

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)

**Familienkultur smart und digital
Ergebnisse, Konzepte und Strategien
der Medienpädagogik**

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 15
Familienkultur smart und digital
Ergebnisse, Konzepte und Strategien der Medienpädagogik
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
Oberstr. 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

Titellillustration

kopaed

Druck

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2020

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

ISBN 978-3-86736-578-9
eISBN 978-3-86736-601-4

| | |
|---|----------|
| Friederike von Gross/Renate Röllecke | |
| Familienkultur smart und digital | 9 |
| Ergebnisse, Konzepte und Strategien der Medienpädagogik | |

Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis

| | |
|---|-----------|
| Claudia Lampert/Kira Thiel/Uwe Hasebrink | |
| Was ist Euer Problem? | 17 |
| Onlineerfahrungen aus Kinder- und Elternsicht | |

| | |
|--|-----------|
| Susanne Eggert | |
| Digitale Medien begleiten Familien von Anfang an | 23 |
| Ergebnisse des Familien-Medien-Monitorings im Kontext der Studie „MoFam – mobile Medien in der Familie“ | |

| | |
|--|-----------|
| Friederike Siller | |
| Der digitale Kompass | 31 |
| Kinder und Algorithmen in Onlinemedien | |

| | |
|--|-----------|
| Rudolf Kammerl/Lutz Wartberg/Matthias Zieglmeier | |
| Zusammenhänge zwischen exzessiver Internetnutzung, Familienklima und dem Medienerziehungsverhalten der Eltern | 39 |
| Einblicke aus der Forschung | |

| | |
|--|-----------|
| Interview mit Patricia Cammarata (dasnuf.de) | |
| „Große Diskussionen bekommt, wer öffentlich bekennt, dass die Kinder Computerspiele spielen dürfen“ | 47 |

| | |
|--|-----------|
| Bernward Hoffmann | |
| Medienkultur(en) und Medienerziehung in stationären Einrichtungen der Jugendhilfe | 51 |

| | |
|---|-----------|
| Jörg Kratzsch/Jessica Burkhardt | |
| Familie im Wandel | 61 |
| Herausforderungen des digitalen Zeitalters meistern | |

| | |
|--|-----------|
| Kristin Narr/Hannah Bunke-Emden „Kommt, ich zeige euch, wie das geht.“ Der Elterntag bei den <i>Maker Days for Kids Leipzig</i> | 69 |
| Anke Lehmann Lass uns reden! Medienpädagogische Zusammenarbeit mit Eltern | 75 |
| Elena Bütow Zusammen geht mehr! Ein digitaler Eltern-Kind-Nachmittag in der Kita | 81 |
| Jessica Wawrzyniak Helikopter-Eltern? – Nein, Danke! Überwachung von Kindern vs. Datenschutz | 87 |
| Sabine Sonnenschein Wind of Change Erziehen in digitalen Zeiten | 93 |

Teil 2: Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

| | |
|--|------------|
| Rudolf-Ballin-Stiftung e.V. Haste Töne – Kindermedien aus Hamburg (Kategorie A – Projekte von und mit Kindern) | 101 |
| Medienzirkus e.V. Future Influencer: Die smarte Schule!? (Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen) | 109 |
| medialepfade.org – Verein für Medienbildung e.V. in Kooperation mit JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis Büro Berlin How2Influence (Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen) | 115 |
| GWA St. Pauli e.V. Yalla – Rein in die Stadt! (Kategorie C – Interkulturelle und internationale Projekte) | 125 |
| ABC Bildungs- und Tagungszentrum e.V. Adamstown – inklusives Filmbildungsprojekt (Kategorie D – Intergenerative und integrative Projekte) | 131 |

| | |
|---|------------|
| Regionale Arbeitsstelle für Bildung, Integration und Demokratie (RAA) Mecklenburg-Vorpommern e.V. | |
| <i>Klappe gegen Rassismus</i> (Kategorie E – Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter) | 139 |
| LAG Kunst und Medien NRW e.V., Internationales Mädchenzentrum Gladbeck und die Selfiegrafan | |
| <i>Ich kann in meiner Kunst verschwinden</i> (Kategorie F – Projekte zum Sonderpreis 2019 „Sei frech und wild und wunderbar!“) | 147 |
| Medienprojekt Wuppertal | |
| <i>Junge Umweltredaktion – Filmreihe über Umweltschutz und Nachhaltigkeit</i> (Kategorie F – Projekte zum Sonderpreis 2019 „Sei frech und wild und wunderbar!“) | 153 |

Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

| | |
|--|------------|
| Dieter Baacke (1999) | |
| <i>Was ist Medienkompetenz?</i> | 163 |
| Einfach bewerben | |
| <i>Dieter Baacke Preis – die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte</i> | 165 |
| <i>Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis</i> | 167 |
| <i>Abbildungsnachweis</i> | 169 |

Im Interview

Future Influencer: Die smarte Schule!?

Medienzirkus e.V.

Julian Kasten und Tobias Petruschke

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Komplexe Themen wie Big Data, Datenschutz, Sicherheitsaspekte und Privatsphäre werden jugendaffin, praktisch und greifbar umgesetzt. Dabei findet die Methode des Planspiels als kreative Form Anwendung.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele werden mit welchen Methoden verfolgt?

Das Führen, Bewerten und Reflektieren von normativen Wertediskursen im Kontext von Digitalisierung wird durch die Einnahme diverser und konträrer Rollen realisiert. Es findet ein Einsatz medialer und kommunikativer Stilmittel und deren Reflexion sowie kollaborative und themenorientierte Medienarbeit statt. Dadurch gelingt ein Transfer der Bedeutung von Big Data und Internetkultur in der demokratischen Gesellschaft auf die Lebenswelt der Teilnehmer*innen.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

a) Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmer*innen?

Die Vorkenntnisse der einzelnen Teilnehmer*innen sind unterschiedlich zu bewerten. Die technische Handhabung und Einarbeitung in die Anwendungen und Apps liefen in der kooperativen Arbeit jedoch sehr gut.

Wissen zu einzelnen Phänomenen aus dem World Wide Web war nur gering vorhanden, wie sich in der Methode *Tabu* zeigte. Insbesondere das Wissen zum Themenkomplex von Big Data war teils sehr spärlich und sollte weiter

ausgebaut werden, vor allem dahingehend, dass es mehr und mehr Prozesse des Alltags beeinflusst.

Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Durch das Projekt werden alle vier Dimensionen der Medienkompetenz nach Baacke abgedeckt:

- Medienkritik am Beispiel des wertebasierenden Diskurses in Bezug auf digitale Medien der Zukunft und deren Auswirkungen auf Gesellschaft und Alltag.
- Medienkunde ist dahingehend enthalten, da sowohl die technischen Funktionen von Big Data sowie Stilmittel der Influencer-Szene im Fokus stehen.
- Mediennutzung kommt sowohl rezeptiv als auch interaktiv am Beispiel der Kommentarfunktion und des Newsfeeds zum Tragen.
- Mediengestaltung realisiert sich im Projekt am Beispiel der eigenen Produktion von Memes, Collagen und Videos.

c) Welche Kenntnisse erwerben die Teilnehmenden?

Die Teilnehmenden erwerben in umfassendem Maße medienpraktische Kenntnisse im Umgang mit digitalen Endgeräten und deren Anwendungen. Die Teilnehmenden sind in der Lage, sich kollaborativ/kooperativ in eine andere Rolle hineinzusetzen und aus dieser Rolle heraus zu argumentieren. Sie erwerben Kenntnisse über die Phänomene des Internets, insbesondere zum Thema Big Data, Internet der Dinge und den Stilmitteln der Influencer-Szene und erarbeiten sich im Diskurs eine argumentativ fundierte Werthaltung dazu.

