Risiken betreffend **Datenschutz und Privatsphäre**. Werden diese nicht genügend beachtet, können schwerwiegende Folgen für Jugendliche entstehen. Speziell Mädchen sind in diesen Bereichen gefährdeter, sei dies, weil Drittpersonen ihre Accounts missbrauchen, Inhalte ohne Zustimmung geteilt werden oder fremde Personen aus dem Internet im «echten Leben» getroffen werden. Auch die prävalente **Sexualität im Internet** kann ein Risiko darstellen. Dazu gehört einerseits das Konsumieren von solchen Inhalten, aber andererseits auch die Aufforderungen an Jugendliche solche Inhalte zu erstellen. Insbesondere das Erstellen solcher sexuellen Inhalte birgt grosse Risiken. Auf der einen Seite können Jugendliche unter 16 Jahren sich strafbar machen und auf der anderen Seite können solche Fotos oder Videos zu Erpressungszwecken genutzt werden. Nicht wegzudenken ist auch das **Cybermobbing** – also Mobbing mittels elektronischer Medien und somit mittels Sozialen Medien. Es zeigte sich, dass Jungen tendenziell öfters von Cybermobbing betroffen sind wie Mädchen. Jedoch stellt diese Art von Mobbing für beide Geschlechter eine erhebliche Gefahr für die psychische Gesundheit dar. Zudem bietet das Internet einen Raum für die Freizeit und einen Ort zum Rückzug. Was in gewissen Situationen ein Vorteil sein kann, birgt aber gleichzeitig auch ein Risiko der **exzessiven Internetnutzung**, wenn andere Lebensbereiche (z.B. Sozialleben oder Schule) unter der verstärkten Nutzung leiden. Ein Risiko, das unter den Jugendlichen weit verbreitet ist. Zuletzt sind **gewalthaltige und diskriminierende Inhalte** in den Sozialen Medien eine Gefahr für die jugendlichen Mädchen, denn obwohl viele nicht eigenständig nach solchen Videos suchen und sie proaktiv konsumieren, werden sie dennoch damit konfrontiert. Kann nicht adäquat mit der Konfrontation umgegangen werden, hat dies negative Auswirkungen.

Wie können diese theoretischen Grundlagen in Form konkreter Methoden in die Praxis der offenen Jugendarbeit umgesetzt werden?

Die aktive **Medienarbeit und Medienkompetenz können als entscheidende Richtwerte** für die Einordnung von Methoden eingesetzt werden, wie in Kapitel 4 gezeigt wurde. Das bedeutet, dass anhand von diesen beiden theoretischen Modellen konkrete Methoden bewertet und somit deren theoretische Fundierung eingeschätzt werden können. Sie können also als eine Art Tool verwendet werden, um die Nachvollziehbarkeit der Umsetzungsweise und Ziele zu garantieren. Zusätzlich sollte darauf geachtet werden, dass entwickelte **Methoden sich an den Risiken der Mediennutzung orientieren** – also diese Risiken in der Bearbeitung adressieren. Denn nur indem Jugendliche auf die Risiken sensibilisiert werden und den praktischen Umgang damit erlernen, kann die Zielgruppe diese Risiken verhindern. Zuletzt scheint es wichtig,

dass die entwickelten **Methoden lebensweltorientiert an die Interessen** der Jugendlichen angepasst werden, also auch die **Chancen der Mediennutzung miteinbezogen** werden. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Jugendlichen die Angebote auch wahrnehmen – denn im Vergleich zum Schulkontext sind die Angebote der Institutionen der offenen Jugendarbeit nicht obligatorisch.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die entwickelten Methoden dieser Bachelor-Thesis diese Kriterien erfüllen. Die Konzepte der aktiven Medienarbeit und der Medienkompetenz dienen als eine ungefähre Einordnung, wie vertieft die Methode auf bestimmte Risiken eingeht und die Fähigkeiten der Jugendlichen fördert. Die Lebenswelt der Jugendlichen wurde bestmöglich miteinbezogen, indem die bestehenden Methoden auf die Verwendung von Smartphones und die relevanten Sozialen Plattformen angepasst wurden. Es gilt jedoch zu erwähnen, dass je nach Schwierigkeitslevel der verschiedenen Methoden unterschiedliche Kompetenzen der Zielgruppe und somit automatisch auch der Fachpersonen vorausgesetzt werden.

Abschliessend kann festgehalten werden, dass sich ein genderspezifischer, medienkompetenzfördernder Methodenkoffer für die Sozialen Medien anhand von Methoden gestaltet, die sich an medienpädagogischen Standards orientieren und Bezug zu konkreten Risiken und Chancen der Zielgruppe nehmen.

An dieser Stelle ist ein abschliessendes Wort zur Mediennutzung von Jugendlichen festzuhalten, welches die Ergebnisse dieser Bachelor-Thesis in Perspektive rückt: Soziale Medien sind heutzutage nicht mehr aus den Lebenswelten von Menschen wegzudenken. Dazu gehören auch die Lebenswelten von Jugendlichen. Ein **grundsätzliches Verbot** von Sozialen Medien scheint an dieser Stelle, trotz den ernstzunehmenden Risiken, **nicht zielführend**.

Eine mögliche – und in der Realität oft praktizierte – Herangehensweise zur Minimierung dieser Risiken ist die Eingrenzung von Medienzeiten. Jedoch gilt es auch hier zu beachten, dass die Heranwachsenden auch innerhalb von nur 10 Min. Medienzeit einem Risiko/Belastung oder gar einer digitalen Kindswohlfährdung ausgesetzt sein könnten. Genauso ist es auch möglich, dass sie bei ihren Peers solche Inhalte sehen. Es ist also nicht zielführend Jugendliche den Zugang zu Sozialen Medien zu verwehren, um sie von den Risiken zu schützen. Vielmehr sollten die Jugendlichen zu einem angemessenen Umgang befähigt werden. Dazu gehören der **«richtige» Konsum, die «richtige» Bearbeitung und die «richtige» Verarbeitung von Inhalten**. Was das für jeden Jugendlichen resp. jede Jugendliche heisst, ist abhängig von der Person und kann nicht einheitlich definiert werden.

Neben den Risiken bestehen auch Chancen in der Mediennutzung, die an vielen Stellen und auch von Fachpersonen, oft wenig(er) berücksichtigt werden. Keineswegs sind die erwähnten Risiken zu bagatellisieren, aber dennoch sollen Jugendliche keine Angst davor haben diesen zu begegnen – denn genau der Prozess des Überwindens eines bestimmten Risikos bringt einen wichtigen Lernprozess mit sich. Fürchten die Jugendlichen allerdings, dass Ihnen der Zugang zu den Sozialen Medien verwehrt wird, werden sie in belastenden Situationen nicht Unterstützung suchen bei den Personen, die Ihnen den Zugang verbieten könnten. Eine gesunde Mediennutzung startet dementsprechend nicht mit einem grundsätzlichen Verbot, sondern mit der aktiven Auseinandersetzung und Reflektion von Inhalten und deren Auswirkungen. Dazu benötigen viele Menschen – egal ob jung oder alt – Unterstützung in der Aneignung dieser Kompetenzen.

Die Soziale Arbeit kann genau an dieser Stelle ansetzen und anhand von realitätsnahen, multiperspektivischen und theoriebasierten Methoden die notwendige Medienkompetenz fördern. Hier gilt es aber zu berücksichtigen, dass dieser Prozess in der Forschung heutzutage noch (zu) wenig erforscht resp. adressiert wurde – einerseits, weil die Realitäten von Personen unterschiedlich sind, andererseits, weil unsere Gesellschaft immer diverser wird. So existieren beispielsweise in der Schweiz noch keine Erhebungen, die die Nutzung von Sozialen Medien von diversen oder non-binären Personen genauer beleuchten. Ebenso existieren kaum evaluierte gendersensible Methoden, um die Medienkompetenz zu fördern, oder Methoden, die sich gendersensibel mit dem Fokus auf den Sozialen Medien auseinandersetzen. Dementsprechend wäre es eine Aufgabe der Sozialen Arbeit neue und aktuelle Methoden zu entwickeln, oder allenfalls aus unterschiedlichen Kontexten zu adaptieren. So könnte es beispielsweise auch sein, dass die Methoden dieser Bachelor-Thesis an die Risiken von Erwachsenen Frauen in der Nutzung von Sozialen Medien angepasst werden. Dabei ist entscheidend, dass die neuen Methoden einen definierten Grundstandard erreichen.

Vor dem Hintergrund dieser Einschränkungen soll diese Bachelor-Thesis einen Beitrag zur Vereinigung von Theorie mit Praxis bilden. Es besteht nicht der Anspruch, dass die entwickelten Methoden eine risikofreie Nutzung von Sozialen Medien von jugendlichen Mädchen garantieren. Vielmehr lag das Ziel darin, Mädchen mit *möglichen* Praxistipps in ihrem individuellen Umgang zu sensibilisieren und ihre individuellen Fähigkeiten in diesem Kontext weiterzuentwickeln. Schlussendlich ist das eine Aufgabe der Sozialen Arbeit: das Befähigen von Klientel zu einer eigenständigen Lebensgestaltung und heutzutage gehören die Sozialen Medien zu so einer Lebensgestaltung zumeist dazu.

