

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)

Make, Create & Play
Medienpädagogik zwischen Kreativität und Spiel

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 13
Make, Create & Play
Medienpädagogik zwischen Kreativität und Spiel
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. 24 a
33602 Bielefeld
fon 0521/677 88
fax 0521/677 92
email gmk@medienpaed.de
homepage www.gmk-net.de

Redaktion

Dr. Friederike von Gross
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat

Tanja Kalwar

Titelillustration

kopaed

Druck

Kessler Druck+Medien, Bobingen

© kopaed 2018

Arnulfstraße 205
80634 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-408-9
eISBN 978-3-86736-697-7

Im Interview

TRUMP IT! Medienwahlkampf macht Schule

JFF – Institut Jugend Film Fernsehen Berlin-Brandenburg e.V.

in Kooperation mit Aktive Naturschule Prenzlau, gefördert von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) und dem Deutschen Kinderhilfswerk (DKHW)
Stoyan Radoslavov, Bastian Bielig und Dr. Guido Bröckling

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Mit dem Fokus auf Wirkungsweisen medialer Inszenierung im Kontext politischer Kommunikation und Wahlen widmet sich das Projekt einem Spannungsfeld, das in der medienpädagogischen Bildungsarbeit weiterhin unterrepräsentiert ist und greift dabei aktuelle Phänomene wie Fake News, Hate Speech und medialen Populismus ebenso gezielt und spielerisch auf wie klassische Themen medienpädagogischer Arbeit – von der Aktiven Medienarbeit über handlungsorientierte Kompetenzförderung bis zur kritisch-analytischen Reflexion.

Das Projekt setzt dabei besondere Akzente, indem es Medienkompetenzförderung und politische Bildung mit einem Rollenspiel kombiniert, das sich ganz konkret an der Mediennutzung (Instagram, Snapchat, Blogs etc.) und den Lebenswelten der Zielgruppe orientiert, aber auch einen Einblick in klassische Instrumente politischer Kommunikation – ob Plakate und Flyer oder Wahlwerbespots und Fernsehduelle – impliziert.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

Hauptziel des Projektes ist es, den Transfer zwischen der realen politischen Kommunikation (wie machen es die Profis?) und dem Rollenspiel (was und wie setzen die Jugendliche im Rollenspiel ein?) zu ermöglichen. In der Aktiven Medienarbeit wurden Parteiprogramm, Plakat, Wahlwerbespot, Pressekonferenz, Fernsehduell, Instagram-Profil, aber auch

Fake News und Shitstorm als wichtige Techniken und Formate des medialen Wahlkampfes erprobt und kritisch reflektiert. Dabei lag zunächst ein besonderer Schwerpunkt auf der Vermittlung von technisch-organisatorischen, kommunikativen und sozialen bzw. politischen Kompetenzen. Im weiteren Verlauf lag der Schwerpunkt dann auf einer medienkritischen Reflexion der unterschiedlichen medialen Formate politischer Kommunikation und Manipulation.

Die einführenden Inputs von Fachexpert*innen vor der Gesamtgruppe spielten dabei methodisch ebenso eine Rolle wie einzelne Beratungsrunden, in denen jede Gruppe Tipps für die eigene Kampagne erhielt, um diese dann an der eigenen politischen Strategie auszuprobieren. Eine zentrale Rolle spielten täglich stattfindende Plenumsitzungen, zu denen sich alle Projektbeteiligten zusammenfanden, um gemeinsam aktuelle organisatorische Abläufe zu besprechen, Projektfortschritte zu reflektieren, Kritik zu üben und das Projekt den aktuellen Bedingungen anzupassen. Die Erfahrungen aus der Wahlkampfsimulation wurden abschließend in Klein- und Großrunden ausgewertet und gemeinsam reflektiert sowie in unterschiedlicher Form quantitativ und qualitativ evaluiert und dokumentiert.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

*Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmer*innen?*

Die Teilnehmenden starteten mit vielfältigen Vorerfahrungen, wie z.B. eigenen Blogs, Schulradio und grundlegenden PC-Kenntnissen, ins Projekt. Durch die besondere Schulform (freie

Alternativschule) waren die beteiligten Schüler*innen vergleichsweise hoch motiviert und bewiesen ein hohes Maß an sozialer Kompetenz und Selbstbestimmtheit. Da haben freie Schulen den staatlichen Einrichtungen einiges voraus.

Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Das Projekt fördert alle klassischen Medienkompetenzbereiche, vom Medienhandeln über Medienwissen und Medienbewertung bis zur kritisch-rezeptiven Aneignung, und bezieht das Vorwissen und die Mediennutzung der Teilnehmenden aktiv ins Projekt ein. Unterschiedliche Techniken der medialen Kommunikation (Graphik, Bildgestaltung, Texten, Filmschnitt, Social Media usw.) werden vermittelt und bewusst in den Wahlkampagnen eingesetzt sowie auf ihre Wirkungsweisen analysiert. Ebenso kommen gezielte Inputs zu Funktionsweisen, Wirkung und Voraussetzungen eines medialen Wahlkampfes zum Einsatz, die einen breiten Überblick über unterschiedliche Techniken politischer Kommunikation geben.

Moderierte Diskussionsrunden ermöglichen es, über die – während des Rollenspiels gesammelten – Erfahrungen und über das Manipulationspotential medialer Rhetorik gemeinsam zu reflektieren. Diese Selbsterkenntnisse lassen sich gut auf aktuelle Fälle und Entwicklungen der Mediendemokratie übertragen und ermöglichen einen kritischen und differenzierteren Blick auf aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen.

Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

Die Teilnehmenden haben technische Kenntnisse, d.h. den Umgang mit Kamera, Ton, Lichttechnik und iPads, erworben. Ihre sozialen sowie kommunikativen Kompetenzen wurden gefördert – insbesondere über die diversen Formen der Gruppenarbeit, der Rollenverteilung und Aufgabenkoordination innerhalb der Parteien. Zudem haben sie viel über redaktionelle Arbeit und Selbstorganisation im journalistischen Kontext gelernt und

sich Schlüsselqualifikationen strategischen Denkens in der Planung der eigenen medialen Strategie angeeignet.

Probleme und Grenzen

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

Die Verbindung von politischer Bildung und Wissensvermittlung über politische Kommunikation ist eine Herausforderung, die in dem vergleichsweise kurzen Projektzeitraum nur zu bewältigen ist, wenn die Projektgrundlagen bereits vorab gelegt werden. Dazu gehören insbesondere ein breites Demokratieverständnis sowie Grundlagen politischer Bildung und idealerweise der Medienbildung. Zudem stellte sich für die Medienpädagog*innen die Herausforderung, nicht nur den Medienwahlkampf, sondern das gesamte Rollenspiel inklusive Wahl und Rahmenbedingungen zu organisieren. Hier wäre etwas mehr Personal hilfreich gewesen. Dankenswerterweise standen noch zwei Praktikantinnen des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis und temporär weitere Fachkräfte zur Verfügung, die z.T. unentgeltlich ausgeholfen und uns im Projekt unterstützt haben.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Die Wahl der individuell eingesetzten Medien ist abhängig von der jeweiligen medialen Ausrichtung der Wahlkampfkampagnen, die von den Jugendlichen selbstständig gewichtet und gesteuert wird. Da in mehreren Arbeitsgruppen gearbeitet wird, sind mehrere PC's oder Notebooks und eine stabile Breitband-Internetverbindung notwendig. Seitens der beteiligten Medienpädagog*innen wurden ebenfalls Notebooks, Tablets, iPads, WLAN-Hotspots sowie Videokameras, Licht- und Tonausrüstung bereitgestellt. Im Pilotprojekt stand zudem die

Ausstattung des Schulradios (Audiorecorder, Audibearbeitungs-Hard-/Software) zur Verfügung. Eventuell ist aber auch mit vorhandener Technik einiges zu machen. Im Pilotprojekt war glücklicherweise ein breites Spektrum an Technik verfügbar, auch um herauszufinden, was wirklich gebraucht wird.

