

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)

Love, Hate & More

Digitale Teilhabe durch Medienpädagogik ermöglichen

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 17
Love, Hate & More
Digitale Teilhabe durch Medienpädagogik ermöglichen
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
Oberrnstr. 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 2022
Arnulfstraße 205
80634 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-96848-070-1
eISBN 978-3-96848-670-3

Friederike von Gross/Renate Röllecke	
Love, Hate & More	9
Digitale Teilhabe durch Medienpädagogik ermöglichen	

Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis

Peter Holzwarth	
Audiovisuelle Formen der Identitätskonstruktion am Beispiel von Social Media	17
Chancen und Herausforderungen für die Medienpädagogik	

Tanja Witting	
„Man kann nicht ‚nur‘ Spielen!“	25
Gamingbezogene Beziehungsarbeit und kompetenz- und teilhabeförderliche Lern- gelegenheiten in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit	

Sabine Diener-Kropp	
Liebe(s)leben digital	31
Medien als Mittel des sexuellen Forschens, der Identitätsstärkung und Beziehungspflege Jugendlicher	

Anna Seikel/Antonia Zerres	
Queer im Netz	41
Die Rolle von Online-Angeboten beim Erlernen von Identität und Sexualität abseits der Heteronorm	

Angela Tillmann/André Weßel	
„Ich bin schon 12 Jahre alt und ich hab irgendwie vergessen, wie man mit den Geräten umgeht“	49
Digitale Ungleichheit und das Recht auf Medienbildung in stationären Einrichtungen der Erziehungs- und Eingliederungshilfe sowie Internaten	

Matthias Felling im Gespräch mit Dimitria Bouzikou und Anja Franke	
Die Brille der Anderen aufsetzen	57
Zur Verknüpfung der Bereiche Gewaltprävention, Sexualpädagogik und Medienpädagogik bei der Erstellung von Rechte- und Schutzkonzepten	

Eva Kukuk

Empowerment, Selbstdarstellung und Selbstbehauptung on- und offline 63

Ein Crossover-Workshop zur Kooperation von Wendo und Medienpädagogik

Teil 2: Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

Kinderstadt Halle e.V.

Kinderstadt 2020 – „Halle an Salle“ 69

(Kategorie A „Projekte von und mit Kindern“)

Haus für Kinder Salzbrunner Straße

Salzbrunner TV 77

(Kategorie A „Projekte von und mit Kindern“)

GRIPS Werke e.V.

HARTE ARBEIT – Der frühe Vogel kommt ins Schloss 85

(Kategorie B „Projekte von und mit Jugendlichen“)

Future of Ghana Germany e.V.

Vorbilder.Lab 93

(Kategorie C „Interkulturelle und internationale Projekte“)

anyway e.V.

KUNTERGRAU 99

(Kategorie D „Inklusive und intersektionale Projekte“)

Kommunikation & Medien e.V.

Online-Mediencamp für Kids 107

(Kategorie E „Netzwerkprojekte“)

Krea-Jugendclub – Kreativitätsschule Bergisch Gladbach e.V.

Unter Druck 115

(Kategorie F | Sonderpreis 2021 „Love & Hate – Interaktionsrisiken kreativ aufgreifen“)

Jugendpflege der Gemeinde Ostercappeln in Kooperation mit der
LAG Jugend & Film Niedersachsen e.V.

„Who am I“ – Gestaltung eines digitalen Social-Media-Krimis 121

(Kategorie F | Sonderpreis 2021 „Love & Hate – Interaktionsrisiken kreativ aufgreifen“)

Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW

Gaming ohne Grenzen 127

(Besondere Anerkennung)

Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

Dieter Baacke (1999)	
Was ist Medienkompetenz?	137
Einfach bewerben	
Dieter Baacke Preis – die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte	139
Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis	143
Abbildungsnachweis	145

Von Februar bis April 2021 – zu einer Zeit, als Präsenzveranstaltungen nicht möglich waren – stellte sich der Krea-Jugendclub der Herausforderung und produzierte völlig kontaktlos via Videokonferenz den Film *Unter Druck*. Die Handlung findet ausschließlich auf Social-Media-Plattformen und Messengern statt und spiegelt so das reale Leben der Jugendlichen zur Zeit der Corona-Pandemie sehr gut wider. Jeden Sonntag trafen sich alle Teilnehmenden online, erarbeiteten das Thema, das Storyboard und die Dialoge. Es gab zusätzliche virtuelle Treffen in Kleingruppen mit den Fachdozent*innen, bei denen Songs, Choreografien etc. entwickelt wurden.