6. Literaturverzeichnis

Albers-Heinemann, Tobias (2012). Lightpainting / Langzeitbelichtung. URL: <https://www.medienpaedagogik-praxis.de/2012/12/14/lightpainting-langzeitbelichtung/> [Zugriffsdatum: 04. April 2025].

Antwerpes, Frank/Schwarz, Sophia (2018). Stufenmodell der psychosozialen Entwicklung. URL: https://flexikon.doccheck.com/de/Stufenmodell_der_psychosozialen_Entwicklung

Asisi, Pierre/Korucu, Canan/Golesorkh, Jawaneh (2019). Mit Memes gegen Islamismus? Materialien für die politische Medienbildung mit Jugendlichen. Berlin: ufuq.de.

Baacke, Dieter (1998). Dieter Baacke über Medienkompetenz. URL: <https://vimeo.com/242935944>

Basel-Landschaft (2022). Lehrplan mit Stoffinhalten, Themen und Treffpunkten Medien und Informatik.

Beck, Susanne/Diethelm, Anita/Kerssies, Marijke/Grand, Olivier/Schmocker, Beat (2010). Berufskodex Soziale Arbeit Schweiz. Ein Argumentarium für die Praxis. Bern: Avenir Social.

Belzer, Thorsten/Rösch, Eike/Albers-Heinemann, Tobias (2012). Erzwungene Perspektive. URL: <https://www.medienpaedagogik-praxis.de/2012/12/13/erzwungene-perspektive-2/> [Zugriffsdatum: 29. März 2025].

Bernath, Jael/Suter, Lilian/Waller, Gregor/Külling, Céline/Willemse, Isabel/Süss, Daniel (2020). JAMES: Jugend, Aktivität, Medien - Erhebung Schweiz. Zürich: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. URL: https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2020/ZHAW_Bericht_JAMES_2020_de.pdf

Boniell-Nissim, Meyran/Marino, Claudia/Galeotti, Tommaso/Blinka, Lukas/Ozoliņa, Kristīne/Craig, Wendy/Lahti, Henri/Wong, Suzy L/Brown, Judith/Wilson, Mary/Inchley, Jo/van den Eijnden, Regina (2024). A focus on adolescent social media use and gaming in Europe, central Asia and Canada. Kopenhagen: World Health Organization 2024.

Boyd, Danah (2014). It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. New Haven, London: Yale College.

Bundesamt für Statistik (2023). Erwerbstätigkeit. URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/wirtschaftliche-soziale-situation-bevoelkerung/gleichstellung-frau-mann/erwerbstaetigkeit.html> [Zugriffsdatum: 11. Januar 2025].

D-EDK Deutschschweizer Erziehungsdirektoren-Konferenz (2014). Lehrplan21. Rahmeninformationen. Luzern: D-EDK Deutschschweizer Erziehungsdirektoren-Konferenz.

Demmler, Kathrin/Rösch, Eike (2012). Aktive Medienarbeit in Zeiten der Digitalisierung. Kontinuitäten und Entwicklungen. In: Rösch, Eike/Demmler, Kathrin/Jäcklein-Kreis, Elisabeth/Albers-Heinemann, Tobias (Hg.). Medienpädagogik Praxis: Handbuch: Grundlagen, Anregungen und Konzepte für aktive Medienarbeit. München: kopaed. 10. Jg. S. 19–26.

Demmler, Kathrin/Rösch, Eike (2014). Aktive Medienarbeit in einem mediatisierten Umfeld. In: Kammerl, Rudolf/Unger, Alexander/Grell, Petra/Hug, Theo (Hg.). Jahrbuch Medienpädagogik 11. Diskursive und produktive Praktiken in der digitalen Kultur. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. 11. Jg. S. 191–207.

DOJ (o.J.). Über den DOJ. URL: <https://doj.ch/de/ueber-den-doj> [Zugriffsdatum: 03. Dezember 2024].

Engel, Lena (o.J.). Lightpainting. URL: <https://www.medien-weiter-bildung.de/lightpainting/> [Zugriffsdatum: 29. März 2025].

Friedrich Ebert Stiftung (o.J.). Gender. URL: <https://www.fes.de/wissen/gender-glossar/gender> [Zugriffsdatum: 04. April 2025].

Götz, Benjamin (2020). Digitale Jungs*! Methoden geschlechterbewusster Medienpädagogik in der Arbeit mit Jungen*. URL: https://lagjungenarbeit.de/files/lag_files/veroeffentlichungen/Broschueren/onlineonly_methoden_geschlechterbewusster_medienpaedagogik.pdf [Zugriffsdatum: 16. November 2024].

Grunwald, Klaus/Thiersch, Hans (2004). Das Konzept Lebensweltorientierte Soziale Arbeit. In: Grunwald, Klaus/Thiersch, Hans (Hg.). Praxis Lebensweltorientierter Sozialer Arbeit. Weinheim München: Juventa Verlag. S. 13–39.

Gudjons, Herbert/Traub, Silke (2020). Pädagogisches Grundwissen. Überblick – Kompendium – Studienbuch. 13. Aufl. Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt.

Heeg, Rahel/Biesel, Kay/Steiner, Oliver/Burkhard, Paul (2023). Digitale Kindeswohlgefährdung: Eine Beschreibung. In: Biesel, Kay/Burkhard, Paul/Heeg, Rahel/Steiner, Oliver (Hg.). Digitale Kindeswohlgefährdung. Herausforderungen und Antworten für die Soziale Arbeit. Opladen, Berlin, Toronto: Barbara Budrich. S. 190–211.

Hermida, Martin (2019). EU Kids Online Schweiz. Schweizer Kinder und Jugendliche im Internet: Risiken und Chancen. Goldau: Pädagogische Hochschule Schwyz. DOI: 10.5281/ZENODO.2916822.

Hochschule Luzern/Soziokultur Schweiz (2017). Charta der Soziokulturellen Animation. URL: https://soziokulturschweiz.ch/wp-content/uploads/2022/06/220531_Charta_Dez_2017-gender.pdf [Zugriffsdatum: 04. April 2025].

Hugger, Kai-Uwe (2022). Medienkompetenz. In: Sander, Uwe/Von Gross, Friederike/Hugger, Kai-Uwe (Hg.). Handbuch Medienpädagogik. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. S. 67–80.

inTeam (o.J.). Präventionsangebot. URL: <https://www.inteam-basel.ch/praevention.html> [Zugriffsdatum: 01. Mai 2025].

Iske, Stefan/Barberi, Alessandro (2022). Medienkompetenz – ein Beipackzettel. S. 21–46.

Keine Bildung ohne Medien (2019). Medienpädagogisches Manifest – Addendum 2019. URL: <https://www.keine-bildung-ohne-medien.de/medienpaedagogisches-manifest-2019/> [Zugriffsdatum: 04. April 2025].

Kinnebrock, Susanne (2023). Methodologiedebatten und Methodeneinsatz in der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung. In: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte/Hipf, Brigitte/Ratković, Viktorija (Hg.). Handbuch Medien und Geschlecht. Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. S. 199–214.

Könert, Lukas (2022). Erikson: Stufenmodell der psychosozialen Entwicklung. URL: <https://in-trapsychisch.de/erikson-stufenmodell-der-psychosozialen-entwicklung/>

Külling, Céline/Waller, Gregor/Suter, Lilian/Willemsen, Isabel/Bernath, Jael/Skirkgaila, Patricia/Streule, Pascal/Süss, Daniel (2022). JAMES: Jugend, Aktivität, Medien - Erhebung Schweiz. Zürich: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. URL:

https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2018/Bericht_JAMES_2022_de.pdf [Zugriffsdatum: 30. Januar 2025].

Külling-Knecht, Céline/Waller, Gregor/Willemse, Isabel/Deda-Bröchin, Svenja/Suter, Lillian/Streule, Pascal/Settegrana, Nicolò/Jochim, Mirjam/Bernath, Jael/Süss, Daniel (2024). JAMES: Jugend, Aktivität, Medien - Erhebung Schweiz. Zürich: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. URL: https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2018/JAMES_2024_DE.pdf [Zugriffsdatum: 04. April 2025].

Kupser, Thomas (2012). Eine Kochshow mit Jung und Alt. URL: <https://www.medienpaedagogik-praxis.de/2012/12/15/eine-kochshow-mit-jung-und-alt/> [Zugriffsdatum: 29. März 2025].

Luca, Renate/Aufenanger, Stefan (2007). Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung. Mediennutzung und Medienkompetenz von Mädchen und Jungen sowie medienpädagogische Handlungsmöglichkeiten. Berlin: VISTAS Verlag GmbH.

Medienpädagogik-Open-Praxis Blog (2025). Praxis-Projekte. URL: <https://www.medienpaedagogik-praxis.de/handbuch/> [Zugriffsdatum: 04. April 2025].

Niesyto, Horst (2009). Keine Bildung ohne Medien! Medienpädagogisches Manifest. URL: <https://www.keine-bildung-ohne-medien.de/wp-content/uploads/2017/10/manifest.pdf> [Zugriffsdatum: 04. April 2025].

