

**Berufsbegleitende Qualifizierung
zur Medienpädagogik in Sachsen**

Jugendmedienarbeit - Jugendliche und digitalisierte Gesellschaft

Förder-
zeitraum
2022 – 2023



STAATSMINISTERIUM
FÜR SOZIALES UND
VERBRAUCHERSCHUTZ



Freistaat
SACHSEN

Initiiert durch das Landesjugendamt im Sächsischen Staatsministerium für Soziales und Verbraucherschutz wurde die Qualifizierungsmaßnahme durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtags beschlossenen Haushaltes mitfinanziert.

Impressum

Herausgeber: BITS 21 im Förderverein für Jugend und Sozialarbeit e.V. (fjs)
Redaktion: Sarah Lange, Johanna Sprenger
Satz und Gestaltung: Christiane Herold, Helliwood media & education
Fotos: shutterstock.com: BearFotos; LightField Studios; & eigene

August 2023

Inhalt

Vorwort	5
Berufsbegleitende Qualifizierung zur Medienpädagogik	7
Jugendmedienarbeit – Jugendliche und digitalisierte Gesellschaft	8
Medienpädagogik in der Praxis	13
Die Projekte im Überblick	15
„Boys don’t cry“ – Männliche Rollenbilder im Netz	24
Medienpädagogischen Konzept für die Outlaw Mädchenwohngruppe Dresden	26
Theorie	31
Geschlechterreflektierende Medienpädagogik	32
Generative Künstliche Intelligenz und Ethik	38
BITS 21 – Qualifizierung im Kontext von Bildung und Medien	42

Vorwort



Die letzten Jahre eröffneten einen neuen Blick auf digitale Medien in unserem Alltag und die damit verbundenen Potentiale aber auch Problemlagen. Im Zuge der Corona-Pandemie war ein enormer Aufschwung erlebbar, Jugendarbeit digital zu denken.

Dies traf besonders das Handlungsfeld der Offenen Jugendarbeit. Eine Offenheit gegenüber digitalen Angeboten wich einer Notwendigkeit und Ausweglosigkeit, Digitalisierungen ad hoc umzusetzen. Die

Fachkräfte nutzten die Potenziale digitaler Angebote (besonders sozialer Netzwerke), oftmals trotz fehlender Handlungsempfehlungen um ihren Bildungs- und Schutzauftrag (noch) wahren zu können.

Das stark erhöhte Aktivitätspotenzial legte das Engagement und den Mut der Fachkräfte offen, verschob jedoch nur ihre Bedenken und Unsicherheiten, zu denen u.a. die Frage nach Organisation im Team, die Gewährleistung von Datenschutz und Datensicherheit, die Auswirkungen auf die

Beziehungsqualität und die Verflüssigung der Sphären Privatheit und Öffentlichkeit gehören. Diese aufzugreifen, ist für eine gefestigte Haltungsentwicklung der pädagogischen Fachkräfte ein wesentlicher Bedarf, damit digitale Angebote auch künftig nachhaltig und souverän gestaltet werden.

Doch gerade, wenn pädagogische Fachkräfte das Gefühl haben, endlich mithalten zu können, erzählen junge Menschen von neuen sozialen Netzwerken oder medialen Trends: das wirft Fragen auf und schafft immer wieder neue Unsicherheiten. Sich digitalen Medienwelten zu widmen, wird gerade dann zur Hürde, wenn das Gefühl bleibt, nie wirklich ganz mithalten zu können. Im November 2022 wurde der Prototyp des Chatbots ChatGPT gelauncht und verbreitete sich in Höchstgeschwindigkeit. Bereits Anfang 2023 sprachen nicht nur Unternehmen, Agenturen, Universitäten, sondern natürlich auch Schulen, Kinder, Jugendliche und pädagogische Fachkräfte von Künstlicher Intelligenz.

Damit war eine weitere Stufe der Durchdringung digitaler Medien in der gesamten Gesellschaft erreicht. Es kann nicht mehr darum gehen, zu hinterfragen, ob KI gut oder schlecht sei, ob wir sie einsetzen wollen oder nicht – wir müssen uns eher fragen, wie wir mit ihr umgehen, was es für Regeln gibt, wenn sie im Arbeits- und pädagogischen Kontext genutzt wird, zum Lernen und Lehren.

Nicht nur, dass eine KI nun für uns Texte, Referate, oder ganze Abschlussarbeiten schreiben kann, auch Anwendungen, mit denen Deepfakes hergestellt werden, also Zeitungsartikel oder Gespräche und sogar ganze Videos und Bilder verfälscht werden können, beunruhigen.

Sich gemeinsam im digitalen Raum zu bewegen, dort nicht nur zu intervenieren, sondern zusammen aktiv zu sein, zu begleiten und pädagogisch zu agieren, rückt somit mit mehr Selbstverständlichkeit auf das Tableau der Fachkräfte. Für eine souveräne Lebensführung in einer von Medien gestalteten Gesellschaft sind das Verständnis medialer Zusammenhänge und Prozesse, die Selektion und Beurteilung von Informationen sowie medienbasiertes Handeln wichtige Voraussetzungen für ihre Mitglieder. Somit bedarf es der Disposition des Menschen zur Selbstorganisation in unerwarteten, (zukunfts-) offenen Problem- und Entscheidungssituationen kreativ und eigenverantwortlich zu handeln.

Berufsbegleitende Qualifizierung zur Medienpädagogik



Jugendmedienarbeit – Jugendliche und digitalisierte Gesellschaft

(Sozial)pädagogische Fachkräfte stehen mit Blick auf die digitale Transformation vor vielen Herausforderungen und müssen in den unterschiedlichen Arbeitsfeldern differenzierte Anforderungen im Umgang mit Medien und den damit verbundenen Chancen sowie Risikodimensionen berücksichtigen.

Für eine komplementäre Medienbildung ist daher die Beteiligung aller Akteur*innen erforderlich. So können sich Handlungsfelder mit Blick auf ihre jeweiligen Aufgaben und Stärken in Bezug auf eine nachhaltige Verankerung zeitgemäßer und bedarfsorientierter Medienbildung ergänzen.

Ziel der Qualifizierung

Das Fachprofil „Jugendmedienarbeit – Jugendliche und digitalisierte Gesellschaft“ soll als modulares Qualifizierungsangebot die Fähigkeiten der Teilnehmenden im Umgang mit digitalen Medienwelten stärken und den Ausbau ihrer Medien- und medienpädagogischen Kompetenzen ermöglichen, um so auch die Implementierung einer zeitgemäßen Medienbildung in den Einrichtungen zu unterstützen.

Dabei soll ihnen ein qualitativ hochwertiges, aktuelles und praxisnahes Fach- und Methodenwissen vermittelt werden, welches direkte Anwendung im Kontext der Einrichtung finden kann und somit eine erfolgreiche Begleitung Heranwachsender als medienkompetente Persönlichkeiten ermöglicht.

Inhaltliche Ausgestaltung

Das Medienensemble Jugendlicher sowie deren Alltagserfahrungen bilden den Ausgangspunkt für die Inhalte der Fortbildung. Dabei werden sowohl Präferenzen, Nutzungsweisen als auch Wissensstand und Kompetenzen junger Menschen hinzugezogen, um adäquat und zielgerichtet auf sie eingehen zu können. Die gesetzten Themen der Qualifizierung orientieren sich an aktuellen Interessenlagen, aktuellen medialen Entwicklungen sowie gesellschaftlich relevanten Thematiken. So soll eine fachgerechte Begleitung, die zielgruppen- sowie bedürfnisorientiert passiert, erreicht werden.

Vor dem Hintergrund des konvergenten Medienhandelns Jugendlicher greifen auch die Module der Fortbildung inhaltlich ineinander und widmen sich wiederholt wichtigen Themenkomplexen wie der Identitätsentwicklung oder dem Jugendmedienschutz in den verschiedenen Medienzusammenhängen.

Bei der Thematisierung problematischer Inhalte wie Squid Game und Phänomenen wie Sexting, Cybermobbing oder Ver-

schwörungserzählungen wird jedoch Wert daraufgelegt, die Mediennutzung nicht nur unter dem Blickwinkel von Extremen zu diskutieren, sondern die weitreichenden Potenziale und die Relevanz von Social Media für die Identitätsbildung und Entwicklung eines jugendlichen Selbstverständnisses sowie die Herausbildung von Kompetenzen Heranwachsender in einer digital geprägten Gesellschaft zu betonen.

Vor dem Hintergrund der digitalen Transformation und der Verstetigung (sozialer) Medien in nahezu alle Alltags- wenn nicht gar Lebenszusammenhänge, erscheint eine Medienpädagogik, die vornehmlich mediale Aspekte fokussiert, nicht mehr zeitgemäß. Was widersprüchlich klingt, wird verständlich, wenn Medien – inklusive ihrer Nutzung wie auch der Auseinandersetzung mit ihnen – nicht mehr additiv betrachtet werden können, sondern als untrennbar verbunden mit dem Kontext, in dem sie in Gebrauch genommen werden bzw. eine Relevanz bekommen. Je enger sich also die Medien(-nutzung) mit der Aneignung, Sozialisation und Identitätsarbeit Heranwachsender verbindet, desto wichtiger wird es, das Individuum selbst mit seinen daraus resultierenden Entwicklungsaufgaben in den Mittelpunkt zu stellen – und im Zusammenhang des jeweiligen institutionellen, pädagogischen Auftrags mögliche Weiterbildungsbedarfe zu identifizieren.

Da auch multikulturelle und genderspezifische Aspekte die Mediennutzung beeinflussen und eine besondere Relevanz für die medienpädagogische Arbeit mit Heranwachsenden haben, wird Diversity in der Qualifizierung durchgängig thematisiert. Im Sinne einer aktiven Medienarbeit sollen die Teilnehmenden in der Fortbildung dazu qualifiziert werden, über die digitalen

Medien Bildungsräume zu eröffnen, soziales Lernen sowie soziale Kompetenzen zu fördern und Medienkompetenz als Querschnittsaufgabe in den Angeboten ihrer Einrichtungen zu verankern.

Umfang der Qualifizierung und Struktur

Das Fachprofil Jugendmedienarbeit umfasst sieben zwei- bis eintägige Präsenzveranstaltungen, die in einem Abstand von etwa vier Wochen stattfinden. Die Qualifizierung wird in einem Blended-Learning-Arrangement realisiert, Praxis- und Selbstlernabschnitte, Fachaustausch und kollaboratives Arbeiten werden über eine entsprechende tutoriell betreute Arbeits- und Lernplattform im Internet begleitet und umgesetzt. Zur Verankerung der Fortbildungsinhalte in der Praxis und Stärkung der Medienpädagogik vor Ort trägt die begleitende Entwicklung, Umsetzung und Dokumentation eines medienpädagogischen Praxisprojektes durch die Teilnehmenden selbst bei.

