



Teil 3

Die soziale Frage im Fokus von Medienforschung und Jugendbildung – Ergebnisse der Workshops

Inhalt

Medienpädagogik und soziale Ungleichheit. Einführung in die Workshops

Prof. Dr. Helga Theunert, JFF – Institut für Medienpädagogik S. 3

Workshop 1

Kommunizieren und Präsentieren im Web 2.0: Online-Communitys und Social Web-Angebote

Doing Identity und Empowermentprozesse in einer Online-Community

Dr. Angela Tillmann, Technische Universität Dresden S. 11

Kommunizieren und Präsentieren im Web 2.0: Online-Communitys und Social Web-Angebote am Beispiel von *LizzyNet*

Ulrike Schmidt, *LizzyNet* S. 20

Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshops 1

Niels Brüggem, JFF – Institut für Medienpädagogik S. 30

Workshop 2

Produzieren in eigener Regie: Aktive Medienarbeit unter der Berücksichtigung soziokultureller Unterschiede

Aktive Medienarbeit mit sozial Benachteiligten

Klaus Lutz, Medienzentrum Parabol Nürnberg S. 38

Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshops 2

Dr. Fred Schell, JFF – Institut für Medienpädagogik S. 45



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Workshop 4

In Medienwelten hineinwachsen: Die Rolle von Familie und Sozialumfeld in der Mediensozialisation

- (Medien-)Sozialisation von Kindern in sozial benachteiligten Milieus
Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink, Universität Salzburg S. 50
- Medienarbeit mit Heranwachsenden aus sozial benachteiligten Milieus
Kathrin Demmler, JFF – Institut für Medienpädagogik S. 59
- Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshops 4
Prof. Friederike Tilemann, Pädagogische Hochschule Zürich S. 65

Workshop 5

Die Welt erlesen: Lese- und Medienkompetenz in der frühen Bildung

- Neun Thesen zum Lesen
Prof. Dr. Bernd Schorb, Universität Leipzig S. 69
- Das Projekt *Buchstart Hamburg*
Nina Kuhn, *Buchstart* S. 72
- Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshops 5
Dr. Ida Pöttinger, Landesmedienzentrum Baden-Württemberg S. 80

Workshop 6

Sich einmischen und teilhaben: Politische Partizipation und neue Formen medienkultureller Bildung

- Medien, Partizipation, Bildung: Zehn Thesen und Überlegungen
Prof. Dr. Friedrich Krotz, Universität Erfurt S. 89
- Mit themenzentrierter Medienarbeit auf dem Weg zur politischen Partizipation Jugendlicher
Jan Keilhauer, Universität Leipzig S. 93
- Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshops 6
Dr. Peter Holzwarth, Pädagogische Hochschule Zürich S. 103



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Medienpädagogik und soziale Ungleichheit. Einführung in die Workshops

Prof. Dr. Helga Theunert, JFF – Institut für Medienpädagogik

Soziale Ungleichheit – Medien – Partizipation: Die Mittelstellung der Medien im Titel der Tagung symbolisiert bereits die Schlüsselfunktion, die Medien heute haben. Medien klinken sich sowohl in soziale Prozesse als auch in individuelle Lebensvollzüge ein. Als eine ihrer zentralen Wirkrichtungen ist dabei die Verstärkung anzusehen. In Bezug auf soziale Ungleichheit wird das Verstärkungspotenzial der Medien in vielfacher Weise ersichtlich.

Medienhandeln als ein Verstärkungsfaktor für soziale Ungleichheit

Wo immer der Gebrauch von Medien – der alten wie der neuen – mit Risiken behaftet ist, geraten diejenigen Bevölkerungsgruppen in den Fokus, deren Lebenswelten von benachteiligenden Bedingungen gekennzeichnet sind, vorrangig im Hinblick auf Bildung und – in Deutschland eng damit verwoben – im Hinblick auf die sozio-kulturelle Herkunft und den sozial-ökonomischen Status.

Das familiäre Umfeld: Richtungsweisend für das Medienverhalten

Kinder und Jugendliche, die in bildungsmäßig und sozial benachteiligten Milieus groß werden, laufen stärker als Heranwachsende aus besser gestellten Milieus Gefahr, im familiären Umfeld mit Medienangeboten in Berührung zu kommen, die ihnen – vorsichtig ausgedrückt – nicht gut tun. Sie laufen weiterhin Gefahr, seitens ihrer Eltern nicht ausreichend auf ihren Wegen in und durch die Medienwelt begleitet zu werden, also keine oder keine angemessene Medienerziehung zu erfahren. Und sie erhalten zumeist auch nicht genügend Anregungen in ihrem sozialen Umfeld, um sich die Medienwelt in ihrer Vielfalt reflexiv-kritisch und aktiv gestaltend anzueignen.

Die Chancen dieses Teils der heranwachsenden Generation, für ein souveränes Leben mit Medien stark gemacht zu werden, sind mithin bereits durch die familiären Bedingungen beschränkt. Es besteht hingegen das Risiko, dass durch den familiären und den eigenen Mediengebrauch reale Problemlagen verstärkt werden, vor allem hin-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





sichtlich der Ausformung und Verfestigung von problematischen Welt- und Menschenbildern.

Die Peergroup: Fortschreibung des Medienverhaltens

Gelingt es nicht – und das ist in Deutschland eher die Regel als die Ausnahme – durch die eigene Bildungskarriere die Grenzen des Herkunftsmilieus zu überschreiten, perpetuieren sich die milieubedingten Risiken, auch wenn das Vorbild der Familie für das Medienverhalten an Gewicht verliert. Im Prozess des Heranwachsens gewinnt die Peergroup beständig größeren Einfluss auf die Orientierungen in der Realität ebenso wie in Bezug auf die Medienwelt. Die Peergroup aber, zumindest die reale, teilt in aller Regel die Milieubedingungen und das Bildungsniveau und darüber hinaus auch die Medienvorlieben und die Ausrichtung des Medienhandelns. Das heißt, dass von ihrer Verfestigung des Medienverhaltens eher zu erwarten ist als Aufbrechen und Korrektur von weniger wünschenswerten Ausrichtungen.

Die real erreichbare, körperlich verfügbare Peergroup hat als Orientierungsinstanz und als Bezugssystem eigenen Erlebens und Handelns für Heranwachsende, insbesondere im Jugendalter, nach wie höchste Relevanz. Die interaktiven Optionen der heutigen Medienwelt ermöglichen jedoch deren Ergänzung und Erweiterung durch Gleichaltrige und Gleichgesinnte, die nur im virtuellen Raum verfügbar sind. Kontaktaufnahme und Beziehungspflege in virtuellen Kommunikations- und Aktionsräumen ist für die Mehrheit heutiger Jugendlicher selbstverständlicher Bestandteil ihres Medienalltags. Potenziell könnte diese Erweiterung der Peergroup auch Chancen dafür bergen, Orientierungsanregungen zu bekommen, die im eigenen Herkunftsmilieu nicht vorfindbar sind und die so eine Überschreitung von Milieugrenzen begünstigen könnten. Vereinzelt Spuren in unseren qualitativen medienpädagogischen Forschungen mit Jugendlichen verweisen auf solche Möglichkeiten.

Untersuchungen zur Medienaneignung und Mediensozialisation in Kindheit und Jugend weisen auf Zusammenhänge wie diese hin, belegen die Verstärkerfunktion der Medien in positiver wie in negativer Hinsicht und qualifizieren so die Medien als einen Bestandteil der Lebenswelt, der soziale Ungleichheit stützt und untermauert.

In aller Kürze zusammengefasst, lautet die Aussage: Die Chance, aus den Angeboten der Medienwelt Gewinn zu ziehen, ist in unserer Gesellschaft systematisch ungleich verteilt. Eine zentrale Trennlinie verläuft zwischen bildungsbevorzugten und bildungsbenachteiligten Sozialmilieus.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Bildungsbedingte Trennlinien zwischen den Milieus

An diesen durch das Bildungsniveau konturierten Trennlinien entscheidet sich, wer sich die Angebote der Medienwelt zu Nutze machen und sie selbstbestimmt in den Dienst nehmen kann. Zwei Beispiele verdeutlichen die bildungsbedingten Trennlinien zwischen bildungsmäßig besser und schlechter gestellten Milieus.

Beispiel Informationskluft

Das erste Beispiel hebt auf die Frage ab, wer sich das zentrale Informationssystem in unserer Gesellschaft, nämlich die Medien, zu Nutze machen kann, um gesellschaftliche Strukturen, Geschehnisse und Ereignisse zu verstehen, sich zu ihnen zu positionieren und deren Relevanz für das eigene Leben einzuschätzen und wer sich umgekehrt in der Informationsfülle der Medienwelt verliert und von ihr eher desorientiert wird. Der Begriff ‚Informationskluft‘ verweist auf den Graben zwischen denjenigen Heranwachsenden, die in Bildungsmilieus groß werden, die Welt verstehen und Diskriminierung von Informationsquellen anregen und denjenigen, die entsprechende Unterstützung zumindest in ihrem direkten Sozialumfeld nicht bekommen.

Beispiel Digitale Klufft

Das zweite Beispiel konturiert sich anhand der Frage, wer sich die Vielfalt der konvergenten Medienwelt und die aus der Digitalisierung resultierenden kommunikativen, produktiven und partizipativen Möglichkeiten medialen Handelns zunutze machen kann und wer umgekehrt von der selbstbestimmten Indienstnahme dieser Möglichkeiten ausgeschlossen bleibt. Der Begriff ‚Digitale Klufft‘, mittlerweile eigentlich besser und treffender im Plural zu verwenden, thematisiert die Gräben zwischen bildungsmäßig und sozio-ökonomisch besser gestellten und hinsichtlich beider Aspekte benachteiligten Milieus. Es genügt jedoch nicht, diese Gräben unter der Akzentsetzung des Zugangs zur digitalen Medienwelt zu sehen, denn in Bezug auf Ausstattung und Nutzungsfrequenzen ist es in den letzten Jahren zu Angleichungen gekommen. Die entscheidenden Unterschiede zwischen den Milieus treten erst auf der Ebene des konkreten Handelns mit multifunktionalen Medien und in den virtuellen Räumen zutage. Vielfalt im Handeln, Transzendenz der (kommerziell) vorgegebenen Aktivitätsmöglichkeiten, Kreativität und selbstbestimmte Produktion sowie Realisierung der Partizipationspotenziale – das sind Handlungsfacetten, die Heranwachsende aus besser gebildeten Sozialmilieus häufiger und in intensiverer Ausprägung zeigen. Zu finden sind



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





diese Handlungsfacetten – das hat unsere Studie zum Medienhandeln in Hauptschulumilieus ja deutlich gezeigt – jedoch auch bei Heranwachsenden, die unter benachteiligenden Bedingungen groß werden, bei der Mehrheit erst in Ansätzen, bei einem Teil jedoch durchaus in starker Ausprägung.

Die medienpädagogische Aufgabe: Medienkompetenz fördern

Befunde, die – wie die beispielhaft skizzierten – den Beitrag des Medienhandelns zur Entstehung oder Verfestigung sozialer Ungleichheit belegen, konturieren für die medienpädagogische Praxis konkrete Aufgabenstellungen. Auf einen knappen Nenner gebracht geht es darum, allen Heranwachsenden die Chance zu eröffnen,

- die Medienwelt zu durchschauen,
- sich zu und in ihr zu positionieren,
- sie selbstbestimmt und aktiv in den Dienst zu nehmen
- und so ein souveränes Leben mit Medien zu gestalten.

Diese Aufgabenstellung bündeln wir in dem Terminus: ‚Förderung von Medienkompetenz‘, der zentralen Zieldimension medienpädagogischen Handelns.

Medienkompetenz: Ein Fundament sozialen Handelns

Verstanden als Bestandteil der übergreifenden Kommunikativen Kompetenz fundiert Medienkompetenz heute mehr denn je soziales Handeln mit. Die heutige Medienwelt ist eine Mitmach-Medienwelt. Denn die Medienentwicklung hat uns mediale Instrumente beschert, die öffentliche Artikulation und Teilhabe unterstützen können und die zugleich prinzipiell allen zur Verfügung stehen und von allen genutzt werden können. Vorhandensein und Verfügbarkeit gehen jedoch bekanntlich nicht mit dem Ausschöpfen der Potenziale einher – das zum einen. Und zum anderen bleiben die Medien auch in ihren neuen Gewändern janusköpfig: Was man mit ihnen macht, kann den subjektiven Erfahrungs- und Handlungshorizont enorm erweitern. Es kann jedoch genauso in die Sackgassen der Engstirnigkeit oder des Kommerzes führen. Beispiele dafür bieten die Medienwelt und das Handeln von Heranwachsenden in ihr zur Genüge.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



Ein Ziel von Medienkompetenzförderung: Partizipation an der sozialen Welt

Das spezifiziert die medienpädagogische Aufgabe. Angesichts der gesellschaftlichen Bedeutung der Medien auf der einen Seite und angesichts der Möglichkeiten, die die Medienwelt auf der anderen Seite offeriert, muss es eine zentrale Zieldimension medienpädagogischen Handelns sein, die Partizipation an der sozialen Welt für alle Heranwachsenden realisierbar zu machen, das heißt, alle Heranwachsenden bei der Ausbildung jener Fähigkeiten zu unterstützen, die es erlauben,

- sich die Welt mit Hilfe der Medien anzueignen,
- sich auf medialen Wegen und mit medialen Mitteln zu artikulieren und mit anderen in Kommunikation zu treten
- und sich mittels der Medien in öffentliche Diskurse einzubringen und diese mitzugestalten.

Partizipation an der sozialen Welt ist dabei – in einem pädagogischen Sinn – in unterschiedlichen Stufen und Reichweiten als ein sich konzentrisch erweiternder Prozess zu denken:

- Die Vernetzungsmöglichkeiten der Medien betreffen auf einer ersten Ebene das direkte soziale Umfeld. Wie unsere aktuelle Studie zum Medienhandeln Hauptschulumilieus gezeigt hat, markiert das ein höchst relevantes Feld für Heranwachsende. Sie verlängern und verlagern ihre Freundschaften und Bekanntschaften in virtuelle Räume hinein und pflegen und erweitern sie dort. Sie artikulieren sich in diesen virtuellen Räumen mit medialen Mitteln durch Selbstdarstellung, Meinungsäußerung, die Weitergabe von Informationen oder eigene Werke und sie fordern zudem Feedback ein. Die manchmal sehr kleinräumigen virtuellen Räume (z.B. die eigene Clique, die Klasse, die Schule), in denen sich eigentlich alle kennen, sind als ein Erprobungsfeld für Mitgestaltung und Teilhabe anzusehen.
- Gehen die virtuellen Gesellungsräume über das direkte Sozialumfeld hinaus und erstrecken sich beispielsweise auf Lebensbereiche (z.B. Schüler sein), Interessensgebiete (z.B. Fan einer Musikrichtung sein), Lebensphasen (z.B. einer jugendkulturellen Bewegung angehören) oder auf soziale und gesellschaftliche Belange (z.B. Klimaschutz) weitet sich der Radius der öffentlichen Artikulation und damit das Experimentierfeld für Mitgestaltung und Partizipation hin zu gesellschaftspolitischen Bereichen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Wir finden Beispiele für diese konzentrische Erweiterung von Partizipation an der näheren und weiteren sozialen Welt in den verschiedenen Populationen der Jugendgeneration in sehr unterschiedlichen Akzentsetzungen.

Entgegen den bei allen medialen Neuerungen üblichen Unkenrufen und zwanghaften begrifflichen Modernisierungsaktionen geht es unter medienpädagogischer Perspektive auch angesichts der Mitmach-Medienwelt ganz schlicht weiterhin um die Förderung von Medienkompetenz, also um die Erweiterung des Wissens und der Fähigkeiten, die notwendig sind, um die Medienwelt kritisch zu reflektieren, sich in ihr zu orientieren und eine selbstbestimmte Position zu finden und um in ihr souverän zu handeln, unter aktiver Ausschöpfung der Potenziale, die die Medien bieten.

Die Workshops: Relevante Themenbereiche medienpädagogischer Arbeit

Vor dem Hintergrund der skizzierten Zusammenhänge – das Medienhandeln als Verstärker sozialer Ungleichheit und gleichzeitig als potenziell weitreichende Partizipationschance – haben wir die Themenbereiche für die Workshops ausgewählt. Es sind Themenbereiche, die in der medienpädagogischen Diskussion stehen, unter wissenschaftlichen und gleichermaßen unter praktisch-pädagogischen Vorzeichen. Entsprechend sind beide Seiten anzusprechen: Wissenschaftliche Befunde und pädagogisches Erfahrungswissen. Und auch wenn der Fokus jeweils auf bestimmten Medien liegt, wie zum Beispiel beim Workshop *Die Welt erlesen*, in der konvergenten Medienwelt versteht es sich von selbst, dass kaum monomedial argumentiert werden kann. Es geht – um beim Lese-workshop zu bleiben – eben nicht um das Lesen von Büchern oder sonstigen Printmedien, es geht um das ‚Erlesen‘ der Medienwelt und damit immer auch der Welt.

Ein **erstes Bündel** der Workshops stellt aktuelle Medienangebote in den Mittelpunkt, die bei Heranwachsenden hohen Zuspruch erfahren bzw. unter pädagogischer Warte Fragen aufwerfen und Problemlagen konturieren. Darunter lassen sich subsumieren:

- Workshop 1: *„Kommunizieren und Präsentieren im Web 2.0.“*, der die vieldiskutierten und zum Teil recht gegenläufig eingeschätzten Communitys in den Mittelpunkt stellt. Zur Diskussion stehen hier sicher Fragen danach, was wir eigentlich wissen über das Handeln und die Motive der jungen Generation, für die es nachgerade ein Muss ist, sich in diesen Räumen aufzuhalten. Und



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

es wird wohl auch eine Frage sein, wohin wir denn wollen, wenn wir Web 2.0-Angebote in pädagogische Maßnahmen integrieren.

- Workshop 3: *„Spielen in virtuellen Welten“*, der leider krankheitsbedingt ausfällt, hätte eigentlich auch zu diesem Bündel gehört. Die Spielwelten, in denen sich vor allem der männliche Teil der heranwachsenden Generation so gern aufhält, beschäftigen die Medienpädagogik schon seit längerem, mal unter dem Aspekt der Gefahren, mal unter der Frage, ob sie nicht auch als Lernräume nutzbar gemacht werden können.
- Im Workshop 5: *„Die Welt erlesen“* wird sicher gefragt werden, warum dem Lesen für den kompetenten Gebrauch von Medien so viel Gewicht beigemessen wird. Ist das angesichts der doch vielfach belegten starken präsentativen Orientierung von Heranwachsenden berechtigt? Was wissen wir überhaupt über den Zusammenhang von Lesenkönnen und Medienkompetenz? Und wie geht die Medienpädagogik damit im praktischen Feld um?

Der Leseworkshop tangiert bereits ein **zweites Bündel** der Workshops, denn die Fragestellung ist auf eine Zielgruppe, und zwar insbesondere auf die jüngste der Medienpädagogik konzentriert und zugleich auf einen Bildungsort, nämlich die frühkindliche Erziehung. Ein weiterer Workshop hat eine vergleichbare Ausrichtung,

- der Workshop 4: *„In Medienwelten hineinwachsen“*, der den Lebens- und Bildungsort Familie in den Mittelpunkt stellt und sicher die Frage diskutieren wird, welche Weichen in den jungen Lebensjahren bereits gestellt werden und mit welchen Aktivitäten die Medienpädagogik versucht, sich hier leitend und korrigierend einzuklinken.

Schließlich haben wir als **drittes Bündel** zwei Workshops, die sich um Zieldimensionen medienpädagogischen Handelns ranken:

- Workshop 2: *„In eigener Regie“*, befasst sich mit einer mittlerweile als klassisch zu bezeichnenden Methode der Medienpädagogik: Aktive Medienarbeit als ein zielführender Weg zu medienkompetentem Handeln. Durch die Medienentwicklung erfährt aktive Medienarbeit einerseits eine Ausrichtung an vorstrukturierten Produktionsmöglichkeiten (z.B. Standardisierung von Profildesigns in Communities), aber auch eine erhebliche Erweiterung der Veröffentlichungsmöglichkeiten für Selbstproduktionen. Wie geht die Medienpädagogik mit diesen erweiterten Formen und Möglichkeiten um?



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

- Workshop 6: *„Sich einmischen und teilhaben“* stellt die Ziel-dimension Partizipation an der sozialen Welt in den Mittelpunkt, und zwar konkretisiert auf politische Partizipation. Wie steht es um die Möglichkeiten der gesellschaftspolitischen Beteiligung der heranwachsenden Generation? Welches Potenzial bieten die Medien dafür und wer nutzt es vorrangig? Sind die medienpädagogischen Handlungsmöglichkeiten angesichts der Medienentwicklung breiter und auch populärer geworden? Das sind einige Fragen, die hier zu thematisieren sein werden.

Ziel der Workshops ist es, den Handlungsbedarf zu den Themenbereichen zu konturieren. Ob der die wissenschaftliche Seite oder die praktisch-pädagogische stärker in den Vordergrund rückt oder beide Seiten verzahnt, werden die Diskussionen in den Workshops entscheiden und für die wünsche ich einen spannenden und anregenden Verlauf.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Workshop 1

Kommunizieren und Präsentieren im Web 2.0: Online-Communitys und Social Web-Angebote

Doing Identity und Empowermentprozesse in einer Online-Community

Dr. Angela Tillmann, TU Dresden

Im Mittelpunkt des Artikels steht die Frage, welchen Beitrag Online-Communitys bzw. soziale Netzwerke für die Identitätsbildung bzw. das Empowerment von Jugendlichen leisten können. Damit wird der Blick auf die informellen Lernprozesse gerichtet, also die Lernprozesse von Jugendlichen in der Gruppe der Gleichaltrigen, die sich in der Regel jenseits bewussten, planmäßigen pädagogischen Handelns und in diesem Fall unter dem Einfluss der Medien einstellen. Mit dem Blick auf die Empowermentprozesse wird außerdem ein pädagogisches Ziel definiert – den Grad der Selbstbestimmung im Leben der Menschen zu erhöhen und ihnen zu ermöglichen, ihre Interessen selbstverantwortlich und selbstbestimmt zu vertreten. Im Jugendalter sind die Interessen der Jugendlichen sehr eng mit der Identitätsentwicklung verknüpft. Jugendliche befinden sich auf der Suche nach ihrer individuellen Besonderheit, nach einem für sie adäquaten Lebensstil und sozialer Anerkennung. Als Anerkennungskontext wählen sie vor allem die Gruppe der Gleichaltrigen (Selbstsozialisation) und als Ort der symbolischen und interaktiven Auseinandersetzung mit sich und der Welt die Medien.

Von Beginn an hat sich gezeigt, dass der Zugang zum Internet nicht allen Jugendlichen in gleichem Maße möglich ist, sondern im Hinblick auf die Kategorien **Geschlecht** und **soziale Herkunft** Unterschiede bestehen (vgl. z.B. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2007; Otto et al. 2007). Nicht alle Jugendlichen haben die Möglichkeit, Medien selbstbestimmt zu nutzen, da sie entweder nur über einen begrenzten oder kontrollierten Zugang verfügen, keine Anknüpfungspunkte für sich finden und/oder nicht gelernt haben, die Medien für ihre Interessen und damit auch reflektiert und kreativ und nicht bloß konsumptiv zu nutzen. Sie befinden sich auf der anderen Seite des digitalen Grabens („Digital Divide“). Aufgabe der medienpädagogischen Forschung ist es, die strukturellen Bedingungen, die Jugendliche von der Teilhabe ausschließen, genauer zu analysieren und diese durch pädagogische Bildungsangebote, die es darauf anlegen, den Orientierungs- und



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Handlungsspielraum zu erweitern und Selbstermächtigungsprozesse zu unterstützen, zu ergänzen.

Ein solches Bildungsangebot wird im Folgenden vorgestellt und im Hinblick auf die Fragestellung, ob virtuelle soziale Netzwerke zum Empowerment von Jugendlichen beitragen können, analysiert. Es handelt sich dabei um eine medienpädagogisch betreute Online-Community für Mädchen: *LizzyNet* (www.lizzynet.de). Dieses Angebot hat sich zum Ziel gesetzt, die Mädchen durch ein Mädchenspezifisches und geschütztes, da nur per Anmeldung zugängliches Angebot bei der Entwicklung eines kritischen, reflektierten, sozialverantwortbaren und kreativ-genussvollen Mediennutzungsstils zu unterstützen sowie über spezifische Inhalte und Partizipationsmöglichkeiten ihren Handlungs- und Orientierungsspielraum zu erweitern.

Der ‚Ort‘ der Mediensozialisation und medienpädagogischen Unterstützung verlagert sich bei Communitys zu einem großen Teil in den virtuellen Raum. Dies stellt für die Medienpädagogik und Mediensozialisationsforschung eine neue Herausforderung dar. Einen Ansatz, mit dem die Inhalte und Praxen und damit Ausschließungs- und Unterstützungskontexte in den virtuellen Räumen in den Blick genommen werden können, liefert Brigitte Hipfl (2004). Sie konzeptualisiert Medien, in Anknüpfung an Diskurse zum spatial turn, als „Identitätsräume“ und lenkt ihren Blick damit auf die Konstitution der Medienräume. Medienräume werden demnach, wie andere Räume auch, durch dominierende Inhalte, spezifische Interaktionsformen und Machtrelationen, Ein- und Ausschließungsprozesse sowie Partizipationsprozesse realisiert. Sie stellen damit präformierte „Identitätsräume“ dar, die verschiedene Möglichkeiten und Perspektiven für die Verortung von Identität und die Erfahrung und Konstruktion von Zugehörigkeit eröffnen. Menschen können sich demnach (mental) in Medien einfinden, diese können Menschen aber auch ausschließen, z.B. indem nur ausgewählte Körper, Identitäten und kulturelle Verhaltensweisen gezeigt werden und das Orientierungs- und Identifikationsangebot somit begrenzt wird. Medien eröffnen aber auch „Zwischenräume“ für eigene, also von der Medienrahmung losgelöste Interpretationen, Fantasien und Aktivitäten.

Die Potenziale von Medien- und auch Bildungsräumen lassen sich in diesem Ansatz und auch in den Ansätzen der Mediensozialisationsforschung in der subjektiven und aktiven Interaktion der Person mit dem Medienangebot bzw. -raum ausmachen. Für die Medienpädagogik bedeutet dies, dass sie zum einen die Seite der Bildungsgelegenheiten, die Räume, als auch die lebensweltliche Verortung und subjektive Perspektive der NutzerInnen im Blick haben muss, um die Potenziale und Gren-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



zen der Mediennutzung bzw. informellen (identitätsstiftenden) Lernprozesse mit Medien erfassen zu können. Das Konzept von Brigitte Hipfl sensibilisiert damit für die Anbieterseite und Handlungs- und Orientierungsspielräume, im Hinblick auf das Internet auch Partizipationsmöglichkeiten im Medium und somit die Ein- und Ausschließungsmechanismen bzw. medialen Diskurse; das Konzept ‚Empowerment‘ lenkt den Blick auf Formen der Selbstermächtigung, die immer eng mit der eigenen Identitätsentwicklung verknüpft sind.

An dem Beispiel *LizzyNet* und den Ergebnissen einer Evaluation (vgl. Tillmann 2006) und anschließenden Grounded-Theorie-Studie (vgl. Tillmann 2008) werde ich im Folgenden zeigen, welche Potenziale zum Ausgleich sozio-kultureller Benachteiligung in medienpädagogisch betreuten, sozialen Netzwerken liegen können. Der Fokus richtet sich auf die Kategorie ‚Geschlecht‘.

Der Identitätsraum *LizzyNet*

Bei *LizzyNet* handelte es sich bis Anfang des Jahres 2008 um eine nichtkommerzielle und pädagogisch betreute Lern- und Kommunikationsplattform von Schulen ans Netz e.V., die für Mädchen im Alter von 12 bis 18 Jahren entwickelt wurde.¹ Konzipiert wurde das Angebot, um Mädchen bei der Entwicklung von Medienkompetenz zu unterstützen und sie zu motivieren, sich intensiver ins Internet einzubringen. Bis heute liegen Mädchen hinsichtlich des Versorgungsgrades und der Intensität der Computer- und Internetnutzung hinter den männlichen Nutzern zurück (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2007). Erklärt wird dies vor allem mit der stereotypen Gleichsetzung von Männlichkeit und Technik, ein Phänomen, das in der Sozialisation immer noch greift, d.h. über die Art und Weise, wie Mädchen und Jungen mit der Technik umgehen, positionieren sie sich männlich oder weiblich, zeigen, dass sie ein Mädchen oder ein Junge sind (vgl. Klaus u.a. 1997, S. 813) – die de/konstruktivistisch orientierte Genderforschung verwendet in diesem Kontext den Begriff ‚Doing gender‘.

Von der Konzeption und Anlage her nimmt *LizzyNet* Bezug auf neuere Gender-Theorien. Es knüpft allerdings, das zeigt bereits die geschlechts-homogene Ausrichtung, auch an tradierte differenztheoretisch begründete Prinzipien der Mädchenarbeit an. So finden die Mädchen auf *LizzyNet* einen geschützten, geschlechtshomogenen Raum vor, in dem männliche Technikdiskurse und heteronormative Interaktionsregeln

¹ Im Januar 2008 wurden *LizzyNet* und die Redaktion von der Unternehmensgruppe M. DuMont Schauberg (MDS) übernommen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

außer Kraft gesetzt sind. Mit anderen Worten: Mädchen müssen nicht gefallen und sich nicht mit Jungen messen, insbesondere nicht in deren Hoheitsgebiet ‚Technik‘ bzw. der Technikbeherrschung. Weitere Bezüge zu differenztheoretisch begründeten Prinzipien der Mädchenarbeit finden sich im Parteilichkeitsprinzip der Mädchenarbeit. Das erklärte Ziel von *LizzyNet* ist es, Kompetenzen von Mädchen zu fördern, ihr Selbstwertgefühl zu stärken und ihren Handlungsspielraum zu erweitern – Empowermentprozesse anzustoßen. Dazu werden sie, wie es in der Pädagogik so schön heißt, da abgeholt, wo sie stehen: bei ihren Interessen. Auf *LizzyNet* finden sich also Berichte über Schönheitsideale, gibt es ein *Beauty-Special* oder *Konsum-Special*. Die Themen werden allerdings, im Unterschied zu kommerziellen Angeboten, sehr differenziert behandelt; Stereotype werden vermieden und Ambivalenzen aufgezeigt. In Erweiterung zu differenztheoretischen Ansätzen und Anknüpfung an de/konstruktivistischen Prinzipien der Mädchenarbeit wird bei *LizzyNet* nicht davon ausgegangen, dass Mädchen einen anderen Nutzungsstil als Jungen **haben**. Vielmehr wird die Bildung partieller Interessensgemeinschaften und Solidaritäten unterstützt, z.B. durch die Einrichtung sogenannter *Clubs*. Individualisierungsbestrebungen werden also ernst genommen. Das Angebot ist zudem teilnehmerinnenorientiert ausgerichtet; es wird versucht, die vielfältigen Interessen und Online-Aktivitäten von Mädchen zu berücksichtigen. Das Geschlecht ist bei *LizzyNet* damit nur die Eintrittskarte, um sich ein neues Handlungsfeld individuell zu erschließen. Wie die Mädchen es sich erschließen, obliegt ihnen selbst.

