

Inhaltsverzeichnis

1. Was ist Medienpädagogik?	3
1.1 Teilgebiete der Medienpädagogik.....	3
2. Handlungsorientierte Medienpädagogik	3
2.1 Kernziele	3
2.2 Medienkompetenz nach BAACKE	4
2.3 Medienkompetenz nach SPANHEL.....	4
3. Medienpädagogische Kompetenzen (MPK)	5
3.1 Warum MPK	5
3.2 Was ist MPK.....	5
4. Mediennutzung und Mediensozialisation.....	6
4.1 Mediensozialisation.....	6
4.2 Konstante und Wandel der M.sozioli.	6
4.3 Mediennutzung	7
4.4 Bedingungen der Mediennutzung.....	7
4.5 Mediennutzung bei Kindern.....	7
4.6 Handlungsmodell.....	7
nach TULDOZIEKI	7
4.7 Risiken und Chancen	8
5. Medienerziehung	8
5.1 Warum Medienerziehung?.....	8
5.2 Ziel	8
5.3 Sichtweisen zur Medienerziehung	8
5.4 Medienerziehung in der Familie.....	8
5.5 Medienerziehungs Muster:	9
5.6 Dimensionen und Beziehungen (beeinflussen Medienerziehungstil).....	9
5.7 Empfehlungen	10
5.8 Formen der Medienerziehung (nach FEIL 1995)	10
6. Aktive Medienarbeit.....	10
6.1 Reflexive Medienarbeit	11
6.2 Medienrecht	11
7. Medienwirkung	12
7.1 Theorien der MW	13
8. Jugendmedienschutz	15
8.1 Rechtliche Grundlage	15
8.2 Wer macht was?	15

8.3 Man unterscheidet	15
8.4 Altersfreigabe	15
8.5 Indizierung	15
8.6 Herausforderungen im Medienjugendschutz	16
9. Cybermobbing	16
9.1 Arten:	16
9.2 Rechtliche Aspekte:	17
9.3 Kriseninterventionen:	17
Allgemeine Prinzipien:	17
Krisenintervention konkreter:	17
Wie handeln als Betroffener?	17
Wie sollten alle handeln?	17
Schritte bei Problemen	18
9.4 Prävention	18
Bedeutungen:	18
Ziele	18
Interventionen	18
10. Extremismus in den Medien	18
10.1 Definitionen	18
10.2 Extremismus	19
10.3 Sozialadäquanzklausel:	19
10.4 Extremismus vs. Kritik – Unterscheiden:	19
10.5 Extremismus erkennen – Merkmale	19
10.6 Strategien der Extremisten	19
10.7 Rolle des Internets	19
10.8 Agitation im Internet	20
10.9 Attraktivität des E. durch:	20
10.10 Risikofaktoren für Anziehungskraft am Beispiel (Rechts)Extremismus:	20

Zusammenfassung Medienpädagogik

1. Was ist Medienpädagogik?

= Wo Medien Relevanz für die Sozialisation des Menschen erlangen

= vermittelt Kompetenzen zur medienbezogenen Beschäftigung mit Medien

= Hilfsmittel zur Kommunikation

→ Primärmedien (Menschenmedien)

→ Sekundärmedien (Schreib-Druck-Medien)

→ Tertiärmedien (elektrische Medien)

→ Quartärmedien (digitale Medien)

= interessiert sich für

→ Massenmedien

→ Unterrichtsmedien

→ neue Multimediatechnologien

→ deren Nutzer und Produzenten

1.1 Teilgebiete der Medienpädagogik

Medienforschung (MF): Welche Rollen spielen mediale Vorbilder für Kinder?

Medienerziehung (ME): Wie werden Schüler (selbst) kritische Mediennutzer?

Mediendidaktik (MD): Wie setze ich Facebook im Unterricht ein?

Medienkunde (MK): Wie wird der Medienmarkt organisiert?

2. Handlungsorientierte Medienpädagogik

= Emanzipation der Individuen, das Erkennen und Beseitigen von G.-Strukturen, die zu Abhängigkeit und Fremdbestimmung führen

2.1 Kernziele

1. Emanzipation (=Befreiung aus Abhängigkeit)

2. Mündigkeit sind Kernziele der Pädagogik

= Werte/Normen nicht nur kennen, sondern zu hinterfragen und sein eigenes Handeln abzuleiten

3. Authentische Erfahrungen

= Aneignen von Realität und selbstbestimmte aktive Mitwirkung

→ Dafür benötigt der Mensch kommunikative Kompetenzen

4. Kommunikativer Kompetenzen

= Fähigkeit zu sprachlichem Handeln → Veränderung der sozialen Realität

d.h. gleichberechtigte Teilhabe in der Gesellschaft, diese schließt auch die Medienkompetenz mit ein, da Medien die Gesellschaft beeinflussen und ihre kommunikativen Verhältnisse.

Medienkompetenz ist zu einer Voraussetzung Gesellschaftlicher Teilhabe geworden.

2.2 Medienkompetenz nach BAACKE

= Summe aus Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung

Medienkritik

1. Analytisch (problematische Gesellschaftliche Prozesse erfassen)
2. Reflexiv (Jeder Mensch sollte analytische Wissen auf sich selbst und handeln anwenden können)
3. Ethisch (analytisches Denken und reflexiven Rückbezug als sozial verantworten)

Medienkunde (=Wissen über heutige Medien)

1. informativ = klassische Wissensbestände
2. instrumentell = qualifikatorische = neue Geräte auch bedienen zu können

Mediennutzung (=muss in doppelter Weise gelernt werden)

1. Rezeptiv, anwenden (Programm-Nutzungs-Kompetenzen)
2. Interaktiv, anbietend

Mediengestaltung

1. Innovativ (=Weiterentwicklung innerhalb der angelegten Logik)
2. Kreativ (=ästhetische Varianten)

2.3 Medienkompetenz nach SPANHEL

Wahrnehmungskompetenz

= bestimmte Sprache der Medien verstehen und beurteilen lernen
= Medieneindrücke differenziert und bewusst wahrnehmen

Verarbeitungskompetenz

=Medieninhalte über Außenwelt, Fantasie, Mythen kognitiv aufnehmen und kritisch reflektieren

Beurteilungs- und selektions-Kompetenzen

= Kriterien erarbeiten, nach denen man Medien auswählen/beurteilen kann.

