

**Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)**

## **Mehr als Homeschooling und Onlinebasteln**

**Medienpädagogik als Experimentier- und Erfahrungsfeld  
digitaler Jugendarbeit**

**Beiträge aus Forschung und Praxis**

**Nominierte und prämierte Medienprojekte**

**Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)**  
**Dieter Baacke Preis Handbuch 16**  
**Mehr als Homeschooling und Onlinebasteln**

**Medienpädagogik als Experimentier- und Erfahrungsfeld digitaler Jugendarbeit**  
**Beiträge aus Forschung und Praxis – Nominierte und 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](mailto:gmk@medienpaed.de)  
homepage [www.gmk-net.de](http://www.gmk-net.de)

**Redaktion**

Dr. Friederike von Gross  
Renate Röllecke  
Tanja Kalwar

**Lektorat**

Tanja Kalwar

**Titelillustration**

kopaed

**Druck**

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2021

Arnulfstraße 205  
80634 München  
fon 089/688 900 98  
fax 089/689 19 12  
email [info@kopaed.de](mailto:info@kopaed.de)  
homepage [www.kopaed.de](http://www.kopaed.de)

ISBN 978-3-96848-032-9  
eISBN 978-3-96848-632-1

Friederike von Gross/Renate Röllecke	
<b>Mehr als Homeschooling und Onlinebasteln</b>	<b>9</b>
Medienpädagogik als Experimentier- und Erfahrungsfeld digitaler Jugendarbeit	

## Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis

---

Niels Brüggem/Laura Cousseran/Julian Erdmann/Franziska Koschei/Lena Schmidt/ Maximilian Schober	
<b>Jugendarbeit in Zeiten der Pandemie = Jugendmedienarbeit!?</b>	<b>19</b>
Maik Rauschke/Stefan Schaper	
<b>Lost Places?</b>	<b>27</b>
Markus Gerstmann	
<b>Was passiert, wenn Achilles die Schildkröte einholt?</b>	<b>33</b>
Jugendarbeit – Digital	
Patricia Gläfcke/Horst Pohlmann	
<b>Experimentierraum Online-Bildung</b>	<b>41</b>
Erfahrungen aus Fort- und Weiterbildungen für Fachkräfte in der Kulturellen Bildung	
Jürgen Ertelt/Annika Gehring	
<b>Jugend digital beteiligen – Demokratie stärken</b>	<b>49</b>
Sonja Di Vetta/Björn Friedrich	
<b>Digitale Treffs gestalten und beleben</b>	<b>57</b>
Medienpädagogische Online-Angebote für Kinder und Jugendliche	
Eva Kukuk	
<b>Jugendmedienarbeit in der Pandemie</b>	<b>63</b>
Mutig und kreativ in der Grauzone	
Tanja Reineke/Katrin Adeline Schmidt	
<b>Bielefeld digital und online</b>	<b>69</b>
Kinder- und Jugendarbeit während der Corona-Pandemie gestalten	

Selma Brand/David Krützkamp	
<b>Bau Dein Spiel!</b>	<b>79</b>
Online-Workshops als Chance für digitale Teilhabe	
Carsten Siehl	
<b>Digitale Filmbildung im DFF – Deutsches Filminstitut &amp; Filmmuseum</b>	<b>85</b>
Ein Erfahrungsbericht	
Michaela Weiss	
<b>Kita in Corona-Zeiten medienpädagogisch begleiten</b>	<b>89</b>

