

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)

**Instagram und YouTube der (Pre-)Teens
Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe**

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 14
Instagram und YouTube der (Pre-)Teens
Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe
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

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2019

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

ISBN 978-3-86736-514-7
eISBN 978-3-86736-653-3

Franziska Giffey, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
**Grußwort anlässlich der Verleihung des Dieter Baacke Preises
am 17. November 2018 in Bremen** **9**

Friederike von Gross / Renate Röllecke
Instagram und YouTube der (Pre-)Teens **11**
Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe

Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis

Lars Gräßer / Markus Gerstmann
„Ich krieg das halt alles einfach mit und das ist halt das Schöne daran“ **19**
Inspiration durch soziale Bewegtbild-Netzwerke

Kai-Uwe Hugger et al.
Zwischen Authentizität und Inszenierung **29**
Zur medienkritischen Einschätzung informationsorientierter YouTuber*innen-Videos
durch Jugendliche

Tanja Witting
Mädchen und junge Frauen auf Instagram **37**
Zwischen Schönheitsnormen und Empowerment

Christa Gebel / Andreas Oberlinner
Das GEHEIMNIS meines ERFOLGES **45**
Zum Orientierungspotential von YouTube-Stars für 10- bis 14-Jährige

Martina Schuegraf / Tobias Börner
Instagram-Faszination für Heranwachsende **51**

Henrike Boy / Sabine Sonnenschein
Mit YouTube und Co. stark und kreativ werden **57**
Methoden zur Persönlichkeitsentwicklung und Förderung der Kritikfähigkeit

Isabel Venne / Larissa Brands
Social Media – Musik-Apps in inklusiven Kontexten 63
 „Durchblick im Netz“: ein inklusives, medienpädagogisches Projekt zur risikoarmen Teilhabe

Iren Schulz, Schau Hin-Coach, im Interview mit Renate Röllecke
Medienaktive Kinder – ratlose Eltern? 73

Methoden zum Thema „Social Media“ für Fortbildungen und die medienpädagogische Praxis 79

Special zum Sonderthema „Kinderrechte in der digitalen Welt“ (Kategorie F)

Luise Meergans / Sophie Pohle
Von der Medienpädagogik zur Kinderrechtebildung 85
 Über das Verhältnis von Kinderrechten und Medienpädagogik in der digitalen Welt

Teil 2: Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

Metaversa e.V.
Flucht nach Utopia 99
 (Kategorie A – Projekte von und mit Kindern)

Verein zur Förderung akzeptierender Jugendarbeit e.V. (VAJA)
#rootsnvisions/Wurzeln und Visionen – Geflüchtete und Bremer Jugendliche gestalten gemeinsam eine Videoprojektion 107
 (Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen)

ZDS Berufsinternat
Sag Was – eine polyperspektivische und multimediale Arbeitshilfe 113
 (Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen)

Moviemiento e.V.
Living Legends – Memory in Motion 121
 (Kategorie C – Interkulturelle und internationale Projekte)

LAG Kunst und Medien NRW e.V. und Selfigrafen
NeoEnkel – generationsübergreifendes Fotoprojekt mit Geflüchteten und Senior*innen 129
 (Kategorie C – Interkulturelle und internationale Projekte)

Medienprojekt Berlin e.V.
Wahl inklusiv – Ein Videoworkshop für Menschen mit und ohne Behinderungen 135
 (Kategorie D – Intergenerative und integrative Projekte)

Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW
Spieleratgeber-NRW 145
 (Kategorie E – Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter)

tinkerbrain. Institut für Bildungsinitiativen GmbH
#stadtsache. Crossmediale Teilhabe an der Stadt. 153
 (Kategorie F – Projekte zum Sonderthema „Kinderrechte in der digitalen Welt“)

Trickmisch – das mobile Sprachlabor
Trickmisch – Deutsch lernen mit Trickfilmen 161
 (Besondere Anerkennung)

Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

Dieter Baacke (1999)
Was ist Medienkompetenz? 169

Einfach bewerben
Dieter Baacke Preis – die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte 171

Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis 173

Abbildungsnachweis 175

nert und an die speziellen regionalen Voraussetzungen und Bedürfnisse angepasst wurden. Nachdem die grundlegenden Kenntnisse auf spielerischem Weg und durch niedrighschwellige Technik vermittelt worden waren, erfolgte die Arbeit an den Geschichten in kleinen Gruppen mit intensiver Betreuung von einem zweiköpfigen, kulturell und professionell heterogenen Tutorenteam. Die fertigen Kurzfilme wurden am letzten Tag des Aufenthalts jeweils der dörflichen Gemeinschaft öffentlich präsentiert.

Projektlaufzeit

Sechs Monate

Ergebnisse

Während der zwölf Workshops in vier verschiedenen Ländern entstanden 35 kurze Animationsfilme in sechs verschiedenen Sprachen. Die Filme sind auf Vimeo und auf der Projekt-Webseite zu sehen. Außerdem verfasste das Team parallel zu den Workshops zwölf

kurze dokumentarische Porträts über die Orte, an denen die Workshops stattfanden. Zum Teil befinden sich diese noch in Bearbeitung. Auf der Projekt-Webseite gibt es außerdem in Form eines Tour-Tagebuchs ein Making-off-Video zu jedem Workshop, ergänzt durch Berichte und Fotomaterial. Das Methodenhandbuch ist seit Ende 2018 ebenfalls auf der Projektwebseite online.

Alle Filme finden Sie auf www.livinglegendsproject.org/stories und das Tour-Tagebuch auf www.livinglegendsproject.org/diary.

Kontakt

Julia Schneeweiss
E-Mail: julia@moviemiento.org

Moviemiento e.V.
Grünbergerstr. 73
10407 Berlin
Web: www.moviemiento.org,
www.livinglegendsproject.org

Im Interview

Living Legends – Memory in Motion

Moviemiento e.V.

Julia Schneeweiss

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?
Living Legends war ein Kooperationsprojekt zwischen Deutschland, Estland, Ecuador und Kolumbien. Ein internationales Team aus zwölf Filmschaffenden bereiste gemeinsam alle vier Länder und entwickelte eine eigene Methodik für das Projektanliegen, die Digitalisierung von traditionellen Mythen und Legenden durch jugendliche Projektteilnehmer*innen. Mit dem Projekt sollte eine Brücke zwischen mündlicher Überlieferung und digitaler Kultur geschlagen und dadurch ein Dialog der Generationen angeregt werden. Die Arbeit in einem Team mit so unterschiedlichen kulturellen wie auch professionellen Hintergründen war nicht immer einfach, aber auf jeden Fall sehr inspirierend. Die Workshops verliefen nach einer kurzen Kennenlernphase sehr eingespielt und harmonisch, während das ununterbrochene Zusammenleben und -reisen das Team zum Teil viel Kraft kostete und das Zurückstellen persönlicher Befindlichkeiten abverlangte.

Der generationsübergreifende Ansatz machte die Workshops für alle Beteiligten zu einem ganz besonderen Erlebnis. Auf der Suche nach geeigneten Geschichten begleiteten wir die Jugendlichen zu den älteren Dorfbewohner*innen, die ihre Erinnerungen gerne mit uns teilten. Die Jugendlichen erlernten so Interviewtechniken, während die Älteren sich geschmeichelt fühlten und sichtlich bewegt waren, an dem Interesse der jungen Generation.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele werden mit welchen Methoden verfolgt?

