

Jürgen Lauffer / Renate Röllecke (Hrsg.)

Chancen digitaler Medien für Kinder und Jugendliche
Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Jürgen Lauffer/Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis – Handbuch 7 | Chancen digitaler Medien für Kinder und Jugendliche. 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
Körnerstraße 3
33602 Bielefeld
Tel. 0521/677 88
Fax 0521/677 27
E-Mail gmk@medienpaed.de
Web www.gmk-net.de

Redaktion

Jürgen Lauffer
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat

Tanja Kalwar

Titelillustration

kopaed

Druck

Kessler Druck+Medien, Bobingen

© kopaed 2012

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 978-3-86736-274-0

Im Interview

JFF - Institut für Medienpädagogik

Generationen im Dialog

Thomas Kupser

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Bei *Generationen im Dialog* wurde anders als bei vielen anderen Generationen-Projekten weder angestrebt, dass die älteren Menschen den Jugendlichen etwas beibringen, noch umgekehrt. Vielmehr sollten sich die unterschiedlichen Gruppierungen gleichberechtigt einer gemeinsamen Aufgabe und einem gemeinsamen Thema widmen. Insofern war es folgerichtig, von Beginn an nicht nur auf einen guten Dialog, sondern auf einen Dialog auf Augenhöhe zu setzen.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

Es sollten Modellprojekte entwickelt werden, die zum einen den Dialog zwischen Jung und Alt anregen sowie die Medienkompetenz beider Gruppen fördern. Hierzu wurde mit einer großen Bandbreite an Medien, Medienprodukten und damit verbunden Themen gearbeitet. Im Mittelpunkt aller Projekte stand der Grundsatz der aktiven Medienarbeit, das „handelnde Lernen“. So wurden von den Teilnehmenden gemeinsam Themen bearbeitet, diese in multimedialen Produkten sichtbar gemacht und zum Abschluss vor einem größeren Publikum präsentiert.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmer/-innen?

Die Vorkenntnisse der Teilnehmenden waren sehr unterschiedlich, weniger aufgrund der Lebensjahre als vielmehr durch das individuelle Interesse an den Medien gekennzeichnet. Bei einigen Projekten nahmen beispielsweise ältere Menschen teil, die aufgrund des Themas interessiert waren, aber bisher kaum Erfahrung mit digitalen Medien hatten. Charakteristischer für die Durchführung von intergenerativen Projekten ist eher die unterschiedliche Herangehensweise an Medien. So wollen die jüngeren Teilnehmenden eher durch Versuch und Irrtum lernen, während die Älteren zuvor eine ausführliche Anleitung bevorzugen. Hier das richtige Tempo für alle Teilnehmenden zu finden, ohne eine Gruppe zu langweilen bzw. zu überfordern, stellt die Herausforderung dar.

Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Es wurde immer versucht, allen Bereichen der Medienkompetenzförderung gerecht zu werden. Jedoch waren die einzelnen Projekte sehr unterschiedlich konzipiert. So stand bei *Wir sind die Schönsten* eher die Förderung der kreativen Potenziale und die Reflektion von Schönheitsidealen in den Medien im Vordergrund, während bei der *Internetwerkstatt* eher die Qualifizierung für einen kompetenten und selbstbestimmten Umgang mit den Medien im Fokus stand. Trotzdem wurde z.B. auch bei der *Internetwerkstatt* kreativ mit Medien gearbeitet und bei *Wir sind die Schönsten* die Qualifizierung im Umgang mit Medien angestrebt. Die Reflexion im Umgang mit Medien

ist nahezu automatisch Teil eines intergenerativen Projekts, wenn Freiräume für Diskussion und Planung vorgesehen sind.

Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

Zum einen haben die Teilnehmenden Einblick in die Lebenswelt beider Generationen erhalten und darüber hinaus hatte jeder Einzelne Gelegenheit, sich mit den aktuellen Medienentwicklungen auseinanderzusetzen, das Pro und Contra der Medien zu reflektieren und sich auch mit anderen darüber auszutauschen. Die Teilnehmer/-innen haben über die projektspezifischen Themen diskutiert und ihr Wissen über Medien erweitert. Zudem haben sie etwas über sich selbst erfahren und ihre eigenen Fähigkeiten und Eigenschaften reflektiert und nicht zuletzt im Rahmen der Gruppen- und Projektarbeit das Lernen in Gruppen kennengelernt. Die hier genannten Punkte sind gleichzeitig auch ein Teil der Erkenntnisse aus der Evaluation des Projektes.

Welche sozialen oder kommunikativen Kompetenzen wurden durch das Projekt gefördert?

