

INHALT

DABEI SEIN UND MITREDEN! SOCIAL MEDIA FÜR ALLE!

Methodische Ansätze für die Inklusive Jugendmedienarbeit

04 >> EDITORIAL

06 Übersetzung in Einfacher Sprache „Social Media“

08 Impulstext: Social Media in der Inklusiven Jugendmedienarbeit

12 Übersetzung in Einfacher Sprache „Hate Speech“ und „Datenschutz“

14 Welches Tool hätten Sie denn gern?
Wie kann die Jugendhilfe trotz Datenschutz-Bedenken Social Media nutzen?

16 Übersetzung in Einfacher Sprache „Cybermobbing“ und „Cybergrooming“

21 Methodischer Teil

21 Übersetzung in Einfacher Sprache „Fake News“ und „Influencer“

IMPRESSUM

Herausgeberin: Landesarbeitsgemeinschaft
Lokale Medienarbeit NRW e.V. (LAG LM)
Hedwigstraße 30-32, 47058 Duisburg
Tel. 0203 418676-80
Fax 0203 418676 88
info@medienarbeit-nrw.de
www.medienarbeit-nrw.de

Auflage: 600

Vi.S.d.P.: Dr. Christine Ketzer

Redaktion: Lidia Focke, Rebecca Hipp, Dr. Christine Ketzer

Korrektur: Irina Ditter

Layout: Alessandro Riggio

Fotos: LAG LM

Illustrationen: Maria Steinmetz

Druckerei: Druckhaus Süd, Köln

Gefördert vom **Ministerium für Kinder, Familie,
Flüchtlinge und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen**





Lidia Focke
nimm!-Koordinatorin



Rebecca Hipp
Projektmanagerin

Liebe Leser:innen,

vor fast 10 Jahren haben wir uns zum ersten Mal mit unserer Schriftenreihe „Soziale Netzwerke“ dem Einsatz von Social Media in der Jugendmedienarbeit gewidmet. Seitdem hat sich einiges in diesem Bereich getan, und Social Media hat sich vom Phänomen zum selbstverständlichen Alltagstool gewandelt. Die Schnelllebigkeit dieses Mediums lässt sich überall sehen: Viele neue Plattformen haben sich in den vergangenen Jahren etabliert, ständig werden Funktionen aktualisiert und neue Features entwickelt. Auch die Nutzung der einzelnen Plattformen verändert sich stetig: Was heute Trend ist, ist morgen schon längst überholt.

Insbesondere die letzten durch die Corona-Pandemie geprägten Jahre haben die Nutzung von sozialen Medien auch in den Jugendeinrichtungen vorangetrieben. Live-Übertragungen aus den Jugendzentren, DIY-Workshops, Online-Treffen u.v.m. haben dafür gesorgt, dass die Jugendlichen in der Pandemie erreicht werden und die wichtige Arbeit weitergehen konnte. Dabei wurde allerdings häufig eine Zielgruppe nicht ausreichend mitbedacht: Jugendliche mit Behinderungen.

In dieser Publikation möchten wir das Medium Social Media v. a. unter dem Gesichtspunkt der Inklusion aufgreifen. Bianca Rilinger von der Inklusiven OT Ohmstraße erklärt, weshalb soziale Medien viele Chancen für die Arbeit mit Jugendlichen bieten, zeigt aber auch Risiken auf, welche nicht außer Acht gelassen werden dürfen. Zudem erläutert sie, warum es wichtig ist, die Methoden der Jugendmedienarbeit zu erweitern, damit alle teilhaben können.

Britta Schülke und Matthias Felling von der Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz (AJS) NRW e.V. nehmen uns in den komplexen Themenbereich des Datenschutzes mit. Sie erläutern, welche Aspekte Jugendeinrichtungen bei der Nutzung von Social Media beachten sollten. Dabei gehen sie auch auf die aktuelle Gesetzeslage auf Grundlage der DSGVO ein.

Zudem stellen wir inklusive Methoden und Projektideen vor, mit deren Hilfe Jugendlichen der verantwortungsbewusste Umgang mit sozialen Medien nähergebracht werden kann. Der Fokus liegt dabei auf der Bedeutung und dem Verständnis für Datenschutz, sowohl im privaten als auch im öffentlichen Raum. Primäres Ziel ist den Gefahren des Cybergroomings entgegenzutreten.

Angereichert wird diese Publikation mit Beiträgen von NetzStecker – Büro für inklusive Medienbildung von der Lebenshilfe Münster e.V.. Sie haben die wichtigsten Begriffe rund um Social Media in einfacher Sprache definiert.

Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre und freuen uns, wenn wir Ihnen eine hilfreiche Unterstützung bei Ihrer Jugendmedienarbeit vor Ort bieten können.

Ihr Team der LAG LM



↔ Johannes Benedix, Lisa Eiyneck, David Krützkamp

ÜBERSETZUNG IN EINFACHER SPRACHE SOCIAL MEDIA

Social Media ist ein englischer Begriff.
Man spricht das: so-schill mi-dia.
Social Media bedeutet: soziale Medien.
Soziale Medien sind Internet-Plattformen.
Menschen können sich auf diesen
Internet-Plattformen austauschen.
Der Austausch kann ganz verschieden sein.
Menschen können dort zum Beispiel:
Informationen austauschen.
Fotos und Videos austauschen.
Oder ihre Meinungen austauschen.
Wenn man in den sozialen Medien etwas austauscht,
sagt man dazu auch: etwas „posten“ oder „teilen“.

Wenn man soziale Medien nutzen möchte:
Meistens muss man sich dafür zuerst anmelden.
Das heißt: Man muss ein Profil erstellen.
Dort trägt man zum Beispiel seinen Namen ein.
Und man kann ein Profil-Bild hochladen.
Wenn man ein Profil erstellt hat:
Man kann sich mit anderen Nutzern vernetzen.
Zum Beispiel mit Freunden oder der Familie.
Aber auch mit anderen Menschen auf der ganzen Welt.
Wenn Nutzer miteinander vernetzt sind:
Sie können sich auch private Nachrichten schreiben.
Zum Beispiel zu zweit.
Oder in einer Gruppe.
Private Nachrichten bedeutet:
Andere Nutzer können diese Nachrichten nicht sehen.

Netzstecker

Das NetzStecker-Team von der Lebenshilfe Münster e.V. ist bekannt für Publikationen in Einfacher Sprache. In ihren Texten und Videos geht es um digitale Medien, zum Beispiel um Smartphones und um Apps. Ziel ist es, diese Medien einfach zu verstehen.



David Krützkamp



Lisa Eiyneck



Johannes Benedix

↳ Bianca Rilinger

IMPULSTEXT: SOCIAL MEDIA IN DER INKLUSIVEN JUGEND- MEDIENARBEIT



8

Mit der Corona-Pandemie hat sich die Nutzung und Bedeutung von sozialen Netzwerken intensiviert und vervielfacht. Quasi über Nacht schossen Einrichtungs- und private Accounts auf den Social-Media-Plattformen aus dem Boden. Bloß nichts verpassen, dabei sein, mitreden und irgendwie soziale Kontakte trotz Ausgangssperre halten können – Beweggründe gab es viele.

