

Jürgen Lauffer / Renate Röllecke (Hrsg.)

Lieben, Liken, Spielen
Digitale Kommunikation und
Selbstdarstellung Jugendlicher heute

Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Jürgen Lauffer / Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 9
Lieben, Liken, Spielen
Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute
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 2014

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 978-3-86736-239-9

Im Interview

m³ multimediamobil im fjs e.V.

Förderverein für Jugend und Sozialarbeit e.V., Potsdam + Kooperationspartner

Susanne Grunewald

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Durch das mobile Konzept konnten Orte bedient werden, an denen sonst keine Ressourcen für Medienkompetenz-Förderung vorhanden sind. Unserer Meinung nach hat sich die mobile Medienarbeit für das Flächenland Brandenburg bewährt und sollte fest verankert werden.

M³ war ein Modellprojekt, das dank der Förderung durch die Aktion Mensch großen Wert auf die Qualität der Bildungsangebote legen konnte und nicht unter dem Druck stand, eine breite Masse abdecken zu müssen. Es war uns möglich, die Bildungsformate an die individuellen Bedürfnisse der Auftraggebenden anzupassen.

Sehr bewährt hat sich die Zusammenarbeit von Pädagog/-innen und Fachkräften aus der Medienproduktion in den Workshops. Dadurch wurde ein breites Spektrum an Themen abgedeckt und eine umfangreiche Begleitung der Teilnehmenden gewährleistet.

Besonders im Bereich der digitalen Medien konnten wir zumindest temporär die Lücke der fehlenden Ansprechpartner durch das Generationen-Gap füllen. Der Ansatz, den Teilnehmenden als Expert/-innen ihrer Lebenswelt zu begegnen, wurde sehr dankbar angenommen – dadurch haben uns die Heranwachsenden Zugang zu ihren Themen gewährt, was eine produktive Zusammenarbeit ermöglicht hat.

Außerdem haben wir uns bemüht, geschlechterreflektiert zu agieren. Wir haben auf ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis bei den Teamenden geachtet und teilweise bewusst weiblich sozialisierte Teams als Role-Model in männlich konnotierte Tätigkeitsfelder gesetzt. Typische Rollenzuschreibungen wollten wir vermeiden und haben in Sprache und Schrift darauf geachtet, dass sich alle Geschlechter angesprochen

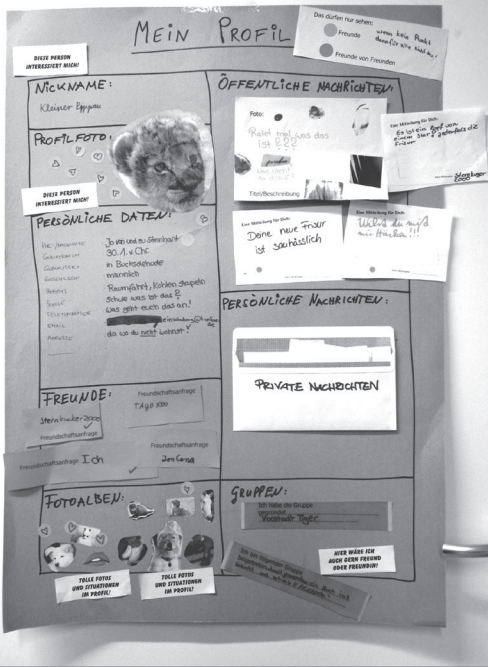
fühlen. In einem Fall (DJ-ing) wurde entschieden, den Workshop nur für Mädchen anzubieten, da gerade auf dem Land noch die Meinung vorherrscht, dass das nur etwas für Jungs ist.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

Ziel war es, den Heranwachsenden die Möglichkeiten der kreativen Mediengestaltung aufzuzeigen. Und das wurde erreicht, indem sie gelernt haben, mit den Produktionsmitteln umzugehen. Neben der Fertigstellung eines Produktes war es vor allem wichtig, die Teilnehmenden in möglichst viele Bereiche des Produktionsprozesses einzubeziehen. Die Themenauswahl wurde weitgehend offen gehalten, um das Einfließen der eigenen Ideen zu erleichtern. Die Wahl der Aufgaben im Produktionsprozess lag ebenfalls bei den Teilnehmenden, wodurch die individuellen Neigungen und Talente gefördert wurden bzw. Raum gegeben war, um etwas Neues auszuprobieren. Bei der eingesetzten Technik haben wir uns bemüht, sowohl einen Einblick in professionelle Produktionsmittel zu gewähren als auch kostengünstige Alternativen aufzuzeigen.

