



Koordinationsbüro für
Offene Jugendarbeit
und Entwicklung



Digitale Jugendarbeit

Die Erstellung dieses Druckprodukts
konnte durch Mittel des Landes
Vorarlberg verwirklicht werden.



VORWORT

Digitalen Wandel oder die Digitalisierung in der Gesellschaft anzusprechen mag schon fast überholt wirken. Mittlerweile ist es in die allermeisten Köpfe vorgedrungen und weitestgehend akzeptiert, dass Digitales unser ganzes Leben berührt. Eine Pandemie mit einer einhergehenden Explosion an Videokonferenzen hat sicherlich das Seine dazu beigetragen.

Die Verknüpfung von Digitalität und Offener Jugendarbeit muss auf mehreren Ebenen gelingen. Aus dem Administrationsbereich sind Excel & Co. offensichtlich nicht mehr wegzudenken. Aber neben Computerprogrammen für die erleichterte Abwicklung von Bürokratie werden auf Ebene der Organisation auch ganz neue Potenziale eröffnet im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Als niederschwelliges Handlungsfeld im freiwilligen Kontext ist es von großer Bedeutung, dass die Bekanntheit von Angeboten und Aktivitäten stetig hochgehalten wird. Social-Media-Plattformen und Apps ermöglichen hier attraktive Promotion und gute Reichweite. Besonders attraktiv ist die integrale Einbindung von digitalen Möglichkeiten in die unmittelbare Zusammenarbeit mit Jugendlichen. Es kann die Beziehungs- und Kontaktpflege forciert werden, es können Online-Abende gestaltet werden, es können Aktivitäten kollaborativ geplant werden... und für alles gibt es verschiedenste Optionen, dies zu realisieren. Die Pandemie hat hier den Erfahrungsschatz auch beachtlich ausgeweitet.



„Besonders attraktiv ist die integrale Einbindung von digitalen Möglichkeiten in die unmittelbare Zusammenarbeit mit Jugendlichen.“

Jedoch gibt es bei alldem Spaß und den Potenzialen auch Rechtliches, Technisches und Pädagogisches zu beachten. Dieses Handbuch, das von Praktiker*innen der Offenen Jugendarbeit erstellt wurde, kann hier Orientierung geben und Unterstützung sein. Diesen engagierten Expert*innen gilt ein großer Dank für das vorliegende Werk! Ein Sprichwort besagt: „Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen.“ Und so hoffe ich, dass viele Mitwirkende in der Offenen Jugendarbeit die Kraft des Digitalen in energiegeladene und kreative Taten umsetzen.

Thomas Dietrich

Geschäftsführung koje

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINFÜHRUNG.....	6
2. RECHTLICHE AUSGANGSLAGE	8
2.1. DSGVO.....	10
2.2. Datenschutz und Persönlichkeitsrecht	10
2.3. Melde- und Anzeigepflicht.....	11
3. DIGITALE PHÄNOMENE	12
3.1. Internethype	14
3.2. Challenge.....	14
3.3. Internetbetrug.....	14
3.4. Doxing.....	15
3.5. Hass im Netz	15
3.6. Cyber-Mobbing	15
3.7. Online-Enthemmungseffekte	16
3.8. Pornografische Darstellungen	16
3.9. Kinderpornografische Darstellungen	16
3.10. Bildbasierte sexualisierte Gewalt	17
3.11. Sexting	17
3.12. Sextortion.....	17
3.13. Cyber-Grooming	18
3.14. Geschlechtsspezifische Gewalt in digitalen Räumen.....	18
4. RAHMENBEDINGUNGEN	20
4.1. Digitale Kompetenz.....	22
4.2. Ressourcen	22
4.3. Zugangsrechte und Verschlüsselung.....	23
4.4. Privatsphäre und Abgrenzung.....	23
4.5. Equipment	24
5. DIGITALE KOMMUNIKATION.....	26
5.1. Zielgruppe	29
5.2. Betriebsintern	29
5.3. Externe Kommunikation	29
5.4. Netiquette	30
6. SOZIALE MEDIEN.....	32
6.1. Meta.....	35
6.1.1. WhatsApp.....	36
6.1.2. Facebook	36
6.1.3. Instagram	37
6.2. YouTube	38

6.3. Snapchat.....	39
6.4. TikTok	39
6.5. BeReal.....	40
6.6. Discord	41
6.7. Twitch.....	41
6.8. Signal.....	42
6.9. Telegram.....	42
7. GAMING	44
7.1. Steam.....	46
7.2. Sexismus im Online-Gaming	47
7.3. Jugendschutz, Alterskennzeichnung und Empfehlungen	47
7.4. Gaming in der Einrichtung	48
8. AI/KI	50
8.1. Was ist künstliche Intelligenz?	51
8.2. Verschiedene Ausprägungen der KI	52
8.3. Vier Arten von KI	52
8.4. Anwendungsbereiche von KI im täglichen Leben.....	53
8.5. KI in der Jugendarbeit	54
8.6. Zukunftsaussichten.....	55
9. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	56
9.1. Unterschied zwischen ÖA und Werbung.....	58
9.2. Grundprinzipien der ÖA.....	58
9.3. Welche Ziele verfolgt Offene Jugendarbeit mit ÖA?	59
9.4. Grundlegende Tipps für Öffentlichkeitsarbeit in der Einrichtung	60
9.5. Fragen, die sich jede Einrichtung in Bezug auf die eigene ÖA stellen sollte...60	
10. WERKSTATT/TOOLS	62
10.1. Bildbearbeitungs- und Grafikprogramme	64
10.2. Umfragetools.....	65
10.3. Videobearbeitungsprogramme	65
10.4. Hilfreiche Online-Tools für Workshops und OJA-Angebote.....	65
10.5. Making in der OJA.....	66
11. WÖRTERBUCH/BEGRIFFSERKLÄRUNGEN	68
12. CHECKLISTEN	76
13. VORLAGEN.....	88
LITERATURVERZEICHNIS.....	90
IMPRESSUM	95

1. EINFÜHRUNG

„Jugendforschung ist Zukunftsforschung. Denn Jugendliche erfassen intuitiv, in welche Richtung sich eine Gesellschaft entwickelt. Gesamtgesellschaftliche Trends im Konsum, bei Sprache und Mode, im Umweltbewusstsein und bei Parteipräferenzen zeichnen sich oft schon ein Jahrzehnt früher in Jugendstudien ab. Die Jugend ist ein Seismograf für gesellschaftliche Entwicklungen. Es lohnt sich also, genauer hinzuschauen.“ (Hurrelmann; Albrecht 2014)

Die digitale Transformation ist die beispiellose Durchdringung unserer Welt mittels digitaler Technologien. Dabei sind die Geschwindigkeit und die Dynamik beachtlich. Inzwischen werden immer mehr Alltagsgeräte und Techniken mit digitalen und mobilen Anwendungen vernetzt. Dies ist vor allem auf die fast flächendeckende Verbreitung von internetfähigen mobilen Endgeräten zurückzuführen. (Amt der Vorarlberger Landesregierung Abteilung IIb / VIa 2018) Aktuell verfügen 96 Prozent aller Österreicher*innen über ein Smartphone mit Internetzugang. Diese fast flächendeckende Verbreitung führt wiederum zu hohen Nutzungszeiten. 94 Prozent der Österreicher*innen surfen mit ihrem Smartphone regelmäßig im Internet, in der Altersgruppe 15 bis 29 Jahre sind es sogar 100 Prozent, und selbst bei den 60- bis 69-Jährigen liegt der Wert noch bei 88 Prozent. Die tägliche Smartphone-Nutzung liegt in Österreich durchschnittlich bei 3,4 Stunden, was wiederum zu einer zunehmenden Bedeutung von Daten und deren Verarbeitung führt. (MindTake Research 2018)

Diese Entwicklung startete erst 2007 (Apple iPhone) beziehungsweise 2008 (Samsung und HTC), als die ersten Smartphones auf den Markt gekommen sind (Stüwe; Ermel 2019). Die damit verbundene Entwicklung betrifft nicht nur einzelne Bereiche der Gesellschaft, sondern kolonialisiert bzw. beeinflusst fast alle Bereiche gesellschaftlichen Lebens, darunter Politik, Bildung, Wissenschaft, Arbeit, Gesundheit, Infrastruktur, Sicherheit und mehr und tut dies im globalen Ausmaß (Amt der Vorarlberger Landesregierung Abteilung IIb / VIa 2018). Somit ist die Bedeutung

für jede*n Einzelne*n in allen Bereichen des Alltags spürbar. 4.164.011 Menschen in Österreich, somit fast die Hälfte der Bevölkerung, waren 2018 unter vierzig Jahre alt (Statistik Austria 2018) und sind somit den sogenannten Digital Natives zuzurechnen (Hurrelmann; Albrecht 2014). Die Generation Y (1980 – 1995) und Generation Z (1995 – 2010) sind die ersten digitalen Generationen. Sie kennen das analoge Zeitalter lediglich aus Erzählungen und wuchsen als dritte Nachkriegsgeneration in relativem Wohlstand auf. (Riederle 2019)

Aufgrund dieser Entwicklung steht auch die Offene Jugendarbeit vor der Herausforderung, sich der digitalen Transformation zu stellen. Obwohl sich auf wissenschaftlicher Seite schon viele Gedanken zur Auswirkung der Digitalisierung auf die Offene Jugendarbeit bzw. Soziale Arbeit gemacht worden sind, scheint das Verständnis und Bewusstsein für die veränderte Lebenswelt überschaubar in den täglichen Betrieb der Offenen Jugendarbeit implementiert. Auch in Hinblick auf digitale Kompetenzen scheint ein Teil der Fachkräfte eine Verweigerungshaltung einzunehmen (Epe 2017). Eine Konsequenz, die neuen Entwicklungen folgt, ist die ungleiche Teilhabe an dieser. Dies zeigt sich auch bei den schon genannten Digital Natives. Mit diesem Label wird mehreren Generationen eine selbstverständliche und intuitiv vorhandene digitale Kompetenz zugeschrieben. Aufgrund unterschiedlicher Medienbiografien entwickelt sich diese Kompetenz allerdings verschieden.

Diese Medienbiografien sind wiederum vom Habitus¹ und den verfügbaren Kapitalformen der Individuen abhängig. Diese Kapitalformen (ökonomischen Kapital, kulturelles Kapital, sozia-

¹ „Den Habitus beschreibt Bourdieu als ein Erzeugungsprinzip, da er erst durch die umgebenden Sozialsysteme in der Gesellschaft erschaffen wird und keine natürliche Größe darstellt. Menschen bilden ihren Habitus aus, indem sie in Praxishandlungen mit ihrer Umgebung interagieren, Einflüsse des sozialen Umfeldes verarbeiten und den Habitus damit konstituieren. Daraus ergeben sich die Verhaltensformen.“ (Schaffar; Friesinger 2013)

les Kapital und symbolisches Kapital) stellen die Grundpfeiler der gelingenden gesellschaftlichen Teilhabe dar. (Schaffar; Friesinger 2013) Durch die Nutzung der Bourdieu'schen Definitionen von Kapital steht den Fachkräften der Offenen Jugendarbeit eine Möglichkeit der Operationalisierung dieser zur Verfügung, wodurch Bilder geschaffen werden können, die es ermöglichen, Individuen oder Gruppen zu emanzipieren und ihr spezifisches Potenzial zu entfalten (Pantuček 2008). Allerdings setzt auch dies die digitale Kompetenz von Fachkräften voraus.

Die Lebenswelt wurde von A. Schütz in Anlehnung an Husserl als die „fraglos gegebene Wirklichkeit, die sowohl Schauplatz als auch Ziel des Handelns“ ist, definiert (Schütz; Luckmann; Endreß 2017). Somit ist die Lebenswelt die Welt, in die der Mensch hineingeboren wurde, in der er lebt und handelt. Nur in dieser alltäglichen Lebenswelt ist der Mensch in der Lage, mit anderen eine gemeinsame, kommunikative Umwelt zu konstruieren. (Thole; Schachler 2015) Digitale Technologien verändern die Art und Weise, wie Menschen ihren Alltag organisieren, wie sie sich informieren, wie sie kommunizieren, lernen, arbeiten und miteinander umgehen. Die Digital Natives sind digital geprägt. In ihrem Alltagsleben sind Offline- und Online-Erfahrungen ineinander verwoben und überlappen sich. (Großegger 2022) Philipp Riederle meint dazu: „Wenn von virtuellen Welten die Rede ist, in denen sich Teenager bewegen, dann handelt es sich tatsächlich um die reale Welt.“ (Riederle 2013)

Die Lebenswelt von Jugendlichen ist das berufliche Handlungsfeld von Jugendarbeiter*innen. Um diesem gerecht werden zu können, sollten Fachkräfte in möglichst allen Bereichen, somit auch in den digitalen, kompetent agieren oder diese zumindest berücksichtigen. Das vorliegende Handbuch beschreibt relevante Bereiche der bisher bekannten digitalen Welt und soll Fachkräften und Einrichtungen der Offenen Jugendarbeit als Wegweiser durch die digitale Welt dienen. Dabei können sowohl eigene



„Digitale Technologien verändern die Art und Weise, wie Menschen ihren Alltag organisieren, wie sie sich informieren, wie sie kommunizieren, lernen, arbeiten und miteinander umgehen.“

Kompetenzen reflektiert und mögliche Lücken identifiziert werden, als auch ein Handlungsleitfaden im Sinn eines nachhaltigen und umfassenden Schutzkonzeptes erstellt werden. Aufgrund der disruptiven und unvorhersehbaren Entwicklungen im digitalen Spektrum versteht sich das vorliegende Handbuch als Work in Progress und wird immer wieder auf seine Richtigkeit und Relevanz geprüft.

Christian Zinkel-Camp

stellvertretende Geschäftsführung koje
Fachstelle & Mitgliederservice



INHALT

DSGVO	10
Datenschutz und Persönlichkeitsrecht.....	10
Melde- und Anzeigepflicht	11

Wie in jedem anderen Bereich der Offenen Jugendarbeit muss auch im digitalen (Jugend-)Raum der rechtliche Aspekt beachtet werden. In Österreich finden sich dazu die wichtigsten Grundlagen im Verfassungsrecht, Kindschaftsrecht, Kinder- und Jugendhilferecht des Bundes und der Bundesländer, in den Gewaltschutzgesetzen, im Strafrecht, in Verfahrensrechten und der EU-weit geltenden Datenschutz-Grundverordnung.

Der Jugendschutz ist nicht bundweit geregelt, sondern Angelegenheit der Bundesländer. Es kann daher zu unterschiedlichen Regelungen in den einzelnen Bundesländern kommen, und es gelten die Bestimmungen derjenigen Region, in der sich das Kind bzw. der Jugendliche gerade aufhält.

Das Internet und die digitalen Netzwerke sind kein rechtsfreier Raum. Jede Person, die in der Offenen Jugendarbeit tätig ist, muss sich bewusst sein, dass ihre Arbeit im digitalen (Jugend-)Raum Risiken und Gefahren birgt. Gesetzwidriges Verhalten auf Social-Media-Plattformen kann strafrechtliche Folgen haben, beispielsweise im Falle der Verletzung von Urheber*innenrechten, der persönlichen Ehre anderer Menschen, der Verletzung von Betriebs- oder Geschäftsgeheimnissen oder von Datenschutzrechten.

2.1. DSGVO

Seit dem 25. Mai 2018 gilt die neue europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Sowohl für Unternehmen als auch für Privatpersonen bringt sie viele Veränderungen; vieles bleibt jedoch auch beim Alten. Der Datenschutz rückt durch die Digitalisierung sowie die technischen Neuerungen des Internets immer mehr in den Mittelpunkt der gesellschaftlichen Diskussion. Das Datenschutzrecht spielt in allen Lebensbereichen eine Rolle: am Arbeitsplatz, in der Kundenbetreuung, bei der personalisierten Werbung, im Online-Shop oder in der Webanalyse. (MindTake Research 2018)

Über jede Erhebung, Speicherung und Nutzung von personenbezogenen Daten schwebt die ganz grundsätzliche Pflicht zur Einhaltung der allgemeinen Datenschutzprinzipien. Das bedeutet, dass diese Grundsätze immer einzuhalten sind und zusätzlich – sofern vorhanden – die für den jeweiligen Fall geltenden Regelungen zur Anwendung kommen. (Stix 2022, S. 50)

- Grundsatz der Rechtmäßigkeit und der Transparenz/Verarbeitung nach Treu und Glauben
- Grundsatz der Zweckbindung
- Grundsatz der Datenminimierung
- Grundsatz der Datenrichtigkeit
- Grundsatz der Speicherbegrenzung
- Grundsatz der Integrität und Vertraulichkeit
- Rechenschaftspflicht



2.2. Datenschutz und Persönlichkeitsrecht

Der Begriff „Datenschutz“ lässt sich nicht einheitlich definieren. Grundsätzlich meint Datenschutz den Schutz sämtlicher Informationen, die nicht für die Allgemeinheit frei verfügbar sind. Im Zentrum stehen Informationen, die mit einer bestimmten Person direkt in Verbindung stehen und auf sie zurückgeführt werden können: die sogenannten personenbezogenen Daten. (Stix 2022)

Personenbezogene Daten sind nach Art. 4 Nr. 1 DSGVO solche, die es ermöglichen, eine Person zu identifizieren, oder die auf Personen bezogen werden können. Dies sind beispielsweise

- Name, Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Geburtsdatum, Bankdaten
- Geschlecht, Ausbildung, Beruf, Familienstand
- Fotos, Videos, Audiodateien
- IP-Adresse, Standortdaten, Nutzungsdaten, Kalendereinträge, Registrierungsdaten
- Mitgliedschaften in einer Organisation, sportliche Ergebnisse, Platzierungen bei Wettbewerben

Ergänzend dazu zählen die folgenden Daten als besonders sensibel nach Art. 9 DSGVO:

- Herkunft, Gesundheit, Sexualität, religiöse und politische Überzeugungen
- Genetische und biometrische Daten

Beispiel: Das Adressbuch eines Smartphones ist eine Sammlung von personenbezogenen Daten, die nicht frei zugänglich sein darf und mittels PIN vor dem unberechtigten Zugriff Dritter zu schützen ist. (Stix 2022)

Grundsätzlich gilt, je sensibler die Daten sind, desto besser müssen sie geschützt werden. Im Kontext der Jugendarbeit betrifft dies Teilnehmer*innenlisten für Ausflüge und Fahrten (Name, Alter, Krankheiten, Notfallkontakt der/des Erziehungsberechtigten etc.), ebenso Mitgliedsverzeichnisse bei Vereinsstrukturen

oder Akten, die über die Jugendlichen geführt werden. Dabei ist es unerheblich, ob die Daten in Papierform oder in digitaler Form auf einem Endgerät oder in einer Cloud gesammelt und gespeichert werden. (Stix 2022)

Der Gesetzgeber hat eine klare Vorstellung davon, wie und auf welche Art und Weise die Einwilligung zur Erhebung bzw. Verarbeitung personenbezogener Daten eingeholt werden darf, was sie zu umfassen hat und wie sie gestaltet sein muss. Dringend empfohlen wird, sich beim Einholen der Einwilligung an die rechtlichen Anforderungen zu halten, da die Einwilligung ansonsten wertlos ist, was zu teuren Abmahnungen und Bußgeldern führen kann. Wer sich bei der Umsetzung unsicher ist, sollte auf die Unterstützung eines Rechtsanwalts zurückgreifen, der sich auf dieses Gebiet spezialisiert hat. (Stix 2022)

- Erkennbarkeit des Absenders der Einwilligungserklärung
- Beschränkung auf einen konkreten Zweck
- Bewusste, konkrete und aktive Einwilligungshandlung
- Eigenständigkeit der Einwilligung
- Datenschutzrechtliche Belehrung
- Schriftliche Dokumentation und Nachweisbarkeit
- Gültigkeit der Einwilligung bis zum Widerruf

Der DSGVO zufolge können Jugendliche erst ab 16 Jahren eine Einwilligung rechtmäßig selbst erteilen. Es ist den EU-Staaten aber überlassen, diese Altersgrenze bis auf 13 Jahre zu senken. Österreich hat von diesem Recht Gebrauch gemacht und sich auf eine Grenze von 14 Jahren geeinigt. Es wird angenommen, dass Kinder die Folgen und Risiken einer Datenverarbeitung, bspw. zu Werbezwecken oder um User*innenprofile zu erstellen, nicht ausreichend abschätzen können. Dies gilt insbesondere laut Art. 8 DSGVO bei sogenannten Diensten der Informationsgesellschaft. Bis zum Alter von 14 Jahren ist eine Einwilligung durch den „Träger der elterlichen Verantwortung für das Kind“ erforderlich. Anbieter sozialer Medien haben sicherzustellen, dass wirklich die Erziehungsberechtigten die Einwilligung erteilt haben. (Stix 2022)

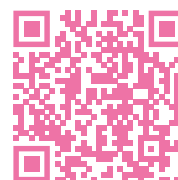
2.3. Melde- und Anzeigepflicht

In Österreich trat am 1. Jänner 2021 das Gesetzespaket „Hass im Netz“ in Kraft. Dieses birgt einen effektiven Schutz vor Hasspostings im Internet und stellt klar, dass das Internet kein rechtsfreier Raum ist. Schon vor Inkrafttreten des Gesetzespakets konnten Hasspostings verschiedene strafbare Tatbestände erfüllen und zivilrechtliche sowie medienrechtliche Ansprüche auslösen. Durch das Gesetzespaket wurden die Ansprüche jedoch ausgeweitet und die Rechtsdurchsetzung für Betroffene wesentlich erleichtert. (Bundesministerium Justiz 2021) Die wichtigsten Maßnahmen des Gesetzespakets im Überblick:

- Gerichtliche Löschung von Hasspostings mittels Mahnverfahren
- Erleichterte Ausforschung von Täter*innen
- Entfall des Kostenrisikos für Opfer
- Ausweitung der Prozessbegleitung
- Höherer Schadenersatz im Medienrecht
- Cyber-Mobbing bereits ab dem ersten Posting
- Tatbestand der Verhetzung ausgeweitet
- Transparentes Meldeverfahren
- Zustellungsbevollmächtigte
- Empfindliche Geldbußen

Jugendarbeiter*innen werden in der Arbeit mit Jugendlichen auch mit Betroffenen von Cyber-Mobbing und Hass im Netz konfrontiert. Hier sollte für die Fachkräfte folgende Vorgehensweise gelten:

Rechtsextreme, rassistische, sexistische und in jeglicher Form diskriminierende Kommentare, Äußerungen und Memes in sozialen Medien bzw. dem Internet müssen zur Anzeige gebracht werden. Auf der Seite justizonline.gv.at findest du eine Anleitung dazu. ▶▶▶



Bei Unklarheiten kann der Rat der Einrichtungsleitung und/oder der schutzbeauftragten Personen eingeholt werden. Offizielle Stellen wie Dachverband, Polizei und KiJA können ebenso hinzugezogen werden.



LINK ZUR INFOBROSCHÜRE
„HASS IM NETZ“

CLICK OR SCAN!



UUGITTOLE

PHÄÄNOMENNE

INHALT

Internethype	14
Challenge	14
Internetbetrug	14
Doxing	15
Hass im Netz	15
Cyber-Mobbing	15
Online-Enthemmungseffekte	16
Pornografische Darstellungen	16
Kinderpornografische Darstellungen	16
Bildbasierte sexualisierte Gewalt	17
Sexting	17
Sextortion	17
Cyber-Grooming	18
Geschlechtsspezifische Gewalt in digitalen Räumen ..	18

Mit dem Aufstieg des Internets und der Digitalisierung der Welt sind auch neue Phänomene und Herausforderungen entstanden, bzw. es haben sich analoge Phänomene in die digitale Welt übertragen, die gerade für Jugendliche von großer Bedeutung sind. In diesem Abschnitt werden wir uns mit verschiedenen Internetphänomenen auseinandersetzen, die speziell in der Jugendarbeit relevant sein können.

Um den zukünftigen Herausforderungen dieser Phänomene effektiv begegnen zu können, ist es von großer Bedeutung, dass Jugendarbeiter*innen über diese Internetphänomene informiert sind, um Jugendliche angemessen unterstützen und ihnen die notwendigen Kompetenzen vermitteln zu können. Nur durch eine gezielte Prävention und Aufklärung kann das Handlungsfeld der OJA dazu beitragen, dass junge Menschen sich sicher und verantwortungsbewusst im Internet bewegen.

3.1. Internethype

Hypes im digitalen Raum sind Konzepte, die sich schnell und viral im Internet verbreiten. Dabei handelt es sich meist um Memes, Bilder, Videos oder Blogbeiträge. Diese können humorvoll, satirisch oder provokativ sein und verschiedene Intentionen haben, wie künstlerische Verwirklichung, Selbstdarstellung oder Werbung. Durch die Verbreitung des Internets und die Möglichkeit, schnell und kostenlos Informationen zu teilen, haben Einzelne die Möglichkeit, Inhalte schnell und einfach einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Auch die steigende Verfügbarkeit von Aufnahmetechniken erleichtert es, Bilder, Videos und Tonaufnahmen zu erstellen und zu teilen.

3.2. Challenge

Im Internet verbreiten sich immer wieder Mutproben, bei denen sich Kinder und Jugendliche filmen und diese Clips auf Video-Plattformen teilen. Viele dieser Wettbewerbe sind gefährlich und können zu schweren Verletzungen führen. Bei besonders riskanten Challenges kann es auch zu Todesopfern kommen. Manche Herausforderungen sind jedoch auch harmlos und erfordern Ausdauer oder Geschicklichkeit.

Mutproben gehören zum entwicklungsbedingten Risikoverhalten vieler Jugendlicher und dienen oft der Anerkennung innerhalb der Peer-Group. Auch bei Nicht-Teilnahme werden durch Bilder von gefährlichem Verhalten die Hemmungen herabgesetzt, was negative Auswirkungen haben kann. Besondere Vorsicht ist bei den Themen Essstörungen und Suizid geboten, da sie in Krisensituationen destabilisierend wirken können. (klicksafe.de 2023; Saferinternet.at 2021)



Die Hot Chip Challenge ging 2016 viral und hält sich bis heute © Alena Shekhovtcova, pexels.com

3.3. Internetbetrug

Internetbetrug ist ein Delikt, das im Rahmen der Internetkriminalität begangen wird. Dabei nutzen Betrüger*innen das Informationsgefälle zwischen Opfer und Täter*innen aus. Viele Internetnutzer*innen fühlen sich zu Unrecht sicher, da sie glauben, dass alle Mechanismen im Internet sicher sind, was jedoch nicht der Fall ist. Es gibt verschiedene Betrugsvarianten, die im Internet auftreten können, wie z. B. Phishing, Scam, Identitätsdiebstahl, Informationsdiebstahl, Abofalle usw. (Saferinternet.at 2023a; österreich.gv.at 2023a; Internet Ombudsstelle o. J.; Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation 2024)

3.4. Doxing

Doxing bedeutet, dass personenbezogene Daten im Internet gesammelt und veröffentlicht werden, meist mit bösen Absichten gegenüber den betroffenen Personen. Die Gründe dafür können vielfältig sein, wie etwa Rache, öffentliche Bloßstellung oder Belästigung. Die Daten können aus öffentlich zugänglichen Datenbanken oder sozialen Medien gesammelt werden, aber auch durch Social Engineering oder Hacking. Betroffene Personen sind oft weiteren Attacken ausgesetzt, basierend auf den veröffentlichten Daten. (Bundesverband Frauenberatungsstellen und Frauennotrufe o. J.)

3.5. Hass im Netz

Hate Speech bedeutet, dass Menschen im Netz aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu einer Gruppe beleidigt und angegriffen werden. Dabei geht es oft um Merkmale, die mit Diskriminierung und Ausgrenzung verbunden sind, wie etwa Geschlecht, sexuelle Orientierung oder Herkunft. Hass im Netz ist politisch und Ausdruck von Machtverhältnissen in der Gesellschaft. Die Angriffe können in Form von verbalen Attacken, aber auch Stalking, Doxing oder Bildern stattfinden. Dabei kann es schnell zu einer Massenbewegung kommen, bei der immer mehr Menschen sich beteiligen und die Gewalt verstärken. Doxing ist dabei besonders gefährlich, da es zu körperlichen Übergriffen führen kann. (Zara o. J.)

3.6. Cyber-Mobbing

Mobbing im Internet ist die verbreitetste Form der digitalen Gewalt und bedeutet, dass jemand wiederholt von einer oder mehreren Personen beleidigt, ausgegrenzt oder schikaniert wird. Das geschieht vor allem in sozialen Medien. Durch das Teilen von vertraulichen Informationen, falschen Behauptungen oder manipulierten Fotos wird die betroffene Person öffentlich bloßgestellt.

Dieses Verhalten kann großen Schaden anrichten, v. a. wenn es in der Schule oder am Arbeitsplatz stattfindet. Oft handelt es sich dabei nicht um einen konkreten Konflikt, sondern um Gruppendynamiken, an denen mehrere Personen beteiligt sind. Es ist wichtig, dass Betroffene Unterstützung von außen erhalten, da es schwierig ist, allein dagegen vorzugehen. Seit 1. Jänner 2016 ist „Cyber-Mobbing“ in Österreich strafbar. (oesterreich.gv.at 2023c)



3.7. Online-Enthemmungseffekte

Der Online-Enthemmungseffekt bezieht sich darauf, dass Menschen im Internet aufgrund der Anonymität und der fehlenden sozialen Kontrolle dazu neigen, Dinge zu schreiben, die sie nicht persönlich sagen würden. Sie sind weniger hemmungsgebunden und neigen dazu, Hasskommentare, Cyber-Mobbing oder strafbare Äußerungen zu veröffentlichen. Die Textkommunikation verstärkt diesen Effekt zusätzlich, da weder Mimik noch Tonfall vorhanden sind und Täter*innen keine direkte Reaktion ihres Opfers erfahren. (Bedeutung Online 2018; Gangloff 2021; Kohrs 2019)

3.8. Pornografische Darstellungen

In Österreich hat das Konsumieren von legalen pornografischen Inhalten auf Websites für Personen, die diese Inhalte konsumieren, grundsätzlich keine rechtlichen Folgen. Anders ist es, wenn sich auf einer solchen Seite illegale Bilder befinden, wie z. B. kinderpornografische Darstellungen (siehe Punkt 3.9).

Das Internet bietet eine unendliche Quelle für Pornografie, die leicht zugänglich und kostenlos ist und meist von Erwachsenen konsumiert wird, aber auch manche Jugendliche nutzen sie, unter anderem zur Informationsbeschaffung. Pornos zu konsumieren ist an sich nicht schädlich, solange man sich bewusst ist, dass sie nicht die Realität in Bezug auf Situationen, Praktiken und Körper widerspiegeln.