## Teil 2: Nominierte und prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

---

<b>Nominierte Projekte des Dieter Baacke Preises 2020</b>	<b>99</b>
<b>Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises 2020</b>	
Initiative Creative Gaming e.V.	
<b>ComputerSpielSchule Online (CSSO)</b>	<b>103</b>
(Kategorie A „Projekte von und mit Kindern“)	
Kinder- und Jugendpfarramt der Evangelischen Landeskirche Anhalts in Kooperation mit dem Offenen Kanal Dessau und der Hochschule Merseburg	
<b>„schreibt...“ Ein Kurzfilm aus dem „Kamera läuft“-Workshop für junge Schauspieler*innen und Filmmacher*innen (2019)</b>	<b>111</b>
(Kategorie B „Projekte von und mit Jugendlichen“)	
Die Debütanten – junges Theater in Berlin, Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf	
<b>#vieleLeben – Multimediales Theaterprojekt</b>	<b>125</b>
(Kategorie B „Projekte von und mit Jugendlichen“)	
LAG Kunst & Medien NRW e.V., Selfiegrafen und UZWEI – Kulturelle Bildung im Dortmunder U	
<b>Recht &amp; Würde – Plakatkampagne und Ausstellung zu den Menschenrechten</b>	<b>131</b>
(Kategorie C „Interkulturelle und internationale Projekte“)	
Triolog Jugendhilfe gGmbH	
<b>Eine lange Reise</b>	<b>137</b>
(Kategorie D „Intergenerative und integrative Projekte“)	

LAG Medien Mecklenburg-Vorpommern e.V. und Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft Mecklenburg-Vorpommern <b>#MVedu – ein Netzwerk von Bildungsenthusiast*innen aus Mecklenburg-Vorpommern</b>	<b>145</b>
(Kategorie E „Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter“)	
BAG Jungen*arbeit e.V. in Kooperation mit BAG Mädchen*politik e.V. <b>meinTestgelände. Begegnung ermöglichen – Vorurteile abbauen – Gestaltung fördern</b>	<b>153</b>
(Kategorie F   Sonderpreis 2020 „Speak out & Connect“)	
Freigesprochen Mediencoaching <b>Songs in real life – Corona Edition</b>	<b>159</b>
(Kategorie F   Sonderpreis 2020 „Speak out & Connect“)	

### Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

---

Dieter Baacke (1999) <b>Was ist Medienkompetenz?</b>	<b>169</b>
Einfach bewerben <b>Dieter Baacke Preis – die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte</b>	<b>171</b>
<b>Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis</b>	<b>175</b>
<b>Abbildungsnachweis</b>	<b>177</b>

**LAG Kunst & Medien NRW e.V., Selfiegrafen und UZWEI –  
Kulturelle Bildung im Dortmunder U  
Recht & Würde –**

**Plakatkampagne und Ausstellung zu den Menschenrechten  
(Kategorie C „Interkulturelle und internationale Projekte“)**

Das Projekt der LAG Kunst & Medien NRW e.V. (LAG KM) unter der Leitung der Selfiegrafenden und in Kooperation mit der UZWEI – Kulturelle Bildung im Dortmunder U sowie zehn verschiedenen Dortmunder Kitas, Schulen, Bildungseinrichtungen, Jugendtreffs und einem Senior\*innentreff umfasste einen Zeitraum von knapp 1,5 Jahren. Die 169 Teilnehmer\*innen zwischen 3 und 91 Jahren haben im Rahmen von zehn individuellen Fotoworkshops mit den Selfiegrafenden die Kinder- und Menschenrechte der UN in neun Motiven umgesetzt. Gemeinsam haben Vertreter\*innen der Gruppen die finalen Bilder der Plakatkampagne in einem Workshop unter der Leitung des Grafikers Thaisen Stärke am 7. September auf der UZWEI im Dortmunder U bestimmt und sich u.a. mit Wirkung von Typografie und Bildsprache auseinandergesetzt. Rund um den 30. Jahrestag der UN-Kinderrechtskonvention am 30.11.2019 wurde eine Kampagne im öffentlichen Raum in Dortmund unter Beteiligung der Gruppen durchgeführt. Krönender Abschluss des Projekts war die Ausstellungseröffnung am 05.12.2019 im Dortmunder U, an der ca. 180 Personen teilnahmen. Die bis zum 01.03.2020 laufende Ausstellung vereinte die Projektergebnisse, Erfahrungen und Geschichten aus den zehn Gruppen. Die Szenograf\*innen Samina Mohn und Matthias Frank von der UZWEI entwickelten ein Ausstellungskonzept, welches mit zahlreichen Aktionsbereichen und Mitmachstationen Besucher\*innen dazu einlud, sich aktiv mit dem Thema „Recht & Würde“ zu beschäftigen. Insgesamt 10.411 Personen haben die Ausstellung zwischen dem 06.12.2019 und dem 01.03.2020 besucht.