Niesyto, Horst (2010). Handlungsorientierte Medienarbeit. In: Vollbrecht, Ralf/Wegener, Claudia (Hg.). Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 396-403.

Rösch, Eike/Demmler, Kathrin/Jäcklein-Kreis, Elisabeth/Albers-Heinemann, Tobias (2012). Medienpädagogik. Grundlagen, Anregungen und Konzepte für Aktive Medienarbeit. München: kopaed.

Roth-Ebner, Caroline (2019). Medienpädagogik und Gender, Medien und Genderkompetenz. Handbuch Medien und Geschlecht. Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S. 883–898.

Scherr, Albert/Ullrich Bauer (2024). Jugendsoziologie. Eine Einführung in Theorien, Konzepte und ausgewählte Forschungsergebnisse. 10. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Scheunpflug, Annette/Zeinz, Horst (2007). Wissenschaftliche Begleitung des Modellprojekts KOMPASS. Handout zur Initialtagung. Wildbad Kreuth: Friedrich-Alexander-Universität.

Schmidt, Jan-Hinrik/Taddicken, Monika (2022). Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen. In: Schmidt, Jan-Hinrik/Taddicken, Monika (Hg.). Handbuch Soziale Medien. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer. S. 19–34.

Schorb, Bernd (2022). Handlungsorientierte Medienpädagogik. In: Sander, Uwe/Von Gross, Friederike/Hugger, Kai-Uwe (Hg.). Handbuch Medienpädagogik. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. S. 41–55.

Schweizerische Eidgenossenschaft (2024). Bundesgesetz über das Jugendstrafrecht. URL: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2006/551/de> [Zugriffsdatum: 17. Dezember 2024].

Snap Inc (o.J.). Erfahre hier, wie du auf Snapchat Geld verdienen kannst. URL: <https://creators.snap.com/earn-rewards?lang=de-DE> [Zugriffsdatum: 09. Februar 2025].

Sommerfeld, Peter (2004). Soziale Arbeit -Grundlagen und Perspektiven einer eigenständigen wissenschaftlichen Disziplin. In: Mühlum, Albert (Hg.). Sozialarbeitswissenschaft. Wissenschaft der Sozialen Arbeit. Freiburg in Breisgau: Lambertus-Verlag. 9. Jg. S. 175–203.

Teenstark Magazin. Selbstbestimmung, Empowerment & Vielfalt (2024). Algo was? So funktioniert der Algorithmus auf Social Media. (6). S. 51–54.

Truu, Maani/Lavoipierre, Ange (2024). The government plans to ban under-16s from social media platforms. Here's what we know so far. Erschienen am 12. November 2024. In: ABC News. URL: <https://www.abc.net.au/news/2024-11-08/how-the-age-minimum-for-social-media-will-work/104571790> [Zugriffsdatum: 12. November 2024].

Willemse, Isabel/Waller, Gregor/Genner, Sarah/Suter, Lilian/Oppliger, Sabine/Huber, Anna-Lena/Süss, Daniel (2014). JAMES: Jugend, Aktivität, Medien - Erhebung Schweiz. Zürich: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. URL: https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2014/Ergebnisbericht_JAMES_2014.pdf [Zugriffsdatum: 30. Januar 2025].

YouGov (2024). Support for under-16 social media ban soars to 77% among Australians | YouGov. URL: <https://au.yougov.com/politics/articles/51000-support-for-under-16-social-media-ban-soars-to-77-among-australians> [Zugriffsdatum: 02. Dezember 2024].

Zistig.ch (2023). Sicherheit und Kompetenz für alle! URL: https://zistig.ch/alle_angebote/ [Zugriffsdatum: 01. Mai 2025].

7. Anhang

A. Methoden⁵

Auf den folgenden Seiten sind die eigenständig erstellten Methoden zu finden. Die Methoden sind auf die gendersensible Medienkompetenzförderung für Mädchen angepasst, weswegen sie auch nur diese Zielgruppe direkt ansprechen. Dazu gehören:

- Fotosafari der Weiblichkeit
- Fotoshooting Powerfrau
- Lightpainting
- Memes
- Kochshow
- Erzwungene Perspektive
- Algorithmus

⁵ Darstellungen mit Canva erstellt

Fotosafari der Weiblichkeit



GRUNDSÄTZLICHES

Level: Leicht
Vorbereitungszeit: Niedrig
Zeitbedarf: 45-90 Min
Aktive Medienarbeit: 6/6
Medienkompetenz: 4/4
Material: Handys, Beamer, Laptop



BESCHREIBUNG

In dieser Übung erhalten die Mädchen ein Aufgabenblatt zum Thema Fotografie und Geschlecht. Nach Erfüllung der Aufgaben soll in einer Gruppe über die Produkte diskutiert und reflektiert werden.



ZIEL

Ziele der Übung sind es den praktischen Umgang mit der Handykamera anhand von kreativer Anwendung zu fördern. In der Diskussion sollen medienkritische Aspekte zum Thema Weiblichkeit aufgenommen werden.

EMPFOHLENE AUFGABEN

- Fotografiert ein "weibliches" Gebäude.
- Macht ein Foto von jemandem in einer "weiblichen" Pose.
- Macht ein Foto von einem "weiblichen" Beruf.
- Fotografiert ein "weibliches" Tier.
- Überlegt euch drei typisch "weibliche" Eigenschaften und macht jeweils ein Foto davon.
- Sucht auf der Strasse eine typisch "weibliche" Werbung.



ABLAUF

1. Die Mädchen erhalten die Aufgaben. Ihnen wird erklärt, dass sie diese so kreativ wie möglich erfüllen sollen. Dazu werden noch einmal kurz die Funktionen der üblichen Handykamera wiederholt (Filter, Formate, Beleuchtung etc.) Achtung betreffend Verschiedenheiten zwischen Android und I Phone!
2. Anschliessend gehen die Teilnehmerinnen in Gruppen los und erfüllen die Aufgaben, die sie entweder als PDF oder physisches Dokument erhalten haben. Dazu sollte mindestens 30 Min eingerechnet werden.
3. Nach Erfüllung der Aufgaben werden die Foto-Produktionen via Beamer geteilt. Es liegt nun an der Fachperson eine Diskussion in der Gruppe anhand von Reflexionsfragen anzuregen. Speziell soll an dieser Stelle das Thema der Sexualität im Internet aufgegriffen werden.

TIPPS FÜR REFLEXIONSFRAGEN

- Warum ist das weiblich?
- Was ist Weiblichkeit?
- Wenn ihr das auf eurem Feed sehen würdet, was wäre die Caption und warum?
- Seht ihr auch manchmal etwas in der Werbung, dass als einem Geschlecht zugeordnet wird, obwohl es eigentlich kein Geschlecht hat?
- Welche Posen werden in der Werbung als "weiblich" definiert?
- Wie nehmt ihr Sexualität auf euren Social-Media-Plattformen wahr?
- Wurdet ihr schon einmal nach sexuellen Fotos gefragt? Falls ja, wie habt ihr reagiert?

LITERATUR

Götz, Benjamin (2020). Digitale Jungs*! Methoden geschlechterbewusster Medienpädagogik in der Arbeit mit Jungen*. URL: https://lagjungearbeit.de/files/lag_files/veroeffentlichungen/Broschueren/onlineonly_methoden_geschlechterbewusster_medienpaedagogik.pdf [Zugriffsdatum: 16. November 2024].

Fotoshooting Powerfrau



GRUNDSÄTZLICHES

Level: Mittel
Vorbereitungszeit: Mittel
Zeitbedarf: 45-90 Min
Aktive Medienarbeit: 6/6
Medienkompetenz: 4/4
Material: Handys, Stative, App für die Bildbearbeitung (Bsp. "Green-Screen"; FSK 18 aufgrund von möglichen In-App-Käufen),
Requisiten, Beamer, Laptop, Greenscreen



BESCHREIBUNG

Diese Methode soll sich auf die Darstellung von Frauen in der Werbung fokussieren. Dazu werden Werbeinhalte reflektiert und in die eigene Person integriert.



ZIEL

Ziele sind es die dargestellten Rollenbilder der Medien zu hinterfragen. Anhand von neu gelernten Wissensbezügen sollen die Mädchen anschliessend kreativ ihre eigene weibliche Identität anhand von der Fotografie explorieren und darstellen.



ABLAUF

1. Die Mädchen suchen in ihren genutzten Sozialen Medien (Instagram, TikTok etc.) Darstellungen von Frauen in der Werbung, die sie als gut oder schlecht bewerten.
2. Die gefundenen Beiträge werden auf einem Beamer anonym geteilt und diskutiert anhand von Reflexionsfragen.
3. Die Mädchen überlegen sich, wie sie ihre eigene Person auf einem Poster bewerben würden. Wofür würden sie Werbung machen und wie? Welche Requisiten benötigen sie?
4. Bei der Nutzung eines Green-Screens werden die Mädchen von der Fachperson instruiert und auf Datenschutzbestimmungen von genutzten Apps zur Bildbearbeitung sensibilisiert.
5. Die Mädchen probieren die App aus und gestalten ihre Werbung.
6. Bei der Präsentation am Beamer werden die Mädchen erneut auf das Rollenbild sensibilisiert.
7. Zuletzt kann auch allgemein hinterfragt werden, welche Bilder in den Sozialen Medien bearbeitet werden und so ganz anders aussehen in der Realität.