Im abschließenden Kolloquium stellen die Teilnehmer*innen ihre Praxisprojekte vor und diskutieren gemeinsam aktuelle Entwicklungen und weitere Schritte zur Verankerung medienpädagogischen Handelns vor Ort.

Die Qualifizierung umfasst insgesamt 160 Stunden und setzt sich wie folgt zusammen:

- Präsenzveranstaltungen (7 Module à 1-2 Tage à 8 Stunden) | 96 Stunden
- Entwicklung, Realisierung und Dokumentation eines medienpädagogischen Praxisprojektes | 56 Stunden
- Abschlusskolloquium | 8 Stunden

Die modularisierte Umsetzung legt für jedes Präsenzmodul ein inhaltliches Schwerpunktthema fest. Dabei stehen die einzelnen Module nicht losgelöst voneinander, einzelne Fragestellungen werden in unterschiedlichen Qualifizierungsabschnitten wiederholt aufgegriffen.

Dies Themen setzen bei der jugendlichen Mediennutzung an, berücksichtigen aktuelle Entwicklungslinien der digitalen Welt und setzen wesentliche Aspekte aus Medienpädagogik und Jugendschutz auf die Agenda. Alle Seminarabschnitte erfahren eine praxisnahe Umsetzung.

1 Modul 1 **Digitale Lebenswelt und Jugend**

Vor dem Hintergrund der Forderung gesellschaftlicher Teilhabe wird Medienbildung ein wichtiges Moment souveräner Lebensführung und darf keinesfalls in der pädagogischen Arbeit von Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe fehlen. Um attraktive Angebote zu schaffen, die in der Freizeit von Jugendlichen kontextualisiert sind, erfordert medienpädagogische Arbeit ein grundlegendes Wissen über die digitale Transformation, über aktuelle Techniken und deren Verbreitung sowie über populäre Inhalte. Das erste Modul setzt sich unter Einbeziehung der aktuellen Fachdiskussion u. a. mit dem Begriff der Medienkompetenz und der Überführung der pädagogischen Theorie in die berufliche Praxis auseinander.

2 Modul 2 **Digitale Begleitung**

Durch das Entwickeln einer selbstbewussten und für pädagogische Fachkräfte nachvollziehbaren Haltung zu Medienhandeln, kann eine konkretere medienpädagogische Begleitung geschehen und besser Beziehungsarbeit geleistet werden. Dazu gehört ebenfalls ein inklusiver und gendersensibler Blick auf Medienbildung, um diskriminierenden Strukturen entgegenzuwirken. Eine souveräne Begleitung junger Menschen setzt auch ein Wissen über Funktionsweisen von Social Media sowie damit verbundenen Herausforderungen heraus. Diese werden ausgehend von den Interessen junger Menschen erörtert, analysiert und methodisch eingeordnet.

3 Modul 3 **Digitale Medienproduktion I: Audio**

Podcast, Hörspiel oder Klanggrätsel - das Medium Audio lässt sich vielfältig in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen einsetzen. Zunächst bietet die Vermittlung wichtiger Grundlagen digitaler Audioproduktion die nötige Voraussetzung für die Verbindung mit der Praxis. Das Erstellen eigener Produkte ist unter Heranwachsenden genauso beliebt.

Das Modul thematisiert auch den Umgang mit und das Wissen über Programme, File-sharing oder das Verwenden urheberrechtlich geschützten Materials.

4 Modul 4 **Digitale Medienproduktion II: Video**

Smartphones haben sich in den vergangenen Jahren durch stetig verbesserte

Technik zu sendefähigen Studios im Taschenformat entwickelt. Parallel dazu haben sich Social-Media-Dienste diesem Trend angepasst und unterstützen Videos, Clips, Animationen etc. Jugendliche nutzen diese Formate selbstverständlich und dokumentieren auf diese Weise ihren Alltag. Die praktische Auseinandersetzung mit Film und Video ebnet den Weg zur Angebotsplanung am eigenen Standort, die die Interessen junger Menschen fokussiert, damit sie befähigt sind einen kritischen und reflektierten sowie kreativen Umgang mit multimedialen Netzwerken zu pflegen.

5 Modul 5 **Praxistransfer: Angebote entwickeln**

Zum erfolgreichen Abschluss der Qualifizierung gehört ein in der Einrichtung durchgeführtes Praxisprojekt. Dieses soll optimal begleitet, unterstützt und angeleitet werden. Durch den kollegialen Austausch erhalten die Fachkräfte die Möglichkeit zu erfahren, was gute Praxisprojekte ausmacht, wie diese mit Erfolg durchgeführt und abgeschlossen und vor allem nachhaltig implementiert werden können. Die Etablierung und Erarbeitung guter Medienprojekte kann so erfolgreiche medienpädagogische Arbeit gewährleisten und verankern.

6 Modul 6 **Jugendmedienschutz**

Der gesetzliche Jugendmedienschutz möchte Kinder und Jugendliche vor schädlichen Einflüssen der Medien bewahren. Wenn Heranwachsende digitale Medienwelten nutzen oder ihnen Medien bereitgestellt werden, müssen die gesetzlichen Regelungen berücksichtigt und eingehalten werden. Für viele Pädagog*innen

ist der Jugendmedienschutz jedoch ein unsicheres Terrain. Doch muss im Fokus stehen: Medien bürden sowohl Potenziale, die genutzt, als auch Gefährdungen, die gemindert werden müssen. Das Modul fokussiert die gesetzlichen Bestimmungen der Medienerziehung ausführlich, sodass sich Pädagog*innen sicherer fühlen können.

7 Modul 7 **Demokratiebildung und Medien**

Junge Menschen halten sich in Social Media nicht nur auf, sie partizipieren. Sie haben eine Stimme, die wohl überlegt eingesetzt werden sollte. Dabei sollten sie begleitet werden, damit entstehendem Hass begegnet und dieser verhindert werden kann – durch das Schaffen einer positiven Kommunikationskultur. Das Modul unterstützt pädagogische Fachkräfte dabei, Jugendliche für ein wertorientiertes, demokratisches Verhalten im Netz zu sensibilisieren. Dazu werden Methoden in den Fokus gerückt, die gemeinsame und zielgerichtete Diskussionen erlauben sowie einen Austausch erlauben, der motiviert, sich für Demokratieförderung stark zu machen.

Abschlusskolloquium

Im medienpädagogischen Fachgespräch tauschen sich die Teilnehmenden über die Realisierung der Praxisprojekte aus und widmen sich im weiteren Verlauf aktuellen Fragestellungen von Medien und Gesellschaft sowie der Verankerung der Medienbildung an Standorten der Jugendhilfe. So wird noch einmal Raum geschaffen, um zu reflektieren und Anknüpfungspunkte für die zukünftige medienpädagogische Arbeit zu finden.



Medienpädagogik in der Praxis



Medienpädagogische Arbeit erfordert ein grundlegendes Wissen über die Welt der Medien, über aktuelle Techniken und deren Verbreitung sowie über populäre Inhalte, um attraktive Angebote zu schaffen, die in der Freizeit von Jugendlichen kontextualisiert sind.

Ein wichtiger Teil der Qualifizierung zur Verankerung der Fortbildungsinhalte in der Praxis und Stärkung der Medienpädagogik vor Ort bestand in der begleitenden Realisierung eines medienpädagogischen Praxisprojektes durch die Teilnehmenden selbst. Um Kinder und Jugendliche dabei zu unterstützen, zu handlungsfähigen Bürger*innen in der Mediengesellschaft heranzuwachsen, gilt es Medienkompetenz als Querschnittsaufgabe in den Angeboten der Jugendarbeit, Schulsozialarbeit und den stationären Hilfen zur Erziehung zu verankern.

Die erforderlichen Arbeitstechniken für ein erfolgreiches Projektmanagement wurden während der Fortbildung und dem Modul 5 zur Praxisprojektplanung erarbeitet und durch bereitgestellte Hilfe unterstützt. Während der Praxisarbeit erhielten die Teilnehmenden umfassendes Begleitmaterial zur Strukturierung der Projektidee und Einzelberatungen mit den Dozierenden. Dabei stand die Verbindung von theoretischem medienpädagogischem Wissen und Modellen mit den Interessenlagen der Jugendlichen am Standort im Fokus. Von der Theorie ausgehend wurden so Projekte entwickelt, die den Einsatz von und das Ausprobieren mit Medien und das Thematisieren von Medien im Projekt zusammendenken.

Spezieller Wert wurde auf ein durchdachtes Konzept gelegt, das in seiner Umsetzung das medienpädagogische Vorhaben nachvollziehbar verfolgt, eine ganzheitliche Ausbildung und Förderung von Medienkompetenz anstrebt und sich dabei zeitgemäß an den Bedarfen der Zielgruppe orientiert.

Thematisch wurden dabei viele Aspekte aufgegriffen, die die Alltagswelt der Jugendlichen prägen: zum Beispiel die filmische Auseinandersetzung mit Konflikten und Hass im Netz, die Diskussion von Männlichkeitsbildern und Ansprüchen auf Social Media und die Faszination von Computerspielen. Viele Projekte beschäftigten sich zudem auch mit der Sensibilisierung für Datenschutz, Persönlichkeitsrechte oder angemessenen Inhalten, um sich auch zukünftig verantwortungsbewusst, kritisch und reflektiert im Umgang mit Medien zu bewegen

Die Projekte im Überblick

Förderzeitraum 2022-2023

„M[edi]al Darüber nachgedacht!“ Ein Erklärfilm Projekt	Freital
<p>1 Bei diesem Projekt wurde der Erklärfilm als Medium genutzt, um Schüler*innen einer Oberschule über das Thema Hass und Stress im Netz aufzuklären und sie dafür zu sensibilisieren. Dabei wurden durch einen offenen Austausch Themen identifiziert, diskutiert und später filmisch so umgesetzt, dass sie der weiteren Information dienen können.</p> <p>Hauptziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moralische Dimension der Mediennutzung erkennen • Bewusstsein schaffen für Verhaltensregeln im Netz • Grundlagenvermittlung Filmproduktion • Partizipation und Prävention 	<p>Zielgruppe: Schüler*innen der 7. Klasse der Oberschule Sabel Freital</p> <p>Kontakt: Jugendmigrationsdienst Freital, Caritasverband Dresden e. V., Respekt Coaches</p> <p>Luise Tannert-Löttsch</p> <p>https://www.jugendmigrationsdienste.de/jmd/freital</p>
Podcast „Schon wieder online“	Riesa
<p>2 Mithilfe des Mediums Podcast konnten drei Jugendliche ihre eigene Mediennutzung reflektieren. Durch ein lockeres Gespräch wurden die jungen Menschen ermutigt, sich persönlich mit ihrem eigenen Mediennutzungsverhalten auseinanderzusetzen und gemeinsam und in den Austausch mit anderen gehen.</p> <p>Hauptziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagenvermittlung Produktion eines Podcasts • Förderung der Schöpferischen Fähigkeiten • Reflektion der eigenen Mediennutzung • Förderung der Teamfähigkeit 	<p>Zielgruppe: Jugendliche zwischen 14 und 16 Jahren</p> <p>Kontakt: OUTLAW Kinder- und Jugendhilfe gGmbH, Offenes Jugendhaus Riesa,</p> <p>Paul Krause</p> <p>https://www.outlaw-ggmbh.de/einrichtung/offenes-jugendhaus-riesa</p>

„Boys don't cry“**Dresden****3 Männliche Rollenbilder im Netz - digitale Vorbilder und analoge Kampffessspiele**

Um den Herausforderungen digitaler Lebenswelten geschlechterreflektierend begegnen zu können, wurde in diesem Projekt der Fokus auf die Arbeit mit Jungen gelegt. Sie setzten sich mit männlichen Rollenbildern im digitalen Raum auseinander und wurden dabei bei ihrer eigenen Identitätsfindung begleitet und unterstützt.