Die Thematisierung der sogenannten Persönlichkeitsrechte durchzog alle Workshops, insbesondere die Formate, die sich mit digitalen Medien auseinandersetzten. Hierfür waren vor allem die Angebote geeignet, in denen offline online gespielt wurde. Neben der Vermittlung von rechtlichen Grundlagen und der grundlegenden Funktionsweisen des Internets konnte so im geschützten Raum die Dynamik der Teilhabe an sozialen Netzwerken direkt erfahrbar gemacht werden und eine Auseinandersetzung damit stattfinden. Dadurch sind die Teilnehmer/-



verantwortlichen Erwachsenen in den Lernprozess der Heranwachsenden mit einbezogen.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer?

Da die angefahrenen Orte, das jeweilige Setting und die Gruppen sehr unterschiedlich waren, lassen sich die Vorkenntnisse der Teilnehmenden schwer zusammenfassen.

Im gestalterischen Bereich waren in der Regel keine Vorkenntnisse mit der Produktionstechnik (Soft- und Hardware) vorhanden. Eine Ausnahme stellten die Formate dar, die mit Alltagsgeräten (Smartphones, Tablets) durchgeführt wurden. Doch selbst in diesem Fall hatten die Teilnehmenden zwar alle schon einmal die Kamera ihres persönlichen Gerätes benutzt, jedoch selten für mehr als Schnappschüsse.

Im Bereich Social Media fanden wir eine andere Situation vor: Viele Grundschul Kinder besitzen ein eigenes Smartphone, haben teilweise schon eigene E-Mailadressen und Profile in Online-Communitys. Spätestens ab 14 Jahre ist die Teilhabe an mehreren Communitys, zumindest als Prosument/-in, die Regel.

Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Die Tätigkeit von m^3 hat alle Bereiche der Medienkompetenz berührt. Der Schwerpunkt lag auf der kritisch-reflexiv begleiteten Mediengestaltung und -nutzung.

Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

Die Teilnehmenden haben einen Einblick in diverse Produktionsmöglichkeiten mit lokaler Software, Hardware, klassischer Medientechnik und Online-Tools erhalten und konnten sich damit eine Orientierung für ihre persönlichen Neigungen und Talente verschaffen.

Sie haben sich Grundlagen der Funktionsweise des Internets angeeignet und mehr Sicherheit im Umgang mit dem Urheberrecht, Datenschutz und Personenschutz erlangt. Dass

innen präventiv für Rechtsverletzungen sensibilisiert worden. Es konnte ein verantwortungsvoller Umgang mit Internet-Technologien gefördert und gegen diskriminierendes oder gewaltvolles Verhalten vorgebeugt werden.

Die Vermittlung demokratischer Grundwerte war immer Querschnittsthema und hat alle Bereiche durchzogen. Dafür haben wir uns um eine offene, auf Gegenseitigkeit beruhende Lernatmosphäre bemüht, in der alle die Möglichkeit hatten, sich unabhängig von ihrer sozialen Herkunft und Vorbildung einzubringen. Hierzu gehörte auch eine geschlechterreflektierte Arbeitsweise, wodurch z.B. ein DJ-Workshop speziell für weiblich sozialisierte Teilnehmende konzipiert wurde.

Das Arbeiten im Team war in allen Angeboten ein wichtiger Faktor.

Um ein möglichst hohes Maß an Nachhaltigkeit zu erreichen, legten wir viel Wert auf eine enge Zusammenarbeit mit Sozialarbeiter/-innen, Institutionen, Kooperationspartner/-innen vor Ort. Der Ansatz von m^3 war, die lokalen Jugendhilfestrukturen zu unterstützen bzw. zu begleiten. Wo es möglich war, wurden die ver-

ein fairer Umgang untereinander im Internet genauso wichtig ist wie auf dem Schulhof, war eine wesentliche Erkenntnis, die auch dazu beigetragen hat, sich selbst besser schützen bzw. sich Hilfe holen zu können.