TIPPS FÜR REFLEXIONSFRAGEN DER WERBUNGEN

- Wie werden Frauen in der Werbung dargestellt?
- Was findet ihr daran gut/schlecht?
- Wie posieren die Frauen?
- Welche Eigenschaften stehen im Vordergrund?
- Sind die Darstellungen realistisch?

LITERATUR UND LINKS

Botayeva, Diana (2023). Green Screen. Video background changer. URL: <https://apps.apple.com/ch/app/green-screen/id6450184534> [Zugriffsdatum: 30. März 2025].

Götz, Benjamin (2020). Digitale Jungs*! Methoden geschlechterbewusster Medienpädagogik in der Arbeit mit Jungen*. URL: https://lagjungenarbeit.de/files/lag_files/veroeffentlichungen/Broschueren/onlineonly_methoden_geschlechterbewusster_medienpaedagogik.pdf [Zugriffsdatum: 16. November 2024].

Lightpainting



GRUNDSÄTZLICHES

Level: Leicht bis mittel
Vorbereitungszeit: Niedrig
Zeitbedarf: 45-90 Min
Aktive Medienarbeit: 4/6
Medienkompetenz: 3.5/4
Material: Handy oder Kamera mit verstellbarer Blende/Belichtungszeit, Stative, Lichtquellen (Taschenlampe, Knicklichter etc.), dunkle und nicht reflektierende Kleidung, Beamer, Laptop



BESCHREIBUNG

In dieser Übung sollen Jugendliche den Umgang mit dem eigenen Handy und die Auswirkung dessen Einstellungen in der Fotografien erlernen.



ZIEL

Ziele sind es den Mädchen die Fotografie näher zu bringen und ihre Kreativität im Umgang mit anderen zu fördern. Diese Übung priorisiert die praktischen Anwendung und eine medienbezogene Freizeitbeschäftigung.

IDEEN FÜR MOTIVE

Flügel, Lichtschwerter, Zauberkräfte, Krone, Herzen, Kleider aufmalen, Namen schreiben, Umrisse nachzeichnen etc.



Abb. 1.: Lightpainting (eigenes Bild)



ABLAUF

1. Die Mädchen erhalten eine Einführung der Fachperson. Diese erklärt den Anwesenden, wie die Belichtungszeit auf dem Handy/Kamera eingestellt werden kann, währenddem die Teilnehmerinnen gleichzeitig die Einstellung aktiv vornehmen.
2. In der ersten Aufgabe soll sich jeweils eine Person im Bild positionieren und dort für 20 Sekunden sitzen bleiben, während andere Teammitglieder durch das Bild laufen und das Handy eine Aufnahme macht mit erhöhter Belichtungszeit. Achtung: das Handy soll im Idealfall an einem Stativ montiert werden.
3. Die Ergebnisse werden anschliessend diskutiert. Sind die Modelle verschwommen, gab es eine Bewegung im Bild.
4. Nach dieser Diskussionsrunde und der Besprechung der Ergebnisse wird der Raum abgedunkelt. Die Teilnehmerinnen überlegen sich dabei Ideen, was sie genau mit der Lichtquelle in die Luft zeichnen möchten, währenddem ein Model still im Bild steht. Erstellen die Mädchen die eigenen Bilder, ist darauf zu achten, dass die Lichtquellen der einen Gruppe nicht in den Fotografien der anderen Gruppe zu erkennen sind. Es ist deswegen ratsam, dass nicht zu viele Gruppen in einem Raum sind. Wichtig: Je länger die Belichtungszeit, desto mehr Zeit bleibt zum Verzieren!
5. Die Bilder werden anonym gezeigt und diskutiert. Was ist den Teilnehmerinnen einfach gefallen, was schwer? Wie spiegelt sich das in den Bildern wieder? An dieser Stelle ist es wichtig die Jugendlichen darauf aufmerksam zu machen, dass sie die anderen Teammitglieder fragen sollen, falls sie eines der Fotos posten möchten.

LITERATUR UND LINKS

Albers-Heinemann, Tobias (2012). Lightpainting / Langzeitbelichtung. URL: <https://www.medienpaedagogik-praxis.de/2012/12/14/lightpainting-langzeitbelichtung/> [Zugriffsdatum: 04. April 2025].

Memes



GRUNDSÄTZLICHES

Level: Leicht bis mittel
Vorbereitungszeit: Mittel
Zeitbedarf: 90-120 Min
Aktive Medienarbeit: 6/6
Medienkompetenz: 5/5
Material: Vorbereitete Memes, Stift, Handy, Beamer, Laptop



BESCHREIBUNG

Die Mädchen sollen zunächst ihre Sozialen Medien nach Memes durchsuchen. Anschliessend erstellen sie selber Memes zu verschiedenen Themeninhalten.



ZIEL

Ziele sind es die Mädchen auf gewalthaltige und diskriminierende Inhalte im Internet zu sensibilisieren sowie ihre eigene Reflexion anzuregen.



ABLAUF

1. Zu Beginn des Workshops werden auf einem Beamer bekannte Memes geteilt. Die Mädchen dürfen ihre Meinungen dazu miteinander besprechen.
2. Anschliessend haben die Teilnehmerinnen Zeit, um in ihren Sozialen Medien nach eigenen Memes zu suchen. Diese schicken sie an die Fachperson.
3. In einer anschliessenden Diskussion wird begutachtet, was genau diese Memes aufgreifen. Welche sind angemessen, welche nicht und warum? Dabei sollen die Mädchen auf gewalthaltige und diskriminierende Inhalte im Netz aufmerksam gemacht werden. Speziell das Thema Cyberhate soll in diesem Zusammenhang angesprochen werden. Abschliessend soll die Fachperson den Jugendlichen die Funktion des Meldens und Blockieren von Inhalten zeigen, damit sich die Teenager selbstständig vor unangemessenen Inhalten schützen können.
4. In einer nächsten Übung sollen die Mädchen eigene Memes fotografieren und erstellen. Ein weitverbreitetes Tool dafür ist Snapchat oder andere Bildbearbeitungstools.
5. Abschliessend werden die erstellten Memes erneut diskutiert. An dieser Stelle soll nun auf das Thema Cybermobbing eingegangen werden.

MÖGLICHE VORBEREITUNGS LITERATUR FÜR DIE FACHPERSONEN

Hartmann, Flora (2017). Meme: die Kunst des Remix. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung.

Külling-Knecht, Céline/Waller, Gregor/Willemse, Isabel/Deda-Bröchin, Svenja/Suter, Lilian/Streule, Pascal/Settegrana, Nicolò/Jochim, Mirjam/Bernath, Jael/Süss, Daniel (2024). JAMES: Jugend, Aktivität, Medien - Erhebung Schweiz. Zürich: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. (Seiten 63f und 72f)

Hermida, Martin (2019). EU Kids Online Schweiz. Schweizer Kinder und Jugendliche im Internet: Risiken und Chancen. Goldau: Pädagogische Hochschule Schwyz. (Seite 39)

LITERATUR UND LINKS

Asisi, Pierre/Korucu, Canan/Golesorkh, Jawaneh (2019). Mit Memes gegen Islamismus? Materialien für die politische Medienbildung mit Jugendlichen. Berlin: ufuq.de.

Kochshow



GRUNDSÄTZLICHES

Level: Hoch
Vorbereitungszeit: Hoch
Zeitbedarf: 120Min + 120Min (zwei Tage)
Aktive Medienarbeit: 6/6
Medienkompetenz: 4/4
Material: Beamer, Laptop, Poster-Material,
Koch-Utensilien, Handy, stabiles Internet
Speziell: kleine Gruppen sind zu empfehlen



BESCHREIBUNG

Die Mädchen bereiten eine Live-Stream-Kochshow vor. Dafür planen sie die Inhalte der Kochshow und streamen diese über die Sozialen Medien.



ZIEL

Ziel ist es die Auftrittskompetenz der Mädchen im Umgang mit den Sozialen Medien zu fördern. So kann auch auf die Sexualisierung in den Medien und den Datenschutz aufmerksam gemacht werden.

BEISPIELE FÜR ALLGEMEINE VORBEREITUNGSFRAGEN:

- Was wird gekocht/gebackt?
- Welche Zutaten sind benötigt und wer organisiert diese?
- Sind alle benötigten Geräte vorhanden?
- Was wird angezogen?



ABLAUF

Erster Tag:

1. Die Mädchen erhalten eine Instruktion in das Projekt. Die Fachperson erklärt, was genau das Ziel sein wird.
2. Die Mädchen teilen sich in die Gruppen auf. Zur Auswahl stehen: Moderatorinnen, Köchinnen und Kameraführung und Verwaltende der Live-Kommentare.
3. Die Mädchen erstellen gemeinsam mit der Fachperson eine Einverständniserklärung, die sie von den Erziehungsberechtigten unterschreiben lassen sollen. Eine andere Gruppe erstellt unter Anleitung ein Poster, das im Jugendhaus ausgehängt wird. Dabei recherchieren und diskutieren sie zum Thema des Marketings.
4. Allgemeine Vorbereitungsfragen werden geklärt.