Hauptziele:

- Reflektions- und Transformationsprozesse im Alltag anregen
- Männliches Rollenbild (medial) hinterfragen
- Soziale und moralische Dimension des Medienhandelns erkennen
- Eigenverantwortung im Handeln stärken

Zielgruppe:

Schüler der Klassen 5-7 der 121. OS "Johann Georg Palitzsch"

Kontakt:

VSP - Verbund Sozialpädagogischer Projekte e.V.

Daniel Page

<https://www.vsp-dresden.org/>

Ausführliche Beschreibung s. Seite 24

Begleitung des Jugendengagementpreises**Bautzen****4 Mediale Begleitung von Elementen des Jugendengagementpreises im Landkreis Bautzen (JEP)**

Das landkreisweite Projekt „Jugendengagement“ wurde von den Jugendlichen und ehemaligen Jugendjurymitgliedern medial begleitet, mit dem Wunsch den jährlich vergebenen Preis sichtbarer durch gemeinsam generierten Social-Media-Content zu machen.

Hauptziele:

- Sichtbarmachen jugendlichen Engagements
- Darstellung demokratischer Prozesse und Beteiligungsmöglichkeiten
- Produktion von Medieninhalten
- Rechtssicherer Umgang mit Inhalten
- Stärkung der Kooperationsfähigkeit

Zielgruppe:

10 Jugendliche und junge Erwachsene des Medienteams und Jugendjurymitglieder des JEP

Kontakt:

Regionalteam Westlausitz / Netzwerk für Kinder- und Jugendarbeit e.V.

Christoph Semper

<https://www.kijunetzwerk.de/>

Ist das schon was für mich?**Dresden****5 Kinder- und Jugendmedienschutz im Hortalltag**

Schüler*innen der 1. Klasse haben gemeinsam mit der Hortleitung Medien aus ihren eigenen Lebenswelten gesammelt und anschließend auf ihre Altersangemessenheit überprüft und reflektiert.

Hauptziele:

- Stärkung der Entscheidungsfähigkeit
- Wissensvermittlung Jugendmedienschutz
- Stärkung des Beurteilungsvermögens
- Normativ-ethische Einstellung erlangen

Zielgruppe:

19 Schüler*innen der 1. Klasse aus dem Hort „Gorbitzer Sonnenland“

Kontakt:

Hort Gorbitzer Sonnenland, Michael Pietsch

<https://www.gorbitzer-sonnenland.de/hort/>

„Medienverhalten Verstehen, der Dolmetscher“**Dorfhain**

- 6** Damit pädagogische Fachkräfte Kinder und Jugendliche besser unterstützen und diese besser in ihrem Medienhandeln verstehen, entwickeln die Kinder und Jugendliche Wege in diesem Projekt, um ihre Bedürfnisse der Medienutzung so zu erklären, dass sie auf Verständnis stoßen, präziser für sich eintreten und selbst erkennen können, was warum für sie wichtig ist. Dabei soll ein mediales Produkt entstehen, dass als „Dolmetscher“ zwischen Pädagog*innen und Jugendlichen fungiert.

Hauptziele:

- Gegenseitiges Verständnis zwischen jugendliche n und erwachsenen Medienwelten
- Entscheidungsfindung und Eigenverantwortung fördern
- Problemlösungsfähigkeit erkennen
- Technisches Grundwissen

Zielgruppe:

Jugendliche im Alter zwischen 12 und 17 Jahren, Sozialpädagog*innen der Einrichtung

Kontakt:

Deutsches Rotes Kreuz KV Freital e.V. Kinder- und JugendhilfegGmbH, Kinderheim Dorfhain

Noah Kirchkübel

<https://www.drkfreital-kjh.de/>

eSeF goes Instagram**Plauen**

- 7** Im Rahmen einer Mädchengruppe sollte der Instagram gemeinsam mit lebensweltnahen Themen für Kinder und Jugendliche gefüllt werden, um die Jugendlichen selbst im Umgang mit Social Media zu sensibilisieren und den Kanal öffentlichkeitswirksam für die Stadt Plauen zur Information über stattfindende Angebote zu nutzen.

Hauptziele:

- Erstellung von Social Media Posts
- Beteiligung an der Repräsentation des Jugendhauses
- Sensibilisierung im Umgang mit Medien und Datenschutz
- Eigenverantwortliches Produzieren und Folgebewusstsein

Ort: Plauen**Zielgruppe:**

Drei Jugendliche im Alter zwischen 12 und 16 Jahren

Kontakt:

Stadt Plauen
Nadine Wolff

<https://www.plauen.de/esef>

Social Media – Zwei Altersgruppen, zwei Sichtweisen?!**Bad Schlema/Wildbach**

- 8** In dem Projekt wurde Social Media genauer in den Blick genommen, um den eigenen Umgang mit Social Media zu reflektieren und mit anderen Altersgruppen zu vergleichen. Dabei war die Hypothese, dass jüngere Kinder ihr eigenes Nutzungsverhalten noch nicht in dem Umfang wie ihre älteren Peers reflektieren. Demnach sollten auch die älteren Kinder befähigt werden, jüngeren Kindern Tipps zum Umgang zu geben.

Hauptziele:

- Reflexionsfähigkeit
- Unterschiedliche Perspektiven einnehmen können
- Team- und Kooperationsfähigkeit
- Eigene Normen und Werte erkennen und festigen

Zielgruppe:

Konfirmand*innen der 7. Und 8. Klasse

Kontakt:

Evangelische Jugend
Kirchenbezirk Aue

Lene Vogel

<https://jottge.de/>

Wieviel Fake ist real?**Zwickau**

- 9** Stopmotion Film mit selbst gedruckten 3D Figuren zum Thema Selbstinszenierung auf Social Media Plattformen. Erstellung eines Stop Motion Films mit Hilfe von eigens hergestellten 3 D Figuren zum Thema „Selbstinszenierung“, welches im Vorfeld sowohl theoretisch besprochen wie auch selbst reflektiert behandelt wurde, zur Veröffentlichung als eine Art „Beratungsvideo“ auf den Social-Media-Kanälen der Einrichtung.

Hauptziele:

- Selbstinszenierung erkennen und unterscheiden
- Reflexionsfähigkeit gemeinsamer Erfahrungen
- Verantwortungsbewusster Umgang mit der eigenen Darstellung im Netz
- Grundlagenvermittlung Filmproduktion und 3D-Druck

Zielgruppe:

Drei Jugendliche im Alter zwischen 12 und 18 Jahren

Kontakt:

Stadtverwaltung Zwickau, Kinder- und Jugendfreizeitzentrum Marienthal
Amt für Familie, Schule und Soziales

Marie-Luise Heidemann

<https://www.zwickau.de/de/politik/kinder-ujugend.php>

True Story - Was ist euch im Netz schon passiert?**Mölkau**

- 10** Durch einen Austausch mit Kindern und Jugendlichen über Situationen im Netz, in denen sie sich unwohl gefühlt haben, wurden im Anschluss gemeinsam Lösungs- und Handlungsstrategien erarbeitet. Abschließend wurde das Thema in Form eines Trickfilms medial festgehalten.

Hauptziele:

- Digitales Wohlbefinden fördern
- Beurteilungsvermögen stärken
- Rechtliche Vorgaben einordnen können
- Analytische Kompetenz und Folgebewusstsein

Zielgruppe:

2 Jugendliche im Alter von 10-11 Jahren

Kontakt:

Jugendclub Mölkau e.V.,

Pia Meier

<https://jc-moelkau.jim-dofree.com/>

True Story - Was ist euch im Netz schon passiert?**Dresden****11 Märchen neu interpretiert in einer digitalisierten Welt**

Um Kindern spielerisch medienpädagogische Inhalte zu vermitteln, wurden gemeinsam Trickfilme produziert, die sich anhand von drei Märchen mit Themen wie Datenschutz, Stress im Netz, Selbstdarstellung und Fake auseinandersetzen.

Hauptziele:

- Eigene Haltung zu Medien entwickeln
- Technisches Wissen erweitern zum Thema Film
- Reflexion des eigenen Handelns und Nutzungsverhaltens
- Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit

Zielgruppe:

8 Kinder der 4. Klassen
der 15. Grundschule
Dresden

Kontakt:

In VIA Dresden-Meißen
e.V.

Alexandra Knoll

<https://www.jwp-ev.de/>

Social Media Podcast – exzessive Mediennutzung?**Jocketa****12** Gemeinsam wurde ein Podcast aufgenommen und produziert, in dem die Jugendlichen ihre eigene Mediennutzung reflektiert und besprochen haben und diese zu reflektieren.**Hauptziele:**

- Reflexion und Bewusstsein über eigene Mediennutzung erlangen
- Grundvermittlung zur Produktion eines Podcasts
- Folgebewusstsein stärken
- Orientierung geben

Zielgruppe:

4 Jugendliche im Alter
zwischen 14 und 16
Jahren

Kontakt:

Jugend-Werk Pöhl e.V.,
Jugendzentrum Jocketa

Tim Clauß

<https://www.jwp-ev.de/>

„Was ist dieses jUkON eigentlich?“**Leipzig****13 Medienprojekt zur Entwicklung eines Erklär-Videos für die Jugendberatungsstelle jUkON in Leipzig**

Um den Klient*innen der Jugendberatungsstelle jUkON die eigenen Arbeits- und Themenbereiche näherzubringen, wurden Erklärvideos produziert, die in ihrer Handlung ein medienkritisches und mit den alltäglichen Anliegen zu verknüpfendes Thema aufgriffen.