Der übermäßige Konsum von Pornografie kann jedoch zu Problemen und Realitätsverlust führen. Pornografie kann Kinder und Jugendliche

verstören und verunsichern. Sie kann zu problematischen sexuellen Verhaltensweisen und Rollenklischees führen, besonders wenn Sexualität und Gewalt miteinander verknüpft oder bizarre Sexpraktiken präsentiert werden. Inhalte und Gewaltdarstellungen können zu lebensgefährlichen Nachahmungsversuchen und zu einer sozial-ethischen Desorientierung führen. (Feel-OK 2021; klicksafe.de 2022)

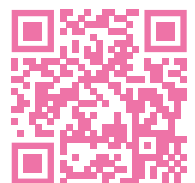
3.9. Kinderpornografische Darstellungen

In Österreich ist der Besitz kinderpornografischer Darstellungen ebenso wie der wissentliche Zugriff auf kinderpornografische Darstellungen im Internet strafbar. Kinderpornografie können bildliche Darstellungen von geschlechtlichen Handlungen, in die Minderjährige involviert sind, oder die Abbildung der Genitalien oder der Schamgegend von Minderjährigen sein. Missbrauchsdarstellungen von Kindern unter 14 Jahren sind immer strafbar. Bereits der Eindruck, dass es zu einer sexuellen Handlung gekommen ist, reicht aus (z. B. Fotomontagen).

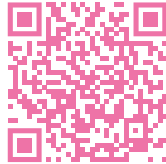
In der Regel werden die Inhalte einer Seite schon beim bloßen Ansehen im Internet automatisch auf der Festplatte gespeichert (meist in einem Ordner für temporäre Dateien) – bereits das kann als Besitz eines Bildes gelten. Wissentlicher Zugriff kann z. B. angenommen werden, wenn auf eine Seite mit eindeutigem Inhalt wiederholt zugegriffen wird.

Seit 1. Jänner 2012 sind das sogenannte „Cyber-Grooming“ (siehe Punkt 3.13) und die „Betrachtung pornografischer Darbietungen Minderjähriger“ (live mittels Web-Cam) gerichtlich strafbar. (oesterreich.gv.at 2023d; Saferinternet.at o. J.-c)

WICHTIG: Kinderpornografische Inhalte können online – auch anonym – bei der Meldestelle „Stopline“ gemeldet werden. ►



Ebenso kann man sich diesbezüglich schriftlich, per Fax oder E-Mail bei den Meldestellen des Bundeskriminalamts melden. ►



3.10. Bildbasier- te sexualisierte Gewalt

beinhaltet Übergriffe, bei denen Menschen ungewollt mit intimen oder pornografischen Bildern konfrontiert werden. Zum Beispiel wenn Männer unerwünschte Bilder von ihrem Penis an Online-Kontakte senden, sogenannte „Dickpics“. Auch das Versenden von Sex-Emojis (Aubergine, Pfirsich, Schere, Regentropfen etc.) kann eine Form der sexuellen Belästigung mit Bildern sein. In diesen Fällen stehen die Opfer nicht in Zusammenhang mit den Bildern. (hateaid.org 2019; Köver 2020)

3.11. Sexting

Sexting ist heutzutage in vielen Beziehungen normal und bedeutet das Aufnehmen und Teilen von intimen Bildern oder Emojis mit dem/der Partner*in oder Freund*in. Doch ein Vertrauensbruch begünstigt oft, dass die Bilder missbräuchlich genutzt werden. Täter*innen können Betroffene bedrohen, öffentlich bloßstellen, beleidigen und manipulieren. (Saferinternet.at 2016)



LINK ZUR INFOBROSCHÜRE ZUM
THEMA „SEXTING“ VON
SAFERINTERNET.AT

CLICK OR SCAN!

3.12. Sextortion

Sextortion bedeutet, dass jemand intime Fotos oder Videos von einer anderen Person benutzt, um diese zu erpressen. Die Täter*innen drohen damit, das Material öffentlich zu machen, um die betroffene Person zu zwingen, Dinge zu tun, die sie eigentlich nicht möchte. Zum Beispiel sollen sie wieder mit ihrem Ex-Partner zusammenkommen oder sexuelle Handlungen ausführen. Die Täter*innen haben das Material entweder heimlich aufgenommen oder es von der betroffenen Person erhalten. (Saferinternet.at o. J.-d; Bundesministerium für Inneres 2023)



3.13. Cyber-Grooming

Bedeutet sinngemäß virtuelle Anbahnung und ist die gezielte Manipulation Minderjähriger sowie junger Volljähriger über das Internet. Das Ziel ist es, das Opfer in eine Falle zu locken, um Straftaten wie sexuell motivierte Übergriffe bis hin zur Vergewaltigung zu begehen.

Cyber-Grooming ist eine schlimme Form der sexuellen Belästigung im Internet. Erwachsene Menschen, meist Männer, machen sich das Vertrauen von Kindern und Jugendlichen zu Nutze, um sie sexuell zu belästigen und/oder

zu missbrauchen. Sie geben sich oft als Gleichaltrige oder Talentsucher*innen aus und versprechen den Jugendlichen, ihnen zu helfen, berühmt zu werden. Dann fordern sie Bilder von den Jugendlichen, erst harmlose, später aber auch Nacktbilder oder erotische Aufnahmen. Manchmal veröffentlichen die Täter*innen die Bilder sogar in kinderpornografischen Foren. Bei Kontaktabbruch von Seiten der Opfer drohen die Täter*innen ihnen oft oder erpressen sie mit den bereits erhaltenen Bildern. (Rat auf Draht o. J.; Saferinternet.at o. J.-b)

3.14. Geschlechtsspezifische Gewalt in digitalen Räumen

Frauen*, LGBTQIA+ Personen und andere Menschen werden online angegriffen, beleidigt, bedroht oder erpresst. Diese Form von Gewalt betrifft besonders Menschen, die als weiblich oder nicht-heterosexuell gelesen werden. Wenn Personen aufgrund ihres biologischen oder sozialen Geschlechts Gewalt ausgesetzt sind, wird von geschlechtsspezifischer Gewalt gesprochen. Diese korreliert mit Machtmissbrauch und Ungleichbehandlung, und Frauen* und Mädchen* entwickeln eigene Strategien, um diese Dynamiken zu vermeiden. Digitale Gewalt kann auch Teil von „analoger Gewalt“ sein, die sich im echten Leben abspielt.

Zusammengefasst haben diese Thematik die Amazone und der Mädchen*treff Dornbirn in ihrem Projekt empowHER*. Der entstandene Reader dient als Informations- und Nachschlagewerk für mit Jugendlichen Arbeitende. Er liefert Antworten auf Fragen zum Thema Gewalt an Frauen* und Mädchen*, zeigt verschiedene Gewaltformen im Kontext der Digitalisierung auf, gibt Einblicke zu rechtlichen Hintergründen, unterstützt in der Präventions- und Aufklärungsarbeit und verweist auf bestehende Angebote. (gewaltinfo.at; Verein Amazone; Mädchen*treff der Offenen Jugendarbeit Dornbirn 2023)



LINK ZUR BROSCHÜRE
„GESCHLECHTSSPEZIFISCHE GEWALT
IN DIGITALEN RÄUMEN“

CLICK OR SCAN!



Die Broschüre „Geschlechtsspezifische Gewalt in digitalen Räumen“ entstand aus einer Kooperation des Vereins Amazone und der Offenen Jugendarbeit Dornbirn und ist online verfügbar. Foto © OJA Dornbirn

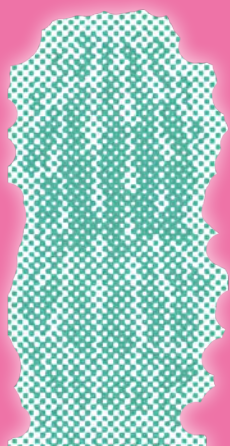
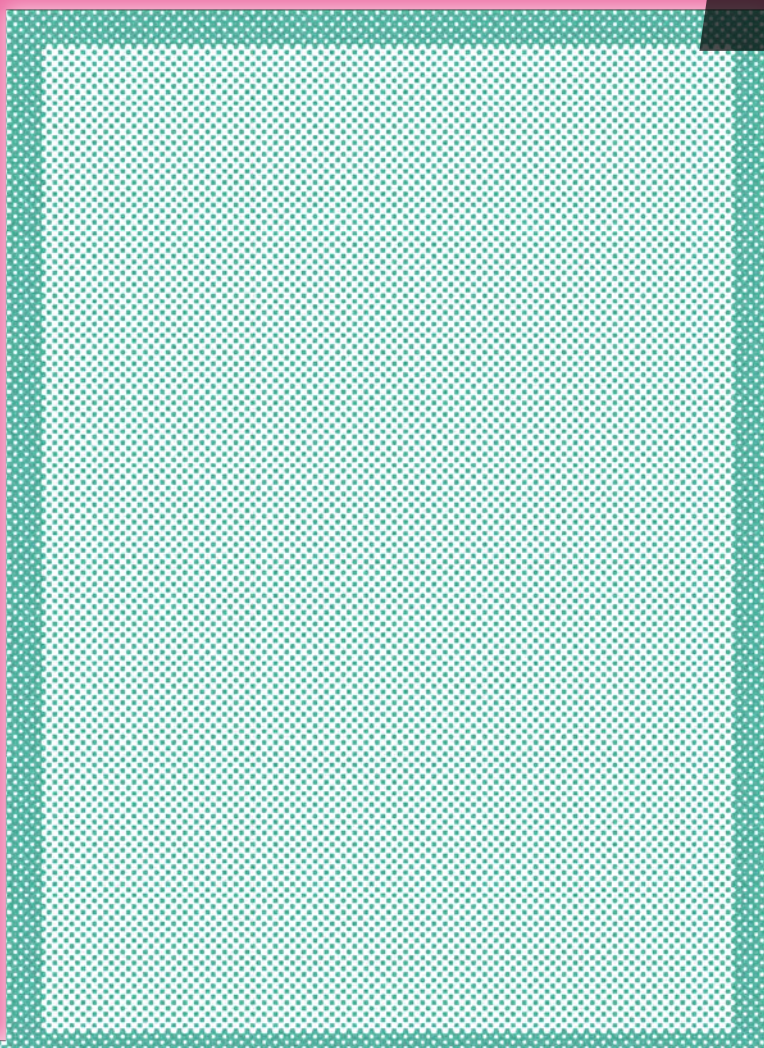


In empowHER* setzen sich Mädchen* und junge Frauen* mit geschlechtsspezifischer Gewalt in ihren Lebensrealitäten auseinander und teilen ihre Expertise mit Peers und Erwachsenen. Foto © Verein Amazone

COMMON.

COMMON.

COMMON.



INHALT

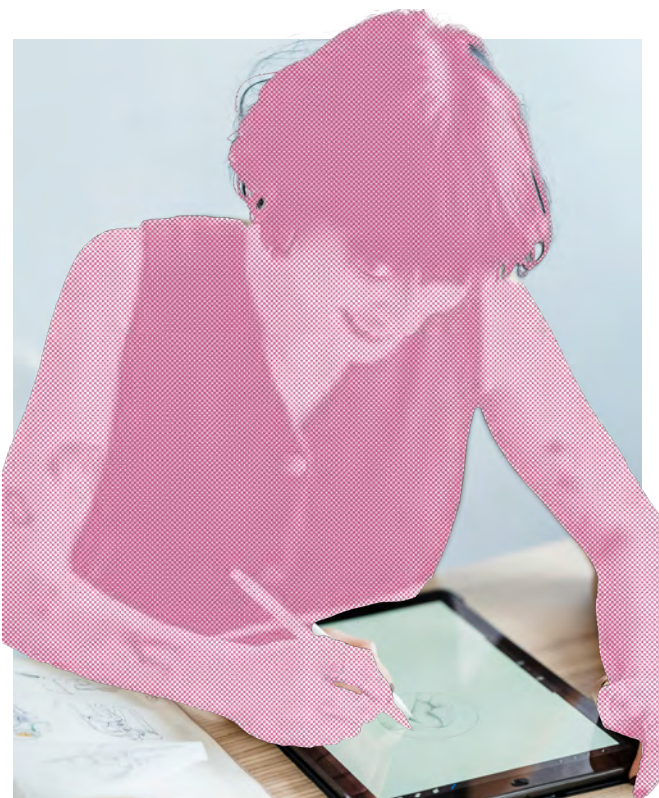
Digitale Kompetenz	22
Ressourcen.....	22
Zugangsrechte und Verschlüsselung	23
Privatsphäre und Abgrenzung.....	23
Equipment.....	24

Der Zugriff auf das Internet ist aus den Lebenswelten Jugendlicher nicht mehr wegzudenken. Sie unterscheiden nicht zwischen digitaler und analoger Welt, wie es Erwachsene meist tun. Um zu gewährleisten, dass es eine Ausgewogenheit zwischen diesen beiden Polen gibt, sollte jede Einrichtung dies bei der Aufteilung jeglicher Ressourcen bedenken.

„Ein Team mit ausreichend digitaler Kompetenz ist dazu in der Lage, digitale Medien und Technologien bei Angeboten und Aktivitäten mit Jugendlichen passend einzusetzen.“

Anu Pöyskö

4.1. Digitale Kompetenz



© Michael Burrows, pexels.com

Die Vergangenheit hat gezeigt, dass es nicht ausreichend ist, wenn nur eine Person für den digitalen Bereich zuständig ist. Ein grundlegendes Wissen im digitalen Bereich ist Voraussetzung für die Arbeit im Handlungsfeld der Offenen Jugendarbeit. Regelmäßige Weiterbildungen und interne Schulungen sind erforderlich, um eine Qualitätssicherung in der digitalen Jugendarbeit gewährleisten zu können.

Ebenso muss die Verantwortung für die Betreuung der Social-Media-Plattformen einer Einrichtung von mehreren Personen gemeinsam getragen werden, sodass bei Krankheit oder Wegfall von Personal keine Lücke entsteht.

Jugendliche treten gerade im digitalen Raum oft als Fachpersonen in Aktion, da es um ihre Lebenswelten geht. Dadurch kommen sie in ihre Selbstwirkung. Eine offene Haltung und der Wille, Neues von jungen Menschen zu lernen, sind Eigenschaften, die jede*r Mitarbeiter*in mitbringen sollte.

4.2. Ressourcen

Um digitale Jugendarbeit mit herkömmlichen Angeboten gleichzustellen, muss diese schon bei der Erstellung von Budgets und Dienstplänen berücksichtigt werden, denn auch hier gilt: Für professionelle Arbeit braucht es sowohl ausreichend zeitliche als auch finanzielle Mittel.

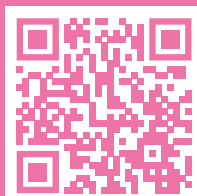
• Zeitliche Ressourcen

spielen gerade in der digitalen Jugendarbeit eine große Rolle, da oft unterschätzt wird, wie viel Zeit tatsächlich hierfür benötigt wird. Im digitalen Raum braucht es die gleichen Prinzipien, Grundhaltungen und fachlichen Zugänge wie für jedes andere Angebot der Offenen Jugendarbeit.

• Finanzielle Ressourcen

für die digitale Jugendarbeit braucht es in erster Linie für Personalkosten, Aus- und Weiterbildungskosten für die Qualitätssicherung der Mitarbeiter*innen und für das Equipment. Jedoch müssen ebenso die Kosten für Fachpersonen aus dem IT-Bereich mit einkalkuliert werden. Hier zu sparen, geht meist mit erheblichen Sicherheitslücken einher.

Bei der Finanzierung von Online-Angeboten muss jeder geldgebenden Stelle klar gemacht werden, dass solche Projekte über die regionalen „Grenzen“ hinaus wirksam sind. Das Internet hält sich nicht an gegebene Ortsgebiete und Ländergrenzen – solche Dinge verschwimmen. Beispielsweise können sich, wenn eine Einrichtung einen digitalen Raum für Online-Beratung eröffnet, Jugendliche aus der ganzen Welt eingeladen fühlen, diesen zu besuchen – oder es können sich, wenn es ein deutschsprachiges Angebot ist, junge Menschen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum einklinken.



LINK ZU WEITERBILDUNGS-
ANGEBOTEN DES DIGITAL
CAMPUS VORARLBERG

CLICK OR SCAN!

Weiterbildungen
gefällig?

4.3. Zugangsrechte und Verschlüsselung

Personenbezogene Arbeitsprofile auf Social-Media-Plattformen müssen transparent sein und unter Berücksichtigung des Schutzkonzepts der Geschäftsführung bzw. der schutzbeauftragten Person der Einrichtung einzusehen sein.

Dienstliche Endgeräte, wie Smartphone, Computer, Tablets usw., müssen mit einem Passwort, PIN und/oder biometrischen Merkmalen verschlüsselt sein.

Die Zugangsrechte auf den Server müssen so aufgeteilt sein, dass es der/dem jeweilige*n Mitarbeiter*in erlaubt ist, ihre/seine Arbeit gut durchführen zu können.

Die Geschäftsführung oder Leitung muss auf alles einen Zugriff haben und die erteilten Zugänge für Mitarbeiter*innen freigeben bzw. sperren können. Beispiel: Mitarbeiter*innen, die für den Offenen Betrieb zuständig sind, brauchen keinen Zugriff auf die Buchhaltung.

Datenerhebungen von Jugendlichen müssen, egal ob als digital gespeicherte Daten oder als ausgedruckte Dokumente, der DSGVO-entsprechend gespeichert bzw. abgelegt werden (siehe Punkt 2.2).

4.4. Privatsphäre und Abgrenzung

Im Handlungsfeld tätige Personen haben ein Privatleben. Gerade im digitalen Raum ist das Setzen von Grenzen für Jugendarbeiter*innen sehr wichtig. Außerhalb der dienstlichen Social-Media-Accounts darf zum minderjährigen Klientel kein Kontakt über private Accounts aufgenommen werden. Dies ist eine Maßnahme, die jede Einrichtung in Hinblick auf das Schutzkonzept treffen sollte und die mit dem Verweis auf das Kinder- und Jugendschutzgesetz sehr gut begründet werden kann.

Zum Selbstschutz der Mitarbeiter*innen ist Folgendes zu beachten:

- Persönliche Social-Media-Profile sollten NICHT öffentlich sein
- Freundschaftsanfragen von Jugendlichen auf Privat-Accounts müssen abgelehnt werden
- Freundschaftsanfragen von Privat-Accounts dürfen nicht an Jugendliche versendet werden
- KEINE Weitergabe von privaten Telefonnummern
- Diensthandy ausschalten bzw. Flugmodus außerhalb der Arbeitszeit (ausgenommen klare schriftliche Vereinbarungen)
- Urlaubsbenachrichtigung beim E-Mail-Verkehr



4.5. Equipment

Um professionelle Arbeit im digitalen Bereich leisten zu können, braucht es das passende Equipment. Gerade für kleinere Einrichtungen können Kooperationen nach dem Prinzip des Co-Sharings beim Erwerb hilfreich sein.

Um ein DSGVO-konformes und dem Schutzkonzept entsprechendes Arbeiten im digitalen Raum zu gewährleisten, muss folgendes Equipment für Mitarbeiter*innen bereitgestellt werden:

- Diensthandy
- Dienstcomputer bzw. -Laptop mit Benutzer*innen-Accounts
- Ein dem Bedarf entsprechendes leistungsstarkes Internet über eine Breitbandverbindung für die Einrichtung mit Splittung für das jugendliche Klientel

Um für die Jugendlichen ein ansprechendes Angebot setzen zu können, sollte in der Einrichtung Folgendes vorhanden sein:

- Spielkonsolen (z. B. PlayStation 4/5, Nintendo Switch...)
- Computer mit Internetzugang für Recherche, Hausaufgaben usw.
- Musikanlage, die mit diversen Musik-Streaming-Angeboten verbunden ist





© Evie Shaffer, pexels.com



DIGITAL

COMMUNITY

KNOWLEDGE

INHALT

Zielgruppe	29
Betriebsintern	29
Externe Kommunikation	29
Netiquette	30

Digitale Kommunikation beschreibt, wie wir uns mithilfe von Computern und dem Internet mit anderen Menschen austauschen. Das ist eine spezielle Form der Kommunikation, die anders ist als Gespräche von Angesicht zu Angesicht oder Briefe. Es gibt viele Experten, die sich damit beschäftigen, wie diese Art der Kommunikation genau funktioniert und wie wir sie am besten nutzen können.

Im Forschungsfeld der digitalen Kommunikation geht es um wichtige Themen, die besonders hervorgehoben werden, wie z. B.:

- Mensch-Maschine-Kommunikation beschreibt die Interaktion zwischen Menschen und Maschinen, z. B. in Form von Spracherkennung oder Touchscreens.
- Computervermittelte Kommunikation umfasst die Kommunikation über Computer, z. B. E-Mail oder Chat.
- Netzbasierte Kommunikation bezieht sich auf die Kommunikation über das Internet, z. B. soziale Netzwerke oder Videokonferenzen.
- Kommunikationstechnik beschreibt die Technologien, die zur Übertragung von Informationen und Daten genutzt werden, z. B. Telefon- oder Netzwerktechnik.
- Wirtschaftsinformatik beschäftigt sich mit der Anwendung von informations- und kommunikationstechnischen Lösungen in Wirtschaft und Verwaltung.

Menschen nutzen sowohl digitale als auch analoge Methoden, um miteinander zu kommunizieren. Bei der digitalen Kommunikation werden Wörter oder Zeichen verwendet, um einen Begriff zu vermitteln. Bei der analogen Kommunikation geht es darum, durch Gesten oder andere Signale eine Bedeutung zu vermitteln. Beide Arten der Kommunikation haben Vor- und Nachteile: Digitale Kommunikation ist deutlich und unmissverständlich, aber auch manchmal aufdringlich. Analoges Kommunizieren dagegen ist oft unauffällig und subtil, kann aber auch verwirrend sein.

Die Digitalisierung hat viele neue Kommunikationsmöglichkeiten geschaffen, wie die Sozialen Medien. Allerdings führen die ständigen Unterbrechungen und die Beschleunigung der Kommunikation dazu, dass Arbeitnehmer*innen oft an mehreren Aufgaben gleichzeitig arbeiten müssen. Dies führt zu einer schlechteren Priorisierung von Aufgaben und kann die Arbeitsleistung reduzieren, wie eine Studie der University of California in Irvine zeigt.

Die oftmals eingeforderte ständige Verfügbarkeit im digitalen (Jugend-)Raum bedeutet von den Mitarbeiter*innen der Einrichtung die ständige Präsenz in der digitalen wie auch analogen Welt. Wie so oft im Sozialbereich muss hier sehr

gut darauf geachtet werden, dass keine Überforderung bei den Mitarbeiter*innen geschieht, weil diese Aufgabe „ja auch noch schnell mit erledigt werden kann“ und so ein wenig soziale Medien betreuen ja nicht viel Arbeit ist.

Damit beratende Gespräche auch online gelingen können, benötigt es die gleiche Achtsamkeit wie bei Face-to-Face-Beratungen, wobei das Mitarbeiter*innenteam gefordert ist, der beratenden Person den nötigen Freiraum einzuräumen. Online-Kommunikation ist eine ernstzunehmende Kontaktaufnahme und muss auch als solche verstanden werden. Dies bedeutet, dass sie bei der Ressourcenverteilung mitbedacht werden muss (siehe dazu auch Punkt 9).

Bei Online-Beratungsangeboten muss bedacht werden, dass solche Dinge wie Ortsgebiete oder Landesgrenzen im digitalen Raum nicht existieren. Eine Einrichtung, die online Beratung anbietet, wird diese für den gesamten digitalen Sprachbereich anbieten.

Im digitalen Raum können Jugendarbeiter*innen die ersten Ansprechpartner*innen sein. Das Handlungsfeld fungiert hier oft als Schnittstelle zwischen Systempartner*innen, Erziehungsberechtigten und dem jugendlichen Klientel. Aus diesem Grund sollte jede Einrichtung selbst entscheiden, mit welchen Tools sie arbeiten kann und möchte. Jedoch gilt hier, besser ist es, weniger Kanäle zu bedienen, jedoch diese wenigen gewissenhaft, regelmäßig und professionell.

Es ist ratsam, sich um die Community in den sozialen Netzwerken zu kümmern. Es sollte vermieden werden, denselben Inhalt auf allen Plattformen zu teilen. Stattdessen sollte versucht werden, ein Gespräch mit den Menschen zu führen, da dies einen enormen Wert für die Einrichtung darstellt. Menschen, die mit der Einrichtung interagieren, können Positives über sie sagen und andere überzeugen, das Angebot der OJA auch in Anspruch zu nehmen. Dies kann in der digitalen Kommunikation von unschätzbarem Wert sein!



5.1. Zielgruppe

Hier muss gut abgewogen werden, wer durch welche Kanäle erreicht werden kann und ob das gewählte Tool die Kommunikation mit der gewünschten Zielgruppe erfüllen kann. Besonders wichtig werden diese Überlegungen, sobald es um die Öffentlichkeitsarbeit geht (siehe Punkt 9). Zum Beispiel ist es nicht sinnvoll, über Facebook Jugendliche ansprechen zu wollen. Bei Informationen über Aktionen der Einrichtung, welche an die Erziehungsberechtigten gerichtet sind, ist jedoch die Nutzung von Facebook durchaus sinnvoll.

Jugendliche

- Instagram
- WhatsApp
- TikTok
- Snapchat
- BeReal
- Discord

Eltern/Erziehungsberechtigte

- Homepage
- Facebook
- Instagram
- Printmedien

Systempartner*innen

- E-Mail
- Telefon
- Printmedien

5.2. Betriebsintern

Unter interner Kommunikation ist in den Einrichtungen sowohl verbale als auch nonverbale (z. B. schriftliche) Kommunikation im Team bzw. zwischen Team und Leitung zu verstehen. Sie dient unter anderem der Verbesserung organisatorischer Abläufe, der Verbreitung von Informationen, dem Austausch sowie der Motivation und Bindung. Unterschieden wird zwischen formeller

(Protokolle, E-Mails, Teamsitzungen usw.) und informeller Kommunikation (z. B. Pausengespräche). In diesem Zusammenhang ist geregelt, welche Formen der internen Kommunikation von den Mitarbeiter*innen wie und in welchem Ausmaß genutzt werden. (bOJA – Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit 2017, S. 101–102)

Welche Tools betriebsintern für die digitale Kommunikation verwendet werden, muss nach ethnischen, datenschutzkonformen und barrierefreien Gesichtspunkten entschieden werden. Wichtig hierbei ist sicherlich der Mehrwert für die Einrichtung. Eine Herausforderung in der digitalen Kommunikation stellt die Diversität von Teams und die Aufmerksamkeit von Menschen an sich dar. Dies gilt es zu berücksichtigen. Zum Beispiel braucht es in teaminternen Gruppenchats eine Sprache, die jede Person versteht. Ein klares Schriftdeutsch ist meist die beste Wahl, um Verwechslungen und Missverständnissen vorzubeugen.

Diese Fragen sollten von jeder Einrichtung bearbeitet, im Team beantwortet und eingearbeitet werden (Stix 2022, S. 148):

- Wie arbeiten wir online zusammen?
- Welche Tools verwenden wir?
- Womit reden wir?
- Welche Social-Media-Apps sind für die interne Kommunikation optimal?
- Soll dafür ein Gruppen-Chat angelegt werden?
- Worüber reden wir?
- Welche Inhalte sollen in diesem Chat gepostet werden?
- Welche Inhalte wären störend?
- Wann reden wir?
- Gibt es Zeiten, die tabu sind?
- Wer ist wann erreichbar?

5.3. Externe Kommunikation

Damit ist jede Form der Kommunikation gemeint, bei der mit unterschiedlichen Stakeholdern/Zielgruppen im Umfeld der Einrichtung

kommuniziert wird. Dazu zählt beispielsweise die Kommunikation mit Systempartner*innen, Anrainer*innen oder der allgemeinen Öffentlichkeit, aber auch Medienarbeit und Lobbying für die Anliegen Jugendlicher bei politischen Entscheidungsträger*innen. (bOJA – Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit 2017, S. 101–102)

Folgende Aspekte sind zu klären:

- In welchen Fällen erfolgt durch wen und mit welchem Ziel eine aktive Kontaktaufnahme seitens der Organisation/Einrichtung?
- Welche Informationen werden von wem und zu welchem Zweck aktiv weitergegeben?
- Welche Auskünfte werden durch wen und mit welchem Ziel auf Anfrage weitergegeben (und welche nicht)?
- Wie gestaltet sich ein allfälliger regelmäßiger Kontakt mit einer bestimmten Anspruchsgruppe?

5.4. Netiquette

Die Netiquette (Kofferwort, engl. „net“ u. franz. „etiquette“) beschreibt die angemessenen Verhaltensregeln im elektronischen Kommunikationsbereich. Obwohl von vielen befürwortet, hat sie keine rechtliche Relevanz und wird oft kontrovers diskutiert. Was als angemessen gilt, hängt von den Teilnehmer*innen und Betreiber*innen ab, welche die Art und das Ausmaß der Netiquette bestimmen und deren Einhaltung sicherstellen sollten. Obwohl sich eine Vielzahl an Empfehlungen im Netz finden, gibt es keine einheitlichen Richtlinien.

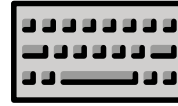
RFC 1855 ist ein offizielles Dokument der Internet Engineering Task Force (IETF), das eine Sammlung von Regeln und Empfehlungen für eine angemessene und respektvolle Kommunikation im Internet enthält. Es gilt als Leitfaden für die Online-Kommunikation weltweit mit dem Ziel, die Qualität ebendieser zu verbessern, Konflikte zu vermeiden und ein harmonisches Miteinander im Netz zu fördern.

Hier die wichtigsten Empfehlungen zusammengefasst:

1. Das Verhalten online sollte dem im realen Leben gleichen. Dabei ist es wichtig, andere Nutzer*innen mit Respekt zu behandeln und Beleidigungen / Provokationen zu vermeiden. Kritik sollte stets sachlich und konstruktiv formuliert sein. Beleidigungen im Internet sind strafbar.
2. Echte Menschen lesen die Nachrichten, darum sollte darauf geachtet werden, was und wie etwas geschrieben wird, da das Internet eine dauerhafte Erinnerung hat. Löschen allein genügt möglicherweise nicht, da Screenshots und Kopien von Nachrichten weiterhin existieren können.
3. Die Anonymität im Internet führt oft zu unhöflichem Verhalten, da die Hemmschwelle niedriger ist als im persönlichen Gespräch. Eine gute Netiquette erfordert Respekt, Höflichkeit und Professionalität. Nachrichten in Großbuchstaben sollten vermieden werden, da dies als Schreien interpretiert wird und als unhöflich gilt.
4. Vor dem Stellen einer Frage sollten zuerst die bisherigen Antworten durchgelesen werden, da sie möglicherweise bereits beantwortet wurde. Online-Konversationen sind schnelllebig, daher ist es wichtig, alle Informationen zu berücksichtigen und vernünftig zu antworten oder Fragen zu stellen.
5. Es ist ratsam, die Antworten auf Grammatik, Zeichensetzung und Rechtschreibung zu überprüfen, bevor sie abgeschickt werden. Besonders bei E-Mails oder anderen Schriftstücken, die an Kolleg*innen oder Vorgesetzte geschickt werden, sollten Grammatik, Rechtschreibung und Satzzeichen korrekt sein. Darüber hinaus ist es wichtig, bei E-Mails eine passende Anrede und Abschiedsformel zu verwenden.
6. Die Privacy-Regel sollte sowohl im Alltag als auch im Beruf beachtet werden. Vor dem Weiterleiten von Informationen sollte die Erlaubnis des Absenders eingeholt und bei E-Mails an mehrere Empfänger die BCC-Funktion verwendet werden, um die Privatsphäre

zu wahren. Beim Hochladen oder Teilen von Fotos oder Videos sollte das Einverständnis der abgebildeten Personen eingeholt werden.