Zweiter Tag:

1. Die Einverständniserklärungen werden eingesammelt.
2. Es werden Beispiele von Kochshows auf dem Beamer angeschaut. Dabei fokussiert sich jeweils jede auf die eigene Rolle. Anschliessend wird diskutiert. Dabei soll speziell auf rassistische oder sexistische Äusserungen sensibilisiert werden.
3. Der Live-Stream wird vorbereitet auf einem Account der offenen Jugendarbeit. Die Einstellungen werden vorgenommen und die Mädchen bereiten sich auf ihre Rolle vor.
4. Der Live-Stream wird durchgeführt. Die Fachperson bleibt dabei und kann im Notfall unterstützen.
5. Der Live-Stream wird beendet und beim gemeinsamen Essen reflektiert.

LITERATUR UND LINKS

Kupser, Thomas (2012). Eine Kochshow mit Jung und Alt. URL: <https://www.medienpaedagogik-praxis.de/2012/12/15/eine-kochshow-mit-jung-und-alt/>

Erzwungene Perspektive



GRUNDSÄTZLICHES

Level: Leicht
Vorbereitungszeit: Mittel
Zeitbedarf: 90-120 Min
Aktive Medienarbeit: 6/6
Medienkompetenz: 3/4
Material: Beispielfotos, Handy, Requisiten, Laptop, Beamer



BESCHREIBUNG

Die Mädchen verwenden das Medium der Fotografie, um optische Täuschungen zu erzeugen.



ZIEL

Ziele ist es primär die Kommunikation der Mädchen zu fördern, damit in der Zusammenarbeit optische Illusionen entstehen können. Zudem soll die Übung das Risiko der exzessiven Internetnutzung durch Einbusse im Sozialleben und Langeweile ohne das Internet verringern, indem eine lebensweltorientierte Alternative geboten wird.

IDEEN FÜR AUFGABEN

- Stell dich auf eine Flasche.
- Oje, du bist in einem Objekt gefangen!
- Irgendwie scheint das Objekt viel grösser als du...
- Ein Riese zertrampelt dich, renn schnell weg!
- Wer steht den da auf deiner Hand?



ABLAUF

1. Die Fachperson instruiert die Mädchen und erklärt, was genau das Ziel der Methode ist. Dazu verwendet sie Bilder von optischen Illusionen. An dieser Stelle kann auch auf KI-generierte Bilder eingegangen werden, die auch als eine Art der Täuschung gezählt werden können. Wichtig dabei ist, dass die Fachperson nicht gegen Bilderrechte verstösst und die verwendeten Quellen angibt.
2. Anschliessend erhalten die Mädchen drei Aufgaben zum Thema optische Illusion, die sie in 3er Gruppen erledigen sollen.
3. Die Ergebnisse werden diskutiert und verglichen. Wie konnten die Aufgaben umgesetzt werden? Aus welchen Winkeln wurde fotografiert? Wo standen die Personen? Welche Requisiten wurden verwendet?
4. Es wird ein Zeitrahmen bestimmt, indem die Mädchen frei Bilder der erzwungenen Perspektive erstellen sollen. Die Fachperson unterstützt die verschiedenen Gruppen dabei mit Anregungen und Tipps.
5. Die Fotos werden der Fachperson zugeschickt und gemeinsam auf einer Leinwand angeschaut. Die Teilnehmerinnen werden darauf aufmerksam gemacht, dass die Fotos nur mit dem Einverständnis der anderen gepostet werden dürfen.

TIPPS FÜR GELUNGENE FOTOS

- Keinen Zoom verwenden
- Auf gute Lichtverhältnisse achten
- Es kommt nicht auf die Menge der Fotos an, sondern auf die Qualität

LITERATUR UND LINKS

Belzer, Thorsten/Rösch, Eike/Albers-Heinemann, Tobias (2012). Erzwungene Perspektive. URL: <https://www.medienpaedagogik-praxis.de/2012/12/13/erzwungene-perspektive-2/> [Zugriffsdatum: 29. März 2025].

Algorithmus



GRUNDSÄTZLICHES

Level: Leicht
Vorbereitungszeit: Niedrig
Zeitbedarf: 20-30 Min
Aktive Medienarbeit: 3/6
Medienkompetenz: 4/4
Material: Handy



BESCHREIBUNG

Die meisten Mädchen nutzen die Sozialen Medien und haben schon einmal vom Algorithmus gehört. Diese Übung soll sie auf den Algorithmus sensibilisieren.



ZIEL

Ziele sind es die Mädchen auf ihren Konsum im Netz aufmerksam zu machen und ihnen die Funktion des Algorithmus näher zu bringen. Genauso sollen sie aber auf die Nachteile sensibilisiert werden und dazu befähigt werden diese Nachteile zu verringern.

VOR-/NACHTEILE ALGORITHMUS

Vorteile:

- Interessen werden unterstützt.
- Ist der Feed positiv, werden positive Inhalte konsumiert.
- Plattformen verdienen Geld, wenn sie Werbung schalten können, Nutzende müssen also nicht bezahlen.

Nachteile:

- Die "eigenen Bubble" wächst und Multiperspektivität sinkt.
- Ist der Feed negativ, werden negative Inhalte konsumiert.
- Vorurteile, weil die Codes von Menschen gemacht wurden (auch bei der KI).
- Der Algorithmus teilt vermehrt negative und krasse Inhalte, weil die mehr angeklickt werden (Hate-Speech, Mobbing, Gewalt etc.), was dann "normal" wird.



ABLAUF

1. Die Fachperson erklärt verschiedene Formen des Algorithmus:
 - Instagram und Facebook reagieren auf Interaktionen (Anklicken, Liken, Speichern, Teilen) von Inhalten und Creators.
 - YouTube und TikTok reagieren auf die zuvor angeschauten und interagierten Inhalte, weniger auf die Verfasser*innen.
2. Die Mädchen öffnen ihre Soziale Medien (vorzugsweise Instagram). In der Suchfunktion scrollen sie durch die verschiedenen Posts. Dabei klicken sie nur auf eine bestimmte Art von Posts (Bspw. DIY, Auto-Videos, Tiervideos, Beauty-Tutorials). Nachdem sie ein paar Videos angeklickt haben, erneuern sie ihren Feed. Es werden vermehrt Videos vorgeschlagen zu dieser bestimmten Thema.
3. Die Fachperson leitet eine Diskussion ein. Woran könnte das liegen? Was sind Vor- und Nachteile?
4. Anschliessend wird diskutiert, wie gegen die Nachteile vorgegangen werden kann.

UMGANG MIT NACHTEILEN

- Like "guten" Inhalte
- Abonniere und like Kommentare ausserhalb der "eigenen Bubble"
- Sei dir bewusst dass Interaktionen den Algorithmus stark beeinflussen
- Blockiere und melde Hass-/Hetze-Inhalten
- Nutze Social Media nicht, wenn es dir schlecht geht, sonst wird der Algorithmus darauf fokussiert
- Rede mit anderen und nutze nicht nur die Sozialen Medien als Informationsquelle

LITERATUR UND LINKS

Teenstark Magazin. Selbstbestimmung, Empowerment & Vielfalt (2024). Algo was? So funktioniert der Algorithmus auf Social Media. (6). S. 51–54.

B. Arbeitsjournal /Ampelsystem

Legende:

Begriff	Erklärung
Meilensteine	Grosse Aufgaben, die in kleine Unterpakete unterteilt werden.
Deadline	Bis zu diesem Datum muss das Arbeitspaket beendet sein.
Arbeitspakete	verschiedene kleinere Aufgaben, die zur Erreichung der Meilensteine beitragen.
Beteiligte	Personen/Institutionen, die an den jeweiligen Arbeitspaketen beteiligt sind.
Ampel	Stand der jeweiligen Arbeitspakete (Drop-Down-Liste: alles gut, Schwierigkeiten, grosse Probleme).
Status	Aktueller Arbeitsstand der Arbeitspakete (Drop-Down-Liste: erledigt, in Bearbeitung, Abgebrochen).
Begründung/Infos/Notizen	Erläuterungen zu den jeweiligen Arbeitspaketen.