Tipps für die Praxis

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

Die Tatsache, dass die im Rollenspiel erstellten politischen Inhalte (manche davon durchaus grenzwertig) zwar fiktiv, aber zugleich tatsächlich online öffentlich publiziert werden sollten, kann ein solches Projekt vor Herausforderungen stellen, denn das Thema Daten- und Persönlichkeitsschutz im Internet ist bei einem "semi-öffentlichen" Projekt nicht zu unterschätzen. Das fordert die Selbstverantwortung der Teilnehmenden, sollte aber präventiv durchdacht sein. Daher empfiehlt es sich, einerseits mit erdachten Namen der Partei-Akteure zu arbeiten und gegebenenfalls vorab Social-Media- bzw. Online-Kanäle für das Projekt zu erstellen, welche durch die Teilnehmenden genutzt werden. Das erspart Zeit zur Erstellung der Konten etc. Zugleich bietet es mehr Raum, sich den eigentlichen Inhalten zu widmen und gewährleistet den medienpädagogischen Projektverantwortlichen jederzeit Interventionsmöglichkeiten bei Missbrauch. Im Allgemeinen ist es auf jeden Fall ratsam, klare Rollen, Formate und Kommunikationskanäle im Voraus zu definieren, um längere Findungsprozesse innerhalb der Arbeitsgruppen abzukürzen. Da das Projekt eine Vielzahl von Kompetenzen schult, ist es zudem empfehlenswert, frühzeitig das Schulpersonal und deren Fachbereiche einzubeziehen. So kann ggf. die Informatiklehrerin die Website-Erstellung betreuen, der Deutschlehrer die Textarbeit für die Wahlprogramme unterstützen, die Kunstlehrerin das Bühnenbild und der Musiklehrer bspw. die Erstellung von Audiowahlwerbe-

spots begleiten, wie es an der Aktiven Naturschule passiert ist. Zusätzlich sollten sowohl lokale Akteure, wie Journalist*innen, als auch – wenn möglich – Lokalpolitiker*innen einbezogen werden, um von ihren realen Erfahrungen in einer Mediendemokratie zu berichten. Es erscheint uns zudem sinnvoll, andere Akteure der politischen Bildungsarbeit mit in die Vorbereitung des Rollenspiels einzubeziehen, um ein gutes Fundament für die politischen Bildungsbereiche zu haben.

Motivation

War es notwendig, die Zielgruppe für das Projekt zu motivieren?

Wenn ja, warum und wie?

Nicht nur aufgrund der anstehenden Wahlen zum deutschen Bundestag waren die beteiligten Jugendlichen sehr motiviert und ließen sich schnell auf das Rollenspiel als pädagogische Methode ein, das sie Wahlkampf hautnah und spielerisch erleben ließ. Außerdem war es beim Pilotprojekt so, dass die Schüler*innen selbst die Idee hatten, sich bei einem Schülerwahlkampf begleiten zu lassen. Ein Motivationsproblem gab es also nicht. Für die Durchführung des Konzepts an anderen Schulen ist es sicherlich angebracht, eine lange Vorbereitungsphase einzuplanen, in der die Schüler*innen einbezogen werden, damit sie es zu ihrem Projekt machen. Alles Weitere ergibt sich durch die Freiheit und die kreativen medialen Ausdrucksmöglichkeiten, die ihnen geboten werden. Insbesondere das Ausprobieren verschiedener Rollen spielt bei der Motivation eine große Rolle.

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

Besonders gefallen hat den meisten Projektteilnehmenden, dass sie durch das Projekt einen ersten Einblick in die professionelle politische Kommunikation erhalten haben. Und natürlich das Rollenspielen. Sie konnten im Projekt erkennen, wie anstrengend der politische Wahlkampf und die politische Überzeugungsarbeit sein können. Letzen Endes entwickelten sie

aber im Spielverlauf eine große Leidenschaft für die Mission „Wahlsieg“.

Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Es war spannend zu sehen, wie die Jugendlichen sich in ihre Rollen hineinfinden und an Selbstbewusstsein innerhalb des Projektes gewannen. Von der ersten politischen Idee bis zum Wahlsieg waren in der kurzen Projektzeit große Entwicklungsschritte zu sehen. So manch unerwarteter Impuls seitens der Teilnehmenden war auch für uns Ansporn, da die „Jugend von heute“ politisch interessierter zu sein scheint, als weitläufig angenommen. Das kann natürlich auch mit dem sehr motivierenden Lernumfeld an der freien Schule zusammenhängen. Vor allem die Auswertungsrunden nach der Wahl waren sehr interessant, da die Teilnehmer*innen auf der Grundlage ihrer Erfahrungen im Rollenspiel sehr offen über ihre Haltungen und Wünsche an die Politik der Zukunft sprachen. In Zeiten unkritischer Mediennutzung und um sich greifender Politikverdrossenheit konnten wir zeigen und sehen, wie spannend und wichtig es ist, sich mit politischer und medialer Kommunikation kritisch auseinanderzusetzen.

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?

Das meiste wurde bereits gesagt. Als Institution fühlen wir uns zunächst darin bestätigt, dass Medienkritik und die Ausbildung einer politischen Haltung noch immer zentrale Aspekte medienpädagogischer Arbeit sind und noch stärker gefördert werden sollten. Die Teilnehmenden haben sicherlich ihren politischen wie medialen Blick geschärft und die Schule hat neue Impulse für Methoden und Ansätze der Medienarbeit kennengelernt, die hoffentlich ihren Schulalltag bereichern werden. Die Teilnehmer*innen konnten im Pro-

jekt nachvollziehen, welche Antriebskraft der demokratische Wahlsieg und die politische Macht haben können. Das wird sie sicherlich geprägt haben.

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

Das Projekt ist als Pilotprojekt konzipiert und soll auch in den folgenden Jahren zur Schulparlamentswahl an der Aktiven Naturschule Prenzlau durchgeführt werden. Über die Durchführung entscheiden die Schüler*innen in einem demokratischen Prozess aber selbst. Darüber hinaus soll das Konzept so überarbeitet werden, dass das Projekt in ähnlicher Form auch von anderen Akteuren und an anderen Schulen veranstaltet werden kann.

Gerade in Zeiten von Trump, Brexit und AfD gilt es, medienpädagogische Konzepte perspektivisch weiterzuentwickeln und als ein zentrales Element der Förderung von Demokratieverständnis und Medienkompetenz an weiteren Schulen stattfinden zu lassen. Wir beabsichtigen, interessierte Schulen dabei zu unterstützen und das Projekt damit weiterzuentwickeln und großflächig zu etablieren. Denkbar wäre auch eine Art TRUMP IT-Tour, auf der wir Schulen und Fachkräfte mit dem Konzept vertraut machen und sie befähigen, angepasst an die Bedingungen vor Ort ähnliche Projekte durchzuführen. Hier hoffen wir sehr auf gute Partner*innen, mit denen wir das Konzept an anderen Schultypen und in anderen Bundesländern ausbauen und in die Fläche tragen können.

Themen

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

Als besonders realitätsnah empfanden die Teilnehmer*innen das Zusammenspiel zwischen den verschiedenen Akteursgruppen (Politiker*innen, Journalist*innen, Wahlorganisation). Im Projektrahmen konnten sie ebenfalls nachvollziehen, welche Antriebskraft der demokratische Wahlsieg und die politische Macht für sich haben können. Letztlich ist es

also die politische Kraft der Kommunikation und der medialen Inszenierung, die besonders fasziniert hat.

Trends und Interessen der Zielgruppe

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

Bezogen auf unser Projekt geht es ja nicht wirklich um aktuelle Medientrends, es sei denn man schließt Fake News, politische Manipulation durch Medien und Videoarbeit mit Tablets hier ein. Das Besondere an der aktuellen Medienkultur ist vielleicht, dass die Vermittlung technischer Fähigkeiten wirklich an Bedeutung verliert und in den Hintergrund rückt, die kritische Medienpädagogik und analytische Kompetenzen aber wieder an Bedeutung gewinnen – über alle Altersklassen hinweg.