Voller Tatendrang wurden Accounts erstellt und mit Inhalten gefüllt. Plötzlich fand soziale Arbeit ausschließlich über Instagram, Facebook, Skype, Zoom usw. statt: Zunächst völlig egal wie, aber es musste irgendwie weitergehen. „Wir müssen erreichbar bleiben, zur Not über die privaten Accounts oder Handynummern“, so dachten viele. „Wir haben eine soziale Verantwortung, der wir nun nicht mehr über unsere so wichtige Beziehungsarbeit vor Ort gerecht werden konnten“.

Spätestens nach ein paar Wochen wurde - die Anforderung nach Anpassung der Einrichtungskonzepte, welche auch das Mediale umfassen, deutlich. Zudem stieg der Bedarf an der Auseinandersetzung mit Gefahren im Internet, und die Schutzkonzepte der Einrichtungen mussten ebenfalls dieser neuen Situation angepasst werden.

Social Media auch noch in der Kinder- und Jugendarbeit?

Die Verbindung von Kinder- und Jugendarbeit mit Social Media ist eine große Chance, birgt aber auch einige Risiken, die wir nicht ausklammern dürfen. Soziale Netzwerke geben grundsätzlich eine Altersbeschränkung an, die von Kindern und Jugendlichen jedoch ganz einfach umgangen werden kann, indem ein anderes Geburtsjahr eingestellt wird. Durch die Betreiber:innen der Plattformen wird dies in den seltensten Fällen kontrolliert. Somit haben oftmals bereits 11-jährige Zugriff auf Instagram, WhatsApp, TikTok und Co.

Hinzu kommt die fehlende Medienkompetenz von Erziehenden, die nicht über mögliche Risiken aufgeklärt sind oder keine Handlungskompetenzen haben, um Gefahrenquellen zu erkennen und zu minimieren. Somit sind Kinder und Jugendliche in sozialen Netzwerken ständig der Gefahr von Cybergrooming und -mobbing, Hatespeech, Sextortion und anderen Phänomenen schutzlos ausgesetzt.

Es gibt aber auch ganz klar Chancen in der Jugendmedienarbeit. Denn wo sonst als in sozialen Netzwerken oder in virtuellen Games erreichen wir unsere potenziellen Besucher:innen? Sie sind überall, tauschen sich aus, produzieren ihren eigenen Content und konsumieren gepostete Inhalte. Soziale Netzwerke ermöglichen Kreativität. Jugendliche können ihre Gedanken zum Ausdruck bringen und erlernen wichtige Medienkompetenzen, beispielsweise im Bereich der Bildbearbeitung. Sie vernetzen sich untereinander und festigen Freundschaften über gemeinsame Interessen. Zudem bekommen sie Zugang zu ihren Stars und zu Influencer:innen, welche als Vorbilder fungieren und den Jugendlichen bei ihrer Identitätsbildung eine wichtige Quelle sind.

Arbeit in Koproduktion öffnet neue Türen

Wenn kompetente Fachkräfte mit Kindern und Jugendlichen auf Augenhöhe Gefahrenquellen in sozialen Netzwerken erarbeiten und ihnen geeignete Kompetenzen vermitteln, um diese zu minimieren, werden neue Türen für die Jugendarbeit geöffnet. Insbesondere die Einbeziehung von Kindern und Jugendlichen mit Behinderungen ist enorm wichtig, um ihre Teilhabe, die auch das Mediale umfasst, zu stärken. Denn oftmals befinden sich Kinder und Jugendliche mit Behinderungen in sozialen Netzwerken, und somit ergibt sich eine große Chance der hybriden Teilhabe an Jugendarbeit. Wieso sollten wir als fähige Fachkräfte in der Jugendsozialarbeit diese Chancen nicht nutzen, um unsere Kinder und Jugendlichen auf dem digitalen Weg zu begleiten?



Bianca Rilinger

Leiterin der Inklusiven OT Ohmstraße, eines der Kompetenzzentren für Inklusive Medienarbeit, in Köln. Zudem ist sie als nimm!-Inklusions-Scout tätig und unterstützt die LAG LM sowie das Netzwerk Inklusion mit Medien mit regelmäßigen kreativen inklusiven Jugendmedienworkshops.

9



ÜBERSETZUNG IN EINFACHER SPRACHE HATE SPEECH

Hate Speech ist ein englischer Begriff.
Man spricht das: häit s-pietsch.
Hate Speech bedeutet: Hass-Rede.
Mit Hass-Rede meint man:
Menschen verbreiten Hass gegen andere Menschen.
Indem sie Menschen schlechtmachen.
Indem sie Menschen angreifen.
Oder indem sie zu Gewalt gegen Menschen aufrufen.

Hate Speech richtet sich meistens gegen
bestimmte Personen.
Oder bestimmte Personen-Gruppen.
Das sind zum Beispiel:
Menschen mit einer bestimmten Hautfarbe.
Menschen mit einer bestimmten Religion.
Menschen aus einem bestimmten Herkunfts-Land.
Menschen mit einem bestimmten Geschlecht.
Oder homo-sexuelle Menschen.

Hate Speech passiert oft im Internet.
Vor allem in den sozialen Medien.
Manche Nutzer verbreiten dort Hass gegen andere.
Zum Beispiel in Bildern und Videos.
Oder in Kommentaren und anderen Text-Beiträgen.

Hate Speech kann sehr gefährlich sein.
Denn Hate Speech führt oft zu
Benachteiligung und Gewalt.
Beides verstößt gegen das Gesetz.
Deshalb sind viele Formen von Hate Speech strafbar.



ÜBERSETZUNG IN EINFACHER SPRACHE DATEN-SCHUTZ

Wenn man im Internet unterwegs ist:

Viele Internet-Seiten fragen nach persönlichen Daten.

Zum Beispiel:

Wenn man etwas in einem Online-Shop bestellen möchte.

Oder wenn man ein Social-Media-Profil erstellen möchte.

Dann muss man persönliche Daten angeben.

Persönliche Daten sind Informationen über eine Person.

Zum Beispiel:

Der Name von einer Person.

Die Wohn-Adresse und Telefon-Nummer.

Oder die Bank-Verbindung.

Wenn persönliche Daten in falsche Hände geraten:

Es kann zu gefährlichem Daten-Betrug kommen.

Deswegen müssen Daten gut geschützt sein.

Dafür gibt es das Recht auf Daten-Schutz.

Das Recht auf Daten-Schutz sagt:

Jeder darf selbst bestimmen,

was mit seinen persönlichen Daten passiert.

Es gibt Gesetze für den Umgang mit Daten.

Diese Gesetze stehen zum Beispiel

im Bundes-Daten-Schutz-Gesetz.

So werden die persönlichen Daten geschützt.

Wichtig ist:

Man muss seine Daten auch selbst gut schützen.