Meilensteine	Deadline	Arbeitspakete	Beteiligte	Ampel	Status	Begründung/Infos/Notizen
Vorbereitung Erstgespräch	23.09.2024	Anfrage Begleitozienterle	MG	alles gut	✓	
	26.09.2024	Zusage Begleitozientin NK	MG, NK	alles gut	✓	
	04.10.2024	Nachfrage bei NK betreffend Vorgehen	MG	alles gut	✓	
	22.10.2024	Abschicken des Konzeptes der BA-Thesis an N. Käser	MG	alles gut	✓	
	23.10.2024	Terminvereinbarung Besprechung Konzept	MG, NK	alles gut	✓	
Konzept	08.11.2024	Erstellung Entwurf Ampelsystem	MG	alles gut	✓	
	04.10.2024	Nachfrage bez. Inhalt des Konzeptes	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	Zusammenfügung Inhalt BA-Thesis und Input NK	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	1. Angabe der Studierenden	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	2. Arbeitstitel und Untertitel	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	3. Ausgangslage	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	4. Erkenntnisinteresse und Fragestellung	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	5. Relevanz für die Praxis der SA	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	6. Zielsetzung der Thesis	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	7. Theoretischer Rahmen	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	8. Literatur (provisorisch)	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	9. Erstes Inhaltsverzeichnis (provisorisch)	MG	alles gut	✓	
	21.10.2024	10. Grober Zeitplan	MG	alles gut	✓	
	11.11.2024	Erstes Feedback des Konzeptes	NK	alles gut	✓	
	20.11.2024	Überarbeitung Fragestellung	MG	alles gut	✓	
	20.11.2024	Überarbeitung Fragestellung	MG	alles gut	✓	
	20.11.2024	Überarbeitung Inhaltsverzeichnis	MG	alles gut	✓	
	20.11.2024	Zurücksenden des Konzeptes an NK	MG	alles gut	✓	Dürfen die Teile aus dem Konzept direkt in die BA-Thesis übernommen werden ohne zu zitieren? Termin für nächstes Treffen
	26.11.2024	Erneutes Nachfragen bez. Feedback Konzept	MG	alles gut	✓	
	02.12.2024	Zweites Feedback des Konzeptes	NK	alles gut	✓	
	06.12.2024	Zweite Überarbeitung Konzept	MG	alles gut	✓	Mail beinhaltet: Merci! PDF-zweites Feedback, Word aktuelles Konzept und Ampelsystem, Datum-Kennenlengespräch?
Erstgespräch NK	06.12.2024	Senden des Konzeptes an SB	MG	alles gut	✓	
	11.11.2024	Erstgespräch	MG, NK	alles gut	✓	11:00 Uhr online via Teams
Umfrage Jugendliche	11.11.2024	Fragen stellen	MG	alles gut	✓	
	09.11.2024	Besprechung mit JJ	MG, JJ	alles gut	✓	Ich darf die Umfrage im Jugendhaus A. machen. Allenfalls noch andere Orte anfragen.
	10.11.2024	Erstellung der Umfrage	MG, JJ	alles gut	✓	Google Formulare
	10.11.2024	Erstellung des Flyers	MG, JJ	alles gut	✓	
	12.11.2024	Erstellung des QR-Codes	MG	alles gut	✓	
	11.11.2024	Kaufen von Süßigkeiten als Dankeschön für die Jugendlichen	MG	alles gut	✓	Ohne Gelatine!
	12.11.2024	Drucken von Flyer	MG	alles gut	✓	
	01.12.2024	Verteilen der Flyer	MG	alles gut	✓	
	12.11.2024	Besuch im Basketballtraining	MG	alles gut	✓	
	19.11.2024	Information an JJ	MG	alles gut	✓	
	23.11.2024	Süßigkeiten ins JJJ bringen	MG	alles gut	✓	Nachfrage am 16.11.2024 ob es angekommen ist
	28.11.2024	Besuch im Genderangebot für das Ausfüllen der Umfrage	MG	alles gut	✓	Wann?
	30.11.2024	Anfragen Jugendliche Helfer*innen beim Weihnachtsmarkt	MG	alles gut	✓	
	01.12.2024	Ausfüllen der Umfrage durch die Jugendlichen	Jugendliche	alles gut	✓	
	07.12.2024	Auswertung der Umfrage	MG	alles gut	✓	Allenfalls Verlängerung der Umfrage

Zweitgespräch NK	20.11.2024	Überarbeitetes Konzept zurückschicken	MG	alles gut	✓	Termin für Zweitgespräch 2.12.2024
	01.12.2024	Fragen zusammensuchen	MG	alles gut	✓	Umfrage verlängern?
Zweitgespräch NK	02.12.2024	Zweitgespräch	MG, NK	alles gut	✓	Ich kann die Umfrage verlängern, keine empirische Arbeit!
Begleitung Thesis	02.12.2024	Unterstützung Studierendenberatung anfragen	MG	alles gut	✓	
	02.12.2024	Mail an Modulleitung	MG	alles gut	✓	
	03.12.2024	Besprechung Studierendenberatung	MG, WB	alles gut	✓	Ich arbeite weiterhin mit NK und frage SB als Unterstützung während der Krankschreibung
	03.12.2024	Telefonat Modulleitung	MG, WB	alles gut	✓	Feedback Modulleitung: Begleitung wird gewechselt
	04.12.2024	Feedback Modulleitung bet. Begleitung durch SB	MLB	alles gut	✓	Feedback Modulleitung: SB hat zugestimmt
	04.12.2024	Antwort Begleitung Bachelorthesis an NK	MG	alles gut	X	Siehe Telefonat Modulleitung am 03.12.2024
	06.12.2024	Mail an SB (Siehe Meierstein Konzept)		alles gut	✓	
Kennenlerngespräch SB	16.12.2024	Fragen zusammensuchen	MG	alles gut	✓	Arbeitsweise, Feedback Konzept?
	17.12.2024	Kennenlerngespräch	MG, SB	alles gut	✓	
	17.12.2024	Beschlüsse in einem Mail an SB festhalten	MG	alles gut	✓	
Einarbeitung des Theorie-Praxis Transfers und Zugehöriges	31.01.2025	Titelblatt	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	Abstract	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	Vorwort	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	1. Einleitung	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	1.1. Ausgangslage und Herleitung der Fragestellung	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	1.2. Relevanz für die Soziale Arbeit	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	1.3. Vorgehen	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	2. Medienpädagogik und genderspezifische Medienkompetenz	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	2.1. Medienpädagogik nach Demmler und Frösch	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	2.2. Medienkompetenz	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	2.3. Was ist die Rolle der offenen Jugendarbeit in Bezug auf Medienpädagogik	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	3. Bedeutung der Sozialen Medien für jugendliche Mädchen	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	3.1. Jugendliche Mädchen	MG	alles gut	✓	
Einarbeitung des Theorie-Praxis Transfers und Zugehöriges	31.01.2025	3.2. Genderspezifische Chancen und Risiken von Sozialen Medien	MG	alles gut	✓	
	31.01.2025	3.3. Rolle der Sozialen Medien	MG	alles gut	✓	Wird verschoben in ein anderes Kapitel
	14.02.2025	check- in Mail an SB	MG	alles gut	✓	
	13.04.2025	4. Theorie-Praxis Transfer: Theoretisch fundierter Methodenkoffer für die offene Jugendarbeit	MG	alles gut	✓	Anpassung der Deadline
	06.04.2025	4.1. Ergebnisse niederschwellige Umfrage	MG	alles gut	✓	
	06.04.2025	4.2. Überblick über verschiedene Methoden	MG	alles gut	✓	
	06.04.2025	4.3. Theoriebasierte Diskussion der Methoden	MG	alles gut	✓	
	06.04.2025	4.4. Methodenkoffer	MG	alles gut	✓	verschoben in den Anhang
	13.04.2025	5. Fazit	MG	alles gut	✓	Anpassung der Deadline
	13.04.2025	6. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	MG	alles gut	✓	Anpassung der Deadline
	13.04.2025	7. Literaturverzeichnis	MG	alles gut	✓	
	27.04.2025	8. Anhang	MG	alles gut	✓	
Einarbeitung des Theorie-Praxis Transfers und Zugehöriges	02.06.2025	8.1. Arbeitsjournal	MG	alles gut	✓	
	22.04.2025	8.2. Ergebnisse der Umfrage	MG	alles gut	✓	
	27.04.2025	8.3. Eigenständigkeitserklärung	MG	alles gut	✓	