### **Thema**

Mensch – Du hast Rechte! Egal ob Kleinkind, Senior\*in, Mensch mit Behinderung, Migrant\*in, Geflüchtete\*r, Straftäter\*in, Schwuler, Lesbe, Bi oder Trans\*person: Die Menschenrechte gelten für jede\*n – immer – überall. Aber was steht da eigentlich genau? Und wozu braucht es Menschenrechte?

### **Zielgruppe/n**

Es wird unterschieden zwischen der direkten und indirekten Zielgruppe: Die direkte Zielgruppe des Projektes waren die an dem Projekt und der Durchführung direkt beteiligten Personen in einer Altersspanne zwischen 3 und 91 Jahren. Ausgehend von zehn Gruppen mit einer durchschnittlichen Teilnehmer\*innenzahl von 15 Personen, wurden insgesamt 169 Dortmunder Bewohner\*innen in der benannten Altersspanne erreicht. Teilgenommen haben zwei Kitas, eine Grundschule, eine Hauptschule, eine Gesamtschule, ein LSBTIQ\* Jugendtreff, ein Träger aus der Flüchtlingshilfe, ein Träger der Jugendberufshilfe, eine Einrichtung der offenen Jugendhilfe und ein Senior\*innenhaus. Die indirekten Zielgruppen waren Passant\*innen, Bewohner\*innen und Besucher\*innen der Stadt, welche die fertige Plakatkampagne im öffentlichen Raum und im Rahmen der Ausstellung im Dortmunder U sahen.

### **Methoden**

Unterschiedliche Altersgruppen und kulturelle Zugehörigkeiten bedingen verschiedene Herangehensweisen. Für jede Gruppe wurde ein eigenes didaktisches Konzept entwickelt:

- *Kita und Grundschule (Kinder)*: Fokus auf Kinderrechte, spielerische Herangehensweise, einfache Bildsprache, kindgerechte Inhalte
- *Sek. I und II/Berufskolleg (Jugendliche und junge Erwachsene)*: Jugendlicher Zugang, moderne und zeitgemäße Bildsprache, Einbeziehen von digitalen sozialen Medien wie Instagram, ...
- *Geflüchtete und LGBT (Jugendliche und junge Erwachsene)*: Sprachbarrieren/Berücksichtigung der Traumatisierung, kulturelle Unterschiede
- *Kinder und Jugendliche aus Jugendfreizeitanstalten*
- *Senior\*innen/Erwachsene*: Rücksicht auf Immobilität, Einbeziehung der eigenen Generation

Die Struktur der vier Tage war bei allen Gruppen ähnlich:

#### **Tag 1: Kennenlernen und Einführung in die Menschenrechte**

- Kennenlern-Spiel
- Vermittlung der Menschenrechte/Kinderrechte gruppengerecht/-konform
- Was sind Menschen-/Kinderrechte? Welche gibt es? Welche betreffen wen und welche werden nicht verstanden? Aufklärung der Artikel
- Bedürfnisabfrage/Beispiele/Fragebögen/Spiele/Ideen sammeln
- Geschichtlicher Abriss (Gandhi, Scholl, Mandela etc.)

