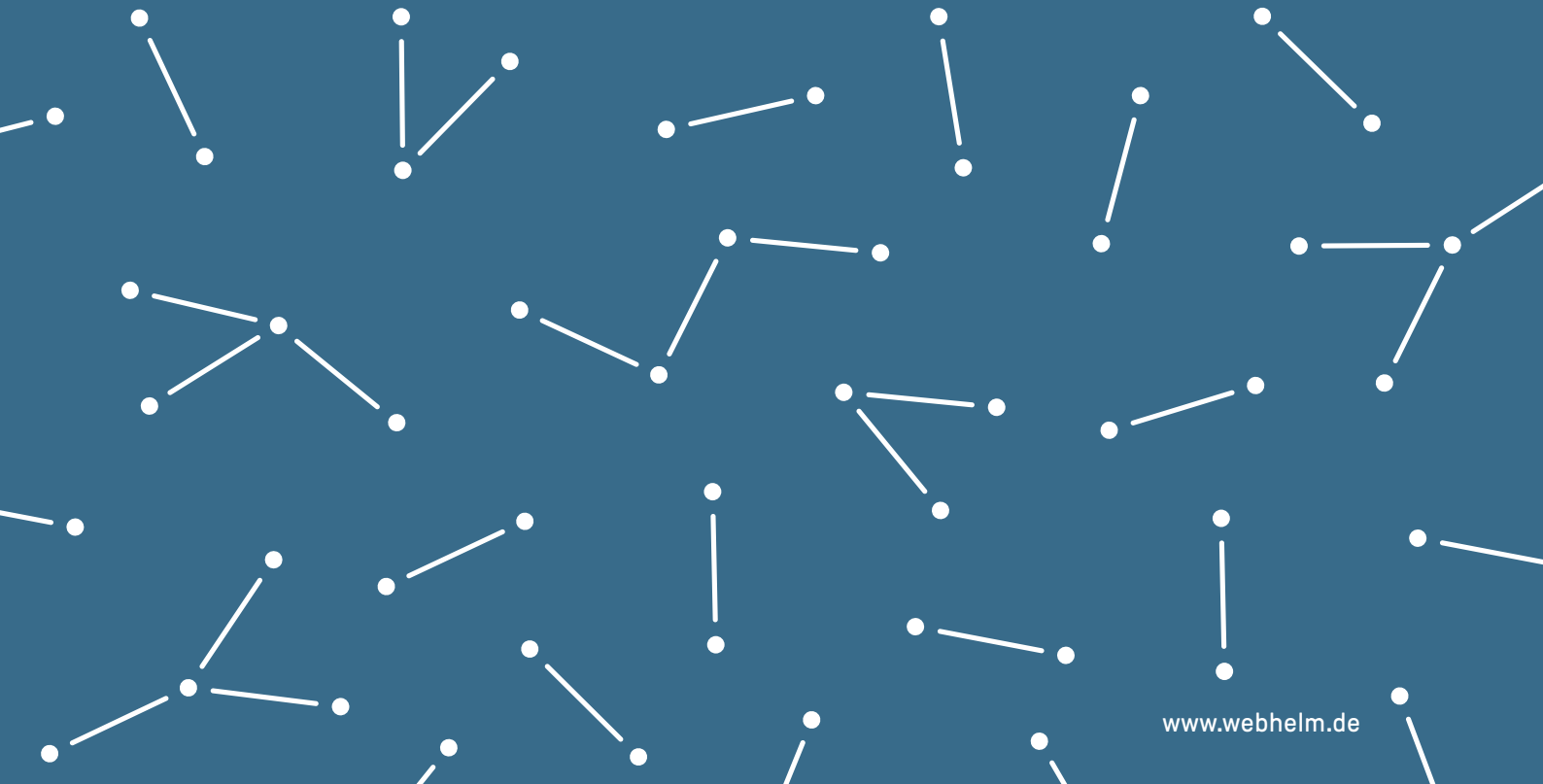


INFORMATIONEN FÜR FACHKRÄFTE

webhelm



www.webhelm.de



Ob TikTok, Instagram oder Snapchat: Social Media sind ein fester Bestandteil im Alltag junger Menschen. Diese Angebote ermöglichen Unterhaltung, Austausch, Information und Selbstdarstellung. Die Nutzung von Social Media bringt vielfältige Potenziale, aber auch einige Herausforderungen mit sich.