Hauptziele:

- Partizipation und Beteiligung
- Informationsvermittlung digitaler Medien und Technik
- Kooperationsfähigkeit und Entscheidungsfähigkeit
- Reflexion von Werten medialer Themen

Zielgruppe:

Zwei junge Frauen im Alter von 18 und 19

Kontakt: Jugendberatungsstelle jUkON,

Hannes Teschner

<https://www.jugendhaus-leipzig.de/beratung/jukon>

Schau genau hin.**Markkleeberg****14 Ein Medienprojekt zur Sensibilisierung für kinder- und jugendgefährdende Inhalte**

Die Kinder an das Thema „Medienkonsum“ heranzuführen, wird hier als essentiell für gelungene Mediennutzung gesehen. Um sich mit dem Thema auseinanderzusetzen, haben die Kinder Erklärvideos zu altersgerechten Serien und Filmen erstellt.

Hauptziel:

- Vermittlung theoretischer und praktischer Kenntnisse zur Filmproduktion
- Förderung der Kreativität
- Stärkung eigenständiger Mediennutzung
- Folgebewusstsein erlangen

Zielgruppe:

zwei Jugendliche im Alter zwischen 12 und 13 Jahren

Kontakt:

CJD Sachsen, Tagesgruppe „Horizont“ Markkleeberg

Benjamin Wehr

<https://www.cjd.de/de/tagesgruppe-horizont-markkleeberg>

Spielst du noch oder zockst du schon?**Leipzig****15 Ein tiefer Einblick in die Welt der Videospiele**

Gemeinsam mit Schüler*innen verschiedenen Alters wurden Videospiele getestet und gespielt, um ihnen gleichzeitig ein Bewusstsein für den Umfang des Videospielkosmos zu geben und dessen Potentiale, Ressourcen und Herausforderungen zu vermitteln. Damit sollten sie motiviert und befähigt werden, sich auf verschiedenen Ebenen mit Spielen auseinanderzusetzen.

Hauptziele:

- Medienkunde und Erschließung von Videospielen
- Eigenes Handeln beim Spielen reflektieren können
- Angemessene Rezeption erkennen und erlernen
- Verschiedene Konsumebenen des Spielens reflektieren

Ort: Leipzig**Zielgruppe:**

29 Schüler*innen der Lene-Voigt-Oberschule

Kontakt:

Kindervereinigung Leipzig e.V. Freizeitzentrum Paradise

Tino Kneiss

<https://www.kv-leipzig.de/freizeittreff/fzz-paradise-leipzig/>

Medienpädagogisches Konzept für Outlaw Mädchengruppe**Dresden****16 Erstellen eines medienpädagogischen Konzepts für die Outlaw Mädchenwohngruppe Bischofsweg in Dresden**

Das Ziel dieses Projekts war die Erstellung eines medienpädagogischen Konzepts für eine Mädchenwohngruppe mit besonderem Fokus auf Verselbstständigung, Arbeit mit Careleaver*innen und dem Familiensystem.

Hauptziele:

- Implementierung des Konzepts in der ganzen Einrichtung
- Kompetenzförderung für Bewohnerinnen ermöglichen
- Medienkritik und Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens
- Orientierung und Positionierung im Medienhandeln ermöglichen

Zielgruppe:

Bewohnerinnen und Pädagoginnen der Mädchenwohngruppe Bischofsweg

Kontakt:

Outlaw gemeinnützige Gesellschaft für Kinder- und Jugendhilfe mbH

Sylvia Höhne

<https://www.outlaw-ggmbh.de/einrichtung/wohngruppe-bischofsweg>

Ausführliche Beschreibung s. Seite 26

Werbung	Gröditz
<p>17 Wurde alles nochmal poliert oder glänzt es von alleine? Um Werbekampagnen und -schaltungen kritisch zu analysieren und zu reflektieren, untersuchten hier Jugendlichen sämtliche Werbeschaltungen auf verschiedensten medialen Plattformen und sozialen Netzwerken, nach Techniken und Tricks, die in Kampagnen verwendet werden, um dann die Erkenntnisse in kurzen Clips zu erläutern.</p> <p>Hauptziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beeinflussung von Werbung erkennen • Reflexion des eigenen Konsums anregen • Beurteilungsvermögen stärken • Erweiterung technischen Wissens 	<p>Ort: Gröditz</p> <p>Zielgruppe: Jugendliche im Alter zwischen 13 und 20 Jahren</p> <p>Kontakt: Jugendhilfe Gröditz e.V.</p> <p>Pino Schmidt</p> <p>www.juwohaus.de</p>

Digitale Medien, meine Lieblingsbeschäftigung?	Dresden
<p>18 Werde Profi deiner Mediennutzung In diesem Projekt setzten sich die Teilnehmenden mit ihrer eigenen Mediennutzung auseinander. Sie untersuchten wie viel Medienzeit sie am Tag haben, welche Apps sie am meisten benutzen und wie sinnvoll ihre Medienzeit durchgeführt wird. Im Austausch und durch die Produktion eines Podcasts sollten die Kinder und Jugendlichen ihr Mediennutzungsverhalten untersuchen und einen Weg finden, dieses effektiver zu gestalten.</p> <p>Hauptziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompetenz in Recherche und Informationsbeschaffung • Praktische Kenntnisse Audioproduktion • Analyse des eigenen Medienhandelns und Grenzen erkennen • Reflexion und Bewusstsein schaffen 	<p>Zielgruppe: Jugendliche im Alter zwischen 12 und 15 Jahren</p> <p>Kontakt: KINDERLAND-Sachsen e.V.</p> <p>Moritz Neubert</p> <p>https://www.kinderland-sachsen.de/angebote/dresden/schulsozialarbeit-dresden</p>

„Boys don't cry“ Männliche Rollenbilder im Netz - digitale Vorbilder und analoge KampFesspiele

Projektziel Um den Herausforderungen digitaler Lebenswelten geschlechterreflektierend begegnen zu können, wurde in diesem Projekt der Fokus auf die Arbeit mit Jungen gelegt. Sie setzten sich mit männlichen Rollenbildern im digitalen Raum auseinander und wurden dabei bei ihrer eigenen Identitätsfindung begleitet und unterstützt.

Hauptziele

- Reflektions- und Transformationsprozesse im Alltag anregen
- Männliches Rollenbild (medial) hinterfragen
- Soziale und moralische Dimension des Medienhandelns erkennen
- Eigenverantwortung im Handeln stärken

Zielgruppe Jungen der Jahrgangsstufe 5 bis 7 an der 121. OS "Johann Georg Palitzsch" in Dresden

Projektzeitraum März 2023 bis Juli 2023 (Vorbereitungen starteten im Februar 2023 und das Projekt soll nach den Sommerferien wieder aufgenommen werden)

Kontakt Daniel Page
VSP - Verbund Sozialpädagogischer Projekte e.V.
Rathener Str. 115, 01259 Dresden

<https://www.vsp-dresden.org/>

Kinder und Jugendliche sind auf der Suche nach ihrer persönlichen Orientierung. Sie suchen im Alltag und in der medialen Welt nach Antworten, Vorbildern und Idolen. Dabei sich auch mit der eigenen Geschlechtsidentität auseinanderzusetzen, ist Teil der jugendlichen Entwicklung. Durch die erhöhte mediale Sichtbarkeit von Geschlechterrollen in der Gesellschaft, kommen parallel Fragen auf, die das Hinterfragen der eigenen Identität zur Folge haben.

Geschlechterreflektierende Medienpädagogik kann auch bei stereotypen Bildern

von Männlichkeit ansetzen. „Was ist eigentlich Männlichkeit? Wie muss ich als Junge/Mann agieren und was wird in diesem Zusammenhang von mir in der Peergroup und der Gesellschaft erwartet? Muss ich stark sein und darf keine Schwäche zeigen?“ - Diese Fragen leiteten das Projekt „Boys don't cry“, welches mit Jungen der Jahrgangsstufe 5-7 durchgeführt wurde. Alle Jungen haben Migrationsgeschichte und wohnen im Stadtteil Prohlis, welcher einen hohen Prekarisierungsindex in der Dresdener Jugendhilfe hat.

Im Projekt sollen sich die Jungen spielerisch und gestalterisch mit der Frage auseinandersetzen. „Was ist Männlichkeit?“ Durch eine Mischung von Rollenspielen (Kampfspielen), dem anschauen und besprechen von Videos und Musik, die sie hören, sollen die Jungen einen niederschweligen Zugang zum Thema erhalten. Es geht hierbei um eine erste Auseinandersetzung und die Annäherung an zentrale Fragen. Themen wie „Ankommen“, „Integration“, „meinen Platz und meine Rolle finden“, spielen eine große und wichtige Rolle in der Gruppe von Jungen. Fragen nach äußeren Statussymbolen und männlichen Eigenschaften werden häufig gestellt, wie zum Beispiel: „Hast du ein Sixpack?“ und auch bestimmte Klamotten als Statussymbol sind ihnen sehr wichtig. In der Schule erleben sie ihre Welt weitestgehend abgeschottet, da wenig Input von außen gegeben ist. Das Projekt zielte darauf ab, einen Einblick auf Mikro- und Makroebene zu bekommen: Welchen entscheidenden Einfluss digitale Inhalte auf die Sozialisierung der Jungen in der Gesellschaft haben sowie was digitale Medien mit ihrem Selbstverständnis als Jungen haben.

Zunächst wurde das Angebot damit gestartet, die Lebenswelt der Jungen kennenzulernen. Darauf aufbauend wurden die zentralen Fragen des Projekts adressiert und mit Bewegungsangeboten kombiniert. Das bot eine Grundlage, um mit den Jungen in Austausch zu bestimmten Männlichkeitsbildern zu kommen. Im Angebot kamen die Jungen ins Handeln. Sie wurden aufgefordert ihre Medienwelt den anderen zu zeigen. Dies reichte von schnellen Abhandlungen bestimmter Inhalte, über tiefe Gespräche, bei denen gleichzeitig gegoogelt, geredet, gestritten wurde. Hier wurde vor allem die Arbeit mit Musik und Musikvideos

hinzugezogen sowie die Diskussion über Idole im Fußball. Ein Großteil ihrer digitalen Lebenswelt und ihr damit verbundenes Interesse spielt sich in Texten und Darstellung der Rapszene wieder. Der durch eine pädagogische Fachkraft begleitete Austausch erlaubte es, kritische Fragen zu stellen und die Jungen zur Reflexion und Positionierung anzuregen. Die Bewegungsangebote spiegelten ebenfalls das Interesse der Jungen wider: Hier verbanden sich mediale und erlebnispädagogische Inhalte, indem die Kinder bei Kampfspielen oder Fußball in Bewegung kamen und ihre Aktionen per Video festhielten und dann gemeinsam auswerteten. Die vielen Gespräche bieten viel Raum für die Thematisierung mehrerer Anschlussthemen: Neben Männlichkeitsbildern im Rap oder Fußball, soll das Thema Gewalt und Gaming in der Zukunft aufgegriffen werden.