Kritische Nutzungskompetenzen

=verschiedene Medien für bestimmte Zwecke nutzen (Bildung, Unterhaltung)

Kreative Handlungskompetenzen

=Befähigung zur Produktion eigener Medien → persönliche Gestaltungsmöglichkeiten erweitern
= Einsatz von Medien zur Bewältigung sozialer Probleme

Multimedienkompetenz

=Fähigkeit zur Navigation in Hypertextstrukturen
= Fähigkeit, Texte lesen zu können und verstehen
= Fähigkeit, Verantwortung für eigene Mediennutzung

3. Medienpädagogische Kompetenzen (MPK)

3.1 Warum MPK

1. Sozialisationsfaktor: Medien liefern Deutungs-, Identifikations-, Orientierungsangebote und Handlungsräume, durch Präsenz sozialer Themen in Medien (z.B. Erz, Armut, Gewalt...)
2. Gr. Potenziale für pädagogische Arbeit
 - als Methode: Dinge erarbeiten (z.B. aktive M.arbeit)
 - als Zugang: zu bestimmten Zielgruppen
 - als Motivation: während der Arbeit mit Menschen, Erfolgserlebnis nutzen um wichtige Themen zu bearbeiten
3. MPK als Ressource:
 - führt zu Teilhabe durch den G.auftrag
 - Chancengerechtigkeit auch für behinderte und ältere
 - Selbstverwirklichung (sich in den Medien finden) → Hobby
 - Schlüsselqualifikation, über die man verfügen sollte
 - Hilfsmittel
4. Medizinische Inhalte können Probleme darstellen
 - Suchtproblematik
 - Rechtliche Probleme
 - finanzielle Probleme
 - Streit um Mediennutzung
 - Realitätsflucht
 - Gefährdende Inhalte

3.2 Was ist MPK

Eigene Medienkompetenzen (nach SCHORB)

1. M. didaktische Kompetenz
 - Auswahl und Nutzung der M. in Lehr- und Lernprozessen
 - Geeignete M. für Klienten finde*
 - bestehendes Angebot beurteilen
 - Konzeption eines eigenen E-Learning-Angebots
2. Sozialisationsbezogene Kompetenzen
 - Bedeutung der Medien in der Sozialstation kennen und verstehen (z.B. Orientierungsfunktion für Kinder)
3. M. erzieherische Kompetenz
 - pädagogisches Handeln mit dem Ziel der MK
 - Reflexion bestehender Projekte
 - Entwicklung eigener Projekte der aktiven Medienarbeit
4. Schulentwicklung Kompetenz
 - = Institutionsentwicklung Kompetenz
 - Rolle der Medien in der eigenen Institution
5. Beratungskompetenz zu M. fragen
 - Klient zu fragen zur M. Nutzung, M. erz., und M- einsetzes beraten
 - Grundlagen der online-Beratung

- Empfehlungen für Eltern
- Entwicklung von Handlungsalternativen

4. Mediennutzung und Mediensozialisation

4.1 Mediensozialisation

=Herausbildung eines gemeinschaftsfähigen und individuelle einzigartigen Subjekts im Rahmen Gesellschaftlicher Strukturen und Systeme (Familie, Schule, Medien)

= wird unterteilt in

1. Sozialisation durch Medien: Informationen werden durch Medien gegeben.
Wie soll ich sein? Was ist ein guter Mensch? → Medienwirkung I-einfluss
2. Sozialisation um Mediengebrauch: Wie man Medien in das eigene Verhalten einbindet.
Einfluss durch soziale Faktoren (z.B. Freunde, Familie...)

Mediensozialisation findet statt durch:

- Symbolhafte Ausdrucksformen die die Wahrnehmungs-, Denk-, und Handlungsweisen des Menschen beeinflussen (z.B. Filme)
- Vermittlungsinstrumente in der interpersonalen und Massen-K. (Kontakt mit anderen)
- Werkzeuge für den Selbstaussdruck und Meinung

=> Wodurch?

- M.sozioli.prozesse sind komplex und ambivalent
- Fremdsozialisation (Einfluss durch andere)/ Selbstsozialisation (selbst erwerben)
- Persönlichkeitsfaktoren haben Einfluss
- Interaktion zwischen Menschen
- Umweltfaktoren

=> Wie?

Ziel/Ergebnis: eigene Persönlichkeitsstruktur, Identität, Kompetenz

4.2 Konstante und Wandel der M.sozioli.

Konstante	Wandel
Zusammenhang zwischen Geschlecht der Kinder/soziale Schicht der Familie und M. Präferenz (z.B. Jungs= ↑Medien)	Kluft spaltet sich je nach Wohnort/Lage und Interesse der Eltern vers. (z.B. Internetzugang gut/schlecht)
Zuerst Freunde, dann Medien	Erhöhte Rangposition der Medien in der Freizeit
Fernseher als Leitmedium	PC, Handy... als neue zusätzlichen Medien
Medien sind meistens für Kinder zugänglich	Immer mehr Medien im Kinderzimmer
Eltern und Lehrpersonen greifen in M.sozioli. ein	Beziehung ↑, Erziehung ↓gr. Rolle der Pers. Und Werbung

4.3 Mediennutzung

Wichtige und Gute Studien

1. JIM = Jugendliche-Information-Medien
2. KIM = Kinder-Information-Medien
3. miniKim = für ganz kleine Kinder
4. FIM = Familien-Information-Medien

Jährliche Quantitative Berichte zu Konsum und Lieblingsmedien der Altersgruppen beziehungsweise auch Mobbing und Datenschutz...