7. In unserer schnellen Welt ist es wichtig zu beachten, dass die Aufnahmefähigkeit von Informationen begrenzt ist, sowohl technologisch als auch beim Menschen. Deshalb sollten wir in unseren E-Mails schnell auf den Punkt kommen und klare Argumente formulieren. Es ist wichtig, die Empfänger sorgfältig auszuwählen und ihre Zeit und Bandbreite zu respektieren.
8. Auch im Online-Bereich können Anfänger*innen Fehler machen, z. B. durch fehlende Benimmregeln oder Rechtschreibfehler. Kleine Fehler sollten ignoriert werden, größere können höflich mit einer privaten Nachricht angesprochen werden. Sarkasmus ist in der Schriftform nicht immer erkennbar, daher ist eine sachliche Ausdrucksweise empfehlenswert. Falls unter befreundeten Personen oder guten Kolleg*innen dennoch Sarkasmus ausgedrückt wird, können Emojis (Smileys oder GIFs) helfen, die Aussagen zu unterstreichen.
9. Nur weil einige Menschen im Internet oder im realen Leben mehr Macht haben als andere, sollten sie diese nicht ausnutzen. Es ist nicht akzeptabel, Kolleg*innen oder Chatpartner*innen durch Spionage aufzulauern, nur weil die technischen Möglichkeiten vorhanden sind. Systemadministrator*innen sollten beispielsweise niemals private E-Mails von Mitarbeiter*innen ohne deren Einverständnis lesen oder sich über vertrauliche Informationen wie die Gehaltsstruktur des Unternehmens informieren, da dies ein Missbrauch ihrer Befugnisse darstellt.
(Internet-ABC e. V. 2022)



**HIER KOMMST DU
ZUM KOMPLETTEN
NFC 1855.**

CLICK OR SCAN!



SUMME

MEIN



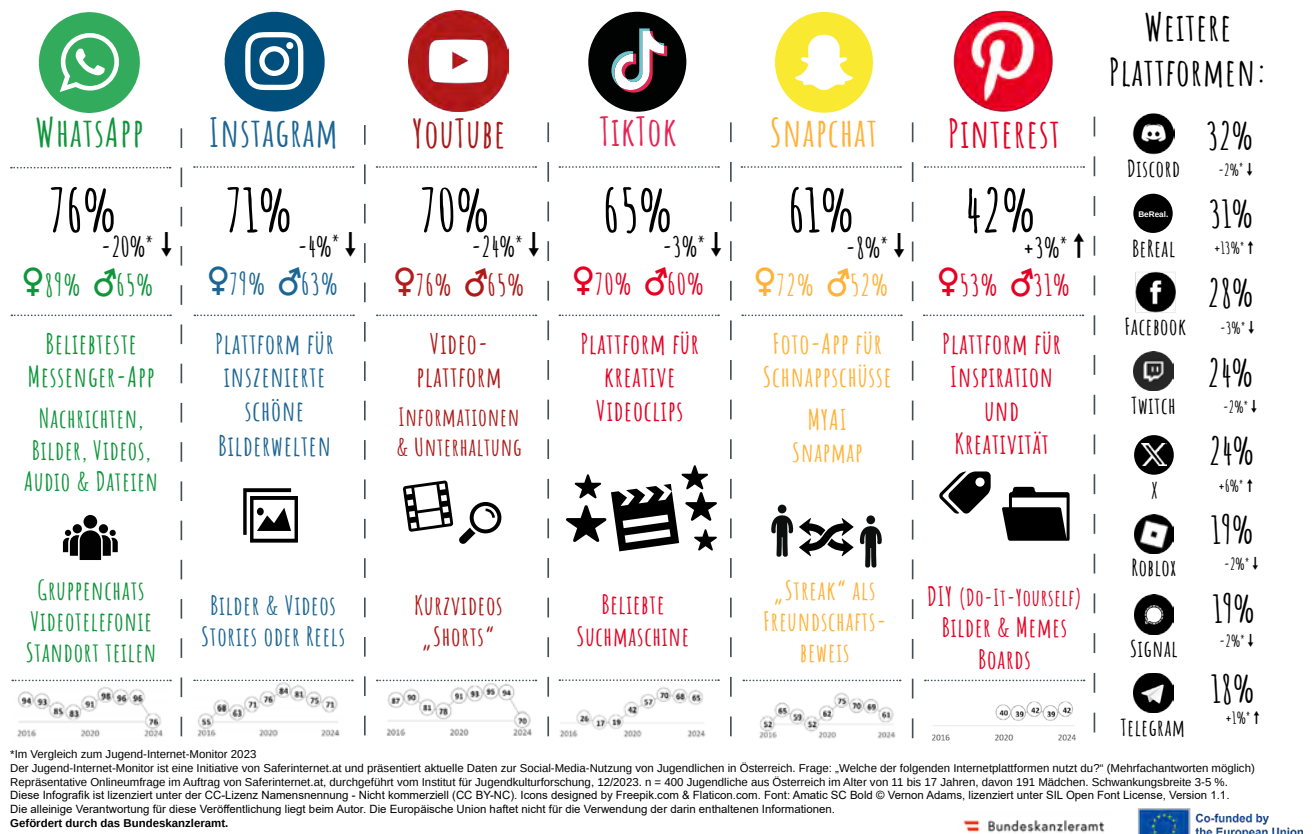
INHALT

Meta	35
WhatsApp	36
Facebook.....	36
Instagram	37
YouTube	38
Snapchat	39
TikTok.....	39
BeReal	40
Discord	41
Twitch	41
Signal	42
Telegram	42

Soziale Medien (engl. Social Media) sind digitale Medien bzw. Plattformen, die es Menschen ermöglichen, sich im Internet zu vernetzen, sich untereinander auszutauschen und verschiedenste Inhalte zu erstellen und weiterzugeben. Dabei dienen Text, Bild, Audio und Video als Kommunikationsmittel. Über Social Media können Wissen, Meinungen und Informationen sehr schnell verbreitet werden.

An den Begriff Social Media ist jedoch auch eine Erwartungshaltung an eine neue Art der Kommunikation geknüpft, bei der das gemeinsame Erstellen, Bearbeiten und Verteilen von Inhalt, unterstützt von interaktiven Anwendungen, im Mittelpunkt steht. Social Media bieten für User*innen viele Möglichkeiten, sich zu entfalten. Positive Aspekte dabei sind beispielsweise die leichte und schnelle Kommunikation, die Vernetzung von sozialen Kontakten, die Unabhängigkeit von Raum und Zeit, der virtuelle Treffpunkt in Zweier- wie auch in Gruppenchats, u. v. m.

Jedoch darf auch die Schattenseite nicht außer Acht gelassen werden. So kann es zu einer Beeinträchtigung der Schlafqualität kommen, einer Sucht nach Anerkennung in sozialen Netzwerken, einem psychischen Druck durch Angst, etwas zu verpassen, einem negativen Einfluss auf berufliche bzw. schulische Leistungen, u. v.m.



Jugend-Internet-Monitor (abgerufen am 05.04.2024 <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor>)

Die Kommunikation über Social-Media-Plattformen ist besonders für junge Menschen selbstverständlich und nimmt einen großen Teil ihres Alltags ein. Mit dem Smartphone und den vielen Social-Media-Apps verfügen sie über Tools, die das Switchen zwischen digitalem und analogem Raum fließend machen.

Bei der Anmeldung und Nutzung der diversen Social-Media-Plattformen gilt es sich mit den AGBs, der Nutzungsbedingung und den Datenschutzbestimmungen einverstanden zu erklären. Heißt, User*innen schließen einen Nutzungsvertrag mit den Plattformbetreibern bezüglich der Abtretung der Rechte an eingestellten Inhalten, der Zustimmung zu Werbung und Marketing, Verhaltensregeln u. v. m. Für die Einrichtungen der Offenen Jugendarbeit gilt es abzuklären, welche Plattformen mit den ethischen Grundsätzen der Organisation und den Bedürfnissen der Jugendlichen übereinstimmen. Es stellen sich viele ethische Fragen. Es wäre gefährlich die Entwick-

lungen der digitalen Welt nicht ernst zu nehmen. Oft werden diese – gerade in der Sozialen Arbeit – unterschätzt. Die technologische Entwicklung ist viel schneller als der Diskurs darüber, wie diese überhaupt gestaltet werden kann und soll. Die Frage ist auch, wer das Metaversum letztlich besitzt. Wer entscheidet, wer teilnehmen darf und wer nicht? Wer stellt die Regeln auf? Ist es monopolartig in der Hand eines Unternehmens? Wie sieht es mit Menschenrechten aus? Welche wirtschaftlichen Möglichkeiten müssen berücksichtigt werden? Wichtig ist, dass diese Entwicklungen nicht als reine Fiktion abgetan werden.

Die digitale Kompetenz der Menschen muss schon an den Schulen deutlich gestärkt werden und im Lehrplan fix verankert sein. Auch die Soziale Arbeit hat die Pflicht, sich mit dieser Thematik in Theorie und Praxis auseinanderzusetzen. Denn: Auch ein digitaler Avatar agiert im Netz als reale Person.

ACHTUNG. BE CAREFUL.

Tausche keine zu privaten Inhalte über Messenger-Dienste aus. Egal wie hoch der technische Schutz ist: Du kannst nie sicher sein, dass deine Inhalte nicht dennoch in die falschen Hände geraten! www.saferinternet.at

6.1. Meta

Die Meta Platforms Inc. (ehemals Facebook Inc. bis Oktober 2021) ist ein führendes US-amerikanisches Technologieunternehmen, das die weltweit am häufigsten genutzten Social-Media-Plattformen wie WhatsApp, Facebook und Instagram besitzt. Die Nutzer*innen entrichten den Servicepreis mit ihren Daten. Meta, früher bekannt als Facebook, stand von Anfang an in vielen Ländern aufgrund seiner Datenschutzpraktiken in der Kritik.

Aktuell sind es hauptsächlich Menschen über 40, die Facebook nutzen, während Jüngere Facebook kaum bis gar nicht verwenden. Dennoch strebt Facebook danach, alle Altersgruppen zu erreichen. Dies soll durch Meta erreicht werden, um gleichzeitig das angeschlagene Image von Facebook aufzupolieren. Das übergeordnete Ziel ist die Schaffung einer Online-Welt, in der sich Nutzer*innen mithilfe von Avataren frei bewegen können – eine virtuelle Umgebung, die Elemente der realen Welt enthält und in der virtuelle Erlebnisse so realitätsnah wie möglich gestaltet sind.

Die Grundidee von Meta, ein paralleles Universum im Internet zu schaffen, ist bereits mehrmals gescheitert (z. B. Active Worlds in den 90ern und Second Life in den 2000ern). Verschiedene Programme, die anfangs viel Aufsehen erregten, existieren zwar noch, werden jedoch nicht mehr oder für fragwürdige bzw. rechtswidrige Aktivitäten genutzt. Nun strebt man danach, Facebook gewissermaßen in ein Metaversum zu transformieren, indem man die analoge und virtuelle Welt miteinander verknüpft.

Im Bereich Virtual and Augmented Reality ist Meta führend. Die Plattform ermöglicht es,

Nutzer*innen, interaktive 3D-Erlebnisse wie virtuelle Meetings, Präsentationen, Spiele und mehr zu erschaffen und zu teilen. Dank ihrer benutzerfreundlichen Oberfläche und fortschrittlichen Funktionen bietet Meta eine einzigartige Erfahrung im Vergleich zu anderen VR-/AR-Plattformen. Sie verfügt auch über fortschrittliche Funktionen wie Hand- und Bewegungserkennung, die es Nutzer*innen ermöglichen, in der virtuellen Welt aktiv zu interagieren und ihre Umgebung zu manipulieren. Insgesamt ist Meta eine innovative Plattform, in der Ideen und Träume in einer virtuellen Realität zum Leben erweckt werden können.

Mit Meta können Nutzer*innen ihre Kreativität und ihre Fähigkeit, zusammenzuarbeiten, in einer virtuellen Umgebung ausleben, indem sie ihre Ideen und Konzepte umsetzen. Die Möglichkeit, Erlebnisse in Echtzeit mit anderen zu teilen, eröffnet unbegrenzte Formen der Kommunikation und Zusammenarbeit, unabhängig von räumlicher Distanz. Ein Ziel ist auch das sogenannte Cross-Platforming – mit einem Account können Nutzerinnen alles tun: einkaufen, Sport treiben, Online-Meetings abhalten, spielen usw. Dies würde bedeuten, dass die volle Kontrolle des Accounts bei Meta liegt, was die Plattform unentbehrlich machen würde.

Meta betrachtet sich selbst als das Tor zum neuen Internet – wer online sein will, kommt um Meta nicht herum. Dabei stellen sich Fragen zur Sicherheit in einem solchen Metaverse. Cyber-Mobbing, Hate Speech, Fake News usw. sind große Probleme in den sozialen Medien. (Janczura 2022)

6.1.1. WhatsApp

Die Messenger-App von Meta dient dem Versenden von Textnachrichten, Bildern, Videos und Tondokumenten. Zusätzlich können Standortinformationen, Dokumente und Kontaktdaten geteilt werden. WhatsApp, eine der weltweit verbreitetsten Kommunikations-Apps, zählt über 2 Milliarden monatlich aktive Nutzer*innen, wobei sie vor allem bei jungen Erwachsenen beliebt ist. Die App zeichnet sich durch ihre Benutzerfreundlichkeit aus und bietet Funktionen wie Ende-zu-Ende-Verschlüsselung für eine sichere Kommunikation.

Des Weiteren unterstützt WhatsApp Gruppen-Chats, in denen Nutzer*innen mit anderen in Verbindung bleiben können, unabhängig von ihrem Standort. Gespräche können sowohl eins zu eins als auch in Gruppen mit bis zu 256 Personen geführt werden. Über das Internet können (Video-)Telefonate mit bis zu acht Personen geführt werden.

WhatsApp-Gruppen spielen eine wichtige Rolle bei der Organisation und dem Austausch in Familien, Freundeskreisen, unter Arbeitskolleg*innen und Mitschüler*innen. Die App erweist sich als praktisches und effektives Werkzeug für die Kommunikation.

Kritiker*innen bemängeln, dass WhatsApp Daten seiner Nutzer*innen sammelt und teilt, was als Verletzung der Privatsphäre betrachtet wird. Auch die fehlende Möglichkeit, die Ende-zu-Ende-Verschlüsselung für alle Nachrichten zu aktivieren, sowie die undurchsichtige Verteilung von Nachrichten und Inhalten durch den Algorithmus werden oft kritisiert.

Die Nutzung von WhatsApp erfordert eine Handynummer oder SIM-Karte, wobei die App automatisch auf die Kontakte im Adressbuch zugreift, um zu prüfen, wer ebenfalls bei WhatsApp registriert ist. Das offizielle Mindestalter für die Nutzung von WhatsApp in EU-Ländern liegt bei 16 Jahren, wobei es keine klaren Verfahren zur Altersüberprüfung gibt. Kinder unter 16 Jahren benötigen offiziell die Zustimmung ihrer Eltern, jedoch ist das Mindestalter in der Praxis oft umgehbar.

TIPP! Um eine sichere Kommunikation mit Jugendlichen zu gewährleisten, können Mitteilungen über die Funktionen Broadcast oder Status versendet werden.



WEITERE TIPPS FÜR DEN
UMGANG MIT WHATSAPP
FINDEST DU BEI
SAFERINTERNET.AT

6.1.2. Facebook

Facebook, seit dem 4. Oktober 2004 online, ist eines der weltweit größten sozialen Netzwerke mit 2,5 Milliarden aktiven User*innen (Stand: 10/2021). Es ermöglicht Nutzer*innen, mit Freund*innen und Familie in Verbindung zu bleiben sowie Inhalte wie Fotos, Videos und Nachrichten zu teilen. Zudem bietet es eine Plattform für Unternehmen und Marken, um ihre Präsenz aufzubauen und ihre Zielgruppe zu erreichen.

Registrierte Personen können Freundschaftsanfragen senden und im Laufe der Zeit ein Netzwerk aus Freund*innen, Bekannten und Unbekannten aufbauen, mit denen sie kommunizieren können. Facebook ist eine interaktive Plattform, auf der User*innen verfolgen können, was ihre Kontakte tun und mögen. Mit der Messenger-Funktion ist private Kommunikation möglich.

Die benutzerfreundliche Oberfläche und die Vielzahl an Funktionen wie Gruppen, Seiten, Ereignisse und Marketplace helfen Nutzer*innen, mit anderen in Kontakt zu treten, Beziehungen aufzubauen und Inhalte auszutauschen. Facebook ermöglicht es, über große Distanzen hinweg mit Personen in Kontakt zu bleiben.

Ein besonderes Merkmal von Facebook ist die algorithmusbasierte Newsfeed-Funktion, die es User*innen ermöglicht, Inhalte von Menschen und Seiten in Echtzeit zu sehen. Dadurch bleiben sie stets auf dem neuesten Stand und sehen die für sie relevantesten Inhalte.

Trotz seiner Beliebtheit hat Facebook in den letzten Jahren viel Kritik erfahren, insbesondere in Bezug auf Datenschutz und Sicherheit. Bedenken gibt es bezüglich der Sammlung und Weitergabe persönlicher Daten an Dritte ohne Einwilligung der Nutzer*innen sowie hinsichtlich des Umgangs mit Falschinformationen und Überwachungspraktiken, die die Privatsphäre der Benutzenden beeinträchtigen können.

Dennoch können User*innen bewusst ihren Status, ihre Aktivitäten, ihren Standort und ihre persönliche Interessen teilen, sowohl als Text, Bild, Video als auch als Livestream. Sie können auch die Beiträge ihrer Freunde mit einem „Like“ versehen oder kommentieren.

Neben Privatpersonen können auch Unternehmen Facebook nutzen, indem sie eine Unternehmensseite erstellen. Facebook bietet somit eine wertvolle Plattform für Unternehmen und Marken, um ihre Präsenz zu stärken und ihre Zielgruppe zu erreichen. Über den Facebook Marketplace können zudem Produkte gekauft und verkauft werden, ähnlich wie auf anderen Handelsplattformen. (Chip 2021)

TIPPS FÜR DEN UMGANG MIT
FACEBOOK FINDEST DU BEI
SAFERINTERNET.AT



6.1.3. Instagram

Instagram ist eine kostenlose App zum Teilen von Fotos, Videos und Reels. Sie ermöglicht es Nutzer*innen, Beiträge vor der Veröffentlichung direkt in der App zu bearbeiten und mit Filtern zu versehen. Ein zentrales Kommunikationstool auf Instagram ist der Hashtag (#), der es ermöglicht, Inhalte zu kategorisieren und zu lokalisieren. Die Plattform bietet eine vielfältige Sammlung von Fotos und Videos aus der ganzen Welt und ermöglicht es den User*innen, mit Freund*innen und Follower*innen zu interagieren. Instagram ist sowohl als App als auch in einer Desktop-Version

verfügbar, wobei einige Einstellungen nur in der Desktop-Version zugänglich sind.

Für Influencer*innen und Marken bietet Instagram Möglichkeiten, Präsenz aufzubauen und Zielgruppen zu erreichen. Die Plattform stellt eine breite Palette von Tools zur Verfügung, darunter Werbeanzeigen, welche die Reichweite der Beiträge erhöhen sollen.

Trotz seiner Beliebtheit hat Instagram Kritik erfahren, insbesondere in Bezug auf seinen Einfluss auf das Körperbild und die psychische Gesundheit seiner Nutzer*innen. Es wird argumentiert, dass Instagram durch den Fokus auf das Äußere und Schönheitsideale ein ungesundes Umfeld für junge Menschen schafft. Zudem gibt es Bedenken bezüglich des Algorithmus von Instagram, der User*innen dazu verleitet, ständig nach Anerkennung zu suchen, was zu einer ungesunden Konzentration auf sozialen Medien führen kann. Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die gezielte Werbung und Datenerhebung durch Instagram, was von einigen als Verletzung der Privatsphäre angesehen wird.

Mit Instagram Direct können private Nachrichten und Bilder an ausgewählte Follower*innen gesendet werden, ohne dass diese öffentlich sichtbar sind. Dabei können Nachrichten auch an mehrere Kontakte gleichzeitig geschickt werden. Nachrichten an Personen, die einem nicht folgen, werden zunächst in einer Warteschlange gespeichert und müssen vom Empfänger bzw. von der Empfängerin akzeptiert werden, bevor sie gelesen werden können. Instagram Direct ermöglicht es auch, öffentliche Beiträge anderer Nutzer*innen in privaten Nachrichten zu teilen, sofern diese dem eigenen Konto folgen. Der Aktivitätsstatus der Kontakte, wie der Zeitpunkt der letzten Online-Aktivität und inwieweit eine Nachricht gelesen wurde, wird im Direct-Messaging-Bereich angezeigt und kann einfach deaktiviert werden. (Quelle: saferinternet.at)



TIPPS FÜR DEN UMGANG MIT
INSTAGRAM FINDEST DU BEI
SAFERINTERNET.AT

6.2. YouTube

YouTube ist eine der weltweit größten Online-Video-Plattformen, auf der Benutzer*innen Inhalte wie Filme, Serien, Musik, Gaming-Videos und vieles mehr sehen, hochladen und teilen können. Die Plattform bietet eine umfangreiche Bibliothek mit Inhalten von Content-Ersteller*innen aus aller Welt. Bekannt ist YouTube für seine personalisierten Empfehlungen und die flexible Nutzbarkeit auf verschiedenen Geräten wie Smartphones, Tablets und Computern. Zudem stellt es Tools für Kreative bereit, darunter die Möglichkeit, Geld zu verdienen und Zielgruppen zu erreichen. Besonders hervorzuheben ist die lebendige Community, die es den Nutzer*innen ermöglicht, durch Kommentare und Bewertungen mit anderen zu interagieren.

YouTube ist für diejenigen unverzichtbar, die eine breite Palette an Inhalten und eine aktive Community suchen. Es bietet Content-Ersteller*innen die Möglichkeit, ihre Arbeit zu präsentieren und gleichzeitig Einnahmen zu erzielen, während es Marken dabei unterstützt, ihre Präsenz zu stärken und ihre Zielgruppe zu erreichen.

Trotz positiver Aspekte hat YouTube auch Kritik erfahren, insbesondere wegen seiner Handhabung bzgl. Falschinformationen und Hassrede. Es wird bemängelt, dass YouTube nicht ausreichend dafür sorgt, dass keine gefährlichen Inhalte verbreitet werden (z. B. Propagandavideos, Verschwörungstheorien und Hassreden). Darüber hinaus wird die gezielte Werbung kritisiert, die Nutzer*innendaten sammelt und verwendet, was als Verstoß gegen die Privatsphäre gewertet wird. Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die unzureichende Regulierung der Empfehlungsalgorithmen, die dazu führen kann, dass Nutzer*innen in „Filterblasen“ gefangen sind und nur Inhalte sehen, die ihre bestehenden Überzeugungen bestätigen, anstatt neue Perspektiven zu bieten.

YouTube gehört zu Google, wodurch Google-Konten automatisch mit YouTube verknüpft werden. Einige Einstellungen können nur im Google-Konto vorgenommen werden, wie beispielsweise die Deaktivierung personalisierter Werbung oder die Löschung des YouTube-Kon-

tos. Videos können auch ohne Google-Konto angesehen werden, aber für das Hochladen ist ein Account erforderlich.

Bezüglich der Sichtbarkeit von hochgeladenen Videos gibt es verschiedene Einstellungen:

Öffentlich: Alle YouTube-Nutzer*innen können das Video sehen, es erscheint in Suchergebnissen und ähnlichen Listen.

Privat: Das Video ist nur für den Uploader bzw. die Uploaderin und ausgewählte Nutzer*innen sichtbar, die für das Video freigeschaltet wurden. Es wird nicht auf dem eigenen Kanal oder in Suchergebnissen angezeigt.

Nicht gelistet: Das Video ist nur über einen Link zugänglich und wird weder auf dem Kanal noch in Suchergebnissen aufgeführt. Während bei „Privat“ eine Zugangsberechtigung benötigt wird, reicht bei „Nicht gelistet“ der Link aus, um Zugang zum Video zu erhalten.

Es ist wichtig zu beachten, dass auf YouTube viele unausgereifte oder falsche Informationen, Verschwörungstheorien, Fake News und verstörende Videos zu finden sind. Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für den eingeschränkten Modus kann dabei helfen, unerwünschte Inhalte zu filtern.



TIPPS FÜR DEN UMGANG MIT
YOUTUBE FINDEST DU BEI
SAFERINTERNET.AT



© Ivan Samkov, pexels.com

6.3. Snapchat

Snapchat ist ein kostenloser Messenger für Smartphones und Tablets, der Gruppen- und Einzelchats sowie Audio- und Videoanrufe ermöglicht. Benutzer können Fotos und Kurzvideos („Snaps“) senden, die maximal 10 Sekunden sichtbar sind, bevor sie automatisch gelöscht werden. Fotos und Videos können direkt in der App bearbeitet werden, einschließlich Text, Emojis und speziellen Filtern.

Die Funktion „Stories“ ermöglicht es, eine zusammenhängende Geschichte aus einer Serie von Fotos und Videos zu erstellen, die für 24 Stunden verfügbar ist. Nutzer*innen können ihre eigenen Stories auch dauerhaft speichern. Die Funktion „Maps“ ermöglicht es, Snaps und Stories von User*innen an einem bestimmten Ort zu suchen und anzusehen.

Snapchat steht auch regelmäßig in der Kritik, insbesondere in Bezug auf Datenschutz und Sicherheit. Expert*innen sind darüber besorgt, dass das Unternehmen persönliche Daten sammelt und ohne das Wissen oder Einverständnis der User*innen an Dritte weitergibt. Darüber hinaus wird Snapchat kritisiert, weil es seinen Nutzer*innen gezielte Werbung präsentiert, die ihre Daten verwendet, was als Verletzung der Privatsphäre betrachtet werden kann. Es wird auch bemängelt, dass Snapchat den Alterscheck nicht ausreichend durchführt, um sicherzustellen, dass Kinder und Jugendliche keinen unangemessenen Inhalten ausgesetzt werden.

Anstelle von Profilen gibt es auf Snapchat Channels, über die Benutzer*innen Inhalte teilen können. Je nach Einstellung können diese Inhalte nur von Freund*innen oder der gesamten Community gesehen werden. Andere User*innen können die Inhalte sehen, aber nicht liken oder kommentieren.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Bilder nicht wirklich verschwinden und auf verschiedene Weise wieder sichtbar gemacht werden können. Nutzer*innen sollten daher sorgfältig darüber nachdenken, welche Inhalte sie versenden. Es gibt keine absolute Sicherheit beim Versenden von sensiblen Inhalten. Die Maps-Funktion auf

Snapchat ermittelt sehr genau GPS-Daten, was es leicht macht, den genauen Standort anderer Benutzer*innen herauszufinden, und damit eine Stalking-Gefahr darstellt.



TIPPS FÜR DEN UMGANG MIT
SNAPCHAT FINDEST DU BEI
SAFERINTERNET.AT

6.4. TikTok

TikTok ist eine beliebte soziale Medienplattform, auf der Benutzer*innen kurze Videos erstellen, bearbeiten und teilen können. Die Plattform zeichnet sich durch unterhaltsame Inhalte aus, die oft von Personen erstellt werden, die sich selbst oder andere in lustigen und kreativen Videos zeigen. Ein besonderes Merkmal von TikTok ist die Verwendung von Musik, um Inhalte zu untermalen und zu personalisieren, sowie die Vielzahl von Tools und Effekten, um die Videos zu bearbeiten.

Die starke Community auf TikTok ermöglicht es User*innen, Inhalte zu entdecken, zu teilen und zu kommentieren, während Marken dabei unterstützt werden, ihre Präsenz zu stärken und ihre Zielgruppe zu erreichen.

Trotz seiner Beliebtheit hat TikTok in den letzten Jahren Kritik wegen seiner Datenschutzpraktiken erhalten. Es gibt Bedenken, dass sensible Benutzer*innendaten gesammelt und ohne ausreichende Sicherheitsmaßnahmen und Datenschutzrichtlinien an Dritte weitergegeben werden könnten.

Auch gibt es Bedenken hinsichtlich der Inhalte auf der Plattform, insbesondere in Bezug auf die potenzielle Exposition von User*innen, insbesondere Kindern, gegenüber unangemessenen oder gefährlichen Inhalten. Es gibt auch Bedenken bezüglich der Überwachung und Zensur von Inhalten auf der Plattform durch die chinesische Regierung sowie der Suchalgorithmen und Emp-

fehlungen, die Benutzende möglicherweise für eine einseitige Sichtweise einnehmen könnten.

TikTok ist eine App, auf der Nutzer*innen Videos von 15 Sekunden bis 3 Minuten aufnehmen und teilen können, ähnlich wie Instagram, jedoch mit Videos statt Fotos. Die Videos können mit Musik, Soundeffekten, Filtern und Spezialeffekten versehen werden. Die Popularität von TikTok liegt darin, dass die User*innen kreativ mit den verschiedenen Funktionen arbeiten können.

Die Erstellung von Videos erfordert Geduld und Kreativität, und sie werden mit passenden Hashtags versehen, um die Reichweite zu erhöhen. Herz-Symbole repräsentieren „Gefällt mir“-Angaben.

TikTok-Challenges sind Trends, bei denen Benutzer ein bestimmtes Video drehen, oft von Influencern oder Prominenten gestartet und von vielen Nutzer*innen nachgeahmt. Diese Herausforderungen können verschiedene Aktivitäten wie Tanzen oder spezifische Handlungen beinhalten und werden oft von vielen User*innen aufgegriffen.

Es ist wichtig zu beachten, dass auf TikTok auch gefährliche und riskante Herausforderungen kursieren können, die zu ernsthaften gesundheitlichen Schäden führen können, nicht nur für die Teilnehmenden, sondern auch für andere. Solche Challenges sind kein Spaß und sollten ernst genommen werden.