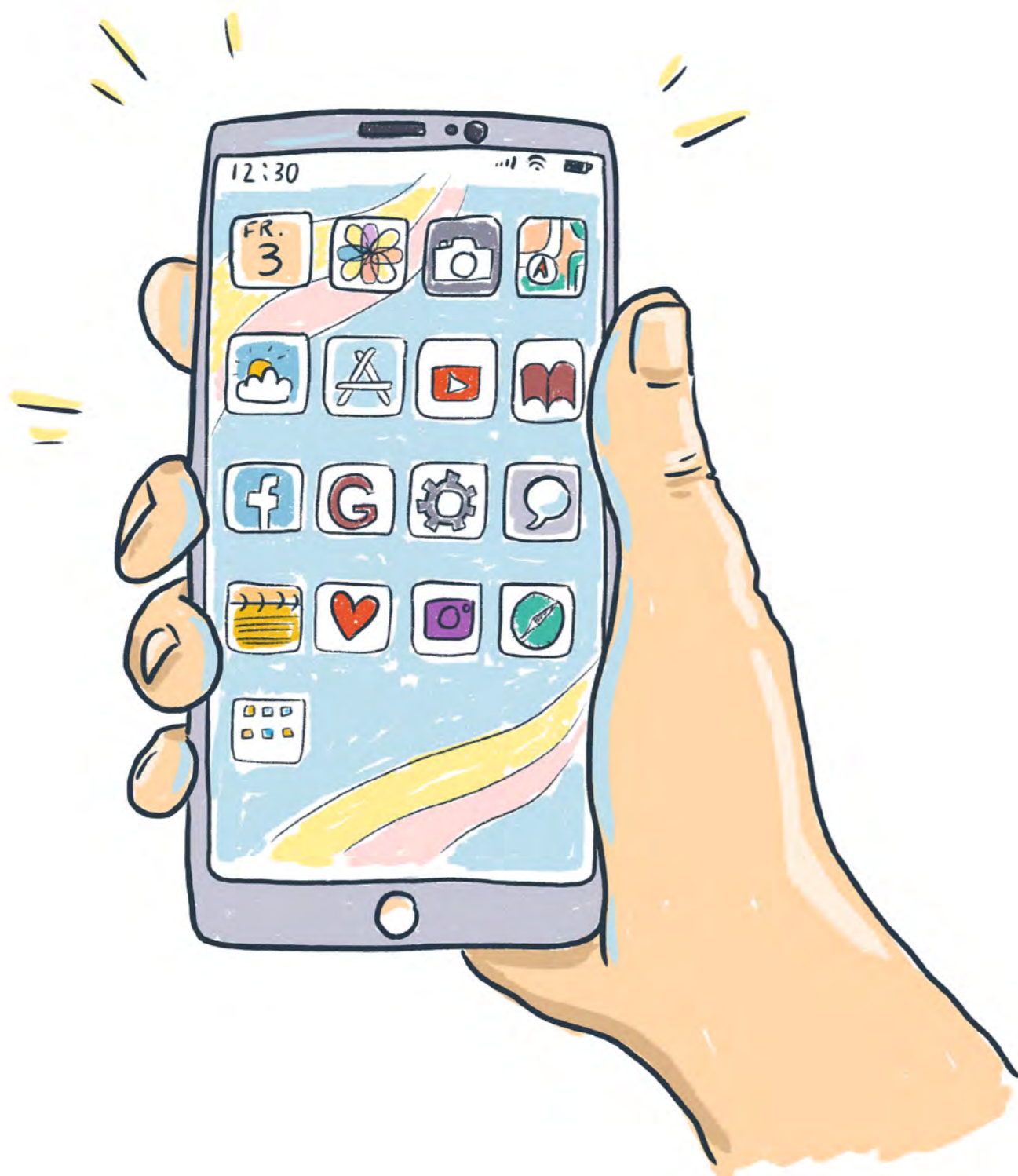
Deshalb soll man persönliche Daten nicht öffentlich teilen.

Das gilt für die eigenen persönlichen Daten.

Und auch für die Daten von anderen Personen.

WELCHES TOOL HÄTTEN SIE DENN GERN?

Wie kann die Jugendhilfe trotz Datenschutz-Bedenken Social Media nutzen?



Ob WhatsApp, Instagram, Discord, twitch oder ZOOM – für Jugendliche (und auch immer mehr Kinder) gehören diese und andere Tools zum digitalen Alltag. Viele Einrichtungen der Jugendhilfe stehen deshalb vor der Frage, ob sie ihre Angebote entsprechend digital ausweiten sollten. Sie wollen nah an der Lebenswelt ihrer Zielgruppe sein und gerade in Krisenzeiten das Signal an Kinder und Jugendliche aussenden, dass die Mitarbeiter:innen der Jugendhilfe erreichbar und „für sie da“ sind. Gleichzeitig gibt es bei der Nutzung von kommerziellen Tools Sorgen in Sachen Datenschutz und Persönlichkeitsrechte.

Bei allen berechtigten Bedenken sollte immer im Blick behalten werden, dass viele Kinder und Jugendliche die Tools ansonsten auch ohne pädagogische Begleitung nutzen. Viele Eltern können oder wollen ihre Kinder bei der Mediennutzung nicht unterstützen. Einrichtungen der Jugendhilfe können diese Lücke füllen, auf wichtige Problematiken bei der Nutzung von Social Media hinweisen (Datenschutz, Mobbing, Grooming etc.) und Kinder und Jugendliche aufklären und begleiten.

§ 11 Abs. 1 SGB VIII – Auch ein Mandat für DIGITALE Jugendarbeit

»Jungen Menschen sind die zur Förderung ihrer Entwicklung erforderlichen Angebote der Jugendarbeit zur Verfügung zu stellen. Sie sollen an den Interessen junger Menschen anknüpfen und von ihnen mitbestimmt und mitgestaltet werden, sie zur Selbstbestimmung befähigen und zu gesellschaftlicher Mitverantwortung und zu sozialem Engagement anregen und hinführen.«
§ 11 Abs. 1 SGB VIII formuliert damit für Fachkräfte eindeutig den Auftrag, an der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen orientiert zu arbeiten bzw. sie auch auf ihren Kanälen zu erreichen und zu unterstützen.

Die Entscheidung, ob Träger:innen ein bestimmtes digitales Tool im Arbeitsalltag nutzen wollen, kann nur individuell erfolgen. Der pädagogische Auftrag und die strukturellen Rahmenbedingungen sind bei den Träger:innen sehr verschieden. Jedes digitale Tool ist einzeln zu bewerten: hinsichtlich der jeweiligen Möglichkeiten und Chancen, um Heranwachsende niedrigschwellig zu beteiligen, aber auch bezogen auf die Risiken, denn die meisten Online-Plattformen sind kommerziell ausgerichtet, sammeln Nutzerdaten und die Betreiber sitzen mit ihren Servern im weniger reglementierten Ausland. Die Abwägung, ob Datenschutzbedenken höher anzusiedeln sind als der pädagogische Nutzen, ist also jeweils ein Einzelfall und braucht einen differenzierten Blick. Trotzdem lassen sich allgemeine

Muster erkennen, die bei der Bewertung immer wieder auftauchen:

Freiwilligkeit

Anmelden und Mitmachen bei einem Dienst wie z. B. Discord sollte für die jugendliche Klientel freiwillig bleiben. Niemand darf sich langfristig ausgeschlossen fühlen oder wichtige Informationen verpassen, weil er/sie sich gegen die Nutzung entscheidet. Es gilt daher, unbedingt zu versuchen, die Jugendlichen auch auf alternativen Wegen einzubinden. Hierbei bietet sich beispielsweise die Nutzung von sicheren Messengern wie Threema oder Signal an. Viele Dienste haben Einblick in alle Nachrichten und Gespräche. Dies sollten die Nutzer:innen der Plattform stets im Kopf haben, wenn sie über Privates und Internes sprechen. Gerade bei Eins-zu-eins-Beratungen für Jugendliche sollten alternative Tools und geschütztere Möglichkeiten im Blick sein.