Weitere:

- Mediennutzer Typologie (MNT) –Justierungsstudie
- DIVSI U25 Studie
- EU –Kids online-Studie

MNT Studie 2015

Einteilung in: - Traditionelle – moderne Mediennutzung
- einfache – differenzierte Mediennutzung
Ergebnis: - viele kleine Gruppen
- Millieu-Bildung

DIVSI Studie 2013 (zur Internetnutzung)

Ergebnis: - Digital Outsiders = 37% (keine Mediennutzung/unsicher)
- Digitale Immigrants = 19% (keine damit aufgewachsen)
- Digital Natives = 44% (souverän in Mediennutzung)

4.4 Bedingungen der Mediennutzung

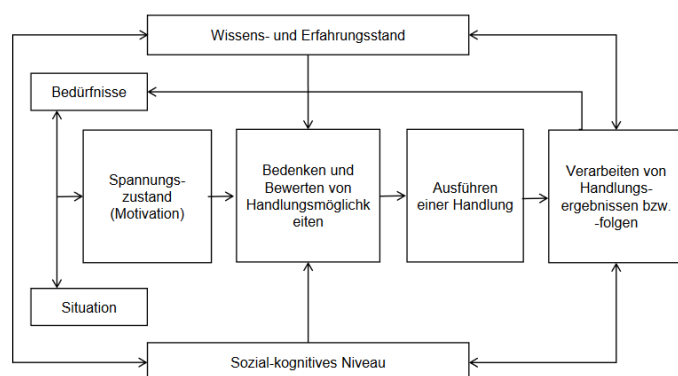
Abhängig von: - Bedürfnissen (Unterhaltung? Freiheit?)
- Situation
- Wissen und Erfahrungen
- Entwicklung (kognitiv/moralisch)

4.5 Mediennutzung bei Kindern

- Mediennutzung abhängig von Alter, Wochentage, Millieu, Jahreszeit, Konzentrationsfähigkeit
- Fernsehen: Nutzungssituation - meist mit anderen
- meist Zuhause
- junge Kinder eher öffentliche rechtliche Sender
- Schulalter und Internet

4.6 Handlungsmodell nach TULDOZIEKI

Handlungsmodell



Beschreibung zum Bild: Die Situation und mein Bedürfnis lösen einen Spannungszustand aus (ob man es tun soll) → dies muss man bedenken und Alternativen abwägen → wird beeinflusst durch Wissen und sozialkognitivem Niveau → dann Handlung ausführen und das Ergebnis verarbeiten (war es gut oder schlecht) → diese Erfahrung fließt in Wissen und sozialkognitivem Niveau ein → Nimmt in Zukunft Einfluss auf das Bedenken.

4.7 Risiken und Chancen

→ Risiken bei Internetnutzung von Kindern

1. Aggressivität: Inhalt = blutig; online = stalking, Mobbing
2. Sexualität: Inhalt = Pornografie; online = Kontakt mit älteren
3. Werte: Inhalt = Rassismus, Hass; online = Ideologische Beeinflussung
4. Wirtschaftliches Interesse: Inhalt = Werbung eingebunden; online = Datenmissbrauch

5. Medienerziehung

=pädagogisches Handeln, das zur richtigen (kritisch-reflexiv) Aneignung der Medien anleiten soll

5.1 Warum Medienerziehung?

- Welt = Medienwelt
- Medientransportieren Bilder von der Wirklichkeit, Medien sind Sozialisationsinstanz
- Kinder/Jugendliche nutzen Medien
- Medien strukturieren Alltag und wirken sich in Konsumartikeln aus

5.2 Ziel

= Möglichst alle Menschen früh in die Lage zu versetzen, in einer durch Medien geprägten Welt kompetent, selbstbestimmt, verantwortlich, kritisch und solidarisch handeln zu können

- Schlüsselqualifikationen erwerben
- Prävention / Überwindung von Problemlagen
- Vorbeugen von Medienmissbrauch
- gelingende Mediensozialisation
- Risikopotenziale besser einschätzen

5.3 Sichtweisen zur Medienerziehung

1. Medien als Vermittler → bewahrpädagogische Bemühungen
2. Subjekte eignen sich Medien an → Menschen passen sich Medien an, reflektierte Mediennutzung als Ziel

5.4 Medienerziehung in der Familie

- ↑ Konfliktpotenzial bezüglich Inhalt, Dauer, Umgang, Kosten
- Eltern regulieren meist nur bis 11. Lebensjahr → danach unklar
- Verschiedene Arten: Gleichgültigkeit, unterstützender Stil, restriktiver Umgang (alles ist geregelt)

5.5 Medienerziehungs Muster:

z.B. Beobachten und situativ eingreifen

Rahmen setzen

Individuell unterstützend

Laufen lassen

1. Laufen lassen „lassfair“

→ kaum geregelt oder begleitet

→ keine gemeinsamen Medienaktivitäten

→ keine Auseinandersetzungen

2. Beobachten und situativ eingreifen

→ beobachten

→ greifen intuitiv und situationsbezogen ein

→ Regeln wenn dann nur zeitlicher Rahmen

→ wenig gemeinsame Medienaktivitäten

3. Funktionalistisch kontrollieren

→ Regeln/Verbote um familiären Alltag nicht zu stören

→ wenig gemeinsame Medienaktivitäten

→ Kind-Bedürfnisse ignoriert

4. Normgeleitete reglementiert

→ hohe normative Ansprüche

→ strikte Orientierungslinien

→ Medien und Gebrauch werden reflektiert

→ Rolle der eigenen Kinder spielt untergeordnete Rolle (Perspektive)

5. Rahmen setzen

→ Rahmen zu den Inhalten und Zeit für Kinder

→ gemeinsame Medienaktivität

→ Kinderorientierung ↑, da Rahmen mit Kindern gesetzt wird

6. Individuelle Unterstützung

→ Alter, Entwicklungsstand, Bedürfnisse berücksichtigen

→ bewusst inhaltlich heranzuführen durch Begleiten. (Regeln, Vereinbarung, Erklärung)