Diese wurden zum Teil schon genannt. Der Dialog stand im Zentrum des Projektes und die Medienprodukte wurden gemeinsam ausgehandelt und produziert. Aus dieser Dynamik

heraus wurden neue Erfahrungen im Austausch gewonnen und neue Möglichkeiten der Teamarbeit kennengelernt. Bei den Projekten hatte man Möglichkeiten, sich selbst gut zu reflektieren und die Chance, mit zunächst Fremden an einem gemeinsamen Ziel zu arbeiten. So schrieb beispielsweise ein älterer Herr in seine Evaluation: „Es macht Spaß und ist gut für die Zukunft.“

Probleme und Grenzen

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

Beide Gruppen kommunizieren miteinander nicht zwingend pädagogisch rücksichtsvoll. Zudem ist, verglichen mit anderen Gruppen, die intergenerative Arbeit persönlicher und intensiver. Konflikte, Missverständnisse und mangelndes Einfühlungsvermögen sind an der Tagesordnung. Daher müssen die Gruppenprozesse von ausgebildeten Expert/-innen geduldig moderiert werden und der Aushandlung von Asymmetrien auch genügend Zeit eingeräumt werden. Wenn dies aber dann gelingt, profitieren die Teilnehmenden und die Pädagoginnen und Pädagogen gleichermaßen. Wenn die Gruppen für das Projekt noch nicht feststanden, stellte sich die Akquise auch als





ein sehr zeitintensiver Teil dar, da es kaum gemeinsame Treffpunkte der beiden Zielgruppen gibt. Darum galt es, Institutionen der einzelnen Bereiche zusammenzubringen und für beide ein gleichermaßen interessantes Thema zu finden.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Die Technik sollte für die Teilnehmenden einfach bedienbar sein und nicht zu viel Zeit für das Kennenlernen beanspruchen. Sie sollte die Themen und das Projekt unterstützen und nicht durch Überforderung ausbremsen.

Tipps für die Praxis

Welche Ratschläge oder Empfehlungen können Sie Interessent/-innen geben, die ähnliche medienpädagogische Projekte durchführen möchten?

Die Medien sollten weniger den Monolog als vielmehr den Dialog fördern und beide Gruppen als gleichberechtigte Expert/-innen ansehen. Wenn beispielsweise ein älterer Zeitzeuge als Interviewpartner dient, stellt das kaum ein intergeneratives Projekt dar. Das gemeinsame Produzieren verbindet und es sollte auch als etwas Gemeinsames konzipiert werden, z.B. können Jung und Alt zusammen einen Zeitzeugen für eine Reportage interviewen. Auf der Internetseite und in der Publikation *Mediale Brücken* finden sich noch viele weitere Tipps für intergenerative Projekte.

Motivation

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

Die Akquise, also auch die Motivation der Menschen, bei einem solchen Projekt mitzumachen, stellte eine der zeitaufwendigsten Aufgaben für die Durchführung dar. Hier galt es, alle Register zu ziehen, nicht anders als Öffentlichkeitsarbeit und Projektarbeit immer funktioniert – Themen finden, Anreize schaffen und diese adäquat kommunizieren. Ansonsten hat die Medienpädagogik das Glück, dass Medienproduktion Spaß macht und damit die intrinsische Motivation der Teilnehmenden meist hoch ist. Ist diese dann nicht groß genug, schafft man eine extrinsische Motivation: die Abschluss- Präsentation vor großem Publikum am letzten Tag der Projektwoche.

Was hat den beteiligten Kindern, Jugendlichen und Pädagog/-innen besonders viel Spaß gemacht? Was fanden sie besonders motivierend?

In der Evaluation wurde sehr häufig genannt, dass die Arbeit mit der jeweils anderen Generation großen Spaß gemacht hat. Ansonsten die Produktion von Medienprodukten und die Entwicklung der projektrelevanten Themen auf das gemeinsame Ziel hin. Die Präsentation vor dem Publikum ist aber definitiv das Sahnehäubchen der Projekte und motiviert über den gesamten Projektzeitraum.

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?

Die einzelnen Medienprodukte, aber auch das Gesamtprojekt *Generationen im Dialog* erhielten viel Aufmerksamkeit in der Presse und Anerkennung durch Jurys. Hiervon profitierten alle Kooperationspartner. Zudem gab es selten ein Projekt, was die Medienpädagogik und die intergenerative Arbeit verbindet. Es stellte also für die Einrichtungen auch immer etwas Neues dar. Sie hatten entweder noch nicht intergenerativ gearbeitet oder sich noch nicht mit der Medienpädagogik befasst. In einigen Einrichtungen haben sich auch feste intergenerative Gruppen etabliert, die hoffentlich noch längere Zeit weiter bestehen. Ansonsten sind die Projekte als Impuls für mehr intergenerative Medienarbeit zu sehen. Zudem ist die Publikation erschienen, die zur Nachahmung der Projekte dienlich sein soll. Im JFF erhalten wir immer öfter Anfragen für intergenerative Projekte und es scheint „normaler“ zu werden.

