

DIGITALE jugendarbeit

OFFENE JUGENDARBEIT IN DER DIGITALEN GESELLSCHAFT

BOJA-FACHTAGUNG • 19.-21. NOVEMBER 2017 • WIEN



#DIGITALE jugendarbeit

SUBVERSIVER MEDIENAKTIVISMUS ALS PRAKTISCHE MEDIENKOMPETENZ- VERMITTLUNG workshop

CHRISTIAN SWERTZ
PROFESSOR FÜR MEDIENPÄDAGOGIK,
UNIVERSITÄT WÜRZBURG



wenn ich etwas selbst mache!

weitere Lernung/
Entscheidungs / Reflexion
Medienkritik

z.B. Pressefreiheit Wissen
über Medienrituals
Medienkunde Medien
audienzen können

Medienkompetenz

Medienkunde
programmierungskompetenz

Medienpolitik
... über gesellschaftliche
Medien hinaus

VERWELTÄCHLICHUNG DER KOMMUNIKATIONSRÄUME



durch Internet
weitere
Communities

Kommunikations-
räume leicht zu
wechseln

sprechen
lernen, um
sich in
Communities
zu bewegen

selbstermächtigung/
Individualisierung

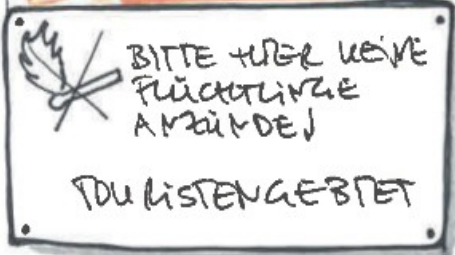
MEDIEN
Kurzfilme, Clips, Stories,
Bulldog

Wie kann ich in
politischem System
meine Interessen durch-
setzen?

UTOPIEN 2
Zukunftsoffenheit
Was sind die
entscheidenden
Punkte, wo ich
das lernen kann,
was ich in der Zukunft
brauchen kann?

SUBVERSIV
Nachher: Ich brauche
das, was ich
kritikieren kann!
≠ UTOPIE

3 MEDIENAKTIVISMUS



Eigene Produktion
von Medien
wird immer mit
politische Handlungs-
fähigkeit einhergehend

Chancen, öffentlich
Gehör zu finden sind
viel größer

problem
based
learning

KAMPAGNE

1. Team gründen: wer
macht mit?

2. Thema festlegen:
worum geht es?

3. Ziel festlegen: Was
soll erreicht werden?

4. Name der Kampagne
festlegen

5. Zielgruppe identifizieren

6. Botschaften formulieren:
was soll wie
mitgeteilt werden?

7. Ressourcen identifizieren
(Arbeitszeit, Geld ...)

8. Medien & Maßnahmen

9. Zeitplan aufstellen: wann
wird wann wo an
wen kommuniziert?



Selina Englmayer 2017 CC-BY-SA

#DIGITALE jugendarbeit

SUBVERSIVER MEDIENAKTIVISMUS ALS PRAKTISCHE MEDIENKOMPETENZ-VERMITTLUNG

CHRISTIAN SWERTE
PROFESSOR FÜR MEDIENPÄDAGOGIK,
UNIVERSITÄT WÜRZBURG



Wann und wo? wann, wo? wann, wo? wann, wo?

weil es das ist / weil es das ist / weil es das ist
Medienwahl

es geht nicht, Wissen über Medien, Medienkunde
Medienkunde

Medienkompetenz

Medienkompetenz

Medienkompetenz

VERMELTUNG DER KOMMUNIKATIONSRÄUME

durch Internet
welche Communities

Lebensräume
führen leicht zu
Wechseln

sprechen lernen, um
sich in
Communities
zu bewegen

selbstermächtigung/
Individualisierung

MEDIEN
Kurzfilme, Clips, Stories,
Subbus,

Wie kann ich in
politischem System
meine Interessen durch-
setzen?

UTOPIALE 2

Zukunftsoffenheit
was sind die
entscheidenden
Punkte, wo ich
das Leben kann,
was ich in der Zukunft
brauchen kann?

SUBVERSIV

Nachteil: Ich brauche
das, was ich
kritisieren kann!
≠ UTOPIE

3 MEDIENAKTIVISMUS

BITTE HILF KEINE
PÄDAGOGISCHE
ARBEITEN
DU KISTENGESTET

eigene Produktion
von Medien

wird immer mit
politischen Handlungs-
folgen verbunden

Chancen, öffentliche
Gehör zu finden sind
nicht gleich verteilt

problem
based
learning

KAMPAGNE

1. Team gründen: wer
macht mit? 🙋🙋🙋🙋

2. Thema festlegen:
worum geht es?

3. Ziel festlegen: Was
soll erreicht werden?

4. Name der Kampagne
festlegen 📌

5. Zielgruppe identifizieren

6. Botschaften formulieren:
was soll sein
was getan werden?

7. Ressourcen identifizieren
(Arbeitszeit, Geld, ...)

8. Medien & Materialien
📱 📺 📺 📺

9. Zeitplan
ausarbeiten: was
wird wann wo an
wen kommuniziert?