5.6 Dimensionen und Beziehungen (beeinflussen Medienerziehungstil)

1. Gesellschaftsebene: soziale Schicht, kulturelle bedingte Normen, sozioökonomische Faktoren
2. Institutionelle-Ebene: Familienform/Struktur/Dynamik (z.B. viele Kinder)
3. Eltern: Ihre Nutzung, Präferenzen, päd. Stellenwert, Auswahl- und Zugangsregeln, soz. Kontrollformen → Allgemeine Erziehungskonzepte
4. Kind: Nutzung, Präferenzen (Unterschied Mann/Frau?), Persönlichkeitsstruktur

5.7 Empfehlungen

In der Familie: - Medien gehören dazu

- Eltern = Vorbild
- Wissen was Kinder nutzen und Gesprächspartner sein
- Klare Orientierung/Rahmen vorgeben in Zusammenarbeit mit Kindern
- PC in öffentlichen Räumen (ab 12 Jahren privater)

In der Schule: - wenig Erziehung, striktes Medien verboten

- Lernen mit und über Medien
- Medienkompetenzen ist Aufgabe von Allgemeinbildung
- gut über Projektarbeit
- Aufgabe für Lehrer: - Genauerer Nild der Medienwelt
 - zu einer eigenen erz. Beurteilung kommen
 - Verständnisvolles begleiten
 - Hilfe anbieten
 - Eltern als Partner gewinnen

5.8 Formen der Medienerziehung (nach FEIL 1995)

1. Reproduktionsorientierte Medienerziehung
 - = Dinge 1:1 übernehmen und nachzuspielen um Medien zu verstehen und eigene Botschaft zu senden
 - = kritisch reflektieren
2. Rezeptionsorientierte Medienerziehung
 - = an Medium teilnehmen und danach darüber sprechen (nachlesen in einem Buch)
 - = was bewirkt das Medium?
3. Produktionsorientierte Medienerziehung

6. Aktive Medienarbeit

= Teil der produktionsorientierten Medienerziehung

= „Königsweg“ der Medienkompetenzermittlung

Text Fred Schell

Def. Aktive Medienarbeit:

= das Be- & Erarbeiten von Gegenstandsbereichen sozialer Realität mit Hilfe von Medien. Die Medien werden von den Nutzern selbst benutzt.

Ziele:

- Emanzipation: Individuum als G.-Subjekt mit eigener Handlungsfähigkeit → sich aus negativen beeinflussenden Rahmenbedingungen lösen, indem man etwas ändert.
- Mündigkeit: verstehen der Dinge, die einen umgeben und mitreden können, entscheiden können
- Kommunikationskompetenz: Fähigkeit mit anderen zu kommunizieren es zu verstehen/beeinflussen
- Medienkompetenz: Medien nutzen um Mündig und Emanzipiert zu sein

Lernprinzipien:

- Exemplarisches lernen
- Handelndes lernen
- Gruppenarbeit

Zielbereiche (häufig bestehen Schnittmengen zwischen Zielbereichen)

- Reflexion: Einstellungen, Verhaltens- und Handlungsweisen reflektieren → Fördern rationaler Urteilsfähigkeit
- Exploration: Gegenstand sozialer Realität zu durchdringen, eigenen Standpunkt und Interessen darin finden und sich argumentativ vertreten können

- Artikulation: durch eigene Erstellung von Medien in die Gesellschaft einbringen
- Organisation: Komm.- und Erfahrungsaustausch zu Gegenständen sozialer Realität fördern (Gemeinsame Ziele entwickeln und verfolgen)
- Kritik der Medien

Ablauf Aktive Medienarbeit

Vorher Gruppenformung, Einstieg

1. Zielsetzung: Medien -/ Themenbezogene Ziele
(meist Leistung) (meist von Gruppen definiert)
2. Planung: Konzept, Durchführung, Veröffentlichung planen
3. Produktion: Pre-Produktion (Organisieren)
Produktion
Post-Produktion (Nachbearbeiten)
4. Veröffentlichung: Organisatorischer Rahmen (z.B. Finanzierung)
Inhaltlicher Rahmen (z.B. Diskussion)
5. Reflexion: Zielerreichung, Erfahrungen, Transfer

6.1 Reflexive Medienarbeit

= Auseinandersetzen mit Inhalt; Machart, eigenem Umgang, Wirkung von bestehenden Medien

Grundsätze

- Interesse an Medien der Klienten bekunden
- Offen, neutral, einfach herangehen
- Details nachfragen
- Bei persönlicher Betroffenheit Bearbeiten über Medienfigur beginnen und Sicherheit anbieten (z.B. Kind hat Harry Potter angeschaut → gruselige Spinnen → Hat Bild gemalt wo „Alarm“ kommt, wenn Spinnen kommen)

Fazit Medienarbeit

- Viele einbinden
- Gelegenheit erkennen und nutzen
- Ziele sind das A und O
- Abschied von der Perfektion
- Konzept aufstellen
- Medienerziehung muss zu Lebensansprüchen beitragen

„Erfahrungen ohne Reflexion und Lernen bleibt blind, lernen und Reflexion ohne Erfahrung bleibt leer“ BAACKE 1999

6.2 Medienrecht

1. Aktive Medienarbeit veröffentlichen
2. Mediennutzung in geschlossener Gruppe

Zu 1.

- Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht beachten
- Nur eigene Inhalte verwenden
- Oder Rechteinhaber erlaubt Nutzung
- Unwesentliches Beiwerk ist erlaubt (z.B. Fußgänger im Hintergrund)
- Persönlich entscheiden ob und wie sie dargestellt werden
- Erlaubnis nötig (schriftlich, Eltern, nicht bei Beiwerk)
- Regeln zu Drehgenehmigung, Verwendung von Marken beachten

Zu 2.