Das Angebot fand über einen langen Zeitraum statt und soll aufgrund des Erfolges auch im neuen Schuljahr fortgeführt werden. Von dieser Kontinuität profitiert das Projekt, da so weder Zwang zur Vollständigkeit der zu behandelnden medienpädagogischer Themen gibt, sowie starkes Vertrauen zu den Teilnehmenden aufgebaut werden kann. Durch das niederschwellige Angebot besteht die Möglichkeit auf die Jungen einzugehen und im Projekt zu beteiligen. Ein Hinterfragen und Reflektieren ist so über einen längeren Zeitraum möglich und bietet den Jungen ihre Rolle und Position im Heranwachsen zu finden. Abschließend gaben die Jungen sehr gutes Feedback, teilten ihre Freude über das Projekt mit pädagogischem Personal und äußerten Spaß daran, sich ausprobieren zu dürfen, gemeinsam Zeit zu verbringen und Raum zu haben, sich über Männlichkeit auf ihre Art und Weise auszutauschen.

Erstellen eines medienpädagogischen Konzepts für die Outlaw Mädchenwohngruppe Bischofsweg in Dresden

Projektziel	Das Ziel dieses Projekts war die Erstellung eines medienpädagogischen Konzepts für eine Mädchenwohngruppe mit besonderem Fokus auf Selbstständigkeit, Arbeit mit Careleaver*innen und dem Familiensystem.
Hauptziele	<ul style="list-style-type: none"> • Implementierung des Konzepts in der ganzen Einrichtung • Kompetenzförderung für Bewohnerinnen ermöglichen • Medienkritik und Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens • Orientierung und Positionierung im Medienhandeln ermöglichen
Zielgruppe	Bewohnerinnen und Pädagoginnen der Mädchenwohngruppe Bischofsweg
Projektzeitraum	Januar bis Juni 2023, Projekt wird bis Oktober 2023 weiterlaufen
Kontakt	Sylvia Höhne Outlaw gemeinnützige Gesellschaft für Kinder- und Jugendhilfe mbH Klarastraße 1, 01099 Dresden https://www.outlaw-ggmbh.de/einrichtung/wohngruppe-bischofsweg

Medienpädagogische Arbeit umfasst auch die konzeptionelle Auseinandersetzung mit digitaler Transformation und die Bedeutung dieser für die eigene Einrichtung. Dieses Projekt widmete sich der Ausarbeitung eines auf die Einrichtung zugeschnittenen medienpädagogischen Konzepts, welches bereits in der Praxis erprobt wurde. Ziel ist es, einen Raum zu schaffen, in dem die Bewohner*innen sich zu medienkompetenten Persönlichkeiten entwickeln können und Pädagog*innen sich bewusst dafür entscheiden, Projekte mit medienpädagogischem Fokus anzubieten.

Das Konzept dient als Handlungsleitfaden

zur Nutzung digitaler Medien, wie auch dem pädagogischen Arbeiten mit der Zielgruppe im Hinblick auf medienpädagogische Themen. Hierbei werden sowohl Denkanstöße für die eigene Arbeit sowie Ideen gegeben, wie junge Menschen im Laufe ihrer Entwicklung im Medienhandeln unterstützt werden können, wie sie selbst aktiv im bewussten Umgang mit Medien und dafür sensibilisiert werden können.

Die Zielgruppe umfasst somit alle Personen, die mit der Einrichtung assoziiert sind: Pädagog*innen, Bewohner*innen als auch im weitesten Sinne Bekannte und Sorgeberechtigte. Insbesondere sollen auch Care-

leaver*innen angesprochen werden, also Personen, die die Hilfe verlassen und zum Teil noch ambulant nachbetreut werden. Die Heranwachsenden, die in der Einrichtung sind, kommen auch sozial prekären Verhältnissen, haben fehlende finanzielle Ressourcen und konfliktbehaftete Familiensysteme erlebt. Die Notwendigkeit einer engmaschigen und sensiblen Begleitung, ist hier wichtig, um auf mögliche Herausforderungen gut eingehen zu können. Deswegen ist auch ein Schwerpunkt die Beziehungsklärung als auch die Stabilisierung von familiären Beziehungsmustern.

Aufgrund gemachter Erfahrung und Zugang zu Information über Medienhandeln, sind viele der Jugendlichen sehr unreflektiert im Netz unterwegs. Einige folgender Erfahrungen wurden bereits gemacht: Sie haben selbst Nacktbilder verschickt, wurden erpresst, haben andere zum Sexting ermutigt, wurden online gemobbt, haben online gemobbt, haben durch unseriöse Käufe Geld verloren und sogar bereits Morddrohungen über das Internet erhalten.

Durch eine engmaschige Betreuung vertrauen die jungen Menschen sich den Pädagog*innen zwar an, meist aber erst, wenn sie keinen Ausweg mehr wissen. Deshalb ist ein klares Ziel des Medienkonzepts Pädagog*innen dahingehend zu ermutigen, dass sie relevante Themen vorher aufgreifen, Handlungsmöglichkeiten besprechen und eine Möglichkeit zum Austausch bieten, um präventiv zu arbeiten.

Während der Entwicklung des Konzepts wurden bereits erdachte Methoden mit den Bewohner*innen erprobt. Dies stieß auf große Resonanz und bot Orientierung für die Fortführung des Konzepts. Besonders

beachtlich war, dass direkt kleine Erfolge mit der Durchführung erzielt werden konnten: Die jungen Menschen erkannten, dass viele ähnliche Erfahrungen gemacht haben und sie sich darüber austauschen können und sollen; Die Relevanz regelmäßiger Angebote und die direkte Implementation wurde auch von den Pädagog*innen sofort erkannt.

Durch den Aufbau der praktischen Elemente, sollen die negativen Erfahrungen der Bewohner*innen aufgefangen und diesen mit klarer Haltung und Wissen begegnet werden. So können zukünftig neue Perspektiven geboten, das Selbstbewusstsein gestärkt und Beratungssicherheit gegeben sein.

Zukünftig soll das Konzept mit den Pädagog*innen ständig weiterentwickelt werden, um der digitalen Transformation und damit einhergehendem Wandel begegnen zu können. Da die konzeptionelle Arbeit eine ganzheitliche Perspektive verlangt, wird das Projekt über den zunächst anberaumten Endpunkt fortgeführt.

**Konzept-
einblick**

- Bestandsaufnahme
 - technische, räumliche, finanzielle Ressourcen
 - Fachliteratur
 - zeitliche und personelle Ressourcen
 - Erwartungen der Zielgruppe und der Pädagog_innen
 - gesetzlicher Rahmen und trägerinterne Bestimmungen
 - Rückblick digitale Angebote
-

**Zielgruppe,
Persona**

- Bewohner_innen
 - Careleaver_innen
 - Pädagog_innen
 - Sorgeberechtigte
-

**Medien-
pädagogi-
sche
Zielstel-
lung/**

- Wie sehen wir digitale Medien?
 - Mit welchem Ziel soll künftig medienpädagogisch gearbeitet werden?
 - Wer wird medienpädagogisch arbeiten und welche Kompetenzen benötigen die Pädagog_innen?
 - In welchem Umfang soll medienpädagogisch gearbeitet werden? (Handlungs- und Themenbereiche, Regeln)
 - Wo soll medienpädagogisch gearbeitet werden? (Einzelarbeit, Alltagsintegration, Gruppenarbeit (Gruppenstunden, Wochenendaktivitäten), Arbeit mit Careleaver_innen, Arbeit mit Sorgeberechtigten Arbeit im Pädagog_innen-Team)
 - mögliche Kooperationspartner_innen
-

Umsetzung

- Angebote/ Umsetzungen und Zuständigkeiten
 - WUP's und kreative Einstiege
 - Gruppenstunde 1: Bedarfsermittlung
 - Gruppenstunde 2: Thema Handy
 - Gruppenstunde 3: Thema Social Media Plattformen
-

**Evaluati-
onsplanung**

Theorie



Geschlechterreflektierende Medienpädagogik

Warum braucht es einen geschlechterreflektierenden Ansatz für die Medienpädagogik?

Johanna Sprenger

Medien sind einerseits Spiegel der Gesellschaft, andererseits können sie Projektionsfläche und Motor für Veränderung sein. Das zeigt sich durch soziale, kulturelle und technologische Entwicklungen: Gesellschaftliche Strukturen, Diskurse und Ängste haben stets einen Einfluss auf die Einordnung und Auffassung neuer Phänomene, Angebote sowie Formate und passieren meist aus hegemonialer Sicht. Auf der anderen Seite bringt die globale Vernetzung, die Möglichkeit des leichteren Zugangs zur Onlinewelt sowie der Einfluss von digitalen auf analoge Medien Sichtbarkeit für marginalisierte Gruppen, Stimmen und Belange, die sonst seltener zu hören wären.

Um genau die Stimmen und Anliegen zu amplifizieren, die gemeinschafts- und gesellschaftsfähiges Medienhandeln in den Fokus rücken, braucht es neue Ansätze für die Medienpädagogik. Geschlechterreflektierende Medienpädagogik nimmt die Diskussion über Geschlecht aber auch die Darstellung von Geschlecht mit, durch und in Medien in den Blick. Vor allem werden patriarchale Strukturen kritisiert, die Sichtweise, mit der auf Geschlecht geschaut wird, verändert und Bewusstsein für Geschlechtervielfalt in Gesellschaft und damit in den Medien gelegt.

Entwicklung und Orientierung

Um patriarchale Systeme und stereotype Rollenbilder in den Medien sowie die aus den Medien erlernte Rollenauffassung zu hinterfragen, braucht es neue Ansätze der Orientierung. Hier angesetzt, wird deutlich, welche Relevanz ein geschlechterreflektierender Ansatz für die medienpädagogische Arbeit hat. Medien sind und bleiben Orientierungsangebote, auch wenn die von einer Person intendierte Nutzung nicht die der Orientierung gewesen ist¹. Verhalten wird hier entweder aufgezeigt oder eingeordnet in und durch Medien, um zu hinterfragen und neue Prozesse anzustoßen. Das sich mit Medien orientieren, hat demnach gleichzeitig einen Effekt auf Bewertung und Ausprägung eigener Wertvorstellungen sowie die Aneignungsprozesse Inhalten, was gesellschaftliche Teilhabe ermöglicht.²

Relevant ist vor allem der Blick auf die Entwicklung junger Menschen. Gründe, warum Mediennutzung einen hohen Wert erhält, sind die vielen Entwicklungsprozesse, die durch und mit Medien passieren. Die Bewältigung verschiedener Entwicklungsaufgaben wird durch das eigene Medienhandeln beeinflusst, sowohl positiv als auch negativ, indem Entwicklung gestärkt oder gehemmt wird. Verschiedene für die Entwicklung relevante Prozesse werden durch und in Medien ausgehandelt, erprobt und gefestigt.

