

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>	139
(Kategorie E – Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter)	
LAG Kunst und Medien NRW e.V., Internationales Mädchenzentrum Gladbeck und die Selfiegrafan	
<i>Ich kann in meiner Kunst verschwinden</i>	147
(Kategorie F – Projekte zum Sonderpreis 2019 „Sei frech und wild und wunderbar!“)	
Medienprojekt Wuppertal	
<i>Junge Umweltredaktion – Filmreihe über Umweltschutz und Nachhaltigkeit</i>	153
(Kategorie F – Projekte zum Sonderpreis 2019 „Sei frech und wild und wunderbar!“)	

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

Ich kann in meiner Kunst verschwinden

LAG Kunst und Medien NRW e.V.,

Internationales Mädchenzentrum Gladbeck und die Selfiegrafien

Lina Matzoll, Fleur Vogel und Iris Wolf

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Für die Mädchen war dieses Fotoprojekt etwas ganz Besonderes. Die Arbeiten der vorgestellten Künstlerinnen haben den Mädchen Möglichkeiten aufgezeigt, wie sie ihr Inneres in Kunst umwandeln können. Es gibt einen Kanal, der durch Kreativität ein Sprachrohr findet. Die Mädchen haben erfahren, wie sie mit Fotografie eine weitere Rolle einnehmen und berühmt werden und in der Öffentlichkeit eine Position vertreten können. Sie empfanden es als sehr wertschätzend, ihre Werke in der Öffentlichkeit erleben zu dürfen.

Der Besuch der Kunstgalerie „m“ in Bochum war für viele der Teilnehmerinnen der erste Besuch eines sogenannten Kulturorts. Durch ihre eigene kreative Arbeit fanden die Mädchen dort Anknüpfungspunkte und fühlten sich am „richtigen Ort“.

Ein Zitat eines Mädchens war, nachdem der Lebenslauf von Hannah Höch vorgestellt wurde: „Wird man dann auch im Jahr 3000 über uns berichten, dass da Künstlerinnen eine Ausstellung gemacht haben?“

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

In erster Linie wurde „weibliche“ Kunst vermittelt und diese genutzt, um eigene mediale Werke zu erschaffen. Die jungen Teilnehmerinnen waren vor Beginn selbstverständlich in der Lage, ihr Smartphone zu bedienen, um Fotos zu machen. Am Ende jedoch waren sie auch in der Lage, dieses Ausdrucksmedium selbstbestimmt und autark zu nutzen, sich der Verantwortung des Fotografierenden gegenüber dem „Model“

bewusst zu werden und gemeinsam an einer Präsentation im öffentlichen Raum (hier Ausstellung Bibliothek) zu arbeiten. Die jungen Teilnehmerinnen haben den Umgang mit einer Spiegelreflexkamera und Polaroidkamera erlernt und auch den Zusammenhang zwischen Zeit/Blende und Lichtempfindlichkeit. Sie konnten mit einer Blitzanlage hochwertige Studioaufnahmen anfertigen, Bildbearbeitungsprogramme kennenlernen und durch Collage und Erstellung von Bildserien Geschichten erfinden. Immer stellt sich die Frage nach der Wahrheit und der Lüge, dem Ausschnitt und dem Ganzen. Wie kann man damit in der Fotografie umgehen?

Es wurde Mediengestaltung durch das Mitspracherecht um die Form und die Entstehung der Ausstellung und der Blattsammlung vermittelt. Es wurde eine gemeinsame Auswahl der Fotografien getroffen. Die Bilder wurden hierbei kreativ überdacht, auf ihren Kontext und ihre Ästhetik hin untersucht und zusammengefügt.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

a) Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmer*innen?

Wenig bis keine.

b) Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Medien wie Zeitschriften (Selbstdarstellung, Selbsteinschätzung), Medien nutzen, Recherche und Einsatz (vergleichender Mediengebrauch) und eine kritische Position dazu einnehmen.

c) Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben bzw. erwerben die Teilnehmenden?

Siehe oben.

Probleme und Grenzen

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

Die durchgehende sozialpädagogische Begleitung durch Lina Matzoll vom Internationalen Mädchenzentrum war ein Garant dafür, dass alle Teilnehmerinnen in den Prozess eingebunden wurden.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Keine – das was da ist, wird genutzt –, ob Smartphone, alte Zeitschrift oder Polaroidkamera.

Tipps für die Praxis

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

Für weitere Projekte mit geflüchteten Mädchen wäre es wünschenswert, Künstler*innen of Color und Schwarze Künstler*innen kennenzulernen, für mehr Identifikationsmöglichkeiten und unterschiedliche Perspektiven. Auch Diversität in Bezug auf Repräsentation von unterschiedlichen Körpern, Lebensrealitäten und Kontexten kann immer nur bereichernd sein.

Motivation

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

In diesem Fall waren alle Teilnehmerinnen sofort Feuer und Flamme. Prinzipiell ist es wichtig, die Interessen und Lebenswelten von Teilnehmenden in der Konzeptentwicklung mitzudenken und ihnen keine fertigen Projekte vorzulegen – Mitbestimmung bei der Themenwahl, Terminplanung und Präsentation. Nicht „Was halte ich für interessant und wichtig?“, sondern „Was bewegt die Teilnehmerinnen?“

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

- Spielerisch zu arbeiten
- Überraschungen und neue Methoden der Selbstdarstellung zu entdecken und auszuprobieren
- Etwas direkt aus dem Fotografieren zu lernen – Kreativität multipliziert sich
- Die Freiheit, ihre eigenen Themen zu setzen und Geschichten zu erfinden (und wenn es ein Vampir ist, der an einer Mandarine stirbt)

c) Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Die Selbstaussagen der Teilnehmerinnen.