Probleme und Grenzen

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

- Das Alter und der Bildungshintergrund der Teilnehmenden waren definitiv ein Indikator für das Spektrum des Verstehens von Aufgaben und der Motivation, ihre Ideen in die Tat umzusetzen. Es bestand jedoch die Möglichkeit, die Arbeitsaufträge in ihrer Komplexität anzupassen und die Teilnehmenden durch aktivierende Methoden wieder zu einer zielgerichteten Arbeit zu befähigen.
- Das Projekt ist darauf angewiesen, dass die Teilnehmenden in Kleingruppen gut miteinander arbeiten können. Gerade bei den Rollen der „Firma“ und bei den „Reportern“ ist es ratsam, eher leistungsstarke und diszipliniert arbeitende Gruppen zusammenzustellen.
- Die Durchführung des Projektes für drei Tage am Stück ist ratsam, jedoch für Schulen und andere Bildungseinrichtungen nicht immer einfach umzusetzen.
- Der Vorteil der Lebensweltnähe im Kontext Schule bringt auch Nachteile mit sich. Neben der üblichen Barriere, sich verpflichtet zu fühlen, lag die Argumentation meist nah an der konkreten Schulrealität. Somit waren abstraktere Ideen und Fiktionen selten, wie z.B. Antworten auf die Frage, was man mit so vielen und vielfältigen Daten am Ende alles herausfinden könnte.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Für eine reibungslose Durchführung des Projektes sind folgende technischen Voraussetzungen obligatorisch:

- Präsentationstechnik (Videoprojektor mit mind. HDMI-Anschluss), sechs Tablets und ein funktionierendes WiFi.
- Folgende technische Ausstattung ist konsequent: PC-Raum, Mikrofone, Stative.

Tipps für die Praxis

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

Durch die lebensweltnahe Festlegung des Szenarios und durch die klaren Rollenbeschreibungen und -ziele konnten sich die Jugendlichen gut orientieren und in dem abstrakten Thema auch auf unterschiedlichen kognitiven Niveaus zu passablen Ergebnissen und einer lebendigen „Online“-Debatte gelangen.

Hilfreich ist es, hier nur partiell inhaltlich zu unterstützen und die Teilnehmenden den Diskurs selbst führen zu lassen. Alle Gruppen und damit die Debatten haben sich auf unterschiedliche Kernthemen fokussiert (Missbrauch, Anfälligkeit, Bequemlichkeit), im Gesamtkontext wurde aber durch die lebendige Methodik immer deutlich, dass Datenschutz ein relevantes Thema ist und bleiben wird.

Motivation

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

Klare Ziele und Aufgaben helfen sehr, den Rahmen der möglichen Ergebnisse etwas einzuschränken. Die stark definierten Ziele und Rollenzuschreibungen für das Planspiel haben hier sehr geholfen, auch wenn einige Schüler*innen mit der Rollenvergabe unzufrieden waren.

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

Die Medienproduktion am ersten sowie am zweiten Tag, besonders die Sichtbarkeit der eigenen Produkte auf den gemeinsamen Feeds auf der Homepage.

c) Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Zu sehen, dass die Gruppen gerade am Tag des Planspiels auf die Arbeit zugegangen sind, sich Logos, Slogans und einen Namen überlegt haben und damit gut in die Rollen hinein kamen.



Nachhaltigkeit und Wirkung des Projekts

a) Welche Veränderungen haben sich durch die Medienprojekte in der Zielgruppe, in Ihrer Einrichtung oder den beteiligten Einrichtungen, im Stadtteil etc. ergeben?

Da es sich um ein Pilotprojekt handelt, konnten bislang keine validen Daten darüber gesammelt werden, ob sich für die Zielgruppe Änderungen eingestellt haben. Anhand des Feedbacks und der Endergebnisse lässt sich jedoch entnehmen, dass die Projekte bei den Teilnehmenden zumindest ein Interesse geweckt haben, sich intensiver mit Medien auseinanderzusetzen. Weitere Veränderungen gilt es in folgenden Projektdurchführungen zu erheben.

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

Wir würden das Projekt sehr gern überarbeiten und für weitere interessierte Gruppen anbieten. Insbesondere wäre spannend, dies mit jungen Erwachsenen (FSJ/FKJ) oder Studierenden für pädagogische Fachbereiche (z.B. Lehrämter) durchzuführen.

Themen

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

Ist das irrelevanter Quatsch aus der Science Fiction Welt oder ernst zu nehmen? Wenn ja, was davon ist in Schattierungen bereits Teil unserer Alltagswelt? Und wie beeinflusst es eigentlich mein und unser gemeinsames Handeln?

Trends und Interessen der Zielgruppe

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

Auffällig sind die politischen Bezüge, die innerhalb der YouTuber- und Influencer-Szene seit ca. einem Jahr mitunter auch auf die Zielgruppe(n) übergehen und umgekehrt. Es findet merklich eine Politisierung statt.