Vielen pädagogischen Fachkräften ist es ein Anliegen, Kinder und Jugendliche im Umgang mit Social-Media-Angeboten zu begleiten. Ziel ist es, sie für ein souveränes Handeln stark zu machen. Um das zu leisten, sind Offenheit und Neugierde eine zentrale Grundlage. Wer am Ball bleibt und Interesse zeigt, kann die Faszination junger Menschen für Social Media nachvollziehen. Gleichzeitig ist es hilfreich, wachsam zu sein und mögliche Probleme und Gefährdungspotenziale im Blick zu haben. So besteht die Chance, angemessen darauf zu reagieren und Hilfestellung zu bieten. Das medienpädagogische Angebot **webhelm – kompetent online** unterstützt Fachkräfte bei dieser anspruchsvollen Aufgabe. Das Projekt bietet Hintergrundinformationen, Materialien, praktische Anregungen und Möglichkeiten zur Weiterbildung. Viele Beiträge auf webhelm.de stellen Wissen zu aktuellen Themen und Apps sowie Methoden für die praktische Arbeit zur Verfügung. Darüber hinaus stehen Starterkits für eigene Projekte sowie umfassende Arbeitshilfen für Elternveranstaltungen zum Download bereit. Durch medienpädagogische Projekte an Schulen sowie Fortbildungen und die Beratung von Fachkräften hat **webhelm** stets aktuelle Themen im Blick.

Diese Broschüre bietet einen Einblick in die verschiedenen Aspekte von Social Media. Für eine tiefergehende Beschäftigung mit der Thematik bietet webhelm.de umfangreiche Möglichkeiten.

www.webhelm.de

Ein Projekt des



In Kooperation mit



Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



Freundschaft

Neben der Familie sind Freund*innen im Leben von Kindern und Jugendlichen zentrale Bezugspersonen. Social-Media-Angebote spielen in der Regel eine wichtige Rolle in Freundschaften: Sie werden genutzt, um Freundschaften zu knüpfen und zu pflegen, zu organisieren sowie sich anderen als Freund*innen zu präsentieren.

Räumliche Distanz ist nicht ausschlaggebend, ob Social-Media-Angebote in Freundschaften einbezogen werden. Entfernungen zwischen Freund*innen nehmen aber Einfluss auf das Wie. Junge Menschen nutzen Social-Media-Angebote etwa, um sich miteinander privat auszutauschen. Ebenso liegt ihnen die (teil-)öffentliche Kommunikation mit anderen und das Kommentieren von Inhalten am Herzen. Social Media wird dafür genutzt, (gemeinsame) Erlebnissen zu teilen und zu sichern. Außerdem folgen Freund*innen diversen Akteur*innen und Medieninhalten und tauschen sich darüber aus.

Social Media fungieren für viele junge Menschen als „soziale Visitenkarte“. Sie können sich dort so zeigen, wie sie gern wahrgenommen werden möchten. Diese Darstellung wird von Freundschaften mitgeprägt: Viele produzieren gemeinsam Fotos oder Videos, die sie für ihre Profile zur Gestaltung nutzen oder um Außenstehenden ihre Verbundenheit zu zeigen. Andere Menschen mit ähnlichen Interessen oder Erfahrungen ausfindig zu machen, ist mithilfe von Social Media leicht. Das kann bereichern und neue Perspektiven eröffnen. Gleichzeitig ist bei der Anbahnung von neuen Kontakten aber besondere Vorsicht geboten. Kinder und Jugendliche können online Menschen kennenlernen, die sich für jemand oder etwas anderes ausgeben, als sie wirklich sind. Dafür gilt es junge Nutzer*innen zu sensibilisieren. Im Kontext von Freundschaften ist es hilfreich, Kinder und Jugendliche für Themen wie Privatsphäre zu sensibilisieren und sie auf technische Möglichkeiten in den Einstellungen hinzuweisen.

