

Jürgen Lauffer / Renate Röllecke (Hrsg.)

Bewegte Bilder – Bewegende Pädagogik
Visuelle Medienkulturen in der Jugendmedienarbeit

Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Jürgen Lauffer / Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 10
Bewegte Bilder – Bewegende Pädagogik
Visuelle Medienkulturen in der Jugendmedienarbeit
Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven
Beiträge aus Forschung und Praxis – Prämierte Medienprojekte

Dieser Band wurde gefördert vom

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e.V.
(GMK)

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Obernstr. 24a
33602 Bielefeld
fon 0521/677 88
fax 0521/677 92
email gmk@medienpaed.de
homepage www.gmk-net.de

Redaktion

Jürgen Lauffer
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat

Tanja Kalwar

Titelillustration

kopaed

Druck

Kessler Druck+Medien, Bobingen

© kopaed 2015

Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München

fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-158-3

Im Interview

Alle machen Radio! – Live-Radio in der Grundschule

Offene GGS Heiligenhaus Lohmar in Kooperation mit Anne Lachmuth

Anne Lachmuth

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Das Besondere ist die Übertragbarkeit der Idee, denn selbst gemachtes Radio gelingt leicht: zwei Lieder, ein paar Moderationsätze und schon ist der Start gelungen. Über Learning by Doing entsteht bereits mit wenigen Vorkenntnissen und kleinem Start-Equipment ein regelmäßiges Gemeinschaftserlebnis für alle. Radio ist das ideale Kommunikationsmittel für alle Bildungs- und Betreuungseinrichtungen wie zum Beispiel Kindertagesstätten, Schulen, Offene Ganztagschulen, Familienzentren, Krankenhäuser oder Seniorenzentren: Radio gelingt einfach, es ist effektiv und höchst vergnüglich.

Zweite Besonderheit ist die Einbeziehung der ganzen Schule in die Radio-Produktionen. An der Grundschule in Heiligenhaus erleben alle Kinder und Erwachsenen regelmäßig das Wechselspiel von Radio hören und Radio machen. Alle können sagen: Schulradio, das bin auch ich.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

Live-Radio liefert ein Stück Medienkompetenz für die ganze Schule. Es ist

- nachhaltig, weil regelmäßig gesendet wird
- wertvoll, weil das ritualisierte Gemeinschaftserlebnis den Zusammenhalt in der Schule stärkt
- glaubwürdig, weil die Entscheidungen über Inhalt und Form weitestgehend bei den Kindern liegen
- demokratisch, weil alle Schüler mal dran kommen

Die AG-Kinder machen von der ersten Programmidee bis zur letzten Moderation nahezu alles selbst. Sie sind Redakteure, Autoren, Reporter, Sprecher, Techniker, Gruppenleiter und sogar Ausbilder, wenn sie die Gastmoderatoren aus den Klassen für ihren Auftritt bei der Klassensendung fit machen. Durch das kontinuierliche Selbermachen und Erfahrungen sammeln werden aus „naiven“ Konsumenten umsichtige Produzenten.

Emilia, 8 Jahre: „Ich finde am Radio machen toll, dass man viel lernen kann. Zum Beispiel mit technischen Geräten umzugehen. Und nach einer Weile kann man frei sprechen, und manchmal fühlt man sich wie ein echter Radioprofi.“

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer?

Das Starter-Team brachte keine speziellen Vorkenntnisse mit. Das Konzept der Radio-AG wurde mit ihnen gemeinsam über ein Jahr entwickelt. Seitdem bringen die Neuzugänge (1. bis 4. Klasse) als regelmäßige Hörer des *Morgenmuffel Radios* ein gewachsenes Verständnis für eine gelingende Sendung mit. Den Rest lernen sie dann von ihren Kollegen und der Projektleiterin.

Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Alle wesentlichen Bereiche der Medienkompetenz werden von den Kindern trainiert, weil sie kontinuierlich den gesamten Produktionsprozess durchlaufen. Dazu gehört auch die schonungslose Sendekritik durch den Aircheck ihrer Radiokollegen nach jeder Sendung sowie



die Reaktionen der Mitschüler in den Klassen, auf dem Pausenhof und in der OGS.

Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

Zur Zukunftsfähigkeit gehört heute unabdingbar Medienkompetenz. Allerdings: Sie wird oft mit Technikverständnis gleichgesetzt. Dabei ist gerade die Technik heutzutage kinderleicht zu bedienen. Worauf es wirklich ankommt, ist der kompetente Umgang mit den Inhalten und ihrer Gestaltung. Denn jeder ist gegenwärtig durch Smartphone und Computer auch in der Lage, Medienproduzent zu sein. Mit dem Schulradio lernen Kinder genau das: aufmerksam zuzuhören und kritisch zu gestalten.

Darüber hinaus erlaubt die Radioarbeit den Kindern, in einzelne Berufsfelder zu schnuppern. Dabei lernen sie, den Platz im Team zu besetzen, der ihnen am meisten entspricht. Ohne eine teamfähige Gruppe entsteht keine Sendung. Und eine gute Sendung ist immer der Erfolg des ganzen Teams. Das sind Erfahrungen, die fürs ganze Leben prägen.

Pauline, 11 Jahre: „Ich finde am Radio machen gut, dass Kinder wie große Profis Radio machen können und dass wir die Sendung selbst gestalten können. Wenn man lange diskutiert und mit vereinten Kräften eine Lösung findet, mit der alle einverstanden sind. Wir sind stolz und glücklich, wenn wir eine Sendung erfolgreich beendet haben.“

Probleme und Grenzen

Gab es strukturelle oder pädagogische Grenzen und Stolpersteine bei der Vorbereitung oder Durchführung des Projekts? Wie wurden diese Probleme bewältigt?

Das Projekt wurde kleinschrittig und kontinuierlich aufgebaut. Dank der zuverlässigen Unterstützung von OGS und Schule konnten alle auftauchenden Herausforderungen überwunden werden, beispielsweise der technische Anschluss an die Alarmanlage der Schule, das Einrichten einer zunächst provisorischen und dann festen Sendezentrale, die Beschaffung der geeigneten technischen Ausrüstung oder die konzeptionelle Einbeziehung aller Klassen in die Produktion von Klassensendungen.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Das technische Start-Equipment ist klein und kostengünstig: Sprechanlage oder Lautsprecherboxen, kleines Mischpult, CD-Player, zwei Mikros, zwei Kopfhörer, ggfs. Audio-Aufnahmegerät und Audacity (kostenloses Audio-Schnittprogramm aus dem Internet).

Tipps für die Praxis

Welche Ratschläge oder Empfehlungen können Sie Interessierten geben, die ähnliche medienpädagogische Projekte durchführen möchten?

Erster Tipp: Schulradio braucht klare Strukturen und gute Kommunikation, denn Schulradio ist Teamarbeit. Das gilt auf allen Ebenen:

- Wenn die Kinder der Radio-AG spüren, dass bei ihrem Schulradio tatsächlich sie den Ton angeben und die Programminhalte bestimmen können, wird das Projekt glaubwürdig.
- Wenn die Hörer über einen Radio-Briefkasten und Mitmach-Aktionen oder Musikwünsche erleben, dass sie selbst Teil des Programms sein können, dann bricht die starre Front von Produzenten und Konsu-

menten auf und das Schulradio wird als Dauereinrichtung akzeptiert.

- Wenn die Kinder bei den Klassensendungen selbst für das Programm einer Sendung verantwortlich sind, finden sie sich plötzlich wieder in der Rolle der Mediengestalter. Ihr Respekt und die Verbundenheit zum Medium Radio steigen.
- Wenn Lehrerinnen und Lehrer erfahren, dass die Endfassung der Sendung in den Händen des Radioteams liegt und sie sich bei Klassensendungen nur in dem Umfang einbringen müssen, der ihren Bedürfnissen und Neigungen entspricht, dann können sie freier auf das Medium Radio zugehen. So kann ihr Zutrauen in die eigene Medienkompetenz und damit die Bereitschaft, zu experimentieren, wachsen.