Der Film erzählt die Geschichte von Romeo und Jules, die sich während des Lockdowns auf einer Dating-Plattform kennenlernen und sich rasch ineinander verlieben. Erst dann bemerken sie, dass sie bitter verfeindeten Crews angehören, die sich online heftige Auseinandersetzungen liefern. Als ihre „Freund*innen“ von der Beziehung der beiden erfahren, eskaliert der Streit und es kommt zu einer brutalen Mobbingwelle.

Der Film endet mit einem fiktiven Online-Meeting, bei dem die Mitglieder beider Gruppen, angeleitet von ihren Coaches, die Eskalation reflektieren. „Mehr aufeinander aufpassen!“, „Früher eingreifen!“, „Nicht so schnell mitmachen!“ sind Schlüsse, die die Jugendlichen aus den Geschehnissen ziehen.

Thema

Mobbing und Hatespeech in sozialen Netzwerken

Zielgruppe/n

Junge Menschen im Alter von 15 bis 21 Jahren

Methoden

Aktive Videoarbeit/urbane Jugendkulturarbeit

Projektlaufzeit

Februar bis April 2021

Ergebnisse

Es entstand ein 45-minütiger Film mit Musik- und Tanzszenen, der die Themen Mobbing und Hatespeech behandelt.

Kontakt

Krea-Jugendclub
An der Wolfsmaar 11
51427 Bergisch Gladbach
E-Mail: team@krea-jugendclub.de
Web: www.krea-jugendclub.de

Im Interview

Unter Druck

Krea-Jugendclub – Kreativitätsschule Bergisch Gladbach e.V.

Sigrid Brenner

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Das Projekt war ursprünglich als Hip-Hop-Theater mit Tanz- und Musikelementen geplant und sollte sich mit dem Zwang zur Selbstoptimierung, dem viele Jugendliche durch „Vorbilder“ in sozialen Medien ausgesetzt sind, beschäftigen. Aufgrund der Pandemie beschlossen wir, das Projekt als Film umzusetzen und merkten in der Arbeit mit den Teilnehmenden, dass ihnen das Thema „Cyberbullying“ geradezu auf den Nägeln brannte. Als dann auch keine Präsenztreffen mehr möglich waren, stellten wir uns gemeinsam der Herausforderung und produzierten völlig kontaktlos einen Film, dessen Handlung ausschließlich auf Social-Media-Plattformen und Messengern stattfindet.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

Die Jugendlichen waren von der Ideenfindung bis zur Präsentation des Films maßgeblich beteiligt und konnten die Filminhalte selbst bestimmen. Im Projekt wurden Aspekte aus der direkten Lebenswelt der Teilnehmenden aufgegriffen und umgesetzt. Um trotz der besonderen Situation eine Gruppendynamik zu erreichen, die kreative und soziale Lernprozesse anstößt, nahmen der Austausch und das Miteinander aller am Projekt Beteiligten in allen Phasen des Projektes einen hohen Stellenwert ein. Es wurde Raum geschaffen, sich mit Inhalten, mit sich selbst und dem Arbeitsprozess auseinanderzusetzen.

Die Jugendlichen hatten während des gesamten Produktionsprozesses die Möglichkeit, durch Ausprobieren ihr Wissen und Können zu erweitern und selbstständig Erfahrungen zu machen.

Durch das konkrete Ziel, einen Film zu produzieren und diesen öffentlich zu präsentieren, bekam das Projekt eine Ernsthaftigkeit, die half, konzentriert zusammenzuarbeiten und den Interaktionsfluss auch in schwierigen Phasen aufrechtzuerhalten.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

a) Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmer*innen?

Alle Teilnehmer*innen hatten Erfahrungen mit sozialen Netzwerken und alle hatten schon mal einen Film mit dem Smartphone aufgenommen. Erfahrung mit der Produktion eines 45-minütigen Films konnte keiner der Jugendlichen aufweisen.

b) Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Die Jugendlichen lernten alle Phasen der Videoproduktion kennen. Sie wendeten verschiedene gestalterische Techniken an. Durch die Auseinandersetzung mit dem Thema Cybermobbing erwarben sie darüber hinaus einen kritischen Blick auf ihren eigenen Umgang mit Social Media.

c) Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

Die Jugendlichen arbeiteten sehr selbstständig. Aufgrund der Kontaktbeschränkungen, aber auch, um einen authentischen Blick aus der Perspektive der Jugendlichen auf das jeweilige Thema zu erlangen, wurden die Teilnehmer*innen nicht von uns zu den Drehorten etc. begleitet. Durch diese Herangehensweise wurde ein starkes Verantwortungsgefühl erreicht. Es wurden soziale Kompetenzen wie etwa Kommunikationsfähigkeit, Teamarbeit und Kritikfähigkeit gefördert.