Öffentliche Wiedergabe erlaubt wenn:

- Kein Erwerbszweck
- Kein Entgelt
- Keine Vergütung für Aufführende
- Vergütung für Wiedergabe bezahlen (z.B. DVD)

Außnahmen

- Filme nur für kl. Abgegrenzten Personenkreis (Schule,...) nicht für ganze Schule
- Filme müssen gekauft oder geliehen werden
- Mitgeschnittenes aus dem Netz, wenn gestreamt oder Download-Button
- Jugendschutz beachten

7. Medienwirkung

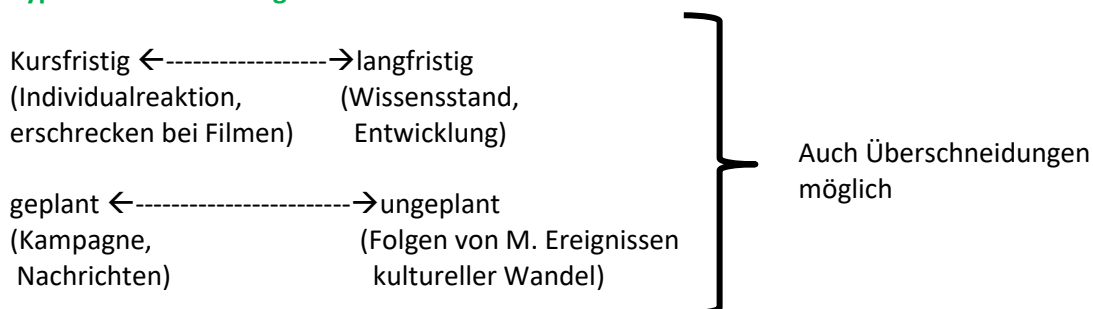
= gesellschaftlich diskutiert, wichtig für:

- Medienkonzerne (K.optimierung)
- Medienschaffende (Verantw.ethik)
- Werbewirt.
- Staat (Kampagne,...)
- Parteien (Propagande)
- Kulturkritik (Vorwürfe gegen M.)
- Rezipienten (Qualitätsurteile)

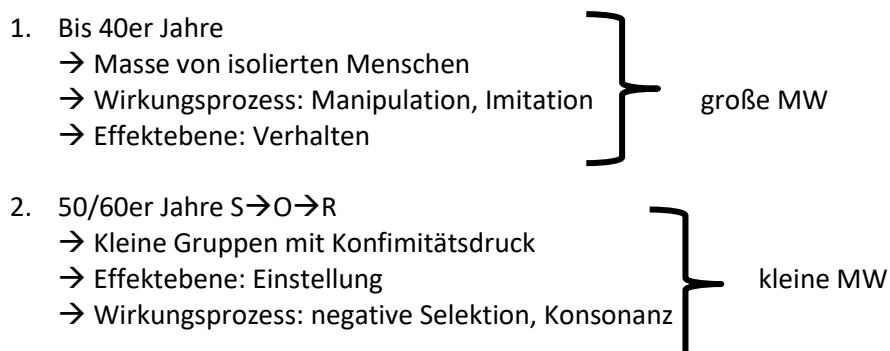
= „M. wirken, wenn unter Wirkung die gegenseitige Beziehung zwischen M. angebot und Rezipienten im Sinne einer wechselseitigen Beeinflussung verstanden wird, im Zuge deren sich alle Beteiligten selbst verändern“ HASEBRINK 2002

= „alle Veränderungen bei Individuen und der Gesellschaft die auf M. botschaften zurückzuführen sind“ KOSCHEL, BILANDZIC 2016 (Meist in Interaktion mit anderen Faktoren)

Typen von M. Wirkung



3 Phasen der NW-Forschung



3. Ab 70er Jahre
→ individuelle Bedürfnisse werden betrachtet
→ Effektebene: Motive, Kognition
→ Wirkungsprozess: positive Selektion, Konstruktion
Nicht was M. mit Menschen machen, sondern umgekehrt
Frage nach Bedürfnisse → Qualitative Forschung wichtig
- Mittel bis große MW

Spektrum möglicher Wirkungsphänomene

1. Präkommunikation Phase = Mediennutzung z.B. Uses and Gratifikationansatz
2. Kommunikation Phase: = Medienrezeption z.B. Aufmerksamkeit und Verstehen
3. Postkommunikation Phase = MW z.B. Agenda-Setting, Kultivierung, Wissensklüfte

Zu 1. Teilprozess 1 = Selektion

- Bedürfnisse Rezipient
 - Komplexität des M.angebots
 - Soziale Faktoren z.B. Macht)
- abhängig von
- Wendet man sich dem M. zu oder nicht?

Zu 2. Teilprozess 2 = Rezeption

- Aufmerksamkeitsressourcen
 - Kapazität Arbeitsgedächtnis
 - Weltwissen
 - Wissen über Genres und Formate der M.
- abhängig von
- Vorläufige Repräsentation und Interpretation der M. inhalte

Zu 3. Teilprozess 3 = Wirkung

- A) individuell: Wissen, Verhalten
B) interpersonal: AnschlussK. Rhetorische Überzeugungsversuche
C) Kollektiv: Weltbilder, Rahmen sozialer Probleme
- wird beeinflusst
- individuelle, interpersonale und/oder kollektive Wirkung

7.1 Theorien der MW

1. Uses and Gratifikations

- = Nutzen/Belohnungsansatz (Kann ich ernten, was ich erwartet habe)
= M.Handeln ist aktiv, zielgerichtet und sinnhaft um Bedürfnisse befriedigen und Probleme zu lösen (kognitive, affektive, soz. Integrativ, integrativ-habituell (Gewohntes wiederfinden z.B. jeden morgen Zeitung lesen))
= Auswahl geeigneter Medien
→ **Medien können Unterstützung bei bestimmten Problemen bieten, wenn geeignete Medien gefunden werden**

2. Wissenskluft

- = Menschen mit besseren Ausgangsbedingungen (Geld, Status) profitieren von Medienangeboten mehr wegen:
-- höhere Sensibilität gegenüber Themen
-- Vorwissen
-- K.- und M.Kompetenzen
-- Nutzung Info. Sichererer Quellen
= Es entsteht eine Digitale Spaltung (wegen verschiedenen Möglichkeiten und damit verbundenen Nachteilen)
→ **Bildungsferne brauchen Unterstützung**

3. Kultivierung

=Inhalte aus Medien wirken sich auf das Welt- und Menschenbild aus.