#### **Tag 2: Konzeptionstag und Bedeutung der Fotografie als visuelles Medium**

- Warum sind wir hier? Ziel beschreiben, Ideensammlung
- Warum Fotografie? Was können Fotos? Wie kann ein Bild eine Botschaft transportieren?
- Welche Rechte werden verbildlicht?
- Konzept entwickeln für Aufnahmen/Skizzen erarbeiten
- Liste erstellen von benötigten Dingen für das Shooting

#### **Tag 3 und 4: Fotoshooting und Umsetzung der Ideen**

Aufbau der Idee, Materialien beschaffen, Foto-Setting-Aufbau, Licht setzen, Protagonisten anleiten, Einkaufen etc., Setting fotografieren und die nächste Idee aufbauen und fotografieren > drei Mal das Ganze. Die Ergebnisse werden gebeamt und ausgewertet, evtl. noch einmal wiederholt und verfeinert. Abstimmung der einzelnen Sujets zu einer Kampagne/Abstimmung und Vorstellung der anderen Gruppenergebnisse und diese mit den eigenen vergleichen

#### **Projektlaufzeit**

September 2018 bis März 2020

#### **Ergebnisse**

- Plakatkampagne im öffentlichen Raum im Vorfeld und zur Bewerbung der Ausstellung (26.11.2019 bis 21.01.2020) mit drei Meter hohem Werbeaufsteller am Hauptbahnhof, Luftballonaktion im Westfalenpark, Mesh-Banner und große Plakate an Bauzäunen in der City und an allen zehn Einrichtungen, Infostand und Flashmob-Aktionen
- 3-monatige Ausstellung auf der UZWEI im Dortmunder U mit 10.411 Besucher\*innen
- Der Filmemacher Frank Mählen hat das Projekt mit der Kamera begleitet. Er hat zwei Projektgruppen während der Workshop-Phase besucht, hat beim Kampagnentag Interviews mit Teilnehmer\*innen und Akteur\*innen geführt und die Atmosphäre bei der Ausstellungseröffnung eingefangen. Das Ergebnis ist ein ca. 12-minütiger Kurzdokumentarfilm: [https://youtu.be/9oC8t\\_omOas](https://youtu.be/9oC8t_omOas)

#### **Kontakt**

LAG Kunst & Medien NRW e.V.  
Wittener Straße 3  
44149 Dortmund  
Tel.: 0231/98 88 70 66  
E-Mail: [kontakt@lag-km.de](mailto:kontakt@lag-km.de)

## Im Interview

### Recht & Würde – Plakatkampagne und Ausstellung zu den Menschenrechten LAG Kunst & Medien NRW e.V., Selfiegrafan und UZWEI – Kulturelle Bildung im Dortmunder U Fleur Vogel, Iris Wolf und Jörg Meier

#### *Herausragendes und Spezielles*

##### *Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?*

Ein Projekt mit über zehn Kooperationspartner\*innen durchzuführen, ist eine ganz besondere Herausforderung. Dennoch ist es gelungen, dass stets die beteiligten Kinder und Jugendlichen im Mittelpunkt des Projekts standen. Diese Zielgruppe sollte ihren eigenen Zugang zu ihren Rechten finden und diese für sich entdecken und daraus eine eigene Haltung und künstlerische Ausdrucksform im Medium der Fotografie erfahren. Kulturelle Bildung ist stets mehr als das Erlernen und Anwenden einer sogenannten „Kulturtechnik“. Im gemeinsamen Reflektieren von Ideen und dem wertungsfreien Ausprobieren entsteht ein Freiraum, den die Teilnehmer\*innen für sich zu nutzen wussten. Es ist den beteiligten Kindern und Jugendlichen aus unserer Sicht gelungen, diesen kreativen „Freiraum“ für sich und ihre Perspektive einzunehmen und sich selbst eine Plattform zu schaffen, um ihre Rechte öffentlich zu machen. Die Teilnehmer\*innen haben alle wichtigen Entscheidungen selbst getroffen bzw. mitentschieden; sowohl während der Workshop-Phase in den einzelnen Gruppen vor Ort als auch bei der Gestaltung und Umsetzung der Plakatkampagne.