¹ Vgl. Krotz 2018

² Vgl. Bröckling 2018

Nach Klaus Hurrelmann³ ist die Entwicklung der eigenen Geschlechterrolle eine der zentralen Aufgaben in der Entwicklung, die eng verschränkt ist mit der Ausbildung der eigenen Identität, der Darstellung dieser, dem Beziehungsaufbau mit Personen in unserem Umfeld wie Familie, Partnerschaften oder Freundschaften sowie der damit verbundenen gesellschaftlichen Teilhabe. Das Verständnis von Geschlecht und den damit verknüpften Annahmen über Geschlecht in der Gesellschaft haben Einfluss auf die erfolgreiche Bewältigung verschiedener Entwicklungsschritte. Schon im Grundschulalter beginnt die Aneignung und das Auseinandersetzen mit einer eigenen Geschlechterrolle, während das Erleben dieser mit zunehmendem Alter an Priorität in der Jugend gewinnt in Bezug auf das Ausbilden der eigenen (Geschlechts-) Identität, der sexuellen Orientierung und dem Austesten von Beziehungserfahrungen.

Gender und Digitale Medien

Die Entwicklung Heranwachsender steht nicht unabhängig von verfügbaren Medienangeboten, die klassische Rollen und Geschlechterstereotypen reproduzieren und dabei als feste Orientierungsgröße Einfluss nehmen. Ein Blick in verschiedene Studien zeigt, dass digitale, aber auch „klassische“ Medienangebote binäre Strukturen, heteronormative Rollenvorstellungen und bestimmte Inszenierungsmuster verstärken⁴.

Dabei werden nicht unbedingt neue Wertvorstellungen erfunden, aber bereits bestehende verfestigt⁵.

Während jüngere Kinder eher Idole und Vorbilder in „klassischen“ Medien wählen und erleben, nimmt Social Media im Jugendalter einen höheren Stellenwert ein. Doch wen und was sie in Medien erleben, hat Auswirkung auf die Vorstellung von der Übernahme der eigenen Geschlechterrolle, die Ausbildung eigener Interessen und die Aneignung und Inszenierung existierender Codes. So werden Stereotype stets reproduziert:

„Die Social-Media-Angebote des Mainstreams sind von geschlechterstereotypen, heteronormativen Darstellungen geprägt. Dies gilt sowohl für bestimmte Inszenierungsformen als auch für die thematische Ausrichtung der Inhalte. [...] Vor allem englischsprachige Studien zeigen jedoch, dass nichtstereotype und nichtheteronormative Darstellungen vor allem in Nischenangeboten sichtbar werden.“⁶

Des Weiteren gibt es erkennbare Muster bei dem, wer oder was zu sehen ist: Heteronormative Personen sind reichweitenstärker und überrepräsentiert bzw. haben mehr Chancen auf eine hohe Reichweite⁷ und damit queere Frauen oder Personen, Frauen mit Migrationshintergrund oder Behinderung seltener zu sehen, die Darstellung von Frauen orientiert sich meist an rigiden Normvorstellungen und Schönheitsidealen⁸.

³ Vgl. Quenzel & Hurrelmann 2022

⁴ Vgl. Prommer, Wegener, Linke 2019; Götz & Prommer 2020; Stüwe, Wegner & Prommer 2020; vom Orde 2020; Koschei 2021; Prommer, Stüwe, Wegner 2021

⁵ vom Orde 2020: 13

⁶ Koschei 2021: 4

⁷ Prommer, Wegener, Linke 2019

⁸ Götz 2019

und normierte Rollenbilder und sexualisierte, als weiblich codierte und gelesene Inszenierung bei Frauen bzw. Mädchen sowie Maskulinität und hohe Fitness bei Männern bzw. Jungen führen zu mehr Erfolg auch in digitalen Medienangeboten wie Youtube⁹. Das heißt, dass sowohl die Medieninhalte im Mainstream Grund für die Verfestigung bestimmter Stereotype sein können als auch bestehende Rollenbilder dazu führen, dass insbesondere stereotype Darstellungen von Heranwachsenden favorisiert und identifiziert werden.

Diese Art der Wahrnehmung und Verfestigung von Stereotypisierung und Rollenverständnis bedeutet auch, dass sich mit bestimmten Risiken auseinandergesetzt und diese medienpädagogisch aufbereitet werden müssen. Zu sehen, dass Geschlecht hierbei oft eine Rolle spielt, ist unabdingbar, um sich den Herausforderungen adäquat widmen zu können. So können Probleme wie Hate Speech geprägt sein von Frauenhass, zusätzlich verschränkt mit Diskriminierungsmechanismen wie Rassismus, Ableismus und Queerfeindlichkeit. Sexualisierte und sexuelle Gewalt kann auf Rollenbilder zurückgeführt und diesen ungenügend begegnet werden oder Selbstinszenierung großem Schönheits- und Körperdrucks unterliegen.

Chancen und Ausblick

Analysen zu Gender und Medien unterliegen oft der Untersuchung bereits bestehender Stereotype, da diese fest verankert im Mainstream sind¹⁰,

doch weist Social Media eine Bandbreite an Möglichkeiten und Alternativen auf, um genau diese stereotypen Sichtweisen zu durchbrechen.

So identifizierte Döring¹¹, dass gerade auf YouTube queere Identitäten häufiger präsent sind, da die Plattform eine niedrigschwellige Einstiegsmöglichkeit bietet. Auch auf TikTok und Instagram finden sich eine Vielzahl alternativer Informationsangebote und Personen, die Content bereitstellen, der normative Vorstellungen und Darstellungen hinterfragt.

Digitale Medien und klassische Medien können stereotypisierte Prozesse und normierte Vorstellungen im Mainstream verstärken oder bestätigen, aber auch Möglichkeit bieten, um diesen entgegenzuwirken. Denn digitale Medien können Bedürfnisse wie „Information, Orientierung, Austausch, Unterstützung [geben] und geschützten [Raum] für die Entfaltung ihrer eigenen Persönlichkeit“¹² bieten. Die pädagogische Aufgabe liegt in der digitalen Begleitung, die ebendort ansetzen kann – im Erkennen der Relevanz von Inhalten, dem Vorschlagen von Alternativen oder dem Stattfinden von wertfreien Gesprächen über das Erlebte.

Ausgehend vom Einfluss medialer Angebote sowie der Produktion dieser, ist der Austausch, das Erproben aber vor allem auch das Hinterfragen normierter Ideale eine wichtige Aufgabe, die Raum gibt Geschlechterstereotype so zu thematisieren, dass Medienangebote angepasst, kritisch

⁹ Gebel & Oberlinner 2018: 40; Linke et al. 2018

¹⁰ Koschei 2021: 18

¹¹ Döring 2015

¹² Koschei 2021: 19

hinterfragt oder neuinterpretiert werden können. Von Netflix bis Social Media gibt es die Möglichkeit einer diversen und vielfältigen Darstellung, die das Potenzial birgt, stereotypen Angeboten den Rang abzulaufen. Doch passiert das nicht allein, weil Angebote existieren, sondern nur dann, wenn Sichtbarkeit für Vielfalt geschaffen wird. Junge Menschen werden im Aufwachsen und auch dem Erleben von Medien, dem Ausbilden eigener Interessen und Vorlieben immer beeinflusst von Personen, die sie bei diesem Prozess begleiten. Das können neben Eltern, der erweiterten Familie oder Sorgeberechtigten auch Lehrkräfte, pädagogische Fachkräfte und Peers sein. Ihr Medienensemble ist somit nie unabhängig von Werten und Einstellungen anderer und den damit verbundenen Möglichkeiten. Gerade in der Kinder- und Jugendarbeit ist es unabdingbar sich mit Geschlechterrollen und Stereotypen auseinanderzusetzen, wenn medienpädagogisch gearbeitet wird. Medienpädagogische Arbeit kann nicht unabhängig von gesellschaftlichen Entwicklungen, Vorstellungen und Normen stehen und ist somit in der Pflicht, kritisch auf Angebote und Herangehensweisen zu blicken.

In der Einrichtung sollte somit ein Raum geschaffen werden, der es Kindern und Jugendlichen ermöglicht geschützt Fragen zur eigenen (Geschlechts-)Identität zu stellen, diese zu erproben und darin selbstwirksam und bewusst Entscheidungen treffen zu können. Das setzt eine professionelle Haltung und Beratungskompetenz voraus, die Heranwachsende im Zusammenhang mit Familie und Peers wahrnimmt und ihre Lebenswelt verbunden mit eigenen Interessen, Wünschen und Kapazitäten miteinbezieht.

Um geschlechterreflektierend zu arbeiten, benötigt es eine Auseinandersetzung mit den eigenen Werte- und Normvorstellungen sowie der aktiven Arbeit an der eigenen Haltung und Sprache. Das Auseinandersetzen mit der eigenen Haltung in der sozialen Arbeit in Bezug auf einen geschlechterreflektierenden Ansatz, bringt so ein Grundverständnis für Methodiken und Herangehensweise in der Arbeit mit Medien. Hier kann aktive Medienarbeit anschließen, zu der gehört, dass Medien nicht nur als Medium an sich, sondern als feste Entität und gleichzeitig Lebenswelt Jugendlicher fungiert und dementsprechend Raum geben für das Verstehen, Ausbilden und Erproben eigener Werte. Methoden müssen bewusst Ausrichtung finden auf Themen, die hinterfragt werden sollen. Außerdem ist es wichtig, beratungskompetent zu agieren und zusätzliche Möglichkeiten der Beratung für Jugendliche anzubieten und auf diese zu verweisen.

Geschlechterreflektierende Arbeit muss zudem intersektional sein, das heißt, dass verschiedene Formen der Diskriminierung mit Geschlecht verschränkt sind. Wie auch die vorgestellten Studien zeigen, kann geschlechterbasierte Diskriminierung in Zusammenhang mit Rassismus, Ableismus oder Queerfeindlichkeit auftreten. Das muss bei der Entwicklung von Angeboten für die Arbeit mit Kindern und Jugend sowie Beratungen in Betracht gezogen und aktiv miteingebunden werden.