Dass *LizzyNet* ‚anders‘ ist als andere Mädchenangebote im Netz, fällt durchaus auf:

„... die themen sind eben ja eben etwas ausgewählter würde ich mal sagen als auf so normalen Communitys, wo eben jeder machen kann was er will, und das dann auch macht. oder ja, wo eben versucht wird ein möglichst breites spektrum abzudecken. gut ich denke das will lizzynet auch, aber halt [überlegt] ja weniger billig. also nicht so alle fernsehserien reinhauen, könnte jemand interessieren, alle musikrichtungen, ja vielleicht schreibt jemand etwas dazu, sondern da steckt mehr überlegung dahinter.“
(*LizzyNet*-Userin, 16 Jahre).

Im Rahmen einer Evaluation und anschließenden Grounded-Theorie-Studie habe ich insgesamt vier Dimensionen herausgearbeitet, die zeigen, welche identitätsstiftende Bedeutung die Online-Community für die Nutzerinnen hat. Daran anknüpfend lassen sich Empowermentprozesse beobachten und die Potenziale einer zielgruppenspezifischen und medienpädagogisch betreuten Online-Community verdeutlichen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



Doing Identity und Empowermentprozesse in einer Online-Community

Die Studie umfasst eine Analyse von nutzerseitig eingebrachten Forenwünschen und Netzdokumenten sowie Interviews. Für die Studie wurden insgesamt 31 problemzentrierte face-to-face-Interviews mit Mädchen im Alter von 12- bis 21 Jahren durchgeführt. Unter den 31 interviewten Mädchen sind alle Bildungsschichten (Gymnasiastinnen: 60 %; Hauptschülerinnen: 10 %, Realschülerinnen: 20 %, Hochschule: 10 %) als auch Altersklassen innerhalb der anvisierten Zielgruppe vertreten (Durchschnittsalter 15,9 Jahre). Es hat sich allerdings nur ein Mädchen mit Migrationshintergrund beteiligt. Die Auswahl kann in gewisser Weise als typisch für das Netzwerk angesehen werden, da laut Anmeldestatistik (Mai 2003) Gymnasiastinnen mit einem Anteil von nahezu 40 % Prozent zu den häufigsten Nutzerinnen gehörten (Realschülerinnen 19%, Hauptschülerinnen 8%), das Durchschnittsalter bei 15,5 Jahren lag und sich zum damaligen Zeitpunkt nur wenig Migrantinnen in das Netzwerk einbrachten. Zu Beginn des Interviews wurde eine ‚egozentrierte Netzwerkkarte‘ eingesetzt. Hierbei handelt es sich um ein methodisches Verfahren, bei dem die Mädchen aufgefordert werden, ihr ‚persönliches Netzwerk‘ an Off- und Online-Beziehungen aufzuzeichnen und die Bedeutung der Personen für das eigene Leben zu erläutern. Um das inhaltliche Spektrum auf *LizzyNet* erfassen zu können, wurden die auf Wunsch der Mädchen eingerichteten Foren und die dort verhandelten Themen den Handlungsthemen der Jugendphase zugeordnet. Im Einzelfall wurden auch Netzdokumente zur Analyse hinzugezogen (Websites, Artikel).

Theoretisch knüpft die Studie an die Mediensozialisations- und Netzwerkforschung, Cultural Studies sowie aktuelle Gender- und Identitätsdiskurse an. Somit wird nicht von monokausalen Wirkungszusammenhängen ausgegangen, sondern werden die subjektive Perspektive der Nutzerin in den Mittelpunkt der Forschung gestellt und aktuelle kulturelle Diskurse berücksichtigt.

Bevor die Dimensionen der Identitätsarbeit erläutert werden, vorab ein paar Anmerkungen zu den Ausgangsbedingungen, die ganz wesentlich dafür sind, dass die Medien- bzw. *LizzyNet*-Nutzung identitätsrelevant für die Mädchen werden konnte, Mädchen hierüber also ihren Handlungsspielraum erweitern und Medienkompetenz entwickeln konnten (Empowerment). Zu den wesentlichen Aspekten gehören zum einen die computervermittelte Kommunikation (CvK) und zum anderen der freiwillige Zugang. Zu den Besonderheiten der CvK zählt insbesondere die im Netz gewährte Anonymität, die einen zunächst arglosen und offenen Umgang der Jugendlichen/Mädchen miteinander motiviert.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Wichtig ist dabei auch, dass der Umgang freiwillig ist, also Spaß und Abwechslung verspricht. Von noch größerer Bedeutung dafür, dass die Netznutzung für die Mädchen identitätsrelevant wurde, ist allerdings, dass das Angebot sich nur an Mädchen richtet, somit also die inhaltlich-konzeptuellen Vorgaben des Angebots. Dazu gehört zum einen die thematische Ausrichtung, also die Anknüpfung an ‚mädchenspezifische‘ Themen und Interessen. Dies ermuntert die Mädchen sich mit den anderen Mädchen über **ihre** Themen und Problemen auszutauschen, zumal sie sich in einem sicheren und pädagogisch betreuten Raum bewegen. In den Interviews stellen die Mädchen heraus, dass sie sich auf *LizzyNet* nicht (oder nur äußerst selten) mit abwertenden männlichen Kommentaren und sexuellen Belästigungen auseinandersetzen müssen und nicht – wie sie selber sagen – verstellen müssen, aus Angst, zurückgewiesen oder nicht als Mädchen anerkannt zu werden; vielmehr können sie So-Sein wie sie möchten. Sie trauen sich, viele Themen und dabei durchaus auch tabuisierte Themen anzusprechen und sich in neuen Handlungsfeldern auszuprobieren – hier werden bereits erste Potenziale von Online-Communitys sichtbar. Von besonderer Bedeutung sind dabei die Redakteurinnen, die den Mädchen ein Gefühl der Sicherheit geben und ihnen mit ihrem Rat zur Seite stehen. Die Mädchen bezeichnen sie auch als Eltern der Online-Community. Darüber hinaus begrüßen die Mädchen es explizit, dass ihnen im Angebot neue Handlungsfelder eröffnet werden und sie etwas „lernen“ können (z.B. durch angebotene Kurse).

In welcher Weise *LizzyNet* für die Mädchen identitätsrelevant wird und darüber Empowermentprozesse angestoßen werden, zeigen die im Rahmen der Grounded-Theory-Studie herausgearbeiteten vier Dimensionen ‚Selbstkonstruktion‘, ‚soziale Unterstützung‘, ‚Orientierung‘ und ‚soziale Zugehörigkeit‘, die eng miteinander verknüpft sind. Mädchen nutzen *LizzyNet*, um sich selbst darzustellen und aktiv an ihrer Identität zu arbeiten (Selbstdarstellung, Selbstreflexion, Selbstwirksamkeit). Sie basteln z.B. an einer eigenen Website oder schreiben ihren eigenen Blog, beteiligen sich kontinuierlich an Forendiskussionen (Selbstpositionierung) oder probieren sich als Online-Redakteurin oder Netzwerkerin aus (Selbstexperiment). Ihr Gestaltungsspielraum wird von Anbieterseite nicht eingeschränkt, vielmehr versuchen die Redakteurinnen diesen durch Kurse und funktionale Erweiterungen auszuweiten (z.B. beim Homepage-Baukasten). Die Mädchen nutzen das Angebot darüber hinaus, um sich Unterstützung zu holen oder soziale Unterstützung – Social Support – zu leisten. Social Support leisten sie, indem sie andere Mädchen beraten (z.B. zu persönlichen Themen, zur Website-Gestaltung), sie zu neuen Taten ermutigen (z.B. einen Artikel zu schreiben, sich an einem Wettbewerb zu beteiligen) oder deren Leistungen anerkennen



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

(z.B. durch Gästebucheinträge, E-Mails). Die beratenden, tröstenden, wertschätzenden und emotionalen Rückmeldungen sowie konkreten Hilfeleistungen motivieren die Mädchen, sich in Folge engagiert einzubringen sowie eine große Vertrautheit mit der medialen Umgebung und eine emotionale Verbundenheit mit dem Angebot herzustellen – sie lassen bei ihnen ein Gefühl der Zugehörigkeit entstehen. Im Zuge der weiteren Nutzung entwickeln sich dann häufig komplexe Beziehungsnetze, über die *LizzyNet* dann zu so etwas wie einem virtuellem ‚zu Hause‘ wird. Die Mädchen richten sich *LizzyNet* in Folge dessen als Startseite in ihrem Browser ein oder stellen sie explizit als ihre Lieblingsadresse im Netz dar. Für die Nutzerinnen stellt *LizzyNet* damit einen neuen Anerkennungskontext dar, den sie auch dazu nutzen, um sich mit gesellschaftlichen Weiblichkeitsvorstellungen und heterosexuellen Umgangsformen auseinanderzusetzen, ihre Handlungsorientierung abzusichern und für sich wichtige Lebensstil- und Zukunftsfragen zu klären – mit anderen Worten: sich zu orientieren. In einigen Fällen kann die Redaktion hier mit eigenen Beiträgen durchaus ein Korrektiv bieten und neue Perspektiven eröffnen.

Die Studie zeigt aber auch, dass sich diese sehr positive Schilderung nicht für alle Mädchen so rekonstruieren lässt. Insbesondere Mädchen aus bildungsfernen Schichten, Migrantinnen und homo- und bi-sexuelle Mädchen sind auf *LizzyNet* unterrepräsentiert. Als Ursache hierfür kann zum einen die Themenauswahl der Redaktion angeführt werden, da diese sich (unbewusst) an den Hauptnutzerinnen orientiert. Einen weiteren Grund, der eng hiermit verknüpft ist, liefern die dominanten Diskurse auf *LizzyNet*. Diese bieten nur für einige Mädchen Anknüpfungspunkte; bildungsferne Mädchen finden offenbar nicht den für ihre Identitätsentwicklung notwendigen Anerkennungskontext bzw. die angemessene Rahmung, um sich engagiert und kreativ in die Community einzubringen. Zu erwähnen ist an dieser Stelle allerdings, dass die Redakteurinnen auf diese Beobachtungen reagiert und Maßnahmen angestoßen haben, um auch diese Mädchen zu erreichen. Ihre Bemühungen, die sich insbesondere auf die stärkere Verknüpfung von Off- und Online-Angeboten konzentriert haben, wurden bereits durch einen leichten Anstieg bei den nutzenden Hauptschülerinnen belohnt.

Resümee

Anknüpfend an die obigen Ausführungen wurde deutlich, dass ein Teil des Konzepts von *LizzyNet* aufgegangen ist. Mädchen haben mit *LizzyNet* eine Bildungsgelegenheit gefunden, die sie kreativ und lustvoll für die eigene Identitätsarbeit nutzen. Die Userinnen haben ihr Selbst-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

wertgefühl im Umgang mit Technik/Technologien gestärkt und ihren Handlungsspielraum erweitert.

Dabei knüpft das Angebot an die Ressourcen von Jugendlichen an. Hier sind zum einen das Interesse und die Lust der Heranwachsenden an der Eroberung neuer (gesellschaftlicher) Räume zu nennen. Weiterhin kann die Medienpädagogik an bestehende kommunikative Kompetenzen anknüpfen, die allerdings, dies legt die Zielkategorie medienpädagogischen Handelns nahe, weiter gefördert werden sollten. Medienkompetenz als Besonderung der Kommunikativen Kompetenz ist laut Baacke die allgemeine Form, in der Menschen – über Medien – das soziale und gesellschaftliche Miteinander leben lernen und ausagieren (vgl. Baacke 1998, S. 1). Virtuelle Gemeinschaften können hierzu einen Beitrag leisten, zumal Jugendliche sich hier unter Ihresgleichen (Selbstsozialisation) ihre eigene Rahmung geben und sich ausprobieren können. Da *LizzyNet* nun aber nicht alle Mädchen erreicht, werden auch Grenzen solcher Angebote sichtbar. Medienpädagogischer Diskussionsbedarf besteht also hinsichtlich der Frage, wie ein Angebot, das verstärkt bildungsbenachteiligte Mädchen (und auch Jungen) erreichen und fördern will, konzipiert sein muss. Erste Anknüpfungspunkte zeichnen sich bei *LizzyNet* im Hinblick auf eine stärkere Verknüpfung von Off- und Online-Angeboten ab, die medienpädagogische Unterstützung ist also nicht nur online, sondern weiterhin auch in der außerschulischen Jugendbildung gefragt.

Grundsätzlich ist die Medienpädagogik also aufgefordert, Angebote zur Förderung der kommunikativen Fähigkeiten zur Verfügung zu stellen, so dass Jugendliche ihren Orientierungs- und Handlungsspielraum – Identitätsspielraum erweitern können. Die Studie zeigt, auf welche Weise ‚Doing Identity‘ im Internet von Jugendlichen bereits praktiziert wird. Jugendliche nutzen die sozialen Netzwerke zur Selbstdarstellung, Selbstvergewisserung, Selbstpositionierung und als neuen Anerkennungskontext. Die Medienpädagogik ist aufgefordert, die Jugendlichen darüber hinaus zu neuen Experimenten zu ermuntern und sie hierbei unterstützend zu begleiten. In Anlehnung an die Genderforschung, in deren Kontext der Begriff des ‚Undoing Gender‘ geprägt wurde, um auf stereotype Einschränkungen und neue Wege der gendersensiblen Arbeit aufmerksam zu machen, wäre eine Medienpädagogik (und in der Verlängerung dann auch die Politik) aufgefordert, den Jugendlichen nicht nur den Zugang zu eröffnen, sondern Angebote zu unterbreiten, über die Jugendliche ihren Handlungs- und Orientierungsspielraum erweitern und Mut und neue Ideen für eine selbstbestimmte Lebensführung entwickeln können. An dieser Stelle kann sich die Medienpädagogik dann auch von kommerziellen Angeboten abgrenzen, da Experimente oder Erweiterungen auch immer etwas mit Veränderung und Verunsicherung zu tun



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

haben. Auf dieses unsichere, da nicht abwägbare Endsummenspiel, lassen sich kommerzielle Anbieter ungern ein. Sie richten ihren Blick auch nicht auf einzelne Subjekte und deren Empowerment, sondern auf die Masse. Hier ist also weiterhin die Medienpädagogik gefragt!

Literatur

Baacke, D. (1998) Zum Konzept und zur Operationalisierung von Medienkompetenz. WWW-Dokument, URL: <http://www.uni-bielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKkompetenz1.htm> (Zugriff: 13.11.2008)

Hipfl, B. (2004) Mediale Identitätsräume. Skizzen zu einem »spatial turn« in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Hipfl, B./Klaus, E./Scheer, U. (Hg.): Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie. Bielefeld, S.16-50

Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (2007) JIM-Studie 2007. Jugend, Information, (Multi-)Media (2007). Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart

Klaus, E./Pater, M./Schmidt, U. C. (1997) Das Gendering neuer Technologien. Durchsetzungsprozesse alter und neuer Kommunikationstechnologien. In: Das Argument, 39. Jg., H. 223, S. 803-818

Otto, H.-U./Klein, A./Kutscher, N./Iske, S. (2007) (Hg.) (2007) Grenzenlose Cyberwelt? Zum Verhältnis von digitaler Ungleichheit und neuen Bildungszugängen für Jugendliche. Wiesbaden

Theunert, H./Schorb, B. (2004) Sozialisation mit Medien: Interaktion von Gesellschaft – Medien – Subjekt. In: Hoffmann, D./Merkens, H. (Hg.) Jugendsoziologische Sozialisations- theorie. Impulse für die Jugendforschung. Weinheim/München, S. 203-219

Tillmann, A. (2006) Girls in Cyberspace: An Evaluation of an Online Community Supervised by Media-Educationalists. In: Hipfl, B./Hug, T. (Hg.) Media Communitys. Münster u.a., S. 211-230

Tillmann, A. (2008) Identitätsspielraum Internet. Selbstbildungspraktiken von Mädchen und jungen Frauen in der virtuellen Welt. Weinheim/München



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Kommunizieren und Präsentieren im Web 2.0:

Online-Communities und Social Web-Angebote am Beispiel von *LizzyNet*

Ulrike Schmidt, *LizzyNet*

In den letzten Jahren erfreuen sich Online-Communities und Social-Web-Angebote insbesondere bei Jugendlichen wachsender Beliebtheit. In sozialen Netzwerken wie beispielsweise *studivZ* und *schülerVZ* oder *Lokalisten* kann man recht einfach virtuell Freundinnen und Freunde treffen, auf verschiedene Art und Weise miteinander kommunizieren und sich Steckbriefe/Profile oder persönliche Homepages erstellen bzw. von anderen erstellte anschauen. Ein Großteil dieser populären Portale, wie zum Beispiel auch das Videoportal *YouTube* oder Chat- und Kontaktseiten wie *Knuddels.de* oder *MySpace*, bieten aber gerade für jüngere Netznutzerinnen keinerlei Hilfestellungen, wie denn nun mit der Flut der Informationen und den potentiellen virtuellen Freunden umzugehen ist.

Wie die Online-Studien von *ARD* und *ZDF* konstatieren, konsumieren die meisten Jugendlichen allerdings mehr, als dass sie sich selbst aktiv in solchen Netzwerken beteiligen (Gscheidle/Fisch 2007, Fisch/Gscheidle 2008). Ihnen fehlt es schlichtweg an Medienkompetenz und Anleitung, wie denn nun ‚eigener Content‘ generiert werden könnte. Einer Studie zufolge, die im Auftrag der Initiative *IT-Fitness* durchgeführt wurde, hat fast jeder zweite Lehrling (46 %) keine ausreichenden Kenntnisse im Umgang mit Computer und Internet (IT-Fitness 2007). Die Studie hebt hervor, die Jugendlichen könnten zwar chatten und PC-Spiele spielen, scheiterten aber häufig an Textverarbeitung, Tabellenkalkulation und grundsätzlichen Internetkenntnissen. Auch andere Untersuchungen belegen, dass Computernutzung allein nicht mit Computerkenntnis gleichzusetzen ist, sondern viele Jugendliche die einfachsten Regeln nicht kennen. Ein Viertel (26 %) der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren sind sogar davon überzeugt, dass das, was im Internet steht, vorher von jemandem auf die Richtigkeit überprüft wurde.²

Unkenntnis birgt einige Gefahren: Die Bandbreite reicht von unbedachtem Umgang mit persönlichen Daten, Copyright-Verletzungen, Nicht-erkennen von Viren oder Schleichwerbung über Angebote mit unseriö-

² vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2007), S. 48: 35 % der hier befragten HauptschülerInnen glauben an den Wahrheitsgehalt des Internets, 30 % der RealschülerInnen und 20 % der GymnasiastInnen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

sen Geschäftsbedingungen (scheinbare Gratisangebote usw.) bis hin zum ‚Stolpern‘ über Websites mit gewaltverherrlichenden, rassistischen oder pornographischen Inhalten. Gerade die nutzergenerierten Inhalte gelten als neue Herausforderung für den Jugendmedienschutz. Im Jahr 2007 erreichten die Verstöße gegen das Jugendschutzgesetz im Internet ihren bisherigen Höchststand (jugendschutz.net 2008). Die gesetzlichen Regelungen verbieten zwar jugendgefährdende Inhalte, doch die Kontroll- und Vollzugspraxis scheitert an den Möglichkeiten des Web 2.0. Die zunehmende Medienkonvergenz, etwa von Mobiltelefon und Internet, trägt zusätzlich dazu bei, dass Content zwar schnell produziert und hochgeladen werden kann und dass aber dasjenige, das einmal in die Datenwelt gelangt ist, kaum wieder vollständig zu beseitigen ist. Rechtsexperten wie Dr. Wolfgang Schulz vom Hans-Bredow-Institut setzen daher vor allem auf Community-Laws oder schlicht: Medienkompetenz (Schulz/Dreyer 2007). Und auch der Bundesbeauftragte für den Datenschutz Peter Schaar forderte in einem Interview mit der *Süddeutschen Zeitung* eine Verbesserung der informationstechnischen Bildung, die mehr vermitteln müsse als die Erklärung, wie was funktioniert.³ Web 2.0 Angebote, die Inhalte von Nutzern ungesehen zur Veröffentlichung zulassen, haben damit zu kämpfen, dass nicht alle Nutzer wünschenswerte oder auch nur vertretbare Inhalte zu präsentieren haben.

Dies ist bei *LizzyNet* – der Mädchencommunity der Mediengruppe *M. DuMont Schauberg*⁴ – anders: Auf *LizzyNet* werden Inhalte von Nutzerinnen in den öffentlich zugänglichen Bereichen ‚Magazin‘, ‚Knowhow‘ und ‚Berufswelt‘ grundsätzlich nur von der Redaktion veröffentlicht und immer im Dialog mit der Urheberin so bearbeitet, dass sie ein Mindestmaß an inhaltlicher und formaler Qualität aufweisen. Es muss schließlich auch beachtet werden, dass die Nutzerinnen mit solchen Inhalten ein lange haltbares Zeugnis ihrer Fertigkeiten im Netz hinterlegen. Häufig reichen die jungen *LizzyNet*-Autorinnen ihre Texte, die in *LizzyPress* – der Online-Zeitung von Mädchen für Mädchen – veröffentlicht wurden, bei Bewerbungsschreiben als Beleg ihrer Fähigkeiten ein.

³Datenschutz im Internet - Striptease der Gewohnheitstiere, Interview mit dem Bundesdatenschutzbeauftragten Peter Schaar vom 12.11.2007, <http://www.sueddeutsche.de/computer/artikel/709/142396/>

⁴*LizzyNet* wurde bis Ende 2007 aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und dem Europäischen Sozialfond gefördert. Ziel von *LizzyNet* in diesem Kontext ist es, Mädchen und junge Frauen für Berufe im IT-Bereich, naturwissenschaftlichen Studiengänge und technisch-handwerklichen Berufe zu interessieren und mittelfristig zu einer Erweiterung ihres Lebens- und Berufswahlspektrums beizutragen. Vgl. dazu auch Schmidt (2008). Für eine Darstellung der Identitätsrelevanz von *LizzyNet* und verknüpfter Empowermentprozesse verweise ich auf den vorstehenden Beitrag von Angela Tillmann.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



Viele der bekannten Web 2.0-Angebote sind reine Upload- und Selbstdarstellungs-Plattformen, sie sind eher monothematisch ausgerichtet oder besetzen – wenn sie gezielt Mädchen ansprechen wollen – die sogenannten klassischen ‚Mädchen-Themen‘. So setzt beispielsweise die Seite *Elementgirls* aus dem Hause *Super RTL* Schwerpunkte auf die Themen Beauty, Stars, Liebe und Psychologie.

Das Grundkonzept von *LizzyNet* hingegen ist Ganzheitlichkeit. Für jedes Mädchen – unabhängig vom Bildungshintergrund – werden Themen und passende Ansprachen gefunden, ob Kurs, Lernspiel oder einfach ‚nur‘ Unterhaltung. Anspruchsvolles – wie ein Kurs über die Erstellung von Mashups⁵ oder Podcasts⁶ – steht neben ‚Leichtem‘ wie einem Special zum Thema ‚Boys & Girls‘. So konnten bei dem inhaltlich eher ‚anspruchsvollen‘ Werte-Special alle Mädchen mitbestimmen, welcher Wert im nächsten Monat thematisiert werden sollte. Viele beteiligten sich an der ‚Wert-des-Monats-Umfrage‘, aber auch an einem Chat über ‚Treue‘ oder einem einfachen Bilderwettbewerb zum Wert ‚Liebe‘. Man musste also nicht zu denjenigen gehören, die elaborierte Texte über den jeweiligen Wert schrieben, um am Thema aktiv mitzuwirken. Gerade Mädchen aus eher bildungsfernen Elternhäusern fühlten sich von solch niederschweligen Beteiligungsmöglichkeiten angesprochen. Auf diese Weise werden für alle Mädchen Möglichkeitsräume eröffnet, die fließende Übergänge von Unterhaltung und Information darstellen (vgl. Krause u.a. 2005).

LizzyNet hat den Vorteil, immer einen ‚Mehrwert‘ zu vermitteln. Hier geht es selten (aber auch) um Stars und Schminke – die klassischen ‚Wohlfühlthemen‘, die bei *Bravo.de* oder *Mädchen.de* einen dominanten Raum einnehmen. Wenn diese Themen bei *LizzyNet* aufgegriffen werden, dann deshalb, weil die Mädchen diese Inhalte selber generieren. Mag auch der Inhalt im Club ‚Popstars & DSDS‘ mit den Fragestellungen „Welcher Auftritt war gut?“ und „Wer hat sich blamiert?“ zunächst belanglos erscheinen – die Moderatorin des Clubs erlernt beiläufig, spielerisch und interessengeleitet Medienkompetenz. Sie muss den Club leiten, sich Fragen und Themen ausdenken, Mitstreiterinnen finden und im Club ‚für Ordnung sorgen‘. Kommt sie diesen Aufgabe nicht nach, greift die Redaktion ein oder andere Club-Mitglieder beschwerten sich. Die Redaktion begleitet auch diese Themen mit Hintergrundinfos, etwa indem sie Texte über die Folgen intensiven Fantums anregt oder selbst schreibt. Der Ansatz von *LizzyNet* erfüllt damit alle Kriterien der Niederschwelligkeit, der Zugang zu Bildungsangeboten – der Bildungsbegriff ist hier bewusst weit gefasst – erfolgt nahezu beiläufig oder interessengeleitet.

⁵ <http://www.LizzyNet.de/dyn/115831.php>

⁶ <http://www.LizzyNet.de/dyn/98802.php>



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Die Zielgruppe Hauptschülerinnen fest im Blick

Dennoch muss man feststellen, dass Hauptschülerinnen bei *LizzyNet* und vielen anderen anspruchsvollen Plattformen im Internet unterrepräsentiert sind. Dies liegt u.a. daran, dass zu den grundlegenden Kompetenzen für die umfassende Nutzung des Internets das Lesen und Schreiben gehört. Gleichfalls muss man über die Fähigkeit verfügen, die Fülle von Informationen und Angeboten selektieren zu können. Das Internet wie auch die *LizzyNet*-Plattform sind relativ komplex und stellen sehr hohe Anforderungen an die kognitiven Fähigkeiten und die Selbstlernkompetenz der Nutzerinnen. Die langjährige Erfahrung mit *LizzyNet* zeigte, dass Hauptschülerinnen in Selbstlernprozessen schnell überfordert sind und eine eigenständige Aneignung der Inhalte eher unzureichend stattfindet. Damit die vielfältigen Möglichkeiten von Mädchen mit verschiedenen Bildungshintergründen genutzt werden können, wurden in der letzten vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projektphase (bis Ende 2007) von ‚*LizzyNet* – online lernen interaktiv‘ gezielt Kurse, Specials und Aktionen konzipiert und ins Leben gerufen, die Haupt- und Realschülerinnen ansprechen sollten.

Diese Angebote sind so konzipiert, dass Inhalt und Struktur intuitiv zu erfassen und auch für Mädchen mit geringerer Lesekompetenz sofort zugänglich sind. Die Sprache ist verständlich, es werden vermehrt Bilder, Animationen bzw. Identifikationsfiguren eingesetzt, so dass die Übergänge von Information und Unterhaltung fließend sind. Dieses Konzept wurde beispielsweise im Bereich ‚KnowHow‘ bei dem ‚Layoutkurs für Bewerbungsunterlagen‘⁷ umgesetzt. Der Kurs knüpft an die aktuelle Lebenswelt an und erklärt Schritt für Schritt an Hand von Beispielen aus der Praxis, wie man eine Bewerbungsmappe erstellt. Abgerundet wird der Kurs durch Übungen, bei denen man das erlernte Wissen anwenden kann. Wer das Thema noch umfassender und spielerischer vertiefen möchte, der kann das Flashspiel ‚LizzyBewerbungstraining‘⁸ in der ‚Berufswelt‘ starten, denn hier werden die wichtigsten Aspekte rund um das Thema Bewerbung angesprochen: ‚Dein Anschreiben‘, ‚Dein Lebenslauf‘, ‚Das richtige Outfit‘ und ‚Das Bewerbungsgespräch‘.

Darüber hinaus wurden neue Formate der Wissensvermittlung erprobt, wie die Flashanwendung *LizzyLefthand*⁹, die erklärt, wie Viren auf den eigenen Rechner kommen und was man dagegen unternehmen kann.

⁷ <http://www.LizzyNet.de/dyn/120239>

⁸ <http://www.LizzyNet.de/dyn/89567.php> Das ‚LizzyBewerbungstraining‘ wurde mit dem Preis *Deutscher Multimedia Award 2006* ausgezeichnet

⁹ <http://www.LizzyNet.de/dyn/113127.php>



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



Das Feedback durch die Zielgruppe ist durchweg positiv: Das Bewerbungstraining gehörte – auch dank prominenter Platzierung auf der Startseite – monatelang zu den beliebtesten Seiten in der *LizzyNet*-Statistik.

Erwähnenswert sind an dieser Stelle ferner die *Lizzy-Ringtones*¹⁰. Auch dieses Beispiel zeigt, wie *LizzyNet* bei den Bedürfnissen der Mädchen ansetzt: Klingeltöne sind bei Mädchen aller Bildungshintergründe überaus beliebt, viele Angebote im WWW zum Downloaden von Tönen stellen jedoch Kostenfallen dar. Bei *LizzyNet* gibt es komponierte ‚LizzyTöne‘ kostenlos, kombiniert mit einem von einer Userin verfassten Klingelton-Tutorial, das die wichtigsten Formate und ihren Transfer auf das Handy anschaulich erklärt.¹¹ Eine Verlinkung zur Verbraucherschutzseite www.checked4you.de zum Thema ‚Kostenfalle Handy‘ komplettiert die Themeneinheit Klingeltöne, die den Nutzerinnen über den begehrten kostenlosen Klingelton Basiswissen in Bezug auf Audioformate und Möglichkeiten der Datenübermittlung nahe bringt. In den Foren diskutieren die Mädchen anschließend intensiv über den schönsten Klingelton: „Und welchen hast du genommen?“, „Probier doch mal...“, „Hast du gelesen...?“

Ein anderes Beispiel ist das Filmprojekt *Dein Deutschlandbild*, das *LizzyNet* in Kooperation mit dem Goetheinstitut durchgeführt hat. Bei diesem spannenden Projekt ging es um die Fragen: Wie leben Jugendliche in Deutschland? Wie sieht ihr Alltag aus und wie gestalten sie ihre Freizeit? Was ist ihnen wichtig und wofür engagieren sie sich? Und wie stellen sie sich ihre Zukunft vor? Diese Fragen wurden einer Gruppe von Hauptschülerinnen aus Köln gestellt. Häufig stehen bei solchen Außendarstellungsprojekten eher Gymnasiastinnen im Vordergrund und die Lebenswelt von Hauptschülerinnen bleibt außen vor. Die Mädchen waren engagiert dabei und berichteten ohne Scheu vor laufender Kamera, dass ihnen zu Deutschland als erstes „Pommes und Currywurst“ bzw. die Imbissbuden einfallen, dann das eigene Viertel – welches sie übrigens nur selten verlassen –, die eigenen Hobbys, wie Mangazeichnen oder Musik und Tanz sowie Frauenfußball.¹²

Dies sind einige Beispiele aus dem Gesamtangebot von *LizzyNet*, welche besonders die Mädchen aus Hauptschulmilieus im Blick haben. Die gestalterische Konzeption und inhaltlich-didaktische Ausrichtung dieser Beispiele war eng mit ausgewählten ‚Test‘-Hauptschulen aus dem Raum Köln/Bonn verknüpft. Es fanden Unterrichtsbeobachtungen und Bera-

¹⁰ <http://www.LizzyNet.de/dyn/110166.php>

¹¹ <http://www.LizzyNet.de/dyn/110166.php>

¹² www.LizzyNet.de/dyn/85404.php



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



tungsgespräche statt, die Rückschlüsse auf das Nutzungsverhalten von Jugendliche zuließen und wichtige Erkenntnisse über aktuelle Problemlagen und Entwicklungen – insbesondere bezüglich des Themas Berufsorientierung und Ausbildungsplatzsuche von Hauptschülerinnen – lieferten. Sowohl die Ergebnisse als auch die Anregungen und Kritikpunkte der Mädchen flossen direkt in die Ausgestaltung des Angebots ein.

Mädchen, die im realen Leben nichts miteinander zu tun haben, weil sie an verschiedenen Orten und in unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen leben, finden in *LizzyNet* eine unterstützende soziale Ressource, die es ihnen ermöglicht, sich miteinander auszutauschen und einander Impulse zu geben Lernangebote wahrzunehmen („Mach doch mal den Bannerkurs...“). Fast unabhängig vom Grad ihrer Bekanntschaft helfen und unterstützen sich Mädchen auf *LizzyNet* gegenseitig bei allen möglichen Themen, sei es Lebenshilfe oder der Tipp zu einem freien Praktikumsplatz bei einem Fotografen.

Die aktive Teilnahme und die Übernahme von Verantwortung, ermöglicht durch den partizipativen Ansatz, schafft eine hohe Solidarität der Mitglieder untereinander, ohne dass die soziale Distinktion im Vordergrund steht. Ob Hauptschülerin, Gymnasiastin, Christin oder Muslima, Brillenträgerin, Bonnerin oder aus Buxtehude: All diese Merkmale müssen nicht in den Vordergrund treten. Auf *LizzyNet* können die Mädchen auch in andere Rollen schlüpfen, sich selbst inszenieren, ohne den Definitionen der Außen-, Jungs-, Erwachsenenwelt ausgeliefert zu sein.

Allerdings hat sich durch diese inhaltliche Ausgestaltung der Plattform allein der Anteil der *LizzyNet*-Userinnen aus dem Hauptschulbereich nicht merklich erhöht. Denn nur ein Angebot ins Netz zu stellen und auf das Selbstlernen der Userinnen zu hoffen, funktioniert für diese Zielgruppe nicht! Wichtiger war und ist die Einbettung der Angebote in den Schulalltag (Projekttag, Mädchen AG, Girls' Day etc.) bzw. in medienpädagogische außerschulische Projekte (Mädchenmedientage und -nächte etc.). Erfolg stellt sich nur durch eine kontinuierliche (medien-)pädagogische Arbeit mit Hauptschülerinnen vor Ort, also in der Schule oder in der Jugendeinrichtung etc. ein. Und genau hier besteht nach wie vor ein akuter Handlungsbedarf für die Bildungsarbeit mit Jugendlichen insbesondere aus dem Hauptschulmilieu. Medienpädagogik ist kein Allheilmittel und kann nicht die strukturellen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ändern, aber sie vermag die Potenziale der Jugendlichen sichtbar und bewusst zu machen, so dass sie zu einer positiven Identitätsbildung beitragen. Besonders nachhaltig wirkt ein Projekt natürlich, wenn Jugendliche sich nach der Durchführung selbst als ExpertInnen fühlen. Als Beispiel sei hier die Theodor-Litt-Hauptschule aus Bonn ge-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





nannt: Schülerinnen, die am Projekt *LizzyNet in der Schule* teilgenommen hatten, betreuten auf dem Schulfest erstmalig selbstständig das Internetcafé und zeigten anderen Mädchen, wie man sich einen E-Mail-Account einrichtet und eine kleine Homepage mit dem *LizzyNet-Homepage-Generator* baut. Ihre Fähigkeiten wurden somit über die Projekt- und Klassengrenzen sichtbar und von den anderen Mitschülerinnen, Eltern und Lehrkräften positiv bestätigt.

LizzyNet GmbH: Von der öffentlichen Förderung zu einem Angebot der Wirtschaft

LizzyNet wurde bis Ende 2007 aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und dem europäischen Sozialfond gefördert und ist seit 1. Januar 2008 ein Angebot der Unternehmensgruppe *M. DuMont Schauberg*¹³. Der Großteil der öffentlich geförderten Projekte werden nach Ablauf der Förderphase entweder auf Sparflamme mehr schlecht als recht weitergeführt und sterben so langsam ab oder werden direkt ganz eingestampft. Von daher ist es ein enormer Erfolg, dass *LizzyNet* aus der öffentlichen Förderung in die Privatwirtschaft übergegangen ist. Die Unternehmensgruppe *M. DuMont Schauberg* genießt ein seriöses Image und hat Interesse, das qualitativ hochwertige Angebot zu erhalten und auszubauen. Das Team wurde weitgehend übernommen, den Mädchen blieben so ihre vertrauten Ansprechpartnerinnen erhalten.

Die Chance für *LizzyNet* besteht darin, im Verbund der Unternehmensgruppe mehr Aufmerksamkeit und Reichweite zu bekommen, so dass mehr Mädchen das Angebot nutzen und ihre Inhalte und Produkte gestalten können.

Im Jahr 2008 wurden zwei große medienpädagogisch bzw. journalistisch betreute Wettbewerbe durchgeführt, die die enormen Potenziale der Mädchen sichtbar machten: Der Krimischreibwettbewerb ‚Mädchen!-Schreibt!Krimis!‘ fand vom 9. Juni bis 10. August 2008 in Kooperation mit den *Mörderischen Schwestern*, der Vereinigung deutschsprachiger Krimifrauen, statt. Angehende Autorinnen im Alter von 12 und 22 Jahren waren aufgerufen, sich mit einem Exposé für einen Kurzkrimi an dem Wettbewerb zu beteiligen. Anleitung und Unterstützung hierbei bot (und bietet) der Onlinekurs ‚Krimischreibwerkstatt‘¹⁴ im ‚Knowhow‘-Bereich von *LizzyNet*. Aus 124 Einsendungen wurden von einer Fachjury

¹³ Zur Unternehmensgruppe gehören u. a. der *Kölner Stadt-Anzeiger*, die *Kölnische Rundschau*, der *EXPRESS*, die *Mitteldeutsche Zeitung* und die *Frankfurter Rundschau* sowie Beteiligungen an diversen weiteren Unternehmen im Print- und Onlinebereich.

¹⁴ <http://www.LizzyNet.de/dyn/116517.php>



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

zehn Krimi-Entwürfe für das Finale ausgewählt, diese sind auf *LizzyNet* veröffentlicht. In einem zweiten Schritt wurden drei Gewinnerinnen gekürt, die von drei Krimiautorinnen der *Mörderischen Schwestern* in einem Online-Mentoring-Programm bis zur Fertigstellung ihres Kurzkrimis begleitet werden. Das fertige Werk wird von den Mädchen gemeinsam mit ihren Mentorinnen auf der *lit.COLOGNE 2009* im Rahmen von speziellen Veranstaltungen für Schulklassen vorgestellt.

Der zweite Wettbewerb wandte sich an angehende Poetinnen, die aufgerufen waren sich an dem Gedichtwettbewerb ‚Pssst – Mein Geheimnis‘ zu beteiligen. Die 97 Einsendungen wurden alle auf *LizzyNet* veröffentlicht und zur freien Publikumsabstimmung gestellt. Eine fachkundige Jury wählte drei Gedichte aus, die am 16. Oktober 2008 auf der Frankfurter Buchmesse vorgestellt wurden. Das Siegergedicht wird im Jahr 2009 in einem Jugendbuch des Wettbewerbspartners *cbj- Jugendbuchverlag (Random House)* erscheinen. Und der Club ‚Poesie‘, der anlässlich des Wettbewerbs gestartet wurde, hat sich zu einem Spitzenreiter in der Gunst der Lizzys gemausert. Sie schreiben weiter fortlaufend Gedichte, die sie sich gegenseitig präsentieren und zur Diskussion stellen. Weitere Wettbewerbe werden folgen, die auch noch andere kreative Potenziale der Mädchen berücksichtigen werden, wie Zeichnen, Fotografieren, Singen, Musizieren etc.

Seit *LizzyNet* die Gefilde der Wirtschaft betreten hat, sind vermehrt auch Partner aus der Wirtschaft auf uns zugekommen. Das bestehende Angebot wurde durch einen kostenfreien Live-Konzertchannel und einen Spielechannel vielseitiger und für die Zielgruppe interessanter. Bei der Kooperation mit dem bekanntesten Multiplex-Kino-Betreiber in Deutschland, der einmal im Monat speziell für Mädchen eine Filmpreview anbietet, konnte man sich bei *LizzyNet* ein sogenanntes ‚Freudinnenticket‘ ausdrucken. Hiermit erhielten die Mädchen für sich und eine Freundin ermäßigten Eintritt. Darüber hinaus gibt es häufig Gewinnspiele mit attraktiven Preisen, die übrigens insbesondere von Hauptschülerinnen gern angenommen werden.

Inhaltlich findet bei *LizzyNet* eine Verschiebung von einem ‚hohen und reinen Bildungsanspruch‘ hin zu einer Verknüpfung von Bildung mit Unterhaltung statt. Die intensive Interaktion von Redaktion und Community ist nach wie vor eine Besonderheit von *LizzyNet*. Auf jede Frage an die Redaktion erhalten die Userinnen eine schnelle Antwort – dies quittieren die ‚neuen‘ Lizzys häufig mit positivem Erstaunen, denn dies scheint im Netz nicht unbedingt üblich zu sein. Weil zeitaufwendige Absprachen und Diskussionen wegfallen, werden Anregungen aus der Community schnell, bedarfsorientiert und pragmatisch umgesetzt. Heute



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

gibt es für die Besucher der Plattform viel mehr Möglichkeiten sich aktiv einzubringen, ihr Wissen zu testen und ihre Meinung kundzutun. Besonders beliebt sind derzeit Rätsel und Tests und alle Formen von Abstimmungen.

Natürlich müssen mit *LizzyNet* jetzt auch Einnahmen generiert werden, da die Ausgaben refinanziert werden müssen. Das Grundangebot wird weiterhin kostenfrei bleiben. Seit August 2008 hat *LizzyNet* einen Online-Vermarkter¹⁵ und nun wird je nach Buchung auf den *LizzyNet*-Seiten Banner-Werbung integriert. Aus den Rückmeldungen der Lizzys ist bekannt, dass die Werbung – anders als zunächst vermutet – nicht abschreckt. Man ist Werbung gewöhnt und die Besucherinnen wissen, dass dies für den Erhalt und Ausbau ihres geschätzten Angebots notwendig ist. Außerdem werden neue, innovative Finanzierungsmodelle und inhaltliche Kooperationen erprobt. Häufig passt die Werbung auch zu den Inhalten der Plattform (Filmtrailer zu Filmkritiken), in diesen Fällen regen die Werbeinhalte die *Lizzys* sogar zu weiteren Diskussionen an.

Die medienpädagogische Förderung von Mädchen aus Hauptschulumilieus darf im Sinne des staatlichen Bildungsauftrags nicht vernachlässigt werden. Wenn für die Erstellung von hochwertigem und aufwendigem Bildungs-Content, für neue Lernszenarien und Lernspiele sowie zur Unterstützung von Aktionen und Medienprojekten vor Ort, öffentliche Fördergelder bereitgestellt werden, steht *LizzyNet* hierfür gerne als Partner zur Verfügung und kann aus der reichen Erfahrungsschatzkiste beratend zur Seite stehen.

Literatur

Gscheidle, C./ Fisch, M. (2007) Onliner 2007: Das „Mitmach-Netz“ im Breitbandzeitalter. PC-Ausstattung und Formen aktiver Internetnutzung: Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-Studie 2007. In: Media Perspektiven 8/2007, S. 393-378

Fisch, M./ Gscheidle, C. (2008) Mitmachnetz web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-Studie 2008. In: Media Perspektiven 7/2008, S. 356-364

IT-Fitness (2007) IT-Fitness-Umfrage: Lehrlinge brauchen Computer-Nachhilfe. Pressemitteilung vom 12.08.2007, http://www.it-fitness.de/Pressemitteilungen/pm%20it-fitness-studie_070812.pdf

jugendschutz.net (2008) Jahresbericht 2007, online: http://www.jugendschutz.net/materialien/bericht_2007.html

Krause, A./ Keindl, K./ Fogolin, A./ Zinke, G. (2005) Checklisten und Gestaltungsempfehlungen zur Auswahl und zum Einsatz von Online-Communities, Bonn: Bundesinstitut für

¹⁵ Zum Portfolio des Online-Vermarkters *Quarter Media GmbH* gehören verschiedene andere Angebote aus den Bereichen ‚Frauen‘ sowie ‚Schüler und Studenten‘.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Berufsbildung, http://www.bibb.de/dokumente/pdf/a32_org_materialien_checklisten_online_communities.pdf

Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (2007) JIM-Studie 2007. Jugend, Information, (Multi-)Media (2007). Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart

Schmidt, U. (2008) LizzyNet - die besondere Community nur für Mädchen im Netz, in: LAG Mädchenarbeit in NRW e.V. (Hg.) betrifft Mädchen 3/2008, S. 107-110

Schulz, W./ Dreyer, S. (2007) Nutzergenerierte Inhalte als Herausforderung des Jugendmedienschutzes. In: Tendenz 3/2007, S. 14-15; online:

http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/14-15_jugendschutz.pdf



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshop 1

Niels Brüggén, JFF – Institut für Medienpädagogik

Ausgehend von den Vorträgen wurde im Workshop diskutiert, ob und wie die Medienpädagogik mit Web 2.0-Angeboten arbeiten und die neuen Möglichkeiten für ihre Ziele nutzen kann.

In die Diskussion flossen unterschiedliche Perspektiven ein, bedingt durch die unterschiedlichen Arbeitsfelder der Teilnehmenden. Vertreten waren (im Überblick):

- pädagogische und/oder kommerzielle Angebote (*LizzyNet.de*, *netzcheckers.de*, *qualiboxx.de* und *schuelerVZ.net*)
- die medienpädagogische Praxis in Jugendeinrichtungen
- der Qualifizierungsbereich (insbesondere die verschiedenen Stufen der Lehrerbildung)
- die medienpädagogische Forschung (Evaluation von pädagogischen Angeboten, Medienaneignungsforschung mit Blick auf unterschiedliche Altersgruppen und Medienangebote, Forschung zum Digital Divide)

Entsprechend spiegelte sich im Workshop der gegenwärtige Stand der Diskussion wider:

- unterschiedliche Einschätzungen dessen, was Jugendliche im Web 2.0 machen sowie
- viele offene Fragen, wie in der medienpädagogischen Arbeit darauf eingegangen werden kann/muss und zugleich welche Potenziale sich für die Medienpädagogik eröffnen.

Einigkeit herrschte darüber, dass die Tatsache, dass Jugendliche über verschiedene Bildungsschichten hinweg aktiv am Web 2.0 mitwirken, medienpädagogische Arbeit nicht überflüssig macht. Im Gegenteil müssen neue inhaltliche Schwerpunkte und Arbeitsweisen entwickelt werden, die Heranwachsende erreichen können, an ihrem Medienhandeln ansetzen und einen kompetenten Umgang mit den neuen Angeboten unterstützen. Im hier vorliegenden Bericht sind verschiedene



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Beiträge und Diskussionsstränge thematisch gebündelt zusammengefasst und kommentiert.¹⁶

Bildungsbenachteiligte Jugendliche im Web 2.0

Mit dem Ziel pädagogische Angebote zu gestalten, die diese Zielgruppe erreichen, ist es unabdingbar einen genauen Blick auf die Ressourcen sowie auf den Förderbedarf bei Jugendlichen zu werfen.

Ressourcen auf Seiten der Jugendlichen

1. Eine hohe Motivation im Netz präsent zu sein, ist bei Jugendlichen über alle Bildungsgänge hinweg zu erkennen. Somit kann mit einer hohen intrinsischen Motivation gerechnet werden, wenn medienpädagogische Angebote die Themen der Jugendliche treffen.

2. Anders als bei der klassischen Film- und Radioarbeit verfügen viele Heranwachsende bereits über Bedienfertigkeiten und Anwenderkenntnisse. Dies bezieht sich zum einen auf den Umgang mit Online-Angeboten. Zum anderen ist Foto- bzw. Videoproduktion mit dem Handy bei den Jugendlichen nahezu alltäglich, so dass sie auch für die mediale Aufbereitung von Inhalten bereits Vorkenntnisse mitbringen, an denen in der Arbeit angesetzt werden kann.

3. Voneinander zu lernen ist eine gängige Praxis, wie bspw. sich gegenseitig auf neue Angebote hinzuweisen¹⁷ oder auch die Nutzung gegenseitig zu erklären. Diese Bereitschaft, anderen auch erklärend zur Seite zu stehen, kann und sollte in pädagogisch gestalteten Angeboten berücksichtigt und unterstützt werden.

4. Auch bildungsbenachteiligte Jugendliche nutzen die Plattformen, um ihre Themen, bspw. die Auseinandersetzung mit dem Selbst (vgl. Tillmann in der vorliegenden Dokumentation), zu artikulieren. Die von ihnen angesprochenen Themen können als Anknüpfungspunkte für themenzentrierte Medienarbeit genutzt werden.

Im Handeln der Jugendlichen erkannten die Workshop-Teilnehmenden aber nicht allein Ressourcen, sondern vielmehr auch an verschiedenen Stellen Förderbedarf und damit pädagogische Handlungsnotwendigkeiten.

¹⁶ Für das Protokoll, das als Grundlage für diese Bündelung gedient hat, danke ich Christoph Eisemann (PH Ludwigsburg/Abtlg. Medienpädagogik).

¹⁷ Nach dem Eindruck der Teilnehmenden kommen die Heranwachsenden meist über persönliche Kontakte zu den Plattformen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Förderbedarf der Jugendlichen

1. Förderung des Bewusstseins für den Schutz der Privatsphäre: „Wem zeige ich mich im Internet, wenn ich mich dort inszeniere?“

Einvernehmen bestand über die Notwendigkeit bei den Jugendlichen das Bewusstsein dafür zu stärken, in welchen Strukturen sie sich im Internet bzw. in Online-Communitys präsentieren sowie darüber, wer möglicherweise auf diese Daten zugreifen und sie ver- bzw. auswerten kann. Nicht nur bei bildungsbenachteiligten Jugendlichen sei hier ein argloser Umgang mit personenbezogenen Daten zu beobachten.

Auseinander gingen die Positionen bei der Frage, ob die Aussage „Mich gibt's und ich bin toll!“ überhaupt im Netz verhandelt werden sollte oder nicht. In der Folge, wäre die Frage zu stellen, inwiefern (pädagogische) Online-Angebote, die Jugendliche genau bei der Auseinandersetzung mit dieser Fragestellung zu unterstützen suchen, gerechtfertigt sind. Eine kurze und bewusst polarisierend-übertriebene Skizzierung der Positionen soll die unterschiedlichen Argumente verdeutlichen:

- Communitys sind der falsche Ort für die Identitätsarbeit von Jugendlichen, wie auch deren pädagogische Unterstützung! Die überzogenen und oftmals eindimensionalen Formen der Selbstdarstellung in den Communitys sind, insbesondere in Verbindung mit den eher oberflächlichen Formen der Rückmeldung, der falsche Ort für die Identitätsarbeit. Fragen der Selbstkonstruktion und des Selbstwertes sollten (grundsätzlich) nicht in der Öffentlichkeit verhandelt werden. Entsprechend sollten Jugendlichen (ggf. auch pädagogisch gestaltete) Räume eröffnet werden, in denen sie im direkten Austausch und nicht computervermittelt diese für die Jugendphase wichtigen Fragen bearbeiten können.
- Online-Communitys bieten sich für die pädagogische Arbeit mit Jugendlichen gerade auch im Hinblick auf die Identitätsbildung an! Jugendliche verhandeln diese Fragen mittlerweile auch im Rahmen von Online-Communitys, weshalb sie ein guter Anknüpfungspunkt für die pädagogische Arbeit und Unterstützung der Jugendlichen bei ihrer Identitätsentwicklung sind. Wenn man Jugendliche erreichen will, muss man dorthin gehen, wo sie ihre Fragen bereits verhandeln und sie von dort abholen. Dies kann einerseits mit pädagogisch gestalteten Communitys geschehen, die einen weniger einseitigen Rahmen für die Identitätsarbeit bieten. Andererseits können Jugendlichen aber auch gerade über



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





die und in den bei ihnen beliebten Social Networking-Angeboten angesprochen und erreicht werden.

Unabhängig von der normativen Bewertung der „Selbstveröffentlichung im Internet“ wird in diesem Zusammenhang deutlich, dass es im Kern zwei Bereiche sind, in denen Jugendlichen gefördert werden sollten:

- bei der Identitätsarbeit in einer hochgradig vernetzten und durch Medien durchdrungenen Lebenswelt sowie
- hinsichtlich des Bewusstseins von möglichen Publika und Konsequenzen der Veröffentlichung von personenbezogenen und persönlichen Informationen im Internet.

2. Handlungsstrategien in Bezug auf problematische Umgangsweisen

Ein zweiter Bereich, in welchem die Jugendlichen Unterstützung brauchen, wurde in der Entwicklung von Sensibilität und von Handlungsstrategien in Bezug auf problematische Kommunikationsweisen und problematische Präsentationen von Selbstproduziertem gesehen. Insbesondere Mobbing über das Internet ist ein Thema, das zum einen von PlattformbetreuerInnen in der Verfolgung von Meldungen immer wieder bearbeitet werden muss, das sich zum anderen aber auch im schulischen Alltag niederschlägt. Auch in diesem Bereich ist es wichtig, das Bewusstsein der Jugendlichen für die medienspezifische Kommunikationssituation zu stärken. So mag es zwar reizvolle neue Möglichkeiten geben, über Fake-Profile anderen einen Streich zu spielen oder online und anonym Dinge offener auszusprechen, wichtig bleibt aber nachvollziehbar zu machen, dass auf der anderen Seite immer ein Mensch sitzt und dass gerade eine anonyme Anfeindung besonders schwierig zu verarbeiten sein kann.

3. Unterstützung beim Umgang mit problematischen Inhalten

Als dritter Bereich wurden problematische Inhalte genannt, mit denen Jugendliche auf Online-Plattformen konfrontiert werden können. Die Inhalte auf den Plattformen können nicht wie im ‚alten‘ Mediensystem weitgehend kontrolliert werden. Vielmehr müssen Jugendliche, und insbesondere bildungsbenachteiligte Jugendliche, bei denen es Hinweise gibt, dass sie eher auf problematische Inhalte zugehen bzw. mit ihnen in Kontakt kommen, Verarbeitungsstrategien und Bewertungskriterien an die Hand gegeben werden. Ein hilfloses ‚Bildschirm ausschalten‘ bei problematischen Inhalten kann Jugendlichen nicht zu einer kritischen Positionierung verhelfen oder zu einem kompetenten Umgang führen. Vielmehr ist es notwendig im pädagogischen und auch persönlichen



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Austausch zu vermitteln, weshalb die Inhalte als problematisch angesehen werden und die Auseinandersetzung über die dieser Einschätzung grundgelegten Werte zu suchen.

Potenziale für die pädagogische Arbeit

Auch Potenziale, die Web 2.0-Angebote für die pädagogische Arbeit bergen, wurden im Workshop thematisiert. Dabei sind die Potenziale insbesondere im Hinblick auf zwei Aspekte kritisch zu hinterfragen, die beide die ‚Privatisierung des Netzes‘ betreffen:

- Zum einen sind viele Web 2.0-Angebote und Social Networking Sites kommerziell betriebene Angebote, weshalb man sich als pädagogisch Tätiger sehr klar darüber sein muss, in welchem Rahmen die eigene pädagogische Arbeit stattfindet.
- Zum anderen verändern sich auch die Vorstellungen davon, was öffentlich und privat ist, was auch Konsequenzen für die pädagogische Arbeit in und mit Web 2.0-Angeboten hat.

1. Werkzeug für die medienpädagogische und thematische Arbeit

Insbesondere mit produktionsorientierten Web 2.0-Angeboten können niedrigschwellige Projektformen umgesetzt werden, mit denen auch bildungsbenachteiligte Jugendliche erreicht werden können. Dabei gilt, analog zu anderen Vermittlungsformen, die bspw. in der Lehrerbildung eingesetzt werden, dass man mit den Angeboten „gleich etwas tun“ und unmittelbar die Ergebnisse sehen kann. Dies ermöglicht den Jugendlichen resp. Lehrkräften, sich die Möglichkeiten, die diese neuen Angebotsformen eröffnen, im handelnden Lernen zu erschließen.

Auch die Möglichkeiten über multifunktionale Medien und Web 2.0-Angebote verschiedene Artikulationsformen einzubinden wird als Potenzial für die Projektarbeit gesehen. Das im Workshop genannte Beispiel von Handy-Aufnahmen des Arbeitsplatzes, die in einen Praktikumsbericht oder Praktikumsbericht-Blog eingefügt und mit einer verbalsprachlichen Beschreibung kombiniert werden können, verdeutlicht dieses Potenzial. Zugleich können ausgehend von diesem Beispiel weitere Ideen für andere pädagogische Kontexte entwickelt werden.

Aus der Erfahrung der Teilnehmenden ist ein weiterer wichtiger Aspekt, dass den Jugendlichen zur Nutzung der Angebote wenig Voraussetzungen abverlangt werden. Grundkenntnisse im Umgang mit Online-Communitys bringen die meisten Jugendlichen bereits mit und zugleich



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





sind viele der Angebote in der Bedienung sehr einfach und intuitiv gestaltet.

Auseinander gingen die Meinungen bei der Frage, inwiefern eine inhaltlich-thematische Herausforderung der Jugendlichen wichtig ist oder eher neue Hürden für eine Projektbeteiligung schafft:

- Gerade die bei Jugendlichen beliebten kommerziellen Angebote stellen meist keine ‚Anforderungen‘ an die Jugendlichen. Vielmehr bieten sie einen „nicht-pädagogisierten Freiraum“, den Jugendliche nutzen, um ihre Themen zu verhandeln. Dies wurde als Argument gesehen eher mit Anforderungen und Herausforderungen zurückhaltend zu sein, um einen Raum zu schaffen, in welchem sich Jugendliche wiederfinden und auch ‚einfach nur Spaß haben‘ können.
- Jugendliche nehmen Anstöße und Anforderungen gerne an, wenn diese ‚ihre‘ Themen treffen. Mit dieser Erfahrung wurde zugleich auch der Anteil der Beziehungsarbeit in der pädagogischen Praxis betont. Wenn Jugendliche als Person wahr- und ernstgenommen werden und dies erleben, müssen Anforderungen keine Hürden für eine Projektbeteiligung sein.

2. Neue Möglichkeiten für die Kommunikation zwischen pädagogischen Fachkräften und Jugendlichen

Social Networking Sites oder auch Instant Messenger bieten pädagogischen Fachkräften auch Optionen mit Jugendlichen über ihre gewohnten Kanäle zu kommunizieren. Eine Erfahrung in der Projektarbeit mit Jugendlichen ist, dass sie dies auch aktiv nachfragen und die Pädagogen in ihre Kontaktliste ‚adden‘ wollen. Dies eröffnet Möglichkeiten mit Jugendlichen über diese Kanäle die Projektarbeit zu koordinieren und abzustimmen, insbesondere wenn Projekte über einen längeren Zeitraum laufen. Auch kann über diese Vernetzungsformen die oftmals als Limitierung empfundene zeitliche Begrenzung von Projektwochen überwunden werden.

Doch wirft dies auch Fragen auf. Beispielsweise die, ob es angemessen ist, als pädagogische Fachkraft als ‚Freund‘ in der Kontaktliste von Jugendlichen geführt zu werden. Auch ist zu fragen, inwiefern man über diese Kontaktmöglichkeit den eigenen Ansprüchen an ein pädagogisches Verhältnis zu den Jugendlichen gerecht wird und inwieweit darüber eine pädagogische Betreuung geleistet werden kann. Zumal man potenziell über Nachrichten an alle Freunde oder vermittelt Nachrichtendienste, die die Aktivitäten der Jugendlichen im gesamten Freundeskreis darstellen,



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





auch in die Privatsphäre von Jugendlichen „eindringt“ – auch wenn sie selber den Wunsch zur Vernetzung geäußert haben.

Voraussetzungen für die medienpädagogische Arbeit im Web 2.0

Eine wichtige Voraussetzung dafür, Web 2.0 in der pädagogischen Arbeit sinnvoll zu nutzen, ist eine medienpädagogische Position zu den Entwicklungen, die handlungsfähig macht. In der Darstellung der Workshopergebnisse wurde bereits deutlich, dass hier noch viele Fragen zu diskutieren sind.

Um an möglichst vielen Orten mit der pädagogischen Arbeit ansetzen zu können, ist darüber hinaus die Qualifizierung von pädagogischen Fachkräften im Rahmen der Aus- und Fortbildung notwendig. Gerade im schulischen Kontext bieten sich mit den neuen Lehr- und Bildungsplänen vielfältige Anknüpfungspunkte an, auch Web 2.0 zu thematisieren und mit den Angeboten zu arbeiten. Allerdings sind dafür vor allem pädagogisch-didaktische Kenntnisse sowie die Kenntnis der Angebote und darin liegender Potenziale Voraussetzung.

Herausforderungen für die Medienpädagogik im Web 2.0

Herausforderungen für die (Medien-)Pädagogik wurden bereits einige benannt. Mit Blick auf bildungsbenachteiligte Jugendliche soll abschließend noch auf vier Herausforderungen eingegangen werden, die von besonderer Relevanz sind.

1. Angebote gestalten, die auch bildungsbenachteiligte Jugendliche erreichen

In der Praxis stellt es sich als nicht einfach heraus, bildungsbenachteiligte Jugendliche mit pädagogischen Angeboten zu erreichen. Diese Beobachtung gilt für unterschiedliche Angebotsformen (online wie offline) gleichermaßen. Hierfür ausschlaggebende Gründe sind vielfältig. Zentral erscheint jedoch, dass Angebote gestaltet werden müssen, die speziell auf die Voraussetzungen von bildungsbenachteiligten Jugendlichen eingehen und ihren Fähigkeiten bei den möglichen Beteiligungsformen (bspw. eher bild- als textorientiert) eine gewichtige Rolle einräumen.

Mit Blick auf die Frage, wie viel Diversität eine Online-Community verträgt, ist dabei auch darauf zu achten, ob sich durch die Dominanz einer bestimmten Gruppe andere Jugendliche ausgeschlossen fühlen (könnten). Denn die Erfahrung mit Online-Communitys ist, dass sich dort eher diejenigen gesellen, die bereits miteinander im Austausch stehen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Auch das Ermöglichen eines eigenständigen Zugangs zu Online-Angeboten ist im Hinblick auf bildungsbenachteiligte Jugendliche (und insbesondere für Mädchen mit Migrationshintergrund) längst nicht obsolet.

2. Bildungsbenachteiligte Jugendliche dort abholen, wo sie sind

Sowohl die Schule, wie auch die außerschulische Jugendarbeit und auch Online-Communitys sind Orte, in denen pädagogische Arbeit ansetzen kann und sollte. Für die pädagogische Arbeit ist hierbei eine Herausforderung, in diesen Räumen jeweils eine Verbindung zwischen direktem und medienvermitteltem Kontakt zu unterstützen.¹⁸

3. Eltern informieren und in die pädagogische Arbeit einbeziehen

Besonders bei bildungsbenachteiligten Jugendlichen ist es bislang oftmals schwierig einen Kontakt zu den Eltern herzustellen und sie über die Projektinhalte aber auch die pädagogische Intention und auch deren Konsequenz für das Medienhandeln in der Familie zu informieren. Die Präsentationsmöglichkeiten von Web 2.0-Angeboten bieten hier neue Chancen, Eltern mit Zwischenergebnissen für die Projektarbeit zu interessieren und über die Leistungen der Jugendlichen mit ihnen ins Gespräch zu kommen.

4. Neues machen

In der Darstellung wurde hoffentlich deutlich, dass sich medienpädagogische Projekte auf neue Voraussetzungen bei den Jugendlichen wie auch auf eine veränderte Medienwelt einstellen müssen. Eine Herausforderung für pädagogisch Tätige ist es, diese Veränderungen aufzugreifen und neue Konzepte zu entwickeln und innovative Ansätze zu erproben.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



¹⁸ Denkbar ist dies bspw. über Projekte unter Einbezug von Online-Plattformen oder die Gestaltung einer lokalen Plattform, wie es die netzcheckers-Partnerportale ermöglichen.



Workshop 2

Produzieren in eigener Regie: Aktive Medienarbeit unter der Berücksichtigung soziokultureller Unterschiede

Aktive Medienarbeit mit sozial Benachteiligten

Klaus Lutz, Medienzentrum Parabol Nürnberg

Dass sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche Medien in ihrer Freizeit nutzen steht außer Frage. Nur welchen Nutzen sie - im Vergleich mit Kindern und Jugendlichen aus bildungsnahen Schichten - aus dieser Beschäftigung für sich ziehen können, bleibt fraglich. Wissenschaftliche Erkenntnisse zu dieser Fragestellung liefert die im Rahmen dieser Fachtagung vorgestellte Studie *Medienhandeln in Hauptschulumilieus*. Wie sich Medienarbeit mit sozial Benachteiligten in der Praxis gestalten lässt, sollen die nachfolgenden Ausführungen zeigen.

Den Ausgangspunkt meiner Überlegungen stellt die Aktive Medienarbeit dar, wie sie Fred Schell beschrieben hat (Schell 2003). Zentraler Ankerpunkt der Aktiven Medienarbeit ist dabei der Wechsel von der passiven Nutzung von Medien hin zum aktiven Gestalten mit Medien. Jugendliche werden also zu Medienproduzenten und durchlaufen im Prozess der Produktgestaltung eine Vielzahl von Lernfeldern. Diese Form des projektorientierten Lernens gilt als der „Königsweg“ medienpädagogischer Arbeit.

Diese Form des Lernens ermöglicht es, alles über die Medien selbst zu lernen – von ihrer technischen Bedienung bis hin zu ihren Manipulationsmöglichkeiten. Die projektorientierte Lernform ist aber zugleich auch ein Rahmen für soziales Lernen, denn die gemeinsame Produkterstellung fordert und fördert die Fähigkeit, Sozialbeziehungen einzugehen und die sich daraus ergebenden Konflikte im Hinblick auf das gemeinsame Ziel zu lösen.

Der Videofilm, Radiobeitrag oder die Internetseite, die hierdurch entstehen, zeigen ihre Nachwirkungen auf die Gruppe oder den Einzelnen dabei oft noch lange nach Abschluss der Projekte. Nimmt beispielsweise das Produkt zu einem Thema Stellung, wie z.B. Ausländerfeindlichkeit oder Gewalt auf dem Schulhof, so müssen sich die Produzenten auch ihrem „Publikum“ stellen und somit ihren Standpunkt – den sie häufig erst im Laufe des Projekts erwerben – weit über den Projekt-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

verlauf hinaus vertreten. Medienprodukte zu erstellen heißt für Jugendliche deshalb in der Regel, sich das erste Mal mit einer eigenen Meinung zu platzieren und sie offensiv nach außen zu vertreten.

Aber das wichtigste Moment der Aktiven Medienarbeit liegt in dem Potenzial, das jeder pädagogischen Arbeit innewohnt, die es schafft, Kinder und Jugendliche zu motivieren, eigene Ideen zu entwickeln und diese selbstständig umzusetzen. In einer so ausgestalteten Medienarbeit manifestiert sich dieser schöpferische Akt in den Produkten, welche die Kinder und Jugendlichen erstellen, und die – auch wenn sie natürlich häufig Züge der Reproduktion aufweisen – etwas einzigartig Neues darstellen. Dieses Erlebnis, etwas Eigenständiges geschaffen zu haben, hinterlässt nach meiner langjährigen Erfahrung in der Medienarbeit einen nachhaltig prägenden Eindruck, vor allem wenn Kinder und Jugendliche diesen schöpferischen Prozess erstmals erleben. Ein solches Erlebnis vermitteln auch andere Disziplinen der Pädagogik wie etwa die Kunstpädagogik oder Musikpädagogik. Der Vorteil, den hier aber die Medienarbeit bietet, liegt in ihrer Möglichkeit, verschiedene kreative Gestaltungsformen zu integrieren – sei es die bildende Kunst, die Musik oder das Verfassen von Texten – und sie in eine Form zu gießen, die Kinder und Jugendliche auf breiter Ebene anspricht.

Kinder und Jugendliche lernen sicherlich am meisten über sich selbst und ihre Umwelt, indem sie sich dem für sie oft ungewohnten und anstrengenden Prozess des selbstständigen Gestaltens aussetzen. Sie tun es aber, angespornt durch den Spaß am Umgang mit Medien, mit viel Freude und Engagement. Nebenbei erwerben sie auch für den beruflichen Bereich durchaus wichtige Qualifikationen oder erhalten zumindest berufliche Orientierung. Haben sie diesen Gestaltungsprozess erst einmal erfolgreich durchschritten, werden sie oftmals „süchtig“ nach dem erhebenden Gefühl, das sie beschleicht, wenn sie zurücktreten, das von ihnen geschaffene Produkt betrachten und die Bewunderung ihrer Altersgenossen über das Geleistete entgegennehmen.

Die Zielgruppe sozial Benachteiligte:

Der Begriff ‚soziale Benachteiligung‘ umfasst sowohl individuell beeinträchtigte wie auch sozial benachteiligte junge Menschen.

- Soziale Benachteiligungen liegen vor allem bei jungen Menschen mit defizitärer Sozialisation in den Bereichen Familie, Schule, Ausbildung, Berufsleben vor.
- Individuelle Beeinträchtigungen sind insbesondere psychische, physische oder sonstige persönliche Beeinträchtigungen indivi-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

dueller Art wie z.B. Lernbeeinträchtigungen, Entwicklungsstörungen usw. (vgl. KJHG)

Zusammenfassend geht es um junge Menschen, die ohne besondere Hilfe keinen Zugang zu Ausbildung und Arbeit finden und ihre soziale, berufliche und persönliche Integration in die Gesellschaft nicht alleine bewältigen können.

Für die Medienarbeit lassen sich Jugendliche aller Bildungsschichten motivieren. Gerade Jugendlichen aus bildungsfernen Schichten fehlt häufig jede systematische Hinführung an die Medien durch das Elternhaus. Hier kommt der offenen Jugendarbeit und der Schule die Aufgabe zu, den Jugendlichen einen Zugang zu schaffen und neben der Unterhaltung einen kreativen Umgang mit den Medien anzuregen. Die Praxis hat auch gezeigt, dass Jugendliche aus bildungsfernen Schichten sich sehr gut für die Arbeit mit Medien motivieren lassen, da sie es häufig als Aufwertung ihrer Person empfinden, wenn ihnen zugetraut wird, mit dem Computer zu arbeiten. Immer wieder stellen Pädagogen verblüfft fest, dass Jugendliche im Umgang mit den Medien erstaunliche Fähigkeiten an den Tag legen. Oft sind es die Schwächsten in der Klasse, die souverän mit der Software für Webseitengestaltung umgehen.

Die Medien stellen gerade für bildungsfernere Jugendliche eine gute Möglichkeit dar sich mitzuteilen. Im Internet hat längst die symbolhafte Vermittlung von Inhalten die Vermittlung über rein textliche Darstellung eingeholt. Auch das Produzieren und Platzieren von Sprach- und Bildbotschaften im Internet stellt keine große Hürde mehr dar. Vor allem der symbolhafte Ausdruck über Bilder und das Produzieren von Sprachbotschaften soll in der Arbeit mit sozial benachteiligten Jugendlichen im Mittelpunkt stehen. Zum einen entspricht dies mehr dem heutigen Standard im Internet, zum anderen schlummern gerade hier bei bildungsferneren Jugendlichen verborgene Talente. Durch Frustrationserlebnisse in der Schule sind sie meist nicht bereit, sich auf die Erstellung längerer Texte einzulassen. Aber an der Erstellung von digitalen Bildern (oft besitzen sie Handys mit integrierter Digitalkamera und Videokamera) oder Tonaufnahmen haben sie großen Spaß. Die Lust an dieser speziellen Ausdrucksform soll aufgegriffen werden und ihnen die Möglichkeit geben, mit neuen Ausdrucksformen zu experimentieren.

Einen Kernpunkt der aktiven Medienarbeit mit Kindern und Jugendlichen stellt die Förderung der Sozialisation und die Entwicklung ihrer Persönlichkeit dar. Die Umsetzung dieses Ziels ist durch eine Vielzahl unterschiedlichster Arbeitsformen geprägt, die durch erfahrungsorientiertes Arbeiten in Gruppen verwirklicht werden.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



Hierbei gilt es grundsätzliche didaktische Überlegungen zu berücksichtigen:

- Sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche brauchen ein hohes Maß an Erfolgserlebnissen, um den Kreislauf der Misserfolge zu durchbrechen und um somit ihr Selbstbewusstsein zu stärken.
- Sie benötigen Öffentlichkeit, damit ihre Leistungen von anderen wahrgenommen werden können.
- Die Arbeit mit benachteiligten Kindern und Jugendlichen bedeutet eine ständige persönliche Auseinandersetzung mit Konfliktsituationen und ein hohes Maß an Beziehungsarbeit.
- Die unmittelbare Lebenswelt der jungen Menschen ist Ausgangspunkt für die Themensuche zur Erstellung von medialen Produkten.

Wie erreicht man diese Zielgruppe am besten?

Achtzig bis neunzig Prozent der sozial benachteiligten Kinder und Jugendlichen besuchen eine Förder- oder Hauptschule. Somit ist die Schule das zentrale Zugangsportale zur Zielgruppe. Auch wenn die Zusammenarbeit mit Schulen nicht immer ganz unproblematisch verläuft, so stellt doch die Zusammenarbeit mit Haupt- und Förderschulen eine gute Möglichkeit dar, Medienarbeit für die Zielgruppe sozial Benachteiligter anzubieten. Abgesehen von finanziellen Problemen sind die Erfahrungen mit der Zusammenarbeit sehr positiv. Beide Schularten sind auf Grund des Lehrplans und wegen des Prinzips des Klassenlehrers (eine Lehrkraft verbringt viel Unterrichtszeit in der Klasse) in der Lage, sich auf Projektarbeit einzulassen. Es stellt in der Regel kein Problem dar, auch außerhalb von Projektwochen mit einer Klasse ein mehrtägiges Medienprojekt durchzuführen.

Einen weiteren Zugang zur Zielgruppe bietet die offene Jugendarbeit. Um Medienpädagogik in den Rahmenbedingungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit erfolgreich durchführen zu können, muss man sich zuerst über ihre Zielvorstellungen und Bedingungen im Klaren sein.

Die offene Jugendarbeit richtet sich mit ihren Angeboten potenziell an alle Jugendlichen. Das Feld der Jugendarbeit ist weithin gezeichnet durch die Freiwilligkeit der Teilnahme, den Verzicht auf Leistungskontrolle sowie die Ausrichtung des Angebots an den Interessen der Jugendlichen (Lebensweltorientierung). Als problematisch erweist sich hierbei (im Vergleich zu Schulprojekten) die Verbindlichkeit, auf die sich Jugendliche bei längerfristigen Projekten einlassen müssen. Hier zeigt



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





sich die Zusammenarbeit mit Schulen als weit unproblematischer, obwohl die Schüler vom Vormittag am Nachmittag auch die Besucher des Jugendhauses sind. Der schulische Rahmen ist hier durchaus von Vorteil: Die Jugendlichen erleben das medienpädagogische Projekt im schulischen Kontext durchaus nicht als Zwang, sondern sind nicht selten bereit, über den von der Schule vorgegebenen Zeitrahmen hinaus weiter an ihrem Produkt zu arbeiten.

Zusammengefasst bedeutet dies für die Medienarbeit:

- Auch bei sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen sind Medien ein integraler Bestandteil ihrer Lebenswelt; somit ist eine Auseinandersetzung im pädagogischen Kontext dringend geboten.
- Medienarbeit bietet vielfältige methodische Ansatzpunkte für die Arbeit mit sozial schwachen Jugendlichen und eröffnet damit eine Vielzahl unterschiedlichster Projektformen.
- Vor allem das Vermitteln von Erfolgserlebnissen – das im Zentrum der pädagogischen Arbeit mit sozial benachteiligten Jugendlichen steht – ist mit Medien auf vielfältige Weise möglich.
- Bei Kindern und Jugendlichen besteht generell ein hohes Maß an Motivation, sich mit Medien zu beschäftigen. Diese Motivation lässt sich gut in die Projektarbeit mit Medien umlenken.
- Niederschwellige Angebote sind dabei sehr wichtig. Sowohl die zeitliche Dimension als auch die planerische Komplexität eines Medienprojekts betreffend sollte zu Beginn zunächst ein kurzes und überschaubares Projekte geplant werden.

Ein praktisches Beispiel für ein Medienprojekt: *Die virtuelle Bewerbung*

Für Jugendliche ohne Schulabschluss ist es sehr schwierig nachzuweisen, dass sie durchaus Kompetenzen besitzen, die sie zum Erlernen eines Berufes befähigen. Auch besteht oft eine erhebliche Diskrepanz zwischen ihren Berufswünschen und den Möglichkeiten, die sich auf Grund ihres Bildungsabschlusses für sie bieten. Ihre Fähigkeiten differenziert darzustellen, aber gleichzeitig darüber mit ihnen ins Gespräch zu kommen, welche Berufswünsche für sie realistisch zu verwirklichen sind, ist die Zielsetzung des Projekts *Virtuelle Bewerbung*.

Mit dem Autorenprogramm Mediator lässt sich auch ohne Programmierkenntnisse eine multimediale Bewerbungs-DVD erstellen, auf der



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

sich Bilder, Texte, Grafiken, Videos und Soundfiles ablegen und durch eine benutzerfreundliche Menüsteuerung abrufen lassen.

In der Regel ist das Projekt auf drei Vormittage angelegt.

Erster Tag:

Die Teilnehmer erhalten eine Einführung in das Programm Mediator. Nach der Einführung geht es an die „Konzeption“ der DVD.

Die Teilnehmer sollen überlegen, wie sie ihre Person und ihre Fähigkeiten darstellen möchten. Neben der Aufnahme ihrer persönlichen Daten haben sie nun z.B. die Möglichkeit, ihren Fußballtrainer oder einen Pädagogen einer von ihnen besuchten Jugendeinrichtung zu bitten, in Form eines Interviews eine Einschätzung über sie abzugeben, und können dieses auf die DVD zu stellen. Sie können auch ihre Hobbys mit Video dokumentieren oder Urkunden von Sportveranstaltungen einscannen und in die DVD einbinden. Der Phantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt. Der Leitgedanke für die Auswahl sollte sein „Was kann ich alles, was meine Zeugnisse nicht widerspiegeln“.

Zweiter Tag:

Jetzt gilt es vor allem die gesammelten Ideen umzusetzen. Dazu müssen Fotos von den Freunden gemacht oder Interviews mit Lehrern oder Freunden geführt werden, kleine Videos beim Fußballspielen gedreht oder Berufswünsche formuliert werden.

Dritter Tag:

Nachdem die Produktionsphase abgeschlossen ist muss nun alles auf der DVD zusammengeführt und ein Benutzermenü erstellt werden. Nach Fertigstellung der DVD stellen die Teilnehmer sich ihr Produkt gegenseitig vor. Jeder kann selbst entscheiden, ob er später die DVD bei einer tatsächlichen Bewerbung beilegt oder nicht.

Fazit der Projektarbeit

Nach den ersten Rückmeldungen von Teilnehmern wird es durchaus positiv registriert, wenn Jugendliche mit Hilfe eines solchen Produkts beweisen, dass sie über weit differenziertere Fähigkeiten verfügen, als dies ihre Schulzeugnisse vermuten lassen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Darüber hinaus ist im Verlauf des Produktionsprozesses bei den Jugendlichen eine immer realistischere Einschätzung bezüglich ihrer eigenen Fähigkeiten und Berufswünsche zu verzeichnen.

Das Programm Mediator ist an vielen Schulen vorhanden. Idealerweise sollte das Projekt einen Anstoß für die Medienarbeit in der Schule bieten und die Jugendlichen sollten im Laufe des Schuljahres die Möglichkeit erhalten, ihre Bewerbungs-DVD zu erweitern und zu verfeinern – was bislang von den Schulen noch kaum in die Tat umgesetzt wurde.

Es ließen sich noch viele Beispiele aus der Praxis mit unterschiedlichen Schwerpunkten darstellen, z.B. Medienprojekte zur Sprachförderung, zur politischen Bildungsarbeit oder zu gesellschaftlichen Themen wie etwa Toleranz. Exemplarisch seien hier für Interessierte noch einige Internetadressen mit weiterführenden Information genannt:

www.erzaehlkultur.info,

www.plan-n.de,

www.parabol.de

Literatur

Schell, F. (2003) Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Theorie und Praxis. München: Kopaed



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshops 2

Dr. Fred Schell, JFF – Institut für Medienpädagogik

Die Diskussion der Arbeitsgruppe nach den Inputs der beiden Referenten konzentrierte sich insbesondere auf die Frage der Zieldimensionen aktiver Medienarbeit und auf mögliche Ansatzpunkte und notwendige methodisch-didaktische Aspekte. Erörtert wurden außerdem einige Bedingungen der Handlungsfelder Schule und außerschulische Jugendarbeit sowie künftige Bedarfe angesichts der Weiterentwicklung der Medien.

Zieldimensionen aktiver Medienarbeit

Aktive Medienarbeit als Methode einer handlungsorientierten Medienpädagogik hat das primäre Ziel, die Entwicklung von Medienkompetenz Heranwachsender zu fördern. Darüber hinaus kann aktive Medienarbeit die Entfaltung weiterer Kompetenzen unterstützen.

In Bezug auf Heranwachsende aus sozial- und bildungsbenachteiligten Milieus geht es bei der Förderung von Medienkompetenz v.a. darum, ihnen Medien als Mittel der Information und Kommunikation nahe zu bringen und sie zu einem kritisch-reflexiven Umgang mit Medien zu befähigen. Sie können in der aktiven Medienarbeit erleben, dass sie mit Hilfe der Medien aktiv und kreativ Kommunikationsprozesse gestalten und eigene Meinungen und Sichtweisen zum Ausdruck bringen können und dass Medien einen weiten Blick über den eigenen Horizont hinaus ermöglichen. Sie lernen bei der Produktion, sich Informationen mit Hilfe von Medien zu beschaffen, sie lernen mediale Inhalte zu reflektieren und zu bewerten und sie erwerben Kenntnisse und Fähigkeiten in Bezug auf die Symbolik und Ästhetik medialer Gestaltung.

Aktive Medienarbeit eröffnet ihnen darüber hinaus Lern- und Erfahrungsräume, in denen sie ihre personalen Fähigkeiten und Fertigkeiten verbessern können. Hier ist die Zieldimension Persönlichkeitsbildung tangiert. Viele Kinder und Jugendliche der genannten Zielgruppe machen bei der Erstellung und Gestaltung eines medialen Produkts die für sie eher seltene Erfahrung von Selbstwirksamkeit, sie entdecken und erfahren ihre eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten wieder, die oft lange verschüttet waren. Die mediale Produktion eröffnet ihnen, die in der Regel weniger sprachgewandt sind, vielfältige Ausdrucksformen: Sprache, Texte, stehende und bewegte Bilder, Symbole und Musik. Aber auch ihre sprachlichen Ausdrucksmöglichkeiten können sie entwickeln und



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





verbessern, da die gemeinsame Arbeit an einem medialen Produkt ständig Sprechansätze schafft.

Aktive Medienarbeit ist als kollektive Arbeit in der Gruppe außerdem bestens geeignet, um die Zieldimension soziale Kompetenzen zu verfolgen. Die Arbeit in der Gruppe erfordert ständige Aushandlungsprozesse über Inhalte und Gestaltungsfragen der medialen Produktion und fordert jedes einzelne Mitglied heraus, Sachverhalte zu erklären und Argumente zu formulieren, sich in unterschiedliche Rollen zu begeben, andere Positionen zu akzeptieren und Kompromisse einzugehen.

Praktische Erfahrungen aus Projekten aktiver Medienarbeit und diverse Evaluationen solcher Projekte zeigen, dass mit aktiver Medienarbeit in herausragender Weise diese Bandbreite an Zieldimensionen verfolgt werden kann.

Ansatzpunkte und methodisch-didaktische Aspekte aktiver Medienarbeit

Kinder und Jugendliche aus allen Milieus nutzen Medien mit großer Begeisterung. Medien sind wesentlicher Bestandteil ihres Alltags und dienen Heranwachsenden in vielfältigen Formen zur Gestaltung ihres Lebens. An dieser Faszination kann aktive Medienarbeit anknüpfen. Die Lust am aktiven und spielerischen Umgang mit Medien, die Kinder und Jugendliche mitbringen, ist ein weiterer relevanter Aspekt für aktive Medienarbeit. Dazu kommt, dass Heranwachsende – je älter sie sind, desto mehr – viele Erfahrungen im Umgang mit Medien mitbringen, die nicht mehr mühsam vermittelt werden müssen. So gehen sie souverän mit der Medientechnik um und gehen auch auf neue, für sie noch unbekannte Techniken offen und ohne Vorbehalte zu und erschließen sich deren Funktionen ohne große Hilfe. Diese Anknüpfungspunkte bieten beste Voraussetzungen für aktive Medienarbeit. Sie ermöglichen gerade für die Zielgruppe der sozial- und bildungsbenachteiligten Heranwachsenden einen leichten Zugang zu pädagogisch organisierten Lernprozessen und erleichtern den Pädagoginnen und Pädagogen die Gestaltung von Lernräumen.

Besonders wichtig ist es bei dieser Zielgruppe, konsequent an ihren handlungsleitenden Themen und an ihren lebensweltlichen Erfahrungen anzusetzen. Dies bietet am ehesten die Gewähr, dass sich die jeweiligen Kinder und Jugendlichen auf eine Auseinandersetzung mit einem Thema einlassen und intensiv und auch über einen etwas längeren Zeitraum hinweg bei der Sache bleiben.

Wichtig ist auch, je nach Motivation, Lernerfahrung und Konzentrationsfähigkeit der Teilnehmenden einen niedrigschwelligen Einstieg in ein Projekt aktiver Medienarbeit sowie kleinschrittige Einheiten mit erkenn-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

baren Ergebnissen und zugehörigen Erfolgserlebnissen zu planen und zu ermöglichen, um den Betroffenen die aktive Teilnahm und das Dabeibleiben am Lernprozess zu erleichtern. Assoziativ-intuitive Zugänge zur jeweiligen Thematik sind für sie in der Regel eher motivierend als eine kognitiv und rational orientierte Herangehensweise.

Gerade bei dieser Zielgruppe ist auch bedeutsam, den Kindern und Jugendlichen zu zeigen, dass sie ernst genommen werden und dass ihnen ein großer Vertrauensvorschuss in Bezug auf ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten entgegen gebracht wird.

Berücksichtigung finden müssen auch die soziokulturellen Hintergründe und Erfahrungen der teilnehmenden Kinder und Jugendlichen, um mögliche Irritationen oder gar einen Affront bei der Bearbeitung sensibler Themen zu vermeiden. Hier spielt auch der Genderaspekt eine Rolle. Das bedeutet nicht, dass vorhandene Meinungen, Einstellungen und Ideologien nicht thematisiert werden sollen, im Gegenteil. Aber dies muss mit der nötigen Sensibilität und Zurückhaltung von Seiten der PädagogInnen erfolgen.

Bei Projekten aktiver Medienarbeit mit sozial- und bildungsbenachteiligten Heranwachsenden muss auch viel Zeit für Beziehungsarbeit und für die Bearbeitung und Lösung von Konflikten aufgebracht werden. Nur wenn Störungen im pädagogischen Prozess behoben werden, ist die weitere Auseinandersetzung mit einem Thema möglich und sinnvoll.

Die Schaffung einer Öffentlichkeit für das im Prozess aktiver Medienarbeit entstandene Medienprodukt ist für alle Kinder und Jugendlichen bedeutsam, für die genannte Zielgruppe aber ganz besonders. Bei der Präsentation ihres Produkts werden sie, die in der Regel viele Erfahrungen des Scheiterns hinter sich haben und sich tendenziell als Versager in unserer Leistungsgesellschaft eingeordnet fühlen, für ihre kreative Leistung belohnt. Sie können zeigen, welche Fähigkeiten und Fertigkeiten sie besitzen, machen die seltene Erfahrung von ‚Selbstwirksamkeit‘. Die Erfahrungen aus vielen Projekten aktiver Medienarbeit mit dieser Zielgruppe zeigen, dass die Beteiligten noch lange Zeit nach Ende des Projekts von diesen Erfahrungen berichten, von den erlebten Bestätigungen zehren und nicht selten ihre Motivation angeregt wurde, sich weiterhin mit ihrer Lebenswelt reflexiv auseinander zu setzen.

Handlungsfelder aktiver Medienarbeit und ihre Bedingungen

Erörtert wurden die Bedingungen für aktive Medienarbeit in den Handlungsfeldern Schule und Jugendarbeit.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Alle Erfahrungen mit Medienarbeit in der Schule zeigen, dass aktive Medienarbeit in der Schule kaum machbar ist. Verantwortlich dafür ist das Bedingungsgefüge in der Schule. Im 45-Minuten-Takt einer Unterrichtsstunde findet aktive Medienarbeit keinen Platz. Allerdings bieten Hauptschulen und Förderschulen aller Art, in denen die genannte Zielgruppe in der Regel ihre Schullaufbahn absolviert, durch das Klassenlehrerprinzip (der Klassenleiter unterrichtet viele Stunden in einer Klasse) die Möglichkeit, mehrere Stunden zu bündeln oder auch mehrere Tage für ein medienpädagogisches Projekt – auch außerhalb von offiziell anberaumten Projektwochen – zu verwenden. LehrerInnen, die diese Möglichkeiten gemeinsam mit MedienpädagogInnen genutzt haben, erkannten sehr schnell die Chancen aktiver Medienarbeit für gelingende Lernprozesse.

Ein weiteres Problem in der Schule stellt die Leistungsbewertung durch Benotung dar. Diese Form der Beurteilung widerspricht einer handlungsorientierten selbstbestimmten Medienarbeit und konterkariert die Selbstwirksamkeitserfahrung der heranwachsenden ProduzentInnen. Einige LehrerInnen lassen sich erfahrungsgemäß auf die Bedingung ein, keine Noten für ein Projekt aktiver Medienarbeit zu vergeben, sondern eine Beurteilung in Form einer Beschreibung der geleisteten Arbeit und der Anerkennung der Kreativität und des Engagements der Kinder und Jugendlichen. Viele LehrerInnen halten jedoch bedauerlicher Weise daran fest, auch das Ergebnis aktiver Medienarbeit wie jede andere Schulleistung zu benoten.

Ein drittes Problem wird darin gesehen, dass die Schule keine Tradition hat, die außerschulische Lebenswelt der SchülerInnen zu thematisieren und zu bearbeiten. SchülerInnen betrachten zudem ihren Umgang mit Medien als ihre private Angelegenheit in der Freizeit, die sie nicht auch noch als Gegenstand von Unterricht sehen möchten. Dies erschwert zumindest den Einstieg in ein Projekt aktiver Medienarbeit in der Schule.

Die Jugendarbeit bietet dagegen offene Lernräume für alle Themen der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen an, die freiwillig aufgesucht werden können. Sie ermöglicht außerdem offene Arbeitsformen und hat keine Selektionsmechanismen wie Zensuren. Mit diesen Bedingungen und ihren Zielsetzungen eines selbstbestimmten Lernens bietet sie aktiver Medienarbeit die ideale Plattform.

Allerdings kann hier – insbesondere in der offenen Jugendarbeit, in Jugendtreffs und sonstigen Freizeiteinrichtungen, in denen v.a. Jugendliche aus sozial und bildungsbenachteiligten Milieus sich aufhalten – ein medienpädagogisches Angebot ebenso wie andere pädagogische Angebote zur Beliebigkeit werden. Dies kann die Durchführung eines Projekts



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

aktiver Medienarbeit bis zum Ergebnis behindern oder auch gefährden. Eine wesentliche Rolle spielt hierbei das geringe Durchhaltevermögen dieser Zielgruppe, die bei einer freiwilligen Teilnahme auch leichter zum Abbruch einer Beteiligung führen kann.

Einigkeit besteht in der Diskussion jedoch darin, dass in allen pädagogischen Handlungsfeldern, in vorschulischen Einrichtungen ebenso wie in der Grundschule und in weiterführenden Schulen sowie in allen außerschulischen Einrichtungen und in der Jugendarbeit Projekte aktiver Medienarbeit durchgeführt werden sollten, denn alle Erfahrungen mit aktiver Medienarbeit zeigen, dass sie in der Regel sehr erfolgreich verläuft, auch problematische Zielgruppen sich aktiv und konstruktiv beteiligen und eine große Bandbreite pädagogischer und medienpädagogischer Zielsetzungen mit dieser Methode verfolgt werden können.

Bedarf

Als Defizit wird nach wie vor die mangelnde medienpädagogische Qualifikation von MultiplikatorInnen aller Art (LehrerInnen, ErzieherInnen, SozialpädagogInnen etc.) erlebt, welche die Fortsetzung aktiver Medienarbeit nach einem in eine Einrichtung durchgeführten Modellprojekt be- und meistens sogar verhindert. Gefordert ist deshalb eine bessere Integration der Medienpädagogik in Studium und Ausbildung von MultiplikatorInnen. Gute Erfahrungen wurden auch damit erzielt, dass Modellprojekte durch eine parallel laufende Qualifizierung der betreffenden MultiplikatorInnen begleitet werden. Die Möglichkeiten für solche Qualifizierungsmaßnahmen direkt in den Praxisfeldern der PädagogInnen müssten stark ausgebaut werden.

Als notwendig wird auch eine wesentlich bessere finanzielle Ausstattung der Medienpädagogik für mehr Personal und Technik erachtet, die viele Projekte insbesondere mit sozial- und bildungsbenachteiligten Heranwachsenden möglich machen.

Angesichts der rasanten Entwicklung insbesondere der multifunktionalen Medien wird auch die Notwendigkeit gesehen, bestehende und bewährte Konzepte aktiver Medienarbeit weiter zu entwickeln, zu erproben und durch eine wissenschaftliche Begleitung zu evaluieren.

Einhellig gewünscht wird von allen Beteiligten, dass sich die Schule mehr für Formen aktiver Medienarbeit öffnet und dass die verschiedenen pädagogischen Handlungsfelder zu mehr Kooperation finden, um ein abgestimmtes Konzept von Medienpädagogik mit dieser Zielgruppe realisieren zu können.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Workshop 4

In Medienwelten hineinwachsen: Die Rolle von Familie und Sozialumfeld in der Mediensozialisation

(Medien-)Sozialisation in sozial benachteiligten Familien. Zu einer Langzeitstudie.

Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink, Universität Salzburg

1 Zur Studie – Fragestellung und Anlage

Mittlerweile liegt zwar eine Vielzahl an Untersuchungen vor, die sich mit unterschiedlichen Teilaspekten von Sozialisation befassen und das Verhältnis Kinder, Medien und Gesellschaft aus verschiedenen Perspektiven analysieren. Der Medienumgang in sozial benachteiligten Familien wurde aber bisher nicht nur in Österreich selten thematisiert und wissenschaftlich untersucht. So bestand dringender Forschungsbedarf. Die zentrale Forschungsfrage der Studie zur (Medien-)Sozialisation bei sozial benachteiligten Kindern, auf die sich der vorliegende Beitrag bezieht, lautet: Welche Relevanz kommt Medien im Laufe des Sozialisationsprozesses bei der Identitätskonstruktion, dem Aufbau von Wissen und in der Wertevermittlung im Vergleich zu anderen Sozialisationsagenten (vor allem der Familie) bei Kindern aus sozial benachteiligten bzw. anregungsärmeren Milieus zu? Denn insbesondere der Familie muss Beachtung geschenkt werden: Auch jüngere Kinder prägen zwar bereits von Anfang an die familiäre Identität mit und entwickeln dabei zugleich ihre eigene Identität, doch sie können ihre (medialen) Anliegen nur im Rahmen der Familie entwickeln und ausdrücken lernen.

Theoretisch und forschungspraktisch wurde eine Neukonzeption zur Untersuchung des Forschungsgegenstandes entlang der fünf Begriffe *Soziales Milieu – Habitus – Erleben – Orientierung – Identität* mit Blick auf die Methoden der Sinnggebung (Weiß 2000), den „praktischen Sinn“ menschlicher Handlungsweisen, entwickelt (Paus-Hasebrink/Bichler 2008). Im Zentrum der Konzeption stand die Frage nach dem je ‚praktischen Sinn‘ der Umgangsweisen von Kindern und Eltern in ihren Familien mit Medien, dies jedoch vor dem Hintergrund ihres *sozialen Milieus* und ihrer damit verbundenen *Habitusausprägungen*. Der Blick galt dabei den jeweiligen Möglichkeiten der Kinder aus sozial benachteiligten Familien, Identität auszubilden und Handlungskompetenz zu erwerben.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Auf der *Methodenebene* führt die Studie die aus einer Literatursynopse sowie aus sekundäranalytischen Untersuchungen gewonnenen Daten zur Rolle von Medien im Alltag von Kindergarten- und Grundschulkindern speziell mit Blick auf Kinder aus sozial benachteiligten Milieus zusammen, um vor diesem Hintergrund die aus einer qualitativen Panelstudie über drei Jahre, dem Herzstück der Studie, in der sozial benachteiligte Kinder vom Kindergarten- bis zum Grundschulalter methodisch auf mehreren Ebenen begleitet wurden, abgleichen bzw. einordnen zu können.

In der Panelstudie wurden zwanzig Familien gezielt im Hinblick auf folgende gesellschaftliche Strukturfaktoren sozialer Benachteiligung ausgewählt: niedriger Bildungsgrad, Armutgefährdung sowie spezielle Familienkonstellationen, etwa alleinziehend bzw. Kinderreichtum, um sie in Bezug auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede in ihrer Lebensführung im Umgang miteinander – und darin eingelagert auch in Bezug auf ihren Medienumgang – zu beobachten. Der Blick galt dabei der jeweils subjektiven Wahrnehmung dieser gesellschaftlich-strukturellen Bedingungen durch die verschiedenen Familienmitglieder im generationalen Gefüge, geprägt auch durch ihren jeweiligen ‚Eigensinn‘.

Zur Bestimmung der sozialen Lage diente die Kombination der Lebensbedingungen Armut bzw. Armutgefährdung sowie niedrige Bildung; mitbedacht wurden die Wohnregion der Familie, ob Stadt oder Land, das Geschlecht sowie das für die Panelstudie relevante Alter der Kinder.

Zur Erhebung und zur Auswertung kam ein Mehrmethodendesign zum Einsatz:

„Globalcharakteristiken“ (Charlton/ Neumann 1986) zu den sozio-ökonomischen Faktoren der Lebenssituation der sozial benachteiligten Familien dienten dazu, ihre finanziellen Bedingungen, ihre formale Bildung, ihre Wohnsituation etc. festzuhalten. In qualitativen Einzelinterviews mit Kindern und Eltern wurde in zwei Panelwellen (Kindergartenalter, dann Eintritt in die Schule) vergleichend die Bedeutung von Medien im Alltag der Kinder, ihrer Geschwister und Eltern, jeweils im Kontrast zueinander, eruiert und vergleichend ausgewertet.

Bei der Auswertung wurden alle Familien (Kinder wie Eltern) zum einen in einem fokussierten Analyseschritt im Hinblick auf zentrale Kategorien, wie z.B. ihre Mediennutzung, ihre Freizeitgestaltung sowie die (Medien-)Erziehungskonzepte der Eltern, hin beleuchtet; im daran anschließenden kontextuellen Auswertungsteil wurde zum anderen jeder Einzelfall für sich zusammenhängend daraufhin analysiert, wie und unter welchen Bedingungen bzw. mit welcher Motivation die Probanden mit Medien umgehen, wie also Eltern und speziell die im Mittelpunkt der Studie



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





stehenden Kinder Mediensymbolik auswählen und einsetzen, um ihrem Leben Sinn zu verleihen und die jeweiligen Herausforderungen in ihrem ganz spezifischen Alltag zu bearbeiten.

2 Zu ausgewählten Ergebnissen der Studie

Fernsehen ist kostengünstige Freizeitbeschäftigung

Die Mediennutzung sozial benachteiligter Kinder steht in einem deutlichen Zusammenhang mit ihrer sozialen Herkunft; die Literatursynopse im Rahmen der Studie zur (Medien-)Sozialisation (siehe Paus-Hasebrink/Bichler 2008) bestätigt damit die Ergebnisse der wenigen einschlägigen Studien, in denen der Umgang sozial benachteiligter Kinder mit Medien, jedoch zumeist nur im Zusammenhang der Mediennutzung über alle sozialen Schichten hinweg, untersucht wurde. Es zeigt sich, dass Kinder aus Familien mit einem höheren sozialen Status Medien – im Vordergrund steht das Fernsehen – zeitlich vergleichsweise moderater nutzen als gleichaltrige Kinder aus niedrigeren sozialen Milieus – auch wenn diese ebenso gern fernsehen. Dies kann unter anderem auch auf die Freizeitgestaltung zurückgeführt werden; denn Kinder aus sozial begünstigten Milieus verbringen ihre Freizeit öfter außer Haus als vor dem Fernseher. Vice versa stellt das Fernsehen in sozial weniger gut ausgestatteten Familien möglicherweise eine kostengünstige Ersatzbeschäftigung für teure oder gar unerschwingliche Hobbys wie z.B. Tennis spielen oder Reiten dar.

Fiktionale Zeichentrickserien stehen im Vordergrund

Blickt man auf die Sender- und Programmpräferenzen in den Familien, so zeigt sich, dass öffentlich-rechtliche Sendeanstalten vor allem bei Familien mit höherem sozial-ökonomischen Status großen Anklang finden. Kinder aus sozial besser gestellten Familien sehen denn auch häufiger Sendungen des Kinderkanals KI.KA sowie informationsorientierte Angebote (z.B. Die Sendung mit der Maus). Ihre Altersgenossen aus sozial schwächeren Familien greifen dagegen verstärkt auf fiktionale Zeichentrickserien, vor allem Anime-Serien wie Pokémon, Yu-Gi-Oh!, Dragoball Z zurück.

Wie die Literatursynopse deutlich macht, sitzen in anregungsärmeren Milieus Kinder häufiger in Gesellschaft von Erwachsenen vor dem TV-Gerät, da das Fernsehen in diesen weniger aktiven Milieus einen Rahmen für gemeinsames familiäres Erleben darbietet: Gemeinsames Fernsehen



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





innerhalb der Familie kann als eine Art kollektive (und kostengünstige) Freizeitnutzung gesehen werden, die gegebenenfalls auch zur Stärkung der familialen Gemeinschaft beitragen kann. Dieses Ergebnis muss vor dem Hintergrund der vorliegenden Studie differenzierter betrachtet werden; in den Familien der Panelstudie kommt es zwar zuweilen am Abend oder am Wochenende zu einer gemeinsamen Fernsehnutzung; gesehen werden dann aber zumeist Erwachsenenprogramme.

Weniger Kontrolle der Medien- bzw. Fernsehnutzung bei sozial benachteiligten Kindern

Insgesamt zeigt sich, dass die Eltern nur wenig Interesse an den Fernsehbedürfnissen ihrer Kinder haben und dass sie die gemeinsame Fernsehnutzung nach eigenen Bedürfnissen situational organisieren; vor allem bei alleinstehenden Müttern spielt der gemeinsame Fernsehkonsum eine Rolle. Kommt ein neuer Partner dazu, wie einige Fallbeispiele (z.B. das Fallbeispiel Oliva Fein sowie Erich Grubert, siehe Paus-Hasebrink/Bichler 2008) zeigen, nimmt der gemeinsame Medien- bzw. Fernsehkonsum zumeist zugunsten einer Beschäftigung mit dem neuen Partner wieder ab.

Wie die Ergebnisse der Literatursynopse zeigen, kontrollieren sozio-ökonomisch reicher ausgestattete Familien die Mediennutzung ihrer Kinder in einem weitaus größeren Maße als Eltern aus sozio-ökonomisch ärmerem Milieu. Letztere tendieren auch stärker dazu – dies konnte die Panelstudie bestätigen – ihre Kinder unbeaufsichtigt fernsehen zu lassen. Sie wählen außerdem weniger oft gemeinsam mit ihren Kindern das Fernsehprogramm aus und sind auch weniger streng im Hinblick auf die Auswahl ihrer Kinder; sie bewerten gar die von ihren Kindern präferierten Programmangebote häufiger als „kindgerecht“, setzen aber dennoch vermehrt Fernsehverbot als Strafe ein.

Crossmediale Inhalte besonders beliebt

Geht es um die Nutzung von Büchern, wird in der Panelstudie deutlich, dass sie in den sozial benachteiligten Haushalten dann eine Rolle spielen, wenn sie in einem crossmedial vermarkteten Kontext stehen, d.h. wenn es zu dessen Inhalten neben dem Ausgabemedium Buch noch weitere, zumeist früher auf dem Markt platzierte Angebote gibt, wie etwa Fernsehserien, Video- und Computerspiele oder auch entsprechendes Spielzeug.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Aufrüstung mit Computern bei Schuleintritt

Interessanterweise wurden die Haushalte bzw. Kinderzimmer der Panelstudie vor allem zum Zeitpunkt des Schuleintritts ihrer Kinder mit Computern und Monitoren aufgerüstet. Die Eltern der Panelstudie sind, dem öffentlichen Diskurs folgend, dass Kinder möglichst früh lernen sollten, kompetent mit dem Computer umzugehen, bemüht, ihren Kindern zumindest auf die ihnen mögliche Weise – technisch – einen Gleichstand mit anderen Kindern zu verschaffen. Sie wollen damit ihren Kindern, den Diskurs verkürzt verstehend, Bildungschancen ermöglichen. Auf eine dazu notwendige erzieherische Begleitung verzichten sie allerdings größtenteils – zumeist aus Gründen der Überforderung bzw. der Inkompetenz.

Kindheit ist verschärft Medienkindheit – Inkohärentes (Medien-) Erziehungsverhalten

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Kinder aus sozial benachteiligten Familien in einer besonderen Weise mit der sich wandelnden Medienlandschaft, die sich in der Zunahme von (konvergenten) Mediengeräten, Sendern und Programmen niederschlägt, konfrontiert werden: Ihre Kindheit ist in verschärfter Weise als Medienkindheit zu bezeichnen, ihre Sozialisation als Medien-Sozialisation, da sie durch andere Sozialisationsinstanzen nur wenig moderiert wird: Medien spielen im Alltag aller untersuchten Familien eine eminent wichtige Rolle. Da die Eltern infolge ihrer sozialen Lage in allen zwanzig Fällen ein unausgewogenes, in sich inkohärentes (Medien-)Erziehungsverhalten erkennen lassen, gewinnen Medienangebote sowie spezielle, zumeist crossmedial vermarktete Medienfavoriten für die Kinder eine hohe Bedeutung als Sozialisationsfaktor. Nicht selten überlassen die überforderten Eltern bzw. alleinerziehenden Mütter mehr oder weniger bewusst, häufiger jedoch unreflektiert und zuweilen auch entgegen eigenen Plänen und Bekundungen den unterschiedlichen Medienangeboten diesen eigentlich von ihnen auszufüllenden Erziehungsraum.

Auch die in sozialer Benachteiligung lebenden Eltern nehmen am gesellschaftlichen Diskurs darüber teil, was Kinder können sollten, was sie nicht tun sollten bzw. was alsentwicklungsschädigend zu gelten hat, wie etwa ein zu hoher Medienkonsum bzw. ein besonders ausgeprägter Konsum bestimmter Medienangebote, allen voran von gewaltorientierten Fernsehsendungen und von Computerspielen. Damit entsteht oft eine Diskrepanz zwischen Ideal und tatsächlicher Umsetzung, die auch eine Diskrepanz zwischen Wollen und Können in der (Medien-)Erziehung markiert. (Medien-)Gebote und -Verbote werden nicht systematisch



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





eingesetzt, sondern zumeist nur punktuell, nach einem den überforderten Eltern opportun erscheinenden Bedarf, dies jedoch ohne für die Kinder transparente bzw. nachvollziehbare (Medien-)Erziehungsregeln. Die sich aus der sozialen Situation der Mütter und Väter ergebenden Defizite werden oft sogar doppelt von den Medien ausgefüllt; denn Medien bieten zum einen die notwendige Alltagsstrukturierung an; zum anderen halten sie eindrucksvolle, schon für Kinder im Kindergarten- und Grundschulalter leicht nachvollziehbare und daher hoch attraktive Handlungsanleitungen, Informations- und Identifikationsangebote bereit.

Wie die vorliegende Studie zeigt, werden die Kinder mit zunehmendem Alter öfter allein gelassen. Dies hat in der zweiten Erhebungsphase, d.h. mit dem Grundschulalter der Kinder, zugenommen, da ihre Eltern dann stärker noch als vorher annehmen oder sich damit gern zufrieden geben, dass ihre Kinder mit Medien zurecht kommen bzw. von Medien viel über das Leben lernen können. Auch das zuvor noch häufig geäußerte schlechte Gewissen der Eltern nimmt mit dem Älterwerden der Kinder ab. An einer Begleitung im Sinne einer fördernden Medienerziehung fehlt es in fast allen Familien – mehr oder weniger. So erhalten Medien in der Identitätsgenese der Kinder eine große Relevanz bei der Bewältigung ihrer Entwicklungsaufgaben – Geschlechtsrollenidentifikation, einfache moralische Unterscheidungen treffen, Aufbau von Selbstbewusstsein und sozialer Kooperation.

Medien werden zum Orientierungsgeber – Kinder geben *ihre eigene Antwort*

Medien nehmen in der prägenden Phase des Übergangs vom Kindergarten- zum Grundschulalter bzw. beim Übergang in die Schule eine eminent wichtige Rolle ein; sie werden – neben Kindergarten und Schule – von den Kindern selbst als Orientierungsgeber und zentrale Informations- und Wissensquelle nachgefragt. Medien dienen ihnen auch dazu, ihren Alltag zu strukturieren und leere Zeit auszufüllen. Welche Konsequenzen dies jeweils für die Entwicklung der Kinder im Rahmen ihrer Sozialisation haben kann, hängt jedoch in entscheidendem Maße von den Konstellationen in jeder Familie und – dies darf nicht unterschätzt werden – auch von jedem einzelnen Kind, seinem ganz spezifischen „Eigensinn“, ab, auf die Lebensverhältnisse und die Lebensführung in der Familie die *eigene Antwort* zu geben.

Medien können unter Umständen zu einer massiven Gefährdung werden, wie das Fallbeispiel von Manfred Oblinger zeigt (Paus-Hasebrink/



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Bichler 2008, S. 221ff.). Er sucht seine vielfältigen Nöte mit einer exzessiven Nutzung von Gewaltcomputerspielen zu kompensieren. Medien können aber auch zum Aufbau der Identität von Kindern beitragen, wie dies bei Amelie Aufbauer der Fall ist, die auf die Unordnung in ihrem Leben und das von ihrer Mutter häufig erfahrene Gefühl des Ausgeliefertseins und des Kontrollverlustes mit dem großen Wunsch antwortet, Forscherin zu werden – wie in der Sendung *Pfefferkörner* (ebenda, S. 212ff.).

Medien gewinnen Relevanz im Gesamtkontext von Familien

Bei allen untersuchten Familien lässt sich durchgängig eine überdurchschnittliche Mediennutzung und Bedeutungszuschreibung feststellen; Medien sind zweifellos ein – und in vielen Familien fast der wichtigste – Sozialisationsfaktor. Damit wird ein gesellschaftlich wunder Punkt markiert.

Deutlich wird aber auch, dass in den sozial benachteiligten Familien Medien erst im Kontext der Gesamtsituation Relevanz zeitigen und nicht als der zentrale Faktor gebrandmarkt werden können – wie etwa die Debatte um das „Unterschichtenfernsehen“ nahe legt.

Einfache, wie die vorliegende Studie unmissverständlich deutlich macht, und damit vorschnelle Beurteilungen der Situation sozial benachteiligter Kinder in ihren Familien verbieten sich ebenso wie einfache, möglicherweise wohlfeile Antworten. Diese greifen zu kurz, wie der genauere Blick auf die Lebensbedingungen und -konstellationen sowie die Lebensführung der ausgewählten Familien zeigt: Soziale Benachteiligung ist nicht gleich soziale Benachteiligung und damit über einen Kamm zu scheren. Deutlich wird vielmehr, dass die verschiedenen Faktoren, die eine soziale Benachteiligung begründen, erst im individuell von den Betroffenen mitbestimmten Zusammenspiel spezielle Konstellationen für die jeweilige Lebensführung zeitigen, in der die Faktoren sozialer Benachteiligung auf eine jeweils spezifische Weise virulent werden. Es ist zwar davon auszugehen, dass auch Kinder aus anderen sozialen Milieus darunter leiden, wenn etwa ihre Eltern beruflich bedingt wenig Zeit für sie haben oder wenn Eltern getrennt leben etc. und es dadurch zu einer erhöhten Mediennutzung kommt. Aber bei Kindern aus sozial benachteiligten Familien kommt erschwerend hinzu, dass ihr gesamter Kinderalltag bestimmt wird durch die prekäre soziale Lage, in der sich ihre Familien befinden; sie stellt das Fundament für die Lebensführung in den Familien dar.

Nicht selten führen mit der sozialen Lage verbundene oder diese weiter erschwerende Phänomene, wie etwa eine psychische Erkrankung, z.B.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Depression der Mutter, bzw. physische oder auch psychische Erkrankungen der Kinder¹⁹ zu weiteren Gefährdungsmomenten, die nicht ohne Auswirkungen auf die Lebensführung der Familien und, eng verbunden damit, auf die Rolle von Medien als Sozialisatoren bleiben.

Das Beispiel Manfred Oblinger: Ein hochbegabtes Kind und seine Nöte

So droht gar vor dem Hintergrund der angespannten sozialen Lebensbedingungen der Familie die besondere Begabung des Kindes, wie das bereits erwähnte Beispiel des hochbegabten Manfred Oblinger zeigt, statt zu einer großen Chance vielmehr zu einem erheblichen Gefährdungsmoment in seiner Entwicklung zu werden: Denn infolge der geringen finanziellen Ressourcen der Familie und der damit einhergehenden schlechten Wohnsituation kann sich die Familie die langen Anfahrten zu den weit abgelegenen Fördereinrichtungen nicht leisten; infolge seiner Hochbegabung ist das Kind in der Schule mittlerweile nahezu zum Außenseiter geworden. Seine Eltern unterbinden wegen des hohen Ausländeranteils in der Nachbarschaft seinen Kontakt zu gleichaltrigen Peers und „versorgen“ ihren erst siebenjährigen Sohn mit ab 16 Jahren oder erst für Erwachsene freigegebenen Lieblingskampfvideospiele, um ihn, wie sie sagen, quasi für seine schwierige Lebenssituation zu „entschädigen“, aber vor allem infolge ihrer mit einem unausgewogenen Medienziehungskonzept, das in unkontrollierte Mediennutzung mündet, einhergehenden massiven Überforderung. Sie unterstützen – sicher nicht gewollt – damit sein hohes Aggressionspotenzial, das sich in seiner fast manischen Spielleidenschaft und einer hohen Favorisierung von rücksichtslos kämpfenden Medienhelden äußert; das Kind droht mehr und mehr in eine nahezu ausweglose Dilemmasituation zu geraten.

3 Zu den Konsequenzen – Umfassende Handlungskonzepte sind notwendig

Bei der Vermittlung von Medienkompetenz kommt vor allem den Eltern die größte Verantwortung zu. Eltern sind jedoch, wie die Panelstudie zeigt, auf diese Rolle oft nur schlecht vorbereitet und selbst kaum als medienkompetent einzustufen. Fehlt es aber an Kompetenz im Umgang mit Medienangeboten, an Kenntnissen über Produktionsbedingungen sowie über multimediale Kommerzialisierungsstrategien der Medienanbieter – kurz an Medienkompetenz im Allgemeinen – besteht eindeutig

¹⁹ Z.B. Asthma, Epilepsie oder auch die durch massive Gewalteinwirkung des ehemaligen Lebensgefährten der Mutter herbeigeführte und mit schweren Entwicklungsrückständen verbundene Traumatisierung des Kindes, mangelnde Schulfähigkeit etc.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



insbesondere für sozial benachteiligte Familien Handlungsbedarf; denn sie stehen, wie die vorliegende Studie deutlich gemacht hat, unter einem erhöhten Problemdruck, gleichzeitig haben sie aber durchgängig ein geringes Problembewusstsein und sie verfügen über geringere Ressourcen zur autonomen Bearbeitung der vorhandenen Probleme. Diese Familien bedürfen daher der gesellschaftlichen Aufmerksamkeit und Verantwortung in besonderem Maße. Soziale Konzepte zur Veränderung der Situation sozial benachteiligter Kinder bzw. zu einer Hilfestellung, die eine gelingende (Medien-)Sozialisation befördert, setzen, wie die Studie deutlich zeigt, allerdings mehr voraus als es etwa medienpädagogische Projekte – so wichtig diese auch sind – vermögen. Vielmehr ist es dringend nötig, wie auch die Ergebnisse des 12. Kinder- und Jugendberichts der deutschen Bundesregierung deutlich machen, Konzepte zu entwickeln, in deren Umsetzung alle beteiligten Stakeholder – von Kindergärten und Schulen über Familienämter und Einrichtungen des Kindes- und Jugendwohls bis hin zu Jugendhilfe- und zu Elternbildungseinrichtungen – miteinbezogen werden.

Die vorliegende Studie zeigt, dass gesellschaftlicher Handlungsbedarf auf vielfältigen Ebenen besteht. Es bedarf großer finanzieller Anstrengung der Gesellschaft – aber nicht nur dies –, um Kindern in sozial benachteiligten Familien das ihnen wie anderen Kindern zustehende Recht auf Entwicklung, Integration und Partizipation zu gewährleisten. Es ist überfällig, Konstellationen zu schaffen, die die Einlösung dieses Rechtsanspruchs ermöglichen.

Literatur

Paus-Hasebrink, I./ Bichler, M. (2008) Mediensozialisation. Theoretische Fundierung und Fallbeispiel sozial benachteiligte Kinder. Wien: Österreichischer Studienverlag.

Charlton, M./ Neumann, K. (1986) Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Fallbeispielen. München/Weinheim: Psychologie Verlags Union.

Weiß, R. (2000) „Praktischer Sinn“, soziale Identität und Fern-Sehen. Ein Konzept für die Analyse der Einbettung kulturellen Handelns in die Alltagswelt. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 48. Jg., Heft 1, S. 42-62.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Medienarbeit mit Heranwachsenden aus sozial benachteiligten Milieus

Kathrin Demmler, JFF – Institut für Medienpädagogik

Die zentrale Frage lautet: Was muss die Medienpädagogik wissen, um soziokulturelle Benachteiligungen auszugleichen? Um diese Frage zu beantworten müssen die Zielgruppen medienpädagogischer Arbeit (Jugendliche, pädagogisch Tätige und Erziehende) im Hinblick auf ihre Bedeutung in der Sozialisation beleuchtet werden. Dabei sind folgende Besonderheiten zu berücksichtigen:

- Die *Peergroup* ist der zentrale Ort, an dem mediale Fähigkeiten und Fertigkeiten erweitert und Interessen verbreitet werden.
- Im *pädagogischen Umfeld* liegt das Hauptaugenmerk meist auf der Vermittlung von Bedienfertigkeiten und Regeln.
- *Eltern* sehen Medien oft als jugendeigenes Thema und vor allem Computermedien unter dem Fokus der Bildungsausstattung.

Im Folgenden sollen diese drei Zielgruppen näher betrachtet und Möglichkeiten der medienpädagogischen Arbeit mit und für diese Zielgruppen vorgestellt werden.

1 Zielgruppe: Jugendliche

Medienpädagogische Aufgaben im Kontext

Im medienpädagogischen Kontext befinden sich Jugendliche in folgenden Spannungsfeldern, die in Konzepten und Projekten zu berücksichtigen sind:

- **zwischen Freiwilligkeit und Verbindlichkeit:** Medienpädagogische Projekte und insbesondere Projekte der aktiven Medienarbeit sind auf Freiwilligkeit ausgerichtet. Sie verfolgen das Ziel, Jugendliche zu emanzipieren und ihnen Medien zum Ausdruck ihrer Interessen und Bedürfnisse an die Hand zu geben. Gleichzeitig sind viele Projekte so angelegt, dass sie eine gewisse Kontinuität erfordern. Die damit notwendige Verbindlichkeit lässt sich oft in Situationen der außerschulischen Jugendarbeit nicht gut herstellen. Für medienpädagogische Projekte ist es somit wichtig, den Ort der Projekte gezielt zu wählen und eine Ausgewogenheit zwischen der



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





gewünschten Freiwilligkeit und der erforderlichen Verbindlichkeit zu finden.

- **zwischen Überforderung und Reduzierung:** Gerade in der Arbeit mit Jugendlichen aus bildungsbenachteiligtem Milieu ist eine sensible Auswahl an Themen und Inhalten sehr wichtig. Jugendliche engagieren sich gerne mit Medien und können somit in entsprechenden Projekte auch gut mit hohen inhaltlichen, technischen und strukturellen Anforderungen umgehen. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass zu viele Anforderungen zu einer Überforderung führen, die dann in Frustration münden kann.
- **zwischen Medienproduktion und Sozialarbeit:** Medienpädagogische Arbeit hat immer die Aufgabe eine sinnvolle Balance zwischen Prozess- und Produktorientierung zu finden. Dies gilt um so mehr, wenn es sich um Jugendliche aus bildungsbenachteiligtem Milieu handelt. Einerseits bietet sich das Bearbeiten von Themen auch dazu an, sehr nah an der Lebenswelt und den Problemen der Jugendlichen zu arbeiten, andererseits sollen die Jugendlichen Medien als ihr Ausdrucksmittel fern von pädagogischen Interpretationen kennen lernen.

Integrative Medienprojekte

Medienprojekte können allen Jugendlichen Zugänge zu Themen und Techniken bieten und aufgrund der großen Faszination von Jugendlichen für Medien integrativ wirken. Wichtig ist es dann unterschiedliche Interessen und Handlungsmöglichkeiten im Hinblick auf Themensetzungen, Ausschreibungsmodalitäten und Zeitabläufe zu berücksichtigen.

Ein Beispiel für die integrierende Wirkung von Medienprojekten ist das Sonderthema der JuFinale 2008. Auf der JuFinale 2008 wurde ein Sonderpreis an Filme vergeben, die sich mit dem Thema „Nur in der Fremde ist der Fremde fremd“ befassen. „Nur in der Fremde ist der Fremde fremd“ – so oder so ähnlich lautete nicht nur ein Spruch von Karl Valentin, sondern auch der Titel eines Films, der auch auf der JuFinale 1998 lief. Themen wie Ausgrenzung und Rassismus sind leider nach wie vor aktuell. Was bedeutet Integration? Was ist fremd, was ist vertraut? Warum werden Menschen aufgrund ihrer Hautfarbe, ihrer Nationalität oder ihres Glaubens ausgegrenzt? Wie kann das Zusammenleben gelingen? Wo gibt es Beispiele für eine gelungene kulturelle Vielfalt? Weitere Informationen zur JuFinale und zu den Sonderthemen gibt es unter www.jufinale.de



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Zielgruppenspezifische Medienprojekte

Medienprojekte können aber auch gezielt individuelle Interessenschwerpunkte von Jugendlichen aus bildungsbenachteiligtem Milieu hinsichtlich Medien und Inhalten aufgreifen und somit den spezifischen Interessen und Bedürfnissen dieser Jugendlichen gerecht werden. Ein Beispiel dafür sind die 2008 modellhaft vom JFF durchgeführten Web 2.0-Werstätten. Im Rahmen der fünften Konvergenz-Studie wurden im Jahr 2008 Web 2.0-Werkstätten als Praxis-Maßnahmen an zwei Münchner Hauptschulen implementiert. Ziel der Web 2.0-Werkstätten war es, Rahmenbedingungen für die Thematisierung aktueller jugendrelevanter Fragestellungen rund um Multimedia und Internet zu schaffen, zu erproben und zu evaluieren sowie in diesem Kontext jugendliche Nutzungsgewohnheiten zu beobachten. Die Werkstätten eignen sich hervorragend dazu, Interessen und Bedarfe bei den Jugendlichen, den Institutionen sowie den pädagogisch Tätigen festzustellen, die anschließend in den Qualifizierungsmodellen medienpraktisch aufgegriffen, umgesetzt und erprobt werden können. In den zwei modellhaften Werkstätten erstellten die Jugendlichen eigene Weblogs bzw. Seiten in *myspace*, auf denen sie sich, ihre Klasse und ihre Interessen darstellten. Die Rückmeldung der Jugendlichen und der Lehrkräfte war sehr positiv. Eine Fortführung dieser Projektform im Jahr 2009 ist geplant.

2 Zielgruppe: Pädagogisch Tätige

Medienpädagogische Aufgaben im Kontext

Pädagogisch Tätige befinden sich in folgenden Spannungsfeldern, die in Konzepten und Projekten zu berücksichtigen sind:

- **Alltag und Engagement:** Pädagogisch Tätige sind in ihrem Arbeitsalltag stark eingespannt. Oft haben sie in ihren Teams mit langfristig nicht besetzten Stellen zu kämpfen, müssen in schlecht bezahlten Stellen viele Überstunden machen und werden für viel privates Engagement nicht entlohnt. Dies alles gilt in besonderem Maße für pädagogisch Tätige, die mit bildungsbenachteiligten Jugendlichen arbeiten.
- **Zielgruppenkenntnis und Vorurteile:** Medienpädagogisch Tätige können Projekte oft mit dem Vorteil starten, völlig unbefangen an die Zielgruppe heranzutreten. Die Arbeit bietet viel Konfliktpotenzial, so dass eine vernünftige Balance zwischen ausreichen-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





der Vorinformation und der Offenheit für neue Eindrücke erreicht werden kann.

- **Überforderung und Förderung:** Ebenso wie für die Jugendlichen gilt auch für pädagogisch Tätige, dass Überforderung und Förderung sich die Waage halten müssen. Um Nachhaltigkeit zu gewährleisten, müssen die Projekte so angelegt sein, dass die pädagogisch Tätigen möglichst viel selbst in die Hand nehmen können. Andererseits ist es aber auch wichtig, gerade in einem ersten Medienprojekt ein gutes, für alle zufriedenstellendes Ergebnis zu erzielen, um den Elan, den die Produktpräsentation mit sich bringt, spüren zu lassen.

Angebote für pädagogisch Tätige

Medienpädagogische Angebote werden bei pädagogischen Institutionen stark nachgefragt, besonders erfolgreich sind multifunktionale Modelle, die sowohl Materialien, Fortbildungen, Medienprojekte als auch Hospitation anbieten. Ein Beispiel für ein solches Modell sind die Handyangebote des JFF. Schon im fünften Jahr veranstaltet das JFF den Handyclip-Wettbewerb. Bundesweit haben Jugendliche die Möglichkeit, mit selbstproduzierten Clips für die mobilen Datengeräte ihre Kreativität zu zeigen. Daneben bietet das JFF eine Reihe weiterer Projekte an, um die Möglichkeiten dieser "Überall-Geräte" auszuloten. Erneut wird das JFF dabei von *O₂* unterstützt. Insgesamt können somit Workshops in Bayern und Einheiten bundesweit angeboten werden. Auch der Wettbewerb soll eine noch breitere Zielgruppe erreichen. Unter dem Motto "Nah dran" führt das JFF diesen Handyclip-Wettbewerb bereits zum fünften Mal gemeinsam mit *LizzyNet.de* und *netzcheckers.de* durch. Zusätzlich werden im Jahr 2009 Handyclip-Days in der *O₂ World on tour* und zahlreiche Informationsveranstaltungen für Eltern und pädagogisch Tätige veranstaltet.

3 Zielgruppe: Eltern

Medienpädagogische Aufgaben im Kontext

Eltern befinden sich in folgenden Spannungsfeldern, die in Konzepten und Projekten zu berücksichtigen sind:

- **Kulturunterschiede und Themen:** Aufgrund des Zusammenhangs zwischen Bildungsbenachteiligung und Migrationshintergrund er-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





geben sich gerade in der Elternarbeit viele Probleme aber auch Chancen. Einerseits ist es schwierig, die Eltern mit unserem Verständnis von Medienerziehung zu erreichen. Viele pädagogische Hintergrundinformationen sind für diese Eltern nicht zugänglich bzw. nicht nachvollziehbar, da in anderen Ländern ein anderer Umgang mit den Medien vorherrscht, bspw. dem Fernsehen als Nebenbeimedium. Andererseits ergeben sich aus den kulturellen Unterschieden spannende Ansätze für Projekte. So können Eltern den Jugendlichen Geschichten aus ihren Heimatländern erzählen, die die Jugendlichen dann weiterbearbeiten können.

- **Sprachbarrieren und Informationsbedürfnis:** Eltern mit Migrationshintergrund möchten ebenso gut über die Medienaneignung ihrer Kinder informiert sein wie in Deutschland verwurzelte. Allerdings ist dafür die sprachliche Verständigung grundlegend. Es ist also unabdingbar Materialien und Informationen in verschiedenen Sprachen zur Verfügung zu stellen und multilinguale Pädagoginnen und Pädagogen zu beschäftigen.

Angebote für Eltern

Medienerziehung ist ein wichtiges Thema für Eltern. Um möglichst viele Eltern zu erreichen, ist ein breites Spektrum an Angeboten nötig, das von Materialien über Elternabende bis hin zur Präsentation, der von Kindern und Jugendlichen geschaffenen Medienprodukte im Rahmen von Elternveranstaltungen reichen muss. Eine Beispiel ist das Projekt *FLIMMO*. *FLIMMO* bietet Informationen zu Fernsehsendungen, die Kinder interessieren. Auf den Seiten von *FLIMMO Online* finden Sie neben Sendungsbesprechungen auch medienpädagogisches Know-how, Ratschläge und Tipps zur Fernseherziehung sowie Interessantes rund ums Thema Fernsehen - nicht nur für Kinder. *FLIMMO* erscheint drei Mal im Jahr auch als Broschüre. Ziel des *FLIMMO* ist es, Eltern und Erziehenden die Sichtweisen von Kindern auf Fernsehangebote leicht verständlich nahe zu bringen und ihnen Mut für eine Fernseherziehung zu machen, die die Kompetenz der Kinder fördert.

4 Fazit

Im Zusammenhang mit Jugendmedienprojekten, d.h. mit Aktivitäten mit der Peer-Group können die jeweils anderen Zielgruppen des sozialen Umfelds ebenfalls am besten erreicht werden:



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

- Hospitation mit pädagogisch Tätigen statt Schulung
- Elternpräsentation statt Elternabend

Medienpädagogik kann dann zum Ausgleich sozio-kulturell grundlegender Benachteiligungen beitragen, wenn sie folgende Angebote macht:

- Eltern zielgruppengerecht informieren
- Pädagogisch Tätige schulen
- Jugend-Medienprojekte initiieren



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshops 4

Prof. Friederike Tilemann (PH Zürich)

1 Vorträge

In ihrem Vortrag zum Medienumgang von sozial benachteiligten Kindern im Kindergartenalter stellte Professorin Dr. Paus-Hasebrink die Ergebnisse ihrer Langzeitstudie vor. Zu ihrer Fragestellung nach der Relevanz der Medien im Verhältnis zu anderen Sozialisationsfaktoren in sozial benachteiligten Familien erläuterte sie Studienergebnisse, die in ihrer Dramatik berührten und die Frage nach wirksamen Unterstützungsmöglichkeiten für diese Kinder und ihre Familien aufwarfen.

Anschließend berichtete Kathrin Demmler vom JFF über produktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Sie beleuchtete spezifische Aspekte, die im Rahmen der Modellprojekte eine wichtige Rolle spielen: die Rolle der Medienpädagog/innen, das Spannungsfeld, in dem die Jugendlichen sich in diesen Projekten befinden (z.B. zwischen Freiwilligkeit und Verbindlichkeit, zwischen Überforderung und Reduzierung), der Charakter der Projekte (zwischen integrativ und zielgruppenspezifisch), den Umgang mit den neuen Medien (bestimmte Angebote werden gar nicht genutzt, warum?), das Zutrauen, das pädagogisch Tätige zu Jugendlichen haben und der Einbezug der Eltern in Jugendmedienprojekte. Ihre Ausführungen veranschaulichte sie durch Beispiele jugendlicher Produktionen und brachte damit die Sicht der Jugendlichen mit Hilfe fesselnder Eigenproduktionen in die Diskussion ein.

2 Diskussion

Die durch die beiden Vorträge angeregte Diskussion verlief sehr engagiert und konzentrierte sich auf folgende Bereiche:

Fokus: Ressourcen

Sowohl in den beiden Vorträgen der Referentinnen als auch in der Diskussion trat der Aspekt deutlich hervor, dass die strukturellen Ressourcen für eine pädagogische Förderung von Kindern und Jugendlichen grundsätzlich zu knapp sind. Die Familien benötigen eine stärkere Zuwendung durch Familienhilfe und Medienpädagogik, damit sie ihre Problemlagen bewältigen und die Heranwachsenden in ihrer Entwicklung von Medienkompetenz angemessen unterstützen können.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Fokus: Jüngere Kinder und ihre Familien

In der Diskussion um die Mediennutzung von jüngeren Kindern wurde besonders der familiäre Medienumgang von Familien aus sozial benachteiligten Milieus thematisiert. Die Rolle der Eltern ist hierbei entscheidend. Bei ihnen ist häufig nur ein geringes Problembewusstsein ausgebildet.

Eltern haben subjektive Legitimationsstrategien für die Mediennutzung ihrer Kinder. Ihre Kinder erleben eine überwiegend verhäuslichte, medienzentrierte Kindheit, die ihnen als Schutzraum vor der als für Kinder gefährlich angesehenen Außenwelt dienen soll. Zudem ist es für die finanziell schlecht gestellten Familien eine kostengünstige Freizeitbeschäftigung. Trotz häuslicher Isolation sind beteiligen sich die Kinder an medienbezogener Folgekommunikation. Hierbei sind Geschwister und Peers in Kindergarten und Schule die Ansprechpartner/innen.

Arbeitslosigkeit der Eltern und häusliche Isolation der Kinder haben feststellbare psychosozial-gesundheitliche Folgen, denen bislang zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet wurde. Die Studie von Professorin Dr. Paus-Hasebrink zeigte, dass die Problematik erst im Schuleintrittsalter auffällig wurde. Die Kinder erleben teilweise tragische Familiensituationen, aus denen sie für eine Zeit zu flüchten versuchen (vor allem mithilfe des Mediums Fernsehen). Mit dem Beginn des Schuleintritts wird der Computer als notwendiges Bildungsmedium angesehen und hält somit schnell Einzug in die Familie.

Die sozial benachteiligten Familien brauchen mehr sozial- und medienpädagogische Begleitung, jedoch stehen nur unzureichende strukturelle Ressourcen zur Verfügung. Es ist eine Zusammenarbeit zwischen Schule, Kindergarten und Jugendhilfe erforderlich.

Fokus: Eltern- und Familienarbeit

Die Hilfe für die Eltern muss niederschwellig konzipiert sein, da die „Ämterangst“ sehr verbreitet ist. Für die Elternbildung dieser Zielgruppe bieten u.U. das Internet mit seinen anonymen, schnell zugänglichen Möglichkeiten besondere Chancen. Neben der notwendigen Elternarbeit benötigen die Kinder dringend Unterstützung bei ihrer medialen Sozialisation. Hier kommt dem Kindergarten, bzw. der Schule eine besonders hohe Verantwortung zu. Sie sind für die Kinder der Zugang zur Aussenwelt und der Bildungsort. Medienpädagogische Förderung



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

hat über diese Institutionen die Chance, auch diese Kinder zu erreichen, zu begleiten und zu fördern.

Erfolgreiche Elternarbeit setzt voraus, dass Erzieher/innen und Lehrer/innen entsprechend ausgebildet werden, um diese Aufgabe wahrnehmen zu können. Dazu gehören sowohl erwachsenbildnerische als auch medienpädagogische Qualifikationen. Auch für Sozialpädagoge/innen ist eine medienpädagogische Ausbildung unabdingbar.

Über die Arbeit mit Medien kann ein Zugang zu den Kindern und Jugendlichen sozial benachteiligter Familien gewonnen werden, in Zusammenarbeit mit anderen Stellen können die Familien dann weitergehend unterstützt werden. In den Projekten von Katrin Demmler hat sich gezeigt, dass dieser Zugang besonders gut über Angebote der produktiven Medienarbeit erreicht werden kann, in denen Medien zum Selbstaussdruck und zur Darstellung der persönlichen Situation eingesetzt werden können (Beispiel: der Film „Klischees“ (30 min.) vom Bayerischen Jugendfilmfestival JuFinale 08).

Es werden ausreichend Ressourcen für die Unterstützung der Familien in sozial- und medienpädagogischer Hinsicht benötigt. Hierbei ist es notwendig, dass die Familien nicht nur eine isolierte Hilfe mit dem Fokus auf einen Problembereich erhalten. Es braucht zur Ressourcenoptimierung vielmehr die Zusammenarbeit von sozialpädagogischer Betreuung, medienpädagogischer Elternbildung, Gemeinwesenarbeit und Stadtteilarbeit im lokalen Bereich. Dazu ist eine Netzwerkbildung zwischen den verschiedenen im sozialen Bereich engagierten Institutionen notwendig.

Fokus: Jugendliche

Jugendliche nutzen die Medien unter anderem zur Bearbeitung ihrer sozialen Realität. Ein Ziel medienpädagogischer Arbeit sollte es sein, Jugendliche zu befähigen, die Medien als Selbstaussdruck und zur Publikation der sie benachteiligenden Misstände zu nutzen.

Fokus: Medienprofis

Aus den Diskussionen über die Förderung der Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen entbrannte eine engagierte Auseinandersetzung um die Verantwortung der Medienindustrie (speziell die Privatsender) für ihr Medienangebot. Da wurde das Spannungsfeld zwischen künstlerischer Freiheit, Jugendmedienschutz und Meinungsfreiheit deutlich. Hierbei geriet auch die Professionalität der Produzierenden in das Blickfeld. Es zeigte sich das Bedürfnis, diese stärker für medien-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

pädagogischen Themen zu sensibilisieren. Die Vorschläge reichten von Weiterbildungsveranstaltungen für die Medienprofis bis hin zu der Frage, wie man für sie Gelegenheiten schaffen könne, medienpädagogische Forschungsergebnisse kennen zu lernen, die ihre alltägliche Arbeit in der Form befruchten könnte, dass ihre Medienangebote sensibler für diese Zielgruppe gestaltet werden können.

In der angeregten Diskussion stand die schwierige Lebensrealität von jungen Kindern und Jugendlichen im Zentrum, wo sie doch sonst allzu häufig in den Hintergrund gerät. Es zeigte sich, wie dicht verwoben sozialpädagogische Arbeit und medienpädagogische Unterstützung und Kompetenzförderung Hand in Hand gehen müssen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Workshop 5

Die Welt erlesen: Lese- und Medienkompetenz in der frühen Bildung

Neun Thesen zum Lesen

Prof. Dr. Bernd Schorb, Universität Leipzig

1. Lesen, d.h. das Erkennen und Verstehen von Schrift, ist und bleibt die wichtigste Kulturtechnik.

Es ist die Voraussetzung der Abstraktion vom Einzelnen, der Bildung und Weiterentwicklung von Wissen und der Tradierung der Erkenntnisse der Menschheit. Die Beherrschung dieser Kulturtechnik ist zugleich die Voraussetzung einer aktiven Teilnahme an der menschlichen Zivilisation und Kultur.

2a. Allerdings: Lesen heißt nicht zugleich Verstehen bzw. das Gelesene reflektieren.

Wir lernen meist schon in der Schule Lesen als Wiedererkennen. Auch Lesen von Schrift kann sich im Wiedererkennen erschöpfen.

(Das Lesen von Boulevardzeitungen im Wiedererkennen von Signalen, schriftlichen und bildlichen Parolen unter sparsamster Verwendung von Vokabular; das Lesen von Erfolgsbüchern im Wiedererkennen ideologischer Formeln zur Vertuschung der Lebensvielfalt.)

2b. Lesen ist Voraussetzung der Teilhabe an Gesellschaft aber nicht an sich schon von Wert.

3. Lesen dient im Idealfall nicht nur dem Verstehen, sondern auch der Kommunikation.

Das Gelesene wird in die Interaktion mit anderen Menschen eingebracht und vertieft und bereichert diese, im privaten, im beruflichen und generell im sozialen Umfeld.

Gelesenes als Erlesenes, Verstandenes schafft Menschen die Möglichkeit, sich gestaltend und handelnd an der sozialen Kommunikation zu beteiligen, gerade auch unter Einbezug der Medien als Kommunikatoren.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





4. Die Mediatisierung der Welt hat die Bedeutung des Lesens nicht verringert.

Wissen und Denken über Medien sind ohne Schrift nicht möglich. Der Computer macht deutlich: Ohne seine Schriften lesen zu können, kann ich ihn nicht bedienen. Zum Programmieren wurden sogar eigene Sprachen – in lateinischer Schrift – entwickelt, die beherrscht werden müssen.

5a. Allerdings ist mit den Medien die Tendenz zur Verbildlichung, zur Ikonisierung und damit zur Reduktion von Bedeutung verbunden.

Wir sind in aller Welt von den gleichen Ikonen umgeben, die uns bekannte Informationen wiederholen. (hier ist eine Fußgängerzone, hier ein Sportplatz, jetzt kommt Reklame im Fernsehen...)

5b. Auch die Seiten des Internet, besonders die für Kinder werden mit einfach wiedererkennbaren Ikonen gestaltet.

Das kann dazu führen, dass Nachvollziehen Priorität erhält vor Suchen und Entdecken, dass Lesen und Reagieren in eine Folge gebracht werden, statt Lesen und Handeln.

6a. In Umgebungen, in denen nachvollziehendes Handeln (in den so gepriesenen neuen Dienstleistungsjobs oder am Fließband) von primärer Bedeutung ist, wird verstehendes Lesen wenig gefördert, weil es auch keine Alltagsbedeutung hat.

Hier finden wir bereits heute den funktionalen Analphabetismus, nur das, was als Verwertbar wiedererkannt wird, wird auch gelesen.

6b. Der Fixierung dieses Trends kommt die Mediatisierung entgegen.

In den Familien dieses Milieus, weitgehend sind dies (auch) Migrantenfamilien, wird auf die Förderung verstehenden Lesens kaum Wert gelegt werden.

7. Leseferne der Eltern führt zu Leseferne der Kinder.

Die Vereinfachung der Wahrnehmungsmöglichkeiten durch die Priorisierung der Bilder kann sich in allen Milieus auswirken.

Wer ohne Lesemotivation aufgewachsen ist und die Welt primär funktional wahrnimmt, wird Lesen auf das Entschlüsseln beruflich notwendiger oder unterhaltender Informationen beschränken, gleichrangig oder auch untergeordnet dem Entschlüsseln audio-visueller Signale.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

8a. Wenn sich die Förderung kindlichen Lesens durch Vorlesen auf das Reproduzieren von Vorgaben beschränkt, so wird nicht das Lesen als Verstehendes, sondern als Nachvollziehendes gefördert.

8b. Der richtige Ansatz, Vorlesen als zweiseitige Kommunikation, als Entdecken und Wiederentdecken von Neuem und Bekanntem, als Schulung der Fantasie und als gegenseitige Versicherung von kommunikativer und emotionaler Nähe zu fördern, impliziert die Entwicklung pädagogischer Modelle, die an den Lese- und Medienerfahrungen sozialer Milieus anknüpfen.

9a. Leseförderung als Förderung der noch immer wichtigsten Kulturtechnik bedeutet nicht in erster Linie die Förderung des Wiedererkennens von Schriftzeichen.

9b. Medienpädagogische Modelle der Leseförderung müssen unter Bezug auf die Bedingungen der Lebenswelt der zu Fördernden Lesen und Schreiben (!) vermitteln, als Fähigkeit zum Verstehen von Welt, zur Abstraktion vom Einzelnen und Erkennen von Zusammenhängen, zur Entwicklung von Wissen und Fantasie und zur Kommunikation mit anderen im nahen und weiten Lebensumfeld.

9c. Dabei kommt es auf das Ziel an, nicht auf die Medien, die zum Zwecke dieser Förderung eingesetzt werden.

(z.B. bietet die Entwicklung eines Filmes vom Verfassen des Drehbuchs bis zur Präsentation als Videoblog all die genannten Möglichkeiten)



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



Kinder lieben Bücher: Das Projekt *Buchstart Hamburg*

Nina Kuhn, Projekt *Buchstart*

Die kulturelle Frühförderung wird in Deutschland erst seit wenigen Jahren als wichtig und notwendig erachtet. Andere Länder sind in diesem Bereich schon viel weiter. Die Freie und Hansestadt Hamburg hat sich an einem britischen Vorbild orientiert – und mit dem Projekt *Buchstart* neue Maßstäbe für Deutschland gesetzt.

Von der Idee zum Konzept

Im Rahmen des Kongresses *Kinder zum Olymp!*, der von der Kulturbehörde Hamburg in Zusammenarbeit mit der Kulturstiftung der Länder vom 22.-24. September 2005 in Hamburg organisiert wurde, präsentierten sich die interessantesten europäischen Projekte zur Kinder- und Jugendkultur, darunter auch die britische Buchkampagne *Bookstart*.

Bookstart Großbritannien ist ein seit 1992 bestehendes, inzwischen landesweites (England, Schottland, Wales und Nordirland) Programm, das in Zusammenarbeit mit lokalen und kommunalen Partnerorganisationen (Gesundheitsdienste, Bibliotheken u.a.) jedes Kind bis 4 Jahre mit kostenlosen Büchern und Leseempfehlungen versorgen will. Im Jahr 2005 erreichte *Bookstart* 90% aller britischen Babys. Die Finanzierung erfolgt durch private und öffentliche Gelder, u.a. ist auch das britische Regierungsprogramm zur Förderung von Kindern und Familien, *Sure Start*, mit einer hohen Summe beteiligt. Die inzwischen erreichte Finanzierungssicherheit ermöglichte es *Bookstart*, sein Angebot 2006 um zwei neue Pakete für ältere Kinder zu erweitern und somit jährlich bis zu 2,1 Millionen Kinder und deren Familien zu erreichen.

Die *Bookstart*-Idee fiel in Hamburg auf fruchtbaren Boden. Es folgten verschiedene Gespräche, und schon wenige Monate nach dem Kongress gab die Kulturbehörde Hamburg grünes Licht für das Projekt *Buchstart Hamburg*. Eine Anschubfinanzierung wurde bereitgestellt, ein wissenschaftlicher Beirat aus Fachleuten und Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus ganz Deutschland berufen und ein Organisationsteam beauftragt.

Zunächst ging es darum, das *Bookstart*-Konzept inhaltlich und praktisch an die Hamburger Verhältnisse anzupassen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Die Anpassung des Projekts an Hamburger Verhältnisse: Ziele und praktische Umsetzung

Der Stadtstaat Hamburg zählte im Jahr 2006 bei rund 1,72 Millionen Einwohnern ca. 16.000 Geburten. 48% der Kinder haben einen Migrationshintergrund, und es zeichnete sich sehr früh ab, dass das Thema Mehrsprachigkeit für das Hamburger Projekt von großer Bedeutung sein würde. Die Tatsache, dass ca. 25 % der Hamburger Vorschulkinder einen erhöhten Förderbedarf in der deutschen Sprache (HAVAS-Untersuchung) haben, ließ die Ziele für das Hamburger *Buchstart*-Projekt klar werden.

Buchstart definierte sich als elementare Grundbildungskampagne für Hamburger Familien. Das Projekt wurde darauf angelegt, gerade auch bildungsferne Schichten zu erreichen und sie über das Bilderbuch an Lesekultur heranzuführen.

Die folgenden Ziele wurden für *Buchstart* definiert:

- Die Integration aller in Hamburg lebenden Familien, unabhängig von ihrer ethnischen und sozial-ökonomischen Herkunft
- Die Förderung der Eltern in ihrer maßgeblichen Aufgabe, für ihre Kinder die ersten und wichtigsten Lehrer zu sein
- Die Stärkung der Sprachkompetenz von Anfang an und damit Erhöhung der Teilnahmechancen im Bildungssystem
- Die Förderung verschiedener Entwicklungsbereiche der Kinder (sprachlich, kognitiv, sozial und emotional) durch angeleitete Übungseinheiten für Familien
- Die Erweiterung der familiären Ressourcen: Einbindung der Familien in die Bildungsinstitutionen und -möglichkeiten ihres Stadtteils
- Kooperationen und Netzwerkaufbau innerhalb des Stadtteils

Es wurde eine Projektlaufzeit von zunächst sechs Jahren vereinbart. Eine kürzere Laufzeit würde nach Ansicht aller Experten keinerlei nachhaltige Wirkung zeigen und auch der von Anfang an mitgeplanten wissenschaftlichen Evaluation zu wenig Daten liefern. Dank der sechsjährigen Laufzeit hingegen ist es den Wissenschaftlern möglich, die Entwicklung von *Buchstart*-Kindern bis in die ersten Grundschuljahre zu verfolgen, wovon sich das Projekt wichtige Erkenntnisse erhofft.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Die beiden praktischen Hauptschwerpunkte des Projektes sind

- Die **flächendeckende Verteilung eines Gratisbuchpakets** an alle Hamburger Familien mit Kindern im ersten Lebensjahr durch die Kinderärzte: Die Buchpakete enthalten neben Büchern auch medienpädagogische Anregungen und Informationsmaterial für Eltern.
- **Begleitende Angebote für Eltern und Kleinkinder in den Stadtteilen: *Gedichte für Wichte-Gruppen***. Das Konzept setzt auf die Kooperation mit bestehenden Einrichtungen und Anlaufpunkten für junge Familien. Dieser Ansatz bietet die Chance, Lese- und Sprachförderung bereits im Elternhaus zu unterstützen und so auch Kinder zu erreichen, die nicht institutionell betreut und gefördert werden.

Nach Monaten intensiver Vorbereitung nahm *Buchstart* Hamburg offiziell am 17. Januar 2007 seine Arbeit auf. In derselben Woche wurden die ersten 4.000 *Buchstart*-Taschen an die Hamburger Kinderarztpraxen ausgeliefert.

Beteiligung der Kinderärzte

Die Entscheidung, die *Buchstart*-Taschen über die Kinderärzte und nicht über Geburtskliniken zu verteilen, trägt in Hamburg entscheidend zum Erfolg des Projekts bei. Bis auf eine einzige Ausnahme unterstützen alle Hamburger Kinderärzte das Projekt und übergeben im Anschluss an die Vorsorgeuntersuchung U6 – zu der die Kinder 10-12 Monate alt sind – die *Buchstart*-Tasche den Familien. So unterschiedlich die Kinder in Hamburg auch aufwachsen – die frühkindlichen Gesundheitsuntersuchungen nehmen im ersten Jahr fast alle Eltern wahr. Auf diese Weise erreicht *Buchstart* 95% aller Hamburger Familien. Doch gibt es nicht nur logistische Gründe für diesen Verteilmodus. Ebenso wichtig ist die Bedeutung der Ärztin/des Arztes als Vertrauens- und Respektperson, denn die ärztliche Empfehlung und Beratung bei der Übergabe verstärkt die Wirksamkeit des Buchpakets nachhaltig.

Inhalt der *Buchstart*-Tasche

Der Inhalt der *Buchstart*-Taschen wurde nach verschiedenen Recherchen in sozialen Einrichtungen und Rücksprachen mit dem wissenschaftlichen Beirat des Projekts zusammengestellt. Die Befragung bildungsferner Familien ergab zunächst, dass Bücher als Geschenk für Einjährige zunächst als befremdlich empfunden wurden, aber dass die Familien sich



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

über ein Geschenk der Stadt ausgesprochen freuen würden. Das erste *Buchstart*-Paket enthielt daher folgende Materialien:

- Fingerpuppenbuch *Finn der Fuchs* von Klaartje van der Put, Carlsen Verlag
- Pappbilderbuch *Alle fahren mit* von Dunja Schnabel, Oetinger Verlag
- Grußwort des Bundespräsidenten
- *Buchstart*-Broschüre
- Weiterführende Leseempfehlungen in Kooperation mit der Zeitschrift *Eltern*
- Informationen über Förderangebote in Hamburg für Kinder bis 3 Jahre
- Gutschein für ein Jahr kostenloses Ausleihen von Büchern in den Hamburger Bücherhallen mit Infolyer
- Plakat, Aufkleber, Infopostkarte

Die Konzipierung und Gestaltung der *Buchstart*-Broschüre, die sich direkt an die Eltern wendet, war eine besondere Herausforderung. Für sie entwickelte der Hamburger Illustrator Ole Könnecke zwei Figuren, die wichtige Fragen rund um das Thema Bücher und Kleinkinder beantworten. Um bildungsfernere Familien besser erreichen zu können, sind alle Fragestellungen in Bildergeschichten ‚verpackt‘. Die Broschüre enthält ergänzend einen Text von Kirsten Boie, „Mit Kindern Bücher gucken“, und eine Auswahl an Fingerspielen, Kinderliedern und Kniereitern. Drei Übersetzungsbögen in Englisch, Dari und Türkisch liegen bei.

Logistik

Gruner+Jahr, Hauptförderer des Projekts, druckt die *Buchstart*-Materialien; gelagert werden sie in einer Halle des Drogerie-Unternehmens Budnikowsky. Die Bücher kommen von den Hamburger Verlagen Carlsen und Oetinger. Einmal im Quartal bestückt das *Buchstart*-Team zusammen mit ehrenamtlichen Helfern rund 4.000 *Buchstart*-Taschen, die dann in Kartons zu je 30 Stück per Kurier an die Hamburger Kinderärzte ausgeliefert werden. Diese Auslieferungen dienen gleichzeitig zur Kommunikation mit den Kinderärzten: Der ersten Lieferung lagen Mappen für Ärzte und Praxispersonal bei, die alle wichtigen Fragen zu *Buchstart* beantworteten und Anregungen für die



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Übergabe der Taschen an die Familien boten. Die zweite Lieferung wurde für eine Faxbefragung genutzt, mit dem Ziel, die Logistik von *Buchstart* zu optimieren. Mit der dritten Lieferung begann die wissenschaftliche Untersuchung des Projekts und damit die Verteilung der Fragebögen für Familien.

Evaluation

Die das Projekt begleitende Untersuchung wird durchgeführt von der Klinik und Poliklinik für Kinder- und Jugendpsychosomatik des Universitätsklinikums Hamburg-Eppendorf (UKE). Sie bezieht sich auf Fragen der Struktur, Prozess- und Ergebnisevaluation zum *Buchstart*-Programm in seiner Anwendung auf die Hamburger Zielgruppe und hat sich folgende primäre Ziele gesetzt:

- Die Verbesserung von strukturellen Voraussetzungen sowie Abläufen in der Umsetzung der Maßnahmen zur Optimierung der Programmwirksamkeit
- Der Nachweis von Qualität und Wirkung des Programms in Hamburg mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden
- Das Ablegen von Rechenschaft über die Verwendung der für das Programm bereitgestellten Gelder durch den Versorgungs- und Wirkungsnachweis.

Die ersten Ergebnisse, die seit Anfang des Jahres 2008 vorliegen, sind sehr ermutigend. Jede 7. Familie gibt an, durch die Anregungen von *Buchstart* das Vorleseverhalten innerhalb der Familie geändert zu haben.

Gedichte für Wichte:

Begleitende Eltern-Kind-Programme in den Hamburger Stadtteilen

Im April 2007 begann unter dem Namen *Gedichte für Wichte* ein das *Buchstart-Projekt* begleitende Eltern-Kind-Programm. In offenen wöchentlichen Treffen erkunden Kinder bis 3 Jahre gemeinsam mit ihren Eltern mit Hilfe von Bewegungsliedern, Reimen, Fingerspielen und Bilderbüchern die Welt der Sprache und der ersten Bilder. Die Gruppen werden professionell angeleitet, sind kostenlos und der Einstieg ist jederzeit möglich. Das *Lied der kleinen Wichte* bildet das Anfangs- und Abschlussritual. Sechs Hamburger Kinderbuch-Illustratoren haben mehrsprachige Gedichte- und Liederzettel gestaltet, die in den Gruppen vorgestellt und später verteilt werden.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Die *Gedichte für Wichte*-Gruppen wurden, finanziert durch das Senatsprogramm *Lebenswerte Stadt Hamburg*, zunächst in Stadtteilen mit besonderem Förderbedarf angesiedelt. Dabei wurde darauf geachtet, dass die Einrichtungen, in denen die Gruppen stattfinden, gerade bildungsferne und Familien mit Migrationshintergrund erreichen. Aus dem gleichen Grund wurden auch die Gruppenleiterinnen aus dem sozialen und kulturellen Umfeld der Zielgruppe ausgewählt und in einem eigens entwickelten Schulungssystem auf die Gruppenarbeit vorbereitet. Die Gruppenleiterinnen haben u.a. russische, türkische, polnische, albanische, kenianische und kurdische Wurzeln, so dass einige Gruppen zweisprachig stattfinden können.

Die regelmäßigen Treffen der Gruppenleiterinnen und Projektverantwortlichen sind wichtig als Coaching und für neue Motivation. Hier besteht Gelegenheit, Erfahrungen zu diskutieren und sich gegenseitig Tipps und Hilfestellung zu geben. Neue Bücher und Lieder werden vorgestellt und Fachreferenten halten Impulsreferate.

Zahlenmäßig sind *Gedichte für Wichte* ein Erfolg: Durchschnittlich nehmen etwa acht Mutter-Kind-Paare an jeder Sitzung teil, zu Spitzenzeiten können auch aber auch doppelt so viele sein. Von ursprünglich 12 Gruppen im April 2007 stieg die Zahl auf 35 Gruppen im September 2008, und ein Ende ist noch nicht in Sicht.

Außenkommunikation

Trommeln gehört zum Handwerk! Deshalb setzt *Buchstart* auf Öffentlichkeit und lokale und überregionale Vernetzung. Mit professioneller Pressearbeit, Aktionsständen auf Stadtteilstesten, Plakataktionen und anderen Mitteln macht *Buchstart* sein Anliegen publik.

Auf der Website www.Buchstart-hamburg.de gibt es umfassende Informationen zu *Buchstart*, auch auf Englisch, Türkisch, Russisch, Polnisch und Dari – sowie ‚Extras‘ wie die internationale Kinderreim-Datenbank und viele praktische Materialien zum Download.

Am 2. April 2007, dem Welttag des Kinderbuchs, fand beispielsweise ein hamburgweiter *Buchstart*-Tag statt. Dieser Tag bildete zugleich den Startschuss für die ersten *Gedichte für Wichte*-Gruppen. In den ca. 80 Drogeriemärkten der Hamburger Traditionsfirma *Budnikowsky* fand ein Gewinnspiel statt, über das internationale Kinderreime erfragt wurden. Die eingesandten Kinderreime bildeten dann später den Grundstock der internationalen Kinderreim-Datenbank der *Buchstart*-Website. Eine Lesung mit Kirsten Boie in der Kinderbibliothek und ein Vortrag des



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Hirnforschers Prof. Gerald Hüther im Gruner+Jahr Auditorium rundeten den 2. April ab – und trugen sehr zu dem Erfolg des Tages bei.

Mit einem Kofferraum voller Bilderbücher und einer großen roten Picknickdecke flitzte das grüne *Buchstartmobil*, ein mit dem *Buchstart*-Logo beklebter Mini Cooper, im Sommer 2007 von Spielplatz zu Spielplatz und von Kinderfest zu Kinderfest, um vor Ort für *Buchstart* und *Gedichte für Wichte* zu werben.

Resonanz und Ausblick

Schon im ersten Jahr seines Bestehens hat *Buchstart* viel Aufmerksamkeit erregt und erhält kontinuierlich interessierte Anfragen aus ganz Deutschland. Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, Frau Prof. Dr. Maria Böhmer, rief im Sommer 2007 in einem Empfehlungsschreiben die rund 400 Integrationsbeauftragten der Länder und Kommunen zur Nachahmung von *Buchstart* auf. Mit Erfolg: Als erste Partnerstädte starteten Celle, Filderstadt und Nienburg im Jahr 2008 mit ihrem *Buchstart*-Programm; Lüneburg und andere Städte beginnen 2009.

Auch eine Auszeichnung kann das Projekt bereits vermelden: *Buchstart* und *Gedichte für Wichte* wurden von der *Initiative Deutschland - Land der Ideen* als *Ausgewählter Ort der Ideen 2008* ausgezeichnet.

Ermutig von so viel Zuspruch, bereitet das *Buchstart*-Team gerade das zweite Buchpaket für zweijährige Kinder vor und freut sich auf weitere aufregende Entwicklungen.

Zusatzinformationen

Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Stefan Aufenanger, Institut für Medienpädagogik an der Johannes Gutenberg Universität Mainz/Stiftung Lesen, Prof. Dr. Dagmar Bergs-Winkels, Studiengang Bildung und Erziehung in der Kindheit an der Hochschule für Angewandte Wissenschaft Hamburg, Kirsten Boie, Kinder- und Jugendbuchautorin, Hamburg, Maren Elfert, Unesco Institut für lebenslanges Lernen, Hamburg, Prof. Dr. Ursula Neumann, Institut für International und Interkulturell Vergleichende Erziehungswissenschaften, Arbeitsstelle Interkulturelle Bildung an der Universität Hamburg, Regina Pantos, Arbeitskreis Kinder- und Jugendliteratur, München/Staatliche Fachschule für Sozialpädagogik, Berlin, Dr. Gabriele Rabkin, Landesinstitut für Lehrerbildung, Hamburg, Götz Plessing, Initiative Kinder zum Olymp, Berlin, Prof. Dr. Jens Thiele, Forschungsstelle Kinder- und Jugendliteratur an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Sponsoren

Freie und Hansestadt Hamburg, Senatsprogramm Lebenswerte Stadt Hamburg, Gruner + Jahr, Reederei Claus-Peter Offen, Bücherhallen Hamburg, Lloyd Fonds, e.on Hanse, Gemeinnützige Hertiestiftung, Budnikowsky, Budnianer Hilfe e.V., M.M. Warburg & Co., Mini Hamburg, Carlsen Verlag, Oetinger Verlag, Starbucks Coffee Deutschland.

Kontaktadresse

Buchstart
Literaturkontor c/o Bücherhallen Hamburg
Hühnerposten 1
20097 Hamburg
Tel.: 040-67956507
Fax: 040-67856509
E-Mail: info@Buchstart-hamburg.de
www.Buchstart-hamburg.de



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshop 5

Dr. Ida Pöttinger, Landesmedienzentrum Baden-Württemberg

Mein ABC

Ich lernte lesen auf Leibnitz-Keks
und fütterte die Lieblingspuppe
mit warmer
Großbuchstabensuppe.
Ich schrieb deinen Namen
aus Russisch-Brot
und aß dich auf.
Aus Hungersnot.

La_paula²⁰

Lesenlernen ist ein Thema, das seit einiger Zeit in Presse und Fernsehen wieder Konjunktur hat. So wird in den Nachrichten das Programm der Bundesregierung und *Stiftung Lesen* vorgestellt und auch Zeitschriften widmen sich in letzter Zeit dieser Materie. Vor über 30 Jahren war Lesenlernen zuletzt ein brisanter Stoff: In den 70er Jahren entwickelten in Südamerika Revolutionäre und Priester Alphabetisierungsprogramme, die der unterprivilegierten Bevölkerung anhand ihrer Alltagsinteressen das Lesen beibringen wollten. Heute wird eher das Buchstabieren in den Mittelpunkt des Interesses gerückt. In der Tat gibt es auch in unserer Gesellschaft Fragen, die sich nicht so leicht am Stammtisch beantworten lassen:

- Wie lernen Kinder auf Deutsch lesen, wenn ihre Eltern eine andere Sprache sprechen?
- Wie kann man eine Demokratie leben, wenn es immer mehr Analphabeten gibt?
- Tragen die Medien dazu bei, dass die Kulturtechnik ‚Lesen‘ in den Hintergrund rückt?
- Kennen wir nicht alle Kinder, vor allem Jungen, die überhaupt nicht lesen wollen?

²⁰ La_paula: Mein ABC. aus: Hrsg. Schill, W./ Linke, J./ Wiedemann D. (2004): Kinder & Radio, München: kopaed, S. 137; Wir danken der Verfasserin für die Zustimmung zur Verwendung.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Lesen oder Decodieren?

Auch Pädagoginnen und Pädagogen finden nicht sofort eine Antwort auf all diese Fragen. Wenn sich Medienpädagogen treffen, dann liegt es auf der Hand, dass sie erst einmal ihr professionelles Verhältnis zum Lesen klären müssen. In den letzten Jahren gab es durchaus viele Meinungen, die dem Thema keine Brisanz zubilligten: Lesen sei Dekodieren von Zeichen. Da Bilder auch aus Zeichen und Symbolen bestehen, sei es sinnvoller, Kinder zum Dekodieren anzuhalten, als sich auf die sehr eingeschränkte Art des Buchstabendecodierens zu beschränken. Gerade die Medien und besonders das Internet mit den Möglichkeiten des Hypertextes lade dazu ein, vernetztes Denken in vernetzten Strukturen abzubilden. So konstatieren Giesecke, Feske, Heibach und Münchow (2002): „Die Aufmerksamkeit wandert vom Leitmedium Buch und den interaktionsarmen monomedialen Kommunikationsformen hin zur Intermedialität, was ja nur ein anderer Ausdruck für das ökologische Zusammenwirken von Sprache, digitalen Bildern und dem leiblichen Verhalten sowie der zugehörigen Erkenntnis- und Kommunikationsformen ist.“²¹ Giesecke spricht von einem „posttypographischen Zeitalter“ und zieht eine gerade Linie von der Buchkultur zur Epoche der Medienkultur. Seiner Meinung nach werden in der Schriftkultur Zeichen von links nach rechts gesetzt, von oben nach unten. Die Zeichen müssen sukzessive in Bilder zurückverwandelt werden. Bei Texten wird der Leser/die Leserin linear geführt. Bei wissenschaftlichen Texten gibt es Gliederungen, bei denen Überschriften oder Zahlen für eine lineare Form sorgen. In der Medienkultur könnten statt Schrift Töne, Bilder, Fotos und Filme zur Veranschaulichung verwendet werden. Laut Giesecke werden Bilder simultan wahrgenommen. Lesen beginnt mit dem Lesen von Bildern. Die dreidimensionale Hypertextstruktur ist dem menschlichen Denken und Fühlen gemäßer. Decodieren lernen sei deshalb das Ziel und nicht Lesen lernen.

Um ein Beispiel zu nennen: Jeder Gedanke beinhaltet viele Nebenaspekte. Möchte man diesen Gedanken zu Papier bringen, dann müssen die unterschiedlichen Aspekte in eine hierarchische Ordnung gebracht werden. Die oder der Schreibende entscheidet, welcher Aspekt zuerst genannt wird und damit besonders wichtig erscheint. Die Möglichkeiten des Ausdrucks sind dadurch eingeschränkt: Wenn z.B. eine Gebrauchsanweisung geschrieben wird, dann wird eine Reihenfolge von Problemfeldern festgelegt. Außerdem werden Beschreibungen fast ausschließlich mit Zeichnungen oder Fotos ergänzt. Würde man die Gebrauchsanwei-

²¹ Zitat: http://www.michael-giesecke.de/visionen/dokumente/02_mythen_oekuloge/fließtext/Mythen_Versprechungen_Visionen.htm



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

sung im Internet veröffentlichen, so hätte man sowohl die Möglichkeit, durch Links immer tiefer in die Problemlagen einzutauchen und die Möglichkeit, über Videos oder akustische Beschreibungen den Sachverhalt zu erläutern. Außerdem hat eine multimediale Aufbereitung den Vorteil, dass die oder der ‚Lesende‘ viel stärker bestimmen kann, was sie/er lesen will, indem sie/er von Thema zu Thema springen kann.

Medien haben die Tendenz zur Verbildlichung, zur Ikonisierung und damit zur Reduktion von Bedeutung. Das schränkt einerseits die Ausdrucksvielfalt ein, kann in einer globalen Welt durchaus zur Kommunikation beitragen. Wir sind in aller Welt von den gleichen Ikonen umgeben, die uns bekannte Informationen wiederholen (hier ist eine Fußgängerzone, hier ein Sportplatz, jetzt ist der Lautsprecher ausgeschaltet ...).

All diese Vorteile des multimedialen ‚Lesens‘ oder Dekodierens erscheinen weit hergeholt, denn noch ist unsere Gesellschaft eher eine Büchergesellschaft und keine Multimediagesellschaft. Je nach Betrachtungsweise kann man froh darüber sein oder ärgerlich, denn die Büchergesellschaft ist tatsächlich darauf angewiesen, dass jede/r lesen kann. Eine Büchergesellschaft ist auch keine reine Selbstverständlichkeit: Lange genug haben Gesellschaften gebraucht, um diese Fähigkeit, die einen hohen Abstraktionsgrad verlangt, allen zu vermitteln. Mit dem Lesenkönnen (vor allem der lateinischen Texte) verband sich Ansehen und Macht, Insignien, die nicht gerne geteilt wurden. Insofern ist es plausibel, wenn von einigen MedienpädagogInnen die Meinung vertreten wird, dass eine multimediale Gesellschaft, in der das Lesen nur noch eine Form des Decodierens sei, eine Entwicklungsstufe rückwärts gehe.

Sie vertreten die Ansicht, dass das Lesen, d.h. das Erkennen und Verstehen von Schrift, die wichtigste Kulturtechnik bleiben wird. Lesen sei die wichtigste Grundlage für Bildung und Weiterentwicklung von Wissen sowie der Tradierung der Erkenntnisse der Menschheit. Die Beherrschung dieser Kulturtechnik sei zugleich die Voraussetzung einer aktiven Teilnahme an der menschlichen Zivilisation und Kultur. Lesen diene im Idealfall nicht nur dem Verstehen, sondern auch der Kommunikation. Das Gelesene wird in die Interaktion mit anderen Menschen eingebracht und vertieft und bereichert diese, im privaten, im beruflichen und generell im sozialen Umfeld. Gelesenes als Erlesenes, Verstandenes schafft Menschen die Möglichkeit, sich gestaltend und handelnd an der sozialen Kommunikation zu beteiligen, gerade auch unter Einbezug der Medien als Kommunikatoren.

Abgesehen von diesen gesellschaftspolitischen Überlegungen in Bezug auf die Wichtigkeit des Lesenlernens, ist es faktisch so, dass der größte Teil der multimedialen Kommunikation schriftlich ist, also keine gesell-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





schaftliche Mitwirkung möglich ist, ohne gut und sinnverstehend lesen zu können. Insofern ist es nicht verwunderlich, wenn sich MedienpädagogInnen, Lehrkräfte und LiteratInnen schnell darauf verständigen können, dass Lesen lernen wichtig ist für alle Länder, alle Schichten, alle Altersgruppen.

Der Prozess des Lesenlernens

Die wichtigste Voraussetzung für das Lesenlernen ist der Erwerb der Sprache.

Erst wenn die Dinge einen Namen haben und eine Art Grundgrammatik sitzt, kann mit dem Lesen begonnen werden. Je mehr Laute ein Kind zwischen dem 6. und 18. Monat erwirbt, desto leichter fällt ihm der Spracherwerb und desto intelligenter wird es, statistisch gesehen. Aber Sprache ist auch wichtig, um eigene Emotionen ausdrücken zu können. Die Entwicklung kann nach einem Überblick von Tracy (2002: 5) folgendermaßen beschrieben werden:

6 - 12 Monate	Silbenwiederholungen: dada, tatü, wauwau
1 - 1,5 Jahre	Einwortäußerungen: da, weg, Auto
1,5 - 2 Jahre	Zweiwortkombinationen: Tür auf, Mund zu, Mama weg
2 - 3 Jahre	Einfache Sätze: Wo ist der Ball?, Lola geh ins Haus!
3 - 4 Jahre	Komplexe Sätze: Ich warte, bis der Hund weggelaufen ist.

Wer nach dem 5. Lebensjahr eine andere Sprache als die seiner ersten Bezugsperson lernt, wird zumindest feine Unterschiede zur ‚Muttersprache‘ feststellen können. Erfahrungen aus der Schule zeigen, dass die Unterschiede hauptsächlich in vier Bereichen auftreten. Sprechen und Rechtschreibung beruhen auf Differenzierungsfähigkeiten (vgl. Breuer/Weuffen 2004):

- Akustisch-phonemische Differenzierung: Gegenüberstellung ähnlicher Begriffe wie Nadel-Nagel, Kanne-Tanne
- Artikulatorische Differenzierung: Nachsprechen von schwierigen Wörtern wie Haifischflosse, Postkutsche
- Melodische Differenzierung: Erproben von Satzmelodien wie Fragen, Befehle
- Rhythmische Differenzierung: Klatschen von Wörtern und Silben (wegen Silbentrennung und Silbenumstellungen im Deutschen).



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Viele Projekte, die im Zusammenhang mit dem Lesenlernen stehen, setzen also nicht beim Lesen an, sondern wesentlich früher: beim Sprechen lernen. Der Familie kommt von daher eine wichtige Rolle zu. Es kommt vor allem auf die Erwachsenen an, wie leicht ein Kind sich in der Welt der Wörter einlebt.

Schwierigkeiten können sich bei Kindern aus Migrationsfamilien zeigen, wenn die Eltern nur ihre eigene Sprache sprechen und nicht die Landessprache. Bestimmte Phoneme können dadurch nicht erlernt werden. Auch die Grammatik wird u.U. anders gelernt. Noch schwieriger wird es dann beim Lesenlernen. Was ist mit jenen Eltern, die nicht lesen und schreiben können, jenen, die nicht verstehen, was sie lesen und jenen, die keine Kinderbuchkultur haben, also niemals vorlesen würden?

- Laut *Die Welt Online*²² gibt es in Deutschland 4 Millionen funktionale Analphabeten, Tendenz steigend. Das ist erstaunlich für ein Land, das einmal als Land der Dichter und Denker galt und noch in der Nachkriegszeit jedes Kind durch Abschreiben von Texten, Gedichten und Sprichwörtern gequält wurde. Die Ursachen und Formen des zunehmenden Analphabetismus sind unterschiedlich:
- Man spricht von primärem Analphabetismus, wenn jemand weder lesen noch schreiben kann. Diese Form kommt wohl sehr selten vor.
- Unter sekundärem Analphabetismus versteht man die Tatsache, dass eine Person zwar Lesen und Schreiben gelernt hat, aber es im Laufe der Zeit wieder verlernt hat.
- Funktionale Analphabeten sind jene, die zwar manche Wörter wie z.B. den Namen und die Adresse schreiben können, aber im Alltag wie z.B. auf Formblättern den Sinn des Gelesenen nicht verstehen können. Sie können z.B. aufgrund der mangelnden Kenntnis der Sprache Kehle und Kelle oder Bahn und Bann nicht unterscheiden und deshalb keinen Inhalt erkennen.

Selbst die *Pisa-Studie* von 2006, die das Lesen in vielen OECD Staaten untersucht hat, weist Deutschland keine guten Plätze zu: Wir lagen mit den Leistungen genau im OECD-Durchschnitt. Bei der *Pisa-Studie 2008* zeigte sich bei der Lesekompetenz jedoch ein eindeutiger Aufwärtstrend.

²² http://www.welt.de/wissenschaft/article1167328/Wenn_sich_Fahrraeder_in_Farheder_vewandeln.html



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



Lesen in Deutschland

Die Bundesregierung hat ein Programm entwickelt, das in vielfältiger Weise Initiativen unterstützt, die das Lesen fördern. Die Zielgruppen der Initiativen geht von einjährigen Kindern über Migranten bis zu Fußballfans. Die Stiftung Lesen z.B. kooperiert mit Bibliotheken, Kinderärzten und Fußballvereinen und erhält Unterstützung von der Buch- und Presseindustrie sowie Schauspielern und Literaten.

Um nur einige Beispiele zu nennen:

ALFA-Mobil: Ein Bus bereist ganz Deutschland und verteilt Informationen des Informationsdienstes des Bundesverbandes für Alphabetisierung und Grundbildung.

F:A:N: (Fußball.Analphabetismus.Netzwerk) versucht über Fernsehserien, Online-Begleitung und Printmedien an den Interessen der Fangemeinden anzusetzen.

*Lesestart:*²³ Seit Sommer 2008 gibt es Lesefutter und Tipps rund ums Vorlesen direkt beim Kinderarzt. Kleinkinder und ihre Eltern erhalten im Rahmen der kinderärztlichen Vorsorgeuntersuchung U6 ein kostenloses, mehrteiliges *Lesestart*-Set, um schon früh das Lesen im Familienalltag zu verankern. Bis 2010 erhalten insgesamt 500.000 einjährige Kinder und ihre Eltern die kostenlosen *Lesestart*-Materialien. Zu dem Set gehört u. a. ein Bilderbuch, ein *ABC des Lesens*-Ratgeber für die Eltern, eine Buchempfehlungs-Broschüre der Zeitschrift Eltern, ein Poster und ein kleines Mitmach-Tagebuch, um die Lese- und Sprachentwicklung des Kindes festzuhalten.

Je früher Kinder die Gelegenheit haben, in faszinierende Bücherwelten einzutauchen, desto selbstverständlicher könnte ihr Umgang damit werden. Die Einjährigen können natürlich noch nicht lesen – sollen sie auch gar nicht, das lernen sie später in der Schule – aber sie nehmen Bücher mit all ihren Sinnen wahr: Sie fühlen, riechen, schmecken und spielen mit Büchern – sie ‚begreifen‘ sie im wahrsten Sinne des Wortes.

Hintergrund der Kampagne ist auch die Tatsache, dass 42 % der Eltern von Kindern im besten Vorlesealter unter 10 Jahren nur unregelmäßig oder gar nicht vorlesen. Zu diesem Ergebnis kam die Studie *Vorlesen in Deutschland* der Deutschen Bahn AG in Kooperation mit der Stiftung Lesen und der Zeitung *Die Zeit* im November 2007. *Lesestart* könnte dieses mangelnde Engagement in Aktivität umwandeln. Darüber hinaus stehen 20 % aller 15-jährigen Jugendlichen an der Schwelle zum so

²³ <http://www.lesestartdeutschland.de/>



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





genannten sekundären Analphabetismus. Das könnte eine Folge des mangelnden Bezugs zum Lesen sein.

*Buchstart*²⁴: Ähnlich wie bei Lesestart ging man in Hamburg mit Buchstart vor, wobei hier bereits 2008 der erste Evaluationsbericht zu dem vor einem Jahr gestarteten Leseförderprogramm vorgelegt werden konnte. Dabei gaben 95 Prozent der Eltern an, sich mit ihren etwa sechs Monate alten Kindern bereits Bilderbücher angesehen zu haben. Im statistischen Durchschnitt schauten sich die Eltern und Kinder täglich 12,1 Minuten gemeinsam ein Buch an. Die Umfragen ergaben auch, dass die Kinder im Wochendurchschnitt 3,4 Stunden Geschichten oder Lieder auf CD hören und 1,2 Stunden fernsehen. Begleitet wird die Buchausgabe durch gemeinsame Lesegruppen mit dem Namen *Gedichte für Wichte*. Viele Eltern und Kinder finden es die tollste Stunde der Woche: Sie treffen sich jeweils mit einer freiwillig arbeitenden Unterstützerin und haben Spaß an Sprache, Reimen und ersten Liedern, die sie mit den Kleinen üben. Es gibt besondere Angebote für Mütter mit Migrationshintergrund. Die Teilnahme ist kostenlos und unverbindlich.

Lesen in der multimedialen Welt

Leider gibt es kein Rezept, um die richtige Balance zwischen Nicht-Buch-Medien und Buch-Medien zu finden. Die Frage ist eher, welchen Stellenwert man dem Lesen gibt und wie wichtig man die Förderung nimmt.

- Kinder wachsen zwar multimedial auf, das Sprechen lernen beginnt jedoch sehr früh und ist eine Voraussetzung für die Lesekompetenz. Das bedeutet, dass bei Kindern in erster Linie die gesprochene Sprache phonemisch, artikulatorisch, melodisch und rhythmisch richtig erlernt werden und gleichzeitig ein Verhältnis zur Schrift aufgebaut werden muss. Einjährige lernen ‚Lesen‘ erst einmal haptisch, indem sie das Buch in der Hand halten.
- Beim Lesenlernen kommt es nicht auf die Qualität des Stoffes an, sondern zunächst auf die Motivierung. Sowohl Bücher, als auch Kinderwebseiten bedienen sich zunächst bunter verspielter Zeichen, Bilder und Geschichten, die oft stereotyper Natur sind. Qualitätsbegriffe können erst durch den Vergleich von verschiedenen Artefakten entstehen. Motivation entsteht aber auch durch die bilaterale Kommunikation zwischen Kind und Erwachsenen als Entdecken und Wiederentdecken von Neuem und Be-

²⁴ vgl. die voranstehende Projektbeschreibung zu *Buchstart* von Nina Kuhn



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

kanntem, als Schulung der Fantasie und als gegenseitige Versicherung von emotionaler Nähe.

- Das Schreibenkönnen ist eine andere Stufe der Partizipation, weil es stärkere Aktivität voraussetzt. Medienpädagogische Modelle der Leseförderung müssen unter Bezug auf die Bedingungen der Lebenswelt auf alle Arten subjektiver und objektiver Interessensäußerung eingehen (z.B. bietet die Entwicklung eines Filmes vom Verfassen des Drehbuchs bis zur Präsentation als Videoblog viele Möglichkeiten der Gestaltung und Willensbekundung.
- Wenn der Einstieg ins Lesen verpasst wurde, kann er unter Umständen unter Einbezug neuer Medien nachgeholt werden (z.B. Chatten, ICQ, Blogs). Jugendliche, die eine „mehrjährige Lese-pause“ einlegen, bleiben durch die neuen Medien an der Schriftsprache. Über 70% der jugendlichen Internetnutzer tauschen sich regelmäßig via Instant Messenger aus (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2007: 39). Am zweithäufigsten werden E-Mails versandt und empfangen (60%), 30 Prozent suchen Chatrooms auf. Eine zweite Chance bietet sich damit vor allem denjenigen Jugendlichen mit lesefernen Eltern. Für gewöhnlich führt Leseferne der Eltern zur Leseferne der Kinder.
- Es gibt zahlreiche Ideen und Projekte zum Erlernen der Kulturtechnik Lesen. Besonders wichtig ist dabei die Förderung der ganz kleinen Kinder, jedoch gibt es auch viele Programme, die bei speziellen Zielgruppen ansetzen.

Lesenlernen hat Priorität in der Medienerziehung, weil Lesen für die meisten anderen Medienrezeptionen und für die Ausbildung von Medienkompetenz unerlässlich ist. Die Mediatisierung der Welt hat die Bedeutung des Lesens nicht verringert. Denken, Lernen und Arbeiten mit Medien ist ohne Schrift einfach nicht möglich. Nicht zu unterschätzen ist auch die einfache Art sich kreativ und differenziert ausdrücken und ohne Chips und Strom in fantastische Welten abtauchen zu können.

Literatur

Breuer, H./ Weuffen, M. (2004) Lernschwierigkeiten am Schulanfang. Lautsprachliche Lernvoraussetzungen und Schulerfolg. Weinheim: Beltz

Giesecke, M./ Feske, G./ Heibach, C./ Münchow, M. (2002) Von den Mythen der Buchkultur zu den Visionen der Informationsgesellschaft' CD-ROM und Website <http://www.mythen-der-buchkultur.de> im Rahmen des Projekts



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (2007) JIM-Studie 2007. Jugend, Information, (Multi-)Media (2007). Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart

Tracy, R. (2002) Themenschwerpunkt Spracherwerb, Deutsch als Erstsprache: Was wissen wir über die wichtigsten Meilensteine des Erwerbs? Uni Mannheim: Informationsbroschüre 1/2002 der Forschungs- und Kontaktstelle Mehrsprachigkeit



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Workshop 6

Sich einmischen und teilhaben: Politische Partizipation und neue Formen medienkultureller Bildung

Medien, Partizipation, Bildung: Zehn Thesen und Überlegungen

Prof. Dr. Friedrich Krotz, Universität Erfurt

1. (Politische) Partizipation wird meist in etwa folgendermaßen definiert: „... die freiwilligen Handlungen der Bürger, mit dem Ziel, politische Sach- und Personalentscheidungen auf verschiedenen Ebenen des politischen Systems zu beeinflussen oder unmittelbar an derartigen Entscheidungen mitzuwirken.“ Als Ursachen für die Teilnahme daran wird einerseits ein Sozialisationsmodell untersucht – also Wertewandel und Einstellungen in bestimmten Schichten – andererseits ein Ressourcenmodell, das die Ressourcen analysiert, auf denen Partizipation beruht. (Brettschneider, 1998).

2. Jugendliche sollen sich aber nicht nur politisch, sondern darüber hinaus gesellschaftlich einmischen. Sie sind als Mitglieder der Zivilgesellschaft gefragt: Unter Zivilgesellschaft „... wird in der Regel ein gesellschaftlicher Raum, nämlich die plurale Gesamtheit der öffentlichen Assoziationen, Vereinigungen und Zusammenkünfte verstanden, die auf dem freiwilligen Zusammenhandeln der Bürger und Bürgerinnen beruhen.“ (Adloff 2005: 8). „Zivilgesellschaft“ bezeichnet dementsprechend einen Bereich von Gesellschaft, der von spezifischen Handlungsweisen von Bürgerinnen und Bürgern und ihren in dieser Hinsicht zur Verfügung stehenden Institutionen und Vereinigungen geprägt ist. Diese Handlungsweisen und die damit verbundenen Lebensbereiche sind in dem Sinn frei, als dass sie nicht durch ökonomische Interessen angeleitet und auch nicht durch die Orientierung am Staat und dessen Zielsetzungen bestimmt sind. Sie beruhen vielmehr auf einem grundsätzlichen Selbstbestimmungsrecht, in dessen Rahmen die Menschen ihre eigenen Vorstellungen und Ideen zum Ausdruck bringen und umsetzen. In diesem nicht staatlich und nicht ökonomisch strukturierten Rahmen werden auch die Diskurse geführt, in denen sich Menschen individuell wie auch kollektiv Meinungen bilden und Entscheidungen für sich und über ihr Gemeinwesen treffen; für Meinungsbildung wie auch Entscheidungs-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

findung sind dementsprechend weder Geld noch Macht entscheidend, sondern, wenigstens prinzipiell, das beste Argument auf der Basis von auf Verständigung angelegter Kommunikation. Für diese Diskurse und für die Entscheidungsfindung sind die Medien heute unverzichtbar. Die für Demokratie zentrale und diese erst rechtfertigende Zivilgesellschaft wird in diesem Rahmen somit in ihrem Verhältnis zu den anders strukturierten Bereichen der Wirtschaft und des Staates gesehen, auf die sie bezogen ist, von denen sie sich aber auch in vielfältiger Weise abgrenzt. ‚Zivilgesellschaft‘ ist dementsprechend als eine Art dritter Sektor demokratischer Gesellschaften den beiden Bereichen Staat und Privatwirtschaft gegenübergestellt.

Es liegt auf der Hand, dass die Zivilgesellschaft in diesem Sinn der aktive Kern jedes demokratischen Gemeinwesens ist. Hier finden Leben und Alltag der Menschen in ihren eigenen Vergemeinschaftungs- und Vergesellschaftungsformen statt, die Staat und Wirtschaft in ihren Zielsetzungen überhaupt erst rechtfertigen. Hier liegt der Sinn von Konzepten wie Menschenwürde, Meinungs- und Pressefreiheit, und hier liegt auch eine der zentralen Aufgaben der Medien, Diskurse und darauf bezogene Entscheidungen zu ermöglichen und dafür notwendiges Wissen und Motivation zu distribuieren. Hier müssen auch die fundamentalen Diskurse über die Zukunft der Gesellschaft geführt und die großen gesellschaftlichen Entwicklungslinien und deren Grenzen beraten und beschlossen werden, ganz gleich, ob es um Gentechnik, um die Abwägung von Maßnahmen der inneren Sicherheit in ihrem Bezug zu den Freiheitsrechten, um die Rolle der Wirtschaft im Gemeinleben oder auch um die zukünftige Entwicklung und Rolle der Medien geht. Wie solche Einmischung im Detail aussieht, ist problematisch zu beschreiben. Auf jeden Fall bedarf es spezifischer Ressourcen und sozialer Einbettung, sowie entsprechender medialer und kommunikativer Kompetenzen.