#### *Ziele und Methoden*

##### *Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?*

Im Beruf stehende Grafiker und Fotografen haben Medienkunde angeleitet. Junge wie alte Menschen konnten die Herangehensweise an Plakat-„werbung“ lernen. Wie wirkt ein Plakat, welche Aussage transportiert es? Wird eine Meinung geformt? Wie werden Slogans

eingesetzt im Zusammenhang mit Menschenrechten? Digitale und analoge Tools wurden bei den verschiedenen Workshops eingesetzt und vermittelt. Das war notwendig, da die Altersspanne zwischen 3 und 91 Jahren lag. In allen Altersklassen wurde ein großer Wert auf den adäquaten Umgang mit Werkzeugen gelegt – vom „Kleistern und Malen“ bis zum Nutzen digitaler Layout-Programme gab es alles. Alle Absprachen zu Entwicklung der Plakatkampagne fanden im Plenum statt. Fotografie konnte technisch als auch künstlerisch vermittelt werden. Das Layout zur Erstellung von Plakaten zu den Menschenrechten wurde ganz pragmatisch auf dem Tisch veranschaulicht und erläutert und im Diskurs umgesetzt. Beim Fotografieren sind professionelle Studio-Blitze





Jeden Mensch, ohne Unterschied,  
hat das Recht auf gleichen Lohn für gleiche Arbeit.

Artikel

23



eingesetzt worden und digitale Nachbearbeitungsprogramme für die Postproduktion. Die entstandenen Medien wurden stetig reflektiert, da man einerseits auf sein Projekt aufmerksam machen musste, andererseits aber auch eine moralische und politische Verpflichtung hatte, Menschen nicht zu manipulieren, sondern zu informieren.

### **Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte**

#### **a) Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmer\*innen?**

Das war im Hinblick auf die große Altersspanne sehr unterschiedlich: von keine oder wenige bei Kita-Kindern über Jugendliche, die ihr Smartphone nutzen, um zu kommunizieren, aber auch, um kurze Videos oder Fotografien zu machen, bis hin zu Senior\*innen mit unterschiedlichen Vorkenntnissen.

#### **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?**

Da das Projekt mit sehr unterschiedlichen Gruppen gearbeitet hat, kann man eine allgemeine pauschale Antwort nicht geben. Zunächst haben sich alle inhaltlich mit den Menschenrechten beschäftigt. Darüber hinaus wurden Kenntnisse in der Kampagnengestaltung, Grafik und im Fotografieren erworben.

### **Probleme und Grenzen**

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

Durch die sehr unterschiedlichen Gruppen mussten wir diverse pädagogische Ansätze entwickeln, das brauchte Zeit und einige Ideen konnten wir erst vor Ort ausprobieren. Da musste die eine oder andere Idee nochmals ausgefeilt werden.

### **Technik**

#### **Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?**

Keine – das, was da ist, wird genutzt – egal, ob es ein Smartphone, alte Zeitschriften oder eine Polaroid-Kamera ist.

### **Tipps für die Praxis**

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

Die größte Herausforderung lag in der Zusammenführung dieser so unterschiedlichen Gruppen mit verschiedenem Kenntnisstand. Prinzipiell war es gut, dass die Gruppen sich zunächst in separaten Workshops eine eigene Bildsprache

che und Expertise erarbeitet haben, bevor die Gruppen zusammengeführt wurden. Die aktive Kommunikation wurde stark gefördert durch die spielerische Herangehensweise bei der Durchführung. Die Empfehlung liegt also im Ausprobieren und dem Wagen von Neuem.