6.5. BeReal

BeReal ist eine französische Social-Media-App, die im Jahr 2020 entwickelt wurde. Sie erlangte Mitte 2022 durch den Einsatz von bezahlten Werbebotschafter*innen Bekanntheit und er-

reichte die Top 10 der Download-Charts in den USA und Großbritannien, bevor sie im August 2022 schließlich den ersten Platz in den deutschen App-Download-Charts erreichte. Bisher wurde die App rund 26 Millionen Mal heruntergeladen, hauptsächlich aus dem Apple App Store.

Das Konzept von BeReal ist, dass Benutzer*innen einmal täglich zur gleichen Zeit ein Foto aufnehmen und es unverändert hochladen, um ein möglichst „echtes“ Bild von sich selbst zu zeigen. Dies soll dazu beitragen, die Abhängigkeit von sozialen Medien und die übermäßige Nutzung zu reduzieren und mehr Realität in die Social-Media-Welt zu bringen. Statt „perfekter“ Instagram-Fotos sollen auf der Plattform Schnappschüsse geteilt werden, die Nutzer*innen auch mal ohne Pose im Alltagsoutfit zeigen. Die Fotos können kommentiert und mit „Realmojis“ versehen werden, Mini-Fotos von User*innen als Emoji.

Nutzer*innen erhalten täglich zur selben Zeit eine Benachrichtigung, dass es „BeReal-Zeit“ ist, und haben dann zwei Minuten Zeit, um ein Foto zu posten. Die App verwendet dabei gleichzeitig die Front- und Rückkamera, um sowohl ein Selfie als auch ein Bild der Umgebung zu erfassen. Die veröffentlichten Fotos sind 24 Stunden lang im Profil sichtbar und können nachträglich unter Angabe eines Grundes gelöscht werden.

User*innen können die Postings ihrer Freund*innen erst sehen, nachdem sie ein eigenes Bild hochgeladen haben. Die Plattform ist jedoch flexibel in Bezug darauf, wann die BeReals geteilt werden. Werden sie später geteilt, sind sie als „Late“ gekennzeichnet.

Die Nutzung der App ist ab 13 Jahren erlaubt, jedoch benötigen Jugendliche zwischen 13 und 16 Jahren je nach Land die Zustimmung eines Erziehungsberechtigten. Das Mindestalter spielt in der Praxis jedoch kaum eine Rolle, da auch jüngere Kinder die App herunterladen und nutzen können.

BeReal kann dazu verleiten, Fotos in sehr privaten Situationen zu teilen, wie z. B. abends im Bett oder mit unvorteilhaftem Gesichtsausdruck. Obwohl diese Fotos nach 24 Stunden verschwinden, können Screenshots angefertigt und gegen eine Person verwendet werden. Wie

in jedem sozialen Netzwerk kann es auch hier zu Cyber-Mobbing kommen.

Nutzer*innen sollten sich bewusst sein, dass BeReal auch das Umfeld fotografiert, was Online-Freunden Einblick in die eigenen vier Wände oder andere private Bereiche gewährt. Der Schutz der Privatsphäre ist daher ein wichtiges Thema, und man sollte darauf achten, nicht zu viele private Details preiszugeben.

Obwohl Filter, Inszenierung und perfekte Fotos auf BeReal nicht im Vordergrund stehen, kann für Jugendliche der Druck entstehen, sich „cool“ präsentieren zu müssen und nur die spannenden Facetten des Alltags zu zeigen. Es ist wichtig zu bedenken, dass einmal veröffentlichte Inhalte schwer aus dem Internet entfernt werden können.

6.6. Discord

Discord ist eine bekannte Kommunikationsplattform für Online-Communities, die eine Vielzahl von Funktionen wie Text- und Sprachchats, Bild- und Videotelefonie sowie die Erstellung von Servern für verschiedene Zwecke bietet. Die Oberfläche ist benutzerfreundlich und leicht zu handhaben, was es Benutzer*innen ermöglicht, sich problemlos in Echtzeit auszutauschen, egal ob sie zu Hause oder unterwegs sind.

Die Möglichkeit, integrierte Bots und Anwendungen hinzuzufügen, ist eines der Highlights von Discord, da dies die Funktionalität der Plattform erweitert und es User*innen ermöglicht, ihre Erfahrungen anzupassen und zu verbessern. Die Plattform ermöglicht es Nutzer*innen auch, sich in Communities zu organisieren.

Trotz seiner Beliebtheit hat Discord Kritik hinsichtlich seines Umgangs mit unangemessenen Inhalten, wie Hassrede und Cyber-Mobbing, erhalten. Es wird argumentiert, dass das Unternehmen nicht genug unternimmt, um solche Verstöße zu bekämpfen, und dass die Präsentation gezielter Werbung für Bedenken hinsichtlich der Privatsphäre sorgt. Discord hat auf diese Kritik reagiert und umfangreiche Verbesserun-

gen sowie zusätzliche Sicherheitsmechanismen implementiert.

Die App, ursprünglich für Freund*innen, Spiel-Communities und Entwickler*innen konzipiert, wird mittlerweile von Millionen von Nutzer*innen weltweit genutzt und reicht über Gaming hinaus. User*innen können ihre eigenen Server erstellen und sich mit Gleichgesinnten zu verschiedenen Themen austauschen. Die Plattform bietet auch eine Streaming-Funktion und die Möglichkeit, den eigenen Account mit anderen Plattformen wie Twitch, Facebook o. ä. zu verknüpfen.

Discord wird auch von extremistischen Gruppen verwendet, die sich dort organisieren. Sexting und Grooming hingegen finden auf Discord eher selten statt. Das Mindestalter für die Nutzung von Discord wurde von ursprünglich 13 auf 17 Jahre angehoben. Die Plattform legt großen Wert auf Sicherheit und Datenschutz und setzt künstliche Intelligenz zur Erkennung von Missbrauch und Betrug ein. Moderator*innen helfen dabei, die Plattform sicherer zu gestalten, und es gibt verschiedene Blockierungs- und Berichtsfunktionen sowie umfangreiche Datenschutz- und Sicherheitseinstellungen.

6.7. Twitch

Twitch ist eine führende Plattform für Live-Streaming-Videos, insbesondere im Gaming-Bereich. Sie hat eine große Gemeinschaft von Zuschauer*innen und Streamer*innen, die ihre Leidenschaft für Gaming und Unterhaltung teilen. Weltweit werden ca. 140 Millionen Nutzer*innen verzeichnet.

User*innen können ihre Gaming-Sessions live übertragen, die von einem globalen Publikum gesehen werden können, wobei Zusehende in Echtzeit mit den Streamer*innen interagieren können. Neben Gaming-Inhalten bietet Twitch auch Raum für andere Formen der Unterhaltung, wie Musik und Kunst, Handwerk und Bildung oder Tiere.

Twitch gehört zu Amazon. Die Streams sind

grundsätzlich kostenlos, aber Fans können Kanäle, die ihnen besonders gefallen, gegen eine monatliche Gebühr abonnieren. Außerdem kann man direkt im laufenden Stream Geld spenden.

Die Plattform bietet Tools und Ressourcen, um Streamende bei der Monetarisierung ihrer Inhalte und dem Aufbau ihrer Zuschauer*innenschaft zu helfen. Trotz seiner Beliebtheit steht Twitch in der Kritik wegen der Handhabung von sexueller Belästigung und Hassrede. Trotz Richtlinien gegen Gewalt, Hass und Extremismus ist Twitch bei der Kontrolle von problematischen Inhalten, besonders bei Live-Streams, nachlässig. Zudem werden die Präsentation gezielter Werbung kritisiert und Datenschutzbedenken geäußert.

Twitch ist bei jungen Menschen sehr beliebt und bietet nicht nur Gaming-Inhalte, sondern auch Diskussionen über aktuelle Themen wie Umweltschutz und politische Angelegenheiten. Der Einfluss von Streamer*innen auf ihr Publikum, insbesondere auf junge Menschen, sollte nicht unterschätzt werden.

6.8. Signal

Signal ist ein Messenger-Service, vergleichbar mit WhatsApp, der von der gemeinnützigen Signal-Stiftung entwickelt und als einer der sichersten Messenger weltweit angesehen wird. Im Gegensatz zu vielen anderen Plattformen sammelt Signal keine Nutzer*innendaten oder verfolgt Online-Aktivitäten. Durch die Verwendung von End-to-End-Verschlüsselung werden alle Nachrichten und Anrufe geschützt. Darüber hinaus ist Signal Open Source, was bedeutet, dass die Technologie von jeder bzw. jedem überprüft und verbessert werden kann, was die Sicherheit erhöht. Viele schätzen Signal wegen seines Schutzes der Privatsphäre und seiner Datensicherheit, was es zu einer attraktiven Option für alle macht, die ihre Online-Kommunikation schützen möchten. (Saferinternet.at o. J.-f)

Für die Verschlüsselung von Nachrichten, Anrufen und Videotelefonie verwendet Signal das freie Signal-Protokoll, das von Expert*innen als

sicher eingestuft wird. In einem Test von Stiftung Warentest im Jahr 2022 belegte Signal den ersten Platz unter den getesteten Messenger-Diensten. Daher wird die App häufig von Datenschutzorganisationen empfohlen.

Trotz seiner Sicherheit hat Signal auch Kritiker*innen, insbesondere in Bezug auf Benutzer*innenfreundlichkeit und Funktionalität. Einige User*innen berichten, dass die App nicht so intuitiv und einfach zu bedienen ist wie andere Messenger-Apps und dass sie bestimmte Funktionen vermissen. Zudem hat Signal eine kleinere Nutzer*innenbasis als andere Plattformen, was dazu führen kann, dass nicht alle Kontakte erreicht werden können. Einige Funktionen, wie beispielsweise Videoanrufe, werden als instabil betrachtet. Dennoch akzeptieren viele Nutzer*innen diese Einschränkungen aufgrund der hohen Datensicherheit.

Signal bietet Zusatzfunktionen für eine geschützte Kommunikation, wie beispielsweise automatisch verschwindende Nachrichten. Die Plattform ist als Mobile App für Android und iOS sowie als Desktop-Version für Windows, macOS und Linux kostenlos verfügbar. Eine Web-Version gibt es aus Sicherheitsgründen nicht. Die optionale Desktop-Version erfordert, dass die App bereits auf einem Smartphone installiert ist. Eine anonyme oder pseudonyme Nutzung ohne Offenlegung der Rufnummer gegenüber Gesprächspartner*innen ist weder mit der mobilen App noch mit der Desktop-Version möglich.

Die Vertraulichkeit ist bei Signal in alle Funktionen integriert und wird weder von der Plattform selbst noch von anderen Nutzer*innen beeinträchtigt. Signal enthält keine Werbung, kein Affiliate-Marketing und kein Tracking. (Signal 2024)

6.9. Telegram

Telegram ist ein populärer, kostenloser Messenger-Service, der für seine schnelle Nachrichtenübertragung und seine starken Datenschutzmaßnahmen bekannt ist. Die App nutzt eine hochkomprimierte Übertragungstechnologie,

um Nachrichten effizient zu versenden, und bietet End-to-End-Verschlüsselung für sichere Gespräche. Telegram zeichnet sich auch durch seine vielfältigen Funktionen aus, darunter die Möglichkeit, Nachrichten an mehrere User*innen gleichzeitig zu senden, sowie sichere Gruppenchats mit bis zu 200.000 Mitgliedern. Die Benutzer*innenfreundlichkeit und die Fähigkeit, Medieninhalte wie Fotos und Videos in hoher Qualität zu teilen, machen Telegram zu einer attraktiven Option.

Trotz der Anerkennung als fortschrittlicher und sicherer Messenger-Service erfährt Telegram auch Kritik. Ein Punkt betrifft die Datenschutzrichtlinien von Telegram. Dass die App einige Metadaten wie IP-Adressen und Verbindungszeiten speichert, wird teilweise als besorgniserregend angesehen. Es gibt auch Bedenken hinsichtlich der Sicherheit der End-to-End-Verschlüsselung von Telegram, da die Verschlüsselungstechnologie von Telegram selbst entwickelt wurde und möglicherweise Sicherheitslücken aufweist. Des Weiteren wird kritisiert, dass Telegram regelmäßig Kanäle und Gruppen schließt, was als Einschränkung der Meinungsfreiheit betrachtet wird.

Telegram bietet Funktionen wie animierte GIF-Suche, Bildbearbeitung und eine offene Sticker-Plattform. Es ermöglicht synchronisierte Cloud-Kommunikation auf mehreren Geräten gleichzeitig. Ebenfalls können Kanäle erstellt werden, die von einer unbegrenzten Anzahl an User*innen abonniert werden können. Um in großen Gruppen den Überblick zu behalten, bietet Telegram Funktionen wie direktes Antworten, Erwähnungen von Personen und Hashtags. Kontakte können über Telefonnummern oder Benutzer*innennamen angeschrieben werden. Telegram unterstützt auch Ende-zu-Ende-verschlüsselte Sprachanrufe und Desktop-Anwendungen.

Das Ziel von Telegram ist es, einen freien Messenger zu schaffen, der private Unterhaltungen vor Dritten schützt. Dies wird durch „Geheime Chats“ erreicht, die auf ein Gerät beschränkt sind und optionale Selbstzerstörungstimer für Nachrichten, Fotos und Videos sowie einen zusätzlichen App-PIN-Code bieten. Telegram speichert nach Eigenangabe nur die notwendigen Informationen, um als Cloud-Dienst zu fungieren,



GAMING

7

INHALT

Steam	46
Sexismus im Online-Gaming.....	47
Jugendschutz, Alterskennzeichnung & Empfehlungen	47
Gaming in der Einrichtung	48

Gaming hat in den letzten Jahren eine enorme Popularität unter Jugendlichen gewonnen. Viele Jugendliche verbringen viel Zeit damit, Online-Spiele zu spielen und sich mit Freunden in virtuellen Welten zu treffen. Dies hat sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf die Jugendlichen.

Einer der Vorteile des Gamings ist, dass es Jugendlichen die Möglichkeit gibt, ihre Kreativität und Entscheidungsfindungsfähigkeiten zu fördern. Viele Spiele fordern die Spieler*innen heraus, Probleme zu lösen und schnelle Entscheidungen zu treffen, was die kognitiven Fähigkeiten verbessert. Darüber hinaus kann Gaming auch soziale Fähigkeiten fördern, indem es Jugendlichen ermöglicht, online mit anderen zu interagieren und zusammenzuarbeiten.

Andererseits kann eine übermäßige Nutzung von Videospielen auch negative Auswirkungen auf Jugendliche haben. Ein zu hoher Konsum kann zu einer Abhängigkeit führen und dazu beitragen, dass Jugendliche sich von der Realität abkapseln und soziale Fähigkeiten verlieren. Zudem können eine Verringerung der körperlichen Aktivität und eine Verschlechterung der Augengesundheit die Folge sein.

Gaming hat in den letzten Jahren eine enorme Popularität erlangt und wird oft kritisiert. Dennoch gibt es auch viele positive Auswirkungen von Gaming, die oft übersehen werden. Hier sind einige der Vorteile, die das Spielen von Videospielen bietet:

- Kognitiv- und Handlungsgeschwindigkeit verbessern: Viele Spiele fordern die Spieler heraus, Probleme zu lösen und schnelle Entscheidungen zu treffen. Dies kann dazu beitragen, die kognitiven Fähigkeiten und die Handlungsgeschwindigkeit zu verbessern.
- Soziale Fähigkeiten fördern: Online-Spiele ermöglichen es den Spielern, mit anderen zu interagieren und zusammenzuarbeiten. Dies kann dazu beitragen, soziale Fähigkeiten wie Kommunikation, Kooperation und Empathie zu fördern.
- Stress abbauen: Spielen kann eine großartige Möglichkeit sein, Stress abzubauen und sich zu entspannen. Es kann helfen, den Kopf frei zu bekommen und negative Emotionen zu verarbeiten.
- Kreativität und Fantasie fördern: Viele Spiele ermöglichen es den Spielern, ihre Kreativität und Fantasie auszuleben und in virtuelle Welten einzutauchen. Dies kann zu einer Verbesserung der kreativen Fähigkeiten und der Vorstellungskraft beitragen.
- Technische Fähigkeiten verbessern: Viele Spiele erfordern ein gewisses Maß an technischem Verständnis, einschließlich der Bedienung von Computern und Konsolen. Dies kann dazu beitragen, technische Fähigkeiten zu verbessern und sie auf andere Bereiche des Lebens anwenden zu können.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Vorteile von Gaming nur dann erreicht werden können, wenn es in Maßen genossen wird. Übermäßiger Gebrauch kann zu negativen Auswirkungen führen, einschließlich Abhängigkeit, Isolation und körperlicher Inaktivität. Daher ist es wichtig, eine gesunde Balance zu finden und sicherzustellen, dass das Spielen von Videospielen Teil eines ausgewogenen Lebensstils bleibt.

7.1. Steam

Steam ist eine der bekanntesten Online-Spieleplattformen und hat sich seit seiner Gründung 2003 zu einem wichtigen Treffpunkt für Gamer*innen auf der ganzen Welt entwickelt. Steam bietet Benutzer*innen eine Vielzahl von Funktionen, wie z. B. die Möglichkeit, Spiele zu kaufen und herunterzuladen, befreundete Personen zu finden und mit ihnen zu spielen, Spielebewertungen und -kritiken zu lesen und die Community auf diskussionsfreudigen Foren zu treffen. Steam hat auch viele Funktionen, die es einfacher machen, Spiele zu entdecken, wie die Empfehlungen auf der Basis der Spiele, die ein*e Benutzer*in bereits besitzt, oder die Möglichkeit, Spiele vor dem Kauf anzuprobieren. Durch seine Funktionen und seine weit verbreitete Akzeptanz unter Gamer*innen hat Steam einen positiven Einfluss auf die Gaming-Branche und die Gaming-Community insgesamt.

Steam wird oft kritisiert wegen seiner mangelnden Überwachung bezüglich der Qualität der verfügbaren Spiele. Viele Benutzer*innen beklagen sich darüber, dass es auf der Plattform viele Low-Quality oder sogar schädliche Spiele gibt, die nicht adäquat geprüft werden. Außerdem gibt es oft Probleme mit den Rechten von Benutzer*innen, einschließlich der Überprüfung der Privatsphäre, des Schutzes der persönlichen Informationen und der Verwaltung von In-Game-Käufen. Darüber hinaus gibt es auch Beschwerden über den Kundenservice von Steam, der oft als unzureichend bezeichnet wird. Diese Kritikpunkte zeigen, dass Steam noch verbesserungswürdig ist, wenn es darum geht, eine sichere und zufriedenstellende Erfahrung für seine Benutzer*innen zu bieten.



7.2. Sexismus im Online-Gaming

Obwohl mittlerweile 48 % der deutschen Gamer weiblich sind, ist die Gaming-Branche immer noch von Männern dominiert. Ein Grund dafür ist die sexuelle Belästigung, die viele Frauen im Gaming erfahren, insbesondere während des Live-Streamings auf Plattformen wie Twitch. Kommentare über das Aussehen, Flirtversuche, Anspielungen und Beleidigungen sind dabei keine Seltenheit.

Die Gaming-Sprache ist häufig rauer als auf anderen Plattformen, aber es gibt einen Unterschied zwischen einer rauen Sprache und sexistischen Äußerungen. Sexistische Kommentare sind in erster Linie ein Phänomen, das weibliche Gamerinnen betrifft. Anonymität im Netz erschwert es den Betroffenen, gegen diese Anfeindungen vorzugehen. Auch das Phänomen des Raidings erschwert die Nachverfolgung von diskriminierenden Kommentaren und Anfeindungen.

Sexismus im Gaming äußert sich auf vielen Wegen, darunter sexualisierte Darstellungen von Frauen in Videospielen. Weibliche Rollen sind meist sexualisiert und objektifiziert. Kritik daran stößt auf Unverständnis, und die Debatte über Sexismus im Gaming ist nicht neu. Sie gipfelte 2014 im sogenannten „#Gamergate“, bei dem Journalistinnen und Medienkritikerinnen zur Zielscheibe zahlreicher Shitstorms und Anfeindungen wurden.

Um Gaming für alle sicherer zu machen, müssen Plattformen und Betreiber*innen in die Pflicht genommen werden, aber auch die Wahrnehmung und der Umgang mit Gamerinnen müssen sich ändern. Zum Beispiel soll das Serious Game „haterebel“ des iRights.Lab helfen, Counter Speakerinnen zu stärken und gegen Hate Speech vorzugehen.



ERFAHRE MEHR
ZUM THEMA
#GAMERGATE

7.3. Jugendschutz, Alterskennzeichnung und Empfehlungen

Die Auswirkungen von Gewalt in digitalen Spielen auf das Verhalten im realen Leben sind komplex und noch nicht eindeutig erforscht. Es gibt jedoch Hinweise darauf, dass diese Form von Gewalt bei manchen Kindern und Jugendlichen einen verstärkenden Effekt auf real ausgeübte Gewalt hat bzw. Ängste auslösen kann. Eine erste Orientierung bieten Alters- und Jugendschutzkennzeichnungen.

- Das europaweite PEGI-System (Pan-European Game Information) zur Vergabe von Altersempfehlungen wurde eingeführt, um Erziehungsberechtigten in Europa beim Kauf von Computerspielen wichtige Informationen zur Hand zu geben. Die Alterskennzeichnung eines Spiels gibt an, für welche Altersgruppe es geeignet ist. Eine PEGI-Bewertung von 7 bedeutet, dass das Spiel nicht für Kinder unter sieben Jahren geeignet ist, während eine Bewertung von 18 bedeutet, dass es nur für Erwachsene geeignet ist. Darüber hinaus zeigen PEGI-Inhaltssymbole auf der Rückseite der Verpackung die wichtigsten Gründe für die jeweilige Altersempfehlung, wie z. B. Gewaltdarstellungen. Eine umfassende Beschreibung der Symbole und detaillierte Infos finden sich auf der Seite der BuPP (bupp.at).
- USK (Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle) ist das Alterskennzeichnungssystem für Computerspiele in Deutschland.
- Durch das IARC-System (International Age Rating Coalition) sind die Alterskennzeichen von PEGI auch für digital vertriebene Apps und Spiele verfügbar. Zusätzlich bietet das System nähere Informationen zu relevanten Inhalten sowie Hinweise zu interaktiven Elementen wie Nutzerinteraktion, Datenweitergabe oder Onlinekäufen. Folgende Plattformen nehmen am IARC-System teil: Google Play, Nintendo eShop, Oculus Store, Windows Store.

- Der iOS-App Store (iTunes) von Apple bietet ein eigenes Alterseinstufungssystem an.
- Auf Plattformen wie Steam steht derzeit keine vollständige Jugendschutzkennzeichnung zur Verfügung.

Mit der Empfehlung besonders geeigneter Spiele bietet die Bundesstelle für die Positivprädikatisierung von Computer- und Konsolenspielen interessierten Personen eine zusätzliche Entscheidungshilfe zum Kauf „guter Computerspiele“. Die von der BuPP empfohlenen Spiele sind in der Datenbank mit einem „Stern“ gekennzeichnet. Sie können bedenkenlos von Kindern oder Jugendlichen der jeweils empfohlenen Altersgruppe genutzt werden – wobei hier die Altersangabe auch tatsächlich die Spielbarkeit für das jeweilige Alter berücksichtigt. (oesterreich.gv.at 2023b)

ACHTUNG: Die Kennzeichnungen PEGI, USK und IARC sagen nichts über sonstige Qualitäten eines Spiels aus und auch nicht, ab welchem Alter das Spiel vom Schwierigkeitsgrad her passend ist.

7.4. Gaming in der Einrichtung

Wenn man die Freizeitbeschäftigung Nummer eins von Jugendlichen in der eigenen Einrichtung als Angebot etablieren oder ein Gaming-Projekt umsetzen möchte, müssen einige Dinge berücksichtigt werden:

- **Ausstattung:** Es gibt verschiedene Systeme auf dem Markt wie Spielkonsolen (PlayStation, Xbox, Switch) und Gaming-PCs, die für unterschiedliche Arten von Spielen geeignet sind und unterschiedliche Hardware-Anforderungen haben. Konsolen sind günstiger als PCs und eignen sich für gemeinsames Spielen vor einem Gerät, während PCs flexibler für kreative Anwendungen und andere Computer-Angebote sind. Mobile Geräte wie Smartphones und Tablets haben eine weniger leistungsfähige Technik, aber es gibt einige innovative Spiele, die allein oder kooperativ mit anderen gespielt werden können und die GPS- und Foto-, Video- und Audio-Funktionen nutzen können. Es gibt auch Herausforderungen bei der Nutzung von Online-Plattformen wie Steam für den Kauf und die Installation von Spielen, da jeder Computer einen separaten Account benötigt und man nur temporäre Nutzungsrechte erwirbt, die bei der Einstellung des Dienstes verloren gehen können. Eine Alternative sind DRM-freie Spiele, die per USB-Stick installiert werden können und sich gut für den pädagogischen Einsatz eignen.
- **Alterskennzeichnung:** (siehe Kapitel 7.3.) hat nicht nur beim Verkauf von Spielen eine Bedeutung, sondern auch bei der Nutzung von Spielen in der Jugendeinrichtung. Hierbei muss berücksichtigt werden, dass die Altersfreigabe des Spiels von der jüngsten anwesenden Person im Raum nicht unterschritten werden darf.
- **Spieldauer:** Es ist empfehlenswert, klar kommunizierte Zeitlimits zu setzen. Zur Frustrationsvermeidung kann es hilfreich sein, dass die Jugendlichen ein Spiel erst bei erreichten Meilensteinen beenden. Auch kann gelegentlich die Spielzeit mal etwas länger dauern, um z. B. ein Fifa-Fußballspiel noch fertig zu spielen; jedoch sollte dies immer klar angesprochen werden.
- **Verhaltenskodex:** Auch hier muss klar kommuniziert werden was Gos und No-Gos beim Zocken in der Einrichtung sind. Verbale und körperliche Gewalt sowie Diskriminierung jeglicher Art dürfen von den MA* der Einrichtung auch in der Emotionalität eines Games nicht toleriert werden. Sobald es auffällig wird, dass ein Jugendlicher einzig und allein zum Zocken die Einrichtung besucht, sollten die MA* versuchen, Alternativen anzubieten und die Beobachtung dem Jugendlichen gegenüber ansprechen.
- **Kooperationen:** Wenn die Einrichtung Projekte zu Gaming wie z. B. eine LAN-Party anbieten möchte, ist es sinnvoll, Kooperationen mit eSport-Vereinen einzugehen.
 - Schutzkonzept beachten.



BLITZLICHTER AUS DER GAMING-
SZENE FINDEST DU IN DER
AUSGABE 37 DES DISKURS



Ausgabe 37
November 2022

Diskurs

Fachmagazin Jugendarbeit

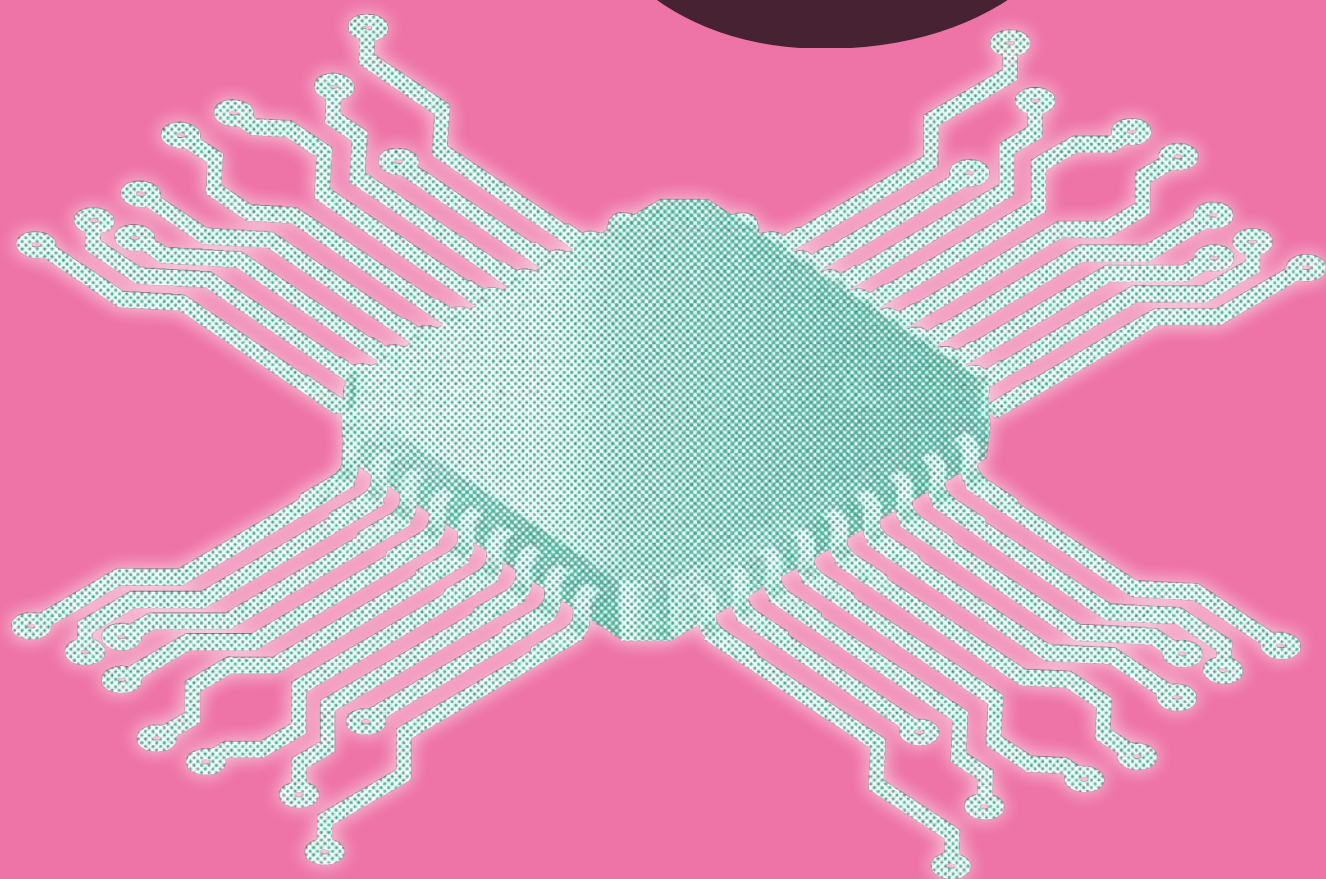
Jugendkulturen



MERKHEFT .09
GAMING - POTENZIALE FÜR DIE
JUGENDARBEIT, KULTUR UND
SCHULE



AM8



INHALT

Was ist künstliche Intelligenz?	51
Verschiedene Ausprägungen von KI	52
Vier Arten von KI	52
Anwendungsbereiche von KI im täglichen Leben	53
KI in der Jugendarbeit	54
Zukunftsaussichten	55

8.1. Was ist künstliche Intelligenz?

Künstliche Intelligenz, oft einfach als KI bezeichnet, ist ein spannendes Forschungsfeld, das sich irgendwo zwischen Informatik, Mathematik, Psychologie und sogar Philosophie befindet. Der Name „künstliche Intelligenz“ tauchte erstmals in den 1950ern auf. Damals träumten Computer-Ingenieur*innen davon, einen Computer zu bauen, der genauso denkt wie ein Mensch. Obwohl wir davon noch weit entfernt sind, dass Maschinen genau wie wir denken, haben sie in bestimmten Bereichen schon erstaunliche Dinge geleistet.