Datenschutz

Damit Heranwachsende ein Tool nutzen können, müssen sie ihre ausdrückliche Zustimmung zu den Nutzungs- und Datenschutzbedingungen erteilen. Daher ist es unerlässlich, die Kinder und Jugendlichen bezüglich sensibler Daten aufzuklären und ein Bewusstsein zu schaffen, mit der jeweils eingesetzten Plattform entsprechend reflektiert umzugehen. Privatsphäre, die eigene und die der anderen, sollte so weit als möglich gewahrt werden.

Ob ein Tool in einer Einrichtung genutzt werden darf, muss auf Grundlage der Datenschutzbestimmungen mit Arbeitgeber:in und Datenschutzbeauftragten abgeklärt werden. Bei der Entscheidung ließe sich gegebenenfalls auf schon getroffene Vereinbarungen und Richtlinien zu anderen Anwendungen, wie z. B. WhatsApp, zurückgreifen.

Sicherheitseinstellungen

Über individuelle Benutzereinstellungen zu Privatsphäre und Sicherheit lässt sich bei allen gängigen Tools die Datenauswertung etwas begrenzen, und der Zugang zu den Kommunikationsinhalten für Fremde kann eingeschränkt werden. Videotutorials zu Einstellungen der jeweiligen Accounts finden sich z. B. beim YouTube-Kanal „Jugendhilfe Navi“ in der Reihe HOW TO.

Umgangsformen

Wer ein Tool einsetzt, sollte Regeln zur Nutzung dieses Tools erstellen. Solch eine Netiquette kann auch gemeinsam mit Jugendlichen erarbeitet werden. Jugendliche sollten wissen, an wen sie sich wenden können, falls es zu Verstößen oder Konflikten auf dem Server kommt! Jugendliche sollten außerdem auf mögliche Risiken und Gefahren der Plattform aufmerksam



gemacht werden. Es ist zu empfehlen, gemeinsam zu besprechen, warum Privatsphäre- und Datenschutzeinstellungen sinnvoll sind.

Moderation

Text- und Sprachkanäle aufmerksam zu begleiten und den Informationsfluss auf dem Server zu kontrollieren, ist überaus wichtig. Pädagogische Fachkräfte sollten stets im Blick haben, dass bei Zusammenkünften auf Online-Plattformen gewisse Risiken bestehen. Hierzu zählen Konfrontationsrisiken wie z. B. die Verbreitung von jugendgefährdenden und extremistischen Inhalten. Derzeit sind zudem zunehmend Verschwörungstheorien und Fake News im Umlauf. Aber auch Kontakt Risiken durch Fälle von Cybermobbing oder Cybergrooming sind möglich. Beim Aufbau eines Angebots sollte abgewogen werden, ob der Schwerpunkt des Servers auf einer großen Reichweite und einem unkomplizierten Aufbau einer Community liegt oder ob er einen relativ geschützten Kommunikationsraum für eine festgelegte Gruppe darstellen soll.

Arbeitsalltag

Wenn die Einbindung von Social Media zum pädagogischen Angebot einer Einrichtung gehören soll, muss sich dies auch in den Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter:innen widerspiegeln. Das bedeutet, dass die Nutzung der Plattform idealerweise über Dienstgeräte erfolgt und die nötige Arbeitszeit zur Pflege und Betreuung der Plattform angerechnet wird.

Rechtslage bezüglich der Altersgrenzen

Artikel 8 der DSGVO legt verbindlich fest, dass Kinder bzw. Jugendliche selbst erst ab 16 Jahren wirksam in die Verarbeitung ihrer Daten einwilligen dürfen. Bei unter 16-Jährigen gilt grundsätzlich, dass sich Unternehmen wie etwa WhatsApp „unter Berücksichtigung der verfügbaren Technik mit angemessenen Anstrengungen“ vergewissern sollen, ob Eltern oder andere Sorgeberechtigte mit der Nutzung einverstanden sind und eine Einwilligungserklärung abgegeben haben. Die meisten Plattformanbieter orientieren sich in ihren AGB maximal an der Altersgrenze, fordern aber keine weitere Verifikation. Deshalb sollten Fachkräfte möglichst vor der Kontaktaufnahme zu den Kindern und Jugendlichen darauf hinweisen, dass unter 16-Jährige die Plattform nur nutzen sollten, wenn die Eltern auch damit einverstanden sind. Idealerweise wird eine Einverständniserklärung (hierfür existieren keine festen Vorgaben), etwa per Mail, SMS, Telefonat, von den Sorgeberechtigten eingeholt. Falls möglich, sollten Eltern die Social-Media-Nutzung ihrer Kinder begleiten bzw. gemeinsam Nutzungsregeln besprechen.

Und wenn kein Einverständnis der Eltern vorliegt? Hierzu ist dem Satz 3 des Erwägungsgrundes 38 der

DSGVO zu entnehmen: „Die Einwilligung des Trägers der elterlichen Verantwortung sollte im Zusammenhang mit Präventions- oder Beratungsdiensten, die unmittelbar einem Kind angeboten werden, nicht erforderlich sein.“ Daraus dürfte folgen, dass bei Angeboten, die schon per Definition das Wohl von Kindern und Jugendlichen fördern – wie etwa die Kinder- und Jugendarbeit nach § 11 SGB VIII –, das Einholen der elterlichen Zustimmung entbehrlich ist. Dies gibt Fachkräften aber keinen Freibrief dafür, ohne elterliche Zustimmung mit Kindern und Jugendlichen zu arbeiten.

Vor allem bei Plattformen, die klar kommunizieren, dass sie auch von unter 16-Jährigen personenbezogene Daten zu Werbezwecken sammeln und für die Erstellung von Nutzerprofilen verarbeiten, sollte dies eher Ausnahme als Regel sein.

AJS bietet Material und Fortbildungen

Die Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz NRW begleitet das Thema Digitalisierung aus pädagogischer und rechtlicher Perspektive. Regelmäßig werden Fortbildungen für Fachkräfte angeboten. Zudem werden Stellungnahmen und Merkblätter (z. B. „WLAN in der Jugendhilfe“ oder „DSGVO“) veröffentlicht. www.ajs.nrw.



Britta Schülke
Volljuristin und Geschäftsführerin der AJS



Matthias Felling
Diplom-Pädagoge, Fachreferent für Jugendmedienschutz und pädagogische Leitung bei der AJS

ÜBERSETZUNG IN EINFACHER SPRACHE CYBER-MOBGING

Der Begriff Cyber-Mobbing besteht aus zwei Wörtern:
Cyber und Mobbing.
Cyber ist englisch.
Man spricht das: sei-ba.
Cyber meint: Etwas passiert im Internet.
Und Mobbing bedeutet:
Eine Person hänseln oder verspotten.
Oder eine Person absichtlich fertigmachen.

Mobbing kann überall passieren.
Zum Beispiel in der Schule und bei der Arbeit.
Wenn Mobbing im Internet passiert,
spricht man von Cyber-Mobbing.