Die Fähigkeit zur produktiven Teamarbeit und einer respektvollen Diskussionskultur wurde gefördert und die Teilnehmer/-innen wurden zur reflektierten Meinungsäußerung ermuntert.

Probleme und Grenzen

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

Unser Anspruch war, die Angebote möglichst zugängsam zu gestalten. Deshalb hätten wir die Workshops gerne kostenfrei angeboten. Durch den hohen Eigenmittel-Anteil der Förderung, in dessen Akquise wir viel Zeit und Kraft investiert haben, mussten wir jedoch Unkostenbeiträge erheben. Die Beiträge waren gestaffelt und konnten so den Möglichkeiten der Auftraggebenden angepasst werden.

Dass wir unsere Zielgruppe fast ausschließlich über Jugendhilfestrukturen erreichen konnten, war zu Projektbeginn nicht geplant – gerne hätten wir mehr mit freien Gruppen und Bildungsträgern zusammengearbeitet. Außerdem beruhte die Antragstellung auf geäußerten Unterstützungsbedarfen aus dem ländlichen Raum an die Medienwerkstatt Potsdam, die aus den Jugendhilfestrukturen kamen. Dem konnten wir mit dem Projekt nachkommen, für das Erschließen anderer Strukturen war der Projektumfang (drei Jahre mit 50 Wochenstunden, verteilt auf zwei Personen) zu klein.

Wir haben zum größten Teil nur Heranwachsende erreicht, die schon an sensibilisierte Einrichtungen angebunden waren und einen Handlungsbedarf erkannten. Das Bewusstsein für die Dringlichkeit der Medienkompetenz-Förderung setzt sich aufgrund der öffentlichen Debatten der letzten Jahre so langsam auch in den abgelegeneren Gebieten durch – daher wird der sichtbare Bedarf in den nächsten Jahren noch zunehmen. Leider ist für Branden-

burg momentan nicht geklärt, wer diese Aufgabe übernehmen wird.

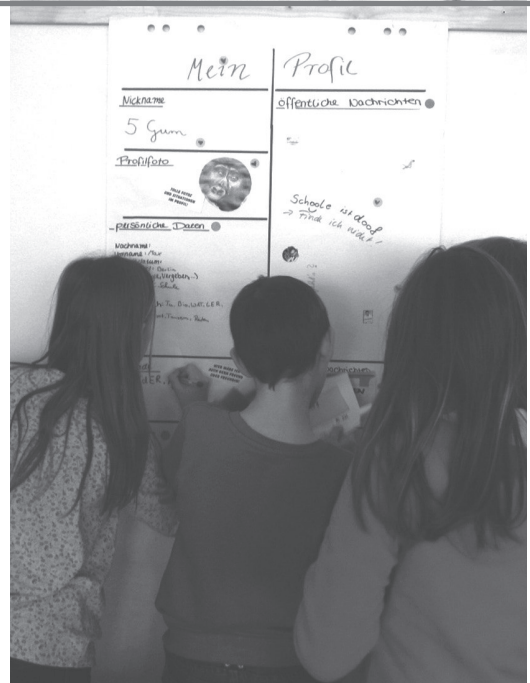
Pädagogische Grenzen gab es häufig beim Thema Online-Communitys. Die Workshop-Anfragen von Pädagog/-innen erreichten uns oft erst, wenn es bereits einen bekannt gewordenen Cybermobbing-Vorfall gab. Dann haben wir die Anfragen an die entsprechende Fachstelle weitergeleitet, da wir im Rahmen von *m³* präventiv arbeiteten.

Mit diskriminierenden Haltungen oder Inhalten waren wir erstaunlich wenig konfrontiert. Darauf konnten wir in unseren Workshop-Formaten auch nicht näher eingehen und mussten auf andere Seminarangebote oder Beratungsstellen verweisen.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Für die mobile Medienarbeit wird natürlich ein Fahrzeug mit entsprechender Versicherung benötigt. Es muss nicht unbedingt ein vollaus-



gestatteter Medienwagen sein, denn auch die Technik wird immer mobiler und muss bei einer breiten Angebotspalette flexibel, gut transportierbar und leicht austauschbar sein, um schnell auf Neuerungen reagieren zu können. An vielen Einsatzorten, vor allem in Camps, muss die komplette Ausstattung vom Stromkabel über die Produktionsmittel bis zur Präsentationstechnik mitgebracht werden.