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?

- Zielgruppe: Selbstwertsteigerung (mein Blick auf die Welt, meine Ideen sind wertvoll)
- Einrichtung: Kennenlernen von kulturellen und medienpädagogischen Arbeitsmethoden
- Stadtteil: Mädchen mit Fluchthintergrund werden durch solche Projekte als individuelle Personen und nicht als „Gruppe“ wahrgenommen

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

In 2020 findet das Folgeprojekt *Superheldinnen* (Stop/Motion) statt.

Themen

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

- Ausdruck von Gefühlen und Gedanken
- Freundschaft
- Fußball
- Wohnort

Trends und Interessen der Zielgruppe

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

Sehr beliebt ist bei der Zielgruppe zurzeit die Plattform TikTok. Dabei handelt es sich vor allem um Videos, die mithilfe der Plattform leicht konsumiert, erstellt und geteilt werden können. Wichtige Themen dabei sind unter anderem Identitätsfragen, Zugehörigkeit, Selbstbild und -darstellung, Musik, Freundschaft, Tanzen, aber auch Experimente, Naturwissenschaft und Kreativität.

Unsere Besucher*innen haben darüber hinaus große Freude an der Erstellung von Fotos und Videos sowie niederschweligen kreativen Angeboten, wie z.B. im derzeitigen Collagenworkshop.

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

Wir haben in der Einrichtung „Freifunk“. So dass die Mädchen* in bestimmten Zeitfenstern mit ihren Smartphones oder unserer Technik vor Ort die Möglichkeit haben, begleitet Onlinemedien zu nutzen. In verschiedenen Angeboten wird zudem versucht, verschiedene Me-

dien einzubringen, mit den Besucher*innen zu reflektieren und ihre Interessen partizipativ bei der Planung mit zu berücksichtigen.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Die medienpädagogische Projektarbeit bietet die Möglichkeit, unsere Zielgruppe gut zu erreichen, da Medienprojekte in der Regel für unsere Besucher*innen sehr attraktiv sind und sich an ihren Interessen orientieren. Die Bearbeitung von relevanten Themen kann so altersentsprechend und spielerisch stattfinden.

Wir sind bestrebt in unserer Einrichtung, den Einsatz von medienpädagogischen Projekten beizubehalten und entsprechend aktueller Medientrends und Interessen weiterzuentwickeln.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Medienpädagogische Projekte sind sehr aktuell und gewinnen stetig an Bedeutung für die pädagogische Arbeit. Die Zielgruppe nutzt generell schon viele Medien, daher ist es wichtig, sie in dieser Nutzung zu begleiten, zu informieren und aufzuklären, z.B. über ihre Rechte, Umgang mit Daten(-schutz) oder aber auch Phänomene wie „Cybermobbing“ oder „Hate-speech“. Medienpädagogische Projekte haben viel Potenzial in der außerschulischen Freizeit- und Bildungsarbeit, da sie pädagogische und kreative Perspektiven vereinen.

Darüber hinaus bietet sich oft die Möglichkeit, Produkte zu veröffentlichen oder an entsprechenden Stellen als praktisches Beispiel vorzustellen. Dadurch kann die praktische Arbeit der Einrichtung anschaulich erklärt werden und Lebensrealitäten und Themen der Mädchen* dargestellt und vertreten werden.

Struktur und Rahmen

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

Für gelingende Projekte ist es wichtig, sich an den Bedarfen und Lebensrealitäten der Zielgruppe zu orientieren. Das kann z.B. heißen, dass die Zeiten des Projektes nicht mit den Schulzeiten der Zielgruppe kollidieren dürfen, dass gerade in der dunkleren Jahreszeit Projekte nicht zu spät (Uhrzeit) enden dürfen, oder dass – falls nötig – mit Übersetzer*innen gearbeitet werden kann, dass Tickets zum Projekt und/oder Ausflüge innerhalb des Projektes mitfinanziert werden können. Darüber hinaus ist es wichtig, dass es unter den Künstler*innen, Vorbildern und/oder Projektmitarbeiter*innen mögliche und diverse Identifikationsfiguren für die Zielgruppe gibt. Viele der Teilnehmenden positionieren sich z.B. nicht als *weiß* und/oder *deutsch*. Diese (diversen) Lebensrealitäten sollten bei der Planung und Durchführung berücksichtigt werden. Daher ist es wichtig, Projekte in der Vorbereitung und Durchführung pädagogisch zu begleiten. Die Zusammenarbeit mit der Einrichtung, in der das Projekt stattfindet, kann gewährleisten, die entsprechende Zielgruppe zu erreichen und das Projekt gemäß deren Bedürfnisse zu gestalten.

Interviewpartnerinnen

Lina Matzoll: Rehabilitationspädagogin; ist seit 2017 Teil des hauptamtlichen Teams des Internationalen Mädchenzentrums Gladbeck und arbeitet sehr gerne mit einem kreativen Schwerpunkt.

Fleur Vogel: Studierte Germanistik und Philosophie in Bochum; Bildungsreferentin der Landesarbeitsgemeinschaft Kunst und Medien NRW e.V.

Iris Wolf: Diplomierte Kommunikationsdesignerin; arbeitet seit ihrem Studium an der FH Dortmund als selbstständige Fotografin und Dozentin.

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.