Durch unsere partizipativen Filmworkshops sollen Jugendliche den kreativen Umgang mit alltäglichen Tools wie Smartphone und Computer lernen. Wir benutzen die Stop-Motion-Technik in 2D und 3D, um einfache Trickfilme herzustellen. Die Funktionsweise der Technik können die Teilnehmer*innen mit einer kostenlosen App auf ihren Smartphones testen und sich durch diverse praktische Übungen mit Parametern wie Zeit, Raum und Bildausschnitt vertraut machen. Die Umsetzung von der erzählten Geschichte über das Storyboard zum Trickfilm erfolgt meist mit professioneller Technik, wie Spiegelreflexkamera und Animationssoftware, so dass in allen Bereichen Erfahrungen gesammelt werden können. Positionen im Team werden regelmäßig getauscht. Die Teilnehmer*innen treffen alle kreativen Entscheidungen selber und fertigen auch das komplette Set-Design selbst an, die Workshopleiter*innen geben lediglich Tipps aus dem Hintergrund, bedienen aber die Technik nicht. Wir versuchen dabei so oft es geht natürliche Materialien aus der Gegend zu benutzen, damit die Filme auch einen regionalen Touch bekommen. Auch die Vertonung nehmen die Jugendlichen selbst in die Hand, nur selten wird auf Sounddatenbanken zurückgegriffen.

Am Ende haben die Jugendlichen alle Phasen der Filmproduktion durchgemacht und zusätzlich noch einfache Interviewtechniken gelernt. Auch die Präsentation der Filme wird am Ende, wie bei einer richtigen Film Premiere, von den Jugendlichen selber vorgetragen.



Ein weiteres Projektziel, einen Austausch zwischen den Generationen herzustellen, wird durch die Suche nach Geschichten und durch den Interviewtag erreicht. Die Erzähler*innen sind im Vor- oder Abspann der Filme immer kurz zu sehen und werden selbstverständlich zu den Präsentationen geladen.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

*Welche Vorkenntnisse haben die Teilnehmer*innen?*

Je nach Land und Region bringen die Teilnehmenden unterschiedliche Voraussetzungen mit. Während in Europa die Verbreitung von Smartphones und die Nutzung von digitalen Medien in unserer Zielgruppe im privaten Bereich selbstverständlich sind, gibt es dagegen in Südamerika noch große regionale Unter-

schiede. Für die Teilnahme an den Workshops sind Vorkenntnisse allerdings nicht notwendig.

Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Das Projekt fördert vor allem eine kreative Mediennutzung und damit die Fähigkeit, selbst gestaltend tätig zu werden. Durch den Prozess der Filmherstellung werden gleichzeitig bestimmte Wirkungen, z.B. Kameraeinstellungen und Filmmusik, reflektiert und somit der Grundstein für eine bewussteren Medienwahrnehmung gelegt.

Welche Kenntnisse erwerben die Teilnehmenden?

Die Teilnehmer*innen lernen, wie Trickfilme hergestellt werden und welche immense Arbeit dahintersteckt. Das fördert zum Beispiel die Geduld und den Teamgeist. Weiterhin ler-

nen die Jugendlichen über das Storyboard und den kreativen Prozess des Set-Designs, eine erzählte Geschichte in ein audiovisuelles Produkt zu verwandeln.

Probleme und Grenzen

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

Die Sprachbarriere erschien im Vorfeld des Projekts als großes Hindernis, zeigte sich aber in der Umsetzung als weit weniger problematisch. Jedes Tutorenteam war mit einer/einem Muttersprachler*in besetzt, die gemeinsamen Projektsprachen unter den Tutor*innen waren Englisch und Spanisch. So konnte die/der Muttersprachler*in zwischen den Jugendlichen und der/dem anderen Tutor*in vermitteln. Am Ende der siebentägigen Workshops funktionierte die Kommunikation dann meist auch so. Schwierigkeiten ergaben sich eher aus dem zeitintensiven Anspruch der Workshops, die aufgrund der Projektbeschaffenheit ja auch an einem Stück stattfinden mussten. Die Zusammenarbeit mit Schulen oder kompletten Schulklassen in Form einer Projektwoche erwies sich in Europa als effektiver, während in Lateinamerika die Jugendlichen den Workshop nachmittags nach der Schule in ihrer Freizeit besuchten.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Die Workshops sind mit verschiedenen technischen Voraussetzungen durchführbar. Bei minimalem Aufwand werden lediglich Smartphones, die entsprechenden kostenfreien Apps und ein Stativ benötigt. Für einen komplexeren Aufbau und eine höhere technische Qualität der Ergebnisse verwenden wir Spiegelreflexkameras und Computer mit Schnitt und Animationssoftware sowie Audiorecorder.