Cyber-Mobbing findet oft in den sozialen Medien statt.
Zum Beispiel bei Facebook oder Instagram.
Cyber-Mobbing kann ganz verschieden sein:
Jemand lädt peinliche Fotos von einer Person hoch.
Jemand schreibt gemeine Kommentare über eine Person.
Jemand erzählt private Dinge von einer Person.
Jemand macht falsche Behauptungen über eine Person.

Cyber-Mobbing ist für die Opfer sehr schlimm.
Denn wenn etwas im Internet steht:
Viele Menschen auf der ganzen Welt können es sehen.
Und man kann es nur schwer wieder löschen.
Wenn man Cyber-Mobbing sieht oder erlebt:
Es ist wichtig, mit einer vertrauten Person darüber zu sprechen.
Zum Beispiel mit Freunden, der Familie oder der Polizei.





ÜBERSETZUNG IN EINFACHER SPRACHE CYBER-GROOMING

Cyber-Grooming ist ein englischer Begriff.
Man spricht das: sei-ba-gru-ming.
Der Begriff besteht aus den Wörtern:
Cyber und Grooming.
Cyber kommt von Cyber-Space.
Cyber bedeutet kurz gesagt:
Etwas passiert im Internet.
Und Grooming meint:
Ein erwachsener Mensch möchte ein Kind verführen.
Sein Ziel ist: Er möchte Sex mit dem Kind haben.
Weil Sex ganz verschieden sein kann:
Man spricht auch von sexuellen Handlungen.

Cyber-Grooming bedeutet also:
Ein erwachsener Mensch versucht,
ein Kind zu einer sexuellen Handlung zu verführen.
Dazu schreibt er Kinder im Internet an.
Zum Beispiel in den sozialen Medien.
Oder auf anderen Chat-Plattformen.
Damit das Kind ihm vertraut:
Der erwachsene Mensch freundet sich zuerst mit dem Kind an.
Oft gibt er sich selbst als junger Mensch aus.
Zum Beispiel lügt er über sein Alter.
Oder er hat ein falsches Profil-Bild.
Wenn das Kind Vertrauen aufgebaut hat:
Der erwachsene Mensch versucht,
das Kind zu verführen.

Cyber-Grooming ist gefährlich und strafbar.
Das steht im Straf-Gesetz-Buch.
Wenn man Cyber-Grooming im Internet erlebt:
Es ist wichtig, mit einer vertrauten Person darüber zu sprechen.
Zum Beispiel mit Freunden, der Familie oder der Polizei.

METHODISCHER TEIL – GEMEINSAM GEGEN CYBERGROOMING!



Mit den drei aufeinander aufbauenden Methoden werden Jugendliche mit und ohne Behinderungen über ihre Rechte, aber auch über ihre Pflichten bei der Nutzung von sozialen Netzwerken aufgeklärt. Die Nutzungsbedingungen und Datenschutzvereinbarungen von Instagram und Co. sind für viele Jugendliche so schwer zu verstehen, dass sie sich erst gar nicht mit ihnen beschäftigen oder sie einfach ignorieren. Manche Jugendlichen wissen vielleicht auch gar nicht, dass es so etwas gibt. Mit den drei folgenden Methoden „Was ihr über Instagram wissen solltet“, „Das Flyer-am-Baum-Prinzip“ und die „Türsteher:in“ bekommen Jugendliche alles, was sie wissen müssen, um sich selbst schützen zu können. Denn Wissen ist Macht, und im konkreten Fall handeln zu können, lässt die Jugendlichen zu selbstbestimmten, selbstbewussten und handlungsfähigen jungen Menschen heranwachsen.

Technik/Materialien, die für die Methoden benötigt werden:

- Zugang zum Internet
- mehrere Tablets, Handys oder Laptops für Internetrecherche
- Mikrofon
- Greenscreen
- ggf. Beleuchtung
- eine App, die Greenscreen unterstützt (z. B. Green Screen iOS)
- eine App für Untertitel (z. B. Clips iOS für Videos im Hochformat, iMovie iOS für Videos im Querformat)
- eine App für Videoschnitt (persönliche Empfehlung: iMovie für iOS)
- Beamer
- mindestens eine Social-Media-App (z. B. Instagram)
- Papier, Stifte, Flipchart, Marker
- eine Internetseite für lizenzfreie Bilder
- einen Türrahmen
- Drucker zum Vervielfältigen von Fotos
- grüne Karten, rote Karten (alternativ: Emojis Daumen hoch, Daumen runter)
- Schild mit dem Wort „Stopp“
- lizenzfreie Fotos aus dem Internet, die einer Bewertung dienen sollen

Das muss vorbereitet werden:

- möglichst neutraler Raum mit wenig Ablenkung und mit Tür
- ggf. mehrere Räume für Gruppenarbeiten
- Technik muss aufgeladen sein und Apps müssen heruntergeladen werden
- Beamer muss angeschlossen werden
- Internetzugang überprüfen
- Greenscreen aufbauen und ggf. ausleuchten

Durchführung der Methoden

Sinnvoll ist es, die drei Methoden aufeinander aufbauen zu lassen. Hierfür bietet sich ein 2–3-Tage-Workshop an. Somit ist ausreichend Zeit für die Recherche, die kreative Ausgestaltung, Pausen zum Durchatmen und die Fertigstellung des Produkts.

Methode 1 „Was ihr über Instagram wissen solltet – Ein Erklärvideo“

DER EINSTIEG

Zum Starten des Projekttags eignet sich besonders gut eine gemeinsame Recherche in der Gruppe zu unterschiedlichen sozialen Netzwerken. Anschließend entscheiden sich die Teilnehmenden für ein soziales Netzwerk, mit dem sie in den nächsten Tagen arbeiten wollen. Über dieses soziale Netzwerk sammeln die Teilnehmenden dann Informationen und halten diese auf einem Plakat fest.

Alle Jugendlichen dürfen und sollen sich beteiligen. Hierbei ist es egal, ob es sich zunächst um Richtlinien oder Möglichkeiten der Social-Media-Plattform handelt. In der Regel kommen viele unterschiedliche Dinge zusammen. Hierfür sollten 20–30 Minuten eingeplant werden.

Richtlinien und Nutzungsbedingungen

Als Nächstes bietet sich die Frage nach den Richtlinien und Nutzungsbedingungen an. Häufig muss an dieser Stelle erklärt werden, was das überhaupt ist. „Die Richtlinien und Nutzungsbedingungen sagen uns, WER und WIE die Social-Media-Plattform benutzen darf“ ist in der Regel eine verständliche Erklärung. Da hier

wenig Wissen vorhanden sein wird, ist dies eine gute Möglichkeit für eine Kleingruppenarbeit mit Internetrecherche. An dieser Stelle sollte stets darauf geachtet werden, dass die Gruppenzusammensetzung die Fähigkeiten und Ressourcen der einzelnen Teilnehmenden stärkt. In jeder Gruppe sollten also immer Teilnehmende sein, die lesen und schreiben können, und Jugendliche, die diesbezüglich Unterstützung benötigen. Ist dies nicht möglich, benötigen die Gruppen vermehrt Unterstützung durch eine Betreuungskraft. Für diese Recherche sollten, je nach Gruppenzusammensetzung, 45–60 Minuten eingeplant werden. Jede Gruppe benötigt 1–2 Tablets, Stifte und Blätter zum Festhalten der gesammelten Notizen.