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

Das JFF hat schon immer einen starken Fokus auf eine emanzipative, partizipative und politische Medienarbeit gelegt und versucht, Kinder und Jugendliche zu ermächtigen, sich mit einer kritischen Haltung in der immer komplexer werdenden Welt zu orientieren. Projekte wie TRUMP IT! sind keine neue Erfindung, sondern Fundament einer kritisch-emanzipativen Medienpädagogik. In unseren Projekten geht es daher neben den besonders innovativen und kreativen Aspekten neuer digitaler Medientechniken immer auch um Schlüsselkompetenzen, um kommunikative und soziale Kompetenz.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Mit dem Dieter Baacke Preis ausgezeichnet zu werden, bedeutet uns sehr viel. Innerhalb der handlungs- und lebensweltorientierten Medi-

enpädagogik gibt es aus unserer Sicht keine größere Auszeichnung. Immerhin entscheiden hier die Kolleg*innen über herausragende Konzepte und Ideen, das ist schon was. Für uns ist es neben einer großen Ehre auch eine Bestätigung, dass wir mit unserer Arbeit auf dem richtigen Weg sind, dass Medienpädagogik eben auch politische Bildung ist und dem Empowerment von Individuen in einer mediatisierten Gesellschaft dient. Wir werden sicherlich im Anschluss an TRUMP IT! versuchen, Medienkritik noch stärker in unserer Projektarbeit zu fokussieren. Und wir hoffen, auch beim Praxispartner, der Aktiven Naturschule Prenzlau, einen Prozess ausgelöst zu haben.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Dass TRUMP IT! in Zeiten ausgezeichnet wird, wo wir es im politischen Alltag mit sehr viel kommunikativer und medialer Manipulation zu tun haben, ist ein wichtiges Signal. Die Kompetenz, Informationen beurteilen, einordnen und seine eigenen Handlungen danach ausrichten zu können, ist vielleicht eines der wichtigsten Fundamente, auf denen Demokratie gelingen kann. Wenn ich nicht in der Lage bin, Informationen beurteilen zu können, verliere ich meine Souveränität und gesellschaftliche wie politische Gestaltungsmacht. Es braucht deutlich mehr solcher Projekte!

Struktur und Rahmen

Welche Rahmenbedingungen für Projektarbeit sind wünschenswert?

Wie kann man diese schaffen?

Wir brauchen mehr Geld für Projekte und mehr Qualifizierung im Bereich der Medienpädagogik. Ein Projekt wie TRUMP IT! kann nur stattfinden und Wirkung zeigen, wenn die Rahmenbedingungen es zulassen. Wir als Institution müssen die oft freiberuflich arbeitenden Fachkräfte angemessen bezahlen können, was häufig nicht der Fall ist, weil Förderrichtlinien das nicht zulassen. In diesem Fall konnten wir das nur dank der Unterstützung des Deutschen Kinderhilfswerks und der Medienanstalt

Berlin-Brandenburg umsetzen. Die Qualität des Pilotprojekts ist u.a. darin begründet. Was immer noch fehlt, ist die Finanzierung der konzeptionellen Arbeit, der notwendigen Tätigkeiten um das Projekt herum, die es aber ebenso notwendig braucht wie die eigentliche medienpädagogische Arbeit mit der Zielgruppe. Dazu müssen zuallererst Förderrichtlinien verändert und Honorarsätze erhöht werden, dann braucht es Verwaltungs- oder Projektpauschalen und letztlich mehr Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen Bund und Ländern oder, um es konkreter zu machen: Wir brauchen mehr medienpädagogische Projektförderung im Bund, die auch Schulen und damit Schüler*innen zugutekommt.