Was KI genau ist, darüber sind sich die Expert*innen nicht einig. Manche sagen, es geht darum, menschliches Denken nachzuahmen. Andere definieren KI lieber über das, was sie kann und wie sie eingesetzt wird.

In der KI-Welt gibt es verschiedene Herangehensweisen:

- Symbolische KI: Hier geht es darum, Wissen mit Symbolen darzustellen und mit Regeln zu arbeiten.
- Maschinelles Lernen: Bei diesem Ansatz lernen Maschinen direkt aus Daten, ohne dass man ihnen genau sagt, wie. Dazu gehören Techniken wie neuronale Netze.
- Neuromorphe Ingenieurwissenschaft: Hier schauen sich Expert*innen unser Gehirn an und versuchen, es mit Technik nachzubauen.

Im Grunde genommen arbeitet KI mit Algorithmen. Diese sind wie Kochrezepte, die Schritt für Schritt erklären, wie man ein Problem löst. Diese „Rezepte“ werden mit vielen Daten „gefüttert“, und je mehr sie „essen“, desto besser werden sie.

KI kann für viele Dinge eingesetzt werden: vom Erkennen unserer Stimme im Smartphone bis hin zur Unterstützung von Ärzt*innen bei der Diagnose von Krankheiten. Es steckt viel Potenzial in KI, und wir entdecken gerade erst, was alles möglich ist. KI kann vieles besser machen, aber wir müssen auch über die Herausforderungen und ethischen und gesellschaftlichen Fragen nachdenken, die sie mit sich bringt.

8.2. Verschiedene Ausprägungen der KI

Künstliche Intelligenz ist nicht nur ein einheitliches Konzept, sondern kann in verschiedene Kategorien unterteilt werden, je nachdem, wie sie entwickelt und eingesetzt wird. Hier sind die grundlegenden Kategorien:

- **Schwache KI (Narrow AI):** Diese Art von KI ist auf eine bestimmte Aufgabe oder einen bestimmten Bereich spezialisiert. Sie hat weder eigene Emotionen noch Bewusstsein oder generelle Intelligenz. Beispiele dafür sind Sprachassistenten wie Siri, Alexa oder Google Assistant. Diese können Sprachbefehle interpretieren und darauf reagieren, aber sie können nicht über ihren programmierten Bereich hinaus agieren oder „denken“.
- **Allgemeine KI (General AI):** Eine theoretische Form von KI, die alle kognitiven Fähigkeiten eines Menschen besitzt. Sie kann jede intellektuelle Aufgabe erfüllen, die ein Mensch kann. Der Android Data aus „Star Trek“ oder der Roboter C-3PO aus „Star Wars“. Beide haben die Fähigkeit, wie ein Mensch zu denken, zu lernen und zu handeln, auch wenn sie in der realen Welt noch nicht existieren.
- **Superintelligenz:** Eine weiterentwickelte und

fortgeschrittene Form der KI, die das Potenzial hat, menschliche Intelligenz in jeder Hinsicht zu übertreffen. Es handelt sich um eine KI, die nicht nur menschliche Fähigkeiten replizieren, sondern sie auch übertreffen kann. Beispiele dafür sind die KI in Filmen wie „Ex Machina“ oder „Transcendence“, wo die KI die Fähigkeit hat, sich selbst zu verbessern und menschliche Intelligenz weit zu übertreffen.

Es ist wichtig zu betonen, dass wir derzeit hauptsächlich mitschwacher KI arbeiten. Allgemeine KI und Superintelligenz sind Konzepte, die in der Wissenschaft und in den Medien diskutiert werden, aber in der realen Welt noch nicht realisiert wurden. Es gibt viele ethische, technische und philosophische Fragen rund um diese fortgeschrittenen KI-Konzepte, und die Forschung in diesen Bereichen ist sowohl spannend als auch herausfordernd.

8.3. Vier Arten von KI

Künstliche Intelligenz (KI) hat in den letzten Jahren erhebliche Fortschritte gemacht und wird in unterschiedlichen Formen und Stärken kategorisiert. Es gibt verschiedene „Versionen“ oder Typen, je nachdem, wie schlau und fortgeschritten sie sind.

- **Reaktive Maschine:** Das ist eine einfache KI, die genau eine Sache kann. Sie lernt nicht und hat kein Gedächtnis. Beispiel: ein Computer, der Schach spielt. Er sieht nur das aktuelle Brett und entscheidet, welcher Zug der beste ist.
- **Begrenzte Speicherkapazität:** Das ist eine KI, die aus Daten lernen kann und sich an Dinge „erinnert“. Beispiel: Sprachassistenten wie Siri oder selbstfahrende Autos. Sie lernen aus Daten und werden mit der Zeit besser.
- **Theorie des Geistes:** Das ist eine KI, die wie ein Mensch denkt und fühlt. Sie versteht die Welt um sich herum. Status: Das ist noch Science-Fiction. Solche KIs gibt es noch nicht.
- **Selbsterkenntnis:** Das ist eine superkluge KI, die über sich selbst nachdenken kann. Status:

Auch das ist noch Zukunftsmusik.

KI unterscheidet sich von normalen Programmen durch zwei Dinge:

- Sie kann aus Daten lernen und Muster erkennen.
- Sie findet „kreative“ Lösungen für knifflige Probleme.

Wie lernt eine KI?

- Durch Beispiele: Man zeigt ihr viele Daten, und sie erkennt Muster.
- Durch Ausprobieren: Sie probiert Dinge aus und lernt aus ihren Fehlern.

Stell dir vor, du möchtest einem Computer beibringen, Hunde von Katzen zu unterscheiden. Das ist gar nicht so einfach, weil wir Menschen das intuitiv machen. Ein Computer aber zerlegt das Bild in viele kleine Teile und analysiert sie. Am Ende sagt er dann: „Das ist zu 94 % ein Hund.“ Das nennt man künstliche neuronale Netze. Sie funktionieren super, auch wenn wir oft nicht genau wissen, warum. Künstliche neuronale Netze werden oft auch als Blackbox bezeichnet, weil wir nicht wissen, wie eine KI zu einem Ergebnis gekommen ist.

Aber es gibt auch Grenzen. Die heutigen Computer sind noch nicht leistungsfähig genug für eine KI, die alles kann, was ein Mensch kann. Die aktuelle Leistungsfähigkeit von KI ist durch die Rechenkapazität der verfügbaren Computer begrenzt. Eine allumfassende KI mit den heutigen Technologien zu realisieren ist daher eine Herausforderung bzw. nicht möglich.

8.4. Anwendungsbereiche von KI im täglichen Leben

Künstliche Intelligenz gibt es nicht nur in Sci-Fi-Filmen. Auch in unserem täglichen Leben

ist KI mittlerweile nicht mehr wegzudenken. In fast allen Bereichen des Alltags wird sie eingesetzt und hilft dabei, Angebote intuitiver und benutzer*innenfreundlicher zu gestalten. Beispiele für Anwendungen von KI im Alltag sind:

- **Sprachassistenten:** Wenn du Siri, Alexa oder den Google Assistant fragst, wie das Wetter wird, dann antwortet dir KI.
- **Suchmaschinen:** Wenn du etwas bei Google oder Bing suchst, sorgt KI dafür, dass du genau das findest, wonach du suchst.
- **Streaming-Tipps:** Schon mal gewundert, warum Netflix oder Spotify immer genau wissen, was dir gefällt? Da ist KI am Werk!
- **Soziale Medien:** KI entscheidet, welche Beiträge bei Facebook oder Instagram ganz oben in deinem Feed landen.
- **E-Mail-Sortierung:** Dank KI landen die meisten Spam-Nachrichten direkt im Spam-Ordner.
- **Online-Werbung:** Die Werbung, die du online siehst, wird oft von KI ausgewählt, basierend auf dem, was du magst.
- **Selbstfahrende Autos:** Diese Autos nutzen KI, um selbstständig auf den Straßen zu navigieren (von komplett autonom fahrenden Autos sind wir aber noch weit entfernt). Aber auch Bremsassistenten verwenden heute schon KI.
- **Smartphone-Features:** Viele Smartphones nutzen KI, um dein Gesicht zu erkennen oder deine Stimme zu verstehen.
- **Online-Shopping:** KI hilft Online-Shops, alles reibungslos laufen zu lassen, von der Lagerhaltung bis zur Lieferung.
- **Sicherheit:** Manche Sicherheitskameras nutzen KI, um nach ungewöhnlichen Aktivitäten Ausschau zu halten.
- **Medizin:** KI hilft Ärzt*innen, Krankheiten schneller und genauer zu diagnostizieren.
- **Bankwesen:** Banken setzen KI ein, um sicherzustellen, dass dein Geld sicher ist, und um bessere Finanzentscheidungen zu treffen.
- **Smart Home:** Selbst dein Staubsaugerroboter oder dein Thermostat können KI nutzen, um dein Zuhause gemütlicher zu machen.
- **Texte checken:** Die KI liest Texte und versteht, was drinsteht. Beispiel: Grammarly. Es hilft uns, besser zu schreiben, indem es Fehler findet.

Und das ist nur ein kleiner Ausschnitt der Anwendungsbereiche von KI.

Beispiel: ChatGPT sagt über sich selbst

„Ich bin ChatGPT, ein künstliches Intelligenz-Modell, entwickelt von OpenAI. Mein Design basiert auf der GPT-4-Architektur, einem der fortschrittlichsten Sprachmodelle, das bisher entwickelt wurde. Ich wurde mit einer Vielzahl von Texten aus dem Internet trainiert, was mir ermöglicht, auf eine breite Palette von Anfragen zu antworten und Informationen zu einer Vielzahl von Themen bereitzustellen. Mein Hauptziel ist es, Benutzern [sic!] bei ihren Fragen und Anliegen zu helfen, indem ich Informationen bereitstelle, Texte verfasse oder komplexe Konzepte erkläre. Dabei bin ich immer bestrebt, präzise und hilfreiche Antworten zu liefern.“

Beispiel: Midjourney

Midjourney ist ein generatives künstliches Intelligenzprogramm, das Bilder aus natürlichen Sprachbeschreibungen, sogenannten „Prompts“, generiert. Dieses Konzept ähnelt anderen KI-basierten Bildgeneratoren wie OpenAI's DALL-E und Stable Diffusion. Benutzer*innen können Midjourney verwenden, um ihre Vorstellungskraft in visuelle Kunstwerke zu übersetzen, indem sie einfache Beschreibungen oder Anweisungen eingeben. Ein gutes Beispiel für die Fähigkeiten von Midjourney ist die Möglichkeit, aus einer vagen Beschreibung wie „Ein sonniger Tag im Park mit fliegenden Drachen“ ein detailliertes und lebendiges Bild zu generieren. Die Plattform hat auch die Fähigkeit, bestehende Bilder zu interpretieren und zu beschreiben, was sie darstellen. Midjourney hat in der KI- und Kunstgemeinschaft für Aufsehen gesorgt und wird oft in Diskussionen über die Zukunft der kreativen KI und ihre Auswirkungen auf die Kunstwelt erwähnt.

8.5. KI in der Jugendarbeit

KI hat das Potenzial, die Jugendarbeit in vielerlei Hinsicht zu verändern. Hier sind einige Gründe, warum:

- **Bildung und Lernen:** Lern-Apps und -Plattformen nutzen KI, um den Lernprozess individuell anzupassen. Das kann besonders hilfreich sein, um Jugendlichen Themen näherzubringen, die sie besonders interessieren.
- **Organisation und Planung:** KI kann helfen, Veranstaltungen oder Projekte effizienter zu planen, indem sie Vorhersagen trifft oder Ressourcen optimal zuordnet.
- **Kommunikation:** Chatbots oder Übersetzungstools können den Kontakt mit Jugendlichen erleichtern, die aus verschiedenen Kulturen kommen oder eine andere Muttersprache sprechen.
- **Sicherheit:** KI kann dazu beitragen, Online-Plattformen sicherer für Jugendliche zu machen, indem sie unangemessene Inhalte oder Cyber-Mobbing erkennt und meldet.
- **Feedback und Analyse:** KI kann Feedback von Jugendlichen analysieren und so helfen, Programme und Angebote besser auf ihre Bedürfnisse zuzuschneiden.
- **Kreativität:** Es gibt KI-Tools, die Jugendlichen helfen können, Musik zu komponieren, Kunst zu schaffen oder Geschichten zu schreiben, was ihre kreativen Fähigkeiten fördert.
- **Digitale Kompetenz:** Durch den Umgang mit KI können Jugendliche ihre digitalen Fähigkeiten erweitern, was in der heutigen digitalisierten Welt von unschätzbarem Wert ist.
- **Mentoring und Unterstützung:** KI-gesteuerte Plattformen können Jugendlichen personalisierte Ressourcen und Unterstützung bieten, basierend auf ihren individuellen Bedürfnissen und Interessen.
- **Spielerisches Lernen:** Viele moderne Spiele nutzen KI, um das Spielerlebnis anzupassen. Dies kann in der Jugendarbeit genutzt werden, um Bildungsinhalte auf unterhaltsame Weise zu vermitteln.
- **Soziale Interaktion:** KI kann dazu beitragen, soziale Interaktionen in Online-Umgebungen zu fördern, indem sie beispielsweise virtuelle Treffpunkte schafft oder Gruppenaktivitäten koordiniert.

Während KI viele Vorteile bietet, gibt es auch einige Herausforderungen und Bedenken, die im Zusammenhang mit der Nutzung im Rahmen der Jugendarbeit berücksichtigt werden sollten:

- **Datenschutz:** Jugendliche müssen darüber informiert werden, wie ihre Daten verwendet

werden, besonders wenn KI-Systeme im Spiel sind.

- **Abhängigkeit:** Es ist wichtig, dass die Technologie die menschliche Interaktion nicht ersetzt, sondern ergänzt.
- **Ethik:** KI-Systeme können Vorurteile bergen, die in den Daten versteckt sind, mit denen sie trainiert wurden. Es ist wichtig, sich dieser möglichen Bias bewusst zu sein.
- **Kosten:** Die Implementierung und Wartung von KI-Systemen kann teuer sein, was für einige Jugendeinrichtungen eine finanzielle Belastung darstellen kann.
- **Technische Hürden:** Nicht alle Jugendarbeiter*innen haben die technischen Kenntnisse, um KI-Tools effektiv zu nutzen oder zu verstehen.
- **Fehlende Personalisierung:** Während KI oft zur Personalisierung verwendet wird, kann sie manchmal auch zu generischen oder unpassenden Empfehlungen führen.
- **Überwachung und Privatsphäre:** Es besteht die Gefahr, dass KI-Systeme zur Überwachung von Jugendlichen verwendet werden könnten, was ihre Privatsphäre beeinträchtigt.
- **Unvorhersehbare Ergebnisse:** KI-Systeme können manchmal unerwartete oder unerwünschte Ergebnisse liefern, die schwer zu korrigieren sind.
- **Vertrauensverlust:** Ein übermäßiger oder unsachgemäßer Einsatz von KI kann dazu führen, dass Jugendliche das Vertrauen in die Einrichtung verlieren.
- **Fehlende menschliche Intuition:** KI kann Daten analysieren und Muster erkennen, aber sie kann nicht die menschliche Intuition oder das „Bauchgefühl“ ersetzen, das oft in der Jugendarbeit wichtig ist.

8.6. Zukunftsaussichten

Die Zukunft der KI ist vielversprechend. Mit Fortschritten in der Technologie und dem Verständnis von Intelligenz könnten wir bald KI sehen, die in vielen Bereichen menschenähnliche Fähigkeiten aufweist. Es ist jedoch wichtig, ethische und praktische Überlegungen zu

berücksichtigen, um sicherzustellen, dass KI zum Wohl der Menschheit eingesetzt wird. Künstliche Intelligenz bietet spannende Möglichkeiten für die Jugendarbeit, bringt aber auch Herausforderungen mit sich. Es liegt an uns, diese Technologie verantwortungsbewusst und zum Wohl der Jugendlichen einzusetzen. (Burns; Laskowski o. J.; Dahm 2022; Goedecke 2022; Mischler 2022; Nida-Rümelin; Weidenfeld 2018)

Weiterführende Ideen zur praktischen Nutzung in der Offenen Jugendarbeit



AI unplugged – Aktivitäten
und Materialien zu künstlicher
Intelligenz komplett analog
<https://www.aiunplugged.org>



KISS* – eine Lernumgebung
zum besseren Verständnis und
zur Auseinandersetzung mit KI
<https://www.hooou.de>



Elements of AI – kostenloser
Onlinekurs zu den Grundla-
gen von KI
<https://www.elementsofai.at>



KI-Campus – kostenlose Lern-
plattform für KI
<https://ki-campus.org>



I am A.I. – künstliche Intelli-
genz erklärt
<https://www.i-am.ai/de/index.html>



ÖFFENTLICHE

NETZSAMPLE



INHALT

Unterschied zwischen ÖA und Werbung	58
Grundprinzipien der ÖA	58
Welche Ziele verfolgt Offene Jugendarbeit mit ÖA? ...	59
Grundlegende Tipps für ÖA in der Einrichtung.....	60
Fragen, die sich jede Einrichtung in Bezug auf die eigene ÖA stellen sollte	60

Wer eine Ausbildung zum Jugendarbeiter oder zur Jugendarbeiterin absolviert, wird häufig nicht ausreichend damit konfrontiert, dass Öffentlichkeitsarbeit in der OJA eine Rolle spielt. Daher wird diese oft vernachlässigt. Projekte und Aktivitäten werden tendenziell (zu) selten über die Einrichtung hinaus präsentiert, die Lokalmedien schweigen (zu) oft über die OJA in der Gemeinde und auch interne Kommunikationsstrukturen leiden gelegentlich auf Grund von Zeitmangel.

Denn von Jugendarbeiter*innen wird viel verlangt. Idealerweise sollen sie ihre gesamte Arbeitszeit über „offen haben“ bzw. aktiv mit Jugendlichen arbeiten. Da bleibt wenig bis gar keine Zeit für strategische Öffentlichkeitsarbeit. Dies bedeutet nicht, alles oder möglichst viel nach außen zu kommunizieren, sondern sich immer wieder Öffentlichkeit zu schaffen, wenn es passt. Dazu eignen sich auch Aktionismus sowie Präsenz im öffentlichen Raum. (bOJA – Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit 2012)

9.1. Unterschied zwischen ÖA und Werbung

Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sind zwei unterschiedliche Strategien, die Unternehmen nutzen, um ihre Markenbekanntheit zu erhöhen, Kunden zu gewinnen und ihre Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen.

Öffentlichkeitsarbeit (auch PR genannt) ist darauf ausgerichtet, das Image eines Unternehmens oder einer Organisation in der Öffentlichkeit zu verbessern. Ziel der Öffentlichkeitsarbeit ist es, das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens zu stärken und es in der Öffentlichkeit positiv zu positionieren. Public-Relations-Maßnahmen umfassen oft die Verbreitung von Informationen über das Unternehmen, seine Produkte oder Dienstleistungen über verschiedene Medien, wie Pressemitteilungen, soziale Medien, Pressekonferenzen, Interviews und andere Veranstaltungen.

Werbung hingegen ist darauf ausgerichtet, das Bewusstsein für ein Produkt oder eine Dienstleistung zu schaffen und sie zu verkaufen. Werbung wird in der Regel bezahlt und ist darauf ausgerichtet, die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden auf das Produkt oder die Dienstleistung zu lenken. Werbung kann in verschiedenen Medien, wie Fernsehen, Radio, Zeitschriften, Zeitungen, Online-Plattformen und sozialen Medien, geschaltet werden.

Insgesamt lässt sich sagen, dass Werbung auf den Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung ausgerichtet ist, während Öffentlichkeitsarbeit darauf abzielt, das Image eines Unternehmens oder einer Organisation zu verbessern.

9.2. Grundprinzipien der ÖA

Das Bild der Öffentlichkeit kann sich nur ändern, wenn das Handlungsfeld und die dort tätigen Personen anfangen – geschlossen, selbstbewusst, kompetent – dieses nach außen zu tragen. Die Schaffung von Selbstbewusstsein und Selbstwertgefühl ist in gewissem Sinne Voraussetzung für die Veränderung nach außen.

- **Öffentlichkeitsarbeit kann man nicht so nebenbei machen!** Effektive Öffentlichkeitsarbeit benötigt Zeit, Energie und Durchhaltevermögen. Eine Spezialisierung von MA* auf diesem Gebiet ermöglicht es, Erfahrungen zu sammeln, Kontakte zur Presse zu knüpfen und Netzwerke für die Verbreitung von Informationen aufzubauen, zu pflegen und zu erweitern.
- **Öffentlichkeitsarbeit muss ehrlich sein und im eigenen Interesse betrieben werden.** Die Einrichtungen sollten ihre Einstellung zur Öffentlichkeitsarbeit ändern, indem sie das Ziel aufgeben, ihr Produkt wie auf Werbeplakaten zu verkaufen. Stattdessen sollten sie ehrlich und realistisch sein, wenn sie ihre Erfolge, Kenntnisse und Probleme bekannt geben – ohne Schönfärberei, Dramatisierung oder Verharmlosung.
- **Inhalte konkret, verständlich, anschaulich vermitteln.** Die Öffentlichkeitsarbeit der OJA zielt nicht darauf ab, sich als unzugängliche Fachdisziplin darzustellen. Stattdessen sollen Fachbegriffe auf verständliche Weise erklärt werden, um eine klare und nachvollziehbare Kommunikation zu fördern. Eine alltagssprachliche Ausdrucksweise sollte jedoch nicht grundsätzlich bevorzugt werden.



9.3. Welche Ziele verfolgt Offene Jugendarbeit mit ÖA?

Die Offene Jugendarbeit möchte Anerkennung und Wertschätzung von der Gesellschaft, der Politik und den Medien erhalten und somit ihre Leistungen in den Fokus stellen.

Dabei gilt es darüber zu informieren, was Offene Jugendarbeit kann, und diese als das vorzustellen, was sie ist.

- Offene Jugendarbeit präsentiert sich als akademisch und fachlich fundiert, wobei sie durch Differenzierung gezielt Förderung und Unterstützung anbietet. Sie verfolgt eine parteiliche Haltung, um Interessen junger Menschen zu vertreten, und engagiert sich dafür, die Potenziale junger Menschen zu entfalten.
- Offene Jugendarbeit stellt sich auch den Herausforderungen und Problemlagen, vor denen junge Menschen heute stehen. In ihrem Arbeitsansatz setzt sie auf eine offene und zugängliche Kommunikation, die respektvoll und auf Augenhöhe stattfindet.
- Offene Jugendarbeit bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten. Es ist wichtig zu betonen, auf welche methodischen und ethischen sowie theoretischen Grundlagen sie sich stützt. Jedoch erfordert insbesondere Letzteres, dass die Fachkräfte in diesem Bereich über entsprechende Kenntnisse verfügen und qualifiziert arbeiten können.
- Offene Jugendarbeit erfordert spezifische Fähigkeiten und Kenntnisse, die erlernt werden müssen. Sie stellt hohe Anforderungen an ihre Mitarbeiter*innen und ist nicht für jede Person geeignet.
- Offene Jugendarbeit vermittelt zwischen der Welt der Jugendlichen und den fördergebenden Stellen. Dabei muss sich die Politik vergegenwärtigen, dass Wirkung und Erfolg nicht auf simple Weise festgelegt werden können und keineswegs so mühelos zu erzielen sind, wie es oft angenommen wird.
- Offene Jugendarbeit agiert in direktem Kon-

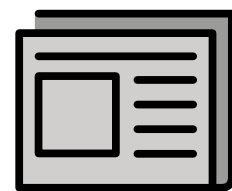
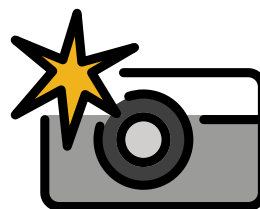
takt mit den Lebenswelten von Jugendlichen und beschäftigt sich täglich mit deren Problemen, Ursachen und Lösungsansätzen. Es ist wichtig, der Öffentlichkeit und der Politik zu verdeutlichen, dass Offene Jugendarbeit für soziale Gerechtigkeit und Chancengleichheit eintritt und sich gegen Ausgrenzung und die Vertiefung sozialer Ungleichheiten engagiert.

- Offene Jugendarbeit ist eine gesellschaftliche Kraft, die für die Bedürfnisse und Interessen junger Menschen eintritt. Durch eine breite Öffentlichkeitsarbeit soll das Verständnis für die Arbeit des Handlungsfeldes gestärkt werden, und ihre Forderungen und Anliegen sollen unterstützt werden.
- Offene Jugendarbeit zeigt auf, dass Kinder und Jugendliche nicht der Effizienz und den Gesetzmäßigkeiten des Marktes unterworfen werden dürfen. Dies schafft ein Verständnis für die aktuellen Probleme und Bedrohungen sowie für die Kämpfe und Forderungen der kritischen Kräfte und trägt zu deren Legitimation bei.

„WIR MÜSSEN KLAR MACHEN UND BEWEISEN, DASS WIR IN DER LAGE SIND, TROTZ UNSERER ABHÄNGIGKEIT VOM GELOGBER STATT KRITISCH AUF DIE BESTEHENDEN VERHÄLTNISSE ZU SCHAUEN.“

Durch Öffentlichkeitsarbeit soll dafür sensibilisiert werden,

- dass die Arbeit zurzeit bedrängt und durch verschlechterte Rahmenbedingungen gehindert wird;
- dass sie trotz immer ungünstiger werdender Bedingungen versucht, für Jugendliche das Beste daraus zu machen;
- dass OJA sehr viel mehr kann und bewirken könnte und
- dass die voranschreitende Veränderung und Verkürzung den Betroffenen schadet (Seithe 2014).



9.4. Grundlegende Tipps für Öffentlichkeitsarbeit in der Einrichtung

Öffentlichkeitsarbeit (PR) ist eine wichtige Strategie für Unternehmen und Organisationen, um ihre Markenbekanntheit zu erhöhen, das Image zu verbessern und eine positive Beziehung zur Öffentlichkeit aufzubauen. Hier sind einige grundlegende Tipps, wie Öffentlichkeitsarbeit funktioniert:

- **Definiert Ziele:** Bevor mit der Öffentlichkeitsarbeit begonnen wird, müssen klare Ziele definiert sein. Soll beispielsweise das Image eines Unternehmens verbessert, die Bekanntheit gesteigert oder eine neue Zielgruppe erreicht werden? Durch klar definierte Ziele, können PR-Strategien gezielter ausgerichtet werden.
- **Zielgruppe identifizieren:** Es ist wichtig, die Zielgruppe einer PR-Kampagne zu identifizieren. Wer sind potenzielle Kunden, und welche Medien und Plattformen nutzen sie? Durch das Verständnis der Zielgruppe sind PR-Bemühungen gezielter ausgerichtet.
- **Geschichten erzählen:** Eine erfolgreiche PR-Kampagne erzählt Geschichten, die die Aufmerksamkeit der Medien und der Öffentlichkeit auf sich ziehen. Daher ist es wichtig, interessante Geschichten zu finden, die die Marke oder das Unternehmen in einem positiven Licht präsentieren.
- **Medienbeziehungen aufbauen:** Eine gute Beziehung zu Journalist*innen und anderen Meinungsmachenden kann dabei helfen, die Botschaften zu verbreiten. Dafür bedarf es Zeit, um Beziehungen zu relevanten Personen aufzubauen. Hilfreich ist dabei, wenn man diesen Personen relevante Informationen und Neuigkeiten liefert.
- **Online-Präsenz aufbauen:** In der heutigen digitalen Welt ist eine starke Online-Präsenz unerlässlich. Eine ansprechende Website bzw. ein Blog und Social-Media-Kanäle sind bedeutend für die Wirkung nach außen. Um

Relevanz zu erlangen, müssen regelmäßig Inhalte erstellt werden, und es muss an Diskussionen in relevanten Foren und Gruppen teilgenommen werden.

- **Erfolg messen:** Schließlich ist es wichtig, den Erfolg der PR-Bemühungen zu messen. Die Medienberichterstattung über das Unternehmen muss verfolgt werden, ebenso die Social-Media-Statistiken. Zudem helfen Analysetools, um den Traffic auf Websites nachzuvollziehen. Durch die Messung der Ergebnisse können PR-Strategien angepasst und optimiert werden.
- **Weniger ist mehr:** Soziale Medien haben eine immense Bedeutung erlangt und sind zu einem essenziellen Kommunikationsmittel geworden. Dennoch ist es wichtig zu beachten, dass die Qualität der Inhalte den Erfolg in sozialen Medien bestimmt, nicht die Menge. In diesem Sinne ist es sinnvoller, nur zwei Kanäle von sozialen Medien gut zu bespielen, anstatt 20 Accounts mit Kopien zu füllen.

Diese Tipps sollen dabei helfen, Öffentlichkeitsarbeit effektiver zu gestalten. Dabei sollte man im Hinterkopf behalten, dass PR eine langfristige Strategie ist und der Erfolg oft Zeit und Geduld erfordert.

9.5. Fragen, die sich jede Einrichtung in Bezug auf die eigene ÖA stellen sollte

- Hinterfragen der Sinnhaftigkeit von Öffentlichkeitsarbeit
- Welche Relevanz stellt die Öffentlichkeitsarbeit in meiner Einrichtung dar?
- Wenn wir den Ist-Stand unserer Öffentlichkeitsarbeit analysieren, wo stehen wir im Moment?
- Welche Ziele können wir mit Öffentlichkeitsarbeit erreichen? -> Zieldefinition
- Welche Zielgruppe möchten wir erreichen? ► Zielgruppenbestimmung
- Sprechen wir die richtige Zielgruppe an?