Die Anbindung an einen medienpädagogischen Standort, in unserem Fall der Medienwerkstatt Potsdam, ist in vielerlei Hinsicht sinnvoll. Wir konnten auf deren technische Ausstattung aufbauen, dort unsere Seminare vorbereiten, die Technik lagern und hatten mit den Kolleg/-innen einen wertvollen Fachaus-tausch.

Tipps für die Praxis

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

Wir empfehlen, genügend Zeit in die Netzwerkarbeit zu investieren – gerade im ländlichen Raum läuft viel über persönlichen Kontakt. Außerdem ist es sinnvoll, bei einer Anfrage möglichst genau die Motivationen und Erwar-

tungen zu klären, da die Voraussetzungen von Ort zu Ort sehr unterschiedlich sind.

Darüber hinaus können wir die interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Medienpädagog/-innen und Fachpersonal aus der Medienproduktion empfehlen.

Motivation

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

Im außerschulischen Kontext ist die Motivation der Zielgruppe eine große Herausforderung. Kinder und Jugendliche sind heute durch ihren schulischen und familiären Alltag stark belastet, auf dem Land kommen häufig lange Fahrtzeiten und eine schlechte Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel hinzu.

Da wir in der Regel von Sozialarbeiter/-innen angefragt wurden, lag der größte Teil der Motivationsarbeit bei ihnen. Vor Ort kam uns die Aufgabe zu, die Teilnehmenden zur aktiven Mitarbeit zu bewegen und sie so gut einzubinden und zu begeistern, dass sie bis zum Schluss dabei geblieben sind. Das haben wir durch eine bedürfnisorientierte Seminargestaltung und möglichst individuelle Betreuung erreicht. Wir haben versucht, die Inhalte erlebnisorien-



tiert und interaktiv zu vermitteln und den frontalen Input auf das Nötigste zu beschränken. Uns war immer wichtig zu betonen, dass ihre Teilnahme freiwillig ist und sie unser Angebot mitgestalten können.

Was hat den beteiligten Kindern und Jugendlichen besonders viel Spaß gemacht? Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Ich denke, dass wir in der Regel eine gute Lernatmosphäre schaffen konnten. Der persönliche Mehrwert der einzelnen Teilnehmenden war je nach Inhalt, Vorwissen und Interesse sehr unterschiedlich. Besonders begeistert waren die meisten von der Möglichkeit, Produktionstechnik anwenden zu können, zu der sie sonst keinen Zugang haben bzw. die für sie neu war.

Für uns waren die wenigen Gruppen, die ohne pädagogische Leitung den Weg zu uns gefunden haben, besonders motivierend. Oder wenn eine anfängliche Abwehrhaltung im Laufe des Workshops in eine produktive Zusammenarbeit umgeschlagen ist. Die Kreativität und Lernfähigkeit motivierter Teilnehmer/-innen ist immer wieder beeindruckend.

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?

Da wir den meisten Teilnehmenden nur einmal begegnet sind und auch in vielen Einrichtungen nur einmal waren, wissen wir leider nicht, inwiefern sich die Anstöße aus unseren Workshops verselbständigt haben. Das können wir nur hoffen.

Das pädagogische Personal vor Ort ist leider oft überlastet und überfordert damit, medienpädagogische Inhalte in ihren Arbeitsalltag zu integrieren. Nicht zuletzt deshalb halten wir es momentan für die beste Lösung, die mobile Medienarbeit in Brandenburg fortzusetzen.

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

Die 3-jährige Projektförderung lief Ende Februar 2014 aus, bisher gibt es kein Anschlussprojekt mit ähnlichem Ziel und Inhalt.

Als Teil der Netzwerkstruktur in der medienpädagogischen Arbeit geben wir gern unsere Erfahrungen und Erkenntnisse weiter und bemühen uns um eine strukturelle Verankerung mobiler medienpädagogischer Arbeit, besonders im ländlichen Raum.