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

Neugierig.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Für die medienpädagogische Projektarbeit an unserer Einrichtung ergibt sich eine detailliertere Stoßrichtung, d.h. eine bessere Einschätzung darüber, welche Projektphasen für welche Zielgruppen auf welche Dauer und mit welchen Methoden umsetzbar sind und welche nicht.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Allgemein ergibt sich ein methodischer Fokus auf das Planspiel. Durch dieses lassen sich auch komplexe Themen erklärbar und erlebbar machen.

Struktur und Rahmen

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

Motivierte Ansprechpersonen und Partner*innen, z.B. in der Schule/Einrichtung, sind sehr wichtig. Diese müssen sich je nach Vorgesetzten oder Kollegium die Freiheit für solch ein Projekt teilweise hart erkämpfen. Wir konnten in den fünf Schulen gute Erfahrungen machen; teilweise ist die Wertschätzung dieser Arbeit aber auch sehr gering.

Feedback

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

Insgesamt waren die Teilnehmenden sehr zufrieden, das Projekt traf an vielen Stellen auf aufgeschlossene und motivierte Teilnehmenden.

de. Es gab vor allem nach dem Pilotprojekt, aber auch nach den anderen jeweils intensives Feedback, dass wir gut nutzen konnten, um das Projekt zu verbessern. Wenn es zu weiteren Durchführungen kommen sollte, gäbe es weiterhin Optimierungsbedarf in der Methodik, insbesondere am dritten Tag.

Inhaltlich müsste man immer wieder schauen, wie der Status quo derzeit aussieht, z.B. in China, in Wien oder bei den smart watches.

Interviewpartner

Julian Kasten: Medienpädagoge (M.A.) und politischer Bildner; als Autor, Dozent und Trainer für u.a. medienblau gGmbH, Amadeu Antonio Stiftung, Stiftung Digitale Chancen, Universität Leipzig und den Medienzirkus e.V. tätig; ab 2019 in der Forschung beim JFF in Berlin. Die Tätigkeiten erstrecken sich immer im Transfer von Theorie, Forschung und Praxis. Der Fokus liegt dabei auf ethisch fundierter Kompetenzentwicklung in tiefgreifenden soziokulturellen Wandlungsprozessen, in denen Medien(-technologien) als Instrument und Betrachtungsgegenstand im Zentrum stehen.

Tobias Petruschke: Bildungstechnologe und Coach für digitale Bildung; erfolgreicher Abschluss eines Studiums der Förderpädagogik und Erziehungswissenschaften (B.A.) sowie Weiterbildung und Bildungstechnologie (M.A.) an der Universität Erfurt; anschließend zuständig für Content Editing (Konzeption), Projektleitung und Projektdesign bei Junge Tüftler gGmbH und seit 2017 Vorstand und Projektleitung bei Medienzirkus e.V. Er verbindet operative und konzeptionelle Aufgabenbereiche, die sich zwischen dem Neudenken der Zukunft der Bildung und der Entwicklung von entscheidenden Kompetenzbereichen ansiedeln.

Abbildungsnachweis

Titelbild

©Syda Productions/Shutterstock.com

Friederike von Gross/Renate Röllecke

©Katharina Künkel (Seite 13)

Claudia Lampert/Kira Thiel/Uwe Hasebrink

©red mango/Shutterstock.com (Seite 20)

Friederike Siller

©Sangoiri/Shutterstock.com (Seite 31)

Patricia Cammarata

Seite 47

Jörg Kratzsch/Jessica Burkhardt

©goodmoments/Shutterstock.com (Seite 63)

Kristin Narr/Hannah Bunke-Emden

Lizenz: CC-BY-ND 4.0 (Seiten 70, 72, 73)

©Julia Sinner (Seiten 71, 74)

Anke Lehmann

Seite 78

Elena Bütow

Seite 82

Jessica Wawrzyniak

©Aleutie/Shutterstock.com (Seite 89)

Yalla – Rein in die Stadt!

©Gerd Grossmann (Seiten 125, 128)

Klappe gegen Rassismus

©Anja Schmidt (Seiten 138, 140, 142)

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