

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

Fernsehmagazine „Begin Your Integration“ und „Young Refugees TV“

Offener TV-Kanal Bielefeld e.V./Kanal 21

Dirk Rehlmeier

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Die Arbeit der *Begin Your Integration*-Redaktion wurde im Frühjahr 2017 mit dem Bürgermedienpreis der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) ausgezeichnet. Auf der Urkunde zu dieser Verleihung wird die Auszeichnung von der LfM wie folgt begründet:

„Die Sendung BEGIN YOUR INTEGRATION gibt sich in der Selbstbeschreibung bescheiden und ist doch so viel mehr als ein serviceorientiertes Magazin für Geflüchtete. Es ist die optimistische, konstruktive und selbstbewusste Haltung, die allen Beiträgen zugrunde liegt und die Sendung so sehenswert macht. Welche Freizeitmöglichkeiten gibt es vor Ort für Kinder? Was macht das deutsche Weihnachtsfest traditionell aus? Und wie um Himmels willen soll man als Ausländer so komplizierte Wörter wie ‚Eichhörnchen‘ oder ‚Schlittschuhfahren‘ korrekt aussprechen? Die Sendung erzählt die Hürden der Integration mit einer großen Leichtigkeit und überzeugt auf der ganzen Linie mit Kreativität, einem starken Gestaltungswillen und vor allem mit einem sehr geschmackssicheren Humor.“

Nach dem NRW-weit ausgeschriebenen LfM-Bürgermedienpreis, der das TV-Produkt in den Vordergrund stellte, und dem bundesweit ausgeschriebenen Dieter Baacke Preis, der insbesondere die Förderung der Medienkompetenz im Rahmen der Geflüchteten-Aktivitäten von Kanal 21 hervorhebt, hat die *Begin Your Integration*-Redaktion Ende November 2017 auch den Integrationspreis der Stadt Bielefeld als lokal herausragende sozialpolitische Initiative erhalten. Wir freuen uns sehr, dass unserem

Verein diese Preise mit drei unterschiedlichen gesellschaftsrelevanten Hintergründen verliehen wurden.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele werden mit welchen Methoden verfolgt?

Um den Zugang zum Projekt *Young Refugees TV* für die jungen Geflüchteten freudvoll und effektiv zu gestalten, werden notwendige medientechnische Lerninhalte in ein- bis maximal zweitägigen Workshops „niederschwellig“ vermittelt, wobei am Ende möglichst immer ein präsentierbarer Beitrag entstanden sein soll, der sich insbesondere durch seine Haltung zur Welt und erst zweitrangig (aber eben doch auch) durch technische Qualität auszeichnet. Die Geflüchteten arbeiten an einem Produkt, das zur Veröffentlichung vorgesehen ist und daher für möglichst jeden – unabhängig davon, ob mit Fluchterfahrung oder ohne – verständlich sein soll. Unterstützt werden die jungen Flüchtlinge im Rahmen der Workshops von erfahrenen TV-Schaffenden sowie ergänzend oft auch von einem Geflüchteten, der bereits über filmische Kompetenzen verfügt. Diese „Tandemlösung“ trägt entscheidend zur Nachhaltigkeit bei. Der Kontaktaufbau zu den begleiteten und unbegleiteten jungen Teilnehmenden erfolgt über professionelle oder ehrenamtliche Träger, die bereits mit den Jugendlichen arbeiten.

Im Rahmen der *Begin Your Integration* (BYI)-Redaktion wird dagegen über einen längeren, meist mehrmonatigen Zeitraum mit Erwachsenen gearbeitet. Vor dem Hintergrund der Förderung der Maßnahmen durch das Jobcenter ArbeitPlus Bielefeld ist dabei auch die Vermittlung von berufsrelevanten Kompeten-

zen ein Ziel, wobei diese Vorgabe nicht in erster Linie medientechnisch, sondern stärker im Bereich der sozialen Fähigkeiten zu verstehen ist. Dies gilt gerade vor dem Hintergrund, dass in der BYI-Redaktion Geflüchtete gemeinsam mit langzeitarbeitslosen Menschen mit und ohne Migrationshintergrund agieren und lernen.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

Welche Vorkenntnisse haben die Teilnehmer*innen?

Viele – entgegen manchen herrschenden Klischees, aber keineswegs alle – der Geflüch-

te einige wenige der bei uns Mitwirkenden haben journalistische Vorkenntnisse. Sowohl im Hinblick auf medientechnische als auch auf die inhaltliche TV-Arbeit stellen Geflüchtete mit Vorkenntnissen für die Unerfahrenen wesentliche Bindeglieder dar. Sie sind dabei Identifikationsfigur und Multiplikator.

Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Medientechnische Lerninhalte im Umgang mit digitalen Kameras und Schnittsystemen werden vermittelt, sind aus unserer Sicht aber eher „Mittel zum Zweck“ (siehe nachfolgende Antwort).



teten verfügen über Kompetenzen im zielorientierten Umgang mit Handykameras. Unter den erwachsenen BYI-Redaktionsmitgliedern sind einige, die in ihren Herkunftsländern auch mit professioneller Fernsehtechnik agiert haben. Die große Mehrzahl der Mitwirkenden verfügt allerdings über keinerlei Kenntnisse im Umgang mit professionellen Kameras und digitalen Schnittsystemen. Gleiches gilt für die redaktionelle Seite der TV-Produktion: Nur

Welche Kenntnisse erwerben die Teilnehmenden?

Weit bedeutsamer als medientechnische Lerninhalte (s.o.) ist der Ehrgeiz, ein spannendes, charmantes, lehrreiches Bewegtbild-Produkt zu produzieren, das bei oft vorhandenen ironischen Untertönen eine positive Lebenseinstellung vermittelt und deshalb auch gern und mit Gewinn von Dritten angesehen wird.

Probleme und Grenzen

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

In der Arbeit mit Geflüchteten gibt es neben sprachlichen selbstverständlich auch kulturelle Barrieren. Es hilft, miteinander zu reden und gemeinsam an einem Produkt zu arbeiten. Auffällig bleibt, dass unter den weit mehr als 100 Geflüchteten, mit denen wir in den verschiedensten Arbeitsformen agiert haben, fast keine Mädchen und Frauen waren und es ist uns auch nicht gelungen, die wenigen weiblichen Mitwirkenden längerfristig einzubinden.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Die teils zwar veralteten, aber einigermaßen professionellen Kameras und Schnittsysteme, über die Kanal 21 verfügt, sind ein wesentlicher Faktor dafür, dass die Teilnehmenden mit Freude und Ernst bei der Sache sind. Und Verbreitungswege, wie das Internet mit seinen verschiedenen Social Media-Plattformen sowie nicht zuletzt der TV-Lernsender „nrwision“, können zur Teilhabe der Geflüchteten am gesellschaftlichen Leben in Deutschland beitragen.

Aus unserer Sicht wären aber auch Aktivitäten mit Geflüchteten und anderen Bevölkerungsgruppen denkbar, die stärker in die Gesamtgesellschaft wirken – selbst wenn „nur“ Smartphone-Technik, aber mit einer entsprechenden Haltung, eingesetzt würde. Hierzu wären allerdings Formen vernetzter öffentlichkeitswirksamer Verbreitung notwendig, wie der „Medienpraxis mit Geflüchteten“-Blog (<http://medienpraxis-mit-gefluechteten.de>), die in beteiligungsorientierter Form ganz unterschiedliche Themen in den Vordergrund rücken. Es gälte, bestehende Initiativen auf einer Bewegtbild-Plattform zumindest landesweit

zu bündeln und diese dann durch Marketing überregional bekannt zu machen.

Tipps für die Praxis

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

In der Arbeit mit Geflüchteten ist die Zusammenarbeit mit Einrichtungen und Menschen besonders wichtig, die bereits im direkten Kontakt mit der Zielgruppe stehen.

Motivation

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

Wenn ja, warum und wie?

Sobald der Kontakt zu den Teilnehmenden erst einmal vorhanden war, stellte es sich etwa bis Mitte 2017 so dar, dass diese immer mit großer Begeisterung und Neugier bei der Sache, also der Produktion von TV-Beiträgen waren. Seit einigen Monaten kommt es nun vor, dass Einzelne oder ganze Gruppen sich weniger motiviert zeigen. Besonders auffällig ist dies bei einzelnen Schülern oder ganzen Gruppen aus den sogenannten „Internationalen Klassen“.

Wir gehen davon aus, dass diese teilweise „Unlust“ weniger mit unseren Angeboten zu tun hat als mit dem Gefühl der jungen Menschen, in ihrem Alltag – der sich trotz scheinbar klar definierter schulischer Struktur wohl wie eine Aneinanderreihung von Projekterfahrungen darstellt – zwar „betreut“ zu sein, aber eben nicht integriert zu werden, sondern isoliert dazustehen. Aus unserer Sicht gilt es, Angebote zu schaffen, in denen Begegnungen stattfinden zwischen den erst relativ kurz hier in Deutschland lebenden Menschen und denen, die schon länger hier sind. Hierbei hilft es, wenn man gemeinsame Aufgaben und Ziele verfolgt.

Was macht den beteiligten Kindern und Jugendlichen besonders viel Spaß?