Derzeit wird unsere Arbeit von einigen Partner/-innen und Interessent/-innen angefragt und wir können einzelne Angebote als Honorartätigkeit durchführen, allerdings ungefordert und damit für viele Interessent/-innen nicht erschwinglich.

Themen

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

Neben dem Evergreen des Filmemachens, der nach wie vor nichts von seiner Faszination eingebüßt hat, war das Interesse am Thema Online-Communitys besonders hoch. Auch die rechtlich relevanten Aspekte der Internetnutzung waren für Jugendliche, die schon eigene Profile, Weblogs oder sogar Homepages betreiben bzw. selbst Content erstellen, besonders spannend.

Trends und Interessen der Zielgruppe

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

Alles, was mit Internet und mobilen Endgeräten zu tun hat: Online-Communitys, Games, Messenger, Apps etc.

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

Wir versuchen, einen kritisch-reflexiven Umgang mit den Technologien zu fördern und mobile Endgeräte zur kreativen Medienproduktion einzusetzen. In einem Workshop-

Format haben wir zum Beispiel mit einer interaktiven Zeichen-App auf Tablets gearbeitet, was sowohl auf der Hardware- als auch auf der Software-Ebene große Begeisterung bei den Teilnehmenden hervorgerufen hat.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Das projektbasierte Arbeiten ist für kleine Einrichtungen mit viel Aufwand, prekären Arbeitsverhältnissen und finanziellen Risiken verbunden. Inhaltlich eignet es sich für den Praxistest innovativer Vorhaben und modellhafte Versuche. Leider gibt es selbst für gelungene Modellprojekte oft keine Anschlussförderung. Auszeichnungen wie der Dieter Baacke Preis tragen aber wesentlich zur Chance einer Weiterführung gelungener Projektarbeit bei.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Projektbasierte Medienkompetenzförderung sollte mehr Ausnahme als Regel sein, sich auf den Bereich der Innovation beschränken. Wir halten es für sinnvoll, gelungene Projektarbeit in eine strukturelle Förderung zu überführen.

Struktur und Rahmen

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

Für ein Projekt wie *m³* war die Laufzeit von drei Jahren das Minimum, um erfolgreich agieren zu können – ein Netzwerk aufzubauen und produktive Kooperationen zu bilden, nimmt viel Zeit in Anspruch.

Der Praxistest der Konzepte erfordert eine flexible Struktur, um die Ideen an die Realitäten anzupassen und Formate für neu auftauchende Bedarfe zu entwickeln.

Die Anbindung an eine Institution mit ähnlichen Themen und die Mitarbeit in entspre-

chenden Gremien ist sinnvoll, um genügend Fachaustausch zu gewährleisten.

Das Arbeiten im selbstorganisierten Team ist durch die hohen inhaltlichen und organisatorischen Anforderungen sehr konfliktgefährdet. Daher sollte eine Mediation vorgesehen werden.

Außerdem sollte Projektarbeit immer begleitend evaluiert werden, um einen Außenblick auf den Projektverlauf zu gewährleisten.

Das alles steht und fällt mit der Finanzierung – hier ist ein enger Dialog in der Planung und Durchführung des Projektes wünschenswert.

Feedback

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

Jeder Workshop wurde evaluiert. Die Ergebnisse sind bis auf weiteres auf der Projekthomepage und unter http://prezi.com/vkxgxl_bklq4/prasentation-m3-multimedia-mobil-gast/ [Stand: 04.07.2014] einsehbar.

Das einzige Feedback zur Weiterführung bzw. Beendigung des Projektes war, dass wir bitte wiederkommen sollen. Themenvorschläge gab es leider keine.

Interviewpartnerin

Susanne Grunewald: (*1975, Kassel) Quereinsteigerin im Bereich der Medienbildung; organisiert seit 15 Jahren kulturpolitische Veranstaltungen, eignet sich autodidaktisch Technologien an, konzipiert und leitet selbstorganisierte Seminare im Bereich der Erwachsenenbildung; seit 2011 auch in der Jugendmedienbildung tätig und absolvierte 2013 die berufsbegleitende Qualifizierung „Fachprofil Jugendmedienarbeit“ bei BITS21 in Berlin; seit Februar 2014 freiberufliche Dozentin für medienpädagogische Themen und geschlechterreflektierte Bildungsarbeit tätig.