→ wurde bewiesen, dass Wirklichkeitsvorstellungen von der Realität abweicht in Richtung Medienrealität

→ Sie schätzen die Wirklichkeit insbesondere gefährlicher und gewalthafter sein (z.B. ältere, die das Haus nicht verlassen und viele Medien konsumieren)

→ **Vielnetzer erschweren ihre sozialisations-bedingungen zusätzlich (Realitätsfern)**

4. Medienaneignung

= Prozess von Nutzung, Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung im Fokus

= Nutzer konsumieren selbsttätig Inhalte auf Basis ihrer Sozialisationserfahrungen und Merkmale

= Ergebnis sind individuelle Denk- und Handlungsweisen (mach MW-Aussagen schwierig, da individuell)

→ **Medienbedeutung vom Einzelfall abhängig**

Stand der Diskussion

=Vielfalt an Wirkungsphänomenen

= Transaktionale Perspektive

= MW beruhen auf Konstruktion

= Publikumsaktivität (von Medien vorgegeben aber Interpretation eigen)

= Realistischere Wirkungserwartung (Lernen von Verhalten – Ja; aber Ausüben von Verhalten – Nein → entscheidet jeder selbst)

= Systemhaftigkeit besteht

Argumente gegen Vorurteile der MW

= Menschen sind keine Opfer

= Kaum anerkannte Ergebnisse der MW-Forschung

= Wirkung und Wirkungsverständnis sind sehr komplex

→ **das konkrete Tun im Rahmen von Medienbezügen ist zu untersuchen (Praxeologie)**

1. Perspektive: -- welchen Einfluss haben Medien?(fördern, unterstützen, beschränken...)

-- + für Beziehung?

-- - für Info?

2. Perspektive: -- Medientätigkeiten sind Teil der alltäglichen Lebensführung

(fördernd→Hausarbeit mit Musik oder hemmend→lernen mit Musik)

-- strukturieren Alltag

3. Perspektive: -- Medienpraktiken der Subjekte wirken teilweise auf diese zurück(lesen→wissen

4. Perspektive: -- Mediengebrauch bewusst oder unbewusst

5. Perspektive: -- Medienpraktiken verändern Medien selbst (im PC-Spiel über Beziehung/Trennung der Spieler entscheiden/Nutzungszahlen)

8. Jugendmedienschutz

8.1 Rechtliche Grundlage

Grundgesetz:

- Art. 5 Abs. 1 = Zensurverbot, Freiheit, Persönlichkeitsentfaltung
- Art. 5 Abs. 2 = Jugendschutzgesetze grenzen Medienfreiheit ein

Kinderrechtskonvention (Art. 17)

- Recht auf Gesellschaftliche Teilhabe
- Recht auf Schutz vor Schädigung

Strafgesetzbuch

- Gewaltdarstellung, Pornographie

Jugendschutzgesetz

8.2 Wer macht was?

- Anbieter prüfen in Eigenverantwortung (Produzierung von Medien)
- Zuständige Landesmedienanstalt (Einhaltung)
→ haben KJM gebildet (Überwachung, Ausnahmen, Prüfung und Genehmigung → bundsweit)
- Freiwillige Selbstkontrolle (FSK)
- Bundesprüfstelle für Jugendgefährdende Medien (Indizierung)

8.3 Man unterscheidet

1. Unzulässige Medienangebote:

- = Verwendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen
- = Rassenhass
- = Verharmlosung NS
- = Gewalt-, Tier- und Kinderpornographie
- = Darstellung von Kindern (nackt/geschlechtsbetont)
- = Verletzung der Menschenrechte

2. Relativ unzulässige Medienangebote (für Kinder)

- A) → Entweeinträchtigung (Persönliche Entwicklung kann gestört sein)
→ Zugangsbeschränkungen = Lösung
→ hat zwar kein Einfluss, aber Risiko sinkt, dass es nachhaltig zu Schäden führt
z.B. sexualethisch desorientierende Angebote (NS-Ideologie, Rassenlehre, Kriegsführung)
Gewaltdarstellung (Befürwortung, Desensibilisierung)
Übermäßige Angstzeugung
- B) Entwicklungsgefährdung

8.4 Altersfreigabe

- Im TV: z.B. FSK, Sendezeiten an Freigabe anpassen
- Im Internet: Filtersysteme, geschlossene Benutzergruppen (Lotto,...), durch Altersverifikationssysteme (z.B. Personalausweisnummer + Verify U-System → bei Glücksspiel)

8.5 Indizierung

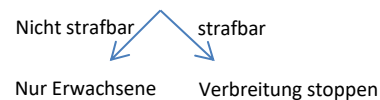
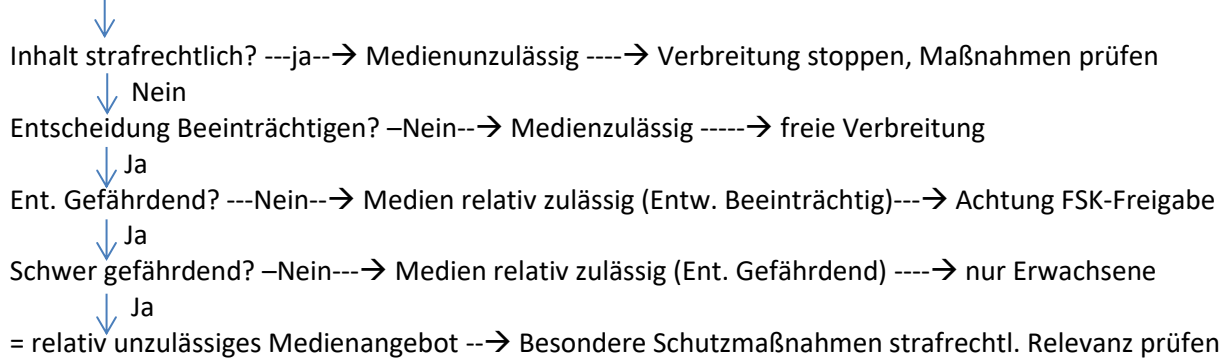
= Einschränkung bestimmter, als jugendgefährdend eingestuftes Medienangebot (d.h. keine Jugendfreigabe sondern strengere Auflagen)