Zusammenfassung

Medienpädagogik kann von einem geschlechterreflektierenden Ansatz profitieren und die pädagogische Haltung im Umgang mit Medienangeboten und -inhalten schärfen. Da sich Kinder und Jugendliche

bereits frühzeitig mit Geschlecht auseinandersetzen, ihre Norm- und Wertevorstellungen sowohl stark geprägt sind von ihren Begleiter*innen als auch medialen Vorbildern, gilt es sie dabei zu unterstützen einen kritischen Blick auf gesellschaftliche Normen zu legen, Alternativen anzubieten oder sie bei der Erprobung der eigenen Geschlechterrolle zu stärken. Dabei gilt es zu beachten, dass normierte Rollenbilder von Geschlecht, Prozesse der Selbstinszenierung in digitalen Medien, Repräsentation und Sichtbarkeit von geschlechtlicher Binarität einen Einfluss auf das Erleben der

eigenen Identität haben werden. Das aktive Auseinandersetzen mit Stereotypen sowie alternativen Angeboten, die ein vielfältiges und intersektionales Gesellschaftsbild zeichnen, gehört zu wichtigen pädagogischen Begleitungsaufgaben sowie der kritische und wertfreie Austausch mit Kindern und Jugendlichen über ihr Medienerleben und ihre eigene Identität.

Literatur und Quellen

Bröckling, Guido (2018): Orientierung als zentrales Moment kritischer Medienpädagogik. In: medien + erziehung (merz). Zeitschrift für Medienpädagogik, Jg. 62, Nr. 3, 2018, S. 16-23.

Döring, Nicola (2015): Die YouTube-Kultur im Gender-Check. In: medien + erziehung (merz). Zeitschrift für Medienpädagogik, Jg. 59, Nr. 1, S. 17-24.

Gebel, Christa & Oberlinner, Andreas (2018): „Das GEHEIMNIS meines ER-FOLGES“. Orientierungspotenzial von YouTube-Stars. In: medien + erziehung (merz). Zeitschrift für Medienpädagogik, Jg. 62, Nr. 3, S. 38-43.

Götz, Maya (2019): „Man braucht ein perfektes Bild“. Die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram. In: TelevIZion Digital, 1, S. 9-20.

Götz, Maya & Prommer, Elizabeth (2020): Geschlechterstereotype und Soziale Medien. Expertise für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung. Berlin: Deutsche Bundesregierung. Abrufbar unter: <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/227380/f33b023d7b5496e7b4b5b77c4cfac9f7/goetz-maya-prommer-elizabeth-geschlechterstereotype-und-soziale-medien-data.pdf> [Stand: 21.08.2023]

Koschei, Franziska (2021): GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen. Wissenschaftliche Grundlegung für die Entwicklung von Arbeitshilfen für die Jugendsozialarbeit an Schulen. Aufarbeitung des ak-

tuellen Forschungsstands. Herausgegeben vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. München: Arbeitspapiere aus der Forschung, 3.

Krotz, Friedrich (2018): Orientierung durch Medien. In: medien + erziehung (merz). Zeitschrift für Medienpädagogik, Jg. 62, Nr. 3, S. 10-15.

Prommer, Elizabeth; Wegener, Claudia; Linke, Christine (2019): Selbstermächtigung oder Normierung? Weibliche Selbstinszenierung auf Youtube. In: TelevIZlon Digital, 1, S. 11-15.

Prommer, Elizabeth; Stüwe, Julia; Wegner, Juliane (2021): Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität. Institut für Medienforschung, Universität Rockstock. Gefördert von Film- und Medienstiftung NRW, Medienboard Berlin-Brandenburg, Filmförderanstalt FFA, FilmFernsehFonds Bayern, ARD, ZDF, RTL Deutschland, ProSiebenSat.1 und MaLisa Stiftung.

Quenzel, Gudrun und Hurrelmann, Klaus (2022): Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Forschung. 14. Auflage. Weinheim Basel: Beltz Juventa.

Rösch, Eike (2017): Aktive Medienarbeit. In: Bernd Schorb, Anja Hartung-Griemberg und Christine Dallmann (Hg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. München, 9-14.

Stüwe, Julia; Wegner, Juliane; Prommer, Elizabeth (2020): Junge Frauen sind das Gesicht von TikTok. Eine Studie zu Geschlechterdarstellung auf TikTok. In: TelevIZlon Digital, 1, S. 1-3.

Vom Orde, Heike (2020): Geschlechterdarstellungen in den Medien: eine unendliche (Klischee)Geschichte. In: BPJM Aktuell, 2. Berlin: Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz.

Die Autorin

Johanna Sprenger hat Gender Studies sowie Kommunikations- und Medienwissenschaften studiert und arbeitet als Medienpädagogin bei Bits 21. Sie legt besonderen Fokus auf die Reflexion und Auseinandersetzung mit Gender in Medienkontexten sowie Social Media und Herausforderungen in der medienpädagogischen Begleitung Jugendlicher.



Generative Künstliche Intelligenz und Ethik

cc-by Stefan Ullrich

Der Begriff »Künstliche Intelligenz« (»KI«) ist aus der Verlegenheit entstanden, einen Namen für ein Forschungsfeld rund um automatisierte Symboltransformation zu finden, der für Fördergelder geeignet ist. Im Englischen ist der Begriff passend, dort bedeutet »intelligence« unter anderem auch das Zusammentragen von Informationen. Im Deutschen verbinden wir mit »Intelligenz« hingegen kognitive Fähigkeiten, und allein die damit erweckten Erwartungen sorgen seit Jahrzehnten für ausreichend Wagniskapital. Der Computerpionier Joseph Weizenbaum (1923-2008) schrieb in den 1960er Jahren einen Chatbot namens ELIZA, eine Vorläuferin von ChatGPT. Das Programm war im technischen Sinne sehr einfach, es bestand aus wenigen Zeilen Quelltext mit einer Sammlung von Stichwörtern und Blaupausen für Sätze. Es hatte jedoch einen genialen Kniff: ELIZA simulierte Interesse an der Person, die die Eingaben vornahm. »Das ist sehr interessant. Bitte erzählen Sie mir mehr davon!«. Endlich jemand, der mir zuhört! Die Menschen ließen sich bereitwillig täuschen – und das schockierte Weizenbaum: »Diese Reaktionen auf ELIZA haben mir deutlicher als alles andere bis dahin Erlebte gezeigt, welch enorm übertriebenen Eigenschaften selbst ein gebildetes Publikum einer Technologie zuschreiben kann oder sogar will, von der es nichts versteht.«¹

Nicht nur die tatsächlichen Leistungen von Technik, sondern auch deren Zuschreibungen besitzen eine gesellschaftliche Wirkung. Das wusste auch schon der KI-Pionier Alan Turing (1912-1954), der einen Test für Künstliche Intelligenz vorschlug: Wenn (hinreichend viele) Menschen ihr Gegenüber für intelligent halten, dann ist es intelligent. KI wird zur selbsterfüllenden Prophezeiung. Wenn genügend Personen mit Entscheidungsbefugnis davon überzeugt sind, dass KI für den Verlust von Arbeitsplätzen verantwortlich sein wird, dann werden eben diese Personen ihre Mitarbeitenden entlassen, das Personalgeld in Sachmittel umwidmen und Rechenzeit auf Supercomputern kaufen. Technisch Versierte warnen vor dieser Entwicklung, kennen sie doch die »Ghost Working Force of Artificial Intelligence«: Unzählige Click-Worker tragen Daten zusammen, etikettieren sie digital, versehen sie mit Schlagwörtern und helfen beim so genannten Training von Machine-Learning-Systemen². Der Korpus der Daten stammt von Kreativen, also Autor*innen, Künstler*innen, Forscher*innen, kurzum: von Menschen. Die Ergebnisse gegenwärtiger KI-Systeme sehen so überzeugend aus, weil unzählige Menschen an diesem Prozess beteiligt sind. Eine KI, die nur mit dem Output von anderen KI-Systemen trainiert wird, die wiederum Daten

¹ Joseph Weizenbaum: Die Macht der Computer und die Ohnmacht der Vernunft, suhrkamp 1978, S. 20.

² vgl. Kate Crawford: Atlas of AI, Yale University Press 2021, Kapitel 2 ab S. 53.

anderer KI-Systeme zur Grundlage genommen haben, wird Ergebnisse liefern, die andere KI-Systeme für plausibel erachten – ob wir Menschen das ebenso plausibel finden, wird mathematisch gesehen immer unwahrscheinlicher, je öfter es wiederholt wird.

MärchenGPT – Blaupause für eine selbstprogrammierte generative KI

Angenommen, wir wollen ein System programmieren, das Texte generieren kann, die plausibel ein Märchen darstellen sollen³. In der ersten Phase würden wir dann alle Märchenbücher aus allen Bibliotheken Deutschlands einlesen⁴, dabei unterteilen wir die Texte in kleinste Abschnitte, die Token genannt werden. Bei Texten sind dies typischerweise die Einzelwörter. Milliarden dieser Token sind die Basis eines großen Sprachmodells (engl. Large Language Model, LLM). Dann geben wir ein Token/Wort vor und lassen das System raten, welches Wort als nächstes kommt. Das funktioniert genauso wie auf Ihrem Handy, wenn Sie eine Nachricht schreiben. In einem Märchen wird »Es war__« vielleicht zu »Es war einmal«. Der Satz »Es war einmal ein Ritter, der wollte einen Drachen__« wird vielleicht mit »erlegen« oder, wer weiß, mit »retten« ergänzt. Diese Vorhersage wird mit bekannten Texten verglichen und bekommt je nach Qualität eine Schulnote. Dies geschieht milliardenfach und ohne menschliche Interaktion über mehrere Tage, Wochen, Monate.

In der zweiten Phase nehmen wir das vortrainierte Modell, das stets eine 1 im Schulfach »Vorhersage« hatte, und formulieren ein Ziel. Für unsere generative Märchen-KI erstellen wir dazu manuell Beispiele für eine Interaktion. Wir geben einen so genannten Prompt vor, hier markiert mit >>>. Dann erstellen wir die zugehörige Antwort, hier markiert mit <<<.

Beispiel:

>>> Schreibe den ersten Satz eines Märchens.
<<< Es war einmal ein Ritter, der wollte einen Drachen retten.

Dies ist nur ein Beispiel, in der Praxis werden zehntausende Beispiele benötigt, die von Hand geschrieben werden. In der anschließenden Phase entwickeln wir ein »Train Reward Model«. Unser System liefert mehrere Antworten und Menschen bewerten die Güte (beispielsweise die Plausibilität eines Märchens). Nun setzen wir ein weiteres Machine-Learning-Modell ein, das diese Rangliste vorhersagt. Zu diesem Zeitpunkt haben wir also ein KI-System, das Märchen generiert und ein zweites, das die Güte automatisiert bewertet. Das Ergebnis dieser Bewertung fließt wieder in das erste Modell ein.