Im Anschluss an die Recherche werden alle Richtlinien gesammelt und direkt so umformuliert, dass jede:r Teilnehmende sie versteht. Am besten eignet sich an dieser Stelle auch wieder ein großes Plakat, welches im Gruppenraum aufgehängt werden kann. Nun können die Richtlinien auch bereits in allgemeine Infos, Dos und Don'ts eingeteilt werden. Dieser Schritt kann auch im Anschluss erfolgen. Für diese Methode sollten 30–45 Minuten geplant werden.

DER HAUPTTEIL

Wer macht was?

Nachdem alle Richtlinien in allgemeine Infos, Dos und Don'ts unterteilt wurden, geht es an die Planung des Erklärvideos. Hierfür ist zunächst zu klären, welches Format das Video haben soll und wie es am Ende genutzt werden soll. Für Instagram-Stories wird z. B. ein Hochformat benötigt. Für den Instagram-Feed und zum Schneiden in iMovie eignet sich am besten das Querformat. Diese Überlegung am Anfang spart viel Zeit am Ende! Als nächster Schritt werden gemeinsam mit der Gruppe Aufgaben verteilt. Wer möchte welche Rolle übernehmen? Wer möchte vor die Kamera, wer möchte filmen und hinterher schneiden? Was benötigen wir für Hintergründe? Nutzen wir den Greenscreen? Wie sieht es mit Untertiteln aus? Diese Fragen müssen zunächst geklärt und schriftlich festgehalten werden. Es sollte auch eine Reihenfolge erstellt werden, wer was wann macht.

Beispiel: 1 „Tina“ steht vor der Kamera und spricht Satz 1, Piktogramm (Sprechblase)
„Marc“ filmt Tina (Kamera)

Hierfür sollten ca. 30 Minuten eingeplant werden.

Videodreh, Videoschnitt und Untertitel

Sobald die Aufgaben verteilt sind, können die Teilnehmenden sich mit ihrer Rolle beschäftigen. Die einzelnen Sätze für das Video müssen gelernt werden, Hintergründe für den Greenscreen müssen heruntergeladen werden (hier unbedingt darauf achten, dass die Bilder lizenzfrei sind). Dann kann Szene für Szene vor dem Greenscreen gedreht werden. Falls die App Clips(Hochformat) genutzt wird, kann man in der Live-Videofunktion sofort Untertitel einfließen lassen. Wenn alle Szenen fertig abgedreht sind, ist es wichtig, alle Teilnehmenden über ihre Ergebnisse schauen und durch sie genehmigen zu lassen. Denn in erster Linie müssen die Jugendlichen mit ihrem Produkt zufrieden sein, und sie lernen an dieser Stelle die Selbstbestimmung am eigenen Bild/Video. Für das Erstellen des Videos sollten, je nach Gruppenkonstellation und Gruppengröße, 2–3 Stunden eingeplant werden. Wenn alle Videos fertig gedreht und durch die Teilnehmenden genehmigt wurden, müssen nun die Hintergründe in die Videos mit dem Greenscreen eingefügt werden. Zudem müssen die Videos geschnitten und mit Untertiteln versehen werden, sofern dies noch nicht passiert ist. Dies sollten ebenfalls die Jugendlichen, ggf. mit Anleitung, übernehmen. Besonders gut eignet sich für den Videoschnitt die App iMovie, da diese relativ einfach aufgebaut ist und über viele Zusatzmöglichkeiten wie Greenscreen und Sounds verfügt. Wichtig hierbei ist, dass sich die Funktionen manchmal von iPad zu MacBook stark unterscheiden. Am besten vorher ausprobieren! Auch für diesen Bereich können 1–2 Stunden, je nach Länge des Videos und der Anzahl der Sequenzen, eingeplant werden. Alternativ eignen sich auch die Schnittprogramme ShotCut auf dem PC und LumaFusion (ca. 30 €) auf dem Tablet.

DER ABSCHLUSS

Der perfekte Abschluss bei diesem Projekt ist die Videovorführung und die anschließende Veröffentlichung des Produkts. In einer Reflexionsrunde dürfen die Teilnehmenden folgende drei Fragen beantworten:

1. Was hat mir richtig viel Spaß gemacht?
2. Was wusste ich vorher noch gar nicht/Was war neu für mich?
3. Was war blöd oder hat mir keinen Spaß gemacht?

Mit diesen drei Fragen am Ende jedes Projekttags können die genutzten Methoden angepasst und es kann

festgehalten werden, was die Jugendlichen aus dem Tag mitgenommen haben. Für die Filmvorführung, das Veröffentlichende und die Reflexion sollten insgesamt 30 Minuten eingeplant werden.

Methode 2 „Das Flyer-am-Baum-Prinzip – Was passiert eigentlich mit meinen Fotos, auch wenn ich sie lösche?“

DER EINSTIEG

In Teil 2 des Projekts geht es darum, den Teilnehmenden zu vermitteln, was mit ihren Bildern passieren kann, wenn sie diese in sozialen Netzwerken hochladen.

Als Einstieg bekommen alle Teilnehmenden eine grüne und eine rote Karte. Alternativ kann in einem großen Raum auch eine große grüne und weiter entfernt eine große rote Karte auf den Boden gelegt werden. Die grüne Karte steht für „Ja/Völlig ok“ und die rote Karte für „Geht gar nicht/Nein“. Alternativ können auch Emojis mit Daumen nach oben und Daumen nach unten gewählt werden. Die Jugendlichen bekommen nun die Aufgabe, Bilder, die ihnen gezeigt werden, mit ihren Karten zu bewerten. Die Bilder können entweder in gedruckter Form vorliegen oder mit dem Beamer an die Wand projiziert werden. Folgende Frage sollen die Jugendlichen zu jedem Bild mithilfe der Karten (grün/rot) bewerten: „Ist dies ein Bild, das du im Internet hochladen solltest?“ Die Begründungen zu den Bildbewertungen können auf einem Plakat gesammelt werden.

Wichtige Inhalt können sein: keine Gewalt, keine Diskriminierung, keine Bilder, auf denen andere Personen zu sehen sind, keine Bilder, die einem nicht gehören, keine Orte, die einen Rückschluss auf den Wohnort geben, uvm. Hier kann auch immer wieder ein Rückblick auf den vorangegangenen Projektteil erfolgen, um die Inhalte zu festigen. Diskussionen unter den Teilnehmenden sollten an dieser Stelle einen Raum finden, denn sie ermöglichen eine Auseinandersetzung mit den Inhalten. Je nach Anzahl der Bilder, der Teilnehmenden und deren Diskussionsfreude werden für diese Methode 30–45 Minuten benötigt.

