

Tina Drechsel: Steckbrief: ACT On! Methoden zum Themenbereich Ökonomie und Medien

Beitrag aus Heft »2023/04: Ökonomie und Medien. Entwicklungen - Zusammenhänge - Herausforderungen«

ACT ON! ist ein medienpädagogisches Forschungs- und Praxisprojekt, in dem sich alles um das Aufwachsen zwischen Selbstbestimmung und Schutzbedarf bei der Nutzung von Online-Medien dreht. Um Kinder und Jugendliche zu sensibilisieren und sie zu einer Reflexion ökonomischer Strategien und Strukturen im digitalen Raum anzuregen, wurden im Projekt ACT ON! – Aufwachsen zwischen Selbstbestimmung und Schutzbedarf verschiedene Methoden und Materialien entwickelt. Zwei werden an dieser Stelle exemplarisch vorgestellt.

METHODE 1: YOUTUBE-SHOP

Aus dem Vorhaben, sich nur ein Video auf YouTube anzuschauen, können schnell zwei Stunden werden. YouTube möchte seine Nutzer*innen so lange wie möglich auf der Plattform halten und erreicht dies durch Empfehlungsalgorithmen sowie gezielte Strategien der YouTuber*innen. In der Methode Der YouTube Shop werden diese Inhalte spielerisch erarbeitet. Jugendliche setzen sich dabei zunächst mit ihrer eigenen YouTube-Nutzung auseinander. Anschließend schlüpfen sie in die Rollen von Verkäufer*innen und Kund*innen eines fiktiven YouTube-Shops. Ziel der Verkäufer*innen ist es, die Kund*innen möglichst lange im Shop zu halten – dies erreichen sie durch Empfehlungen von YouTube-Videos, die den Interessen der Kund*innen entsprechen.

METHODE 2: TERMINPUZZLE

Der Alltag von YouTuber*innen kann stressig sein. Dies wird aus der Rezeptionsperspektive von Kindern und Jugendlichen jedoch häufig anders eingeschätzt. Beim Terminpuzzle befüllen Kinder und Jugendliche in der Rolle von fiktiven YouTuber*innen ihren Terminkalender. Im Anschluss wird diskutiert. Die Methode regt an, gemeinsam darüber nachzudenken, wie der Alltag von YouTuber*innen aussieht. Aus Produktionsperspektive setzen sich die Kinder und Jugendlichen spielerisch und kreativ damit auseinander, wie viel Aufwand hinter einem YouTube-Kanal steckt und welche Kompetenzen für diesen Beruf wichtig sind. Der Fokus der Methode liegt auf der Plattform YouTube, kann jedoch auf andere Plattformen übertragen werden. Hierfür können Szenarien und Puzzleteile angepasst werden.

Die Praxis- und Forschungsmodule von ACT ON! fokussieren seit 2015 das Online-Handeln von Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 14 Jahren. Die Projektergebnisse stehen auf dem Projektblog allen Interessierten frei zur Verfügung. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert und findet im Rahmen der Initiative Gutes Aufwachsen mit Medien statt.

<https://act-on.jff.de>

Literatur

Gebel, C. & Brüggem, N. (2017). „... und schreibt mal einfach in die Kommentare #Schüler!“ YouTube-Genres der Zehn- bis Vierzehnjährigen. Problemorientierte Medienanalyse. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoringstudie. ACT ON! Short Report 4. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. <https://act-on.jff.de/die-monitoring-studie>

Gebel, C., Oberlinner, A., Stecher, S. & Brüggem, N. (2019). „Ja, die großen Youtuber, die dürfen eigentlich machen, was sie wollen.“ Orientierung von 11- bis 14-Jährigen auf YouTube. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoringstudie. ACT ON! Short Report 5. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. <https://act-on.jff.de/die-monitoring-studie>