- Welches sind die richtigen Kanäle, um diese Zielgruppe zu erreichen?
- Setzen wir unsere Ressourcen sinnvoll ein?
- Welche ethischen Aspekte, moralischen Gesichtspunkte und No-Gos müssen wir beachten?
- Wie gehen wir in sozialen Medien mit Konfliktthemen um?
- Wollen wir politische Statements teilen? Religiöse, persönliche Einstellungen? Abtreibung? Und wie soll das passieren?
- Wie stehen wir zu Genderthemen, Rollenklischees und Queer-Feminismus?
- Wie ist unser Umgang mit Likes definiert? Jeder Like ist eine Zustimmung – was für (rechtliche) Folgen müssen wir hier beachten? Welchen gemeinsamen Konsens finden wir? Können wir ihn als Team tragen?
- Was wird wie und in welcher Form veröffentlicht?
- Wie ist unser Umgang mit Urheberrechten und Lizenzen geregelt?
- Welche Medien werden bespielt? ► Zeitung, Magazin, Folder etc. NICHT nur soziale Medien
- Was fällt unter Öffentlichkeitsarbeit? ► Veranstaltungen, Artikel, Berichte etc.
- Wie verhalten wir uns, wenn unsere Einrichtung dazu aufgefordert wird, einen Artikel / Bericht etc. für jemanden zu schreiben?
- Wie schaut es mit der Strategieentwicklung, der PR-Maßnahmenplanung und -Umsetzung in unserer Einrichtung aus?
- Welche Erfolgskontrolle legen wir fest?

Nützliche Infos zur Öffentlichkeitsarbeit in der Offenen Jugendarbeit



Grundprinzipien einer Öffentlichkeitsarbeit, die zur Veränderung des Bildes der Sozialen Arbeit führen soll



Jugendleiter-Blog: Tipps für eine gute Vereins-Website



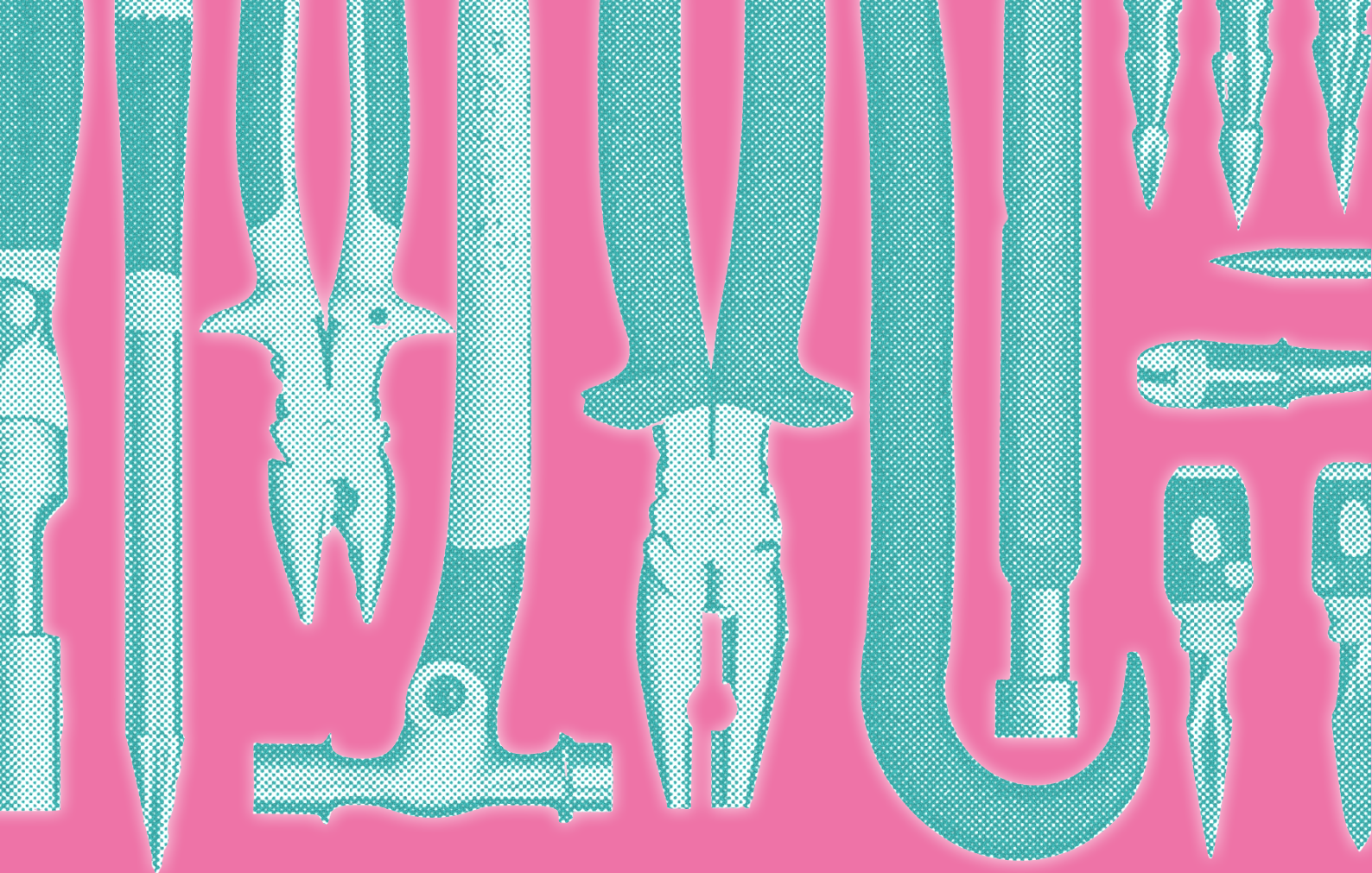
Explizit Fachmagazin – Öffentlichkeitsarbeit in der Offenen Jugendarbeit. Herausgegeben von der bOJA



Christoph Farat – Öffentlichkeitsarbeit in sozialpädagogischen Einrichtungen (Diplomarbeit)



© pexels.com



WERNERSTANT

TOOLS

10

INHALT

Bildbearbeitungs- und Grafikprogramme	64
Umfragetools	65
Videobearbeitungsprogramme	65
Hilfreiche Online-Tools für Workshops und OJA- Angebote	65
Making in der OJA	66

10.1. Bildbearbeitungs- und Grafikprogramme

ADOBE hat viele Produkte im Portfolio. Die wichtigsten sind Photoshop, InDesign und Illustrator. Die Anwendung von Adobe-Produkten erfordert ein gewisses Know-how. Alle Produkte für den professionellen Gebrauch sind nur im Abo-Dienst erhältlich und kostenpflichtig. Link: www.adobe.com

Photoshop ist ideal für die Bearbeitung von Bildern für Print, Web und Mobile Apps. Photoshop kann für die Erstellung von bildreichen Flyern, Postern, Web- und App-Designs, Videos und Animationen oder auch für die Bearbeitung von 3D-Inhalten verwendet werden.

InDesign ist das Tool der Wahl zum Layouten und Veröffentlichen mehrseitiger Dokumente mit Text. InDesign kann für digitale und Print-Materialien, z. B. Briefköpfe, Visitenkarten, Lebensläufe, Broschüren, Jahresberichte u. v. m. verwendet werden.

Mit **Illustrator** können Logos, Icons, Grafiken oder Illustrationen gestaltet werden.

AFFINITY hat sich in den vergangenen Jahren in den Bereichen Bildgestaltung und Layout als ernstzunehmende und kostengünstige Alternative zu den Adobe-Programmen entwickelt. Auch bei diesen Tools sind Vorkenntnisse nötig, um effektiv arbeiten zu können. Im Gegensatz zu den Adobe-Produkten kann die Software mit Einmalzahlung erworben werden. Link: www.affinity.serif.com/de/

Die Pendanten zu Photoshop, InDesign und Illustrator heißen hier **Photo**, **Publisher** und **Designer**.

CANVA: mit diesem Tool können professionelle Designs ganz einfach erstellt, geteilt und gedruckt werden. Dabei stehen tausende professionell gestalteter Vorlagen für viele Anlässe und Aktionen zur Verfügung, die individuell den eigenen Bedürfnissen und Wünschen angepasst werden können. Canva ist für User*innen

gedacht, die gern auf einfache Weise visuelle Inhalte erschaffen wollen. Ob alleine oder gemeinsam im Team mit anderen. Es erfordert nur wenige Vorkenntnisse. Link: www.canva.com

Canva bietet für gemeinnützige Vereine, eine Gratis-Vollversion, die beantragt werden muss. Hier findet sich das kostenlose Abonnement von Canva Pro für Nonprofits: Canva pro NGO's.

GIMP (GNU Image Manipulation Program) ist ein plattformübergreifender Bildeditor, der für GNU/Linux, macOS, Windows und weitere Betriebssysteme verfügbar ist. Der Open-Source-Bildeditor ist frei verfügbar, und jede*r kann den Quellcode einsehen, verändern und die Änderungen teilen. GIMP bietet ausgefeilte Tools, die für eine qualitativ hochwertige Bildbearbeitung erforderlich sind. Von der Retusche über die Restaurierung bis hin zu kreativen Kompositionen. Auch bietet die Plattform erstklassige Farbmanagementfunktionen, um eine originalgetreue Wiedergabe über digitale und gedruckte Medien hinweg zu gewährleisten. Es wird am besten mit anderer Open-Source-Software wie Scribus, Inkscape und SwatchBooker verwendet. Ähnlich wie Adobe Photoshop erfordert GIMP ein gewisses Know-how im Umgang. Link: www.gimp.org

PIXLR damit können kostenlos und direkt im Browser Fotos bearbeitet und Designs erstellt werden. Pixlr wurde eingeführt und gegründet, um es jeder Person zu ermöglichen, Bilder einfach online zu erstellen, zu bearbeiten und zu teilen. Heute ist Pixlr ein Bestandteil von IN-MAGINE, das darauf abzielt, Design einfach und für alle zugänglich zu machen. Dabei werden drei Versionen angeboten. Link: www.pixlr.com

Pixlr X: kostenloser und einfacher Online-Fotoeditor mit einfach zu navigierenden KI-Fotobearbeitungstools.

Pixlr E: fortschrittlicher Fotoeditor, der für eine detailliertere Bildbearbeitung und professionelle Inhaltserstellung entwickelt und mit KI-Bearbeitungsfunktionen der nächsten Stufe ausgestattet wurde.

PIXLR: mehr als nur Fotobearbeitung, bewegt sich in Richtung Animation und Video und bietet breitere Dienste und Funktionen.

10.2. Umfrage- tools

LAMAPOLL ist ein leistungsfähiges Online-Umfrage-Tool zum Erstellen, Versenden und Auswerten datenschutzkonformer Umfragen und Fragebögen. Die Umfrage-Software ist vielseitig einsetzbar, funktionsstark und für alle Umfragetypen geeignet. LamaPoll überzeugt durch einfache Handhabung, professionelle Funktionen und ein Höchstmaß an Sicherheit und Datenschutz. Das gesamte Leistungsspektrum wird kostentransparent und budgetgerecht an die jeweiligen Interessen angepasst.

Das Online-Umfrage-Tool stellt für Schüler*innen und Student*innen eine völlig kostenlose Version zur Verfügung und möchte so einen Beitrag zur freien Bildung leisten.

SURVEYMONKEY ist eine beliebte Umfrageplattform, mit der man Feedback sammeln und in verwertbare Daten umsetzen kann. Es bietet die Möglichkeit, Umfragen, Quiz und Meinungsumfragen zu erstellen. Es sammelt Feedback über Weblink, E-Mail, Chats, soziale Medien usw. Ebenso führt SurveyMonkey eine automatische Analyse der Daten durch, wobei man von leistungsstarken Analysefunktionen profitieren kann.

10.3. Videobear- beitungsprogram- me

INSHOT: Verwendbar auf Computer und Handy; Link: <https://inshot.com>

IMOVIE: Verwendbar nur auf Apple-Produkten; schon vorinstalliert.

SHOTCUT: Verwendbar auf Computer und Handy; Link: <https://shotcut.org>

FILMORA Link: filmora.wondershare.net

ADOBE hat mit Premiere auch ein Programm für professionellen Videoschnitt. Wie bei allen Adobe-Tools sind auch hierfür Vorkenntnisse nötig.

FINAL CUT ist eine hochwertige Alternative zu Premiere für Apple-User*innen.

10.4. Hilfreiche Online-Tools für Workshops und OJA-Angebote

MENTIMETER ist eine interaktive Präsentations-Software, die es allen Teilnehmenden ermöglicht, unabhängig von Zeit und Ort über ein internetfähiges Gerät anonym Fragen zu beantworten und abzustimmen. Es bietet verschiedene Optionen für die Abfrage und die Darstellung der Ergebnisse, wie z. B. Diagramme, Bilder und Wortwolken. Mentimeter kann für Vorwissen, Diskussionseinstiege, Wissenssicherung oder Meinungsabfragen genutzt werden und enthält auch ein Quiz.

KAHOOT ermöglicht es, online Quiz- und Bewertungsspiele durchzuführen, um Wissen abzufragen und Beurteilungen zu treffen. Es kann als Alternative zum herkömmlichen Frage-Antwort-Dialog zwischen Workshop-Leitenden und Jugendlichen genutzt werden. Die Nutzung von Smartphones, Tablets oder Laptops wird dabei unterstützt.

SLI.DO ermöglicht es, Meetings, Events und Workshops interaktiver zu gestalten, indem es eine Plattform bietet, um Ideen und Fragen zu sammeln, Feedback durch Live-Umfragen zu erhalten und Q&A-Runden bei Workshops zu vereinfachen.

PADLET ist eine Software, die es Nutzer*innen ermöglicht, Inhalte zu erstellen und auf einfache Weise mit anderen zu teilen. Es ist ein intuitives, flexibles und inklusives Tool, das für Menschen

jeden Alters und jeder Qualifikation geeignet ist. Padlet bietet eine Vielzahl von Funktionen, wie die Möglichkeit, jede Art von Datei hinzuzufügen, das Design an die eigenen Vorlieben anzupassen und Inhalte privat zu halten. Die Plattform ist auch auf mobilen Geräten anwendbar und bietet Apps für iOS, Android und Kindle an. Padlet ist sicher und unterstützend und bietet Benutzer*innen eine Wissensdatenbank sowie persönlichen Support per E-Mail.

GATHER.TOWN ist eine Online-Kollaborationsplattform, die im Vergleich zu traditionellen Videokonferenz-Tools eine interaktivere und ansprechendere Erfahrung ermöglicht. Die Plattform bietet einen virtuellen Raum, in dem Teilnehmer*innen sich bewegen und mit anderen Avataren und Objekten interagieren können. Video- und Audioverbindungen sind standardmäßig browserspezifisch und können mit einem Klick beendet werden. Die Plattform unterstützt auch Live-Streaming und virtuelle Veranstaltungen.

INNOBOX von Verke ist ein Werkzeug zur Förderung der digitalen Jugendarbeit, das allein, in Gruppen oder als Institution genutzt werden kann. Es begleitet die Benutzer*innen mit Aufgaben und Übungen durch einen Innovationsprozess.

10.5. Making in der OJA

Making bezeichnet Aktivitäten, bei denen jeder selbst aktiv wird und ein Produkt entwickelt, gestaltet und produziert; dabei können auch digitale Technologien zum Einsatz kommen. Es ist sowohl greifbar als auch eine Haltung oder Lebenseinstellung. Es gibt verschiedene Bezeichnungen wie MINT, Making & Coding oder Game Design, die verdeutlichen, dass Making ein Dachbegriff ist und nicht überall, wo es draufsteht, auch drin ist.

Es gibt viele Gemeinsamkeiten, verschiedene Herangehensweisen und Haltungen, was für Medienpädagog*innen Making ist oder was

nicht. Making kommt von „machen“ und dreht sich ums Selbermachen, also darum, Do-It-Yourself-Projekte zu verwirklichen. In Mitmach-Werkstätten haben sich Leute zusammengefunden, um kreativ zu werden, Dinge zu reparieren, zu tüfteln und sich auszutauschen. Das entstandene Ergebnis kann ein reales Produkt oder eine Idee sein. Making kann auch ohne digitale Tools auskommen. So kann auch der Bau eines Vogelhäuschens oder Kuchenbacken als Making bezeichnet werden.

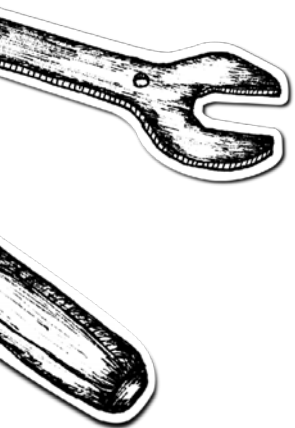
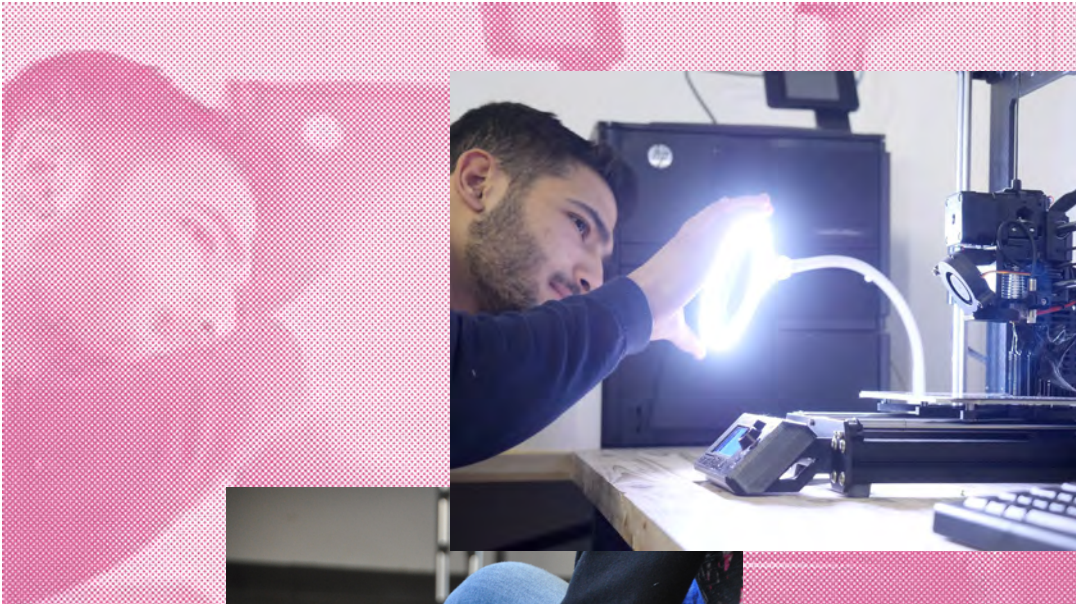
Making ermöglicht die Anregung von Bildungsprozessen und verfolgt medienpädagogische Anliegen wie Handlungsorientierung, Förderung von Medienkompetenz und Partizipation. Durch Kooperationen werden Jugendliche Teil einer Gemeinschaft, und das Maker-Angebot wird weniger als pädagogischer als vielmehr als kreativer Prozess wahrgenommen. Making ermöglicht viele Anknüpfungspunkte und individuelle Umsetzungsmöglichkeiten, wodurch Zusammenhänge fassbarer werden und Bildungsprozesse angeregt werden können.

Das Ziel ist Selbstwirksamkeit und Empowerment zu fördern. Making ist ein selbstreflexiver Lern- und Orientierungsprozess, der das Ziel verfolgt, vorhandene Strukturen und Muster durch komplexere Sichtweisen auf Welt und Selbst zu ersetzen. Pädagogisches Making ist mehr als nur die Erstellung eines Produkts und die Nutzung eines Tools und steht für eine Bewegung, eine Haltung und einen Ort zum Kreativwerden, Tüfteln, Ausprobieren u. v. m.

Um ein Making-Angebot in der eigenen Einrichtung anzubieten, können folgenden Einrichtungen hilfreich sein und für Kooperationspartnerschaften gewonnen werden.

- Digitale Initiativen Dornbirn
- OJA Dornbirn Makerspace
- amazone WERKSTATT



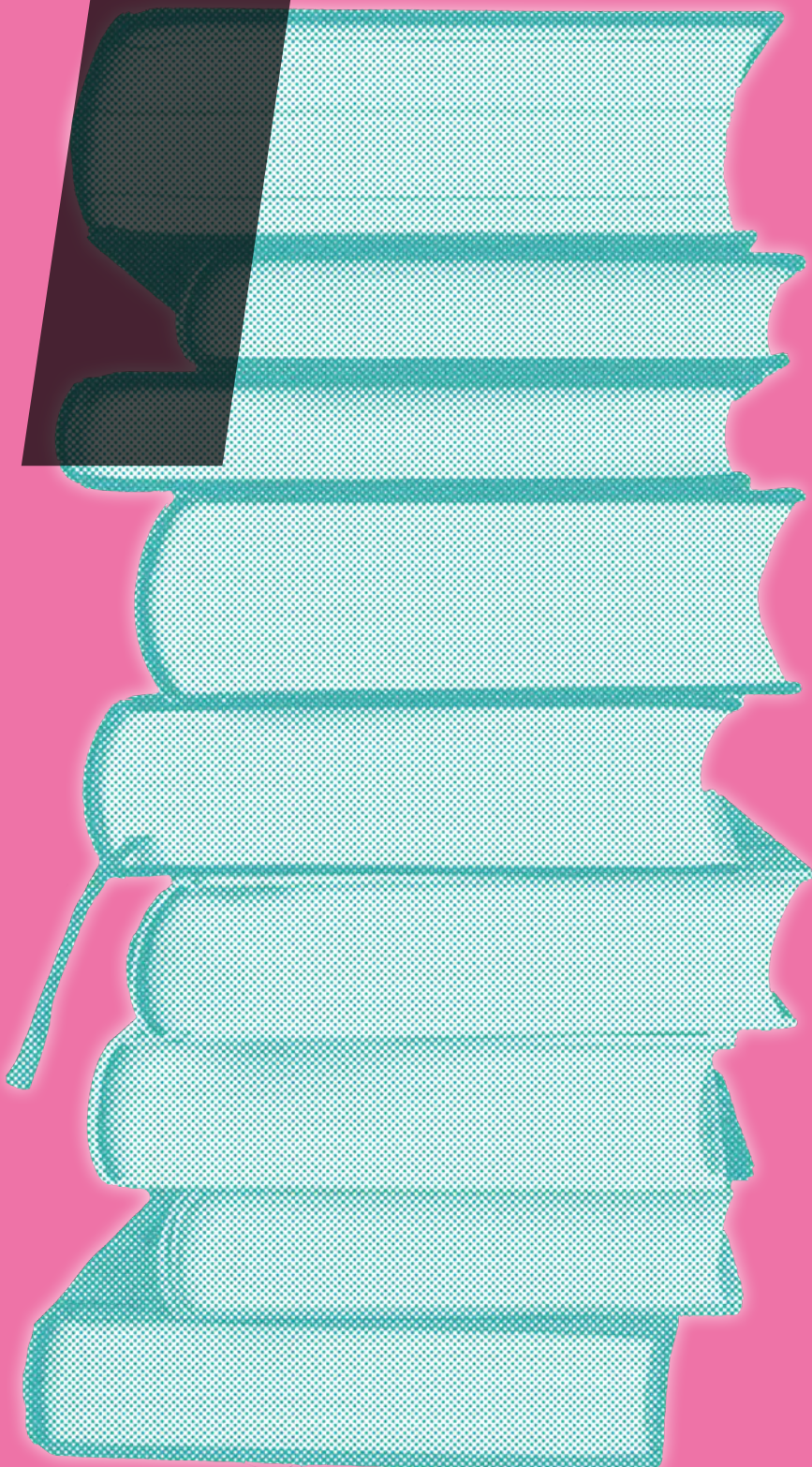


1

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

1



ACCOUNT	Persönlicher Bereich bei einem Online-Dienst – setzt eine Anmeldung / Registrierung voraus, die aus Passwort und Nutzernamen (Username) besteht. Mit dieser Kombination gelingt ein sicheres Einloggen, um auf die Inhalte der Seite Zugriff zu haben.
ADDEN	Umgangssprachlich, salopp; in einem sozialen Netzwerk Kontaktdaten einer Person den eigenen Kontakten hinzufügen.
ADWARE	Bezeichnet Software, die User*innen zusätzlich zur eigentlichen Funktion Werbung zeigt bzw. weitere Software installiert, welche Werbung anzeigt. Adware ist üblicherweise kostenlos und funktionell uneingeschränkt. Oft ist sie auch in kostenloser Software („Freeware“) oder Hilfsprogrammen eingebettet und daher schwer zu erkennen. Häufig gibt es auch eine Option, gegen Bezahlung eine werbefreie Vollversion zu erhalten.
AFFILIATE-MARKETING	Engl. affiliate „angliedern“ = meint internetgestützte Vertriebsarten, bei denen in der Regel ein kommerzieller Anbieter seinen Vertriebspartnern Provisionen anbietet.
ALGORITHMUS	Ist eine eindeutige Handlungsvorschrift zur Lösung eines Problems oder einer Klasse von Problemen. Algorithmen bestehen aus endlich vielen, wohldefinierten Einzelschritten. Damit können sie zur Ausführung in ein Computerprogramm implementiert werden. Bei der Problemlösung wird eine bestimmte Eingabe in eine bestimmte Ausgabe überführt.
ALL-IN-ONE	Bezeichnet Multifunktionsgeräte / eine Kombination aus verschiedenen Geräten, die normalerweise separat gekauft werden müssten. Es bietet z. B. Funktionen wie Drucken, Kopieren und Scannen in einem Gehäuse. Der Preis für ein Multifunktionsgerät ist in der Regel günstiger als der Kauf der Einzelkomponenten mit gleicher Qualität.
APP	Kurzform für Applikation – Eine App ist eine Anwendungssoftware bzw. ein Programm, das eingesetzt wird, um eine anvisierte nicht-systemtechnische Funktionsweise zu ermöglichen. Apps dienen der Lösung von Problemen der Nutzer. Eine App kann z. B. in der Bildbearbeitung, für die Textverarbeitung, für Computerspiele, den Webbrowser oder für Mail-Programme Verwendung finden. Mobile Apps finden sich etwa für die Systeme iOS oder Android.
BCC	Blind Carbon Copy – die Empfänger von E-Mails, die im sogenannten BCC-Feld aufgeführt wurden, erhalten eine Kopie der gesendeten E-Mail, ohne dass ihre Adresse für die anderen angegebenen Empfänger sichtbar wird. Durch die Adressierung im BCC-Feld kann die Privatsphäre der Empfänger von Rund-Mails gewahrt bleiben, und sie können z. B. vor der Adressen-Sammlung durch böartige Dienste, etwa Spambots, geschützt werden.
BIG DATA	Begriff für eine unüberschaubare Datenmenge, die sich aus verschiedenen Quellen speist.
BINGEN	Das Wort bezeichnet das durchgehende und exzessive Konsumieren von Medieninhalten. Meist wird es in Zusammenhang mit Netflix gebraucht.
BITCOIN	Digitales Zahlungsmittel.

BLOGGEN	Ist eine Tätigkeit auf einer Website, bei der Autor*innen Kommentare zu bestimmten Themen verfassen – Blogger bloggen auf ihrem Blog!
BOOKMARKS	Lesezeichen = die Möglichkeit des Markierens von Webseiten, um sie im Nachhinein schnell wiederzufinden.
BOTS	Kurz für „robot“, also Roboter. Wird im Zusammenhang mit Suchmaschinen genannt. Man hört auch „Crawler“ oder den bekannten „Google-Bot“. Es sind Programme, die Websites besuchen, um deren Inhalt zu entziffern und sie nach einem bestimmten (unbekannten) Berechnungsverfahren in den Suchergebnissen aufzunehmen und einzureihen.
BROWSER	Ein Programm zum „Durchstöbern“ von Internetseiten im „World Wide Web“, das neben HTML-Seiten auch viele andere Formate anzeigen kann (Dokumente, PDF, Bilder...). Bekannt sind: Chrome, Safari, Firefox, Internet Explorer etc.
BUG	Computersprache: ein Fehler, der beim Programmieren entstanden ist.
CACHE	Puffer-Speicher; ermöglicht Nutzer:innen einen schnelleren Zugriff auf Seiten, die schon einmal aufgerufen wurden. Ferner werden Passwörter und Log-ins im Cache gespeichert und können bei Bedarf einfach gelöscht werden.
CHALLENGE	Mutprobe, Herausforderung.
CLICK RATE	Begriff aus der Internetwerbung, Werbeklickrate.
CLICKBAIT	Bezeichnet eine reißerische Headline, die viel verspricht, aber mit wenig Inhalt enttäuscht, z. B. YouTube-Videos mit dem Titel: „Wir zeigen euch 25 gute Gründe, warum Clickbait einfach doof ist. Nummer 14 wird euch mit Sicherheit schockieren!!!!“
CLICKJACKING	Sollen User*innen mittels gezielter Täuschung in die Falle tappen lassen.
CLOUD	Online-Datenspeicher-Dienste – z. B. Dropbox, iCloud, Google Drive.
COOKIES	Winzige Dateien von Internet-Anbietern, die auf der Festplatte von User*innen gespeichert werden, um das Surfverhalten zu dokumentieren.
CRAWLER	Ein Crawler ist ein Programm, das selbstständig das Internet nach Inhalten durchsucht, Information vollständig ausliest und indexiert. Da diese Suche automatisch abläuft, werden die Crawler auch Robots genannt. Der Weg, den die Crawler im Internet zurücklegen, ähnelt einem Spinnennetz -> Crawler = Spider.
CROWDFUNDING	Groß angelegte Sammel- und Spendenaktionen für Projekte – der Name „Crowdfunding“ wurde durch das Internet geprägt.
CYBERCRIME	Cyberkriminalität – steht für Cyberattacken (gezielte Angriffe von außen auf größere, für eine spezifische Infrastruktur wichtige Rechnernetze von außen zur Sabotage, Informationsgewinnung und Erpressung); Computerkriminalität im Allgemeinen (Straftaten unter Ausnutzung elektronischer Infrastruktur) und Internetkriminalität (Straftaten, die auf dem Internet basieren oder mit der Technologie des Internets umgesetzt werden).

CYBER-MOOBING

Als Cyber-Mobbing oder auch Internet-Mobbing, Cyber-Bullying sowie Cyber-Stalking werden verschiedene Formen der Verleumdung, Belästigung, Bedrängung und Nötigung anderer Menschen oder Unternehmen mit Hilfe elektronischer Kommunikationsmittel über das Internet, in Chatrooms, beim Instant Messaging und/oder auch mittels Mobiltelefonen bezeichnet. Dazu gehört auch der Diebstahl von (virtuellen) Identitäten, um in fremdem Namen Beleidigungen auszustößen oder Geschäfte zu tätigen usw. Cyber-Mobbing gehört zu einer der zentralen Gefahren im Umgang mit dem Internet und neuen Medien.