DER HAUPTTEIL

Im Hauptteil des Projekts wird den Jugendlichen vermittelt, dass auch Bilder, die sie aus den sozialen Netzwerken gelöscht haben, trotzdem noch im Umlauf sein können. Hierzu wird über den Beamer ein beliebiges so-

ziales Netzwerk geöffnet. Es sollte nach Möglichkeit ein Einrichtungsaccount sein, dem alle/einige Teilnehmenden folgen. Nun wird ein Bild in dem sozialen Netzwerk hochgeladen. Ein:e Teilnehmende:r bekommt verdeckt die Aufgabe, einen Screenshot von dem hochgeladenen Bild zu machen. Nun wird das Foto vom Einrichtungsaccount wieder gelöscht. Jetzt zeigt der/die Teilnehmer:in den Screenshot des „eigentlich“ gelöschten Bildes. Dann bekommt er/sie die Aufgabe, das Bild weiterzuschicken und zu bearbeiten. Dies soll den Jugendlichen verdeutlichen, dass das Internet nie vergisst. Daten, Bilder und Videos können weiter im Umlauf bleiben und sogar von anderen Personen genutzt oder verändert werden, ohne dass ich etwas davon mitbekomme. Für diesen Hauptteil werden 20–30 Minuten benötigt.

DER ABSCHLUSS

In einer Reflexionsrunde sollen die Jugendlichen beantworten, „wie dieser Projektteil für sie war und ob sie sich nun sicherer sind, welche Bilder sie von sich hochladen sollen“. Hierfür werden weitere 10–15 Minuten benötigt.

Methode 3 „Türsteher:in – Öffentlicher oder privater Account?“

DER EINSTIEG

Der dritte Projektteil vermittelt den Teilnehmenden den Unterschied zwischen einem öffentlichen und einem privaten Account. Darüber hinaus erarbeitet die Gruppe gemeinsam Situationen, in denen es völlig okay ist, jemanden zu blockieren. Zunächst erarbeitet die Gruppe Unterschiede zwischen einem öffentlichen und einem privaten Social-Media-Account. Hierfür können Stichpunkte auf einem Plakat gesammelt werden. Dafür wird ein Zeitrahmen von 10–15 Minuten benötigt. Insbesondere bei einem inklusiven Setting und bei Jugendlichen, die keine Social-Media-Accounts besitzen, reichen die gesammelten Informationen häufig nicht aus. Der Unterschied muss erlebbar werden.

DER HAUPTTEIL

Die Teilnehmenden bekommen im Anschluss die Aufgabe, auf einer Internetseite mit lizenzfreien Bildern pro Person drei Bilder herunterzuladen, die sie gut beschreiben. Sie können Hobbys, Emojis oder Eigen-

schaften zeigen. Wenn alle Teilnehmenden die Aufgabe erledigt haben, werden die Fotos ausgedruckt.

Im Anschluss daran werden in einem Rollenspiel zwei unterschiedliche Settings durchgespielt.

Setting 1: Eine Betreuungskraft stellt sich vor eine geöffnete Tür. Alle Teilnehmenden dürfen einfach an der Betreuungskraft vorbei durch den Türrahmen in den Raum gehen. Dies soll den öffentlichen Account darstellen. Bei einem öffentlichen Account hat man keinen Einfluss darauf, wer den „Raum betritt“ beziehungsweise wer Inhalte auf dem Profil sehen, Screenshots von Fotos machen oder Informationen sammeln kann.

Setting 2: Die Betreuungskraft stellt sich ein zweites Mal vor die geöffnete Tür. Diesmal hält sie allerdings ein großes Stoppschild vor sich. Dies bedeutet, niemand darf einfach an ihr vorbei in den Raum gehen. Die Teilnehmenden haben jeweils ihre drei Bilder in der Hand, und die Betreuungskraft entscheidet anhand der Bilder, die sie sieht, ob sie die Teilnehmenden hineinbittet oder wegschickt. Dies soll den privaten Account und den Einfluss auf die Personen, die den Raum betreten wollen, verdeutlichen.

Für diesen Hauptteil werden 45–60 Minuten benötigt.

DER ABSCHLUSS

Zum Abschluss setzen sich alle Teilnehmenden zusammen, und jede Person bekommt die Möglichkeit, zu reflektieren, wie sich beide Situationen für sie angefühlt haben und für welche Accountoption sie sich entscheiden würden. Diese Entscheidung sollen sie begründen. Somit kann überprüft werden, ob die Teilnehmenden den Inhalt und den Unterschied verstanden haben. Dies dauert in der Regel 10–15 Minuten.

Als letzte Methode soll die Gruppe gemeinsame Szenarien sammeln, in denen es völlig okay ist, eine andere Person zu löschen oder sogar zu blockieren. Hierfür soll sich die Gruppe in Kleingruppen aufteilen. An dieser Stelle werden Stifte und Blätter benötigt. Im Anschluss stellen die Kleingruppen ihre Ergebnisse vor, welche dann auf einem gemeinsamen großen Plakat festgehalten werden. Für die Kleingruppenarbeit und das Zusammentragen der Infos sollten 30–45 Minuten eingeplant werden.

Als finaler Abschluss wird über den Beamer gemeinsam durchgespielt, wie ein Account oder eine Nummer

gelöscht und/oder blockiert werden kann. Von den einzelnen kleinen Schritten können Screenshots erstellt werden, die von den Teilnehmenden ausgedruckt und mitgenommen werden können. Hierfür sollten, je nach Anzahl der Apps, die gemeinsam besprochen werden, 15–30 Minuten eingeplant werden.

Warum ist die Methode besonders gut für inklusive Settings geeignet?

Das gesamte Projekt mit allen drei Teilbereichen ist besonders gut für ein inklusives Setting geeignet, weil es zum einen komplexe Inhalte erfahrbar macht und somit verstanden werden kann und zum anderen bereits in diversen inklusiven Settings erprobt wurde.

Wie bzw. an welchen Stellen lässt sich die Methode an die Bedarfe von Teilnehmenden mit unterschiedlichen Behinderungen anpassen? Wie lässt sich die Zugänglichkeit des Projekts für Teilnehmende mit Behinderung bzw. Förderbedarf erhöhen?

Insbesondere bei der Recherche im Internet können Teilnehmende mit Behinderungen die Vorlesefunktion am Tablet nutzen. Zudem können anstelle von Schrift oder ergänzend zu Schrift Piktogramme, Emojis und Bilder genutzt werden, um Inhalte zu sammeln. Des Weiteren ist es je nach Gruppenzusammensetzung sinnvoll, großzügige Pausen einzuplanen und zusätzliche pädagogische Betreuung, die als Assistenz der Teilnehmenden fungieren kann.

Tipps und Tricks

Die Überlegung am Anfang, welches Videoformat für das Projekt benötigt wird, spart viel Zeit am Ende und verhindert, dass alle Sequenzen erneut aufgenommen werden müssen, weil ansonsten die Untertitel unter Umständen abgeschnitten werden.

Super ist es, für Gruppenarbeiten mehrere Räume zur Verfügung zu haben, damit die Gruppen sich nicht gegenseitig stören und intensiver gearbeitet werden kann. Alle Apps sollten vorher ausprobiert werden, um Stolpersteine zu erkennen.

Fazit

Das gesamte Projekt hat sich insbesondere in diversen inklusiven Gruppen als ausgesprochen sinnvoll erwiesen. Es kam stets zu angeregten Diskussionen über die besprochenen Inhalte, und die Teilnehmenden konnten nachhaltig bei der Nutzung von Instagram und Co. von diesen Projekttagen profitieren.