Zweiter Tipp: Schulradio entsteht Schritt für Schritt. Starten kann man mit einem kleinen Hörspiel, das man in Ruhe vorproduziert hat. Oder mit einer ganz kurzen Live-Sendung (Begrüßung, Musiktitel, Witz, Schulinfo, Verabschiedung). Bei jeder Sendung lernt man etwas hinzu und bekommt Impulse, wie der nächste Schritt aussehen könnte.

Dritter Tipp: Alle Spielarten von Radio sind denkbar und sollten individuell an die Einrichtung und ihre Bedürfnisse angepasst werden. Beispielsweise: live oder vorproduziert? Jede Woche? Ein Mal im Monat oder zu speziellen Anlässen?

Vierter Tipp: Der Umgang mit der Technik erfordert zwar Zeit und Geduld, ist aber letztlich viel weniger kompliziert, als es zunächst den Anschein hat.

Motivation

War es notwendig, die Zielgruppe für das Projekt zu motivieren? Wenn ja, warum und wie?

Durch den Live-Charakter des Projektes waren die Kinder von Anfang an begeisterte Teilnehmer. Es ist der Effekt des Schultheaters, für einen kurzen Moment im Mittelpunkt zu stehen („Alle hören mir zu“), kombiniert mit der

Möglichkeit, diesen Moment zu wiederholen und dabei an dieser Aufgabe immer weiter zu wachsen und besser werden zu können.

Was hat den beteiligten Kindern und Jugendlichen besonders viel Spaß gemacht?

Für die Hörer steht meistens die Musik an erster Stelle. Da ist das Radioverhalten der Kinder nicht anders als das der Erwachsenen. In vielen Klassen wird mitgesungen und getanzt, wenn beliebte Songs gespielt werden. Aber auch die Quizduelle *Schlau gegen Schlau* bringen die Schule in Wallung. Wortbeiträge müssen konkret überzeugen – wie im echten Radio.

Die Radiomacher sind sehr unterschiedlich in dem, was ihnen Spaß bereitet. Manche blühen auf am Mikro, andere genießen die Herrschaft über die Sendetechnik. Es gibt auch Kinder, die arbeiten vor allem gerne als Autoren im Hintergrund oder lieben es, mit dem Aufnahmegerät über den Schulhof zu ziehen. Wieder andere produzieren am liebsten in Ruhe eigene Hörspiele. In einer Schulradioredaktion gibt es zum Glück eine große Bandbreite an Angeboten, die glücklich machen.

Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Es ist ein großes Glück zu erleben, wie einzelne Talente zu einem großen Ganzen verschmelzen. Besonders auffällig finde ich, dass sich ein eingespieltes Kinder-Radioteam im Arbeitsverhalten kaum von einem erwachsenen Profiteam unterscheidet. Das jeweilige Produzieren für einen zeitnahen Sendetermin ist sicherlich der Schlüssel dazu. Alle spüren die Notwendigkeit: The show must go on! Für die Schule ist das wöchentliche Live-Erlebnis eine wunderbare Möglichkeit, sich auszutauschen und Gemeinsamkeiten zu entwickeln.

Nachhaltigkeit und Wirkung des Projekts

Welche Veränderungen haben sich durch die Medienprojekte in der Zielgruppe, in Ihrer Einrichtung oder den beteiligten Einrichtungen, im Stadtteil etc. ergeben?



Radio bietet gemeinsamen Gesprächsstoff für die Pausen, stärkt die Identifikation mit der Schule und richtet dabei auch sanft den Blick nach außen. Das Radioprojekt sensibilisiert die Kinder für ihr direktes Umfeld, denn lokales Radio lebt von Reportagen und Interviews zu Themen des täglichen Miteinanders. Eine Auswahl:

- die Kita von nebenan
- ein Förster vom Hegeverein aus der Region
- das Polizeirevier im Nachbardorf
- die Sternsinger, die den Kindern ihr Projekt vorstellen konnten
- die Lokalpolitiker (Bürgermeister, Schulrätin und Jugendamtsleiter)
- Tipps und Termine rund ums Hallenbad im Nachbardorf
- Veranstaltungshinweise des ortsansässigen Sportvereins
- Operaufführung *Die Zauberflöte* (Opernwerkstatt am Rhein)
- Hörspiel zum 150. Geburtstag des Deutschen Roten Kreuzes

Seit Beginn des Schuljahres 2014/2015 bietet das Familienbildungswerk DRK Kreisverband Rheinisch-Bergischer Kreis Radio-Weiterbildungsmaßnahmen an: *RADIO KANN JEDER. Keine Angst vor Mikro und Mischpult*. Infos und Anmeldungen: fbw@rhein-berg.drk.de

Zusätzlich wird ein regelmäßiges und kostenloses Netzwerktreffen *RADIO DATE* für Radiomacher und Interessierte in Kooperation

mit DRK, VHS Overath/Rösrath sowie der Landesanstalt für Medien NRW angeboten. Infos und Anmeldungen: anne.lachmuth@gmx.de

Läuft das Projekt noch und wenn ja, wie lange? Oder gibt es Anschlussprojekte?

Das Schulradioprojekt ist inzwischen Teil des Schulprogramms. Das *Morgenmuffel Radio* sendet weiter.

Themen

Welche Themen (Inhalte) waren im Projekt für Ihre Zielgruppe besonders spannend?

Für das Startteam als Ganzes stand sicherlich die Faszination im Fokus, am Aufbau des haus-eigenen Radiosenders teilzuhaben – von der Namensgebung bis zum ersten Kulturpreis. Daneben waren die individuellen Highlights sehr unterschiedlich. Ihnen gemeinsam ist die Begeisterung, zu sehen, wie eigene Ideen publikumswirksam umgesetzt werden können.

Trends und Interessen der Zielgruppe

Welche neuen Medientrends, medialen Interessen oder Aspekte der Medienkultur sind in ihrer Zielgruppe in jüngster Zeit besonders aktuell?

Neben der Entdeckung des Computers für die journalistische Arbeit gewinnt momentan das Smartphone als Aufnahmegerät an Aufmerksamkeit. Die Möglichkeit, privat Audioaufnahmen zu machen und diese dann per Mail-Anhang als MP3 der Redaktion zur Verfügung zu stellen, erweitert den Handlungsspielraum erheblich.

Wie geht man in Ihrer Einrichtung/wie gehen Sie evtl. darauf ein?

Nach Möglichkeit erhält jede journalistische Bemühung der Kinder einen Platz in einer *Morgenmuffel*-Sendung. Beim Radio besteht glücklicherweise die Möglichkeit, die angebotenen Aufnahmen auf unterschiedlichste Weise in das Programm einzubinden – vom kurzen O-Ton-Einspieler bis zum gebauten Beitrag.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Die Radioarbeit an der Schule wird in ihrer positiven Kraft für die Gemeinschaft wahrgenommen und Schritt für Schritt in den Schulalltag integriert. Damit gewinnt das Projekt an Bedeutung für die Bildungschancengleichheit der Kinder.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Preise und Auszeichnungen schaffen Sicherheit. Der Qualitätsbeweis macht Schulen und anderen Einrichtungen Mut, der Idee des Hausfunks eine Chance zu geben. Inzwischen befinden sich bereits mehrere Schulen in der Startphase eines eigenen Radiosenders.

Struktur und Rahmen

Welche Rahmenbedingungen für Projektarbeit sind wünschenswert? Wie kann man diese schaffen?

Mit dem Weiterbildungsangebot *RADIO KANN JEDER* und dem kostenlosen regionalen Netzwerktreffen *RADIO DATE* ist ein guter erster Schritt getan, um Radio-Basiskonzepte zu erwerben. In Nordrhein-Westfalen gibt es weitere Angebote: das *Schulradioprojekt* der Landesanstalt für Medien NRW sowie das Angebot *KiRaKa macht Schule* des Westdeutschen Rundfunks.