Feedback

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

Besonders gefallen hat den meisten Projektteilnehmenden die inhaltlich motivierte kreative Medienproduktion und, dass sie durch das Projekt einen ersten Einblick in die professionelle politische Kommunikation bekommen konnten. Was auch sehr gut ankam ist das Rollenspiel als pädagogische Methode – so konnten sie einen echten Wahlkampf hautnah und mit viel Spaß erleben. Die langen Besprechungsunden fanden die Teilnehmer*innen wiederum schwierig. Zudem hätten sie beim nächsten Projekt gerne eine ausgewogenere Gruppenaufteilung.

Eine andere Erkenntnis war die Rolle vom politischen Inhalte-Marketing. Sobald man ein politisches Thema zielgruppenadäquat verpacken und verkaufen konnte, waren sogar rechtspopulistische Parteien in der Lage, Stimmen zu bekommen. Als besonders realitätsnah empfanden die Teilnehmenden dabei das Zusammenspiel zwischen den verschiedenen Akteursgruppen (Politiker*innen, Journalist*innen und Wahlorganisation). Letztlich konnten sie so nachvollziehen, welche Antriebskraft der demokratische Wahlsieg und die politische Macht für sich haben können.

Im längeren Auswertungsgespräch mit der Schulleitung sowie mit den beteiligten Lehrkräften wurden nach Projektabschluss die Vorteile und Defizite des Projektes aus Schulperspektive identifiziert. Der professionalisierte Medieneinsatz, der Rollenspiel-Charakter und die konzeptionelle Offenheit und Flexibilität wurden seitens der Schule als sehr positiv empfunden. Aufgrund der knappen Projektzeit kamen einige politische Inhalte und Themen aber leider zu kurz – in der Zukunft besteht daher die Bereitschaft, im Vorlauf und in Absprache mit dem medienpädagogischen Team thematische Vorarbeit zu leisten.

Interviewpartner

Stoyan Radoslavov: freiberuflicher Filmemacher und Medienpädagoge; medienpädagogische Schwerpunkte: nachhaltige Arbeit mit Kindern und Jugendlichen aus bildungsfernen Familien, Konzeption und Durchführung intergenerativer und integrativer Projekte.

Bastian Bielig: Kulturmanager in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Schwerpunkt Online-Redaktion und Social Media; hat als freier Medienpädagoge in Berlin und Brandenburg diverse medienpädagogische Formate mit politischen und intergenerativen Ansätzen entwickelt und durchgeführt.

Dr. Guido Bröckling: Geschäftsführer des JFF – Institut Jugend Film Fernsehen Berlin-Brandenburg und Projektleiter Büro Berlin des JFF; wissenschaftliche Schwerpunkte: Verbindung von Medienkulturtheorie und Medienpädagogik sowie Medienaneignungs- und Mediensozialisationsforschung; medienpädagogische Schwerpunkte: Medienkompetenzförderung benachteiligter Zielgruppen sowie gesellschaftliche Verankerung von Medienbildung.



Abbildungsnachweis

Titelbild

© istockphoto.com/kate_sept2004

Porträtfoto Dr. Katharina Barley

© Bundesregierung/Steffen Kugler (Seite 9)

Friederike von Gross / Renate Röllecke

© optimarc/clickbestsellers/shutterstock.com (Seite 15)

Judith Ackermann

Abb. 1: Screenshot www.pacmanhattan.com (Seite 20);

Abb. 2: Screenshot <http://playpublik.de/admin/events/kling-klang-klong?locale=de> (Seite 20)

Horst Pohlmann

Abb. 1: © Questmill GmbH (Seite 33);

Abb. 2: © geomazing.com (Seite 35)

Caroline Baetge / Sonja Ganguin

© Ganguin 2009 (Seite 40)

Sonja Di Vetta/Björn Friedrich/Sabrina Reith

© SIN – Studio im Netz e.V., München (Seiten 48ff.)

Jürgen Slegers / Daniel Zils

© Jürgen Slegers (Seiten 53ff.)

Torben Kohring / Markus Sindermann

Seite 59

Kristin Narr

Fotos von Sandra Schön, CC BY 3.0, <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/legalcode> (Seiten 75ff.)

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