Weitere Informationen auf
www.inklusive-medienarbeit.de



PROJEKTE
PLUS

Methoden
downloaden
und einfach
machen




netzwerk inklusion mit medien



ÜBERSETZUNG IN EINFACHER SPRACHE FAKE NEWS

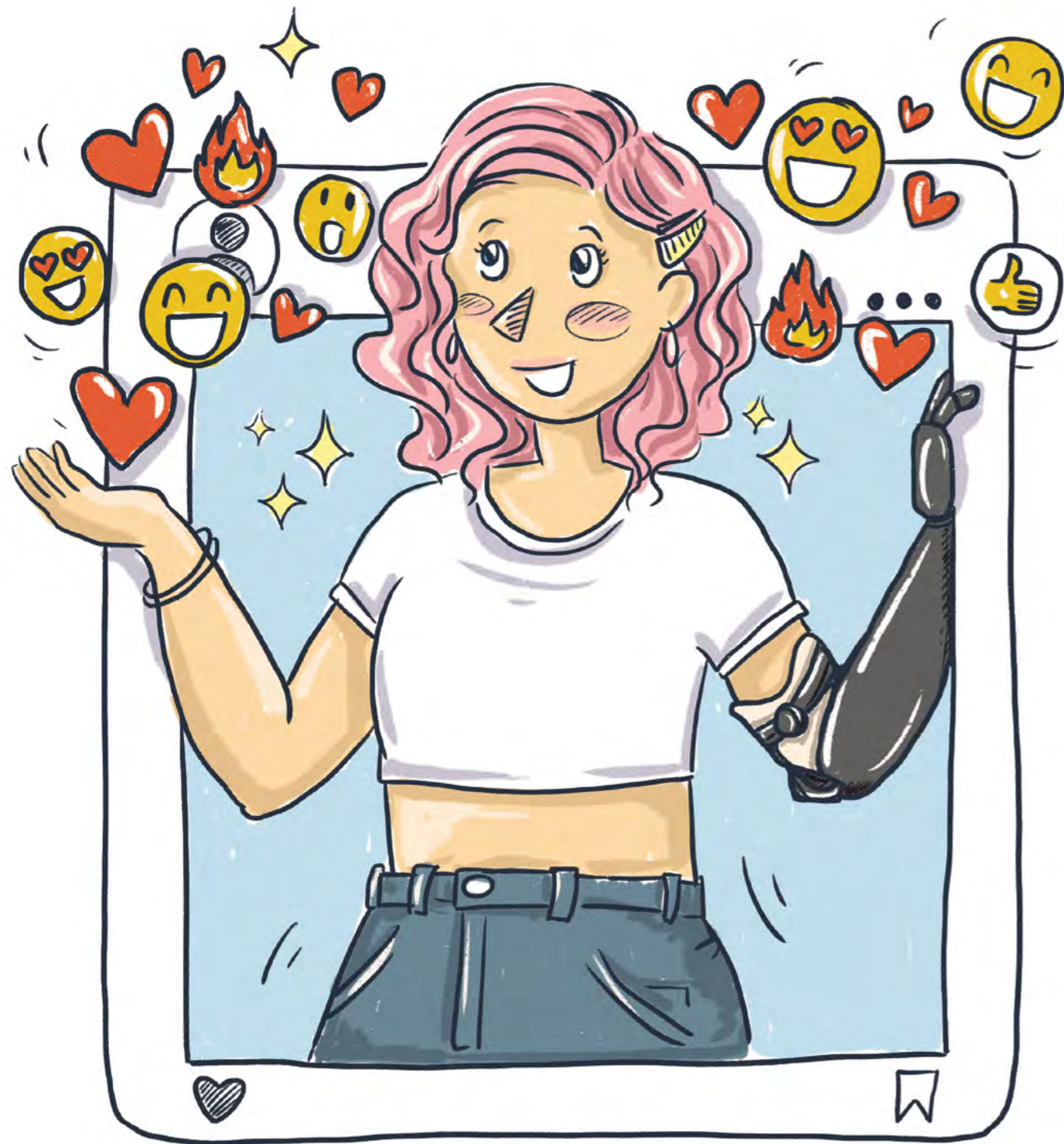
Fake News ist ein englischer Begriff.
Man spricht das: fäik njus.
Fake bedeutet: falsch oder gefälscht.
Und News sind Nachrichten.
Fake News sind also falsche Nachrichten.
Man sagt dazu auch: Falsch-Meldung.

Wie entstehen falsche Nachrichten?
Eine Falsch-Meldung kann absichtlich falsch sein.
Zum Beispiel, wenn Personen oder Personen-Gruppen
Lügen verbreiten wollen.
Oder Menschen gegen etwas aufhetzen wollen.
Zum Beispiel gegen andere Personen.
Oder gegen bestimmte Personen-Gruppen.

Fake News können auch aus Versehen entstehen,
wenn die Zeitung einen Fehler macht.
Zum Beispiel, wenn der Journalist etwas vergessen hat.
Dann kann die Meldung auch falsch sein.
Journalisten müssen aber richtige Nachrichten machen.
Sie dürfen keine Falsch-Meldungen machen.

Fake News findet man oft im Internet.
Dort verbreiten sich falsche Nachrichten sehr schnell.
Vor allem in den sozialen Medien.

Wenn man unsicher ist, ob eine Nachricht stimmt:
Man kann die Nachricht überprüfen.
Zum Beispiel kann man fragen:
Wer hat die Nachricht verbreitet?
Kann man der Quelle vertrauen?
Schreiben andere Medien auch über die Nachricht?



ÜBERSETZUNG IN EINFACHER SPRACHE INFLUENCER

Influencer ist englisch.
Man spricht das: in-flu-en-za.
Influencer kommt von dem Wort „to influence“.
Das bedeutet: jemanden beeinflussen.
Ein Influencer ist also jemand,
der andere beeinflussen kann.

Influencer findet man vor allem in den sozialen Medien.
Dort haben die Influencer viele Follower.
Follower ist englisch und bedeutet:
Jemand, der einem anderen folgt.
Man spricht das: fol-lo-a.
Follower sind also Menschen,
die einem Influencer folgen.
Die Follower sehen, was der Influencer in den sozialen Medien teilt.
Zum Beispiel Videos, Bilder oder Texte.

Wenn ein Influencer sehr viele Follower hat:
Er kann sehr viele Menschen beeinflussen.
Man sagt dann: Er hat eine große Reichweite.

Influencer können ganz verschieden sein.
Manche Influencer machen Werbung für Produkte.
Zum Beispiel für Kleidung oder Spiele.
Einige Influencer verdienen damit viel Geld.
Andere Influencer sprechen über bestimmte Themen.
Zum Beispiel über Politik und die Gesellschaft.
Sie nutzen ihre Reichweite,
um auf bestimmte Themen aufmerksam zu machen.



nimm!
akademie

Startseite Themen Über uns Workshops Kontakt

So geht Inklusive Medienarbeit!



GEMEINSAM DURCH DIE DIGITALE WELT!
DIE NIMM!-AKADEMIE GEHT AN DEN START



www.nimm-akademie.nrw

Ein Angebot von
LAGLM
Lokale Medienarbeit NRW e.V.

In Kooperation mit
tjibg
Technische Jugendberufshilfe
des Rheinisch-Westfälischen
Landesverbandes

Gefördert vom
Ministerium für Kinder, Familie,
Flüchtlinge und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen

