

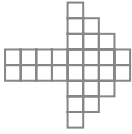


ALWAYS ON: AUFWACHSEN IN DER INFORMATIONSGESELLSCHAFT

Zur Mediensozialisation im Kindes- und Jugendalter
2. Netzwerktagung »Medienkompetenz stärkt Brandenburg«

**MEDIENKOMPETENZ
STÄRKT
BRANDENBURG**

www.medienkompetenz-brandenburg.de



VORTRÄGE

- # 1 Always on: Aufwachsen in der Informationsgesellschaft
- # 2 DAGMAR HOFFMANN
Being a digital native!? Aufwachsen in mediatisierten Lebenswelten«
- # 5 MAREIKE SCHEMMERLING
»Ein Like geht immer ...« – Studienergebnisse zu Identitätsarbeit und sozialraumbezogenem Medienhandeln in sozialen Netzwerkdiensten
- # 11 BENJAMIN ROSTALSKI
The World According to Games – Risiken und Chancen digitaler Spiele
- # 17 SUSANNE SCHMITT, KLAUS HINZE
Medienerziehung in der Familie – warum brauchen Eltern medienpädagogische Angebote?

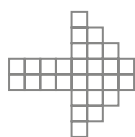


PROJEKTE

- # 23 MICHAEL LANGE, VERENA EBEL
Reise durch die Mediengalaxie
- # 25 RENÉ SCHÖNE
Das digitale Projektstagebuch
- # 27 TOBIAS FALKE
Problemzentrierte Videoarbeit - Kurzspielfilme zum Thema »Cybermobbing«
- # 30 CLAUDIA HOFFMANN
Medienhelden
- # 32 GRIT SUJATA, SUSANNE GRUNEWALD
Das M3-Multimediamobil
- # 39 SVENJA PERLITZ
Medien auf dem Land
- # 39 SABINE KÜHNEL
Internet-ABC-Schule
- # 41 MARTIN BÖTTCHER
Erste Schritte zum Aufbau eines Schulradios
- # 43 CORNELIA STABRODT
Lesen macht stark: Lesen und digitale Medien
- # 46 FRANZISKA MICKE
Chatten und spielen, bis der Arzt kommt?
- # 47 Über die Autorinnen und Autoren
- # 49 Leitprojekte der Netzwerkinitiative

ALWAYS ON: AUFWACHSEN IN DER INFORMATIONSGESELLSCHAFT

ZUR MEDIENSOZIALISATION IM KINDES- UND JUGENDALTER



Medien spielen eine immer wichtigere Rolle bei der Identitätsbildung von Kindern und Jugendlichen sowie bei der Entwicklung von Werten, Einstellungen und Weltbildern. Heranwachsende finden Orientierungen über Lebensstile, Mode oder den Umgang miteinander. Allerdings bergen Medien auch Risiken - wie exzessive Nutzung, den Kontakt mit problematischen Inhalten oder die Missachtung von Urheber- und Persönlichkeitsrechten. Mit der zunehmenden mobilen Internetnutzung auf dem Smartphone ist diese nun weitestgehend der elterlichen Kontrolle entzogen. Ein generelles Verbot oder ein Ausschluss von Medien hilft aber auch nicht weiter. Medien dienen der sozialen Interaktion und gewähren Möglichkeiten der gesellschaftlichen und kulturellen Teilhabe. Daher ist Medienbildung auch ein Gebot der Chancengleichheit, um der Gefahr der digitalen Abkopplung vorzubeugen.

Auf der 2. Netzwerktagung der Landesinitiative **Medienkompetenz stärkt Brandenburg** wollten wir uns nicht nur der Frage widmen, was die Medien mit Kindern und Jugendlichen machen, sondern vor allem, was die Kinder und Jugendlichen mit den Medien machen. Wie können Kinder und Jugendliche durch Schule und außerschulische Einrichtungen in medienkompetentem Handeln unterstützt werden, um nicht nur Risiken zu vermindern, sondern die Potenziale, die Mediennutzung zur Persönlichkeitsentfaltung bietet, ausschöpfen zu können?

Die Netzwerktagung fand statt am 6. November 2013 im Medieninnovationszentrum Babelsberg (MIZ) und der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf« (HFF), veranstaltet durch das Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg und die Medienanstalt Berlin-Brandenburg. Die Tagung wurde organisiert von der LAG Multimedia Brandenburg e. V..

Wie bereits im Jahr zuvor waren die hohe Bereitschaft und Motivation vieler Bildungsakteure im Land Brandenburg, als Kooperationspartner unentgeltlich zum Gelingen der Veranstaltung beizutragen, von großer Bedeutung. Rund 40 Akteure wirkten an der Netzwerktagung ohne Bezahlung mit und führten den Großteil der insgesamt 17 Workshops im Nachmittagsprogramm durch. Zuvor gab es im Vormittagsblock bereits Impulsvorträge von Prof. Dr. Dagmar Hoffmann (Universität Siegen), »Being a digital native!? Aufwachsen in mediatisierten Lebenswelten« und von Mareike Schemmerling (JFF), »Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web« und eine Podiumsdiskussion zum Thema »Medienbildung in Brandenburg«. Zur Tagung meldeten sich 144 Personen an, davon 70 % aus Brandenburg und 30 % aus Berlin. Das Verhältnis von 50 zu 50 bei PädagogenInnen und LehrerInnen zeigt, dass auch schulische Träger gut erreicht wurden.

Die hier vorliegende Tagungsdokumentation zeigt einen Ausschnitt aus den vielfältigen Beiträgen, die die Netzwerkpartner in Form von Workshops und Vorträgen eingebracht haben.

Die Materialien dieser Tagungsdokumentation stehen unter der Creative-Commons-Lizenz-Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie bitte <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>.



DAGMAR HOFFMANN

BEING A DIGITAL NATIVE!?
AUFWACHSEN IN MEDIATISIERTEN
LEBENSWELTEN

BEING A DIGITAL NATIVE!? AUFWACHSEN IN MEDIATISIERTEN LEBENSWELTEN



In der Gegenwartsgesellschaft erfolgt das alltägliche sozial-kommunikative Handeln unter Prämissen der Mediatisierung. Das gilt für alle Menschen und ganz besonders für Jugendliche, die sich auf besondere Art und Weise mit gesellschaftlichen und entwicklungsbedingten Anforderungen auseinandersetzen müssen. Medien sind zentrale Elemente bei der Strukturierung und Bewältigung des Alltags, bei der Bearbeitung von Entwicklungsaufgaben und der Genese von Lebenskonzepten. Digitale Medien sind omnipräsent und aus dem Alltag der Menschen nicht mehr wegzudenken. Kaum jemand möchte auf sein Smartphone, Dr. Google und die Wikipedia, soziale Netzwerke sowie Onlinebooking und Onlineshopping verzichten. Jeder hat wohl seine eigenen Vorlieben für Websites, die der Information, der Kommunikation und der Lebensführung sowie dem Spaß und der Unterhaltung dienen. Das Spektrum der möglichen Netzaktivitäten scheint unbegrenzt zu sein und weitet sich täglich sukzessive aus.

ALLGEGENWART DER MEDIEN

Kinder und Jugendliche erleben den Wandel der Medien anders als ihre Eltern und Großeltern, deren Lebenswelt auch von Medien geprägt war; allerdings war das Repertoire medialen Handelns früher weitaus überschaubarer. Eindrücklich konnten der Medienpädagoge Dieter Baacke und seine Mitarbeiter in den 1980er- und 1990er-Jahren in ihren Untersuchungen zeigen, dass in den meisten der von Kindern und Jugendlichen aufgesuchten Sozialräume Medien präsent sind. Sie stehen ihnen zur Befriedigung vielfältiger Bedürfnisse zur Verfügung. Über die Medien an sich, ihre Inhalte und Akteure tauschen Jugendliche sich in der Peergruppe aus. Durch die Nutzung grenzen sie sich von der Erwachsenenwelt ab. Das von den Bielefelder Wissenschaftlern zu Beginn der 1990er-Jahre plausibilisierte Gleichnis »Lebenswelten sind Medienwelten« (Baacke, Sander, Vollbrecht 1990) hat bis heute nicht an Aktualität und Sinnhaftigkeit verloren, im Gegenteil: die Lebenswelten mediatisieren sich weiterhin und werden keineswegs weniger komplex. Medientechnologien werden zunehmend digital, sind mobil verfügbar, hybridisieren sich. Medienrepertoires erweitern sich und differenzieren sich zugleich aus. Soziale und mediale Lebenswelten lassen sich kaum trennen.

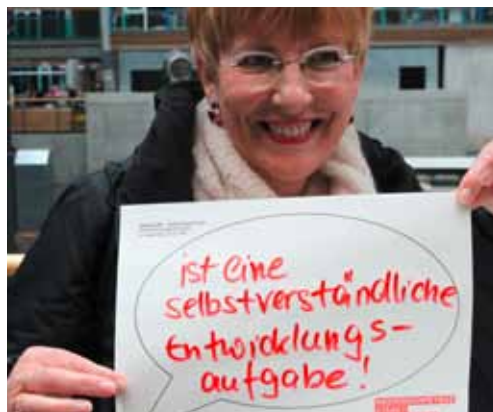
DIGITALISIERTE LEBENSWELTEN

Der Wandel der Medien und die Konsequenzen für das Aufwachsen von Kindern und Jugendlichen sind ein zentrales Thema der Medienpädagogik, wobei im Wesentlichen die Veränderungen der Entwicklungs- und Sozialisationsbedingungen mit und durch Medien entweder unter einer Risiko- oder einer Ressourcenprämisse diskutiert werden. Mein Beitrag wird sich aus soziologischer und pädagogischer Perspektive mit der Frage beschäftigen: Was bedeutet es für Jugendliche, in hochgradig mediatisierten Lebenswelten aufzuwachsen? Wie erleben sie sich in dieser Welt? Welche Anforderungen werden an sie – als »Digital Natives« – gestellt und welche können sie erfüllen? Ferner wird danach gefragt, wie werden Jugendliche an digitale Medientechnologien herangeführt und welche Ressourcen werden ihnen in formalen und informellen Sozialisationskontexten bereitgestellt, um sie in ihrem Medienhandeln sinnstiftend zu begleiten? Somit stehen insbesondere die Gelegenheitsstrukturen und Gestaltungsmöglichkeiten der Sozialisationskontexte durch Netzwerkmedien im Vordergrund der Betrachtungen.

Es wird – entgegen manchen anderen populistischen Appellen – dafür plädiert, sich auf die Digitalisierung der Lebenswelten unbedingt einzulassen, nicht zuletzt deshalb, weil sie die Teilhabe an gesellschaftlichen Prozessen ermöglicht und diese auch entscheidend mitbestimmt.

ORTE DER KOMMUNIKATION

Netzwerkmedien können als gewöhnliche Orte der Kommunikation und als Kulturräume betrachtet werden, die nicht nur neben den traditionellen existieren, sondern an diese anknüpfen, sie integrieren, modifizieren und erweitern. Medien, ihre Inhalte, Akteure und Anwendungen, sind im Hinblick auf viele (moderne) Sozialisationsbelange bedeutsam und werden es künftig bleiben. Sie tragen zur Identitätsentwicklung bei, fördern diese eher, als dass sie sie behindern, was an einigen Beispielen verdeutlicht werden kann.





MAREIKE SCHEMMERLING

EIN LIKE GEHT IMMER ...

Studienergebnisse zu Identitätsarbeit und sozialraumbezogenem
Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten

EIN LIKE GEHT IMMER ...

Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in sozialen Netzwerkdiensten



I. Identitätsarbeit in mediatisierten Sozialräumen

Medien und ihre Inhalte übernehmen in der Identitätsarbeit von Kindern und Jugendlichen wichtige Funktionen. Mit Blick auf die Rahmenbedingungen des Medienhandelns in sozialen Netzwerkdiensten gilt es deswegen zu hinterfragen, wie Jugendliche sich diese neuen Medienwelten aneignen und inwiefern sich in der Folge auch die Bedeutung medialer Angebotsstrukturen und der darin verhandelten Inhalte für die Identitätsarbeit verändert.

In sozialen Netzwerkdiensten wie Facebook sind Interaktions- und Rezeptionsmöglichkeiten eng miteinander verknüpft und im Medienhandeln Jugendlicher enge Bezüge zu Offline-Sozialräumen zu erkennen. Vor diesem Hintergrund wurde in der Studie »Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in sozialen Netzwerkdiensten« die Identitätsarbeit von Heranwachsenden zwischen 13 und 17 Jahren in sozialen Netzwerkdiensten in den Blick genommen. Die empirische Grundlage der Studie bilden zum einen 16 Einzelfallstudien mit Jugendlichen im Alter zwischen 13 und 17 Jahren. [1] Fokusplattform in den computergestützten, leitfadensbasierten Interviews war der soziale Netzwerkdienst Facebook, der während der Interviews ausgehend von den persönlichen Accounts der Befragten besprochen wurde. Zum anderen wurde über einen Zeitraum von sechs Wochen mit elf Schülerinnen und -Schülern zwischen 13 und 16 Jahren [2] eine Forschungswerkstatt durchgeführt, die sowohl Methoden der themenzentrierten, aktiven Medienarbeit als auch thematisch fokussierte Befragungs- und Reflexionseinheiten umfasste.

II. Restriktionen und Erweiterungen im sozialraumbezogenen Medienhandeln

Übergreifend zeigt sich, dass die befragten Jugendlichen unterschiedliche Akzente im Medienhandeln setzen und der soziale Netzwerkdienst Facebook in unterschiedlicher Weise für die Identitätsarbeit der Heranwachsenden relevant ist.

- 1) Individuell wahrgenommene Nutzungsmöglichkeiten bestimmen je nach Interessen und Motivlagen die Handlungsrepertoires der Jugendlichen.
- 2) Facebook ist für die Jugendlichen in erster Linie ein Sozialraum, in dem sie sich mit ihren Peers austauschen.
- 3) Die thematische Ausrichtung der Selbstdarstellungen der Jugendlichen steht in einem engen Bezug zu ihrem Selbstbild und lebensweltlich bedingten Bewältigungsaufgaben,
- 4) Die Identitätsarbeit der Jugendlichen ist eng mit konvergierenden Angeboten und Inhalten im Social Web verknüpft.
- 5) Sozialraumbezogenes Medienhandeln steht in enger Verbindung mit der Identitätsarbeit Jugendlicher.

Die Ergebnisse der Teilstudie verdeutlichen, dass das Medienhandeln in Facebook für die Identitätsarbeit Jugendlicher auf vielfältige Weise relevant ist. Die Handlungskontexte der Heranwachsenden müssen im Zusammenhang mit gesellschaftlichen Wandlungsprozessen wie der fortschreitenden Konvergenz von Medientechnik und -inhalten, aber auch mit der Mediatisierung immer weiterer Lebensbereiche betrachtet werden. Vor diesem Hintergrund können Restriktionen und Erweiterungen im sozialraumbezogenen Medienhandeln für die Identitätsarbeit gebündelt und reflektiert werden.

DIE VERÄNDERUNGEN IN DER MEDIENWELT WERDEN ALS ERWEITERUNG VON HANDLUNGSMÖGLICHKEITEN WAHRGENOMMEN

Aus Sicht der befragten Jugendlichen eröffnet ihnen die aktuelle Medienwelt eine Vielfalt an Handlungsoptionen. Die Mädchen und Jungen verbinden mit dem Gebrauch der Dienste im Social Web ein Mehr an Kontakten zu Freundinnen und Freunden, häufigere Treffen mit diesen, aber auch erweiterte Zugänge zu interessanten Inhalten aus den Massenmedien, semiprofessionellen Angeboten oder Werken von anderen Nutzenden. In dieser positiven Einschätzung der aktuellen Entwicklungen in der Medienwelt haben sie nicht nur sich, sondern auch andere Personengruppen im Blick. Im Gegensatz zu dieser grundsätzlich positiven Einschätzung setzen sich die Befragten aber auch mit einer Sichtweise auseinander, die ihr Medienhandeln eher problematisiert: Bezugspersonen, die einen Erziehungsauftrag haben, so nehmen die Jugendlichen an, sehen mit Blick auf das Medienhandeln von Heranwachsenden vor allem Probleme, Risiken und Gefahren. Sie sehen sich damit konfrontiert, dass ihr Handeln in einem Raum, der für sie sehr wichtig und für ihre Identitätsarbeit bedeutsam ist, von wichtigen Bezugspersonen vorrangig problematisiert wird und mit Ängsten besetzt ist.

» DIE RELEVANZ FÜR DIE IDENTITÄTSARBEIT BEGRÜNDET SICH DARIN, DASS UNTERSCHIEDLICHE LEBENSBEREICHE IN FACEBOOK VERBUNDEN WERDEN«

Soziale Netzwerkdienste wie Facebook zeichnen sich u. a. dadurch aus, dass mit ihrer Nutzung ganz unterschiedliche Motive verfolgt werden können. Die sich daraus ergebende vielgestaltige Bedeutung für die Identitätsarbeit wird zudem dadurch verstärkt, dass mit dem Gebrauch dieser Dienste die Mediatisierung von immer mehr Lebensbereichen vorangetrieben wird. Dabei können die aktuellen Ergebnisse an frühere Studien zur Identitätsarbeit von Jugendlichen mit Medien anknüpfen (vgl. z. B. Wegener 2008, Würfel/Keilhauer 2009). Sie weisen aber zugleich auf eine Weiterentwicklung hin – z. B., wenn es um die Identifikation mit Medienpersonen oder die Orientierung an medialen Vorbildern geht. In den Ergebnissen zeigt sich, dass diese Formen der Identitätsarbeit in kommunikative Kontexte eingebunden sind. In diesem Sinne konvergieren nicht nur die Inhalte. Auch die Formen der Identitätsarbeit mit Medien beziehen sich auf vormals getrennte Bereiche der medialen Unterhaltung und mediengestützten Kommunikation. Vor diesem Hintergrund sehen die Jugendlichen den sozialen Netzwerkdienst Facebook als Handlungsstruktur für die Bewältigung von Herausforderungen ihrer Lebenswelt. Sie nutzen den Dienst z. B., um geografische Distanzen zu Bezugspersonen zu überbrücken und ebenso, um die eigene Geschlechteridentität zu entwickeln.

INDIVIDUALISIERUNG IM MEDIENHANDELN UND RÜCKBINDUNG IN GEMEINSCHAFTLICHEN HANDLUNGSMUSTERN

Die Plattform Facebook steht wie kaum ein anderes Medienangebot für die fortschreitende Individualisierung im Medienhandeln. Die Nutzenden bekommen einen individuellen Mix an Inhalten zu sehen, wobei Inhalte abonniert Fanpages und installierter Applikationen durch die Posts von Freundinnen und Freunden ergänzt werden. Die Ergebnisse der Studie verdeutlichen aber, dass dieser Individualisierung aus der Perspektive der jugendlichen Nutzenden gemeinschaftliche und

gemeinschaftsstiftende Medienhandlungsmustern gegenüberstehen. So stellen massenmediale Inhalte weiterhin gemeinsame Bezugspunkte dar, über die zudem soziale Verortung realisiert und Zugehörigkeit signalisiert werden kann.

Auch bei der Orientierung innerhalb der Vielzahl an Inhalten im Social Web sind deutlich gemeinschaftliche Handlungsmuster erkennbar. Eine wichtige Maxime ist: »Wichtig ist, was viele Klicks hat«. Wenn die Befragten die Inhalte in ihrem News Feed »scannen«, ziehen sie die Resonanz, die die Beiträge bereits von anderen erhalten haben, als Orientierungsgröße heran. Ebenso spielt die Verbindung zu den Verfasserinnen und Verfassern der Beiträge eine wesentliche Rolle beim Umgang mit den vorgefundenen Inhalten. Der analytische Blick auf sozialraumbezogenes Medienhandeln zeigt dabei: in Facebook werden über gemeinschaftliche Handlungsweisen sozialräumliche Bezüge rekonstruiert.

VIELFÄLTIGER ZUGANG ZU INHALTEN BIRGT AUS PERSPEKTIVE DER JUGENDLICHEN CHANCEN UND PROBLEME

Die befragten Jugendlichen schätzen den jeweils für sie relevanten Ausschnitt aus einer Vielzahl und Vielfalt an Inhalten, auf die sie in sozialen Netzwerkdiensten zugreifen können und auf die sie verwiesen werden. Auch wenn sie die Herkunft der Inhalte oftmals nicht nachvollziehen können, haben sie damit doch Zugriff auf einen Inhalte-Pool, in welchem sie ihre Interessen verfolgen und vertiefen können. Dennoch birgt diese Vielfalt aus Sicht der Jugendlichen auch Probleme. Beispiele sind die Konfrontation mit verstörenden und Jugendmedienschutzrelevanten Inhalten, der Zugriff auf illegal bereitgestellte Inhalte oder auch peinliche Bilder, die über die eigene Person veröffentlicht werden. Diese von den Jugendlichen benannten Probleme und Risiken können in bereits entwickelten Systematisierungen von Verhaltens-, Kontakt- sowie inhaltsbezogenen Risiken verortet werden (vgl. Livingstone u. a. 2010, YPRT 2009).

EINIGE PROBLEMBEREICHE WERDEN VON DEN JUGENDLICHEN SELBST NICHT THEMATISIERT, SIND JEDOCH AUS MEDIENPÄDAGOGISCHER PERSPEKTIVE EBENSO RELEVANT

Neben den von den Befragten angesprochenen Problembereichen sind aus medienpädagogischer Perspektive weitere Herausforderungen zu erkennen, die die Jugendlichen selbst nicht thematisieren. Drei Aspekte sind dabei in den Blick zu nehmen:

- ➔ Der erste betrifft eine Auffälligkeit von geschlechtstypischen Handlungsformen. So ist auffällig, dass Attribute der Selbstbehauptung eher nur von Jungen für ihr Medienhandeln vorgebracht werden und diese auch eher ihre Interessen ins Zentrum ihrer Selbstdarstellung rücken. Sie grenzen sich u. a. mit Insider-Codes von anderen ab und beschreiben damit offensivere Medienhandlungsweisen. Dagegen argumentieren insbesondere Mädchen, dass die eigene Selbstdarstellung ‚sauber‘ sein und keine Missverständnisse aufkommen lassen sollte. Mit der Perspektive auf soziale Gerechtigkeit ist hier zu hinterfragen, wie groß für Jugendliche online der Anpassungsdruck an Geschlechterstereotype ist. Gerade das von den Mädchen beschriebene Medienhandeln wirkt eher defensiv und beengt. Aus einer subjektorientierten Perspektive stellt sich die Frage, inwiefern hier eine gerechte Grundlage »zur größtmöglichen persönlichen und eigenverantwortlichen Entfaltung« (Spatschek 2012) gegeben ist.

- ➔ Zweitens unterminiert die technische Gestaltung der Plattformen den Anspruch und die Möglichkeit auf selbstbestimmtes Handeln der Jugendlichen. Die Nutzenden haben bei Facebook z. B. keine Einflussmöglichkeiten auf und keine Einsicht in die interne Auswertung ihres Nutzungsverhaltens. Diese bestimmt aber u. a., wie die Inhalte ihres News Feeds dargestellt werden. Insofern wird durch diese Auswertung empfindlich in die Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu anderen Nutzenden und aus einer sozialräumlichen Perspektive in die Raumkonstruktion der Jugendlichen eingegriffen.
- ➔ Drittens sind in den Selbstdarstellungen der Jugendlichen und in ihren Interaktionen mit anderen Spuren einer (Selbst-)Mediatisierung erkennbar. Resonanzspiele [3] in Facebook, die bei einigen Jugendlichen beliebt sind, zeigen z. B., wie über den sozialen Netzwerkdienst Zugehörigkeit, soziale Einbettung und Anerkennung eingeholt werden. In diesen Spielen ist zu erkennen, wie die Mediatisierung nahezu aller Lebensbereiche bereits fortgeschritten ist. Im Speziellen wird hier deutlich, wie alltägliche Interaktion und Beziehungsgestaltung von den Jugendlichen an mediale Aufmerksamkeitsfaktoren und Resonanzmechanismen angepasst werden.

Bei diesem Abstract handelt es sich um eine gekürzte Fassung folgenden Artikels:

SCHEMMERLING, MAREIKE; GERLICHER, PETER; BRÜGGEN, NIELS [2013]: »fEin Like geht immer ...« Studienergebnisse zu Identitätsarbeit und sozialraumbezogenem Medienhandeln in sozialen Netzwerkdiensten. In: merz, 57. Jg., 2, S. 53 – 59

Die vorliegende Studie wurde vom JFF – INSTITUT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK IN FORSCHUNG UND PRAxis durchgeführt und ist die vierte Teilstudie im Rahmen der Untersuchung »Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche« im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Eine umfassende Darstellung der Studienergebnisse ist zu finden in: Wagner, Ulrike; Brügggen, Niels (Hg.) [2013]: Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web. Baden-Baden: Nomos [BLM-Schriftenreihe Band 101].

ZITIERTE LITERATUR

LIVINGSTONE, SONIA; HADDON, LESLIE; GÖRZIG, ANKE; OLAFSSON, KJARTAN [2010]: Risks and safety on the Internet. The perspective of European children. Initial findings from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents. LSE. Online verfügbar unter http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Initial_findings_report.pdf, zuletzt geprüft am 23.01.2013.

SPATSCHEK, CHRISTIAN [2012]: Hat der Sozialraum ein Geschlecht? Über die Genderdimensionen des sozialräumlichen Denkens und Handelns. In: sozialraum.de, H. 1. Online verfügbar unter <http://sozialraum.de/hat-der-sozialraum-ein-geschlecht.php>, zuletzt geprüft am 23.01.2013.

WEGENER, CLAUDIA [2008]: Medien, Aneignung und Identität. »Stars« im Alltag jugendlicher Fans. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften [GWV].

WÜRFEL, MAREN; KEILHAUER, JAN (2009): Die konvergente Medienwelt. Materiallieferant und sozialer Raum für die Identitätsarbeit Jugendlicher. In: Theunert, Helga (Hg.): Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. Beiträge aus Medienpädagogik, Jugendsoziologie, Medienwissenschaft und Psychologie. München: kopaed [Reihe Medienpädagogik, 16], S. 95 –114.

YOUTH PROTECTION ROUNDTABLE (YPRT) (2009): YPRT Toolkit. Stiftung Digitale Chancen. Online verfügbar unter http://www.yprt.eu/transfer/assets/final_YPRT_Toolkit.pdf, zuletzt geprüft am 23.01.2013.

ANMERKUNGEN

- [1] Es wurden acht Jungen und acht Mädchen befragt. Darunter waren jeweils acht Jugendliche mit formal niedrigerem Bildungshintergrund (Hauptschule) und acht Jugendliche mit formal höherem Bildungshintergrund (Realschule oder Gymnasium)
- [2] Es handelte sich um sechs Mädchen und fünf Jungen einer Realschule.
- [3] Ein Beispiel für derartige Resonanzspiele ist ‚Facebook-Pflicht‘. Hierbei postet eine Person die Aussage: »Ich würde XY tun, aber nur wenn ich YZ Likes auf diesen Post erhalte.« Und somit sollen die Facebook-Kontakte mitentscheiden, ob die Person durch ausreichende Resonanz verpflichtet wird, die Aussage einzulösen oder nicht.

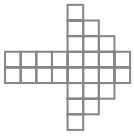




BENJAMIN ROSTALSKI

THE WORLD ACCORDING TO GAMES - RISIKEN UND CHANCEN DIGITALER SPIELE

THE WORLD ACCORDING TO GAMES – RISIKEN UND CHANCEN DIGITALER SPIELE



Digitale Spiele sind als Unterhaltungsmedium heutzutage im Mainstream angekommen. Zugleich wird seit einigen Jahren diskutiert, ob sie auch als Kulturgut zu betrachten sind. Dies wurde erst möglich, seitdem die Debatte um Wirkungsrisiken, die mit digitalen Spielen verbunden sind, sachlicher geworden ist. Modi des Umgangs mit Wirkungsrisiken wurden gefunden und haben sich bewährt. Dennoch bleiben bestimmte Risiken bestehen und es sind neue hinzugekommen. In der Bewertung des Mediums und seiner Inhalte hat sich der Fokus dennoch weg von einer defizit-orientierten Betrachtung hin zu einer Betonung von Chancen und Potenzialen digitaler Spiele verschoben, etwa im Bildungsbereich, in der Medienpädagogik und in der ästhetischen Bildung.

DIGITALE SPIELE IM MAINSTREAM?

Games haben sich von der »nerdigen« Randerscheinung der 80er- und 90er-Jahre hin zu einem kulturellen Phänomen gewandelt. Die »Gamer« der ersten Stunde, die mit Atari und C64 groß geworden sind, tragen heute Verantwortung, zum Beispiel in Redaktionen und Verlagen. Zugleich wachsen heute Kinder und Jugendliche mit dem Medium ganz natürlich auf. Games sind auch global gelebte Jugendkultur. Allein die Let's-play-Bewegung mit ihren Millionen-Klickzahlen bei YouTube zeigt, wie populär Gaming als Freizeitbeschäftigung ist. Auch etablierte Medien wie das Fernsehen greifen Gaming in eigenen Formaten wie beispielsweise MTV Game One auf.

Zugleich zeigen sich bereits erste Tendenzen zur Herausbildung einer Games-Tradition, und es gibt Bemühungen zur Bewahrung des digitalen Erbes. So gibt es in Berlin inzwischen ein eigenes Computerspiele-Museum und das Museum of Modern Art hat einen Kanon der 14 wichtigsten Werke der digitalen Spielekultur in seine Sammlung aufgenommen. Für anspruchsvolle Leser hat sich ein eigenes Games-Feuilleton herausgebildet und zunehmend finden Games auch in der Berichterstattung etablierter Publikationen statt. Galerien entdecken die oftmals sehr anspruchsvollen Artworks, die die Vorstufe zur Ästhetik eines Spiels darstellen, und stellen diese aus. Und vollkommen neuartige Kunstgattungen wie beispielsweise die begehbare Kunst-Installation »O.R.pheus« widmen sich einem antiken Stoff mit den Mitteln interaktiver Erlebniswelten, die sonst nur virtuell aus Computerspielen bekannt sind.

Der wirkliche Mainstream-Status digitaler Spiele wird auch in seiner wirtschaftlichen Bedeutung offensichtlich. Benötigte ein Blockbuster-Film wie »Avatar« noch 17 Tage, um 1 Mrd. Dollar Umsatz zu machen, gelang das dem Gangster-Epos »Grand Theft Auto V«, einem Konsolenspiel, im September innerhalb von nur drei Tagen. Millionen von Fans weltweit verabschiedeten sich und gingen in virtuellen Urlaub - Bestseller wie »GTA V« sind die Straßenfeger der Gegenwart.

DIGITALE SPIELE ALS KULTURGUT?

Aber sind Games auch ein Kulturgut? Sicherlich steckt in ihnen eine Menge kreativer Ausdruck und ästhetischer Gehalt. Als audiovisuelle Gesamtkunstwerke bedienen sie sich bei der Formensprache aller bisherigen Kunstgattungen und fügen das Alleinstellungsmerkmal der Interaktivität hinzu. Viele Gattungen aus dem analogen Bereich finden ihr digitales Pendant: Von Cartoon und Märchen über Puppentheater und Drama bis hin zu Autoren-Film und Roman. Mögen die ästhetischen Qualitäten auch manchmal dürftig und die Inhalte banal sein: Kulturelle Bedeutung haben Games

durch ihre breite Rezeptionsbasis allemal. Ob es sich bei einem Spiel auch um ein Kunstwerk handelt, muss stets im Einzelfall abgewogen werden.

Mit der Anerkennung von Games als Kulturgut durch den Deutschen Kulturrat bereits im Jahre 2009 könnte man die Debatte leicht für beendet erklären und als entschieden betrachten. Doch wird dies der Bedeutung und Relevanz von Games als einer der kulturellen Kräfte der Gegenwart in keiner Weise gerecht. Und noch etwas anderes spricht dagegen, Games definitorisch zum Kulturgut zu erheben: Noch immer mangelt es ihnen in der breiten Öffentlichkeit an Akzeptanz. So verneinten kürzlich 73 % der Befragten in einer repräsentativen Forsa-Umfrage die Aussage, Games seien ein Kulturgut. Knapp zwei Drittel der Befragten würden keine Rezension eines digitalen Spiels lesen. Hier liegt die Interpretation nahe, dass eine breite, aber meist schweigende Mehrheit nach wie vor mit Games nichts anzufangen weiß und an dieser kulturellen Entwicklung nicht partizipieren kann.

SPIELERISCH LERNEN

Dabei ermöglichen Games gerade durch ihren spielerischen Ansatz die Beherrschung gegenwärtiger Informationstechnik und damit Teilhabe an der modernen Informationsgesellschaft. Sie sind das trojanische Pferd der digitalen Revolution. Hierzu ein kleines Beispiel zur Illustration: Bei der kürzlich veröffentlichten OECD-Studie zum Kompetenzniveau von Erwachsenen (»Erwachsenen-PISA-Studie«) kam zum Vorschein, dass jeder achte Deutsche zwischen 16 und 58 Jahren an der Bedienung eines PCs mithilfe der Maus scheitert! Dabei wurde das weltweit am weitesten verbreitete PC-Betriebssystem Microsoft Windows bereits seit 1990 zusammen mit dem Kartenlegespiel »Solitär« ausgeliefert, welches spielerisch und intuitiv die Verwendung der Maus trainiert.

Doch auch komplexere Lerninhalte werden heutzutage zunehmend spielerisch vermittelt, nicht bloß die Beherrschung informationstechnischer Systeme. Durch Game-based-Learning und sogenannte Serious Games halten spielerische Ansätze Einzug ins Klassenzimmer und in die außerschulische Bildungsarbeit. Vor allem in der Aus- und Weiterbildung spielen Simulationen eine große Rolle. In vielen Kontexten wird mit wachsendem Erfolg versucht, motivierende Mechanismen aus dem Unterhaltungsbereich in der Bildung einzusetzen. Darin kommt ein Paradigmenwechsel zum Vorschein.

Dennoch mangelt es nach wie vor an Akzeptanz für das noch relativ junge Medium, das sich kritische Fragen gefallen lassen muss. Kann ein Ego-Shooter kulturell wertvoll sein, wie etwa das 2012 mit dem Deutschen Computerspielpreis ausgezeichnete Science-Fiction-Spektakel *Crysis 2*, dessen technische Vorzüge außer Frage stehen? Ist Spielen zwar bestenfalls harmlos, aber letztlich nichts als Zeitvergeudung, wie gerade in bildungsbürgerlichen Kreisen unterstellt wird? Und überfordert die permanente Konfrontation mit digitalen Medien und Computermonitoren den Menschen nicht, Heranwachsende im Besonderen, wie der viel zitierte und -kritisierte Autor Manfred Spitzer meint?

RISIKEN DIGITALER SPIELE

Mit derlei Fragen bewegt man sich bereits inmitten des Feldes der Wirkungsrisiken digitaler Spiele. Die beiden zurückliegenden Jahrzehnte waren von einer teils hitzig geführten Debatte um

vermeintliche oder tatsächliche Tabubrüche in digitalen Spielen gekennzeichnet. Insbesondere Gewaltdarstellungen und die befürchtete Verrohung der Rezipienten standen im Rampenlicht öffentlicher Empörung.

Mit digitalen Spielen sind angenommene Wirkungsrisiken verbunden, darunter zum Beispiel Ängstigung, Überreizung und Übererregung, vor allem aber auch sozialetische Desorientierung sowie ganz allgemein die Beeinträchtigung der Erziehung von Kindern und Jugendlichen. Um diesen Wirkungsrisiken zu begegnen, verfügt Deutschland über eines der verbindlichsten Jugendschutzsysteme weltweit. Spiele, die an Minderjährige verkauft werden sollen, benötigen hierfür eine Altersfreigabe, welche von staatlichen Vertretern vergeben wird. Die Videospiele-Industrie ist an diesem Prozess beteiligt und schafft die Rahmenbedingungen, damit Spiele geprüft und letztlich freigegeben werden können. Sie hat aber kein Mitspracherecht bei den Freigabeentscheidungen.

ELTERLICHES ERZIEHUNGSPRIVILEG

Diese treffen die ständigen Vertreter der Obersten Landesjugendbehörden. Beratend zur Seite stehen ihnen dabei unabhängige Jugendschutzsachverständige, die gemeinsam von den Bundesländern und der Spielewirtschaft vorgeschlagen und vom Beirat der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) berufen werden. Von Berufs wegen können sie die Wirkung digitaler Spiele auf Heranwachsende beurteilen. Für den Handel mit Computer- und Videospiele sind die USK-Alterskennzeichen bindend. Für Eltern stellen sie eine wertvolle Orientierung beim Spielekauf dar. Allerdings kann der öffentliche Jugendmedienschutz nicht alle Risiken auffangen, die im Umgang mit digitalen Spielen auftreten können, endet er doch an der Haustür. In den eigenen vier Wänden sind die Eltern für den Jugendschutz verantwortlich, denn sie genießen ein verfassungsrechtlich verankertes Erziehungsprivileg. Sie wissen am besten, was gut für ihr Kind ist, können es am besten einschätzen. Exzessiver Spielekonsum, oftmals gar als »Spielesucht« bezeichnet, kann zum Problem werden. Online-Interaktionen in digitalen Spielen können vor Markteintritt eines Spiels schwer geprüft werden. Dort kann es beispielsweise zu übergriffiger Kommunikation oder ungewollten Annäherungsversuchen kommen. Und gerade in der schönen neuen Welt der »Free-to-play«-Spiele, die kostenlos im Browser oder auf dem Smartphone gespielt werden können, lauern Kosten, die ohne Wissen der Eltern entstehen können.

RATGEBER FÜR ELTERN

Um Eltern hierbei durch praktische Hilfen für die Medienerziehung in der Familie zu unterstützen, haben die USK und die Stiftung Digitale Spielekultur einen Elternratgeber herausgegeben. Er klärt auf über den generellen Umgang mit Spielen, Spielzeitbeschränkungen und technische Möglichkeiten, diese auch in Abwesenheit durchzusetzen, widmet sich aber auch dem Thema Online-Spiele und gibt allgemeine Hinweise zum Spielekauf. Dabei ist die Grundsatz-Empfehlung für Eltern, den virtuellen Erlebniswelten der eigenen Kinder aufgeschlossen und interessiert gegenüberzustehen. Erziehungsstandpunkte können umso fundierter begründet und vertreten werden, wenn sie auf eigener, am besten gemeinsamer Spielerfahrung basieren. Regeln, die in Unkenntnis und Vorurteilen gründen, werden bei Heranwachsenden kaum Akzeptanz finden.

Übrigens gibt es inzwischen eine Vielzahl digitaler Spiele, die auch pädagogisch wertvoll sind. Verschiedene Redaktionen, Gütesiegel und Ratgeber bieten Eltern Hilfe bei der Auswahl digitaler Spiele nach pädagogischen Kriterien. Dabei sollte aber stets Maß gehalten werden, denn letztlich nützt die schönste Lehrabsicht nichts, wenn ein Spiel keinen Spaß macht. Und nach wie vor sind digitale Spiele zunächst einmal zur Unterhaltung da.

STIFTUNG DIGITALE SPIELEKULTUR

Inzwischen befinden sich Games auf einem guten Weg, ihre Relevanz immer aufs Neue unter Beweis zu stellen und damit auch ihre Akzeptanz zu steigern. Wissenschaftler unterschiedlichster Disziplinen widmen sich der Erforschung verschiedener Facetten digitaler Spiele. In der Politik werden digitale Spiele als Kulturgut, aber natürlich vor allem auch als Wirtschaftsfaktor und Innovationsmotor immer ernster genommen und erfahren zunehmend auch öffentliche Förderung. Am sichtbarsten finden Games politische Anerkennung beim Deutschen Computerspielpreis, bei dem in sieben Kategorien pädagogisch und kulturell wertvolle Games »made in Germany« ausgezeichnet werden. Die Hälfte der Preisgelder von insgesamt 385.000 Euro stammt aus dem Etat des Kulturstaatsministers. Zugleich haben die Verbände der deutschen Computerspieleindustrie BIU und G.A.M.E. im vergangenen Jahr die Stiftung Digitale Spielekultur gegründet, zu deren Initiatoren ebenfalls der Kulturstaatsminister zählt. Zurück geht die Stiftungsgründung auf einen Beschluss des Deutschen Bundestages. Die Stiftung hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Relevanz digitaler Spiele aufzuzeigen und ihre Akzeptanz in der Gesellschaft zu steigern. Dazu unterstützt, fördert und initiiert sie Projekte, die unterschiedliche Facetten der digitalen Spielekultur beleuchten. Sie versteht sich als begeisterte, aber auch kritische Förderin der digitalen Spielekultur.

STATT LESUNG »SPIELUNG«

Maßgeblich organisiert und betreut die Stiftung den bereits erwähnten Deutschen Computerspielpreis und engagiert sich im Bereich Wirtschaft und Ausbildung, z. B. durch die Durchführung eines Workshop-Parcours zur Berufsfeldorientierung auf Europas größter Jugendmesse YOU, wo Jugendliche in vier Berufe in der Gamesbranche hineinschnuppern konnten. Auf dem gamescom congress diskutierte die Stiftung mit den Teilnehmern über den interessanten Bereich der sogenannten Newsgames, die Nachrichten und Journalistische Berichterstattung mit spielerischen Mechanismen verknüpfen. Gemeinsam mit Medienpädagoginnen und -pädagogen fördert, entwickelt und erprobt die Stiftung progressive medienpädagogische Formate, die Games zum Gegenstand haben und emanzipativ statt defizitorientiert ausgerichtet sind. An kongenialen Orten wie dem Computerspiele-Museum zelebriert die Stiftung die digitale Spielekultur anlässlich der Deutschen Games-tage mit der breiten Öffentlichkeit, mit Familien, Besuchern und Touristen beim Gamefest. Auf dem 13. Internationalen Literaturfestival Berlin erprobte die Stiftung im September erstmals das selbst ersonnene Format der »Spielung«: Statt herkömmlicher Lesungen wurden der Literaturszene erzählerisch besonders spannende digitale Spiele vorgeführt. Abrundung fand dieser Thementag mit dem Literarischen Quartett der Zukunft, ebenfalls mit Games zum Gegenstand der Diskussion. Und last, but not least fördert die Stiftung gemeinsam mit versierten Partnern die Gründung des weltweit größten Archivs für Computer- und Videospiele in der Hauptstadtregion.

DIE ZUKUNFT DER DIGITALEN SPIELEKULTUR

Die Relevanz digitaler Spiele in verschiedenen Bereichen werden wohl nur die eingefleischtesten Kritiker noch verneinen. Gerade in ihrem Ringen um Akzeptanz wird die kulturelle Relevanz digitaler Spiele deutlich. Denn wir leben inmitten eines spannenden Umbruchs, der »digitalen Renaissance«. Die Faszinationskraft des Mediums ist ungebrochen und weist mehr und mehr jungen Menschen den Weg in die Gamesbranche. Dort bietet sich ihnen die einmalige Gelegenheit, an dieser Entwicklung zu partizipieren, vom Rezipienten zum Kulturschaffenden zu werden, einen Beitrag zu leisten und eigene Akzente zu setzen. Junge Menschen nehmen damit ganz selbstverständlich die digitale Spielekultur in die eigene Hand und erwerben so Kompetenzen, die neben der Gamesbranche selbst auch in vielen anderen Bereichen Anwendung finden können. Der Grad an Professionalität, Qualität und Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Computerspiele-Industrie kann sich inzwischen sehen lassen. Doch kommt es auch auf die Inhalte an und den Mut, Neues zu wagen. Hier kann die heimische Computerspiele-Industrie noch stärker werden und der globalen Gameskultur ein eigenes Gepräge aufdrücken, damit Deutschland vom Spiele-Entwicklungsland zum Spieleentwicklungs-Land wird.

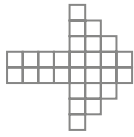




SUSANNE SCHMITT, KLAUS HINZE

MAMI, PAPI, IPAD –
START INS MEDIENLEBEN

MAMI, PAPI, IPAD – START INS MEDIENLEBEN



Der erste Kontakt mit Medien findet in der Familie statt. Die neuen leicht zu bedienenden Multimediageräte wie Smartphone und Touchpad stehen ganz oben auf der Hitliste bei Kindern und Jugendlichen. Die seit 1998 regelmäßig durchgeführten Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest, MPFS,

➔ JIM (Jugend-Information-(Multi-)Media: repräsentative Befragungen der 12- bis 19-Jährigen) und

➔ KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet: repräsentativen Befragungen der 6-bis 13-Jährigen) belegen dies eindrücklich. Bereits der Gerätebesitz macht die Wichtigkeit digitaler Medien deutlich: [1] 45 % der Jugendlichen und 99 % der Familien verfügen über einen eigenen Internetzugang. Handys spielen im Alltag junger Menschen eine immer größere Rolle, 96 % der Jugendlichen besitzen ein Handy, dabei steigt der Anteil der Smartphones mit mobilem Internetzugang überdurchschnittlich schnell (plus 22 % auf 47 %). Mehr Jungen (61 %) als Mädchen (32 %) verfügen über eine eigene Spielekonsole (z.B. Play Station, Xbox, Wii), in 74 % der Familien steht ein Gerät zu Hause. Der Fernseher ist in allen befragten Haushalten vorhanden und 56 % der Jugendlichen haben ein eigenes TV-Gerät. Wenn es um die Wichtigkeit der Medien geht, steht jedoch die Internetnutzung (91 %) an vorderster Stelle.

ERSTER KONTAKT MIT DIGITALEN MEDIEN IM FRÜHEN KINDESALTER

Erstmals wurde in der Mini-KIM-Studie 2012 des MPFS auch der Zugang der Zwei- bis Fünfjährigen zu Medien untersucht. Dabei wird deutlich, dass der erste Medienkontakt auch mit digitalen Medien bereits im frühen Kindesalter stattfindet. Tragbare Spielekonsolen bekommen die ersten Kinder mit zwei oder drei Jahren in die Hand, jeder zehnte Vier- bis Fünfjährige nutzt eine Mini-konsole. Jedes zweite Kleinkind besitzt ein Audiogerät, fast die Hälfte schaut täglich fern, ein Drittel ein bis mehrmals pro Woche, die beliebteste Sendung ist das Sandmännchen. 8 % der Vier- bis Fünf-Jährigen gehen schon ins Internet. Die Einstellungen der Eltern gegenüber digitalen Medien rangieren von ‚sehr vorsichtig bis ablehnend‘ (51 % halten das Internet für gefährlich und 45 % meinen, Kinder sollten nur mit Filterprogramm surfen) bis ‚offen‘ (32 % meinen etwa, dass Tablets geeignet sind, Kinder früh an den Umgang mit Medien zu gewöhnen). Es ist unbestritten, dass Medienerziehung eine zentrale Aufgabe im digitalen Zeitalter ist und dass Eltern vor der Herausforderung stehen, die Mediennutzung ihrer Kinder lenkend zu beeinflussen.

WIE GEHEN FAMILIEN MIT DIESEN SICH STÄNDIG ÄNDERNDEN HERAUSFORDERUNGEN UM?

Eltern sind aus unserer Erfahrung oft unsicher in ihrer Rolle, verfügen in vielen Fällen nicht über das technische Know-how und suchen Orientierung, Informationen und Anregungen. Gleichzeitig müssen wir feststellen, dass mit der Entwicklung der digitalen Medien Eltern (wie auch die gesellschaftlichen Institutionen) an Möglichkeiten von Einfluss und Kontrolle verlieren, da die konvergente Medienwelt das individualisierte Medienhandeln begünstigt. [2] So sind nicht nur viele Medienangebote über unterschiedliche Medienträger verfügbar, zum Beispiel ein Film im Kino, Fernsehen, auf DVD, aber auch im Internet, sondern die interaktiven Medien ermöglichen auch individuelle Zugangswege und Zugangsmöglichkeiten für Heranwachsende. Es verwundert demzufolge nicht, dass Eltern sich um die Mediennutzung ihrer Kinder Sorgen machen. Eine Studie des ZDF und des Hans-Bredow-Instituts [3] macht deutlich, dass die Sorgen der Eltern um die Medien-

nutzung ihrer Kinder im Alter von 12 bis 13 Jahren am größten sind. Dabei steht das Fernsehen bis zum Alter von neun Jahren vorne, ab zehn Jahren dominieren Sorgen um die Nutzung des Internets und von Computerspielen. [4]

Eltern unterscheiden sich darin, inwieweit

- ➔ sie einschränkend in die Mediennutzung ihrer Kinder eingreifen,
- ➔ sie sich aktiv mit den Kindern und ihrer Mediennutzung auseinandersetzen und
- ➔ sie Gelegenheiten zur gemeinsamen Mediennutzung suchen.

Die Einflussnahme der Eltern kann dann über

- ➔ aktive Mediation (Erklärungen von Handlung, Bewertung von Verhaltensweise und Motiven),
- ➔ die gemeinsame Mediennutzung (gemeinsam anschauen, lachen, mögen ...) oder
- ➔ eine restriktive Mediation (Beschränkungen von Zeit und Dauer, Verbote ...) stattfinden. [5]

In einer aktuellen Studie im Auftrag der Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen (LfM) [6], die sich mit der Praxis der Medienerziehung in Familien mit Kindern im Alter von fünf bis zwölf Jahren befasst, werden vielfältige Wechselwirkungen zwischen sozialem Hintergrund, Mediennutzungsverhalten von Kindern und Eltern sowie Medienerziehungsmustern aufgezeigt. Im Zentrum stehen medienerzieherische Vorstellungen der Eltern und ihre Erziehungspraxis in Bezug auf Fernsehen, Computer, Internet und Computerspiele.

Die Ergebnisse zeigen, wie Medienerziehung in Familien mit unterschiedlichem sozialen Hintergrund gestaltet wird und an welchen Stellen elterliche Vorstellungen mit der familialen Alltagsbewältigung und den Bedürfnissen der Kinder kollidieren. So werden als wichtige Einflussfaktoren für medienerzieherisches Handeln genannt:

- ➔ Wie bewerten Eltern den Einfluss der Medien auf ihre Kinder?
- ➔ Wie stark ist die eigene Medienaffinität der Eltern ausgeprägt?
- ➔ Welchen Einfluss hat die formale Bildung der Eltern auf medienerzieherisches Handeln?
- ➔ Wie sicher sind die Eltern selbst in der Nutzung von Medien?
- ➔ Welche Strategien verfolgen die Eltern in Familien mit mehreren Kindern (unterschiedlichen Alters)? [7]
- ➔ Welche Regeln existieren in der Familie, die Mediennutzung der Kinder betreffen?

Wir gehen davon aus, dass Eltern ihre erzieherische Kompetenz im Umgang mit Medien in der Familie ausüben können, indem sie auf ihre Kinder achten und als Gesprächspartner präsent sind. Um diese Rolle auszufüllen, brauchen sie Unterstützung. Informations- und Bildungsangebote sind vor allem deshalb nötig, weil Eltern

- ➔ selten selbst aktiv nach Informationen suchen und sie, wenn sie nach Informationen suchen, vor dem Problem stehen, die richtige Auswahl zu treffen und die Informationen zu bewerten;
- ➔ keine allzu großen Hürden sehen wollen und deshalb Angebote gut in das Umfeld der Familien integriert werden sollten;

- ➔ Empfehlungen wollen, die sie gut auf die eigene Situation in der Familie übertragen können und die nicht zu weit von ihren eigenen Einschätzungen und Einstellungen abweichen sollten;
- ➔ Informationen wollen, die ihren Interessen und Informationsbedürfnissen entsprechen (z. B. über altersgerechte Angebote) [8]
- ➔ Das Projekt Medienerziehung und Elternberatung [9]

Mit dem Angebot der Eltern-Medien-Beratung in Brandenburg wollen wir Eltern unterstützen, ihre Erziehungsverantwortung aktiv und bewusst wahrzunehmen, um ihren Kindern zu ermöglichen, die Chancen der Medien zu nutzen und Risiken der Mediennutzung zu minimieren. Im Zentrum der Eltern-Medien-Beratung steht das Angebot von Elternveranstaltungen und Elternabenden in Schulen, Kindertageseinrichtungen und anderen Einrichtungen der Jugendhilfe und Familienbildung.

Fernsehen – Vorbilder, Träume, Wirklichkeit

1. Wir bieten Veranstaltungen zu folgenden Themen an:
2. Chatten, Mailen, Surfen: Kinder im Netz
3. Faszination von Computerspielen
4. Multimediagerät Handy
5. Wirkung von Gewalt in den Medien
6. Aufgaben und Gesetze des Jugendmedienschutzes
7. Umgang mit Medien in der Familie

In der Regel findet ein Elternabend in einer Einrichtung statt, diese Themen können aber auch im Rahmen eines Gesprächskreises, eines Workshops mit Eltern und Kindern oder in einer Einzelberatung besprochen werden.

Seit 2009 fanden in Brandenburg 240 geförderte und weit über 100 kommunale Veranstaltungen zum Umgang mit Medien in der Familie mit über 3500 Teilnehmer/-innen statt. Alle Referenten/Referentinnen, die im Rahmen dieser Veranstaltungen tätig waren, haben die Weiterbildung »Eltern-Medien-Beratung« in Brandenburg absolviert oder gleichwertige Qualifikationen erworben wie »Eltern-Medien-Trainer« in Berlin oder »Eltern-Medien-Lotse« in Schleswig-Holstein. Zurzeit sind nach vier Weiterbildungskursen, die die Aktion Kinder- und Jugendschutz (AKJS) in Zusammenarbeit mit dem Sozialpädagogischen Fortbildungsinstitut Berlin-Brandenburg (SFBB) anbietet, 60 Referenten/Referentinnen ausgebildet. Ein fünfter Weiterbildungsgang mit 17 Teilnehmer/innen beginnt im Herbst 2013.

✘ Die Referenten/Referentinnen nutzen die im Rahmen der Weiterbildung erworbenen Kenntnisse und Kompetenzen innerhalb ihres Arbeitskontextes, 25 stehen darüber hinaus als Dozenten/Dozentinnen für schulische und außerschulische Veranstaltungen im Rahmen des Netzwerks zur Verfügung. Bestreben der Aktion Kinder- und Jugendschutz ist es, die Zusammenarbeit verschiedener Träger und Institutionen zu stärken und so die medienpädagogische Elternarbeit als festes Angebot landesweit zu verankern.

✘ Dieser Text ist eine aktualisierte und überarbeitete Fassung eines Artikels, der 2012 in der Ausgabe 26 von »Modelle, Dokumente, Analysen« (MDA) der Bundesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz e. V. (BAJ) veröffentlicht wurde.

LITERATUR

- [1] Alle Zahlen beziehen sich auf: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): JIM-Studie 2012, Jugend, Information, (Multi-) Media, Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger; Stuttgart 2012
- [2] vgl. HELGA THEUNERT, CHRISTA GEBEL ET. AL.: Fokuspunkte und Optimierungshinweise zum Jugendmedienschutz aus der alltagspraktischen Perspektive, zusammenfassende Reflexion und Interpretation der Ergebnisse der JFF-Teilstudie, München 2008; S. 2
- [3] UWE HASEBRINK, HERRMANN-DIETER SCHRÖDER, GERLINDE SCHUMACHER: Jugendmedienschutz aus der Sicht der Eltern; in: Media-Perspektiven 1-2012
- [4] ebenda S. 19
- [5] ebenda S. 27
- [6] ULRIKE WAGNER, CHRISTA GEBEL, CLAUDIA LAMPERT (Hrsg.) (2013): Zwischen Anspruch und Alltagsbewältigung: Medienerziehung in der Familie
- [7] vgl. ebenda S. 27ff.
- [8] vgl. ebenda S. 224ff.
- [9] Das Projekt »Medienerziehung und Elternberatung« wird seit 2009 finanziert von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) und dem Land Brandenburg.
www.eltern-medien-beratung.de





PROJEKTE

SCHULAKTIONSTAG

»REISE DURCH DIE MEDIENGALAXIE«



Der Aktionstag »Reise durch die Mediengalaxie« führt Schüler/-innen der 5. und 6. Klassen zusammen mit Eltern und Geschwistern an einem Nachmittag für zwei bis drei Stunden durch einen Spiel- und Aktionsparcours. Die Kinder bilden mit ihren Angehörigen ein Team, das an Aktions- und Workshopinseln verschiedene Aufgaben zum Thema »Mediennutzung/Mediengestaltung« lösen muss und nebenbei viel Medienkompetenz erwirbt.

Die zentrale Idee des Aktionstags ist, dass die Lernenden der teilnehmenden Klassen am Vormittag die Aktionsinseln vorbereiten und diese während der Zeit des Medienparcours gemeinsam mit ihren Lehrer/-innen betreuen. Zur Vorbereitung der Aktionsinseln recherchieren die Schüler/-innen am Vormittag die Inhalte selber – sie werden dabei von Medienpädagogen/Mediapädagoginnen, Metaversa e. V., unterstützt. Jede Klasse wird dabei durch einen Medienpädagogen/eine Medienpädagogin von Metaversa unterstützt. Jede Klasse übernimmt die Betreuung von drei bis vier Aktionsinseln, an denen dann am Nachmittag kleine Spiele, Wissensquiz oder auch Gruppenaktionen stattfinden, zu denen Eltern und Geschwister eingeladen sind.

DURCHFÜHRUNG

Die beteiligten Lehrer/-innen und Erzieher/-innen der Schulen werden in einem ca. zweistündigen Vorbereitungsworkshop mit den vorbereiteten Materialien und der Methodik vertraut gemacht und können eigene inhaltliche Schwerpunkte setzen.

Der Schulaktionstag ist in zwei Phasen eingeteilt: Von 8 bis 13 Uhr bereiten die Schulklassen, jeweils unterstützt durch eine Lehrkraft und eine Medienpädagogin oder einen Medienpädagogen, die Aktionen an den Aktionsinseln vor. Sie recherchieren Inhalte, tauschen sich über eigene Medienerfahrungen aus und gestalten ein Quiz oder kleine Spiele.

Von 15 bis 17 Uhr öffnet sich die Schule für die »Reise durch die Mediengalaxie«. Jede Familie soll die Chance haben, an so vielen Aktionen wie möglich teilzunehmen. Zu Beginn erhalten die Familienteams einen »Reisepass«, auf dem alle Aktionsbasen vermerkt sind. Beispiele für Spiele und Aktionen: Internetrecherche, Internetsicherheitsquiz, Handy-Bluetoothcheck, SMS-Schnelligkeitstest, Film in der Bluebox drehen, Wii-Tennismatch, USK-Prüfzeichen selber beurteilen, Abofallen im Netz finden, Computervirencheck, usw.. Die Aktionsinseln werden abwechselnd von zwei, drei Schülern und Schülerinnen betreut. Jedes Team hat eine Stunde Zeit, an den Aktionen teilzunehmen. Dann wechseln die Kinder an den Aktionsbasen und die zweite Gruppe kann mit ihren Familien den Aktionsparcours durchlaufen. Zusätzlich haben die Eltern Gelegenheit, sich in einem Elterncafé über Mediennutzung auszutauschen und sich beraten zu lassen.

FORTFÜHRUNG

Bei jeder neuen »Reise durch die Mediengalaxie« fügen wir weitere Ideen für Aktionsbasen hinzu, die sich an der aktuellen Medienentwicklung und der Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen orientieren. Das Konzept soll in der Zukunft so erweitert werden, dass es auch in kleinerem Umfang umgesetzt wird, indem zum Beispiel Ältere den Aktionsparcours für jüngere Schulkameraden/-kameradinnen gestalten oder einzelne Aktionen im Rahmen von Schulfesten anbieten. Weiterhin

geplant sind Workshop-Angebote, in denen Pädagogen/Pädagoginnen mit den Methoden vertraut gemacht werden, um das Projekt eigenständig an Schulen durchführen zu können.

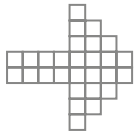
- ✘ Das Konzept »Reise durch die Mediengalaxie« ist durch eine Initiative der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) 2011 entstanden und wird von Metaversa e. V. - Verein für Medien, Bildung und Kultur umgesetzt. Es wurde 2011/2013 sehr erfolgreich an drei Grundschulen durchgeführt. Der aus den Projekten entstandene Leitfaden ist kostenlos downloadbar unter: <http://www.mabb.de/foerderung/medienkompetenz/materialien.html>

- ✘ **KONTAKT**

Metaversa e. V. – Verein für Medien, Bildung und Kultur
info@metaversa.de
www.metaversa.de



DAS DIGITALE PROJEKTTAGEBUCH



Ein digitales Projekttagebuch bietet die Möglichkeit, Projekte schon während deren Durchführung mit wenig Aufwand sehr umfangreich und vielfältig zu dokumentieren. Hierbei können Vorbereitungsprozesse, die Durchführung, Umfragen, persönliche Eindrücke und Feedback der Teilnehmer erfasst und für eine nachhaltige Dokumentation gespeichert oder veröffentlicht werden. **WICHTIG!** Vor Projektbeginn sollte darauf hingewiesen werden, dass während des Projektes eine diesbezügliche Dokumentation erstellt wird. Für die Veröffentlichung oder anderweitige Verwendung der Materialien muss von den Teilnehmern eine Einverständniserklärung eingeholt werden.

PERSONELLE VORAUSSETZUNGEN

- ➔ Je nach zeitlichem Umfang des Projekts und Teilnehmerzahl mindestens eine Person (Teilnehmer) - empfehlenswert: mindestens vier oder mehr Teilnehmer

TECHNISCHE VORAUSSETZUNGEN

- ➔ mindestens ein – empfehlenswert vier Handys/Smartphones mit Funktionen für Foto-, Video-, Notizen- und Sprachaufzeichnung
- ➔ alternativ: Camcorder, Digitalkamera, Diktiergerät, Block und Stift
- ➔ für die erweiterte Online-Version: Internetzugang, Internetplattform mit Domain (z. B. Blog oder eigene Website), falls erforderlich Video-/Audioplattform-Account (z. B.: YouTube und SoundCloud), eventuell PC, Notebook, Tablet, ...

UMSETZUNG

Im Folgenden gehen wir von einem Projekt mit ca. 20 Teilnehmern aus.

In der Vorbereitung bzw. bei Beginn des Projektes werden vier Teilnehmer als »Projektreporter« gewählt. Die »Reporter« müssen nicht statisch feststehen, es kann auch während des Projektes unter allen Projektteilnehmern gewechselt werden.

Jeder »Reporter« wird einer Kategorie mit speziellen Aufgaben zugeordnet. Die Kategorien sind »Pressefuzzis«, »Paparazzi«, »Radiofritzen« und »TV-Reporter«. (Die Bezeichnungen können natürlich verändert werden.)

Bei weniger Projektteilnehmern können auch eine oder zwei Personen alle vier Kategorien abdecken. Hierbei sollte/n aber der/die Reporter während des Projektes wechseln, um eine möglichst vielfältige Dokumentation zu erstellen. Ein Wechsel während der Projektdurchführung ist empfehlenswert, um auch den »Reportern« die Teilnahme an den Projektinhalten zu ermöglichen.

AUFGABEN DER REPORTER

- ➔ »Pressefuzzis«: Die Aufgabe des/der »Reporter« in dieser Kategorie besteht darin, die Highlights des Projekts mit der Notizen-Funktion des Handys/Smartphones aufzuschreiben. Hierbei können mehrere Varianten zur Auswahl gestellt werden:
 1. chronologisch in Ticker-Form (stichpunktartig mit Uhrzeit oder Tageszeit)
 2. in Tagebuchform (ganze Sätze gemischt mit persönlichen Eindrücken)
 3. in Berichtsform (komplette Beiträge gemischt mit Interviews von Teilnehmern)

- ➔ »Paparazzi«: Wie die Bezeichnung schon verrät, sind »Reporter« dieser Kategorie stets mit dem Handy/Smartphone bemüht, möglichst viele Projektdetails als Fotos festzuhalten. Dabei kann sowohl eine kleine Fotogeschichte entstehen als auch ein komplettes Projekt-Fotoalbum. Empfehlenswert ist eine enge Zusammenarbeit mit den »Pressefuzzis« und »Radiofritzen«, um deren Beiträge auch gezielt mit Bildmaterial ergänzen zu können.

- ➔ »Radiofritzen«: Die Radioreporter nutzen die Sprachaufzeichnung des Handys/Smartphones, um über das Projekt und dessen Highlights zu berichten. Darüber hinaus können Interviews mit den Teilnehmern geführt und Feedbacks erfragt werden.

- ➔ »TV-Reporter«: Um auch »lebendige« Eindrücke vom Projekt vermitteln zu können, sind die TV-Reporter mit dem Handy/Smartphone und dessen Videofunktion unterwegs und erstellen Videosequenzen von den Aktionen. Auch hier sind Interviews mit den Teilnehmern und Feedbackabfragen möglich und für die Dokumentation durchaus gewinnbringend.

Die somit gespeicherten projektbegleitenden Notizen, Fotos, Audiokommentare und Videosequenzen werden anschließend zentral erfasst/gespeichert und chronologisch zu einer Projektdokumentation zusammengestellt. Die Dokumentation kann, wenn möglich und erwünscht, im Internet veröffentlicht oder auf einem Datenträger (z. B. DVD) gespeichert werden.

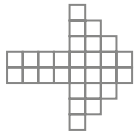
Für eine Veröffentlichung im Internet kann eine vorhandene Homepage genutzt werden. Alternativ stehen kostenfreie Möglichkeiten, z. B. Weblogs, zur Verfügung.

Ein werbefreier kostenloser Webblog kann z. B. unter webnode.com erstellt werden. Da die kostenfreien Versionen meist nur begrenzten Webspace bieten, ist es empfehlenswert, die Video- und Audiodateien auf einer externen Plattform wie z. B. YouTube oder SoundCloud zu speichern und im Blog zu verlinken bzw. per Quellcode in die Seite einzubetten.

Sind während des Projektes Smartphones, Notebooks oder Tablets mit Internetzugang vorhanden, können erstellte Sequenzen auch als »Live«-Berichterstattung sofort auf die jeweilige Plattform geladen werden.

- ✘ Weitere Informationen, Beispiele und Anleitungen sind zu finden unter:
www.projekttagebuch.webnode.com

PROBLEMZENTRIERTE VIDEOARBEIT – KURZSPIELFILME ZU »CYBERMOBBING«



Mobbing ist die häufigste Form psychischer Gewalt, die Kinder und Jugendliche in der Schule erfahren. Oft verharmlost oder tabuisiert, richtet das Phänomen in Tat und Wahrheit nachhaltigen Schaden an. Etwa ein Viertel der rund 270 000 Brandenburger Schüler/-innen ist nach Darstellung des Bildungsministeriums schon einmal Opfer von Cybermobbing geworden. Das Projekt »[Cyber-] Mobbing – Aufgeklärt! – Schüler der Stadt Cottbus klären auf« hat die Toleranzerziehung und die soziale Integration von Schüler/-innen zum Leitziel. Die Bearbeitung des Themas Mobbing, insbesondere Cybermobbing, soll hier als Ausgangspunkt dienen, um die Akzeptanz untereinander zu fördern.

ZUR ENTSTEHUNGSGESCHICHTE DES PROJEKTS:

Im Rahmen der Zukunftswerkstatt für Demokratie und Toleranz zur Entwicklung des Lokalen Aktionsplanes (LAP) der Stadt Cottbus im Juni 2011 hat sich eine Arbeitsgruppe, bestehend aus Vertretern der Polizei, der Staatsanwaltschaft, des Präventionsrates der Stadt Cottbus, des Jugendhilfe Cottbus e. V., der Regionalwerkstatt Brandenburg e. V. und des Media ToBe | M2B e. V. zusammengefunden, die sich mit dem Thema »Cybermobbing« beschäftigt und die beschlossen hat, gemeinsam ein Projekt zur Prävention von Cybermobbing und zur Steigerung der Medienkompetenz bei Schüler/-innen durchzuführen.

Durch die Diskussion der Ergebnisse und des Konzepts auf verschiedenen Fachtagungen (»Cybermobbing ist nicht cool – Möglichkeiten der pädagogischen Intervention und Prävention« des Landesinstituts für Schule und Medien – LISUM, Fachtag »Gewalterfahrungen an Schulen« des Präventionsrates der Stadt Cottbus, der »Woche der Medienkompetenz – Fachtag Medienbildung und Jugendmedienschutz« und der Konferenz zum Lokalen Aktionsplan Cottbus und Spree-Neiße), sowie im Rahmen eines Workshops zur Weiterführung des Projekts (Dezember 2012, finanziert durch die Stiftung Lausitzer Braunkohle und dem Lokalen Aktionsplan Cottbus) mit Lehrern/Lehrerinnen, Schulsozialarbeitern/Schulsozialarbeiterinnen, Schülern/Schülerinnen, Kooperationspartnern und Workshop-Leitern/-Leiterinnen (insgesamt 21 Teilnehmer/-innen) wurde das Projekt weiterentwickelt.

KURZVORSTELLUNG DER ZIELE, DER INHALTE UND DES PROJEKTABLAUFS:

Mit Hilfe des Mediums Video setzen sich Schüler und Schülerinnen aus Cottbus mit dem Thema Mobbing, insbesondere Cybermobbing, auseinander (Arbeitspaket 1). Unterstützt wird das Projekt dabei maßgeblich vom Studiengang Soziale Arbeit der Brandenburgischen Technischen Universität Cottbus-Senftenberg – 12 bis 14 Studierende werden in jedem Projektdurchlauf im Rahmen des Projektstudiums eingebunden.

Die Projektarbeit an den vier teilnehmenden Schulen ist angepasst an die jeweiligen Situationen und Vorkenntnisse der Teilnehmer/-innen. Auch die Dauer der Workshops an den Schulen wird individuell vereinbart. So arbeiten die Studierenden mit den Schülern und Schülerinnen z. B. in einem Gymnasium an jeweils fünf Tagen acht Stunden miteinander; an der Schule mit sonderpädagogischem Schwerpunkt Lernen wird die Laufzeit des Workshops auf sieben Tage ausgedehnt, um u. a. Lernprozessen mehr Freiraum zu geben.

In den Themenfindungsworkshops werden gemeinsam mit den Schülern und Schülerinnen die verschiedenen Arten des Cybermobbings erarbeitet, um diese anschließend filmisch darzustellen. In den durchzuführenden Videoproduktionsworkshops erlangen die Schülern und Schülerinnen vielfältige Medienproduktionskompetenzen. Durch die Reflexion der Mobbingsituationen erwerben nicht nur die am Projekt mitwirkenden Schülern und Schülerinnen Kompetenzen im Umgang mit Mobbing, sondern auch die Schüler/-innen der beteiligten Schulen durch die öffentliche Diskussion des Projekts.

Um die entstandenen Videos in einem großen Rahmen diskutieren und bewerten zu lassen, werden die Filme im Rahmen eines Filmfestivals im »Weltspiegel Cottbus« präsentiert (AP2). Eine Jury, bestehend aus Filmemachern/Filmemacherinnen, Wissenschaftlern/Wissenschaftlerinnen und Vertretern der Kooperationspartner, bewertet und diskutiert die von den Schülern und Schülerinnen produzierten Filme und wählt die besten Filme als Präventionsmaterial aus. Auch die anwesenden Schüler/-innen selbst erhalten die Möglichkeit, die vorgestellten Filme in Form eines Publikumspreises auszuzeichnen.

Im Rahmen einer Workshopwoche (AP 3) am Ende der Schulferien, wird mit ca. 30 Schülern und Schülerinnen an einem externen Ort (Ferienlager, Jugendherberge) eine Mediatorenausbildung durchgeführt. Die Teilnehmer/-innen werden als »Ansprechpartner/-innen« für Fälle von Cybermobbing für SchülerInnen und Lehrern/Lehrerinnen an den jeweiligen Schulen ausgebildet. Zur Sensibilisierung bezüglich der Problematik Cybermobbing von Schüler/-innen und Lehrern/Lehrerinnen und um die Ergebnisse des Projekts den teilnehmenden Schulen und weiteren Schulen in Cottbus vorzustellen, wird eine Schultour in mindestens sechs Cottbuser Schulen durchgeführt. Dort werden eine Auswahl der Filme des Projekts und ein Rahmenprogramm (selbst produzierte Musik und eine Projekt-Dokumentation) präsentiert. Als Mediatoren in Cybermobbingfällen geschulte Lernende stellen sich im Rahmen der Schultour und in weiteren schulinternen Veranstaltungen vor.

HANDY-VIDEOWORKSHOPS

Neu in der Projektdurchführung im Jahr 2014 werden die sogenannten Handy-Videoworkshops sein. Dazu werden die Lehrkräfte unterstützt, die Schüler/-innen weiterer Klassen bei der Produktion der Handyclips eigenständig anzuleiten und zu unterstützen. Ziel des Videoproduktionsworkshops ist es, eine intensive Auseinandersetzung mit verschiedenen Formen des (Cyber-) Mobbings anzuregen und die Reflexionsfähigkeit der Schüler/-innen hinsichtlich der Auswirkungen von Mobbing auf das Opfer zu fördern. Darüber hinaus sollen die Lehrer/-innen gestärkt und befähigt werden, gemeinsam mit ihren Klassen selbstständig ohne weitere Unterstützung ähnliche Projekte durchzuführen.

Die Workshop-Leiter/-innen unterstützen die Lehrer/Lehrerinnen und dienen ihnen als Ansprechpartner. Am Ende dieser Projektphase werden die Handyclips in einem kleinen Programmkino in Cottbus schulübergreifend präsentiert.

In der Nachbereitungsphase des Projekts werden die im Projekt entstandenen Filme mit einer Handreichung als Schulungs-, Lehr- und Lernmaterial didaktisch aufbereitet (AP 5). Darüber hi-

naus wird mithilfe des Flyers auf regionale und überregionale Ansprechpartner hingewiesen, die sich mit dem Thema Mobbing, insbesondere Cybermobbing, auseinandersetzen. Diese Materialien werden in den durchzuführenden Elternversammlungen eingesetzt und erprobt. Aus den Erfahrungen des ersten Projektdurchlaufs heraus – Eltern als Zielgruppe sind schwer erreichbar – haben wir uns entschlossen, im zweiten Jahr der Projektdurchführung die Elternversammlung gemeinsam mit den Kindern zu gestalten. Die Teilnehmerzahlen haben sich durch diese Maßnahme stark erhöht. Mit Hilfe spezieller Angebote (Multiplikatorenschulung, Netzwerkarbeit AP 5) wurden Lehrkräfte und Schulsozialarbeiter/-innen sensibilisiert, mit Mobbingproblematiken angemessen umzugehen. Abschließend sollen die in Form einer Internetseite publizierten Schulungsmaterialien und die Projektergebnisse auf Fachtagungen vorgestellt, diskutiert und verbreitet werden.

ABSCHLIESSENDE BEMERKUNGEN

In der Vorbereitungsphase des Projekts sollten genaue Absprachen mit der beteiligten Schule erfolgen. Ort und zeitlicher Rahmen sollten am besten schriftlich fixiert werden. Die größten Schwierigkeiten der vergangenen Projektdurchläufe lagen bei den Absprachen mit den Kooperationspartnern (insbesondere den beteiligten Schulen). Aufgrund zahlreicher Terminverschiebungen musste die Projektleitung oftmals die Durchführungskonzepte überarbeiten und entsprechend umfangreiche Absprachen mit den Kooperationspartnern durchführen.

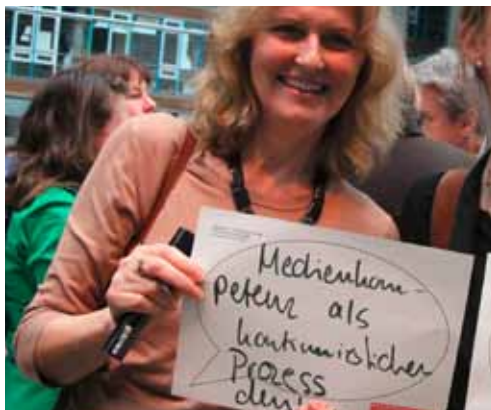
Abschließend betrachtet, wird das Projekt aus subjektiver Sicht des Trägervereins M2B e. V. als erfolgreich gewertet. Um Erfolge nicht nur aus subjektiver Sicht zu bewerten, führen wir um Abschluss des Projekts Befragungen mittels Fragebogen durch. Die Auswertungen der Ergebnisse zeigen uns gegebenenfalls Problembereiche in der Projektdurchführung auf, die dann im nächsten Vorhaben nachgebessert werden können.

✘ KONTAKT

Media To BE | M2B e. V.

info@m2b-cottbus.de

<http://www.cybermobbing.m2b-cottbus.de>



»MEDIENHELDEN«

Prävention, Cybermobbing, Förderung sozialer und medialer Kompetenzen



Das Phänomen Cybermobbing bei Kindern und Jugendlichen hat durch die verbreitete Nutzung digitaler Medien und besonders der sozialen Netzwerke stark zugenommen. Mobbing mittels digitaler Medien wird durch die mögliche Anonymität der Täter/-innen einfacher, verbunden mit massiven Folgen für die Opfer.

Das Programm »Medienhelden« ist eine wissenschaftlich begründete und evaluierte Methode, dem präventiv zu begegnen. Die Maßnahme wurde von der Freien Universität Berlin im Rahmen des »EU-Programms Daphne III« zur Prävention von Gewalt entwickelt. »Medienhelden« zielt darauf ab, den Schülern und Schülerinnen die Fähigkeit zur moralischen Bewertung des eigenen Handelns bei der Nutzung digitaler Medien zu vermitteln, um sozial verantwortlich agieren zu können.

»Das vorliegende Unterrichtsmanual bezieht sich zwar auf die Nutzung digitaler Medien, speziell des Internets, spricht darüber hinaus aber auch Fragen sozialer Integration an verbunden mit der Förderung von Empathie. Die Schüler/innen sollen ein Verständnis für persönliche Verantwortung bekommen. Wesentliches Element ist die Perspektivübernahme zur Förderung sozial-emotionaler Kompetenzen. Dadurch wird das Klassenklima verbessert und es entsteht eine positivere Peer-Beziehung. Der/die jeweils zuständige Klassenlehrer/-in bzw. Schulsozialarbeiter/-in soll am Projekttag/Unterricht teilnehmen, um im Sinne der Nachhaltigkeit zu gewährleisten, dass aufgestellte Regeln und Verhaltensweisen umgesetzt werden.«

Die Aktion Kinder- und Jugendschutz Brandenburg hat mit den Dozenten der FU Berlin im Januar eine Fortbildung durchgeführt, bei der die Konzeptbausteine vorgestellt und trainiert wurden. Durch das Angebot der Eltern-Medien-Beratung der AKJS Brandenburg bestehen bereits Kontakte zu mehreren Schulen im Landkreis. Es gab und gibt viele Anfragen nach Projekten mit Schüler/innen zur Förderung von Medienkompetenz und zur Prävention von Cybermobbing.

In Kooperation mit der AKJS Brandenburg und dank der Förderung des »Lokalen Aktionsplans Teltow Fläming« wurde es möglich, das Projekt im Landkreis Teltow-Fläming an der Geschwister-Scholl-Schule in Dabendorf und an der Otto-Unverdorben-Schule in Dahme durchzuführen. Es folgen noch die Oberschule in Rangsdorf und die Förderschule in Jüterbog.

Folgeanträge sind geplant und bei Interesse sind wir bereit, dieses Projekt in weiteren Landkreisen umzusetzen.

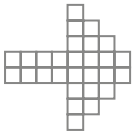
✘ KONTAKT

Claudia Hoffmann

E-Mail: loesungswege@web.de

PROJEKTTAG	CYBERMOBBING	IM ÜBERBLICK
90-Minuten-Blöcke Inhalt		
THEMENBLOCK 1		
8:00 – 9:30 Uhr	Unsere Medien – Nutzen und Gefahren	<ul style="list-style-type: none"> – Mediennutzung der Klasse – Gefahren im Netz – Definition von Cybermobbing
THEMENBLOCK 2		
9:50 – 11:20 Uhr	Folgen von Cybermobbing	<ul style="list-style-type: none"> – Einordnen von Fällen Cybermobbing oder kein Cybermobbing – Kurzfilm »Let`s fight it together«
THEMENBLOCK 3		
11:40 – 13:10 Uhr	Was können wir tun?	<ul style="list-style-type: none"> – Datenschutz im Internet (Gruppenarbeit) – Darstellen einer Cybermobbing-Situation im Rollenspiel – Blockieren unerwünschter Kommunikation: »Was kann ich im Internet tun, wenn es konkret wird?«
THEMENBLOCK 4		
13:30 – 15:00 Uhr	Ergebnispräsentation und Abschlussrunde	<ul style="list-style-type: none"> – Präsentation der Ergebnisse aus dem Themenblock 3 – Konkrete Handlungsmöglichkeiten gegen Cybermobbing erarbeiten – anschließend Feedback- Runde

DAS M3-MULTIMEDIAMOBIL



Seit März 2011 ist das M3-Multimobilmobil im ländlichen Brandenburg für Kinder, Jugendliche und jungen Erwachsene unterwegs. Unser Ziel ist es, durch ansprechende Workshop-Formate einen verantwortungsvollen Umgang mit den neuen Medien zu fördern und dabei Phänomenen wie Spielsucht oder Cybermobbing präventiv zu begegnen. Durch unsere Workshop-Angebote fördern wir aber auch Talente und die berufliche Orientierung unserer Teilnehmer/-innen. Das Projekt richtet sich an freie Jugendgruppen oder Kinder und Jugendliche, die über Jugendhilfestrukturen angesprochen werden.

Das M3-Multimobilmobil wird hauptsächlich durch »Aktion Mensch« über insgesamt drei Jahre gefördert. Es hat seinen Sitz unter dem Dach der Medienwerkstatt Potsdam und arbeitet mit zwei Mitarbeiterinnen bei insgesamt 50 Wochenstunden. Die medienpädagogische Arbeit wird je nach Workshop-Inhalt durch Honorarkräfte aus der Mediengestaltung unterstützt.

Auf unserer website www.multimobilmobil.net gibt es detaillierte Beschreibungen unserer Workshop-Formate, die von interessierten Gruppen bei uns angefragt werden.

UNSERE ERFAHRUNGEN MIT DEM SCHWERPUNKT FILM

Obwohl neben dem üblichen Kurzspielfilm- oder Doku-Format experimentelle Workshops zu Game-movies oder Handyclips zur Auswahl standen, werden immer wieder gern herkömmliche Filmformate aufgegriffen. Nach wie vor erfreuen sich visuelle mediale Gestaltungsformen großen Interesses und sind auch über interaktive Medien gut einsetzbar.

Die Film-Arbeit ist so vielfältig, dass verschiedenste Interessenlagen der Teilnehmer/-innen bedient werden können und verschiedene Neigungen und Fähigkeiten zum Tragen kommen: Schauspielertalent, Organisationsvermögen, Bildgestaltung, Storytelling, Teambereitschaft, u. v. m. Ebenfalls ist Filmarbeit als medienpädagogisches Angebot im pädagogischen Alltag etabliert und wird daher von den Fachkräften der Jugendarbeit eher angefordert, als unbekanntere oder innovativere Formate. Erst im Zusammenhang mit Musik (Musikvideo) und unserem neueren Schwerpunkt: »Medienkunst« haben sich experimentellere Filmformate etabliert, wie z. B. Tagtool- oder Stopmotion-Filme.

»DRAUFHALTEN IST NICHT ALLES« – FILMCLIPS IM SOMMERCAMP OBERKRÄMER

Auf dem weitläufigen öffentlichen Campingplatz ist Hochsommer und besonders viel los: Die Jugendhilfe Oberkrämer macht hier eine Woche Feriencamp mit dem Schwerpunkt »Film«. Die 30 Teilnehmer/-innen zwischen 9 und 17 Jahren haben sich im Gemeinschaftszelt versammelt und schauen gespannt auf die Kisten und Taschen mit der Workshop-Technik, die sie schon in wenigen Augenblicken in den Händen halten werden. Was wir jetzt machen? Die Vorstellungen gehen in alle Richtungen, und die anfängliche Enttäuschung darüber, dass wir gar kein »Internet« für alle dabei haben, weicht der Begeisterung, die sich mit dem Erfinden des Filmstoffes einstellt.

Zunächst werden die Film-Genres, die im näheren Interesse stehen, charakterisiert: Was macht einen Krimi aus, was einen Horrorstreifen, einen Fantasy-Film oder ein Musikvideo? Schon hier eta-

blieren sich Gruppen, und erste Filmideen kommen zustande. Aus den 30 Teilnehmer/-innen werden zwei Horror-Film-Crews, zwei Krimi-Crews, und eine Musikvideo-Crew, die sich in alle Ecken verkrümeln, sich eine Story ausdenken und dazu ein Filmplakat entwerfen. Jede Gruppe wird mit ihrem Filmprojekt begleitet von einer Person des M3. Zum Auftakt des Mittagessens wirbt jede Crew für ihren neuen »Kino-Hit« und erlebt das Feedback der anderen zur eigenen Filmidee. Die Aufgabe, ein Filmplakat zu gestalten, haben wir entlehnt vom »Mood-Board«, einer Technik, die in gestaltenden Berufen verwendet wird. Nachmittags werden in den Gruppen konkrete Pläne gemacht, ein Drehplan geschrieben, Drehorte festgelegt, Rollen und »Jobs« (Drehen, Schnitt, Regie, Requisiten) verteilt. Eine Camp-Mitarbeiterin etabliert sich als Schminkstation für alle Crews, das Essenszelt wird zum Leichenkeller und aus dem See steigen Zombies.

Gedreht wurde sehr sparsam auf Mini-iPads. Dadurch war der technische Aufwand überschaubar und der Filmschnitt so unkompliziert, dass er von den Teilnehmer/-innen fast vollständig selbst zu bewältigen war. Problematisch ist für diese Arbeitsweise der Ton, der nie besonders hochwertig aufgenommen werden kann. Es empfiehlt sich, Film-Arbeiten auf iPads nicht zu textlastig zu gestalten. Das letzte Drittel der Projektzeit beanspruchte besonders je eine Person des Teams: die Cutter/-innen. In jeder Crew gab es eine Person, die für den Schnitt verantwortlich war. Das Schnittprogramm (Pinnacle Studio) wurde gruppenübergreifend eingeführt, dann schnitt jede Gruppe/bzw. die Schnittmeister/-innen selbstständig. In dieser Phase brachten sich einige ein, indem sie einen Abspann vorbereiteten, andere vertonten nach (das geht live im Schnittprogramm) und manche überließen das Filmprojekt einfach dem Geschick der Cutter/-innen und gingen baden. Die Ergebnisse des Projektes sind anzusehen unter: <http://multimediamobil.org/ergebnisse>

UNSERE ERFAHRUNGEN MIT DEM SCHWERPUNKT AUDIO

Der zweite mediale Schwerpunkt bestand in der Vertiefung verschiedener Audioformate. Beispiele sind: Hörspiel, Audioguide, Klangperformance, Radiobeitrag. Unsere Erfahrung ist, dass besonders mit Kindern die Produktion von Audioformaten eine gute Möglichkeit ist, in einem überschaubaren Projektzeitraum zu einem guten Ergebnis zu kommen. Audioformate sind technisch wesentlich einfacher umsetzbar als viele Filmformate, jüngere Kinder gehen mit Geräuschen oftmals sehr kreativ um. In künstlerischen Ausdrucksformen wie Hörspielen und Klangperformances kommt es darauf an, mit Spannung und Klang die Zuhörer/-innen zu fesseln. Erfindarisches Potenzial erfordert es auch, passende Geräusche zu finden – wenn das Hörspiel etwa am Strand in der Südsee spielt, aber in den Winterferien im Clubkeller entsteht. In dokumentarischen Audioformaten spielen eher Fähigkeiten wie Interviewführung und Recherche eine Rolle. Wie auch in Filmprojekten sind alle Hörformate Teamarbeiten, die verschiedene Kompetenzen erfordern und fördern.

»HÖRSPIEL-PRODUKTION« MIT DEN FERIENKINDERN DER GRUNDSCHULE RADEWEGE

Eine sehr engagierte Schulsozialarbeiterin griff die Idee einiger Schüler/-innen auf, mal ein eigenes Hörspiel zu machen. So kam es zu einem dreitägigen Projekt in den Herbstferien in den Räumen der Schule. Mit acht Teilnehmer/-innen von 11 und 12 Jahren startete das Projekt, das am dritten Tage als Seefahr-Geschichte mit dem Titel »Gestrandet« vollendet werden sollte.

Von vornherein wurde hier von uns die Zeit von drei Tagen für die Geschichte selbst gegeben, sodass wir den Audioschnitt aus dem Workshop auslagerten. Den kompletten ersten Vormittag verbrachten wir mit Hörbeispielen, und beobachteten, welche Stimmung durch was hervorgerufen wurde. Eine eigene »Geräuschjagd« folgte, zu der gefundene bemerkenswerte Geräusche aufgenommen und später den anderen vorgestellt wurden. Schulhaus und -hof wurden zum Klingen gebracht. Den gemeinsamen Anfang der Story-Entwicklung stellte ein Schiffbruch dar, den drei Freunde erlebten. In drei Gruppen dachten sich die Teilnehmer/-innen dann aus, was den Freunden durch den Schiffbruch passieren würde. Wer soll welche Rolle sprechen? Sprache hört sich durchs Mikrofon anders an als »in echt«. Es wurden Sprechproben gemacht und Rollen verteilt.

Am Ende des 2. Tages waren alle Rollen eingelesen und fast alle Geräusche aufgenommen. Die Teilnehmer/-innen hörten zu Beginn des dritten Tages die erste montierte Fassung ihres Werkes. Im weiteren Verlauf entstanden vor allem Zeichnungen von einzelnen Szenen, Abspänne wurden gemalt und Titel gemeinsam eingesprochen. Das gemeinsame Hörspiel liegt nun mit visueller Untermalung als Film vor.

UNSERE ERFAHRUNGEN MIT DEM SCHWERPUNKT »MEDIENKUNST«

In der Alltagswelt der Kinder und Jugendlichen äußern sich Wertvorstellungen vor allem in kulturellen Ausdrucksformen. Selbst Jugendliche, die selbst nicht Teil jugendkultureller Strömungen sind, haben eine große Nähe zu ihren Attributen und Codes: Das sind sowohl Kleidung, Frisuren, Sprüche, Zines und nicht zuletzt Musikgenres. Sie lernen schnell, die hinter den unterschiedlichsten Codes stehenden Wertvorstellungen zu entschlüsseln.

DJ-ing: Musik ist zentrales Element im Leben der Jugend. Sie ist nicht nur (jugend)kulturelle Äußerungsform, sondern skizziert historische Ereignisse, soziale Bewegungen und politische Statements. Unser Workshop betrachtet die gesellschaftlichen Zustände und Bedürfnisse, aus denen heraus Musikstile sich gebildet, weiterentwickelt und verfremdet haben und gibt den Teilnehmer/-innen Handwerkszeug in die Hand, eigene musikalische Aussagen zu entwickeln. Im Workshop geht es um Spaß, Takt und Rhythmus, Stile, Statements, Mix und Verfremdung und: Musikrechte.

VJ-ing: Das »Auflegen« von Bild- und Videoschnipseln live zur Musik ist eine komplett visuelle Möglichkeit der künstlerischen medialen Äußerung. Bilder sprechen lassen - auch im Partykontext!

Der Workshop beinhaltet das Spiel mit visuellen Codes, hinter denen sich eigene Wertvorstellungen zeigen. Durch die Kombination von Stimmung und Statement, Bild und Bild, entstehen neue Aussagen im Bezug zu musikalischen Stücken. Der Workshop umfasst die Produktion verschiedener Visualisierungen, welche die Teilnehmer/-innen aus ihrem unmittelbaren Lebensumfeld generieren, deuten, verfremden und bildnerisch uminterpretieren.

VJ-ING UND DJ-ING IM EINSTIGEN NEUBAUGEBIET AN DER DIESTERWEG-GRUNDSCHULE FALKENSEE

Die beiden Herbstferien-Workshops DJ-ing und VJ-ing fanden zeitlich parallel im modernen Schulgebäude der Grundschule statt. Im Vorfeld entschied sich das Workshop-Team, den DJ-Workshop nur für Mädchen anzubieten, und den VJ-Workshop offen für die gesamte Altersgruppe zu gestalten. Hintergrund ist die Überlegung, dass das DJ-ing noch mehr als das VJ-ing in der Öffentlichkeit als männlich dominierte Sparte gesehen wird und wir weiblichen Teilnehmer/-innen durch diese Angebotsform ein dominanzarmer Lernraum ermöglicht wird. Der Rahmen des DJ-VJ-Projektes bestand aus den beiden Workshops in den Räumlichkeiten der Schule an drei Tagen, sowie einer Präsentation in Form einer gemeinsamen Kinderdisco im Jugendclub des ASB in mittelbarer Nähe am vierten Tag.

Aus dem DJ-Raum drang der Bass, und hinter der Tür wurde eifrig eingezählt, getaktet, getanzt. Währenddessen jagte das VJ-Team Fotos und Filmmotive im Stadtteil, und erprobte anschließend mit dem Mix-Programm die Kombination, Überblendung und Effekt-Bearbeitung der Film- und Fotoschnipsel. Am zweiten und dritten Tag ging es ums Handwerk: Das DJ-Team lernte, eine Musikanlage selbstständig aufzubauen, und mit den Plattentellern umzugehen: Scratching – Rundlauf – Babyscatch. Und dann noch die vielen Knöpfe und Fader auf dem Mischpult: Höhen, Mitten, Tiefen – wie hört sich das alles an, wenn man es verstellt? Die eigene Musiksammlung musste vorbereitet werden: »Ich packe meinen DJ-Koffer ...!«. Im VJ-Raum entstanden neben dem Bildchen-Geschiebe verschiedene Legetricks und Stopmotion-Filme, im VJ-Programm wurden Effekte ausprobiert. Eine etwas aufwändige Aufgabe: die Schnipsel im Filmschnittprogramm aufzubereiten, im richtigen Format zu hinterlegen und eine überschaubare Mediathek anzulegen – die Grundlage für das unbeschwertere Auflegen später live zur Musik im Jugendclub. Der große letzte Tag: Disco im Jugendclub. Eigens gemalte Plakate wurden ausgehängt, der Club zur Disko verwandelt, das Line-up für DJs und VJs festgelegt, alles aufgebaut und nochmal geübt. Punkt 18 Uhr ging die Tür auf für herausgeputzte Freunde, Eltern und Geschwister. Zwei Stunden Aufregung, Tanzen und Staunen. ... und Aufräumen.

UNSERE ERFAHRUNGEN MIT DEM SCHWERPUNKT »NETZKULTUR«

Im Hinblick auf präventiven Jugendmedienschutz werden über pädagogische Fachkräfte sehr gern Themen bei uns angefragt, die einer Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen im Umgang mit Online-Kommunikation dienen. Wir haben uns für das Format »Spiel« entschieden, da Spielen eine sehr erlebnisorientierte Lern- und Erprobungsmöglichkeit ist, mit der die jungen Leute für das »wahre« Online-Leben sensibilisiert werden. Daher haben wir zwei Spiele adaptiert als Raumspiel: eines für Netz-Einsteiger/-innen und eines für Community-User/-innen (ab 8. Klasse). Für Einsteiger/-innen wählen wir eine Adaption der Spielaktion mein-profil.de – herausgegeben von der Landesstelle Kinder- u. Jugendschutz Sachsen-Anhalt e. V. . Für Community-User/-innen haben wir ein Brettspiel namens »StartSpiel« als Raumspiel adaptiert, das ebenfalls unter CC-Lizenz steht und mit jedem Spieldurchlauf von unseren Teilnehmer/-innen weiterentwickelt wird.

WORKSHOP-BEISPIEL »STARTSPIEL« IN DER GESAMTSCHULE »HERMANN KANT« IN FALKENSEE

Die Schulsozialarbeiterin der Gesamtschule hatte für einen Projekttag eine Gruppe von Achtklässler/-innen für das Thema »Online-Communitys« begeistert, und so spielten wir mit den 20 Jugendlichen das von uns neu adaptierte »StartSpiel« bei schönstem Sonnenschein auf dem Schulhof. Vorausgegangen war ein kurzer Input zu Datenschutz, Privatsphäre-Einstellungen und Persönlichkeitsrechten. Die Jugendlichen brachten sich mit Beispielen und Nachfragen rege in die Diskussion ein. Ein wenig müßig stellte sich der Part des Spielregeln-Erklärens heraus, aber dann kam allmählich ein Spielflow in Gange. Vielleicht brannte auch die Mittagssonne zu heiß. Gerade, als alle in Spiellaune waren, näherte sich die Spielzeit schon dem Ende. Eine finale Einschätzung des Spiels und Anregungen zur Verbesserung des Spielflows (dann wieder im schattigen Klassenraum) wurden umso reger vorgenommen, sodass nun auch im spieleigenen Blog: <http://startspiel.spieletz.de/> die Anregungen der Schüler/-innen nachzulesen sind.

PERSPEKTIVE DER MOBILEN MEDIENPÄDAGOGISCHEN ARBEIT AUS DER SICHT DES M3-TEAMS

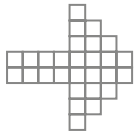
Es hat sich in den drei Jahren gezeigt, dass die breite Themenpalette des Projektes an vielen Orten für Anregung gesorgt hat, und dass alle Workshop-Angebote dann – in beratungsähnlicher Form – gemeinsam mit den konkreten lokalen Partner/-innen an Rahmen und Zielgruppe angepasst wurden. Auf unsere Nachfrage hin können sich viele Partner/-innen jedoch nicht vorstellen, ein ähnliches medienpädagogisches Angebot selbst zu gestalten über die Organisation des Rahmens (Kooperation mit uns, Raum-/Finanz-/Teilnehmer/-innenakquise) hinaus. Die Workshop-Inhalte wurden von den Fachkräften meist lebhaft und angeregt verfolgt oder mitgestaltet. Wir gehen davon aus, dass sie – nicht nur auf medienpädagogischer Ebene – eine Anregung des pädagogischen Alltags waren, der nachhaltig ist. Wir freuen uns, dass wir die Fachkräfte in der Kinder- und Jugendarbeit auf diese Weise in ihrer Arbeit unterstützen können.

✘ KONTAKT

m³ multimediamobil
E-Mail: info@multimediamobil.net
Internet: www.multimediamobil.org



MEDIEN AUF DEM LAND



Wie können Medien in ländlich geprägten Regionen öffentliche Kommunikation und die Identifikation mit der Region fördern? Dieser Frage widmet sich das Institut für Bildung in der Informationsgesellschaft e. V. Berlin (IBI) mit einem Modellprojekt im Rahmen des Bundesprogramms »Zusammenhalt durch Teilhabe«.

Medien – ob gedruckt oder digital – bieten große Chancen für einen lebendigen Austausch im privaten, beruflichen oder öffentlichen Leben. Im Projekt »Medien auf dem Land« wurden Strategien erprobt, um eine aktive und offene Kommunikation im Amt Döbern-Land zu etablieren. In diesem Amt leben in acht Gemeinden rund 12 000 Einwohner auf einer Fläche von 272 Quadratkilometern. Eine geringe Wirtschaftskraft und der Rückbau der Infrastruktur sind nur zwei Probleme in der dünn besiedelten Region in Südbrandenburg. Um der zunehmenden Perspektivlosigkeit und Politikverdrossenheit in der Bevölkerung entgegenzuwirken, wurden den Menschen Medien als Möglichkeit für Teilhabe und Kommunikation aufgezeigt.

AKTIVE MEDIENARBEIT ALS CHANCE FÜR DEN LÄNDLICHEN RAUM

Medien-Workshops mit unterschiedlichen Themen sollten die Beteiligung der Zivilgesellschaft am öffentlichen Leben durch aktive Medienarbeit fördern. So sollte beispielsweise die Realisierung einer Leserreporter-Plattform eine selbstbewusste, lebendige und demokratische Gemeinwesenkultur nach sich ziehen. Die Nutzung einer Online-Plattform benötigt allerdings Kenntnisse im Umgang mit dem Internet sowie das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Gemeinsam mit Partnern aus der Region wurde im Projekt ein medienpädagogisches Konzept entwickelt, das neben unterschiedlichen Kompetenzen vor allem auch das Kennenlernen verschiedener Medienformate beinhaltet.

Die Teilhabe am öffentlichen Diskurs sollte durch die selbstbestimmte und zielgruppengerechte Nutzung dieser unterschiedlichen Medien erreicht werden. Es ging vor allem darum, die Zugangs- und Nutzungsbedingungen für Nutzer/-innen zu erleichtern und Hemmschwellen und Angstmomente abzubauen.

NETZWERKE ALS STARKER FAKTOR IN EINER REGION

Die Gestaltung von Medien liegt nicht länger allein in den Händen von Profis; gerade die digitalen Medien und deren Werkzeuge ermöglichen es, sich jederzeit und überall über öffentliche Belange oder persönliche Anliegen zu informieren oder zu unterhalten. Doch die wachsende Vielfalt und der schnelle technische Wandel in der Medienwelt lösen bei vielen Menschen ein Gefühl der Unsicherheit aus.

Diese Verunsicherung im Umgang scheint besonders bei älteren Bewohnern/Bewohnerinnen im ländlichen Raum ausgeprägt zu sein. Eine Medien- und Kommunikationsanalyse im Projekt hatte in Passantenbefragungen und Multiplikatoreninterviews immer wieder Unsicherheit im Umgang mit Medien und daher Ablehnung vieler Angebote festgestellt. Aussagen wie »[...] da kenn ich mich nicht aus, das macht mein Mann«, gaben den Impuls für niedrigschwellige Einsteiger-Kurse, die erfolgreich mit Erwachsenen durchgeführt wurden. Die meist älteren Teilnehmer/-innen konnten so erste Erfahrungen mit den Möglichkeiten der Mediennutzung sammeln. Durch den demografischen

Wandel, der im ländlichen Raum besonders sichtbar ist, stellen sie das Fundament der Zivilgesellschaft dar. Ihnen die kommunikativen Chancen und Möglichkeiten von Medien zu verdeutlichen und ihnen diese als Werkzeuge in die Hand zu geben, trägt zur Stärkung der demokratischen Kultur bei.

Bei der praktischen Arbeit vor Ort begegneten den Projektmitarbeiter/-innen allerdings immer wieder ähnliche Befürchtungen: »Wer hilft uns denn (mit der Technik), wenn das Projekt beendet ist?« Aus dieser Erfahrung entstand die Idee für eine Übersicht über die vielen Stellen, die Hilfe und tatkräftige Unterstützung in der Region Cottbus/Spree-Neiße anbieten. Interessante Angebote aus den Bereichen Medienbildung, Medienerstellung, Medienzugang und -verleih sowie Kommunikationsmöglichkeiten durch regionale Medien wurden in der »Medienlandkarte Cottbus/Spree-Neiße« gesammelt. Auch wenn nicht alle Anbieter in dieser Region vertreten sind, so zeigen die aufgelisteten Angebote doch, wie bunt die Medienlandlandschaft im ländlichen Raum sein kann. Den Menschen in der Region sollte diese Vielfalt vor Augen geführt werden. Als Online-Datenbank und Print-Broschüre ist die Medienlandkarte ein nützliches Nachschlagewerk, in dem für viele Fragen im Themenkomplex »Medien« der richtige Ansprechpartner vor Ort gefunden werden kann. So können Vereine und Institutionen Unterstützung bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit suchen und Schulen finden medienpädagogische Angebote und starke Partner bei Kompetenz- und Sicherheitsfragen.

Durch eine Zuordnung der Kategorien »Region«, »Zielgruppe« und »Schlagworte« wurde der Prozess des Suchens und Findens komfortabel gestaltet und Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Angeboten sichtbar gemacht. Des Weiteren können so kooperativere Perspektiven der Anbieter gefördert werden und es kocht nicht mehr jeder »sein eigenes Süppchen«, wie ein Projektteilnehmer an der jetzigen Situation so passend kritisierte. Neue, fruchtbare Kooperationen, die bestehende Ressourcen optimal nutzen, Fähigkeiten bündeln und innovative Ideen und Projekte realisieren könnten, wären wünschenswert für eine Region wie Cottbus/Spree-Neiße. Dafür ist die Medienlandkarte ein erster Impuls.

»Medien auf dem Land« ist ein Projekt des IBI - Institut für Bildung in der Informationsgesellschaft. Das Projekt wird gefördert durch das Bundesministerium des Innern im Rahmen des Bundesprogramms »Zusammenhalt durch Teilhabe«.

✘ **KONTAKT**

Svenja Perlitz

IBI - Institut für Bildung in der Informationsgesellschaft e. V.

E-Mail: perlitz@ibi.tu-berlin.de

Internet: www.medienaufdemland.de

INTERNET-ABC-SCHULE



Der Workshop von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) und der Bremischen Landesmedienanstalt (brema) auf der 2. Netzwerktagung »Medienkompetenz stärkt Brandenburg« wollte Multiplikatoren, Lehrerinnen und Lehrer motivieren, die Angebote des »Internet-ABC« für die Unterrichts- und/oder Freizeitgestaltung an der eigenen Schule zu nutzen oder diese sogar als »Internet-ABC-Schule« auszeichnen zu lassen. Sven Petersen von der brema berichtete von den ersten Erfahrungen mit den Bremer »Internet-ABC-Schulen« und Sabine Kühnel von der mabb referierte zum Status-quo der Initiative in Berlin und Brandenburg. Hauptbestandteil des Workshops war der Beitrag von Anke Lissner. Sie ist Grundschullehrerin/Klassenlehrerin an der Grundschule Mahndorf in Bremen – eine der Internet-ABC-Schulen in Bremen. Ihr Vortrag beschäftigte sich mit den Zielen des Unterrichts mit dem »Internet-ABC« und an welchen Stellen man das »Internet-ABC« in den Computerunterricht der Schule einbinden kann. An der Ablauplanung einer konkreten Unterrichtsstunde zum Thema »Suchen und Finden im Netz« wurde der mögliche Einsatz der Homepage und der im Handbuch zu findenden Arbeitsblätter im Unterricht verdeutlicht.

HINTERGRUND

Medien nehmen heute schon bei Kindern eine zentrale Rolle im Alltag ein. Fernsehen, Computerspiele und Smartphones gehören zum Leben dazu – wie auch das Internet. Doch gerade Letzteres ist als offenes Medium schwer zu kontrollieren, die Grenze zwischen kindgerecht und völlig ungeeignet oftmals fließend. Aber sollte man es deshalb in der Schule außen vor lassen? Ganz im Gegenteil: Es gilt, die Kinder (medien-)kompetent zu machen.

Die Medienkompetenzförderung ist ein gesetzlicher Auftrag der deutschen Landesmedienanstalten. Dreizehn davon – darunter die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) und die Bremische Landesmedienanstalt (brema) – haben sich im gemeinnützigen Verein Internet-ABC e. V. zusammengeschlossen, der speziell die Förderung der Internetkompetenz von Fünf- bis Zwölfjährigen zum Ziel hat und Eltern und Pädagogen bei der verantwortungsvollen Medienerziehung unterstützt. Die Website www.internet-abc.de bietet Grundschulern und Multiplikatoren Hilfestellungen für den sicheren Einstieg in und die sichere Nutzung des Internets und darüber hinaus unterstützen verschiedene »Internet-ABC«-Materialien für Multiplikatoren die Medienbildung an Grundschulen (u. a. ein Lehrerhandbuch und eine CD-ROM für Eltern und ihre Kinder). Diese können kostenfrei bei der jeweiligen Landesmedienanstalt bestellt werden. Das Projekt steht unter der Schirmherrschaft der UNESCO und hat bereits zahlreiche Auszeichnungen erhalten (u. a. »digita 2012« und »Wege ins Netz 2009«).

DAS PROJEKT »INTERNET-ABC-SCHULE«

Über die Auszeichnung von Grundschulen als »Internet-ABC-Schule« sollen die Angebote und Materialien des »Internet-ABC« bundesweit noch besser an Schulen verankert werden. Die Bremische Landesmedienanstalt arbeitet in dem Projekt seit 2012 mit zehn Bremer Grundschulen zusammen. Bei gemeinsamen Treffen werden Anwendungsbereiche und Problemfelder gemeinsam diskutiert und Unterrichtskonzepte ausgetauscht. Aufgrund ihrer besonderen Leistungen wurden im Sommer 2013 sieben der Schulen offiziell als »Internet-ABC-Schule« ausgezeichnet. Sie erhalten das Siegel für das laufende Schuljahr.

Seit Sommer 2013 wird das Projekt auch in Berlin und Brandenburg von der mabb in Kooperation mit dem Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg (MBJS) pilotiert. Mit der Teilnahme an dem Projekt machen die Schulen für die Öffentlichkeit folgendes Anliegen und Selbstverständnis sichtbar: Der bewusste und kompetente Umgang mit Medien ist neben Lesen, Schreiben und Rechnen eine Schlüsselqualifikation. Unser Ziel ist es daher, allen Schülern die Möglichkeit zu geben, Basiskompetenzen zum sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit dem Internet zu erlernen. Dies beinhaltet anwendungsorientiertes Wissen zum Thema Recherchieren mit dem Internet, Datenschutz und Werbung sowie sicheres Surfen, Chatten und Kommunizieren in sozialen Netzwerken.

In Berlin und Brandenburg erhält eine Grundschule das Siegel »Internet-ABC-Schule« für ein Jahr, wenn sie ...

- ➔ dem Anliegen des Projekts (s. o.) zustimmt;
- ➔ ein Motivationsschreiben für die Teilnahme am Projekt einreicht;
- ➔ sich verpflichtet, im Laufe des jeweiligen Schuljahres an einer 90-minütigen Lehrerfortbildung zur Nutzung der Plattform »Internet-ABC« teilzunehmen und einen Elternabend zur Internetnutzung bei Kindern und Jugendlichen durchführen zu lassen;
- ➔ nach entsprechender Wissensvermittlung mit ihren Schülern der 4., 5. und 6. Klassen den Surfschein des Internet-ABC absolvieren.

Darüber hinaus hat die Schule die Möglichkeit, dass für die Schüler ein Projekt zur Förderung der Internetkompetenz konzipiert und durchgeführt wird, wofür 1.000 € zur Verfügung stehen.

Für die Durchführung des Projekts erhalten die Schulen verschiedene unterstützende Internet-ABC-Unterrichtsmaterialien (u. a. das Lehrerhandbuch), persönliche Hilfe vor Ort (ausgebildete Medienpädagogen) sowie die Möglichkeit, sich in einem betreuten Forum mit dem Internet-ABC und anderen Teilnehmerschulen auszutauschen.

In Berlin und Brandenburg wird das Projekt im Schuljahr 2013/14 zunächst an bis zu sechs Berliner bzw. Brandenburger Grundschulen pilotiert und soll bei Erfolg ab dem nächsten Schuljahr flächendeckend angeboten werden.

✘ KONTAKT

Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)

Sabine Kühnel

E-Mail: kuehnel@mabb.de

Internet: www.mabb.de

Bremische Landesmedienanstalt (brema)

Sven Petersen

E-Mail: petersen@bremische-landesmedienanstalt.de

Internet: www.bremische-landesmedienanstalt.de

ERSTE SCHRITTE ZUM AUFBAU EINES SCHULRADIOS



Schule »on air« - Auch wenn sein Untergang vielfach beschworen wurde: das Medium Radio lebt. Zumindest in vielen Schulen besteht ein ungebrochenes Interesse daran, die Schulgemeinschaft mit der Lieblingsmusik und neuesten Nachrichten in Form eines Schulradios zu versorgen und dabei erste Journalistische und redaktionelle Erfahrungen zu sammeln.

VON ANFANG AN ALLES RICHTIG MACHEN ...

Der richtige Ort. Ja, Räume sind knapp an den meisten Schulen. Aber gibt es vielleicht doch irgendwo einen Extra-Raum, in dem sich ein richtiges Schulradio organisieren könnte? Möglichst leicht zugänglich für die Schüler, auch außerhalb der Unterrichtszeiten, mit Computer und Internetzugang, möglichst ungestört und vielleicht sogar noch geräumig?

Die richtigen Schüler. Nein, nicht jeder Schüler ist für das Schulradio geeignet. Das hat gar nichts mit Musikgeschmack [Musik spielt bei erfolgreichen Schulradios eine große Rolle] oder Sprachvermögen, dafür aber viel mit Teamgeist und Verlässlichkeit zu tun. Ohne eine gewisse Begeisterung wird es wohl nicht gehen.

Die richtige Technik. Technik, die große Unbekannte. Gibt es an der Schule ein Lautsprechersystem, an das sich das Schulradio anschließen kann? Nein? Aber ohne das geht es nicht. Ansonsten gehören zur Mindestausstattung ein Mikrofon, ein Mischpult, zwei CD-Player und ein Kopfhörer. Oder auch: Ein Mikrofon, ein Audio-Interface, ein Computer mit der entsprechenden Radiosoftware, ein Kopfhörer. Und wenn es etwas anspruchsvoller werden soll: Aufnahmegeräte, Schnittsoftware, Reportermikrofone, ...

Die richtige Anlaufstelle. Das Schulradio darf keine abgeschottete Elitenveranstaltung sein, in der wenige den vielen anderen ihren [Musik-]Geschmack ausdrücken. Wie kann man das verhindern? Durch Kommunikation. Per Mail oder noch einfacher per Zettelkasten. Musikwünsche, Themenvorschläge, Hörerpost – alles kann da rein.

WAS FÜR EINE ART VON SCHULRADIO SOLL ES DENN BITTE SCHÖN SEIN? ODER AUCH: SCHULRADIO – WARUM DENN ÜBERHAUPT?

Schulradio, das kann sein: einmal die Woche in der großen Pause ein bisschen Musik spielen. Schulradio kann aber auch sein: jeden Tag eine Sendung mit Musik, Moderation, einem Tagesthema. Schulradio kann sogar der Ort sein, an dem alle wichtigen Themen der jeweiligen Schule behandelt werden. An dem Medienkompetenz praktisch erprobt wird. Alles ist möglich.

VON FAKTEN UND MEINUNGEN: JOURNALISTISCHES ARBEITEN AN DER SCHULE ...

Fast jedes Thema kann auf fast jede Weise ins Radio gebracht werden. Dafür gibt es eine ganze Reihe von verschiedenen Journalistischen Formen und Formaten, die sich auch noch vermischen können. Und nur mal zur Erinnerung: Fakten und Meinung gehören in deutschen Medien eigentlich getrennt oder zumindest deutlich kenntlich gemacht.

Beispiele für verschiedene Radiobeitragsformate:

- ➔ Nachricht (mit und ohne O-Ton),
- ➔ Eigenbericht/Beitrag (mit und ohne O-Ton),
- ➔ Kommentar,
- ➔ Glosse,
- ➔ Interview,
- ➔ gestalteter Beitrag (Reportage, Feature).

UND WENN ES DANN LOSGEHT ...

Wie oft soll gesendet werden? Was soll gesendet werden? Wer soll senden? Wie stark soll die Redaktion strukturiert werden? Und noch einmal: Wofür soll das Schulradio gemacht werden? Als berufsvorbereitende Maßnahme? Als Medienkompetenz-Förderung? Als Ausgleich zum Schulalltag? Als selbstbestimmtes Schülerprojekt? Als eine Art »Schwarzes Brett der Schule«? Aus Spaß? Ein bisschen von allem?

WEM DAS ALLES NOCH NICHT REICHT ...

Es gibt etliche Bücher zur journalistischen Praxis, das reicht von Grundlagenwerken zum Thema Journalismus (ABC des Journalismus; Einführung in den praktischen Journalismus; Praktischer Journalismus – Presse, Radio, Fernsehen, Online; Journalismus: das Lehr- und Handbuch, Journalismus für Dummies) bis hin zu sehr spezialisierten, aber nicht minder dicken Büchern zum Beispiel zum Thema »Frei sprechen – in Radio, Fernsehen und vor Publikum« oder auch »Das Radio-Feature«.

HIER NOCH EIN PAAR NÜTZLICHE LINKS:

<http://www.kindofradio.de/lexikon.htm>

Eine Art Lexikon, das verschiedene Fachbegriffe aus dem Radioalltag erklärt.

http://www.wdr.de/unternehmen/profil/bildung/arbeitsbuch_medienkompetenz100.html

Der WDR hat ein »Arbeitsbuch Medienkompetenz« erstellt. Das kann umsonst heruntergeladen werden.

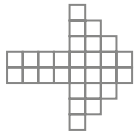
http://www.schulradio-bayern.de/pdf/Handbuch_Schulradio.pdf

Die Bayerische Landesmedienanstalt (BLM) bietet ein umfangreiches Handbuch »Schulradio machen« an, in dem man viele Details erfährt.

<http://www.jpbw.de/v2/download/radio-leitfaden.pdf>

Der Leitfaden »Radio selbst gemacht« der Jugendpresse Baden-Württemberg wendet sich direkt an die, die's am Ende machen sollen: die Schüler.

LESEN MACHT STARK: LESEN UND DIGITALE MEDIEN



Im Bundesland Brandenburg gibt es 141 hauptamtlich geleitete öffentliche Bibliotheken, die im Jahr 2012 von 2,55 Millionen Bürgerinnen und Bürgern besucht wurden. 9,02 Millionen Medien wurden entliehen, 11.000 Veranstaltungen durchgeführt. Fünf Fahrbibliotheken versorgen die Landbevölkerung.

DIE BIBLIOTHEKEN

- ➔ schaffen durch ihre Medienvielfalt Chancengleichheit und die Möglichkeit, sich den Herausforderungen in der Informations- und Wissensgesellschaft zu stellen;
- ➔ schaffen einen Ort, wo ein Neben- und Miteinander von Buch und Computer sichtbar und erlebbar wird;
- ➔ fördern das Lesen als eine wichtige Kulturtechnik schon bei Kindern vom Kindergartenalter an
- ➔ unterstützen mit ihrem umfangreichen Medienangebot den gesellschaftlich erforderlichen Prozess des lebenslangen Lernens und der ständigen Wissensvermittlung;
- ➔ erleichtern die Orientierung beim beruflichen und persönlichen Werdegang und vermitteln die Fähigkeit im Umgang mit den modernen Informationstechnologien;
- ➔ leisten durch den freien Zugang zu Wissen und Information einen Beitrag zur Wahrung gleicher Bildungschancen;
- ➔ bieten allen Bürgerinnen und Bürgern unabhängig von ihrem sozialen, materiellen oder religiösen Hintergrund freien Zugang zu Medien und Informationen;
- ➔ bieten qualifizierte persönliche Beratung und Möglichkeiten für Begegnungen und Gespräche;
- ➔ schaffen Identität und tragen dazu bei, die emotionale Bindung an den Wohnort zu stärken;
- ➔ haben mit der Kooperationsvereinbarung mit dem Ministerium für Bildung, Jugend und Sport eine fundierte Grundlage für die Zusammenarbeit zwischen Schule und öffentlicher Bibliothek und sind dadurch stärker als bisher strategische Partner bei der Vermittlung von Lese- und Informationskompetenz.

<http://www.bibliotheksverband.de/landesverbaende/brandenburg/bibliotheksbilder.html>

http://www.bideutschland.de/download/file/21%20GUTE%20GRUENDE_endg_16-1-09.pdf

BIBLIOTHEKEN SIND BILDUNGSPARTNER

Das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung hat unter dem Titel »Kultur macht stark« Förderprogramm verabschiedet, in dem für öffentliche Bibliotheken in den nächsten fünf Jahren 10 Millionen Euro zur Verfügung stehen. Der Deutsche Bibliotheksverband hat seinem Programm den Titel »Lesen macht stark« gegeben:

- ➔ In Zusammenarbeit mit der Stiftung Digitale Chancen hat der Deutsche Bibliotheksverband e.V. Maßnahmen unter dem Titel »Lesen macht stark: Lesen und digitale Medien« konzipiert und eine Fördersumme in Höhe von bis zu 10 Mio Euro für 5 Jahre bewilligt bekommen.
- ➔ Projektziel: Leseförderung durch den Einsatz von digitalen Medien
- ➔ Laufzeit: ca. 60 Monate
- ➔ Projektstart: August 2013

Für das Programm wurden lesefördernde Maßnahmen für fünf Altersgruppen entwickelt:

- ➔ 3 bis 5 Jahre: Bilderbuchkino digital: Vorlesen und mit digitalen Medien kreativ ergänzen
- ➔ 6 bis 8 Jahre: Ich lese weiter: (Vor-)Gelesene Geschichten im Netz weiterverfolgen und dabei spielerisch Leseerlebnis vertiefen und erweitern, kindgerecht Internet kennenlernen
- ➔ 9 bis 12 Jahre: Meine Fotostory: mit dem Tablet-PC kreativ das Leseerlebnis mit anderen teilen
- ➔ 13 bis 15 Jahre: Social Reading – (Lebens-) Geschichten lesen und in sozialen Netzwerken (weiter-)erzählen
- ➔ 16 bis 18 Jahre: mein Leben in fünf Jahren – berufliche Orientierung mit digitalen Medien

BEISPIELGEBEND UNSERE PROGRAMME FÜR DIE KLEINEN BRANDENBURGERINNEN UND BRANDENBURGER:

3 bis 5 Jahre: Bilderbuchkino digital: vorlesen und mit digitalen Medien kreativ ergänzen

- ➔ Veranstaltung mit einem bestimmten Bilderbuch zur Bibliothek durch Ehrenamtliche in einer Kindertageseinrichtung.
- ➔ In einem zweiten Schritt: Kinder werden in die Bibliothek eingeladen. Dort kann die Geschichte z. B. mit den Hauptfiguren aus selbst gebasteltem Material (Fingerpuppen) weitergeführt werden.
- ➔ Es wird angestrebt, das Buch in die gängigen Migrantensprachen übersetzen zu lassen, damit Sprachförderung durch muttersprachliches Material ermöglicht wird. Ergänzend werden sogenannte TING- bzw. Tiptoi-Stifte eingesetzt, mit denen Texte und Bilder des Buchs hörbar gemacht werden können.

6 bis 8 Jahre: Ich lese weiter: (Vor-)Gelesene Geschichten im Netz weiterverfolgen und dabei spielerisch Leseerlebnis vertiefen und erweitern, kindgerecht Internet kennenlernen

- ➔ Durchführung von (Vor-)Lesenachmittagen in Bibliotheken mit gemeinsamem Surfen im Netz für Kinder und Eltern: Mit Unterstützung der Ehrenamtlichen überlegen sich die Kinder Fragen und besuchen im Internet altersgerechte Webseiten zu den gelesenen Geschichten und ihren Medienhelden sowie Webseiten der Autorinnen oder Autoren.

ONLEIHEN IN BRANDENBURG: DIGITALE MEDIEN ZUM AUSLEIHEN

In Online-Bibliotheken können digitale Medien rund um die Uhr, sieben Tage in der Woche ausgeliehen werden. Bibliotheksnutzer können mit der Onleihe übers Internet, gegen Zahlung der üblichen Bibliotheksjahresgebühr, eBooks und eAudios ausleihen, online nutzen oder herunterladen.

Die Onleihe ist ideal für mobile Endgeräte wie Tablets, iPads, iPhones und Android-Smartphones. Die Onleihe bietet Bücher, Hörbücher, Zeitschriften, Tageszeitungen, Musik und Videos zum Download an. Die Nutzung ist zeitlich begrenzt. Eine Rückgabe der Medien ist nicht notwendig. Nach Ablauf der Leihfrist sind ausgeliehene Medien automatisch nicht mehr benutzbar und können gelöscht werden. Die Ausleihe und das Vormerken ausgeliehener Medien sind möglich. Mahngebühren können nicht entstehen.

Eine andere bundesweite Aktion, an der sich auch Bibliotheken aus dem Bundesland Brandenburg beteiligen, heißt »Lesestart – drei Meilensteine für das Lesen«.

Lesen können ist die Voraussetzung zur Teilhabe am gesellschaftlichen und medialen Leben. Lesen fördern ist eine der wichtigsten Aufgaben der öffentlichen Bibliotheken.