Auf der Ebene der Teilnehmenden wurden die erworbenen Kompetenzen bereits genannt. Vielleicht dazu noch eine Aussage aus einem Interview mit einem Teilnehmer auf die Frage, was er dadurch mitgenommen hat: „Wohlvollender Blick und Sympathie für die heranwachsenden jungen Menschen – über die Zeit des Projektes hinaus.“

Läuft das Projekt noch oder gibt es Anschlussprojekte?

Durch die Preisgelder, die wir durch das Projekt erhalten haben, wird eine europäische Tagung zum Thema „Intergenerative Medienarbeit“ stattfinden. Ansonsten suchen wir noch nach einer Anschluss- Finanzierung für das Projekt.

Themen

Welche Themen (Inhalte) waren im Projekt besonders spannend und sind – generell – im Rahmen der Medienarbeit interessant für ihre Zielgruppe?

Die Themen bei den Projekten waren so gewählt, dass sie einen Bezug zum Alltag und der Lebenswelt der Teilnehmenden boten. Ich meine aber festgestellt zu haben, dass nahezu jedes Thema interessant sein kann, wenn man eine Methode findet, dieses richtig zu erarbeiten und zu vermitteln. In unseren Projekten gab es neben den Medien als Thema immer noch andere Inhalte, wie Musik, Ernährung, Stadtviertel oder Schönheit. Die Themen wurden immer im Prozess auf das Medienprodukt und mit einem konkreten Arbeitsauftrag behandelt, auch dadurch waren sie spannend und zielführend. Es ist kaum möglich, eine Rangliste der spannendsten Themen zu erstellen.



Trends und Interessen der Zielgruppe

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

Wir leben in einer von Medien geprägten Welt, die sowohl das Leben der Jugendlichen als auch der älteren Menschen beeinflussen, daher würde ich die Trends nicht voneinander trennen. Bei beiden Gruppen ist großes Interesse an Sozialen Medien, Games, Smartphones und dem seriösen und kreativen Umgang damit zu beobachten. Die älteren Menschen stehen tendenziell den neuen Medien jedoch mit einer größeren Skepsis gegenüber, Interesse ist aber da.

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

Das JFF versucht, den Prozess der Medienan eignung Heranwachsender zu verstehen, pädagogisch einzuordnen (Forschung) und mit medienpädagogischen Maßnahmen zu fördern (Praxis). Ziel der medienpädagogisch-praktischen Arbeit ist die Medienkompetenzförderung bei den Teilnehmenden und die Ausbildung von Multiplikator/-innen im Bereich der Medienpädagogik.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Die medienpädagogische Projektarbeit ist fester Bestandteil unserer Einrichtung. Durch den Erfolg des Projekts wird die intergenerative Medienarbeit ebenfalls fester Bestandteil bleiben.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Die intergenerative Medienarbeit ist dadurch hoffentlich auf dem Vormarsch und nicht nur ein momentaner Trend. Hierzu soll auch die Publikation *Mediale Brücken* beitragen.

Struktur und Rahmen

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

Dass man eine Finanzierung hat, die die Feinkonzeption und die wissenschaftliche Lektüre zum Thema mit beinhaltet. Diese Zeit sollte man sich dann auch nehmen, um Projekte tragfähig und nachhaltig durchführen zu können. Ansonsten benötigt man ein konstruktives und kritisches Arbeitsklima, gute Kooperationspartner und Mitarbeiter. Die intergenerative Medienarbeit sollte einem Spaß machen, andernfalls bringen einem die besten Rahmenbedingungen nichts.

Feedback

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

Zwei Anmerkungen von Teilnehmenden: „Man bräuchte noch mehr Zeit“ und „Macht weiter so.“

Interviewpartner

Thomas Kupser: Jahrgang 1979; Studium Kultur, Ästhetik, Medien (M.A.) und Soziale Arbeit (Dipl.); medienpädagogischer Referent am JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (München); Arbeitsschwerpunkte: intergenerative Projekte, verschiedene Festivals (JUFINALE – Bayerisches Jugendfilmfestival, *Ohrenblick mal!* – bundesweiter Handyclipwettbewerb und KAJUTO – Kampagnen von Jugendlichen für Toleranz); 2010 und 2011 Projektleiter von *Generationen im Dialog*. Zudem initiierte Thomas Kupser als freiberuflich Kulturschaffender erfolgreich verschiedene Kulturveranstaltungen wie *interim eins* und *stummfilm:dj*.