## Motivation

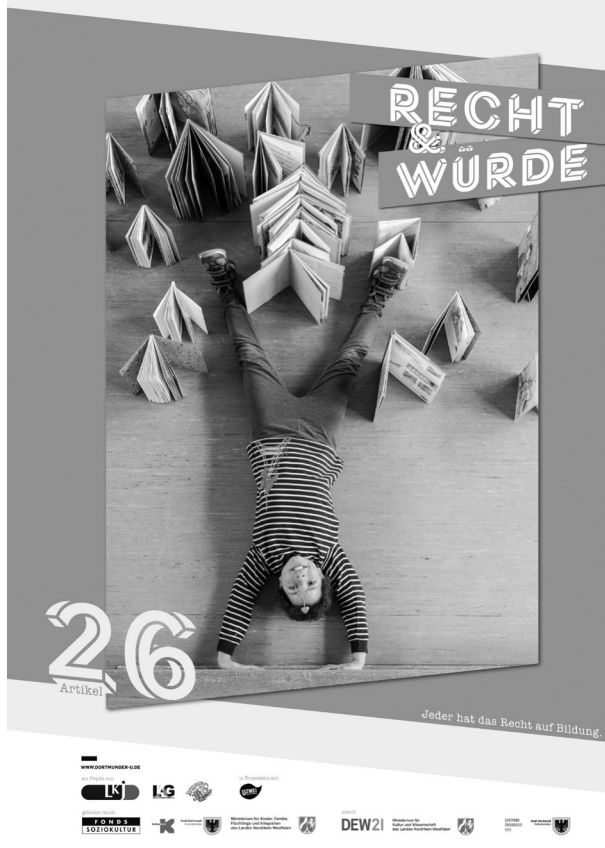
### a) War es notwendig, die Zielgruppe für das Projekt zu motivieren? Wenn ja, warum und wie?

Manchen Teilnehmer\*innen waren die Menschenrechte nicht bekannt, doch durch ein einleitendes Spiel haben wir die Jugendlichen sozusagen in ihren eigenen vier Wänden abgeholt. Sie konnten von ihren Bedürfnissen auf die der andern schließen.

### b) Was hat den Teilnehmenden besonders viel Spaß gemacht?

Stimmen der Teilnehmer\*innen:

- **Gesamtschule Scharnhorst:** „Ich habe mich viel selbstbewusster gefühlt, nachdem ich das Interview gegeben habe.“ „Am besten gefallen hat mir: die Arbeit mit der Kamera, von den Referent\*innen so viel zu lernen, meine eigenen Ideen umzusetzen, mit meinen Mitschülern zu arbeiten.“
- **Emserschule Aplerbeck:** „Am besten gefallen hat mir: Unterstützung zu bekommen, Spaß haben und lernen, mal etwas anderes zu machen.“
- **Bei der Fabido Kita ging es um das Recht auf Schutz und Fürsorge:** „Am besten gefallen hat mir: Wenn ich krank bin, kuscheln Mama und ich. Beim Doktor bekomme ich immer ein Bonbon. Wenn ich krank bin, bekomme ich einen warmen Kakao.“
- **Lieberfeldgrundschule (Recht auf Staatsangehörigkeit):** „Am besten gefallen hat mir: dass wir Fotos gemacht haben, unser Ausweis. Ich habe gemerkt, dass arbeiten ganz schön schwer ist.“
- **Planerladen e.V.:** „Am besten gefallen hat mir: Gestaltungsmöglichkeiten, kreativer Austausch, Workshop im Dortmunder U (Kampagnentag), Einblick in Gestaltung der Fotos.“



### c) Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Die Vorfreude auf die große Ausstellung und dann die Teilnehmer\*innen zu beobachten, wie sie zunächst ganz zögerlich und ungläubig in den Ausstellungsraum kamen und allmählich realisierten, dass sie das vollbracht haben und dass dies auch anerkannt und geschätzt wird.

## 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?

Es hat sowohl für die beteiligten Einrichtungen als auch die teilnehmenden Kinder und Jugendlichen die Möglichkeit eröffnet, am kulturellen Geschehen ihrer Stadt aktiv teilzunehmen und es zu gestalten. Alle haben jetzt Lust, weitere Projekte zu machen und diese auch selbst zu initiieren.

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

Das Projekt selbst ist abgeschlossen – mit den beteiligten Gruppen wird im Rahmen neuer Projekte kooperiert.