Vor der finalen Phase müssen wir uns noch entscheiden, wie quellentreu die Ausgaben unseres Systems sein sollen, ob das generierte Märchen eher wie eine Collage bekannter Märchen aussehen soll (im Stil einer plagiierten wissenschaftlichen Arbeit)

³ Zur Funktionsweise von ChatGPT siehe den Vortrag von Johanna Rock und Gabriel Schanner: How to get by with AI: AI Tooling and how it's changing everything we do, online unter <https://media.ccc.de/v/glt23-395-how-to-get-by-with-ai-ai-tooling-and-how-it-s-changing-everything-we-do-#t=885> (ab Minute 15:00).

⁴ Das entspricht ungefähr dem Trainingsmaterial von ChatGPT 3.5. Die aktuelle Version dürfte wesentlich mehr Quellenmaterial verarbeiten.

oder auch stärker abweichen darf. Diese Abweichungen werden im Fachjargon »Halluzination« genannt. Diese letzte Phase ist dann die Prompt-basierte Vorhersage, hier in unserem Beispiel wird nichts mehr angepasst, das ist das, was die Nutzer*in sieht. Fertig ist unsere KI. Und wenn sie nicht reguliert wurde, halluziniert sie auch noch heute.

Reflexionen zu generativen KI-Systemen
Ein generatives KI-System erzeugt plausible Texte, nicht wahre oder faktenbasierte. Das Optimierungsziel eines solchen Systems ist Plausibilität für eine hinreichend große Zahl von Menschen. Das erklärt auch, warum solche Systeme beispielsweise recht gute Boulevard-Berichte schreiben können, aber keine mathematischen Fachaufsätze. Ein KI-System kann keine logischen Schlüsse vornehmen oder gar verstehen, was der ausgegebene Text bedeuten soll. Eine neue Lesekompetenz ist daher nötig, eine AI Literacy, die es Nutzer*innen solcher Systeme ermöglicht, die Ergebnisse einzuordnen. Gegenwärtig vertrauen wir den Autor*innen der Texte, dass sie schon wissen, worüber sie schreiben. Doch was, wenn es keine Autor*in im klassischen Sinn gibt? Die Frage des Vertrauens ist eng mit der Frage der Korrektheit und des Wissens verbunden. Doch auch Personen, die diese Systeme nicht nutzen, sind von den Auswirkungen betroffen.

Sei es als Jobsuchende, Asylsuchende, Konsument*innen oder einfach als Menschen, die innerhalb der planetaren Grenzen zu leben versuchen. Ein großes Sprachmodell wird mehrere Monate auf Hochleistungsmaschinen trainiert und verbraucht dementsprechend viel Strom und andere Ressourcen, in der Größenordnung von rund 100 Haushalten.⁵ Hinzu kommen die Umweltkosten der Förderung von Materialien für die Computerproduktion sowie die sozialen Kosten der Manufaktur.

Über die Chancen und Grenzen von KI-Systemen ist schon viel geschrieben worden⁶, daher möchte ich an dieser Stelle nur eine fundamentale Schwäche abschließend beleuchten. Datengestützte KI-Systeme benötigen Daten. Das heißt, dass diese Daten auch verfügbar sein müssen. Es gibt zwei wesentliche Gründe, warum bestimmte Daten nicht verfügbar sind: Erstens kann nur das gemessen werden, was messbar ist; zweitens wird nur das gemessen, was den Aufwand der Messung wert ist. Die daraus resultierende Datenlücke zeigt sich überall dort, wo es nicht um die Mehrheitskonsumgesellschaft geht. Dies führt zu einer falschen Datenrepräsentation der Gesellschaft⁷, zudem werden durch die auf falschen Annahmen basierende Datafizierung bestehende Ungleichheiten verstärkt.⁸

⁵ Hugo Touvron et al., LLaMA: Open and Efficient Foundation Language Models, Meta AI, 2023, arXiv 2302.13971v1, S. 11.

⁶ Dazu Stefan Ullrich: Data, Algorithms, and Ethics: Calculating instead of deciding, IPPi Backgrounder on Digital Transformation, 2022, <https://www.ippi.org.il/data-algorithms-and-ethics-calculating-instead-of-deciding/>.

⁷ Caroline Criado-Perez: Unsichtbare Frauen. Wie eine von Daten beherrschte Welt die Hälfte der Bevölkerung ignoriert, Penguin Random House 2020.

⁸ Virginia Eubanks: Automating Inequality, St. Martin's Publishing Group 2018.

Gemeinwohlorientierte und umweltgerechte Künstliche Intelligenz

Joseph Weizenbaum hat sich immer aufgeregt, wenn die Rede davon war, dass der technische Fortschritt ganz von selbst vonstatten geht, als ob es keine Partikularinteressen großer Firmen gebe, die hinter der Technikentwicklung stecken. Es sind letztendlich Menschen, die darüber entscheiden, ob und wie die Technik den Menschen dienen soll. Menschenrechtsmissachtende Praktiken, wie beispielsweise die totale und totalitäre Verhaltensforschung von Individuen zu Werbezwecken oder aus politischen Gründen, entstehen nicht zwangsläufig durch den Einsatz von Digitaltechnik oder KI, sie sind die Folge entsprechender Geschäftsmodelle. Erfreulicherweise gibt es abseits des Mainstreams auch Projekte, die KI für den Umwelt- und Klimaschutz einsetzen, vom Smarten Bienenstock der BeeObserver⁹ bis zur intelligenten Bewässerungsvorhersage von Stadtbäumen bei den Qtrees¹⁰. KI kann gemeinwohlorientiert eingesetzt und entwickelt werden, um für

bessere Inklusion und gesellschaftliche Teilhabe zu sorgen, wie unter anderem das interministerielle Projekt Civic Coding zeigen möchte.¹¹ Der momentan eingeschlagene Irrweg der KI-Entwicklung muss nicht bis zum bitteren Ende gegangen werden, der Weg zu einer gemeinsamen digitalen Zukunft kann von uns allen gemeinsam eingeschlagen werden. Dieser zweite Weg ist allerdings recht mühsam, Sie müssen sich nicht nur Ihres eigenen Verstandes bedienen, sondern sich auch ein wenig mit den, zugegebenermaßen langweiligen, technisch-mathematischen Wissenschaften beschäftigen. Damit nicht genug; Sie als in der Bildung tätige Menschen werden aktiv bei der Überwindung der Digitalen Spaltung der Gesellschaft mitarbeiten müssen und sich darauf einlassen, eine Einigkeit erzielen zu wollen bei der Beantwortung der Frage, in welcher digitalisierten Welt wir eigentlich leben wollen.

>>> Wie sieht unsere gemeinsame digitale Zukunft aus?

9 Eine Dokumentation des Projektes ist unter <https://community.hiveeyes.org/t/bee-observer-online-dokumentation/2823> zu finden.

10 QTrees steht für Quantified Trees – Intelligente Bewässerungsvorhersage für Stadtbäume, ein vom Bundesumweltministerium gefördertes Projekt. Online unter: <https://qtrees.ai/>.

11 »Civic Coding Innovationsnetz KI für das Gemeinwohl« ist eine Initiative der drei Ministerien für Arbeit, Frauen, Umwelt. <https://www.civic-coding.de/>.

Der Autor

Stefan Ullrich ist promovierter Informatiker und Philosoph. Er forscht und publiziert seit 2009 zu Fragen der Ethik in der Informatik. Weitere Themenschwerpunkte sind Wissenswerkzeuge, Digitale Bildung, Politische Informatik, Öffentlichkeit & Aufklärung, Geschlechtergerechtigkeit, Gemeinwohl, Umweltgerechtigkeit.

Er ist Mitherausgeber von:

Gewissensbisse – Fallbeispiele zu ethischen Problemen der Informatik, transcript 2023 (ISBN 978-3-8376-6463-8).

BITS 21 – Qualifizierung im Kontext von Bildung und Medien



BITS 21 ist eine Fortbildungseinrichtung mit medienpädagogischem Schwerpunkt und richtet sich mit ihren Angeboten an pädagogische Fachkräfte in Kita, Schule und Jugendarbeit.

In Trägerschaft des Fördervereins für Jugend und Sozialarbeit (fjs e. V.) werden seit dem Jahr 2000 regional und bundesweit Qualifizierungen für pädagogische Fachkräfte und Eltern zur Stärkung der Medien- und medienpädagogischen Kompetenz durchgeführt sowie Projekte zur Förderung

der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen begleitet. BITS 21 kooperiert mit regionalen Partnern und entwickelt weitere Angebote zum Management und zur Professionalisierung von Bildungseinrichtungen.

Das Hauptaugenmerk der Geschäftstätigkeit von Bits 21 liegt in der Gestaltung von Bildungsprozessen und Lernarrangements in der medienpädagogischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen. Dabei geht es um die Schaffung attraktiver Freizeit- und

Bildungsangebote für junge Menschen und um informelle sowie formale Bildungsprozesse in entsprechender Fokussierung in der Weiterbildung der Fachkräfte. Schwerpunkte sind die Gestaltung von Lern- und Arbeitsprozessen im Sinne eines lebenslangen und lebensbegleitenden Lernens, die Anpassung an den sich wandelnden Arbeitsmarkt mit der Sicherstellung von Beschäftigungsfähigkeit und Unterstützung von Wiedereinstieg und Veränderungsprozessen im beruflichen Alltag der Teilnehmenden.

Unsere Fortbildungen fokussieren:

- eine alltagsintegrierte, ganzheitliche, nachhaltige, kompetenz- und lebensweltorientierte Medienbildung
- die Förderung von Medienkompetenz & medienpädagogischer Kompetenz
- die Bildung interdisziplinärer Schnittmen-

gen (z.B. Sprachbildung, diversitätssensible Pädagogik, Naturwissenschaften, politische, Demokratie- und Vielfaltsbildung uvm.)

- Unsere Vision ist es, als Antwort auf die Anforderungen der digitalen Gesellschaft insbesondere die Medienkompetenz von Kindern und Jugendliche, aber auch ihre erwachsenen Begleitpersonen zu stärken. So können sie selbstbestimmt, zielführend und sozial verantwortlich in Medienzusammenhängen bzw. in einer mediatisierten Gesellschaft handeln. Dies ist als dynamischer Prozess zu verstehen, der in soziale, gesellschaftliche und mediale Entwicklungen eingebettet ist.
- Die Förderung von Medienkompetenz kann ausgleichend bei ungleichen Lebens- und Verwirklichungs- und Partizipationschancen wirken und stellt eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe in allen Bildungsinstitutionen dar.

Kontakt

BITS 21 im fjs e. V.
Sarah Lange
Marchlewskistrase 27,
10243 Berlin

Telefon: +49 30 278 62 95
Telefax: +49 30 2790 126

E-Mail: info@bits21.de
Internet: www.bits21.de