Weitere Informationen und Anregungen bietet der Bereich „Freundschaft“ auf webhelm.de



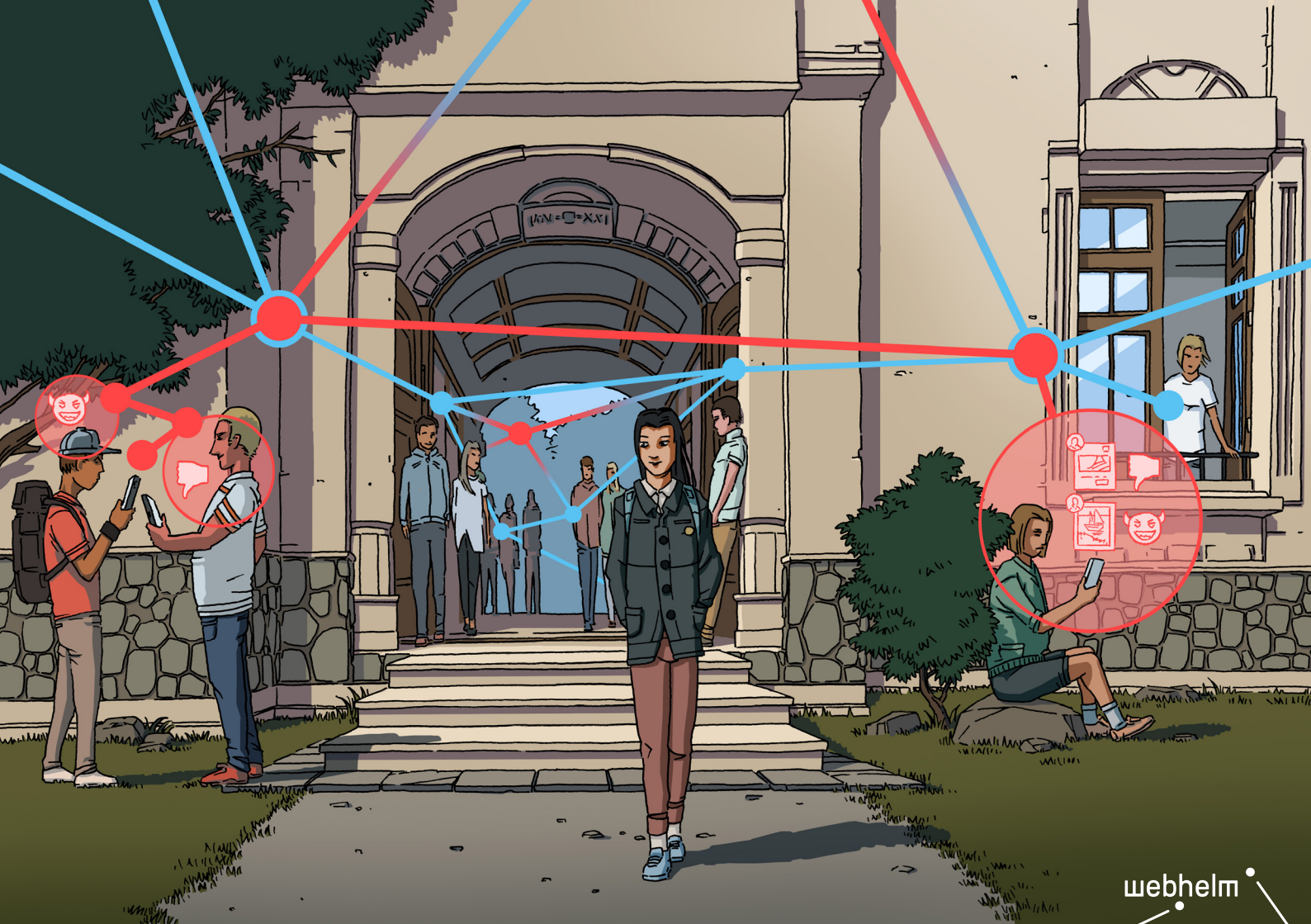
Rechtliche Grundlagen

Zu einem souveränen und selbstbestimmten Handeln in Social Media gehört der achtsame Umgang mit sich und anderen. Ein Wissen zu rechtlichen Grundlagen ist dafür notwendig. Es ist wichtig, Kinder von Anfang an mit dem Urheberrecht sowie dem Recht am eigenen Bild vertraut zu machen. So entwickeln sie ein Verständnis davon, die Rechte anderer zu wahren und eigene Rechte einzufordern.