DARKNET

Ein Darknet ist ein Peer-to-Peer-Overlay-Netzwerk, bei dem die Teilnehmer*innen ihre Verbindungen teilweise manuell herstellen und das durch spezielle Maßnahmen vor dem allgemeinen Internet geschützt ist. Im Gegensatz zu herkömmlichen Peer-to-Peer-Netzwerken werden die Verbindungen zu den Clients nicht automatisch und randomisiert initiiert. Das Darknet bietet ein höheres Maß an Sicherheit und ermöglicht es, kriminelle Aktivitäten zu verschleiern. Es besteht aus separaten, nicht miteinander verbundenen Netzwerken.

DEEP FAKE

Sind realistisch wirkende Medieninhalte (Foto, Audio und Video), die durch Techniken der künstlichen Intelligenz abgeändert und verfälscht worden sind. Obwohl Medienmanipulation kein neues Phänomen darstellt, nutzen Deep Fakes Methoden des maschinellen Lernens, genauer künstliche neuronale Netzwerke, um Fälschungen weitgehend autonom zu erzeugen.

DICKPICS

Kurzwort für ein Penisbild, das über das Internet verschickt wird. Diese Praxis geschieht in der Regel aus exhibitionistischen Gründen und zählt als sexuelle Belästigung, wenn sie ohne Zustimmung des Empfängers erfolgt.

DOMAIN

Bezeichnet einen Teilbereich der hierarchischen DNS. Es kann immer nur ein neuer und einzigartiger Name im Domain-Vergabeverfahren gewählt werden; dieser ist aber frei wählbar, solange die gewünschte Domain noch nicht von einer anderen Person registriert wurde.

DOXEN

Meint das Zusammentragen und Veröffentlichen persönlicher Daten, ohne vorher die Zustimmung der betroffenen Person eingeholt zu haben.

E-MAIL

Elektronischer Brief.

FAKE NEWS

Dies sind manipulativ verbreitete, vorgetäuschte Nachrichten, die sich überwiegend im Internet, insbesondere in sozialen Netzwerken und anderen sozialen Medien, zum Teil viral, verbreiten.

FIREWALL

Das Sicherungssystem (Firewall) schützt den Computer vor Fremdzugriffen in einem Netzwerk. Neben dem passenden Antivirenprogramm trägt auch die Firewall einen großen Teil zur Sicherheit bei und unterbindet Netzwerkangriffe.

FLAMES

„Flammen“ auf Snapchat, die in Chats mit Friends gesammelt werden können, wenn täglich über die App eine Nachricht an diese Person gesendet wird.

FOLLOWER

„Anhänger“ des eigenen Profils – werden regelmäßig über neu gepostete Beiträge informiert.

GEOTAGGING

Auch Geocoding oder Geo-Imaging genannt. Hierunter versteht man bei fotografischen Aufnahmen die Zuordnung von geografischen Koordinaten. Als Punkte in einer elektronischen Karte lassen sich die so georeferenzierten Bilder anschließend leichter suchen und auswählen.

GHOSTING

Hierunter versteht man in einer zwischenmenschlichen Beziehung einen vollständigen Kontakt- und Kommunikationsabbruch ohne Ankündigung. Obwohl vorher etwa Dates stattgefunden haben oder eine Beziehung bestand, laufen plötzlich jegliche Kontaktversuche ins Leere. Mittlerweile hat Ghosting weitere Lebensbereiche erreicht.

GOOGELN

Inzwischen als eigenes Verb in den Sprachgebrauch eingegangen, beschreibt es das Benutzen der Suchmaschine „Google“.

HACKER

In seiner ursprünglichen Verwendung bezieht sich der Begriff auf Tüftler im Kontext einer verspielten, selbstbezogenen Hingabe im Umgang mit Technik und mit einem besonderen Sinn für Kreativität und Originalität. Alltagssprachlich und besonders in den Medien ist der Begriff meist negativ besetzt und wird häufig als Synonym verwendet für jemanden, der illegal in digitale Systeme eindringt.

HAPPY SLAPPING

Als Happy Slapping wird ein körperlicher Angriff (Körperverletzungsdelikt) auf meist unbekannte Passanten, aber auch Mitschüler oder Lehrer bezeichnet, der über die Veröffentlichung von mitgefilmtem Material die Opfer der Angriffe erniedrigen soll.

HASHTAG

Rautezeichen – Schlagworte in Posts von sozialen Netzwerken können mit dem # markiert werden.

HATE SPEECH

Hassrede, bezeichnet sprachliche Ausdrucksweisen von Hass mit dem Ziel der Herabsetzung und Verunglimpfung bestimmter Personen oder Personengruppen. Vor allem in den Vereinigten Staaten wird die Bezeichnung Hate Speech in juristischen, politischen und soziologischen Diskursen verwendet. In Österreich fallen Ausdrucksweisen, die zum Hass aufstacheln, unter die Gesetzgebung zur Verhetzung. Zu Hassrede zählt auch die Benutzung von Ethnophaulismen.

HAUL

Als Haul bezeichnet man ein Video, das online hochgeladen wurde und in dem Leute ihren Einkauf auspacken und näher vorstellen. Meist passiert das mit Kosmetikprodukten oder Kleidung.

HTML

Die textbasierte Auszeichnungssprache HTML (Hypertext Markup Language) ist Grundlage des WWW. Grafiken, Links, Bilder und vieles mehr werden durch HTML dargestellt und benötigen nur geringen Speicherplatz.

Internet der Dinge (IdD) Internet of Things (IoT)

Das Internet der Dinge (IdD) ermöglicht die Vernetzung von physischen und virtuellen Objekten sowie die Zusammenarbeit zwischen ihnen durch Informations- und Kommunikationstechniken. Durch Technologien des IdD können Menschen mit elektronischen Systemen interagieren und unterstützt werden. Kleine, eingebettete Geräte wie Wearables werden eingesetzt, um diese Interaktion zu ermöglichen, ohne abzulenken oder aufzufallen. Das IdD bezeichnet die Verknüpfung von physischen Objekten mit einer virtuellen Repräsentation in einer internetähnlichen Struktur.

IP-ADRESSE

Eine IP-Adresse ist eine Adresse im Computernetzwerk wie dem Internet, die jedem Gerät, das sich mit dem Internet verbinden kann, automatisch zugewiesen werden kann. Somit sind diese Geräte überhaupt erst erreichbar. IP-Adressen werden verwendet, um Daten zwischen verschiedenen Geräten zu verschicken und eben dem richtigen Empfänger zugestellt zu werden. Ähnlich der Anschrift auf einem Briefumschlag werden hier eben die Datenpakete mit der entsprechenden IP-Adresse versehen, die den passenden Empfänger eindeutig identifizieren kann. Mit dem Unterschied, dass eine Postanschrift örtlich gebunden ist, eine IP-Adresse nicht.

JAVA SCRIPT

Die Programmiersprache JavaScript, kurz „JS“, ist für ein dynamisches HTML entwickelt worden und dient als Erweiterung, um Aktionen von Benutzern auswerten zu können (z. B. für Umfragen). Inhalte können generiert, nachgeladen oder verändert werden.

LAG

Als Lag bezeichnet man die verzögerte Ausführung eines Eingabebefehls oder der verzögerte Empfang von Daten. Meist passiert das durch eine schlechte Verbindung zum Server. Sehr unangenehm bei Online-Multi-Player-Games.

LIKES

Als Likes bezeichnet man online abgegebene positive Bewertungen in einem sozialen Netzwerk; sie dienen nicht nur dazu, „gefällt mir“ auszudrücken, sondern bieten auch die Möglichkeit, so über Neuigkeiten bestimmter Themen auf dem neuesten Stand zu bleiben. Ebenso nutzen Betreiber*innen einer sozialen Plattform die Auswertungen der Likes, um gezielt Werbeanzeigen bei Benutzer*innen zu platzieren.

LURKER

Teilnehmende Personen einer Community, die sich im Hintergrund halten und nur selten aktiv teilnehmen, z. B. einen Livestream passiv verfolgen, ohne Nachrichten im Chat zu hinterlassen.

MEMES

Memes sind kleine, mit wenig Text verzierte Bilder.

MALWARE

Schadprogramm, Schadsoftware – bezeichnet Computerprogramme, die entwickelt wurden, um, aus Sicht des Opfers, unerwünschte und gegebenenfalls schädliche Funktionen auszuführen.

PAYWALL

Mechanismus, der bestimmte Inhalte einer Webseite nur für Nutzer*innen zugänglich macht, die für diese in Form eines Abonnements oder sonstiger Leistungen bezahlen.

PDF

Das Portable Document Format wurde von Adobe Systems entwickelt und ist plattformunabhängig. Eine vom Autor erstellte Datei (z. B. Text) lässt sich nach Speicherung nicht mehr ändern, und die typischen Konvertierungsprobleme entfallen.

PHISHING

Bezeichnet den Versuch von kriminellen Personen oder Organisationen, über gefälschte Webseiten oder E-Mails an persönliche Zugangsdaten zu kommen.

PODCAST

Ein Podcast ist eine Serie von abonnierbaren Audiodateien (auch Videodateien) im Internet. Bei dem Begriff Podcast handelt es sich um ein Kunstwort, das sich aus Pod für „play on demand“ und cast, abgekürzt vom Begriff Broadcast, zusammensetzt.

PROVIDER	Dies sind Unternehmen, die Internetleitungen zur Verfügung stellen.
REELS	Kurze Videos auf Instagram.
SEO	Search Engine Optimization – wichtiger Bestandteil großer Webseiten, da Inhalte so geschrieben und angepasst werden, dass sie in Suchmaschinen weiter oben angezeigt werden.
SHAREN	Wird im deutschsprachigen Bereich ausschließlich dazu benutzt, um das „Teilen“ von anderen Beiträgen auf Social Media zu betiteln.
SHITSTORM	Sturm der Entrüstung in einem Kommunikationsmedium des Internets, der zum Teil mit beleidigenden Äußerungen einhergeht.
SNAPS / SNAPPEN	Bezeichnet einen Schnappschuss, der über Snapchat versendet wird.
SPAM	Bezeichnet dubiose (Werbe-)E-Mails in riesigen Mengen.
STORY	Als eine Story wird in sozialen Netzwerken und Instant-Messaging-Diensten eine Funktion bezeichnet, bei der die/der Nutzer*in in Form von kurzen, zeitlich begrenzten Clips aus mehreren automatisch ablaufenden Sequenzen eine Geschichte erzählt bzw. Statusmeldungen und Informationen vermittelt. Eine Story wird meist auf der Profilseite von Nutzer*innen angezeigt und stellt somit eine audiovisuelle Erweiterung zu der textbasierten Status-Funktion dar.
STREAMING	Anstatt sich mit dem Programm abzufinden, das von Radio- oder Fernsehsendern vordiktiert wird, entscheiden viele Nutzer*innen selber, welche Inhalte sie wann über Online-Plattformen wie Spotify, Netflix, Amazon Prime, Deezer usw. konsumieren.
SUCHMASCHINE	Ein elektronisches Lexikon, in das Fragen und Suchbegriffe eingegeben werden können. Google ist hier der Marktführer unter den Suchmaschinen und bietet mit Filtermöglichkeiten ein gezieltes Suchen nach Antworten.
THROWBACK THURSDAY	Der Throwback Thursday ist ein Format, das von vielen Influencer*innen genutzt wird, um alte Fotos von sich hochzuladen. Vor allem auf Facebook und Instagram kann man öfters mal „Throwback Thursday“-Bilder sehen, die dann auch mit dem entsprechenden Hashtag versehen werden.
TINDERN	Auf der Dating-Plattform Tinder nach „möglichen“ Partner*innen suchen.
TROLL	Bezeichnet eine Person, die im Internet vorsätzlich mit beißenden Kommentaren Zwietracht und Unmut sät.
TWEETEN	Meint, etwas auf Twitter (mittlerweile umbenannt in „X“) zu posten.
URL	Unter dem Uniform Resource Locator (URL) versteht man die Identifizierung und die Lokalisierung von Ressourcen wie beispielsweise Webseiten. Im geläufigeren Sprachgebrauch werden URLs auch als Web- oder Internetadressen bezeichnet.

VIRUS

Meist wird ein Virus von einem Hacker geschrieben, um andere Computer zerstören oder ausspionieren zu können. Sie hängen sich an andere Programme und können nur mit einem Anti-Viren-Programm aufgespürt und beseitigt werden. Immer wieder kommt es zu massiven Problemen weltweit, da User*innen zu leichtfertig mit ihren Daten umgehen, keinen oder einen nur sehr schlechten Schutz für PC nutzen und in E-Mails leichtsinnigerweise Links anklicken und unbekannte Mail-Anhänge öffnen.

WEARABLES

Wearable Computing ist ein Bereich der Forschung, der sich mit der Entwicklung von tragbaren Computersystemen beschäftigt. Diese Wearables, wie Smartwatches, Datenbrillen und Smartbands, werden von Benutzer*innen am Körper getragen oder sind in die Kleidung integriert. Sie haben die Aufgabe, verschiedene Daten mithilfe von Sensoren zu erfassen und mit Applikationen und Hard- und Software zu verarbeiten. Diese Daten stammen aus der Umgebung, dem Verhalten und dem physiologischen Zustand der Benutzer*innen.

WWW

Das World Wide Web ist ein System, über das mit einer Internetverbindung Webseiten abgerufen werden können (elektronische Hypertext-Dokumente). In der Kurzform auch Web oder WWW genannt.



12

CHECKLISTEN

INHALT

Checkliste Recht	78
Checkliste IT-Infrastruktur	79
Checkliste Digitale Kompetenz	80
Checkliste Digitale Kommunikation	81
Checkliste Soziale Medien	82
Checkliste Gaming	83
Checkliste Öffentlichkeitsarbeit	84
Checkliste Weiterbildung	85
Checkliste Bedarfsanalyse	86

Hier finden sich diverse Checklisten, die zur Überblicksgewinnung und zur Erhebung des Ist-Zustandes der OJA-Einrichtung dienlich sind. Diese sind nützlich, um schnell und effizient eine Evaluation der eigenen Einrichtung in Bezug auf nahezu alle digitalen Themen zu gewinnen, die für die Offene Jugendarbeit relevant sind.

Das damit gewonnene Bild kann der Einrichtung dienen, um einerseits festzustellen, welche Bereiche der digitalen Jugendarbeit schon abgedeckt wurden, in welchen Themen noch Nachholbedarf besteht und wo blinde Flecken bestehen, die in der Umsetzung nicht berücksichtigt wurden. Teilweise treten Fragen in gleicher oder ähnlicher Form mehrfach auf, da sie für verschiedene Themenbereiche relevant sind.

Checkliste Recht

	Frage	Ja	Nein	in Arbeit	irrelevant	Anmerkung
1	Sind alle MA* über die Grundlagen der DSGVO informiert und bzgl. Datenschutz / Persönlichkeitsrechte geschult?					
2	Gibt es eine datenschutzbeauftragte Person in der Einrichtung?					
3	Werden die personenbezogenen Daten von Kindern und Jugendlichen, MA* und Dritten angemessen geschützt?					
4	Wurde eine Datenschutz-Folgenabschätzung für die Verarbeitung personenbezogener Daten durchgeführt?					
5	Verfügt die Einrichtung über eine aktualisierte Datenschutzerklärung, die leicht zugänglich ist?					
6	Gibt es ein Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten, in dem alle Datenverarbeitungsprozesse dokumentiert sind?					
7	Werden die betroffenen Personen über ihre Rechte gemäß DSGVO informiert (z. B. Recht auf Zugang, Berichtigung, Löschung)?					
8	Gibt es ein Verfahren zur Meldung von Datenschutzverletzungen an die zuständige Datenschutzbehörde?					
9	Sind alle Datenverarbeitungsverträge mit externen Dienstleistern abgeschlossen und auf dem neuesten Stand?					
10	Wird die Einwilligung der Eltern oder Erziehungsberechtigten eingeholt, wenn personenbezogene Daten von Minderjährigen verarbeitet werden?					
11	Gibt es Richtlinien für die Nutzung von Fotos und Videos, die die Persönlichkeitsrechte der abgebildeten Personen berücksichtigen?					
12	Ist die Nutzung von Social-Media-Plattformen und Messenger-Diensten datenschutzkonform gestaltet?					
13	Sind alle elektronischen Geräte und Systeme, die personenbezogene Daten verarbeiten, angemessen gesichert (z. B. Passwörter, Verschlüsselung)?					
14	Wird die Löschung personenbezogener Daten nach Ablauf der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen sichergestellt?					
15	Gibt es eine klare Regelung zur Verwendung von E-Mail-Verteilern und Gruppenchats, um ungewollte Datenweitergabe zu vermeiden?					
16	Sind alle Formulare, in denen personenbezogene Daten erhoben werden, mit den notwendigen Informationen zur Datenverarbeitung versehen?					
17	Werden regelmäßige Prüfungen der Datenschutzmaßnahmen durchgeführt, um deren Wirksamkeit sicherzustellen?					
18	Gibt es Richtlinien für die Nutzung von Cloud-Diensten und deren datenschutzkonforme Implementierung?					
19	Wird die Anonymität der Teilnehmer*innen bei anonymen Umfragen und Feedback-Systemen gewährleistet?					
20	Gibt es einen Plan zur Sensibilisierung der Jugendlichen für den Schutz ihrer persönlichen Daten und deren verantwortungsvolle Nutzung im Internet?					

Checkliste IT-Infrastruktur

	Frage	Ja	Nein	in Arbeit	irrelevant	Anmerkung
1	Gibt es eine IT-verantwortliche Person, die für die IT-Infrastruktur und IT-Ausstattung zuständig ist?					
2	Ist die IT-Infrastruktur regelmäßig gewartet und auf dem aktuellen Stand der Technik?					
3	Verfügt die Einrichtung über eine ausreichende Anzahl an Computern, Tablets und über eine sonstige IT-Ausstattung für die Bedürfnisse der Jugendlichen?					
4	Sind alle Computer und Geräte mit aktuellen Betriebssystemen und Software-Versionen ausgestattet?					
5	Gibt es ein Berechtigungskonzept, das festlegt, welche MA* auf welche Systeme und Daten zugreifen dürfen?					
6	Sind alle Benutzerkonten mit individuellen Zugangsdaten (Benutzername, Passwort) versehen?					
7	Werden sichere Passwörter verwendet und regelmäßig geändert?					
8	Ist die Nutzung von Passwortmanagern zur Verwaltung sicherer Passwörter implementiert?					
9	Gibt es ein Verfahren zur Vergabe und Entziehung von Zugangsberechtigungen bei MA*-Wechsel?					
10	Sind alle sensiblen Daten, die übertragen oder gespeichert werden, angemessen verschlüsselt?					
11	Gibt es ein Backup-Konzept, um Datenverluste im Falle eines Ausfalls oder einer Beschädigung der IT-Systeme zu verhindern?					
12	Ist ein Virenschutz- und Malware-Schutzprogramm auf allen Geräten installiert und regelmäßig aktualisiert?					
13	Wird die Netzwerk- und Internetverbindung durch eine Firewall oder ähnliche Sicherheitssysteme geschützt?					
14	Gibt es Richtlinien und Verfahren zum sicheren Umgang mit E-Mails, um Phishing- und Spam-Angriffe zu verhindern?					
15	Sind die Jugendlichen über die Risiken und den Schutz ihrer persönlichen Daten im Internet aufgeklärt?					
16	Gibt es eine Regelung zur Nutzung von privaten Geräten in der Einrichtung (Bring Your Own Device, BYOD)?					
17	Sind alle MA* in Bezug auf IT-Sicherheit geschult und regelmäßig über aktuelle Bedrohungen informiert?					
18	Wird die IT-Ausstattung regelmäßig auf Sicherheitslücken geprüft und werden notwendige Updates durchgeführt?					
19	Gibt es eine Dokumentation der IT-Infrastruktur, die alle relevanten Informationen über Systeme, Geräte und Zugangsberechtigungen enthält?					
20	Werden regelmäßige Sicherheitsüberprüfungen und Tests durchgeführt, um die Effektivität der implementierten Sicherheitsmaßnahmen sicherzustellen?					

Checkliste Digitale Kompetenz

	Frage	Ja	Nein	in Arbeit	irrelevant	Anmerkung
1	Haben alle MA* eine grundlegende Schulung zu digitalen Technologien und Werkzeugen erhalten?					
2	Sind MA* mit den gängigen Betriebssystemen und Office-Anwendungen vertraut und können diese effektiv nutzen?					
3	Können MA* altersgerechte und sichere Online-Plattformen und Kommunikationstools empfehlen und nutzen?					
4	Haben MA* Kenntnisse über Datenschutz und IT-Sicherheit, um Jugendlichen sichere digitale Umgebungen zu bieten?					
5	Verfügen MA* über Kenntnisse im Umgang mit sozialen Medien und sind sich ihrer Rolle als Vorbilder bewusst?					
6	Sind MA* in der Lage, digitale Medien und Inhalte kritisch zu bewerten und ihre Authentizität und Glaubwürdigkeit einzuschätzen?					
7	Können MA* digitale Werkzeuge zur Planung, Organisation und Durchführung von Projekten und Veranstaltungen einsetzen?					
8	Haben MA* Kenntnisse über digitale Trends und Entwicklungen, die für die Jugendarbeit relevant sind (z. B. Gaming, Social Media, KI)?					
9	Sind MA* in der Lage, digitale Medien und Technologien in pädagogischen Kontexten einzusetzen und zu integrieren?					
10	Verfügen MA* über Kompetenzen in der Online-Kommunikation und im Umgang mit digitalen Konflikten (z. B. Cyber-Mobbing)?					
11	Sind MA* in der Lage, die digitale Medienkompetenz bei Jugendlichen zu fördern und sie in ihrer digitalen Entwicklung zu begleiten?					
12	Können MA* digitale Tools zur Erfassung und Auswertung von Daten nutzen, um ihre Arbeit kontinuierlich zu verbessern?					
13	Gibt es Fortbildungen / Schulungen zu digitalen Themen, die regelmäßig angeboten und von MA* besucht werden?					
14	Wird der Austausch und die Zusammenarbeit zwischen MA* durch digitale Plattformen und Tools gefördert?					
15	Verfügen MA* über Kenntnisse im Bereich der digitalen Barrierefreiheit, um Inklusion und Teilhabe für alle Jugendlichen zu gewährleisten?					
16	Können MA* digitale Tools zur kreativen Gestaltung und Produktion von Medieninhalten nutzen?					
17	Haben MA* Kenntnisse über Urheberrecht / Lizenzierung im digitalen Raum und können diese Regeln im Arbeitsalltag anwenden?					
18	Verfügen MA* über grundlegende Programmierkenntnisse, oder können sie Jugendliche bei der Vermittlung dieser Kompetenzen unterstützen?					
19	Gibt es eine Strategie zur kontinuierlichen Verbesserung der digitalen Kompetenz der MA* in der OJA-Einrichtung?					
20	Werden die digitalen Kompetenzen der MA* regelmäßig evaluiert und anhand der Ergebnisse gezielte Weiterbildungsmaßnahmen angeboten?					

Checkliste Digitale Kommunikation

	Frage	Ja	Nein	in Arbeit	irrelevant	Anmerkung
1	Gibt es eine klare Strategie für die digitale Kommunikation innerhalb der Einrichtung und nach außen?					
2	Sind die MA* mit den diversen Kommunikationskanälen und Tools vertraut, die für die Kommunikation genutzt werden?					
3	Werden sichere und datenschutzkonforme Kommunikationstools für den Austausch mit Jugendlichen und externen Personen verwendet?					
4	Gibt es klare Richtlinien für die Nutzung von sozialen Medien, E-Mail- und Messenger-Diensten in der Kommunikation mit Jugendlichen und externen Personen?					
5	Ist die Einrichtung auf relevanten sozialen Medien und Online-Plattformen präsent und aktiv?					
6	Wird die Reichweite / Wirkung der digitalen Kommunikation durch geeignete Analyse-Tools / Kennzahlen überwacht und bewertet?					
7	Sind die MA* in der Lage, effektiv und angemessen über digitale Kanäle mit den Jugendlichen zu kommunizieren?					
8	Werden geeignete Tools für die Zusammenarbeit innerhalb der Einrichtung und mit externen Personen verwendet (z. B. Projektmanagement-Tools, Cloud-Dienste)?					
9	Gibt es klare Richtlinien für die Kommunikation in internen und externen Gruppenchats, um Missverständnisse und ungewollte Informationsweitergabe zu vermeiden?					
10	Werden regelmäßig Fortbildungen zum Thema digitale Kommunikation und zu den verwendeten Tools angeboten?					
11	Ist die Einrichtung in der Lage, schnell und effektiv auf Anfragen / Feedback von Jugendlichen und externen Personen über digitale Kanäle zu reagieren?					
12	Gibt es eine Strategie zur kontinuierlichen Verbesserung der digitalen Kommunikation / Zusammenarbeit in der Einrichtung?					
13	Werden die Jugendlichen über sichere und verantwortungsvolle Kommunikation im Internet aufgeklärt?					
14	Gibt es einen Verhaltenskodex für die digitale Kommunikation, der die Grundlagen für einen respektvollen und konstruktiven Umgang miteinander festlegt?					
15	Sind alle MA* über die rechtlichen Rahmenbedingungen und Anforderungen der digitalen Kommunikation informiert (z. B. Datenschutz, Urheberrecht)?					
16	Werden neue Kommunikationstrends und -technologien regelmäßig evaluiert und bei Bedarf in die Kommunikationsstrategie integriert?					
17	Gibt es eine Notfallkommunikationsstrategie für den Fall von Sicherheitsvorfällen oder Krisensituationen?					
18	Werden digitale Kommunikationsmittel und -kanäle regelmäßig auf ihre Sicherheit und Funktionalität überprüft?					
19	Ist die digitale Kommunikation barrierefrei gestaltet, um Inklusion / Teilhabe aller Jugendlichen zu ermöglichen?					
20	Wird die Effektivität der digitalen Kommunikation und Zusammenarbeit in der Einrichtung regelmäßig überprüft und anhand der Ergebnisse optimiert?					

Checkliste Soziale Medien

	Frage	Ja	Nein	in Arbeit	irrelevant	Anmerkung
1	Gibt es eine klare Social-Media-Strategie für die Einrichtung, die Ziele, Zielgruppen und Inhalte definiert?					
2	Verfügt die Einrichtung über offizielle Social-Media-Accounts auf relevanten Plattformen für die Zielgruppe der Jugendlichen?					
3	Sind MA* mit den Funktionen, Möglichkeiten und Risiken der verschiedenen Social-Media-Plattformen vertraut?					
4	Gibt es klare Verhaltensregeln für die Kommunikation und den Umgang mit Jugendl. über Social-Media-Kanäle?					
5	Werden Datenschutz / Persönlichkeitsrechte bei Nutzung von Social Media in der Einrichtung berücksichtigt?					
6	Gibt es ein Krisenmanagement für den Umgang mit negativen Kommentaren, Cyber-Mobbing oder anderen Problemen auf Social-Media-Plattformen?					
7	Sind die MA* für die Besonderheiten und Sensibilitäten in der Kommunikation mit Jugendlichen auf Social-Media-Plattformen geschult?					
8	Werden regelmäßig Inhalte auf den Social-Media-Kanälen der Einrichtung gepostet, um die Zielgruppe aktiv und interessiert zu halten?					
9	Gibt es eine klare Zuständigkeit für die Pflege und Aktualisierung der Social-Media-Accounts der Einrichtung?					
10	Werden die Social-Media-Kanäle der Einrichtung regelmäßig auf ihre Reichweite, Interaktion und Effektivität überprüft und optimiert?					
11	Ist die Einrichtung in der Lage, zeitnah und angemessen auf Anfragen, Feedback und Kommentare von Jugendlichen über Social-Media-Kanäle zu reagieren?					
12	Werden Jugendliche in Planung, Umsetzung / Bewertung von Social-Media-Aktivitäten der Einrichtung einbezogen?					
13	Gibt es Schulungen für MA* und Jugendliche zum verantwortungsvollen Umgang mit Social Media und persönlichen Daten?					
14	Werden regelmäßig Aktivitäten und Veranstaltungen der Einrichtung über Social-Media-Kanäle beworben und dokumentiert?					
15	Gibt es eine klare Regelung für die Verwendung von Fotos / Videos von Jugendlichen auf Social-Media-Plattformen, die ihre Persönlichkeitsrechte respektiert?					
16	Sind die Social-Media-Accounts der Einrichtung vor unbefugtem Zugriff und Missbrauch geschützt (z. B. durch starke Passwörter, Zwei-Faktor-Authentifizierung)?					
17	Gibt es Richtlinien für den Umgang mit persönlichen Social-Media-Accounts der MA* in Bezug auf ihre berufliche Tätigkeit und Rolle als Vorbild?					
18	Werden neue Social-Media-Trends und Plattformen regelmäßig evaluiert und bei Bedarf in die Social-Media-Strategie integriert?					
19	Gibt es eine Strategie zur kontinuierlichen Verbesserung der Social-Media-Nutzung und -Kommunikation in der Einrichtung?					
20	Werden die Jugendlichen über die Risiken und Chancen von Social Media aufgeklärt und bei der Entwicklung ihrer digitalen Medienkompetenz unterstützt?					

Checkliste Gaming

	Frage	Ja	Nein	in Arbeit	irrelevant	Anmerkung
1	Gibt es eine klare Strategie für den Einsatz von Gaming in der Einrichtung, die Ziele, Zielgruppen und Inhalte definiert?					
2	Verfügt die Einrichtung über eine angemessene technische Ausstattung (z. B. Konsolen, PCs, Virtual-Reality-Systeme) für Gaming-Aktivitäten?					
3	Sind die MA* mit den verschiedenen Gaming-Plattformen, Genres und Spielen vertraut, die für die Zielgruppe der Jugendlichen relevant sind?					
4	Gibt es eine Auswahl an altersgerechten Spielen, die pädagogischen Mehrwert bieten und den Interessen der Jugendlichen entsprechen?					
5	Haben die MA* Kenntnisse über die Altersfreigaben und Jugendschutzbestimmungen für Videospiele?					
6	Sind MA* in der Lage, Gaming-Aktivitäten in pädagogischen Kontexten einzusetzen und zu integrieren (z. B. zur Förderung von Teamarbeit, Kreativität und zur Problemlösung)?					
7	Gibt es klare Verhaltensregeln und Zeitlimits für die Nutzung von Gaming-Angeboten in der Einrichtung?					
8	Werden die Gaming-Aktivitäten in der Einrichtung regelmäßig evaluiert, um deren Qualität, Sicherheit und pädagogischen Nutzen sicherzustellen?					
9	Gibt es Möglichkeiten für Jugendliche, eigene Gaming-Projekte zu entwickeln und umzusetzen (z. B. Game-Design-Workshops, Programmierung, Wettbewerbe)?					
10	Sind MA* in der Lage, konstruktive und kritische Gespräche zu Gaming-Inhalten, -Kulturen und -Verhaltensweisen zu führen?					
11	Werden Jugendliche in Planung, Umsetzung und Bewertung von Gaming-Aktivitäten / -Events einbezogen?					
12	Gibt es Schulungen für MA* und Jugendliche zum verantwortungsvollen Umgang mit Gaming, insbesondere im Hinblick auf exzessives Spielen und Spielsucht?					
13	Finden regelmäßig Gaming-Events statt, die den sozialen Austausch und die Vernetzung der Jugendlichen fördern (z. B. Turniere, LAN-Partys)?					
14	Gibt es eine Strategie zur kontinuierlichen Verbesserung der Gaming-Angebote und -Aktivitäten in der Einrichtung?					
15	Werden aktuelle Gaming-Trends und -Entwicklungen beobachtet, um das Gaming-Angebot in der Einrichtung auf dem neuesten Stand zu halten?					
16	Gibt es eine Regelung für die Nutzung von Online-Gaming-Plattformen, um die Sicherheit und den Datenschutz der Jugendlichen zu gewährleisten?					
17	Werden Eltern und Erziehungsberechtigte über die Gaming-Angebote der Einrichtung informiert und in die pädagogische Arbeit einbezogen?					
18	Gibt es Kooperationen mit anderen Jugendeinrichtungen oder Experten, um den Erfahrungsaustausch und die gemeinsame Entwicklung von Gaming-Angeboten zu fördern?					
19	Sind die MA* in der Lage, geeignete Hilfsangebote für Jugendliche zu empfehlen, die Probleme im Zusammenhang mit Gaming haben (z. B. Spielsucht, Sexismus, Mobbing etc.)?					
20	Wird die Barrierefreiheit bei der Auswahl und Nutzung von Gaming-Angeboten berücksichtigt, um die Inklusion und Teilhabe aller Jugendlichen zu ermöglichen?					