### **Themen**

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

Menschenrechte

### **Trends und Interessen der Zielgruppe**

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

Es gibt den Wunsch, keine strenge Unterteilung in Medien- und Nicht-Medienprojekte zu machen. Den Kindern und Jugendlichen geht es eher um Themen, welche dann interdisziplinär bearbeitet werden können. Des Weiteren merkt man, dass viele Jugendliche sich sehr sicher im WWW bewegen. Von daher ist es gut, die unterschiedlichen Tools und Apps zu kennen und von dort aus zu starten.

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

Indem wir einfach immer wieder neue Formate ausprobieren und den Teilnehmer\*innen ein größtmögliches Maß an Mitbestimmung einräumen. Zwar wissen wir dann nicht, wohin

die Reise geht, können aber sicher sein, dass alle mitgenommen werden.

### **Perspektiven**

***Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs für medienpädagogische Projektarbeit generell?***

Der Umgang mit Medien ist eine sehr komplexe Angelegenheit. Neben einem sinnvollen Konsum ist vor allem das Verstehen wichtig. Wie funktioniert Instagram, was macht Facebook, wie frei und demokratisch sind diese Kommunikationswege? Viele Jugendliche konsumieren nur das Frontend und kümmern sich nicht um das Backend. Medienpädagogik sollte sich mehr um das Verstehen von Backend kümmern und Jugendliche dazu motivieren, nicht nur Konsumenten, sondern auch Maker\*innen zu werden.

### **Struktur und Rahmen**

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

Flexiblere Förderprogramme, die nicht erwarten, dass am Anfang schon feststeht, was wie passiert.

### **Bewältigung der Pandemie-Krise**

***Wie haben sich die Kontaktbeschränkungen, wie hat sich der Teil-Lockdown auf Ihre Arbeit ausgewirkt?***

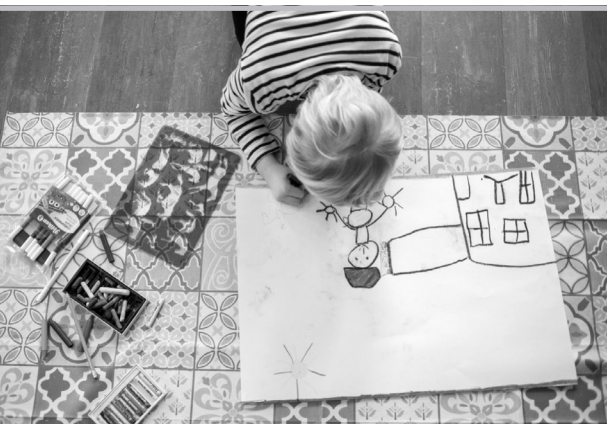
Das Projekt konnte zum Glück zwei Wochen vor dem ersten Lockdown beendet werden. Schade, dass dadurch keine Folgeausstellungen der Werke möglich waren.

---

### **Interviewpartner\*innen**

**Fleur Vogel:** Bildungsreferentin der LAG Kunst & Medien NRW e.V.

**Iris Wolf und Jörg Meier:** Die Selfiegrafien



---

## ***Abbildungsnachweis***

### ***Titelbild***

©shutterstock\_charmedlightph

### ***Friederike von Gross/Renate Röllecke***

©Katharina Künkel (Seite 15)

### ***Niels Brüggem et al.***

©Unsplash/Devin Avery (Seite 21)

©Unsplash/Dylan Ferreira (Seite 22)

### ***Jürgen Ertelt/Annika Gehring***

Lizenz: CC BY 3.0 DE, Katharina Bluhm (Seite 50)

Lizenz: CC BY 4.0, jugend.beteiligen.jetzt/Frank Segert (Seite 54)

### ***Sonja Di Vetta/Björn Friedrich***

©SIN – Studio im Netz e.V. (Seiten 59f.)

### ***Eva Kukuk***

©GMK-M-Team (Seiten 64f.)

### ***Michaela Weiss***

Seite 90

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