Auch Eltern sollten in Bezug auf ihre Vorbildrolle sensibilisiert werden. Sharenting (engl. to share = teilen und parenting = Erziehung) beschreibt das unbedachte Teilen von Abbildungen der eigenen Kinder – via Instagram und Co. Liebevoll gemeinte Schnappschüsse bieten sehr private Einblicke, sind aber für Außenstehende oft unangemessen. Die Abgebildeten empfinden die Fotos und Ähnliches (zu einem späteren Zeitpunkt) häufig als peinlich oder verletzend. Noch schwieriger wird es, wenn das Bildmaterial einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurde. Eltern müssen daher bedacht und sparsam mit den persönlichen Daten ihres Kindes umgehen und deren Privatsphäre respektieren. Nur so können Eltern einen angemessenen Umgang mit Online-Medien vorleben und fördern.

Auch das Thema Altersbeschränkungen beschäftigt Fachkräfte und Eltern. Die Nutzung der meisten Social-Media-Angebote ist ohne Einverständnis der Erziehungsberechtigten ab 13 Jahren, manchmal auch erst später erlaubt. Die Angaben werden kaum überprüft und häufig umgangen. Instagram und Co. sind daher schon Teil des Medienalltags von Jüngeren. Umso wichtiger ist es, mit dieser Zielgruppe den Umgang mit Social-Media-Angebote zum Thema zu machen. Indem Social Media als Teil der Lebensrealität wahr- und ernst genommen wird, können Fachkräfte bei einem souveränen Medienhandeln unterstützen. Um komplexe Themen wie das Urheberrecht oder das Recht am eigenen Bild zu behandeln, eignen sich spielerische Methoden.

Weitere Informationen und Anregungen bietet der Bereich „Rechtliche Grundlagen“ auf webhelm.de