- ➔ »Lesestart – drei Meilensteine für das Lesen« ist ein Programm zur Sprach- und Leseförderung, das sich schon an die Jüngsten richtet. Es wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung finanziert und von der Stiftung Lesen durchgeführt.
- ➔ Kinder, die mit Büchern und Geschichten aufwachsen, lernen besser lesen und haben mehr Spaß daran. Das ist eine wichtige Voraussetzung für gute Bildungschancen! Deshalb erhalten Eltern drei Mal ein Lesestart-Set mit wertvollen Alltagstipps rund ums Vorlesen und einem Buchgeschenk für ihre Kinder, wenn diese ein, drei und sechs Jahre alt sind. Passend dazu gibt es viele tolle Lesestart-Aktionen und -Veranstaltungen vor Ort!
- ➔ Innerhalb von acht Jahren werden rund 4,5 Millionen Lesestart-Sets an Kinder aus drei aufeinander folgenden Jahrgängen verschenkt.
- ➔ Von 2011 bis 2013 erhalten Eltern mit einjährigen Kindern das erste Set in der Kinderarztpraxis im Rahmen der U6-Vorsorge.
- ➔ Von 2013 bis 2015 gibt es das nächste Set in Bibliotheken, wenn die Kinder drei Jahre alt sind. Insgesamt kann mit den ersten beiden Sets jeweils die Hälfte aller Kinder der drei Jahrgänge erreicht werden.
- ➔ Auf das dritte Lesestart-Set können sich ab 2016 alle Schulanfängerinnen und Schulanfänger freuen.
- ➔ Ab November 2013 wird das zweite Lesestart-Set von Bibliotheken an Eltern mit dreijährigen Kindern verschenkt.



CHATTEN UND SPIELEN, BIS DER ARZT KOMMT?



Chill out ist eine 1997 in Potsdam entstandene Basisinitiative, die akzeptierende Jugend- und Drogenarbeit anbietet und fördert. Wir sind seit vielen Jahren in der Suchtprävention aktiv und entwickeln, begleiten und realisieren Projekte und Programme für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene sowie deren Angehörige und Multiplikator/-innen. Daneben bieten wir Sucht- und Drogen- bzw. Einzelfallberatungen an. Chill out ist ein in Potsdam anerkannter freier Träger der Jugendhilfe. Neben der Potsdamer Fachstelle für Konsumkompetenz betreibt Chill out auch eine der fünf überregionalen Suchtpräventionsfachstellen im Land Brandenburg (zuständig für die Landkreise Potsdam-Mittelmark und Teltow-Fläming sowie die kreisfreie Stadt Brandenburg/Have)].

Als Träger für Gesundheitsförderung setzen wir uns für das Entstehen einer risiko-, rausch- und konsumkompetenten Gesellschaft ein. Dabei begreifen wir Gesundheitsförderung als emanzipative Strategie, die Individuen und Gruppen in ihren sozialen, ökologischen und politischen Zusammenhängen betrachtet. Unsere Dialoggruppen Jugendliche und Junge Erwachsene bilden den Schwerpunkt unserer Arbeit. Wir machen umfassende Informationsangebote und fördern die Selbst-, Lebens- und Konsumkompetenzen von Kindern und Jugendlichen.

In unserer Arbeit wollen wir Probleme mit Konsum vorbeugen und zur Lebensqualität unserer Dialoggruppen beitragen. Dabei wollen wir ins Bewusstsein bringen, dass Probleme mit Substanz- oder Medienkonsum ebenso wie »Verhaltensüchte« weniger in den Dingen begründet sind, die »zu viel« gemacht werden, sondern viel mehr mit persönlichen und gesellschaftlichen Einstellungen und Fähigkeiten, Entwicklungs- und Bewältigungsmöglichkeiten zu tun haben.

In unseren Angeboten für Schulen geht es uns vor allem darum, Wissen um Konsumrisiken zu vermitteln und einen Raum zur Kommunikation darüber zu schaffen, wie möglichst alle an der Lebenswelt Schule Beteiligten dazu beitragen können, Probleme möglichst gar nicht erst entstehen zu lassen oder sich bei Bedarf unterstützen zu können.

Im Internet zu sein, das ist für die heutige Generation der Kinder und Jugendlichen zur Normalität geworden. Laut der JIM-Jugendstudie 2012 besitzen mittlerweile 82 Prozent der 12- bis 19-Jährigen einen eigenen Rechner, wobei der eigene Computer/Laptop bei Jungen etwas häufiger vorhanden ist als bei Mädchen.

Unsere Dialoggruppen wachsen in eine Gesellschaft hinein, deren Aufgabe es ist, den Kindern und Jugendlichen einen kompetenten Umgang mit den Computer- und Internetwelten anzueignen. Die digitale Entwicklung stellt ihnen »elektronisches Spielzeug« zur Verfügung. Eine der Kehrseite der Faszination dieser »neuen digitalen Welten« ist der willentlich nicht mehr eingrenzbar exzessive Medienkonsum.

Der vorgestellte Workshop »Chatten und spielen, bis der Arzt kommt?« ist praxiserprobt, lädt zur Diskussion ein und eröffnet Zugang zu Gefühlen, Wünschen und Ängsten, die mit der Nutzung von Medien verbunden werden. Im Workshop wird aufgezeigt, ab wann überhaupt von problematischem bzw. exzessivem Konsum gesprochen werden kann. Er sensibilisiert für das Thema Medienabhängigkeit und ermöglicht die Reflexion der selbst genutzten Angebote und des eigenen Nutzungsverhaltens.

Durch dieses konkrete Angebot soll die Medienkompetenz auf verschiedenen Ebenen gefördert werden und betont den medienkritischen und selbstreflexiven Ansatz mit unseren Dialoggruppen zu verfolgen.

ÜBER DIE AUTORINNEN UND AUTOREN



MARTIN BÖTTCHER hat Publizistik und Amerikanistik studiert und an der Berliner Journalistenschule eine Redakteursausbildung durchlaufen. Er arbeitet als Redakteur, Reporter und Moderator – zunächst lange Zeit bei Radio Fritz, nun u. a. für Deutschlandradio Kultur, den Internetsender ByteFM sowie radioeins [rbb]. Im Auftrag der mabb hat er bereits in diversen Workshops sein Wissen an Schulradios weitergegeben.

VERENA EBEL ist Industriekauffrau, Schauwerbegestalterin, Erzieherin und Sozialarbeiterin/Sozialpädagogin. Sie arbeitet seit vielen Jahren als Medienpädagogin in Berlin, u. a. bei Metaversa e. V.. Ihre Schwerpunkte sind u. a. Fotografie, digitale Bild- und Videobearbeitung, Internetprojekte mit Kindern, Jugendlichen und Multiplikatoren/Multiplikatorinnen.

TOBIAS FALKE Dipl.-Sozialpädagoge, Medienwissenschaftler (M. A.), derzeit akademischer Mitarbeiter für Medien- und Hochschuldidaktik an der BTU Cottbus-Senftenberg, stellv. Vorstand des Vereins M2B e. V. und Leiter des Projekts »Cyber-) Mobbing – Aufgeklärt! – Schüler der Stadt Cottbus klären auf«, Arbeits- und Forschungsschwerpunkte: Didaktik des E-Learnings, Produktion von audiovisuellen Medien zur Förderung von Medienkompetenz, Prävention von Cybermobbing

KLAUS HINZE, Jahrgang 1955, ist Diplom-Soziologe und Sozialpädagoge (FH) mit Zusatzqualifikationen als Supervisor und Mediator. Seit 1995 ist er Geschäftsführer der Aktion Kinder- und Jugendschutz Brandenburg e. V. und arbeitet als Jugendschutzsachverständiger und Vertreter der Obersten Landesjugendbehörde im Land Brandenburg in den Freiwilligen Selbstkontrollen FSK und USK mit und wirkt als Prüfer bei der FSF mit.

CLAUDIA HOFFMANN, seit 2012 Schülerprojekte zum Thema Cybermobbing, seit 2011 Eltern-Medien-Beratung, seit 2008 Dozentin für den Kurs »Starke Eltern – Starke Kinder«, seit 2007 Erwachsenenbildung - Burnout-Prävention, Entspannung und Stressmanagement, 2007 Entspannungspädagogin, 2002 Heilpraktikerin (Psychotherapie), 1993 staatlich anerkannte Erzieherin

DAGMAR HOFFMANN ist Diplom-Sozialarbeiterin/-pädagogin und Diplom-Soziologin. Seit 2011 ist sie Professorin für Medien und Kommunikation an der Philosophischen Fakultät der Universität Siegen. Sie ist geschäftsführende Herausgeberin der Zeitschrift Diskurs Kindheits- und Jugendforschung und seit sechs Jahren stellvertretende Vorsitzende der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK). Zu ihren Arbeits- und Interessensschwerpunkten gehören: Mediensozialisation und Medienaneignungsprozesse sowie Medienbiografien, Körperästhetiken, Social Media.

SABINE KÜHNEL ist Referentin im Bereich Medienkompetenz bei der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) und insbesondere für die Förderung und Evaluation in diesem Bereich zuständig. Darüber hinaus koordiniert sie das Projekt Internet-ABC-Schule«. Die mabb ist die gemeinsame Medienanstalt der Länder Berlin und Brandenburg. Neben der Wahrnehmung ihrer Regulierungsaufgaben (Lizenzierung und Aufsicht über private Rundfunkprogramme, Nutzung von Rundfunkfrequenzen, Zugang zu digitalen Plattformen) fördert sie Medienkompetenzprojekte Dritter, führt eigene Initiativen, Veranstaltungen und Projekte durch und bietet Medienkompetenzmaterialien/-publikationen an.

MICHAEL LANGE arbeitet als freiberuflicher Medienpädagoge in Berlin u. a. bei Metaversa e. V., der LAG Medienarbeit Berlin und der LAG Multimedia Brandenburg, Konzeption und Beratung zu Internetprojekten mit Kindern und Jugendlichen, Fortbildungen für Multiplikatoren/Multiplikatorinnen, Workshops in digitaler Foto- und Videobearbeitung, derzeitiger Schwerpunkt: Social Media in der Bildungsarbeit, Entwicklung und Betreuung von Online-Communitys.

SVENJA PERLITZ, Geschichtswissenschaftlerin M. A., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt »Medien auf dem Land« des IBI – Institut für Bildung in der Informationsgesellschaft. Dort konzipiert und koordiniert sie die pädagogischen Aspekte des Medienkonzepts für den ländlichen Raum.

BENJAMIN ROSTALSKI studierte Politikwissenschaft in Berlin. Von 2006 bis 2012 war er bei der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) als Sichter für Computer- und Videospiele beschäftigt. 2010 übernahm er den Projektbereich der USK. Seit 2011 betreut er unter anderem das Awardbüro des Deutschen Computerspielpreises und ist seit Oktober 2012 Projektmanager der Stiftung Digitale Spielekultur.

MAREIKE SCHEMMERLING (Jahrgang 1985), M. A., Studium der Medien und Kommunikation (Schwerpunkt Mediendidaktik) an der Universität Augsburg und der Hacettepe Üniversitesi, Ankara. Seit 2011 medienpädagogische Referentin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am JFF. Arbeitsfelder im Bereich Forschung sind medienpädagogische Evaluationsforschung sowie Jugendliche im Web 2.0.

SUSANNE SCHMITT, Jahrgang 1963, ist Journalistin und Medienpädagogin (M.A.) mit der Zusatzqualifikation »Eltern-Medien-Beratung«. Seit 2009 betreut sie als freiberufliche Mitarbeiterin der Aktion Kinder- und Jugendschutz Brandenburg e. V. das Netzwerk »Medienerziehung und Elternberatung«. Seit 2013 ist sie als Beisitzerin bei der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien tätig.

RENÉ SCHÖNE, ausgebildeter Sozial- und Medienpädagoge sowie Eltern-Medien-Berater und seit 1996 hauptamtlich in der Jugendarbeit tätig. Neben medienpädagogischer Projektarbeit liegt sein Schwerpunkt im Jugendmedienschutz. Zielgruppen sind Kinder, Jugendliche, Multiplikatoren und Eltern.

CORNELIA STABRODT, studiert an der HTWK Leipzig, 1994 Abschluss Fachhochschule für öffentliche Verwaltung Brandenburg für den gehobenen nichttechnischen Verwaltungsdienst, seit 1991 Bibliotheksdirektorin in Brandenburg an der Havel, 1993 vierwöchige Bibliotheksaufenthalte in den USA, seit 1996 im Vorstand des Landesverbandes Brandenburg im Deutschen Bibliotheksverband, seit 2011 Vorsitzende des Landesverbandes

GRIT SUJATA UND SUSANNE GRUNEWALD kommen aus unterschiedlichen Arbeitsfeldern: Susanne Grunewald aus der Mediengestaltung, und Grit Sujata aus der sozialpädagogischen Arbeit. Seit mehr als zwei Jahren bieten sie in ländlichen Gegenden Brandenburgs Kindern und Jugendlichen Workshops mit Inhalten wie: Gestaltung von Handyclips, Radio, Game-Movies, Film, Online-Communitys, oder DJ-ing und VJ-ing.



LEITPROJEKTE DER NETZWERKINITIATIVE

LEITPROJEKTE DER NETZWERKINITIATIVE



NETZWERKINITIATIVE

Medien nutzen wir aktiv zur Information, Kommunikation und Unterhaltung. Angesichts der Medienvielfalt und der Möglichkeiten des Internets stellt Medienkompetenz eine Grundlage selbstbestimmten Lebens und freier Entscheidungsfähigkeit dar. Sie ist eine unverzichtbare Schlüsselqualifikation in der Informationsgesellschaft – und ihre Stärkung eine Frage der Zukunftsfähigkeit.

Das Ministerium für Bildung, Jugend und Sport (MBJS) und die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) haben im Jahr 2012 die Initiative »Medienkompetenz stärkt Brandenburg« ins Leben gerufen. Impulsgeber hierfür war der Landtag Brandenburg. In einer Übergangszeit von der analogen zur digitalen Gesellschaft unterstützt die Initiative die Bürgerinnen und Bürger des Landes durch geeignete Informationsdienste, Projektfördermittel sowie Fort- und Weiterbildungsangebote. Außerdem steht der Aufbau von Netzwerken der Medienbildung im Land Brandenburg im Fokus. Alle Akteure aus diesem Bereich sind eingeladen, sich an der Initiative zu beteiligen.

www.medienkompetenz-brandenburg.de/netzwerkinitiative.html

NETZWERKPORTAL

Das Netzwerkportal www.medienkompetenz-brandenburg.de bündelt alle Aktivitäten der Netzwerkinitiative »Medienkompetenz stärkt Brandenburg«. Das Portal richtet sich an Lehrerinnen und Lehrer sowie pädagogische Fachkräfte im außerschulischen Bereich, wie z. B. Sozialpädagoginnen und Sozialpädagogen oder Erzieherinnen und Erzieher. Ziel ist es, einen systematischen Austausch aller Akteure der Medienbildung im Land zu ermöglichen und Netzwerkstrukturen insbesondere zwischen schulischen und außerschulischen Bildungsakteuren zu entwickeln. Schwerpunkt ist eine Datenbank, in der Experten, Institutionen und Initiativen aufgeführt sind, die an der Entwicklung von Medienkompetenz in Brandenburg teilhaben.

Das Portal ist ein Projekt der Landesarbeitsgemeinschaft Multimedia Brandenburg e. V. in Kooperation mit dem Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg (LISUM).

www.medienkompetenz-brandenburg.de/netzwerkportal.html

NETZWERKTAGUNG

Weiterer Bestandteil der Landesinitiative »Medienkompetenz stärkt Brandenburg« ist eine jährliche Netzwerktagung. Die Veranstaltung richtet sich in erster Linie an Bildungsakteure im schulischen wie außerschulischen Bereich und schafft Raum für den professionsübergreifenden Fachaus-tausch. Die Tagung wird getragen vom Engagement der Netzwerk-Kooperationspartner, darunter Institutionen wie die Hochschule für Film und Fernsehen, Wikimedia Deutschland e. V., der Brandenburgische Volkshochschulverband, die Aktion Kinder- und Jugendschutz Brandenburg und die Jugendinformations- und Medienzentren (JIM). Über das Netzwerkportal werden die Tagungsergebnisse multimedial publiziert und stehen dauerhaft als eBook zum Download zur Verfügung.

Träger der Netzwerktagung ist die Landesarbeitsgemeinschaft Multimedia Brandenburg e. V.

www.medienkompetenz-brandenburg.de/netzwerktagung.html

NETZWERKTAGUNG

Weiterer Bestandteil der Landesinitiative »Medienkompetenz stärkt Brandenburg« ist eine jährliche Netzwerktagung. Die Veranstaltung richtet sich in erster Linie an Bildungsakteure im schulischen wie außerschulischen Bereich und schafft Raum für den professionsübergreifenden Fachaus-tausch. Die Tagung wird getragen vom Engagement der Netzwerk-Kooperationspartner, darunter Institutionen wie die Hochschule für Film und Fernsehen, Wikimedia Deutschland e. V., der Bran-denburgische Volkshochschulverband, die Aktion Kinder- und Jugendschutz Brandenburg und die Jugendinformations- und Medienzentren (JIM). Über das Netzwerkportal werden die Tagungsergeb-nisse multimedial publiziert und stehen dauerhaft als eBook zum Download zur Verfügung.

Der Förderpreis »Medienkompetenz stärkt Brandenburg« wird von der Medienanstalt Berlin-Bran-denburg (mabb) und dem Ministerium für Jugend, Bildung und Sport (MBSJ) vergeben.

www.medienkompetenz-brandenburg.de/foerderpreis.html

**MEDIENKOMPETENZ
STÄRKT
BRANDENBURG**

www.medienkompetenz-brandenburg.de



mabb —



Landesarbeitsgemeinschaft
Multimedia
Brandenburg e.V.

Gestaltung: Haberkern-Design / Bildnachweis: Jörg Hagel / Lektorat: Norbert Hüls