→ absolutes Werbeverbot, keine Ausstellung im Regal oder TV, eingeschränkter Versandhandel

= wird entschieden durch Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien auf Antrag von Berechtigten. (Berechtigte = Institutionen, Schulen, KfM...) keine Einzelpersonen
Staatsanwaltschaft entscheidet nach Prüfstelle über Beschlagnahme bezüglich Strafrecht

Ablauf der Beurteilung:

Medienangebot



8.6 Herausforderungen im Medienjugendschutz

- Kinder und Jugendliche werden zu Prosumenten = Produzenten / Konsument = können Eigenverantwortung der Produktion nicht tragen; Können sich strafbar machen, da Rechte nicht bekannt sind.
Richtlinien für Handeln erklären + Konsequenzen. Medienkompetenz vermitteln → Verantwortung
- Herkunftslandprinzip: Jedes Land hat verschiedene Kriterien zur Medienfreigabe und Verarbeitung
Globale Regelung muss gefunden werden. Dienstanbieter verpflichten sich gesetzlichen Richtlinien zu unterwerfen (z.B. Amazon)
- Anbieterangriff (wer ist für Inhalt verantwortlich) einzelne Personen oder Anbieter.
- Sendezeitregelung leicht zu umgehen
- Geringe Verbreitung der Jugendschutzprogramme
Bekannt machen, werben bei Eltern
- Gesellschaftliche Akzeptanz, Verharmlosung, Meinungsfreiheit, Vernachlässigung
- Live-Sendung/-Stream (z.B. Amoklauf) → keine Lösung bisher
Im nachhinein tätig werden
- Indikatoren Entwicklungsbeeinträchtigung: Verbraucher-/Datenschutz; persönliche Daten

9. Cybermobbing

=absichtliche Beleidigen, Bedrohen, Bloßstellen anderer mit Hilfe moderner Kommunikationsmittel

9.1 Arten:

- Flaming= Beleidigen, Beschimpfen: i. d. R. im öffentlichen Bereich des Internets (Kommentare)
- Harassment= Belästigen: Zielgerichtete, wiederholende Attacken von Unbekannten oder Bekannten aus dem realen sozialen Umfeld
- Denigration = Anschwärzen, Gerüchte verbreiten: z.B. durch Fotos, als Racheakt
- Impersonation= Auftreten unter falscher Identität
- Exclusion= Ausschluss: Ausgrenzung aus einer Gruppe
- Cyberstalking= Verfolgung und Belästigung
- Grooming: Anbahnung sexueller Kontakte
- Happy Slapping= filmen von Straftaten auf dem Handy + Weiterverbreitung

Rollenverteilung:

- Täter/in: Handeln als ein Akt der Selbstinszenierung zur Darstellung von Überlegenheit
- Techniker/in: macht Aufnahme
- Voyeur/in: betrachtet Video, leitet es weiter
- Mitläufer/in: folgt dem Gruppendruck, billigt die Tat nicht aus innerer Überzeugung
- Zuschauer/Mitwisser: greifen aus Angst nicht ein (wollen nicht selbst Opfer werden), mangelnde Zivilcourage, Überforderung

9.2 Rechtliche Aspekte:

- GG: Persönlichkeitsrecht nach GG (§1 Würde und §2 Entfaltung)
- StGB: eventuell strafrechtlich relevant: Beleidigung, nachrede, Verbreitung von Gewaltdarstellungen, Verleumdung,...
- BGB und KUG: Recht am eigenen Namen, wirtschaftlicher Ruf, Recht am eigenen Bild

9.3 Kriseninterventionen:

Allgemeine Prinzipien:

- Rasche, aktive Hilfe geben
- Beziehung anbieten
- die emotionale Situation ansprechen, den aktuellen Anlass erfragen
- spezifische Gefahren erkennen
- die soziale Situation einbinden
- vorhandenen Hilfsmöglichkeiten einbeziehen

B-Beziehung aufbauen

E-Erfasse die Situation

L-Linderung der Symptomatik

L-Leute einbeziehen, die unterstützen

A - Ansatz zur Problembewältigung finden

Krisenintervention konkreter:

- Schutz herstellen (Aus Schule nehmen, Internet aus)
- Emotionale Nähe (Empathie, trösten)
- Fürsorge intensivieren (viel Zeit mit Person verbringen)
- Zum Handeln ermutigen (Klage? Selbstwertarbeit)

Wie handeln als Betroffener?

- Sperre den Cyber-Bully
- Antworte nicht, sichere Beweise
- Rede darüber
- Reagiere schnell

Wie sollten alle handeln?