Tipps für die Praxis

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

Gerne stehen wir für konkrete Fragen und Anregungen jederzeit zur Verfügung. Wir würden uns freuen, wenn das Konzept von *Living Legends* auch in anderen Teilen Deutschlands oder der Welt umgesetzt würde und teilen alle Geschichten auf unserer virtuellen Karte. Wenn der Workshop, wie in unserem Fall, nicht im eigenen „Kiez“ durchgeführt werden soll, ist es essentiell, mit kompetenten Partnern vor Ort zusammenzuarbeiten. Diese kümmerten sich dann vor Ort um die Teilnehmerakquise und stellten die Workshopräume zur Verfügung.

Motivation

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

Eigentlich nicht, das Genre Trickfilm ist an sich sehr attraktiv.

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

Die Jugendlichen hatten besonders an den praktischen Übungen mit dem Smartphone sehr viel Spaß. Ebenso begeisterten sie sich für die Tonaufnahmen, da sie dazu tatsächlich komplett alleine unterwegs sein konnten. Der Animationsprozess konnte zum Teil etwas langatmig werden und die Geduld der Teilnehmer*innen herausfordern. In diesen Fällen haben wir die entsprechenden Kandidat*innen, die nicht mehr still sitzen konnten, dann meist mit dem Aufnahmegerät losgeschickt, um Tonaufnahmen zu besorgen.

Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Uns motivierten vor allem die regionalen und kulturellen Unterschiede der Orte, die wir besuchten. Nicht nur die Geschichten, sondern natürlich auch die Bewohner*innen variierten dabei sehr. Besonders positiv waren in den



meisten Fällen auch die sich entwickelnde Gruppendynamik und das Vertrauensverhältnis untereinander und zu uns, sowohl in den Kleingruppen wie auch in der gesamten Gruppe. Waren wir zu Beginn meist alle Fremde, reiste man am Ende oftmals mit neuen Freundschaften weiter.

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?

Schwer zu sagen. Wir hoffen bei der/dem einen oder anderen Teilnehmer*in einen bewussteren Umgang mit Medien bzw. eine bewusster Medienrezeption stimuliert und eventuell sogar ein Interesse sowie Kompetenzen für eine spätere kreative Tätigkeit im Medienbereich geweckt zu haben. Auf jeden Fall zeigt das Projekt niedrigschwellig Möglichkeiten auf, Medieninhalte kreativ zu gestalten.

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

Die *Living Legends*-Tour durch Ecuador, Kolumbien, Estland und Deutschland ist abgeschlossen. Ein elementarer Aspekt des Konzepts liegt aber in der Wiederholbarkeit der Methode bzw. in ihrer Multiplikation. Weitere Workshops haben in Ecuador und Deutschland bereits stattgefunden. Eine Fortsetzung wird es 2019 im Rahmen des im September in Klein Glien (Brandenburg) stattfindenden Festivals *Flämingsause* geben. Geplant, aber auch noch unsicher in der Finanzierung, ist außerdem eine Workshopreihe im Winter 2020 im Inselstaat Vanuatu. Anfragen von Jugendeinrichtungen, Schulen, Gemeinden oder Vereinen, die sich für einen *Living Legends*-Workshop interessieren, werden von *Movimiento* gerne entgegengenommen.

Themen

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

Besonders unterhaltsam waren für die Jugendlichen zum Beispiel die praktischen Übungen mit der Smartphone-App. Viele haben damit dann direkt zu Hause weitergemacht und eigene kleine Filme produziert. Auch die Recherche nach Geschichten und die Interviews mit den älteren Menschen sind jeweils ein sehr emotionaler und aufregender Teil des Projekts, sozusagen die Feldforschung.