Probleme und Grenzen

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

Es war nicht immer einfach, eine motivierende Gruppendynamik zu erreichen. Hier hat es sich bewährt, den Jugendlichen immer auch Raum zu geben, über ihre jeweilige Situation, Schwierigkeiten etc. sprechen zu können.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Alle benötigen einen Internetzugang. Die Einzelbeiträge wurden alle auf handelsüblichen Smartphones mit Apps zur Videobearbeitung produziert. Für den Zusammenschnitt der einzelnen Sequenzen wurde ein semiprofessionelles Videoschnittprogramm eingesetzt.

Tipps für die Praxis

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

Um innovative (Medien-)projekte durchzuführen, bedarf es Mut, sich auf unbekannte Wege zu begeben – auch mit der Möglichkeit zu scheitern. Vor allem sollte man Kindern und

Jugendlichen vieles zutrauen und auch einiges zumuten. Wenn sie aus ihrer Komfortzone gelockt werden, entwickelt sich oft Großartiges.

Motivation

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

Die Jugendlichen haben nie die Lust verloren, sich inhaltlich mit dem Thema zu beschäftigen oder ihre Kurzfilme, Songs und Texte zu produzieren.

Bei den virtuellen Treffen mit der gesamten Gruppe gab es durchaus Motivationslücken. Wie viele Menschen waren auch unsere Teilnehmer*innen in der zweiten Lockdown-Phase müde davon, sich nur in Videokonferenzen treffen zu können. Durch den Einsatz verschiedener Methoden, wie etwa Bewegungsspiele, Kleingruppenarbeit etc., haben wir versucht, die gute Laune und Motivation aufrechtzuhalten.

b) Was hat den Teilnehmenden besonders viel Spaß gemacht?

Die Teilnehmenden hatten viel Spaß dabei, gemeinsam Ideen zu entwickeln und zu sehen, dass sie diese umsetzen können. Dabei gab es zwischen den Coaches und den Jugendlichen immer einen Austausch auf Augenhöhe. Außerdem hat ihnen die Produktion ihrer eigenen Beiträge, wie Songs, Choreografien etc., sehr gefallen. Sie entdeckten dabei oft ungeahnte Talente und gingen in ihren neuen Aufgaben auf.



c) Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Für mich war es sehr schön zu sehen, dass die Jugendlichen und das Team offen waren, vorgefasste Pläne auch einmal über den Haufen zu werfen und sich an etwas völlig Neues zu wagen. Darüber hinaus waren die kreativen Ideen und die Skills bei der Umsetzung für mich sehr motivierend.

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?

Das Projekt hat eine sehr positive Dynamik in unseren pädagogischen Alltag gebracht. Durch die intensive Zusammenarbeit an den sensiblen Themen „Mobbing und Hatespeech“ konnten wir einen engen Kontakt zu den Teilnehmenden aufbauen. Auch die Jugendlichen haben sich untereinander facettenreicher kennengelernt und begegnet sich dadurch respektvoller als zuvor.

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

Im Krea-Jugendclub finden regelmäßig Projekte statt, bei denen sich die Schwerpunkte Urbane Jugendkultur und Medienarbeit kreativ ergänzen. Beispielweise setzten sich in den Herbstferien 2021 25 Jugendliche mit dem Thema „Privilegien“ auseinander und erarbeiteten in den Disziplinen Breakdance, Urban-Dance, Musikproduktion und Graffiti künstlerische Ausdrucksformen. Neben Songs, Choreografien etc. entwickelte jede Gruppe auch eine kurze Story. Die Mediengruppe entwickelte ein Konzept, um die einzelnen Beiträge der verschiedenen Gruppen miteinander zu verbinden und übernahm die Produktion und Postproduktion.

Themen

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

Für Kinder und Jugendliche sind alle Themen interessant, die nah an ihrer Lebenswirklichkeit sind.

Trends und Interessen der Zielgruppe

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

Soziale Netzwerke haben in der Lebenswelt unserer Zielgruppe eine immer größere Bedeutung. Wir stellen fest, dass Kinder immer früher soziale Netzwerke nutzen und oft sehr unbedarft und unaufgeklärt darin agieren.