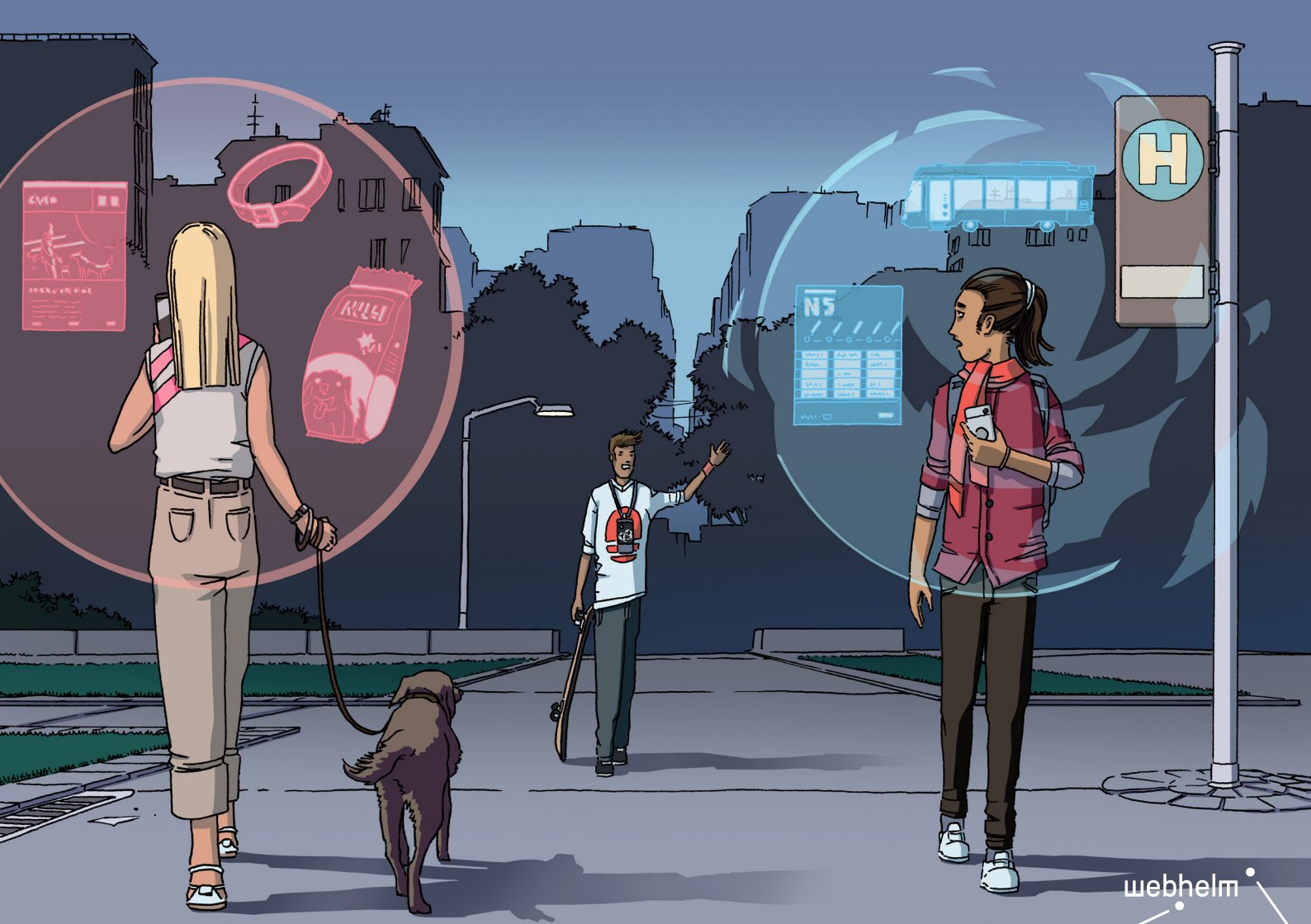
Konflikte im Netz

Bei Online-Kommunikation kann es zu Auseinandersetzungen oder Mobbing kommen. Das kann unterschiedliche Ursachen haben. Häufig verlagern sich z. B. Offline-Konflikte (auch) in den Online-Raum oder Missverständnisse eskalieren zu einem Streit. Ebenso kommt es zu gezieltem Online-Mobbing. Hier werden Personen über einen längeren Zeitraum hinweg beleidigt oder bedroht. Unabhängig von der konkreten Ausprägung können Online-Konflikte aufgrund ihrer hohen Reichweite, zeitlichen Unabhängigkeit und des Verlusts von Schutzräumen sehr belastend sein.

Es ist wichtig, Online-Konflikte präventiv zum Thema zu machen. Werden Kinder und Jugendliche sensibilisiert, lernen sie, sich anbahnende Konflikte frühzeitig zu erkennen. Dabei geht es auch darum, Handlungsstrategien für konstruktive Konfliktlösungen zu entwickeln. Es ist wichtig, alle Perspektiven in diese Arbeit einzubeziehen. Die Rolle von Außenstehenden darf nicht außer Acht gelassen werden. Indem diese deeskalierend handeln und Unterstützung anbieten, kann allen Beteiligten geholfen werden.

Im Falle von (hochgradig) eskalierten Online-Konflikten gilt es, Betroffenen Unterstützung zu bieten und gemeinsam nach einer zielführenden Lösung zu suchen. Wichtig ist es, die Situation der Beteiligten ernst zu nehmen und sie in die Handlungsschritte einzubeziehen. Auch im Fall von (Online-)Mobbing gibt es entsprechende Ansätze: etwa den No-Blame-Approach, bei dem auf Schuldzuweisungen und Bestrafungen verzichtet wird. Im schlimmsten Fall kann Online-Mobbing jedoch zur Anzeige gebracht werden.