Hausintern ist eine positive Einstellung zum Radioprojekt Grundbedingung, denn die Sendungen greifen spürbar in den Schulalltag ein. Klare Strukturen und eine gute Kommunikation helfen, dass der Einstieg zum dauerhaften Erfolg wird.

Feedback

Gab es abschließend seitens der Zielgruppe Verbesserungsvorschläge, weiterführende Ideen bezüglich Ihres Projektes?

Das Radioprojekt entwickelt sich kontinuierlich weiter über Rückmeldungen und eigene Erfahrungen.



Ergänzungen

Was wurde Ihrer Meinung nach im Fragenkatalog nicht berücksichtigt? Was möchten Sie noch ergänzen?

Mein eindringlichstes Erlebnis mit dem Schulradio war folgendes: Aus Krankheitsgründen musste ich im Frühjahr 2014 die wöchentliche Sendung absagen. Als das Radioteam davon erfuhr, entschied es kurzer Hand, dass die Sendung trotzdem laufen wird. Das Team organisierte die Vorbereitung und die Live-Sendung am nächsten Tag komplett selbstständig. Das Feedback der Hörer: Toll wie immer! In diesem Moment wusste ich, dass der Funke übergesprungen war.

Interviewpartnerin

Anne Lachmuth: leitet das Radioprojekt an der GGS Heiligenhaus; Theater- und Medienpädagogin sowie Schul- und Projektleiterin der Landesanstalt für Medien NRW; Autorin und Regisseurin mehrerer großer Live-Hörspiele für die Radiosendung *Lilipuz* (Vorläufer von *KiRaKa*, WDR 5).

Abbildungsnachweis

Shutterstock.com

Titelbild © Sidarta

Porträtfoto Manuela Schwesig

© Bundesregierung/Denzel (Seite 9)

Kai-Uwe Hugger/Lea Marie Braun

Abb. 1: Screenshot: <https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace/videos> [Stand: 16.09.2015] (Seite 23)

Markus Gerstmann/Lars Gräßer

Abb. 1: Screenshot: <https://www.youtube.com/watch?v=341iy4zhJ4U> [Stand: 16.09.2015] (Seite 31); Abb. 2: Screenshot: <https://www.youtube.com/user/daaruum/featured> [Stand: 16.09.2015] (Seite 33)

Andreas Hedrich

Abb. 1 bis 3: © Initiative Creative Gaming e. V. (Seiten 43, 44, 46)

Jan Schmolling

Abb. 1: Screenshot aus „Diese verdammten Videowettbewerbe“ von Christoph Jacobi, „Jugend und Video 1991“ (Seite 55); Abb. 2: Screenshot aus „NEXT“ (gestaltet in Splitscreen-Technik) von Adam Janisch, „Deutscher Jugendvideopreis 2012“ (Seite 56)

Ines Müller-Hansen

Abb. 1 bis 14: Die innere Sicherheit, Erscheinungsjahr: Deutschland 2000; Produzenten: Florian Koerner von Gustorf, Michael Weber; Produktion: Schramm Film; Vertrieb: Pegasos Film; Regie: Christian Petzold; Kamera: Hans Fromm (Seiten 60, 61); Abb. 15 (Ausgangsbild und Blick 1 bis Blick 6): Die Welle, Erscheinungsjahr: 2008; Produzent: Christian Becker; Produktion: Rat Pack Filmproduktion GmbH; Vertrieb: Constantin Film; Regie: Dennis Gansel; Kamera: Torsten Breuer (Seite 62); Abb. 16 bis 20: © Ines Müller-Hansen (Seiten 63, 64)

Projekt „Alle machen Radio“

© Anne Lachmuth (Seiten 70, 72, 74, 76, 77)

Projekt „app2music“

© Matthias Krebs und Marc Godau (Seiten 78, 81, 82, 83, 85, 86)

Projekt „MEDIENISTIK.DE“

Porträtfoto: © Paul Meixner (Seite 112)

Fotos und Abbildungen zu den Projektbeschreibungen und Interviews wurden uns freundlicherweise vom jeweiligen Projekt zur Verfügung gestellt.