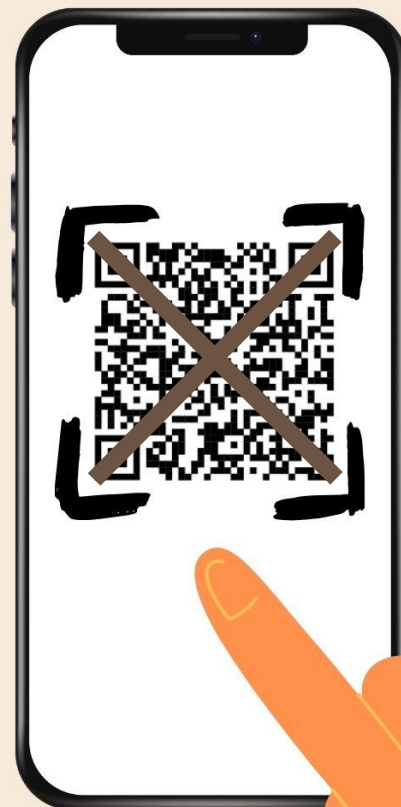
Erarbeitung des Theorie-Praxis Transfers und Zugehöriges	13.04.2025	4. Theorie-Praxis Transfer: Theoretisch fundierter Methodenkoffer für die offene Jugendarbeit	MG	alles gut	✓	Anpassung der Deadline
	06.04.2025	4.1. Ergebnisse niederschwellige Umfrage	MG	alles gut	✓	
	06.04.2025	4.2. Überblick über verschiedene Methoden	MG	alles gut	✓	
	06.04.2025	4.3. Theoriestudierte Diskussion der Methoden	MG	alles gut	✓	
	06.04.2025	4.4. Methodenkoffer	MG	alles gut	✓	verschieben in den Anhang
	13.04.2025	5. Fazit	MG	alles gut	✓	Anpassung der Deadline
	13.04.2025	6. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	MG	alles gut	✓	Anpassung der Deadline
	13.04.2025	7. Literaturverzeichnis	MG	alles gut	✓	
	27.04.2025	8. Anhang	MG	alles gut	✓	
	02.06.2025	8.1. Arbeitsjournal	MG	alles gut	✓	
	22.04.2025	8.2. Ergebnisse der Umfrage	MG	alles gut	✓	
	27.04.2025	8.3. Eigenständigkeitserklärung	MG	alles gut	✓	
Überarbeitung	22.04.2025	Mail mit Fragen an SB		alles gut	✓	Wie soll Canva etc. angegeben werden? In der Eigenständigkeitserklärung steht etwas anderes, wie wir besprochen haben. Kann ich mein Titel ändern und Social Media noch rein nehmen? Wenn im Fazit alles zusammengefasst wird, müssen Quellen erneut eingefügt werden?
	29.04.2025	Antworten von SB integrieren		alles gut	✓	
	04.05.2025	Eigenes "Gegenlesen"		alles gut	✓	
	04.05.2025	Erste Überarbeitung nach meinem "Feedback"		alles gut	✓	
	04.05.2025	Erster Entwurf der BA-Thesis		alles gut	✓	
	07.04.2025	Anfrage Personen zum Gegenlesen der Methoden		alles gut	✓	Zwei Zisagen erhalten (darunter eine Studierende Sozialpädagogik)
	31.01.2025	Feedback Person zum Gegenlesen des Inhaltes		alles gut	✓	
	07.02.2025	Anfrage Personen zum Gegenlesen		alles gut	✓	
	07.02.2025	Feedback Personen zum Gegenlesen		alles gut	✓	
	11.05.2025	Schicken der Thesis für Gegenlesung Methode		alles gut	✓	
	04.05.2025	Schicken der Thesis für die 1. Gegenlesung	MG	alles gut	✓	
	19.05.2025	1. Gegenlesung BA-Thesis	Gegenlesender	alles gut	✓	
	26.05.2025	Überarbeitung Thesis nach Feedback 1. Gegenlesung		alles gut	✓	
	26.05.2025	Schicken der Thesis für 2. Gegenlesung	Gegenlesende	alles gut	✓	
	06.02.2025	2. Gegenlesung BA-Thesis		alles gut	✓	
	15.06.2025	Überarbeitung BA-Thesis nach Feedback 2. Gegenlesung		alles gut	✓	
Abgabe und Bewertung	20.06.2025	Abgabe der Thesis	MG	alles gut	✓	Abgabe BA-Thesis als PDF via Mail an noemi.rothberger@fhnw.ch Bestätigung automatisch anfordern! SB im CC
	05.09.2025	Versand Bewertung Note der Thesis	FHNW/HSA		In Bearbeitung	

SCAN ME

MARAS BACHELORTHESIS

Nutzung der Sozialen Medien von Jugendlichen

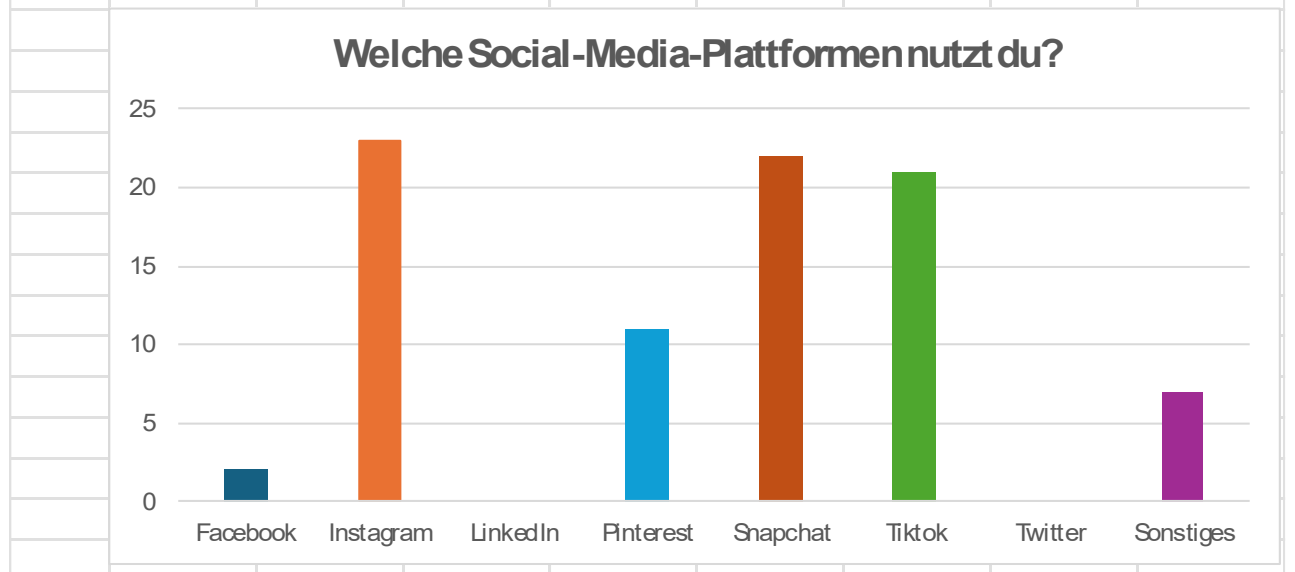
- 1** Scannen
- ↓
- 2** Bis zum 01.12.2024 ausfüllen
- ↓
- 3** Dankeschön



VIELEN DANK FÜR JEDE TEILNAHME!

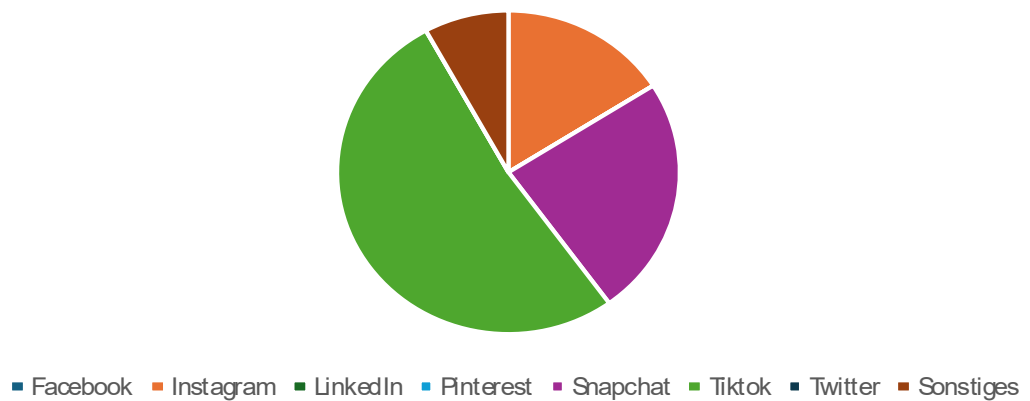
Fallnummer	Geschlecht	Geburtsjahr	PLZ
1	Männlich	2010	4132
2	Männlich	2009	4102
3	Männlich	2010	4202
4	Männlich	2009	4053
5	Männlich	2010	4051
6	Männlich	2010	4143
7	Weiblich	2011	4124
8	Männlich	2012	4123
9	Männlich	2008	4123
10	Männlich	1999	79241 (DE)
11	Weiblich	2008	4057
12	Weiblich	2008	4054
13	Weiblich	2008	4057
14	Weiblich	2008	4057
15	Weiblich	2007	4057
16	Weiblich	2009	4106
17	Weiblich	2010	4132
18	Weiblich	2011	4132
19	Weiblich	2011	4103
20	Weiblich	2009	4123
21	Weiblich	2009	4123
22	Weiblich	2009	4124
23	Divers	2009	4123
24	Weiblich	2010	4142
25	Weiblich	2009	4106

	Welche Social-Media-Plattformen nutzt du?								
Fallnr.	Facebook	Instagram	LinkedIn	Pinterest	Snapchat	Tiktok	Twitter	Sonstiges	
1		1			1	1			
2		1			1	1			
3		1			1	1			
4		1			1	1		1	
5		1		1	1	1		1	
6								1	
7		1			1	1		1	
8					1				
9		1			1	1			
10	1	1			1				
11		1			1	1		1	
12		1		1	1	1			
13		1			1	1			
14		1		1	1	1		1	
15		1		1	1	1			
16		1			1	1			
17		1		1	1	1			
18		1		1	1	1			
19		1		1	1	1			
20		1		1	1	1			
21		1				1			
22		1			1	1			
23	1	1		1		1		1	
24		1		1	1	1			
25		1		1	1				
	2	23	0	11	22	21	0	7	



Welche dieser Social-Media-Apps benutz du am meisten?								
Fallnr.	Facebook	Instagram	LinkedIn	Pinterest	Snapchat	Tiktok	Twitter	Sonstiges
1						1		
2						1		
3						1		
4					1			
5								1
6								1
7						1		
8					1			
9					1			
10		1						
11						1		
12						1		
13					1			
14						1		
15					1			
16						1		
17						1		
18						1		
19					1			
20		1						
21						1		
22						1		
23		1						
24						1		
25		1						
	0	4	0	0	6	13	0	2

Welche dieser Social-Media-Apps benutz du am meisten?