Weitere Informationen und Anregungen bietet der Bereich „Konflikte im Netz“ auf webhelm.de



Datenschutz

Wer Social Media nutzt, gibt Daten von sich preis: Das betrifft persönliche Informationen, die bei der Anmeldung angegeben oder im Profil gespeichert werden. Ebenso werden online auch weniger bewusst Daten erfasst. Das geschieht z. B. durch das Recherchieren oder Ansehen von Inhalten. Es werden riesige Datenmengen gesammelt und ausgewertet.

Unter „Big Data“ sind Datenvolumen zu verstehen, die sich durch eine enorme Masse, rasante Entstehungsgeschwindigkeit und inhaltliche Vielfalt auszeichnen. Sie werden unter anderem dazu genutzt, Inhalte auszuspielen, die zu den Interessen und Vorlieben einer Person passen. Wer beispielsweise sportbezogene Inhalte abonniert oder recherchiert, bekommt zukünftig verwandte Beiträge angeboten. Bei der Auswertung kommen Algorithmen zum Einsatz: Je mehr Informationen über einen Menschen verfügbar sind, desto exakter arbeiten die komplexen Rechenvorgänge. Viele junge Menschen schätzen diesen „Service“ sehr. Aus pädagogischer Sicht ist die damit einhergehende Transparenz der Nutzer*innen allerdings problematisch.

Junge Menschen finden sich häufig in einer Filterblase wieder. Ihnen werden nur Informationen angezeigt, die sie potenziell interessieren. Um die Welt in ihrer Vielfalt wahrnehmen zu können, ist es wichtig, diesen Umstand zu reflektieren. Einstellungen zu Datenschutz und Privatsphäre sollten zudem nicht pauschal akzeptiert, sondern angepasst werden. Big Data im Detail ist hochkomplex und schwer zu durchdringen. Daher ist es wichtig, Kinder und Jugendliche zu sensibilisieren und sie dabei zu unterstützen, die zugrunde liegenden Mechanismen zu durchschauen. Datensparsamkeit ist in diesem Zusammenhang ein wesentliches Grundprinzip für das Medienhandeln junger Menschen.

Weitere Informationen und Anregungen bietet der Bereich „Datenschutz“ auf webhelm.de