- Probleme melden
- Opfer unterstützen
- Privatsphäre schützen
- Rechte kennen
- Interesse für Mediennutzung und Gefühle der anderen

Schritte bei Problemen

1. Mit den Beteiligten reden (6 Augen-Gespräch)
2. Eltern einbinden
3. In der Schule thematisieren
4. Lehrer einbeziehen
5. Umgang mit Internet und Handy regeln
6. Präventionsbeamte der Polizei zu Rate ziehen
7. Schulpsychologen, Schulsozialarbeiter, Beratungslehrer kontaktieren

9.4 Prävention

Bedeutungen:

- Wissen schaffen
- Sicherheitsregeln
- Verantwortung
- Integration des Themas in den Schulen
- Positive Nutzung der Medien fördern
- Sensibilisieren der Umwelt

Ziele

- die Aufklärung über und Sensibilisierung für dieses Thema
- Die Steigerung der Bereitschaft im medialen Raum. Verantwortung für sich selbst und andere übernehmen
- die Vermittlung konkreter Fähigkeiten der Konfliktbewältigung bzw. des Umgangs mit erlebten oder beobachteten Mobbingaktivitäten

Interventionen

- Schulebene: Fragebogen erheben (SMOB-Fragebogen, pädagogischer Tag, Schulhofgestaltung, Kontakttelefon, Kooperation Lehrkräfte – Eltern, Lehrerarbeitsgruppen)
- Klassenebene: Klassenregeln, regelmäßige Klassengespräche, Rollenspiele, kooperatives Lernen)
- Persönliche Ebene: ernsthafte Gespräche mit Gewalttätern und Eltern beteiligter Schüler, Diskussionsgruppen, „No-Blame-Approach“)
- Elternebene: Zunächst Gespräche mit Täter-Eltern und Betroffenen-Eltern führen, Im Gespräch den Mobbingfall ausarbeiten, regelmäßige Überprüfung der Ziele durch regelmäßige Gespräche

10. Extremismus in den Medien

10.1 Definitionen

Radikalismus	Extremismus	Terrorismus
Ziel: Systemveränderung	Ziel: Systemüberwindung	Ziel: Systemvernichtung
sehr deutlich von der herrschenden Meinung abgewichen.	Übersteigerte kritische Haltung gegenüber dem bestehenden System	Vollständige Ablehnung des bestehenden Systems
Gewalt ausgeschlossen.	Gewalt nicht ausgeschlossen.	Gewalt wird propagiert und ist Mittel der Wahl.
Legal	Teilweise illegal	illegal

10.2 Extremismus

=Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit: wird verbreitet häufig mit „verminderter Leistungsfähigkeit“ und „ökonomischer Nutzlosigkeit“ stigmatisiert.

=Ideologie der Ungleichwertigkeit der Menschen:

- Rassismus
- Antisemitismus
- Abwertung wohnungsloser Menschen
- Abwertung von Menschen mit Behinderung
- Etablierungsvorrechte
- Abwertung anderer Religionen (Muslim, Sinti, Roma,...)

=illegal weil:

- Verletzung der im Grundgesetz verankerten Menschenrechte. Insbesondere des Rechts auf: Leben, körperliche Unversehrtheit, Freiheit der Person, Meinungs- und Religionsfreiheit.

Durch: Forderung nach Körper- und Todesstrafe, Verleumdung, Hetze,...

10.3 Sozialadäquanzklausel:

=Handlungen, die der Vermittlung von Wissen, zur Anregung der politischen Willensbildung dienen sind straflos

10.4 Extremismus vs. Kritik – Unterscheiden:

Gut geeignet ist der 3 D Test von Natan Sharansky: entwickelt zur Unterscheidung Antisemitismus vs. Israelkritik:

- Delegation = Rechtmäßigkeit negieren
- Dämonsierung= kollektivanklage
- Doppelstandards= andere Messlatte anlegen

10.5 Extremismus erkennen – Merkmale

- Extremer Traditionalismus
- Antidemokratisch
- Geschichtsumdeutung
- Inszenierung des Opfers
- Gewalt wird gefordert oder in Kauf genommen
- Klare Feindbilder

10.6 Strategien der Extremisten

- Einfache Antworten auf komplexe Probleme
- In sich geschlossenes Weltbild (Ideologie)
- Verfolgen organisatorischer Ziel über Web 2.0 Aktivitäten
- andere Meinungen werden diffamiert

10.7 Rolle des Internets

- als Werbeträger oder Propagandamittel zur Selbstdarstellung bzw. Verbreitung von Informationen, Mobilisierung, Emotionalisierung
- als individuelles Kommunikationsmittel zur Vernetzung zwischen Mitgliedern, Anhängern, Sympathisanten oder Interessenten(offen oder verschlüsselt)
- als Plattform zur gewerblichen Nutzung, z. B. für den Versandhandel mit Devotionalien, Büchern und CDs oder für Dienstleistungen aller Art

→Internet ist nicht die Ursache der Radikalisierung aber unterstützender Faktor indem es Kommunikation, Sozialisierung und Training anbieten

10.8 Agitation im Internet

- Tarnung durch konsensfähige Themen oder Nähe zu Jugendkultur
- Anbieten von Service
- Versteckte Hinweise auf Extremismus über Links
- Propaganda weiterverbreiten durch Teilen-Funktion
- Wortergreifungsstrategie in Communitys etc.
- Schaffen eines Erlebnisraumes mit Aktionen

10.9 Attraktivität des E. durch:

- Modernes, jugendaffines Erscheinungsbild in-Form (web 2.0 Technologien) –Inhalt (relevante Themen wie Umwelt, Sicherheit ...)–Darstellung (Kleidungsstil, Musik, Schnitt...)
- Zugehörigkeitsgefühl (Integration)
- Erlebniswelt (Mit-Mach-Aktionen)
- Angebot einer dominanten, überlegenen Identität (Dominanz)
- Provokation, Tabubruch
- Vermitteln von Anerkennung (Stolz)

10.10 Risikofaktoren für Anziehungskraft am Beispiel (Rechts)Extremismus:

- Individuell:
 - geringes Bildungsniveau,
 - mangelnde interkulturelle Kontakte,
 - starke nationale Identifikationen (z.B. Nationalstolz) und rechtspopulistische Mentalität, –Gefühl eines Mangels im Vergleich zu Adressaten von Vorurteilen (relative Deprivation)
- Strukturell:
 - niedriger sozialer Status
 - Leben in strukturell schwachen Regionen