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

Wir kooperieren mit Grundschulen in der Region und bieten Workshops für Grundschüler*innen und deren Eltern zum Thema „Kompetent in sozialen Netzwerken“ an.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Der Krea-Jugendclub bekommt von der Stadt Bergisch Gladbach eine finanzielle Förderung für den Arbeitsschwerpunkt „Medienarbeit“. Ziel ist es, die Medienkompetenz im Rahmen der offenen Kinder- und Jugendarbeit zu fördern. Die Anerkennung – nicht zuletzt durch den Dieter Baacke Preis – bestärkt uns in unserer Arbeit.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Da Medien einen großen Stellenwert in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen haben, ist handlungsorientierte Medienarbeit von herausragender Bedeutung. Medienpädagogische Projektarbeit eignet sich hervorragend dazu, junge Menschen in einen kreativen Prozess zu führen und gleichzeitig Aspekte aus ihrer direkten Lebenswelt aufzugreifen und zu thematisieren.

Struktur und Rahmen

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

Um gute Projektarbeit leisten zu können, sind professionelle Coaches und somit ein stabiler



finanzieller Rahmen nötig. Wichtig ist auch, selbst kreativ zu bleiben und innovativ Ideen umzusetzen.

Feedback

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

Es gab nur den Wunsch und das Bedürfnis, das nächste Projekt wieder im „Vollkontakt“ durchzuführen.

Experimentierfeld Digitales/ zukünftige Perspektiven

a) Mit welchen digitalen Strategien, Methoden und Tools haben Sie evtl. rund um die Kontaktbeschränkungen in der Pandemie oder auch sonst Erfahrungen gesammelt?

Aufgrund unserer technischen Ausstattung und den kompetenten und flexiblen Mitarbeiter*innen konnten wir schnell und fachkundig auf die Corona-Krise reagieren. Wir haben alle unsere Workshops in den Bereichen Medien und urbane Jugendkultur auch während des Lockdowns online weitergeführt. Die Coaches entwickelten Tutorials, boten Live-Streaming-Formate an und trafen sich darüber hinaus regelmäßig in Videomeetings mit den Jugendlichen. Das digitale Angebot wurde von den Kindern und Jugendlichen sehr positiv wahr-

genommen, da sich hierdurch eine Möglichkeit ergab, sich in der Gruppe auszutauschen, Fragen zu beantworten und über Sorgen und Ängste etc. zu sprechen.

b) Was davon hat sich bewährt, woran würden Sie gern weiter anknüpfen?

Im Lockdown haben wir neue digitale Kommunikationswege zu unseren Teilnehmer*innen aufgebaut. Die Arbeit wurde insgesamt mobiler und einiges wurde in den öffentlichen Raum verlegt. Daran werden wir anknüpfen. Doch gleichzeitig hat die Krise uns auch die Erkenntnis gebracht, dass persönlicher Kontakt und physische Erlebnisse insbesondere für Kinder und Jugendliche unersetzlich sind. Die Herausforderung für uns wird sein, digitale Formate zu kreieren, die physische Angebote sinnvoll ergänzen und nicht ersetzen.

Interviewpartnerin

Sigrid Brenner: *1969; Diplom-Pädagogin und Medienpädagogin; von 2006 bis 2017 Lehrauftrag für Medienpädagogik und -didaktik für das Netzwerk Medien an der Humanwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln; seit 2007 Leitung des Krea-Jugendclubs – Jugendkulturzentrum der Kreativitätsschule Bergisch Gladbach e.V. mit dem Schwerpunkten Medienarbeit und Urbane Jugendkultur.

Abbildungsnachweis

Titelbild

©shutterstock.com_mens diviniior

Friederike von Gross/Renate Röllecke

©Katharina Künkel, unter Verwendung von: shutterstock.com_Sunny studio/robuart | AdobeStock_davooda/kuroksta/Katsiaryna (Seite 13)

Peter Holzwarth

©www.instagram.com/rosaliexfeminist/reels/ (Seite 17)

©Peter Holzwarth (Seiten 18)

Sabine Diener-Kropp

©Katharina Künkel, unter Verwendung von: shutterstock.com_sergey causelove, adobestock_nexusby | Gendergrafik nach: OpenClipart-Vectors/Pixabay (Seite 38)

Angela Tillmann/André Weßel

©rawpixel.com/Teddy (Seite 50)

Eva Kukuk

©GMK-M-Team (Seiten 63-66)

Kuntergrau

©Léon M. Groß (Seite 100)

©anyway e.V./Max Jonas Fohrbeck (Seite 102-104)

Unter Druck

©Helga Niekammer (Seiten 117, 119, 120)

Gaming ohne Grenzen

©Max Zindel (Seiten 128, 131, 133)

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