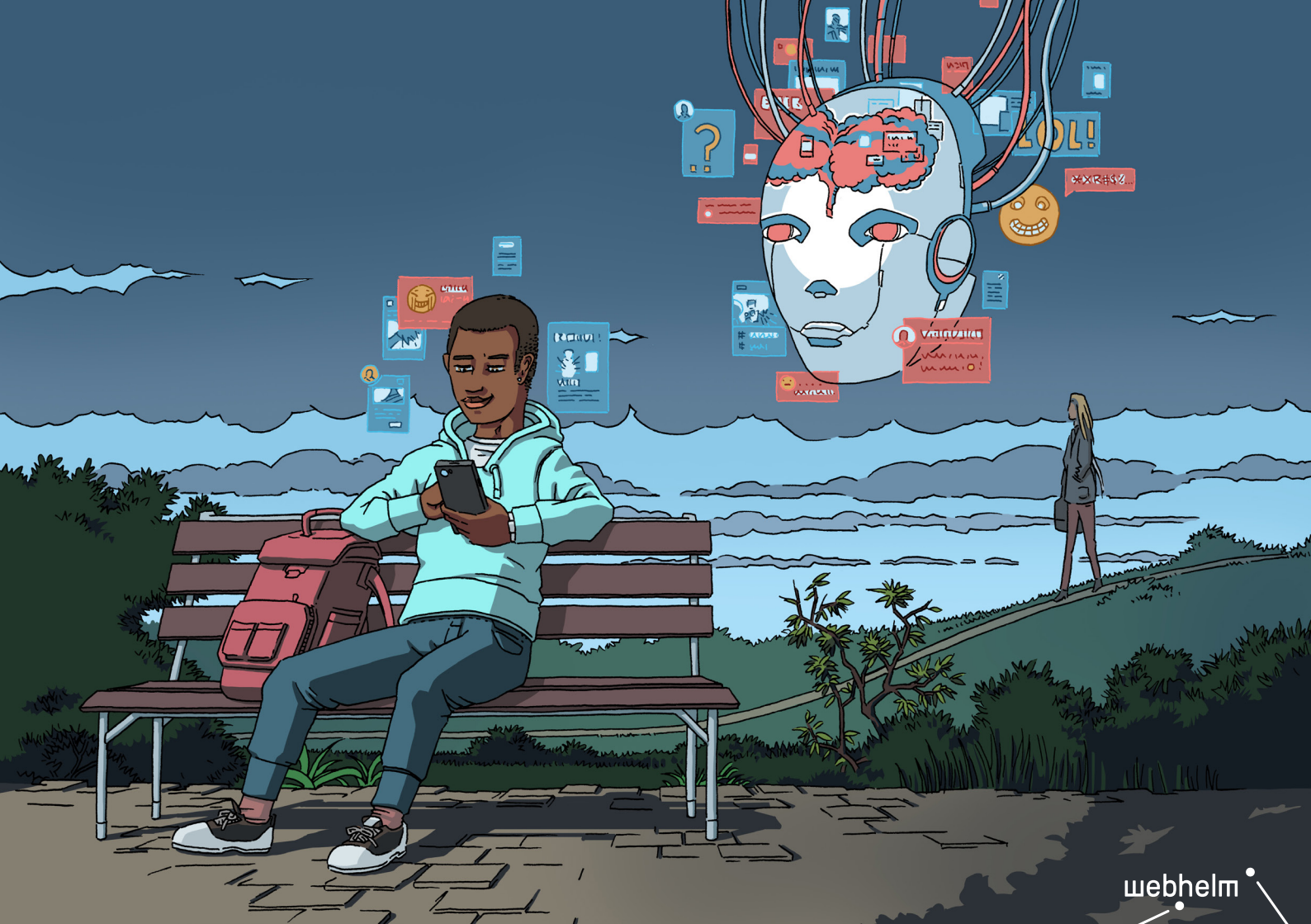


Informationen im Netz

Social-Media-Angebote sind eine zentrale Informationsquelle. Das hat verschiedene Gründe: Informationen lassen sich nach dem Push-Prinzip abonnieren. Die damit einhergehende Benachrichtigung bei Neuigkeiten erleichtert die Suche stark. Es werden Themen angesprochen, die junge Nutzer*innen betreffen und in anderen Medien weniger behandelt werden. Außerdem entsprechen die Inhalte ihren ästhetischen Gewohnheiten und Nutzungsvorlieben. Junge Menschen können sich über Social Media schnell informieren und direkt vernetzen. Das wird bei Bewegungen wie Fridays for Future deutlich.

Der hohe Stellenwert von Social Media für die Informationssuche wird regelmäßig missbraucht. Fake News sind Fehlinformationen, die verbreitet werden, um andere zu manipulieren. Ein etwas neueres Phänomen sind Deepfakes. Das sind realistisch wirkende Medieninhalte, vor allem Video- und Audioaufnahmen, die mithilfe von künstlicher Intelligenz abgeändert oder verfälscht wurden. Häufig liegt dem Verbreiten von Fakes eine politische Motivation zugrunde. User-generated Content ist keiner redaktionellen Überprüfung ausgesetzt. Neben gezielten Fehlinformationen kommen Kinder und Jugendliche daher auch mit Inhalten in Berührung, die eher Meinungen als fundierte Sachverhalte transportieren. Das ist vielen nicht bewusst. Wenn Informationen von Personen stammen, denen junge Menschen vertrauen, nehmen sie diese häufig unhinterfragt hin. Es kommt z. B. vor, dass Influencer*innen von persönlichen Erfahrungen oder Eindrücken berichten oder Nachrichten ohne Prüfung weitergeben. Damit Kinder und Jugendliche ihrem Wissensdurst online nachgehen können, ist es wichtig, sie zu bestärken, Inhalte zu reflektieren. Wenn sie lernen, diese zu hinterfragen und Quellen zu überprüfen, können sie einen kritischen Blick auf unseriöse Informationen entwickeln.