Den Geflüchteten bis etwa zum Alter von 15 Jahren macht es – wie den meisten Jugendlichen dieser Generation – in entsprechender Atmosphäre Spaß, sich selbst darzustellen. Ältere und Erwachsene haben eher Lust darauf, Themen und kulturelle Vergleiche in ansprechender filmischer Form darzustellen. Hinzu kommt hier gelegentlich schon das Interesse an Verwertbarkeit der Lernerfahrungen für die persönliche und berufliche Zukunft.

Und was finden Sie selbst besonders motivierend?

Das sind sowohl die Phasen, in denen es gelingt, „besonderen Alltag“ gemeinsam zu gestalten, als auch die darin enthaltenen Momente, in denen man mit- und manchmal auch übereinander lacht.

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?

Schon in der Phase, in der die *Begin Your Integration*- und *Young Refugees-TV*-Sendungen eher den „Insidern“ aufgefallen sind, haben sie das Selbstbewusstsein der daran Beteiligten erheblich gesteigert, weil sie mit Leidenschaft und Professionalität gestaltet wurden. Dass dieses Engagement nun zu mehreren Auszeichnungen und damit verstärkter Beachtung geführt hat, dürfte diesen Effekt noch verstärken, ohne dass jemand abheben wird.

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

Seit Dezember 2017 wissen wir, dass *Begin Your Integration* bis Ende 2018 weitergehen kann und im Januar 2018 haben wir die Bestätigung erhalten, dass auch die Maßnahmen von *Young Refugees TV* im schon laufenden Jahr erneut gefördert werden.

Themen

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

Der Vergleich des Alltags in Deutschland mit dem in den Herkunftsländern der geflüchteten Beteiligten ist für die Teilnehmenden sehr spannend.

Trends und Interessen der Zielgruppe

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

Sofern wir das beurteilen können: der Austausch mit Verwandten und Freunden in der langjährigen „Heimat“ über alle dazu hilfreichen Kommunikationskanäle.

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

Hilfe ist für den privaten Austausch nicht nötig und Beteiligung im Regelfall auch eher unangemessen.

Perspektiven

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

Bei Kanal 21 handelt es sich um eine bürgermediale Facheinrichtung, mit einer für Bielefeld typischen – zuallererst von Dieter Baacke mitgeprägten – medienpädagogischen Haltung. Die bei uns Mitwirkenden nehmen zwischen beiden, in NRW fördertechnisch getrennten Bereichen daher auch kaum eine Trennung wahr. Im Unterschied zu anderen halten wir die möglichst öffentlichkeitswirksame Verbreitung von Produkten für den Erfolg von Projekten aktiver Medienarbeit allerdings für existenziell. Dieses Verständnis, dass Medienprodukte im Regelfall eben nicht dazu gemacht werden sollten, um dann in internen Räumen zu verbleiben, sehen wir durch die Auszeichnung mit dem Dieter Baacke Preis bestätigt. Der Preis



wird Kanal 21 hoffentlich helfen, über das Einwerben von Projekt- und Drittmitteln unsere Arbeit inhaltlich innovativ weiterzuentwickeln und finanziell zu stabilisieren.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Bürgermediale Beteiligung hat nur noch eine sehr schwache Lobby. Auf diese Grundidee aufsetzende Einrichtungen, wie Kanal 21, stehen mit dem „Rücken zur Wand“. Nahezu jedes Jahr werden die Fördermittel zumindest in Nordrhein-Westfalen erheblich gekürzt, obwohl andererseits scheinbar große Einigkeit darüber besteht, dass die Beteiligung von Bürger*innen an gesellschaftlichen Prozessen eine wichtige Aufgabe unserer Demokratie ist.

Obwohl die Förderung von Medienkompetenz auf den ersten Blick derzeit besser verankert zu sein scheint, sind auch die meisten Einrichtungen der Medienpädagogik weiterhin von kurz- und mittelfristigen Projektförderungen abhängig.

Da sowohl Bürgerbeteiligung als auch Medienbildung zu den wichtigsten Themen von demokratischen Gesellschaften im 21. Jahrhundert gehören, muss es gesellschaftliches

Ziel sein, die Facheinrichtungen dieser eng miteinander verknüpften Aufgabengebiete zu stärken.

Struktur und Rahmen

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

Siehe vorherige Antwort.

Interviewpartner

Dirk Rehlmeier: Jahrgang 1964; ist gelernter Speditionskaufmann, hat Diplom-Sozialarbeit studiert und eine Ausbildung zum Hörfunk-Journalisten absolviert; arbeitete als Referent für Bildung und Medien beim Bielefelder Jugendring e.V. sowie als Projektkoordinator bei der GMK und der beim IJAB e.V. (Bonn) angesiedelten Bundesinitiative „Jugend ans Netz“; seit 2005 Geschäftsführer des Offenen TV-Kanal Bielefeld e.V. und seit 2010 von dessen Tochtergesellschaft, der Kanal 21 gemeinnützigen GmbH.

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.