Trends und Interessen der Zielgruppe

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

Der selbstverständliche Besitz eines eigenen Smartphones und die tägliche Nutzung der angesagtesten Apps sind Trends, die sich weltweit ausbreiten. Die tägliche Mediennutzungszeit von Jugendlichen (und auch Erwachsenen) ist dadurch enorm gestiegen, schon von jungem Alter an spielt sich ein großer Teil des Soziallebens online ab.

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

Wir versuchen in unseren Workshops darauf einzugehen, indem wir Smartphones als Technologie verwenden und den kreativen Umgang damit schulen.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Movimiento wird sich auch in Zukunft auf die Entwicklung origineller medienpädagogischer Projekte im Rahmen der interkulturellen Projektarbeit konzentrieren. Durch den Erfolg des Projektes *Living Legends* hoffen wir natürlich

auf Folgeprojekte in weiteren Regionen und die Multiplikation unseres Workshopkonzepts.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Wir hoffen, andere im medienpädagogischen Bereich tätige Organisationen zu inspirieren und teilen unsere Methodik sowie unsere Projektwebseite gerne mit ihnen.

Struktur und Rahmen

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

Für die interkulturelle Projektarbeit ist eine funktionierende Kommunikation mit den Partnerorganisationen in der Projektvorbereitung grundlegend. Realisiert haben wir diese zum Beispiel durch die Nutzung von Online-Projektmanagement-Tools. Ein gut organisiertes Kick Off-Event, bei dem die Organisator*innen persönlich zusammentreffen und das Projektformat sowie bestimmte Inhalte gemeinsam erarbeiten, ist für ein erfolgreiches interkulturelles Projekt ebenso ratsam.

Feedback

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

Natürlich wurden wir oft gefragt, wann wir wiederkommen und weitermachen. In dem Rahmen der einmaligen Projektförderung kann man diese Frage natürlich nie wirklich ehrlich beantworten. Gerne würden wir natürlich über die finanzielle Sicherheit verfügen, Strukturen für die langfristige Arbeit in bestimmten Regionen aufbauen zu können.

Interviewpartnerin

Julia Schneeweiss: studierte Kulturwissenschaften und Dokumentarfilm in Berlin und Barcelona; gründete während des Studiums mit Freunden das reisende Kurzfilmfestival *Movimiento – Short Films on the road*, für das sie bis heute als Projektkoordinatorin tätig ist.

Movimiento schafft temporäre Begegnungsräume durch die kreative Nutzung von öffentlichem Raum. Ob als Wanderkino per Bus, Boot oder Fahrrad unterwegs in ganz Europa oder in Form von Filmworkshops für Jugendliche – *Movimiento* nutzt Medien, um interkulturellen Austausch anzuregen und einen sinnvollen Dialog zu gesellschaftlich relevanten Themen zu schaffen.

Abbildungsnachweis

Titelbild

© Monkey Business Images / Shutterstock.com

Porträtfoto Dr. Franziska Giffey

© Bundesregierung / Jesco Denzel (Seite 9)

Friederike von Gross / Renate Röllecke

© Katharina Künkel (Seite 15)

Lars Gräßer / Markus Gerstmann

© BigTunaOnline / Shutterstock.com (Seite 19)

Christa Gebel / Andreas Oberlinner

© Jacob Lund / Shutterstock.com (Seite 46)

Isabell Venne / Larissa Brands

© Eigensinn e.V. (Seiten 67, 69)

Luise Meergans / Sophie Pohle

© artistlike / Pixabay.com (Seite 85)

#stadtsache. Crossmediale Teilhabe an der Stadt.

© Anke M. Leitzgen (Seiten 152, 154, 156, 159)

Trickmisch – Deutsch lernen mit Trickfilmen

© Roland Bertram (Seite 160)

© Julia Kapelle (Seite 163)

© Barbara Klinker (Seite 165)

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