Weitere Informationen und Anregungen bietet der Bereich „Recherchekompetenz“ auf webhelm.de



KI und Social Bots

Künstliche Intelligenz, kurz KI, ist nicht nur in Smart-Home-Geräten oder im medizinischen Bereich zu finden, sondern auch in Social-Media-Angeboten. Sie ist damit Teil des Alltags von Kindern und Jugendlichen. Ziel von KI ist es, menschliche Wahrnehmung und menschliches Handeln durch Maschinen nachzubilden.

KI soll selbstständig und unabhängig auf Aufgaben und Probleme reagieren. Im Social-Media-Bereich geschieht dies beispielsweise in Form von Social Bots. Das sind automatisierte Programme, die menschliche Verhaltensmuster imitieren und mit anderen Menschen in Kontakt treten. Hinter einem Profil auf Instagram kann sich also ein programmierter Bot verbergen. Bots werden zu unterschiedlichen Zwecken eingesetzt. Häufig sind sie kommerzieller Natur: Es existieren beispielsweise Profile auf Instagram, auf denen für kostenpflichtige (häufig erotische) Inhalte geworben wird. Dank der ausgefeilten Programmierung kommentieren Bots unter Posts oder chatten andere Profile an, um Aufmerksamkeit zu generieren.

Auch im politischen Kontext werden Bots eingesetzt. Ziel ist es dann unter anderem, Diskussionen zu unterwandern und bestimmte Haltungen zu verbreiten. Durch diesen technischen Kniff kann der Eindruck erweckt werden, dass eine gewisse politische Richtung die öffentliche Meinung bestimmt und in der Gesellschaft vorherrschend ist. Es ist wichtig, Kinder und Jugendliche für Bots in Social Media zu sensibilisieren und sie dabei zu unterstützen, die zugrunde liegenden Mechanismen zu durchschauen. Auch wenn die jeweiligen programmiertechnischen Aspekte kaum zu durchdringen sind, können junge Menschen die Strukturen dahinter verstehen und reflektieren.

Weitere Informationen und Anregungen bietet der Bereich „Künstliche Intelligenz“ auf webhelm.de



Kommerz im Netz: Influencer*innen

Social-Media-Angebote inspirieren Kinder und Jugendliche und bieten Impulse zu ihren Interessensgebieten. Influencer*innen spielen dabei eine besondere Rolle, denn sie haben eine hohe Zahl an Follower*innen.

Ihre Reichweite ermöglicht es, mit Inhalten Geld zu verdienen: Sie gehen bezahlte Kooperationen ein und werben auf ihren Kanälen für Produkte. Viele bekannte Influencer*innen verfügen mittlerweile über eigene Produktlinien, für die sie ebenfalls werben. Für junge Menschen sind Influencer*innen oft Idole. Sie bewundern sie für ihre Persönlichkeit, ihr Auftreten oder ihren Stil und orientieren sich an ihnen. Beworbene und präsentierte Produkte haben deswegen einen großen Reiz.

Insbesondere jüngere Kinder können werbliche Inhalte nicht immer als solche erkennen und einordnen. Deshalb ist es sinnvoll, ihnen das Geschäftsmodell von Influencer*innen zu erläutern. Das kann helfen, eine differenzierte Sicht auf Influencer*innen zu entwickeln. Der Austausch über Influencer*innen bietet außerdem eine Vielzahl an Gesprächsanlässen zu wertbezogenen Fragestellungen. Eine offene Haltung im Gespräch mit Kindern und Jugendlichen ist dabei ausschlaggebend für einen gelingenden Dialog.

Medienpädagogische Methoden eignen sich, um das Geschäftsmodell hinter Influencer*innen zu begreifen, zu reflektieren und Werbung kritisch zu begegnen. Ebenso können sie, im Sinne einer Auseinandersetzung mit unserer pluralen Gesellschaft, dazu anregen, Influencer*innen mit diversen Werthaltungen und Lebenswegen kennenzulernen.

Weitere Informationen und Anregungen bietet der Bereich „Kommerz im Netz“ auf webhelm.de