Checkliste Öffentlichkeitsarbeit

	Frage	Ja	Nein	in Arbeit	irrelevant	Anmerkung
1	Gibt es eine klare Strategie für die Öffentlichkeitsarbeit im digitalen Raum, die Ziele, Zielgruppen und Inhalte definiert?					
2	Verfügt die Einrichtung über eine ansprechende und aktualisierte Website, die als zentrale Anlaufstelle für Informationen und Kommunikation dient?					
3	Sind die MA* mit den verschiedenen digitalen Plattformen und Kanälen vertraut, die für Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden können (z. B. Social Media, Blogs, Newsletter)?					
4	Wird die Einrichtung auf relevanten Online-Plattformen und Verzeichnissen gelistet, um leichter von Interessierten gefunden zu werden?					
5	Gibt es klare Richtlinien für den Umgang mit Medien (z. B. Presse, Radio, Fernsehen) und das Verfassen von Pressemitteilungen oder Stellungnahmen?					
6	Verfolgt die Einrichtung eine ethische Kommunikationsstrategie, die die Werte und Prinzipien der Jugendarbeit widerspiegelt?					
7	Gibt es eine klare Positionierung der Einrichtung zu relevanten Themen (z. B. Religion, Abtreibung, Klimaschutz, Politik etc.), die in der Öffentlichkeitsarbeit kommuniziert wird?					
8	Werden regelmäßig Veranstaltungen, Projekte und Erfolge der Einrichtung in der digitalen Öffentlichkeitsarbeit präsentiert und dokumentiert?					
9	Gibt es eine klare Zuständigkeit und Verantwortung für die Pflege und Aktualisierung der digitalen Kommunikationskanäle der Einrichtung?					
10	Werden die digitalen Kommunikationskanäle regelmäßig auf Reichweite, Interaktion, Effektivität überprüft und optimiert?					
11	Gibt es Schulungen für MA* und Jugendliche zum verantwortungsvollen Umgang mit digitaler Öffentlichkeitsarbeit und persönlichen Daten?					
12	Werden die Jugendlichen in die Planung, Umsetzung und Bewertung der digitalen Öffentlichkeitsarbeit einbezogen?					
13	Kann die Einrichtung zeitnah und angemessen auf Anfragen, Feedback und Kommentare von Interessierten und Medien über digitale Kanäle reagieren?					
14	Gibt es eine Strategie zur kontinuierlichen Verbesserung der digitalen Öffentlichkeitsarbeit in der Einrichtung?					
15	Werden neue digitale Trends / Kommunikationstechnologien regelmäßig evaluiert und bei Bedarf in die ÖA integriert?					
16	Gibt es Richtlinien für den Umgang mit persönlichen Social-Media-Accounts der MA* in Bezug auf ihre berufliche Tätigkeit und Rolle als Vorbild?					
17	Werden Kooperationen und Partnerschaften mit anderen Organisationen, Institutionen und Experten in der digitalen Öffentlichkeitsarbeit hervorgehoben und gepflegt?					
18	Ist die digitale ÖA in der Einrichtung barrierefrei gestaltet, um die Inklusion / Teilhabe aller Interessierten zu ermöglichen?					
19	Gibt es einen Notfallkommunikationsplan für den Fall von Sicherheitsvorfällen oder Krisensituationen, der auch die digitale ÖA berücksichtigt?					
20	Werden rechtl. Rahmenbedingungen und Anforderungen der digitalen ÖA wie Datenschutz, Urheberrecht, Persönlichkeitsrechte in der Einrichtung berücksichtigt und eingehalten?					

Checkliste Weiterbildung

	Frage	Ja	Nein	in Arbeit	irrelevant	Anmerkung
1	Gibt es eine klare Strategie zur Weiterbildung von MA* im Bereich Digitalisierung und digitale Kompetenzen in der Einrichtung?					
2	Werden regelmäßig Schulungen / Workshops zu digitalen Themen wie Datenschutz, IT-Sicherheit und digitale Kommunikation angeboten?					
3	Gibt es spezifische Weiterbildungsangebote zur pädagog. Relevanz und Nutzung von Gaming in der Jugendarbeit?					
4	Werden MA* in der Nutzung und im Umgang mit Social Media geschult, sowohl in Bezug auf die Kommunikation als auch auf den Jugendschutz?					
5	Sind MA* über aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich der digitalen Medien & Technologien informiert?					
6	Gibt es Fortbildungen zur Vermittlung von Medienkompetenz an Jugendliche und zur Integration digitaler Medien in pädagogische Konzepte?					
7	Werden Weiterbildungen zur Barrierefreiheit und Inklusion im digitalen Raum angeboten, um die Teilhabe aller Jugendlichen zu ermöglichen?					
8	Gibt es Angebote zur Weiterbildung in speziellen digitalen Tools und Plattformen, die in der Jugendarbeit eingesetzt werden können (z. B. Projektmanagement-Tools, Lernplattformen)?					
9	Werden MA* in Evaluation und Auswahl von digitalen Ressourcen & Angeboten für die Jugendarbeit geschult?					
10	Gibt es Schulungen zum verantwortungsvollen Umgang mit persönl. Daten und Persönlichkeitsrechten im digitalen Raum?					
11	Werden MA* darin geschult, Jugendlichen bei der Entwicklung ihrer digitalen Kompetenzen zu unterstützen und sie in digitalen Projekten zu begleiten?					
12	Gibt es Angebote zur Weiterbildung in der Prävention und Intervention von Risiken im digitalen Raum, wie Cyber-Mobbing, Sexismus oder exzessives Gaming?					
13	Sind die MA* in der Lage, digitale Ressourcen und Tools zur Selbstorganisation und Effizienzsteigerung in der Jugendarbeit einzusetzen?					
14	Werden die MA* im Umgang mit digitalen Technologien zur Dokumentation und Präsentation von Projekten und Aktivitäten geschult?					
15	Gibt es Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch und zur Vernetzung mit anderen Jugendeinrichtungen und Experten im Bereich der digitalen Bildung und Jugendarbeit?					
16	Werden regelmäßig Bedarfsanalysen durchgeführt, um den aktuellen Weiterbildungsbedarf der MA* im Bereich der Digitalisierung zu ermitteln?					
17	Gibt es einen festen Budgetposten für die Weiterbildung der MA* im Bereich Digitalisierung und digitale Kompetenzen?					
18	Werden die Weiterbildungsmaßnahmen regelmäßig evaluiert, um deren Qualität, Relevanz und Effektivität sicherzustellen?					
19	Gibt es eine Strategie zur kontinuierlichen Verbesserung und Anpassung des Weiterbildungsangebots im Bereich Digitalisierung?					
20	Wird die Teilnahme an Weiterbildungen im Bereich Digitalisierung und digitale Kompetenzen von den MA* aktiv unterstützt und gefördert?					

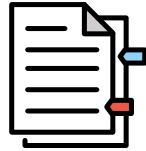
Checkliste Bedarfsanalyse

Frage		Ja	Nein	in Arbeit	irrelevant	Anmerkung
1	Gibt es eine klare IT-Strategie und einen Digitalisierungsplan, die die Bedürfnisse, Ziele und Zukunftsperspektiven der Einrichtung berücksichtigen?					
2	Werden regelmäßig Bedarfsanalysen durchgeführt, um den aktuellen und zukünftigen Anforderungen an IT-Infrastruktur und digitale Ressourcen gerecht zu werden?					
3	Gibt es einen festen Budgetposten für Anschaffungen und Investitionen im Bereich der Digitalisierung und IT-Ausstattung?					
4	Werden bei der Anschaffung neuer Geräte und Technologien Aspekte wie Nachhaltigkeit, Sicherheit und Benutzerfreundlichkeit berücksichtigt?					
5	Ist die vorhandene IT-Infrastruktur ausreichend, um den aktuellen und zukünftigen Anforderungen der Jugendarbeit gerecht zu werden?					
6	Werden regelmäßig Schulungen und Weiterbildungen für MA* im Bereich Digitalisierung und IT-Kompetenzen angeboten?					
7	Gibt es IT-Verantwortliche oder ein IT-Team, das für die Planung, Umsetzung und Wartung der IT-Infrastruktur und Digitalisierungsmaßnahmen zuständig ist?					
8	Werden Jugendliche in die Planung und Umsetzung von Digitalisierungsprojekten einbezogen und ihre Bedürfnisse und Wünsche berücksichtigt?					
9	Gibt es eine Strategie zur kontinuierlichen Verbesserung und Anpassung der IT-Infrastruktur und digitalen Ressourcen?					
10	Werden regelmäßig Sicherheitsüberprüfungen und Risikoanalysen durchgeführt, um die IT-Sicherheit der Einrichtung zu gewährleisten?					
11	Gibt es eine Backup- und Notfallstrategie für den Fall von IT-Ausfällen oder -Sicherheitsvorfällen?					
12	Sind die MA* in der Lage, digitale Ressourcen und Tools zur Selbstorganisation, Effizienzsteigerung und Kommunikation in der Jugendarbeit einzusetzen?					
13	Gibt es Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch und zur Vernetzung mit anderen OJA-Einrichtungen und -Fachkräften im Bereich der Digitalisierung und IT?					
14	Wird die Barrierefreiheit und Inklusion bei der Planung und Umsetzung von Digitalisierungsmaßnahmen berücksichtigt?					
15	Werden neue digitale Trends und Entwicklungen regelmäßig beobachtet und bei Bedarf in die IT-Strategie und den Digitalisierungsplan integriert?					
16	Gibt es eine klare Kommunikationsstrategie, die den Einsatz von digitalen Medien und Plattformen in der internen und externen Kommunikation berücksichtigt?					
17	Sind die rechtlichen Rahmenbedingungen / Anforderungen im Zusammenhang mit Digitalisierung und IT, wie Datenschutz und Urheberrecht, bekannt und werden eingehalten?					
18	Werden regelmäßig Evaluierungen der Digitalisierungsmaßnahmen durchgeführt, um deren Qualität, Relevanz und Effektivität sicherzustellen?					
19	Gibt es eine langfristige Perspektive und Vision für die Rolle der Digitalisierung in der Einrichtung und der Jugendarbeit?					
20	Wird die Teilnahme an Projekten und Initiativen, die sich mit Digitalisierung und IT in der Jugendarbeit beschäftigen, von der Einrichtung aktiv unterstützt und gefördert?					



ALLE CHECKLISTEN
BEFINDEN SICH IN DER
KOJE - MEDIATHEK

CLICK OR SCAN!



13

WORLDWIDE



Digitale Jugendarbeit bringt auch bürokratische Aufgaben mit sich. Die Verarbeitung von Daten (auch in Form von Foto- oder Videomaterial) erfordert die Berücksichtigung aktueller gesetzlicher Rahmenbedingungen, und Fachkräfte müssen dahingehend eingewiesen und geschult werden.

Für die Offene Jugendarbeit gibt es immer wieder Vorlagen, die den Arbeitsalltag der Fachkräfte erleichtern sollen. Dazu zählen beispielsweise Nutzungsvereinbarungen für Social Media, Einwilligungserklärungen für Bild- und Videomaterial oder auch den Umgang mit Musiklizenzen.

Click or scan



BOJA
RECHT & CO



ROJE
MEDIA
THEK

POJAT
DOWNLOADS



LITERATURVERZEICHNIS

Alex (2020): elterngerecht. Was ist Twitch? – elterngerecht erklärt. Online im Internet: URL: <https://elterngerecht.de/was-ist-twitch/> (Zugriff am: 16.02.2024).

Amt der Vorarlberger Landesregierung Abteilung IIb / VIa (2018): vorarl<bytes> Digitale Agenda Vorarlberg. Bregenz.

Bedeutung Online, Pierre von (2018): Bedeutung Online. Online-Enthemmungseffekt: Was ist das? Bedeutung, Definition. Online im Internet: URL: <https://www.bedeutungonline.de/online-enthemmungseffekt/> (Zugriff am: 16.02.2024).

boJA – Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit (2012): Öffentlichkeitsarbeit in der Offenen Jugendarbeit. Wien (= Explizit). Online im Internet: URL: https://www.boja.at/sites/default/files/inline-files/Explizit_5_Oeffentlichkeitsarbeit_in_der_OJA-1.pdf (Zugriff am: 16.02.2024).

boJA – Bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit (2017): Qualitätshandbuch für die Offene Jugendarbeit in Österreich. 5. Auflage. Wien.

Bundesministerium für Inneres (2023): Sexuelle Erpressung. Online im Internet: URL: https://bmi.gv.at/magazin/2023_01_02/04_Sexuelle_Erpressung.aspx (Zugriff am: 16.02.2024).

Bundesministerium Justiz (2021): Hass im Netz. Online im Internet: URL: <https://www.bmvrdj.gv.at/themen/Fokusthemen/gewalt-im-netz.html> (Zugriff am: 20.01.2024).

Bundesverband Frauenberatungsstellen und Frauennotrufe (o. J.): Was ist Doxing? – Aktiv gegen digitale Gewalt. Online im Internet: URL: <https://www.aktiv-gegen-digitale-gewalt.de/de/digitale-gewalt/doxing/was-ist-doxing.html> (Zugriff am: 16.02.2024).

Burns, Ed; Laskowski, Nicole (o. J.): ComputerWeekly.de. Was ist Künstliche Intelligenz (KI)? – Definition von Computer Weekly. Online im Internet: URL: <https://www.computerweekly.com/de/definition/Kuenstliche-Intelligenz-KI> (Zugriff am: 16.02.2024).

Chip (2021): Facebook – was ist das? Einfach erklärt. Online im Internet: URL: https://praxistipps.chip.de/facebook-was-ist-das-einfach-erklart_41486 (Zugriff am: 20.01.2024).

Dahm, Markus H. (Hrsg.) (2022): Wie künstliche Intelligenz unser Leben prägt: KI verständlich erklärt. 1. Auflage. Freiburg München Stuttgart: Haufe Group.

Epe, Hendrik (2017): IdeeQuadrat. Das gallische Dorf, oder: Digitale Kompetenz in der Sozialen Arbeit. Online im Internet: URL: <https://www.ideequadrat.org/digitale-kompetenz-soziale-arbeit/> (Zugriff am: 19.02.2021).

Feel-OK (2021): Pornografie und Erotik. Online im Internet: URL: https://www.feel-ok.at/de_AT/jugendliche/themen/liebe_sexualitaet/themen/pornografie/infos/pornografie_erotik.cfm (Zugriff am: 16.02.2024).

Gangloff, Lea (2021): Was Anonymität mit Hemmungen macht: Das Fremde auf Omegle. Online im Internet: URL: <https://blog.fsf.de/medienpadagogik/was-anonymitaet-mit-hemmungen-macht-das-fremde-auf-omegle/2021/03>

gewaltinfo.at; Verein Amazone; Mädchen*treff der Offenen Jugendarbeit Dornbirn (2023): empowHER* – Ein Peer-Projekt von Mädchen* und jungen Frauen* zu geschlechtsspezifischer Gewalt – Gewaltinfo. Online im Internet: URL: <https://www.gewaltinfo.at/themen/gewalt-an-unter-jugendlichen/empowher-peer-projekt-von-maedchen.html> (Zugriff am: 16.02.2024).

Goedecke, Yasar (2022): „Was ist KI?“ In: Wie künstliche Intelligenz unser Leben prägt. KI verständlich erklärt. 1. Auflage. Freiburg München Stuttgart: Haufe Group.

Großegger, Beate (2022): „Auf den Spuren digitaler ‚Media Maniacs.‘“ In: Medienimpulse, (2022), S. 19 Seiten Seiten.

hateaid.org (2019): Dickpics sind strafbar – wehr dich dagegen! Online im Internet: URL: <https://hateaid.org/dickpics-sind-strafbar-wehr-dich-dagegen/> (Zugriff am: 16.02.2024).

Hurrelmann, Klaus; Albrecht, Erik (2014): Die heimlichen Revolutionäre: wie die Generation Y unsere Welt verändert. Weinheim: Beltz.

Internet Ombudsstelle (o. J.): Internet Ombudsstelle. Internet Ombudsstelle – Kostenlose Schlichtung und Hilfe bei Problemen im Internet. Online im Internet: URL: <https://www.ombudsstelle.at/> (Zugriff am: 16.02.2024).

Internet-ABC e. V. (2022): Internet-ABC. Netiquette 4.0: Zeitgemäße Regeln für den Umgang im Netz. Online im Internet: URL: <https://www.internet-abc.de/eltern/kommunikation-handy-whatsapp-tiktok-instagram/netiquette-40-zeitgemaeesse-regeln-fuer-den-umgang-im-netz/> (Zugriff am: 16.02.2024).

Janczura, Peter Sieben, Sarah (2022): ingenieur.de – Jobbörse und Nachrichtenportal für Ingenieure. Facebook: Wie wir uns auf Metaverse vorbereiten müssen – ingenieur.de. Online im Internet: URL: <https://www.ingenieur.de/technik/fachbereiche/ittk/facebook-metaverse/> (Zugriff am: 16.02.2024).

klicksafe.de (2022): Jugend, Pornografie und Internet. Online im Internet: URL: <https://www.klicksafe.de/pornografie> (Zugriff am: 16.02.2024).

klicksafe.de (2023): Challenges bei TikTok, YouTube & Co. – Mutproben im Netz. Online im Internet: URL: <https://www.klicksafe.de/challenges> (Zugriff am: 16.02.2024).

Kohrs, Camilla (2019): Internet: Wie Diskussionen online funktionieren können – Politik – SZ.de. Online im Internet: URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/wie-online-diskutieren-richtig-sicher-1.4526524> (Zugriff am: 16.02.2024).

Köver, Chris (2020): netzpolitik.org. Dickpics: Anzeige in fünf Minuten. Online im Internet: URL: <https://netzpolitik.org/2020/dickpics-anzeige-in-fuenf-minuten/> (Zugriff am: 16.02.2024).

MindTake Research (2018): MindTake Research. 55% der heimischen Smartphone-Nutzer shoppen mobil und 66% vergleichen Preise. Online im Internet: URL: <https://www.mindtake.com/de/press-release/55-der-heimischen-smartphone-nutzer-shoppen-mobil-und-66-vergleichen-preise> (Zugriff am: 16.02.2024).

Mischler, Janick P. (2022): Die zweite digitale Revolution: wie künstliche Intelligenz, Blockchain und Quantencomputer die Welt verändern. Borsdorf: edition winterwork.

Möhring, Cornelia (2023): www.heise.de. Was ist Twitch? | heise online. Online im Internet: URL: <https://www.heise.de/tipps-tricks/Was-ist-Twitch-4694548.html> (Zugriff am: 16.02.2024).

Nida-Rümelin, Julian; Weidenfeld, Nathalie (2018): Digitaler Humanismus: eine Ethik für das Zeitalter der künstlichen Intelligenz. Originalausgabe. München: Piper.

oesterreich.gv.at (2023a): oesterreich.gv.at – Österreichs digitales Amt. Betrug im Internet. Online im Internet: URL: https://www.oesterreich.gv.at/themen/onlinesicherheit_internet_und_neue_medien/internet_und_handy___sicher_durch_die_digitale_welt/3/2.html (Zugriff am: 16.02.2024).

oesterreich.gv.at (2023b): oesterreich.gv.at – Österreichs digitales Amt. Computer- und Online-Spiele. Online im Internet: URL: https://www.oesterreich.gv.at/themen/onlinesicherheit_internet_und_neue_medien/internet_und_handy___sicher_durch_die_digitale_welt/4/Seite.1720600.html (Zugriff am: 16.02.2024).

oesterreich.gv.at (2023c): oesterreich.gv.at – Österreichs digitales Amt. Cyber-Mobbing. Online im Internet: URL: https://www.oesterreich.gv.at/themen/onlinesicherheit_internet_und_neue_medien/internet_und_handy___sicher_durch_die_digitale_welt/3/3/Seite.1720229.html (Zugriff am: 16.02.2024).

oesterreich.gv.at (2023d): oesterreich.gv.at – Österreichs digitales Amt. Pornografie im Internet. Online im Internet: URL: https://www.oesterreich.gv.at/themen/bildung_und_neue_medien/internet_und_handy___sicher_durch_die_digitale_welt/3/Seite.1720211.html (Zugriff am: 20.01.2024).

Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation (2024): Watchlist Internet. Watchlist-Internet. Online im Internet: URL: <https://www.watchlist-internet.at/> (Zugriff am: 16.02.2024).

Pantuček, Peter (2008): „Soziales Kapital und Soziale Arbeit.“ In: soziales_kapital wissenschaftliches journal österreichischer fachhochschul-studiengänge soziale arbeit, (2008), 1. Online im Internet: URL: <http://www.soziales-kapital.at/index.php/sozialeskapital/article/viewFile/66/78.pdf> (Zugriff am: 16.02.2024).

Pearson, Craig (2022): Was ist und wozu benutzt man Discord? Online im Internet: URL: <https://store.epicgames.com/de/news/what-is-discord-and-what-is-it-used-for> (Zugriff am: 16.02.2024).

Rat auf Draht (o. J.): SOS-RADAT-DE. Cyber-Grooming. Online im Internet: URL: <https://www.ratauf-draht.at/Themenubersicht/Handy-Internet/Cyber-Grooming> (Zugriff am: 16.02.2024).

Riederle, Philipp (2013): Wer wir sind und was wir wollen: ein Digital Native erklärt seine Generation. Originalausgabe. München: Knaur-Taschenbuch-Verl (= Knaur-Taschenbuch).

Riederle, Philipp (2019): Digitale Generationen. Online im Internet: URL: <http://https%253A%252F%252Fwww.philippriederle.de%252Fthemen%252Fdigitale-generation%252F> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (2016): Was ist „Sexting“? Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/faq/problematische-inhalte/was-ist-sexting/page> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (2021): Trend-App TikTok – bedenkliche Challenges als Herausforderung. Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/news-detail/trend-app-tiktok-das-sollten-eltern-wissen> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (2022a): Ratgeber: Was Eltern über BeReal und TikTok Now wissen müssen. Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/news-detail/ratgeber-was-eltern-ueber-bereal-und-tiktok-now-wissen-muessen/> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (2022b): Ratgeber: Was Eltern über Twitch wissen müssen. Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/news-detail/ratgeber-was-eltern-ueber-twitch-wissen-muessen/> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (2023a): Internetbetrug. Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/themen/internetbetrug> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (2023b): WhatsApp. Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/privatsphaere-leitfaeden/whatsapp> (Zugriff am: 20.01.2024).

Saferinternet.at (o. J.-a): TikTok – was ist das? Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/privatsphaere-leitfaeden/tiktok/faq/tiktok-was-ist-das/page> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (o. J.-b): Was ist „Grooming“? Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/faq/problematische-inhalte/was-ist-grooming> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (o. J.-c): Was ist „Kinderpornografie“? Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/faq/problematische-inhalte/was-ist-kinderpornografie/page> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (o. J.-d): Was ist Sextortion? Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/faq/internetbetrug/was-ist-sextortion/page> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (o. J.-e): Was ist Snapchat? Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/privatsphaere-leitfaeden/snapchat/was-ist-snapchat> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (o. J.-f): Welche Alternativen gibt es zu WhatsApp? Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/faq/soziale-netzwerke/welche-alternativen-gibt-es-zu-whatsapp/page> (Zugriff am: 16.02.2024).

Saferinternet.at (o. J.-g): YouTube – was ist das? Online im Internet: URL: <https://www.saferinternet.at/privatsphaere-leitfaeden/youtube/faqs/youtube-was-ist-das/page> (Zugriff am: 16.02.2024).

Schaffar, Andrea; Friesinger, Claudia (2013): „Digital natives: myth busted.“ In: Medienimpulse, (2013), Bd. 51 Nr. 4 (2013): 4/2013 Medialer Habitus. Online im Internet: DOI: 10.21243/MI-04-13-06.

Schütz, Alfred; Luckmann, Thomas; Endreß, Martin (2017): Strukturen der Lebenswelt. 2., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH (= UTB Sozialwissenschaften, Philosophie).

Seithe (2014): Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit | Soziale Arbeit und Sozialpolitik in der Kritik. Online im Internet: URL: <http://zukunftsworkstatt-soziale-arbeit.de/diskussionstexte/oeffentlichkeitsarbeit-in-der-sozialen-arbeit/> (Zugriff am: 16.02.2024).

Signal (2024): Speak Freely. Online im Internet: URL: <https://signal.org/de/index.html> (Zugriff am: 16.02.2024).

Stix, Daniela Cornelia (2022): Praxishandbuch Beraten mit Social Media: digitale Soziale Arbeit mit Jugendlichen. 1. Auflage. Weinheim Basel: Beltz Juventa.

Stüwe, Gerd; Ermel, Nicole (2019): Lehrbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung. 1. Auflage. Weinheim Basel: Beltz Juventa.

Team, Internet Matters (2022): Internet Matters. Discord Leitfaden für Eltern und Betreuer | Internet-angelegenheiten. Online im Internet: URL: <https://www.internetmatters.org/de/hub/esafety-news/parents-guide-to-discord-on-how-your-kids-can-use-it-safely/> (Zugriff am: 16.02.2024).

Telegram (2024): Fragen und Antworten. Online im Internet: URL: <https://telegram.org/faq/de> (Zugriff am: 16.02.2024).

Thole, Werner; Schachler, Viviane (Hrsg.) (2015): Taschenwörterbuch Soziale Arbeit. 2., durchges. und erw. Aufl. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, Julius (= UTB).

Wehrens, Marco; Gross-Bajohr (2024): Infos, Zahlen und Fakten. Was ist Discord? Online im Internet: URL: <https://www.computerbild.de/artikel/cb-Tipps-Internet-Was-ist-Discord-31449663.html> (Zugriff am: 16.02.2024).

ZARA (o. J.): ZARA – Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit. Online im Internet: URL: <https://zara.or.at/de/beratungsstellen/GegenHassimNetz> (Zugriff am: 16.02.2024).

IMPRESSUM

Medieninhaberin und Herausgeberin

koje – Koordinationsbüro für Offene Jugendarbeit und Entwicklung; Dachverband für Offene Jugendarbeit in Vorarlberg e.V.
(ZVR – 929743828)
Gallusstraße 12, 6900 Bregenz
+43 5574 45 838, www.koje.at

Redaktion

Doris Nenning, Stefanie Blenk, Susanne Studeny

Gestaltung & Bildbearbeitung

Daniel Ohr-Renn

Illustrationen

Nastasja Breny
<https://www.nastasjabreny.com/>

Bildrechte

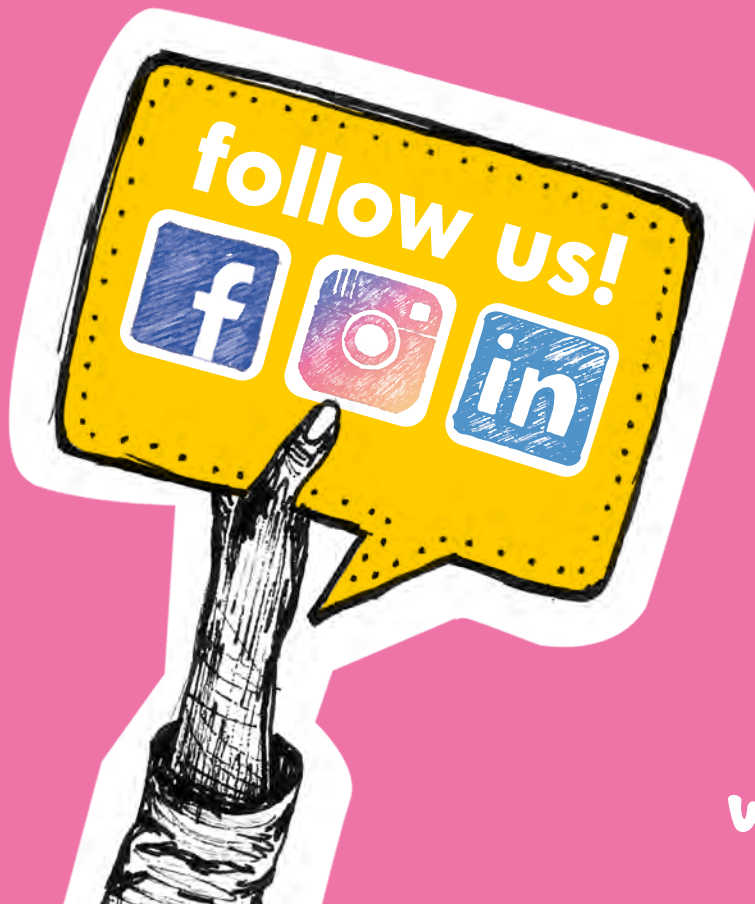
Titelbild © Surprising Shots, pixabay.com; S. 8 © moritz320, pixabay.com; S. 12 © JESHOOOTS-com, pixabay.com; S. 17 © cottonbro studio, pexels.com; S. 20 © PrompterMalaya, pixabay.com; S. 26 © Pexels, pixabay.com; S. 32 © BiljaST, pixabay.com; S. 44 © Romy Deckel, pixabay.com; S. 50 © rae, pixabay.com; S. 69 © flockine, pixabay.com; S. 76 © StockSnap, pixabay.com; S. 88 © RosZie, pixabay.com.

Emojis auf Seite 10, 15, 23, 31, 49, 59, 87 © Open-Moji

Druck

druck.at Druck- und Handelsgesellschaft mbH
2544 Leobersdorf

koje



www.koje.at