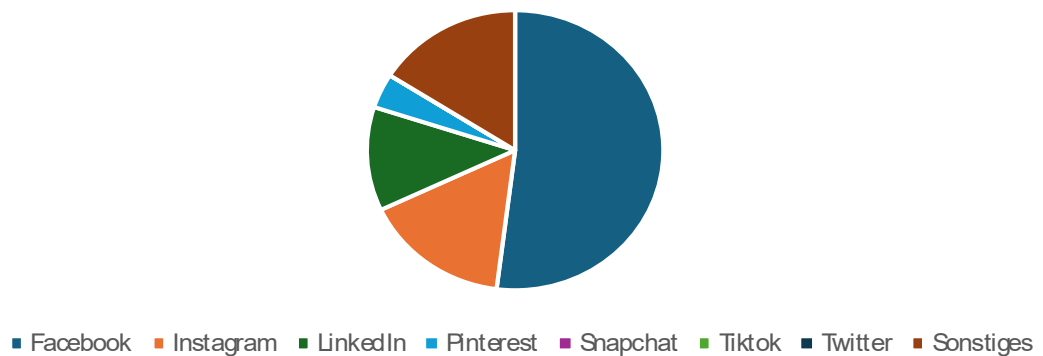


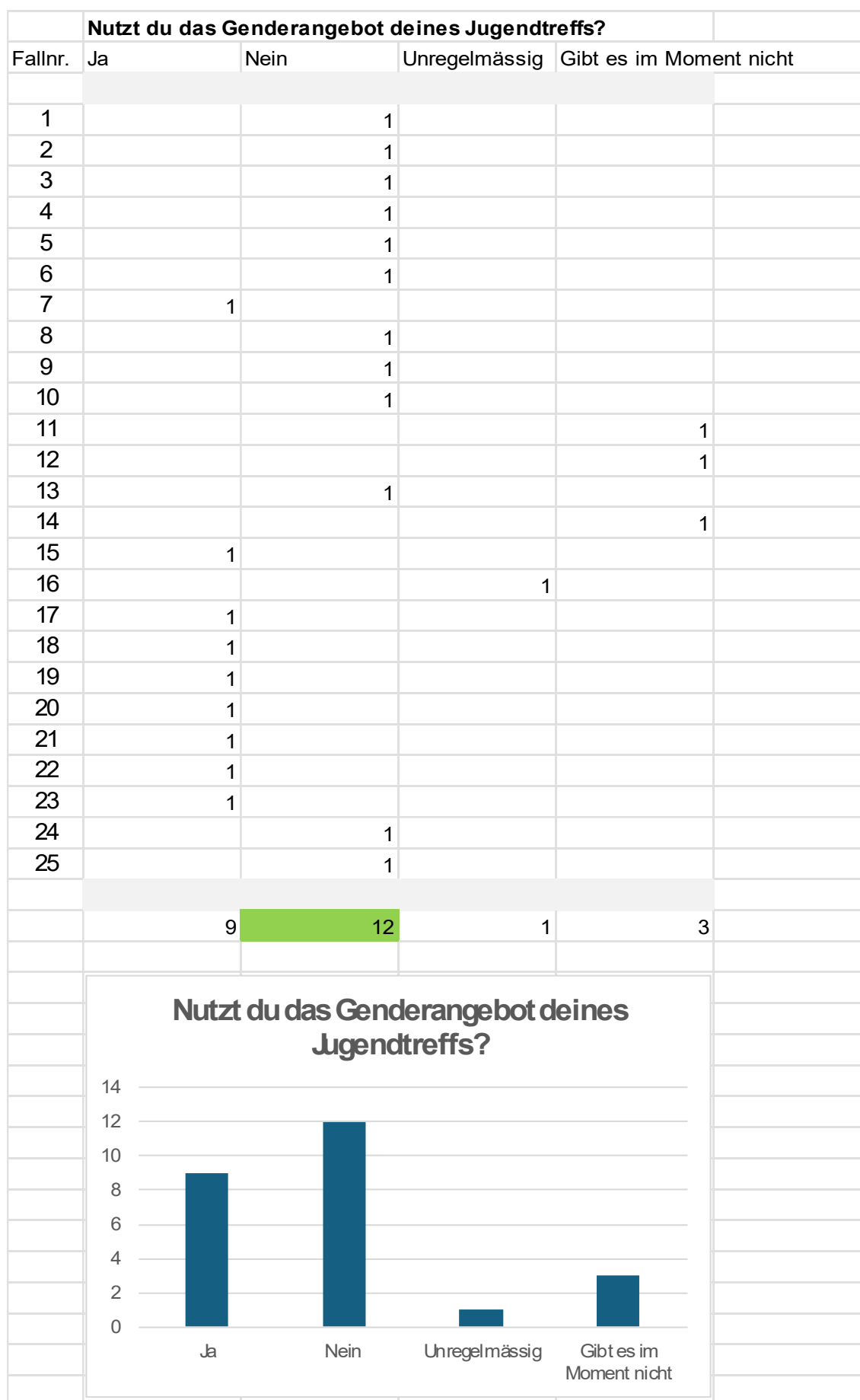
	Was gefällt dir an der zuvor genannten Social-Media-App am besten?						
Fallnr.							
1	Keine Ahnung						
2	Zeitverschwendung						
3	Basketball videos und so lustige videos						
4	Eifach schauen						
5	eigentlich nichts aber ich bin süchtig						
6	Eigentlich nichts aber ich bin süchtig						
7	das man sachen schauen kann , posten kann und mit einander kommunizieren						
8	Das schreiben mit freunden						
9	Whasap						
10	Vernetzung mit anderen						
11	Die lustigste Videos						
12	Unterhaltend						
13	Man kann mit freunden schreiben Bilder machen und es seine freunde schicken kann man kann flammen aufbauen finde ich auch sehr toll						
14	Gut für Langeweile						
15	Es macht spass weil man sich mit menschen vol der ganzen welt unterhalten kann						
16	Lustige Videos teilen und tanzen						
17	Tiktok						
18	Wird nicht langwilig						
19	Allgemein die App						
20	Tanz trends						
21	Videos						
22	Es ist entertaining						
23	Ich schreibe mit den meisten meiner Kollegen auf insta und ich finde es auch witzig						
24	Unterhaltung						
25	Inspiration und Ideen sammeln						

	Welche Social-Media-Plattformen benutzen die Erwachsenen in deinem näheren Umfeld?							
Fallnr.	Facebook	Instagram	LinkedIn	Pinterest	Snapchat	Tiktok	Twitter	Sonstiges
1			1					
2			1					
3		1						
4		1						
5								1
6								1
7	1							
8	1							
9	1							
10		1						
11	1							
12	1							
13	1							
14	1							
15		1						
16	1							
17	1							
18	1							
19			1					
20	1							
21								1
22	1							
23								1
24	1							
25				1				

	13	4	3	1	0	0	0	4
--	----	---	---	---	---	---	---	---

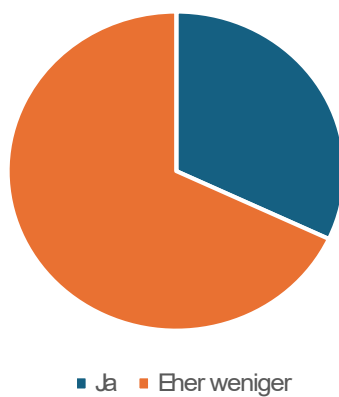
Welche Social-Media-Plattformen benutzen die Erwachsenen in deinem näheren Umfeld?





Würst du an einem Workshop zum Thema Mediennutzung interessiert?						
Fallnr.	Ja	Eher weniger				
1		1				
2		1				
3		1				
4		1				
5		1				
6		1				
7		1				
8		1				
9	1					
10		1				
11		1				
12	1					
13		1				
14		1				
15	1					
16	1					
17		1				
18	1					
19		1				
20		1				
21	1					
22	1					
23	1					
24		1				
25		1				
	8	17				

**Würst du an einem Workshop zum Thema
Mediennutzung interessiert?**



	Hier hast du die Möglichkeit, Ideen für den Workshop zu nennen. Was fändest du interessant oder toll? Was würde dich motivieren, um am Workshop teilzunehmen?					
Fallnr.						
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16	Gutes Essen, Videos machen					
17						
18						
19						
20						
21						
22	Kosmetik					
23	X[Name anonymisiert]-Schrein (spass nein eigentlich nicht. Einen Workshop der übersichtlich und simple Statistiken zu verschiedenen Themen zeigt.)					
24						
25						