3. Das Problem ist, dass im Hinblick auf Medien weder der Staat noch die heute aktive Generation wirklich kompetent sind oder sich engagieren. Zwar wachsen die digitalen Medien und ihre Nutzung allmählich durch die Bevölkerung hindurch. Jedoch ist der Medienwandel so schnell und gründlich, dass auf Dauer nicht ein Mitmachen, sondern nur ein aktives Gestaltungsinteresse dafür sorgt, dass man up-to-date bleibt. Das mag für ältere Generationen vielleicht akzeptabel sein, aber die Jugendlichen wachsen immer neu in eine sich verändernde Medienumgebung hinein, und bei ihrer Aneignung werden sie von den Erwachsenen im großen und ganzen arrogant alleinige gelassen: Gerade, weil Kompetenzen eben doch nicht nur technische und Bedienungskompetenzen sind, sondern als kommunikative Kompetenzen tief in der Struktur von Perso-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

nen, in Kultur und Gesellschaft ruhen, wäre eine Kooperation zwischen Älteren und Jüngeren denkbar: Zur Medienkompetenz gehört auch die Kompetenz, mit Datenschutz, mit Werbung umzugehen und Angebote einschätzen zu können.

4. Medienpädagogik könnte hier helfen. Wichtig wäre aber auch so etwas wie eine Stiftung Medientest, die hilfreiche Angebote macht, Beurteilungskriterien entwickelt und anwendet, als Lobby und als Ombudsmann tätig wird und eine Anlaufstelle für Mediennutzer ist.

5. Dabei wäre es zentral, nicht von einer Defizittheorie auszugehen, sondern an den immer vorhandenen Kompetenzen der Jugendlichen (und der Erwachsenen) anzuknüpfen. Einerseits, um nicht nur simpel mehr ‚Computer für alle‘ für eine Lösung des Problems zu halten. Andererseits, um auf dem aufzubauen, was da ist, und um Lernprozesse als wechselseitige und gemeinsame Lernprozesse zu konzeptualisieren und umzusetzen.

6. Auch die Fixierung auf eine technizistisch/modernisierungstheoretisch verkürzte Diffusionstheorie, aus der die Idee einer digitalen Spaltung in ‚Haves‘ und ‚Have-nots‘ hervorgeht, ist dabei nicht hilfreich. Die Diffusionstheorie passt auf die Fragestellungen nicht, weil es beispielsweise die Innovation „Internet“ ebenso wenig gibt wie die Innovation ‚PC‘, zu jedem Zeitpunkt wird darunter etwas anderes verstanden, und wer heute ein ‚Have‘ ist, kann morgen schon ein ‚Have-not‘ sein.

Stattdessen sollte an einem kritischen Konzept angesetzt werden: etwa Bourdieus Konzept der kulturellen und sozialen Kapitale, die neben finanziellen und symbolischen Kapitalen für die Chancen des Individuums in der Gesellschaft, einem durch Macht strukturierten Raum relevant sind. Zu berücksichtigen ist dann, dass der ‚Wert‘ solcher Kapitale durch die Medienentwicklung verändert wird – Rechtschreibkenntnisse sind etwa heute im Zeitalter von Korrekturprogrammen nicht mehr so wichtig wie früher, ebenso Schönschreibkenntnisse etc.

Aus einer solchen Perspektive ließen sich sinnvolle Kriterien und Maßnahmen ableiten, um Partizipation zu befördern.

7. Das Web 2.0 erinnert in vieler Hinsicht an die Netzeuphorie des vergangenen Jahrtausends, wo einmal mehr die Lösung sozialer Probleme von technischen Hilfsmitteln erwartet wurde, auch wenn ‚Social Software‘ und damit betriebene Websites wie Wikipedia mit ihrem enzyklopädischen Anspruch etwas Neues sind. Die Verwendung zeigt auch, dass es viele Jugendliche gibt, die sich zivilgesellschaftlich engagieren wollen.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Andererseits ist es wie immer mit technischen Lösungen aber nicht getan, im Rahmen von Web 2.0 findet viel Ausbeutung statt, die als Beteiligung deklariert ist. Hier wäre gesellschaftlich als auch medienpädagogisch mit einer Diskussion und der Erarbeitung von Kriterien einzugreifen.

8. Hier wäre freilich auch weitere Forschung notwendig.

9. Wichtig wäre auch, das Problem des Datenmissbrauchs und des Datenschutzes zu thematisieren. Was heute mit Datensammeln, -speichern und -auswerten – auch durch die zunehmend eingesetzten KI-Verfahren – möglich ist und wohl auch geschieht, übersteigt die Alpträume, die mit dem Panoptikum von Jeremy Bentham verbunden sind, beträchtlich.

10. Wenn der Staat eine Zivilgesellschaft braucht, dann wird es dringend Zeit, dass gehandelt wird – auf allen Ebenen, auf der gesetzlichen, auf allen gesellschaftlichen, auf der der Medienpädagogik.

Literatur

Adloff, F. (2005) Zivilgesellschaft. Theorie und politische Praxis. Frankfurt: Campus.

Brettschneider, F. (1998) Partizipation. In: Jarren, O./ Sarcinelli, U./ Saxer, U. (Hg.) Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 698.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Mit themenzentrierter Medienarbeit auf dem Weg zur politischen Partizipation Jugendlicher

Jan Keilhauer, Universität Leipzig

In der öffentlichen und der wissenschaftlichen Diskussion wird das Internet als das Medium der Demokratisierung gehandelt. Spätestens mit dem Web 2.0 scheint diese Vision wahr zu werden. Dabei sind es überwiegend Unternehmen und etablierte politische und Medien-Institutionen sowie einige zivilgesellschaftliche Initiativen, die Diskurse im Netz führen. Zwar beteiligen sich immer mehr NutzerInnen im Netz, präsentieren dort aber meist ‚Privatgut‘, weniger dagegen gesellschaftlich-politische Inhalte. Die (medien-)pädagogische Praxis steht vor der Aufgabe, Jugendliche zu befähigen, das Potenzial insbesondere der Netzmedien für die eigene politische Partizipation aufzugreifen. In diesem Workshop geht es v.a. um die Zielgruppe Jugendlicher aus bildungsbenachteiligten Milieus. Erfahrungen aus einem Projekt themenzentrierter Medienarbeit geben Hinweise darauf, wie Jugendliche aus eher bildungsbenachteiligten Milieus unterstützt werden können, sich aktiv mit gesellschaftspolitischen Themen zu beschäftigen und an politischen Diskussionen zu beteiligen. Da aber pädagogische Praxis nicht ohne theoretische Überlegungen auskommt, werde ich zunächst auf politische Partizipation als pädagogisches und medienpädagogisches Ziel eingehen.

1 Zielbereich politische Partizipation

Die pädagogische Perspektive auf politische Partizipation nimmt die Jugendlichen als Bildungssubjekte zum Ausgangspunkt. Aus der Jugendforschung ist bekannt: Politik hat einen schlechten Ruf bei Jugendlichen. Insgesamt hat nur ein kleiner Teil der Jugendlichen ein ausgeprägtes politisches Interesse und ist politisch aktiv. Dabei sind Jugendliche mit niedrigerem Bildungshintergrund am wenigsten politisch interessiert und engagiert (vgl. Gaiser/de Rijke 2006, Schneekloth 2006). Dies ist vor dem Hintergrund des Werte- und Lebenspluralismus und der Entgrenzung von gesellschaftlichen Konfliktlinien zu sehen. Jugendliche sind heute mit Unklarheiten konfrontiert, die es ihnen erschweren, sich politisch zu orientieren. Dennoch interessieren sich viele Jugendliche für gesellschaftspolitische Themen, z.B. für Krieg, Extremismus oder Umweltprobleme. Vielen Jugendlichen sind Themen wie z.B. Ausgrenzung, Lehrstellenmangel oder Gewalt wichtig, wenn sie von ihnen persönlich betroffen sind (vgl. Lauber/Hajok 2000).



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Partizipation wird für Jugendliche als Bewältigung von und selbstbestimmter Umgang mit der eigenen Lebenswirklichkeit bedeutsam. Bei der Förderung von Partizipation ist zu berücksichtigen, „dass das emanzipatorische Interesse gegenwärtig mehr denn je erst durch das Nadelöhr der Lebensbewältigung und Selbstbehauptung gehen muss, ehe es sich formieren kann.“ (Böhnisch/Schröer 2007, S. 13). Pädagogisches Ziel ist es daher, den Einzelnen zu ermöglichen, sich über ihre Lebensbedingungen bewusst zu werden, darauf aufbauend selbstbestimmt und solidarisch zu handeln, um auf diesem Weg aktiv die eigenen lebensweltlichen Verhältnisse mitzugestalten. Politische Partizipation wird zum Werkzeug der eigenen Lebensgestaltung. Eine zentrale pädagogische Herausforderung besteht darin, die individuelle mit einer gesellschaftlichen Perspektive zu verbinden, so dass Jugendliche ihr Engagement nicht ausschließlich an ihrer persönlichen Weiterentwicklung ausrichten sondern darüber hinaus eigene gesellschaftspolitische Interessen entwickeln können.

Politische Partizipation baut auf Partizipationserfahrungen im sozialen Nahfeld auf. Familie, Schule und Peer-Kontexte können als wichtiges „Übungsfeld“ (Alt u.a. 2005) der Demokratie verstanden werden. Hier können Jugendliche demokratische Kompetenzen wie Konflikt- und Diskussionsfähigkeiten erlernen, über soziale Verhältnisse reflektieren und Werte und Meinungen ausbilden. Wie können Jugendliche jedoch über diese lebensweltliche Partizipation hinaus zur Partizipation an gesellschaftlich-politischen Diskursen angeregt werden, ohne dass dies in konventionellen Formen wie Gewerkschaften oder Parteien geschehen muss? Denn Jugendliche engagieren sich eher in selbstorganisierten aktionsorientierten Projekten in einer Gruppe Gleichaltriger, in Bezug auf ganz konkrete Themen, wenn sie selbst betroffen sind, eigene Vorstellungen einbringen und Einfluss nehmen können (vgl. Burdewick 2003).

2 Mediale Partizipation und politische Partizipation

Die Teilhabe der Menschen an gesellschaftlichen Diskursen findet in der Mediengesellschaft wesentlich über Medien statt. Medien sind Konstrukteure sozialer Realität und Instrumente der Menschen, um ihre Interessen zu artikulieren und über öffentliche Kommunikation gesellschaftliche Realität mit zu beeinflussen. Massenmedien und sozialkommunikative mediale Räume sind in diesem Sinne Jugendlichen als partizipatives Handlungsfeld zu erschließen.

Ein Blick auf Forschungsergebnisse zum Medienalltag von Jugendlichen (vgl. Schorb/Keilhauer/Würfel/Kießling 2008) zeigt Anknüpfungspunkte für die pädagogische Praxis: Die meisten Jugendlichen bewegen sich



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

alltäglich im Netz. Viele eignen sich Handlungsmöglichkeiten mit Medien aktiv an und beteiligen sich an Internetangeboten. Damit ist zwar noch kein Mehr an gesellschaftlich-politisch orientierter Mediennutzung verbunden, aber die medialen Möglichkeiten, die ein Potenzial für politische Partizipation bergen, sind für Jugendliche heute greifbarer.

So sind audiovisuelle Unterhaltungsangebote wie *YouTube* oder auch *MyVideo* bei Jugendlichen unabhängig von deren Bildungshintergrund beliebt. Auch Bilder oder Videos einzustellen, ist für einen gewichtigen Teil der Jugend nichts Besonderes mehr. Hier bietet sich ihnen die Möglichkeit, über eigene Medienprodukte ihre Sicht auf die Welt und sich selbst zu vermitteln.

Ein weiterer Nutzungsschwerpunkt, auch für Jugendliche mit niedrigem und mittlerem Bildungshintergrund, sind Social Networks wie *SchülerVZ* oder *SchülerCC*, in denen sie sich auf Profileiten selbst präsentieren und mit Freunden kommunizieren. Die Communitys werden von ihnen vorwiegend als soziale Gruppenräume wahrgenommen, weniger als öffentliche Sphäre. Hier treffen sie aber auf Gelegenheiten, bei gesellschaftlichen Themen mitzureden und ihre Ansichten zu artikulieren. Die eigene politische Orientierung wird thematisiert, wenn sie im Rahmen von Selbstbeschreibungen auf Profileiten erscheint. Aktive Unterstützung ist gefragt, wenn z.B. dazu aufgefordert wird, Hate-Sites zu ‚melden‘.

Ausgehend von ihren Medienerfahrungen sollten Jugendliche in der Wahrnehmung und Reflexion von partizipativen Handlungsmöglichkeiten und gesellschaftspolitischen Themen sowie in ihrer medialen und politischen Handlungskompetenz gestärkt werden. Am besten eignet sich dazu der handlungsorientierte Weg der aktiven Medienarbeit (Schell 2003) bzw. reflexiv-praktischen Medienarbeit (Schorb 1995). Im Rahmen der eigentätigen und selbstbestimmten „Er- und Bearbeitung von Gegenstandsbereichen sozialer Realität mit Hilfe von Medien“ (Schorb 1995, S. 191) können Jugendliche eigene gesellschaftliche Interessen und Positionen entwickeln, mit eigenen Ausdrucksmitteln artikulieren und in gesellschaftliche Diskurse einbringen.

Der Ansatz der themenzentrierten aktiven Medienarbeit (vgl. Schorb/von Holten/Würfel/Keilhauer 2006) stellt die handelnde Auseinandersetzung mit einem gesellschaftlich relevanten Thema (z.B. Ausgrenzung, Folgen der Gentechnik oder Umweltpolitik) und damit einhergehend eine themenbezogene Partizipation in den Mittelpunkt. Ausgehend von einem gegebenen thematischen Rahmen werden Jugendliche dabei unterstützt, Medien aktiv als Mittel zur reflexiven Auseinandersetzung mit einem konkreten Gegenstand in diesem Themenrahmen und zur medialen Artikulation eigener Sichtweisen einzusetzen. Medienkompe-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

tenz wird als Zieldimensionen nicht zur Nebensache, sondern ist direkt mit der Förderung themenbezogener Kompetenzen verknüpft. Dieser Ansatz stützt sich auf allgemeine Prinzipien aktiver Medienarbeit: ein an den Kontexten der Subjekte auszurichtendes ‚Handelndes Lernen‘ in demokratischen Gruppenprozessen.

Politische Partizipation ergibt sich nicht zwangsläufig allein aus der Veröffentlichung eigener medialer Produkte. Wichtig ist die Reflexion darüber, was wie und mit welcher Intention veröffentlicht werden soll. In Projekten themenzentrierter Medienarbeit wird die Verknüpfung der Partizipation in den und über Medien mit gesellschaftlich-politischer Partizipation über zwei Prinzipien angestrebt.

(1) Auch wenn in Medienprojekten gesellschaftlich relevante Themenbereiche berührt werden, setzen sich Jugendliche nicht per se kritisch-reflexiv mit diesen auseinander. Eine begründete eigene Meinung und ein Interesse, sich in Öffentlichkeiten einzubringen, entwickeln sie häufig nicht allein durch das praktische Gestalten von Medien. Wenn Jugendliche noch keine eigene Position und Interessen zu einem Thema haben, sollten sie nicht nur in Bezug auf ihre Medienkompetenz unterstützt werden, sondern verstärkt auch darin, eigene inhaltliche Positionen und partizipatorische Interessen auszubilden. Auf Basis von Wissen über Hintergründe und verschiedene Positionen können sie eine gesellschaftliche Perspektive auf das jeweilige Thema einnehmen, eigene Sichtweisen und Einstellungen reflektieren und als Medieninhalte artikulieren. MedienpädagogInnen sollten sich hierzu selbst mit den Themen der Jugendlichen beschäftigen und diese methodisch aufbereiten.

(2) Die öffentliche Präsentation eigener Produkte birgt ein großes Potenzial nicht nur im Sinne einer positiven Anerkennung für die Jugendlichen, sondern insbesondere für die Reflexion des Prozesses ihrer medialen politischen Partizipation. Auch dies wird am besten durch eigenes Handeln angeregt. Die Jugendlichen sollten sich so weit wie möglich selbstständig um die öffentliche Präsentation und Diskussion ihrer Produkte bemühen. PädagogInnen können ihnen Möglichkeiten zur Veröffentlichung aufzeigen und sie unterstützen, Feedback über Inhalte und Formen ihrer Medienprodukte einzuholen und gemeinsam zu verarbeiten. So können die Jugendlichen ihre Chancen einschätzen, auf eigene Anliegen aufmerksam zu machen, und ihre partizipativen Interessen aus den praktischen Erfahrungen heraus weiterentwickeln.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





3 Praktische Erfahrungen aus der themenzentrierten Medienarbeit mit Jugendlichen aus eher bildungsbenachteiligten Milieus

Einige wesentliche Erfahrungen aus der Durchführung von Projekten themenzentrierter Medienarbeit im Allgemeinen und insbesondere mit Jugendlichen aus eher bildungsbenachteiligten Milieus möchte ich nun anhand eines konkreten Projektes skizzieren.

Das Podcast-Internet-Projekt zum Themenfeld ‚Arbeit‘ wurde mit 10 RealschülerInnen im Alter von 13 bis 15 Jahren am Zentrum für Medien und Kommunikation der Universität Leipzig durchgeführt. Neben verschiedenen Internetaktivitäten stand das Radiomachen als klassisches Feld der Medienarbeit im Mittelpunkt. Das Freizeitprojekt lief in einer Winterferienwoche 2008 mit einem vor- und einem nachgelagerten Wochenendworkshop. Die TeilnehmerInnen erstellten ein Weblog, auf dem die Gruppe kommunizierte, Zwischenergebnisse festhielt und die entstandenen Podcast-Episoden (Sendungen) präsentierte. Nachdem sich die Jugendlichen Podcastportale und Software zum Abonnieren und Herunterladen von Podcasts erschlossen hatten, erstellten sie in Kleingruppen mehrere eigene Podcast-Episoden. Zur Ideenfindung recherchierten und diskutierten sie konkrete Themen mit Bezug zum Bereich Arbeit, seinen individuellen, sozialen, ethischen und politischen Aspekten. Mit Hilfe von Interviews und Umfragen und bei der Planung und Umsetzung der Episoden entwickelten sie ihre eigenen Sichtweisen weiter und brachten diese zum Ausdruck. Schließlich veröffentlichten sie ihre Ergebnisse eigenständig.

Individuelle Kontexte der Jugendlichen

An diesem Projekt haben Jugendliche mit (formal) mittlerem Bildungshintergrund teilgenommen. Die Projekterfahrungen können aber auch Hinweise für die Praxis mit Jugendlichen aus stärker bildungsbenachteiligten Milieus geben.

Um die Projektaktivitäten an den TeilnehmerInnen zu orientieren und herauszufinden, wo das Projekt ansetzen kann, war ein intensives Kennenlernen der Jugendlichen hinsichtlich ihrer individuellen (auch medialen) Erfahrungen, Themen und Fähigkeiten notwendig.

So ließ sich z.B. bei der Weblogerstellung feststellen, dass die meisten Jugendlichen bereits Erfahrungen im Umgang mit Gestaltungs- und Kommunikationstools hatten. Themen, die für die Jugendlichen persönlich gerade bedeutend sind, und ihre persönlichen Bezüge zum Themenfeld ‚Arbeit‘ haben wir im Podcastprojekt spielerisch mit einer Audio-Selbstpräsentation der TeilnehmerInnen erschlossen. Die Teilnehme-



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

rInnen haben kurze Selbstvorstellungen mit einem mp3-Recorder aufgenommen, mit denen sie sich dann auf dem Blog gegenseitig vorgestellt haben.

Die TeilnehmerInnen machten darüber hinaus wichtige Lernerfahrungen, die ihnen in ihren alltäglichen Bildungskontexten oft verwehrt bleiben. Z.B. wurden sie herausgefordert, eigenständige Meinungen zu äußern und zu begründen, was für sie zunächst eher ungewohnt war. Und sie wurden angeregt, sich selbstständig und an eigenen Interessen orientiert mit einem gesellschaftspolitischen Thema zu beschäftigen. Das stärkte zudem ihr Selbstvertrauen und ihre sozialen Fähigkeiten. Generell wurde darauf geachtet, niedrigschwellig vorzugehen und nach Ressourcen in den Handlungsweisen sowie individuelle Zugänge zu Medien und Themen zu suchen.

Zugang zum Thema

Die praktische Arbeit mit Medien motiviert Jugendliche, sich mit sich selbst und ihrer Umwelt auseinanderzusetzen. Bei der selbsttätigen Erstellung eines gemeinsamen Produktes können sie selbstbestimmte Lernprozesse erfahren und bekommen gleichzeitig einen Anlass, sich mit Themen intensiver zu beschäftigen. Im Podcastprojekt war es insbesondere notwendig, eine Brücke zwischen ihrer Lebenswelt und dem Gegenstandsbereich ‚Arbeit‘ zu schlagen. Zunächst sollten sich die TeilnehmerInnen das Themenfeld erschließen und darin persönliche Interessen entdecken können. Sind die kognitiven und sozial-moralischen Fähigkeiten der Jugendlichen noch nicht voll ausgebildet, können sie Themen noch nicht in ihrer ganzen Komplexität auf der gesellschaftlichen Ebene bearbeiten. Sie können sich aber aus der individuellen Sicht schrittweise dem Gesellschaftlichen annähern. Es ist ratsam, nicht allzu abstrakt ins Thema einzusteigen, sondern möglichst greifbare Themenaspekte aufzuzeigen, in denen die TeilnehmerInnen eigene Bezüge erkennen können. Hilfreich sind Materialien wie z.B. Fallbeispiele, die verschiedene Aspekte des Themas für sie zugänglich machen.

Zum Thema ‚Arbeit‘ fanden die TeilnehmerInnen des Podcastsprojektes unterschiedliche Zugänge, die sie als Ideen für eigene Episoden festhielten. Wichtig war ihnen die Orientierung für die eigene Zukunft und Berufswahl. Gesellschaftliche Konfliktfelder wie Arbeitslosigkeit waren für die Jugendlichen durchaus interessant, weil sie z.B. in der Familie als Ungerechtigkeiten thematisiert werden. Ein Teilnehmer wollte sich mit der Thematik ‚Mindestlohn‘ beschäftigen, denn dieses Thema war während des Projektes in der gesellschaftlichen Diskussion sehr präsent.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



Erarbeitung von Wissen und eigenen Positionen mit Medien

Um eine eigene Position zu finden und ein Urteil begründen zu können, ist in der Regel ein bestimmtes Wissen notwendig. Ein Wissensangebot für die TeilnehmerInnen zur Thematik ‚Arbeit‘ konnten wir ausgehend von der eigenen Auseinandersetzung mit Hintergründen und gesellschaftlichen Diskursen bereitstellen. Wichtige Fragen bei der inhaltlichen Begleitung waren z.B., wie sich der Lehrstellenmarkt aktuell entwickelt oder welche Positionen es in der Mindestlohndebatte gibt. Auf der Basis des Wissens können Wege zur Reflexion eröffnet werden. Dabei ist ein kontrovers orientiertes Vorgehen gefragt, bei dem die Jugendlichen immer wieder verschiedene Blickwinkel zur Thematik einnehmen können.

Für diesen Schritt eignen sich zum einen Methoden wie Dilemmata-Diskussionen oder Rollenspiele. Inhaltliche Reflexionsprozesse können aber zum anderen auch sehr gut unter Einbezug von Medien angeregt werden, am besten nicht nur schriftorientiert. Auf die Frage hin „Was ist eigentlich Arbeit für Euch?“ recherchierten die TeilnehmerInnen auch in ihnen bekannten Internetangeboten. Zum Beispiel nutzten sie ein Video auf *YouTube* im Stil eines animierten Erklärstücks, um sich Zusammenhänge im Themenfeld Arbeit zu erschließen.

Reflexion und Meinungsbildung wird insbesondere durch die Artikulation eigener Gedanken beim produktiven Medieneinsatz angeregt. So visualisierten die TeilnehmerInnen ihre Themen zunächst über eine Fotosammlung auf dem Blog. Für ihre Podcastepisoden führten sie u.a. Interviews mit Arbeitslosen, Arbeitgebern und einem Gewerkschaftsvorsitzenden. Dabei lernten sie nicht nur, wie man jemanden interviewt, sondern erfuhren aus erster Hand etwas über den Gegenstand, den sie bearbeiteten, und identifizierten sich intensiver mit der Problematik. Sie werteten die Aussagen gemeinsam aus und wurden dabei angeregt, ihre eigenen Positionen weiter zu entwickeln und ihre Aussageabsichten zu diskutieren. Im Produktionsprozess standen für die TeilnehmerInnen natürlich auch die gestalterischen und kreativen Tätigkeiten im Mittelpunkt, über die sie sich medientechnische Fertigkeiten (Aufnahme und Audioschnitt) und eigene mediale Ausdrucksmöglichkeiten angeeignet haben.

Selbstständige öffentliche Präsentation

In diesem Projekt themenzentrierter Medienarbeit wurde der Reflexion über die Produkte, aber auch darüber, wie sie gezielt an andere gerichtet werden können und was die Jugendlichen mit ihnen bewirken



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



können, ein großer Stellenwert eingeräumt. Die selbstständige Präsentation der Podcastepisoden durch die Jugendlichen wurde als abschließende Projektphase gesondert methodisch ausgearbeitet.

The screenshot shows the Podster.de website interface. At the top, there's a search bar and navigation links like 'Finden', 'Community', 'Hilfe', 'Produzieren', and 'MyPodster'. The main content area displays a podcast entry with the following details:

- Informationen:** Aktualisiert: vor 4 Monaten, Abonnenten: 0, Links: Webseite, Feeds: RSS Feed, Aufrufe: 237, Eingetragen: 01.03.2008, Deiner? Als Autor eintragen!
- Beschreibung:** Ein cooler Arbeitspodcast von uns für Euch (^_^)/
- Podcast abonnieren:** Includes a box for 'Auf MyPodster' (requires login) and 'In einem Programm' (iTunes, iPodder).
- Manuell:** A text box with the RSS feed URL: <http://www.netzcheckers.de/assets/mods/podcast/arbeit>
- Letzte Episode (Alle ansehen):** 5) Arbeitslosigkeit, Arbeitslosigkeit, Datum: 01.03.2008 15:43, Größe: 9.1 MB
- Kommentare (Kommentar schreiben):** Es sind noch keine Kommentare vorhanden.

At the bottom, there are links for 'RSS Kommentare als RSS Feed' and a footer with site navigation and copyright information.

Abb. 1: Veröffentlichung des Podcast auf Podster.de

Die TeilnehmerInnen erschlossen sich Podcastportale als eigene Veröffentlichungsplattformen und stellten dort ihre Episoden online. Dabei konnten sie sich ihre Kommunikationsabsichten bewusst machen. Für sie war es wichtig, zum Thema mitreden zu können und Menschen, die weniger informiert sind, zu unterstützen. Um auch Jugendliche erreichen zu können, wählten sie den Titel und die Kurzbeschreibung ihres Podcasts so, dass diese inhaltlich angemessen, aber auch jugendkulturell ansprechend sind.

Eigene Produkte und partizipative Chancen können Jugendliche am besten reflektieren, wenn sie Rückmeldungen bekommen und diskutieren können. Da es schwierig war, innerhalb der Projektlaufzeit über die Podcastportale Feedback von Rezipienten außerhalb des Projektes zu



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

erhalten, wurden die Episoden zusätzlich auf das projekteigene Blog gestellt, auf dem sich die Jugendlichen auch ausführlicher selbst präsentieren konnten. Dort kommentierten und bewerteten sie zunächst gegenseitig ihre Episoden in einer gruppeninternen Auswertung.

Den Jugendlichen war vor allem ein Feedback aus ihrem sozialen Nahfeld wichtig. Ihre Freunde und Familienangehörigen haben sie auf die Episoden auf dem Blog aufmerksam gemacht. Über das direkte Feedback erfuhren sie Anerkennung für ihr selbstverantwortliches Engagement und wurden mit ihren Sichtweisen wahr- und ernst genommen. Insbesondere eine konstruktive Kritik der Produkte kann die Jugendlichen anregen, sich nochmals kritisch mit dem Thema auseinanderzusetzen und Medien als Instrumente zur Vermittlung eigener Sichtweisen und Interessen zu reflektieren.



Abb. 2: Ausschnitt aus dem Weblog – Veröffentlichung der Podcast-Episoden



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:



4 Mit Medienprojekten etwas ins Rollen bringen

In einmaligen Medienprojekten können Jugendliche häufig nur einen ersten Schritt im Sinne partizipativer Lernprozesse machen. Sie können angeregt werden, über gesellschaftlich-politische Themen nachzudenken, eigene Bewertungsmaßstäbe und Meinungen zu entwickeln und sich mit eigenen Sichtweisen in Diskussionen einzumischen. Die selbstbestimmten Lernprozesse gerade von Jugendlichen aus bildungsbenachteiligten Milieus dürfen dabei nicht vollkommen den von den PädagogInnen angestrebten Ergebnissen unterworfen werden. Die Jugendlichen müssen mit ihren Produkten nicht mit der etablierten politischen Kommunikation mithalten, sondern sollten eigene Ausdrucksmittel und Wege zur Vermittlung eigener Interessen entdecken können. Ihnen Möglichkeiten der politischen Partizipation aufzuzeigen, kann sie dazu bewegen, die medialen Mittel, die ihnen offen stehen, auch außerhalb pädagogischer Räume selbstbestimmt zu nutzen.

Literatur

Alt, C./ Teubner, M./ Winklhofer, U. (2005) Partizipation in Familie und Schule. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 41, S. 24-32.

Böhnisch, L./ Schröder, W. (2007) Politische Pädagogik. Eine problemorientierte Einführung. Weinheim, München: Juventa

Burdewick, I. (2003): Jugend – Politik – Anerkennung. Eine qualitative empirische Studie zur politischen Partizipation 11- bis 18-Jähriger. Bonn: bpb

Gaiser, W./ de Rijke, J. (2006) Gesellschaftliche und politische Beteiligung. In: Gille, M./ Sardei-Biermann, S./ Gaiser, W./ de Rijke, J.: Jugendliche und junge Erwachsene in Deutschland. Lebensverhältnisse, Werte und gesellschaftliche Beteiligung 12- bis 29-Jähriger. Schriften des Deutschen Jugendinstituts: Jugendsurvey 3, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 213-276

Lauber, A./ Hajok, D. (2000) Freizeit und Politisches: Interessen Jugendlicher. In: Schorb, B./ Theunert, H. (Hg.) „Ein bisschen wählen dürfen ...“: Jugend – Politik – Fernsehen. Eine Untersuchung zur Rezeption von Fernsehinformation durch 12- bis 17-Jährige. München: kopaed, S. 37-59

Schell, F. (2003) Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Theorie und Praxis. München: kopaed

Schneekloth, U. (2006) Politik und Gesellschaft: Einstellungen, Engagement, Bewältigungsprobleme. In: Shell Deutschland Holding (Hg.) Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck. Frankfurt a.M.: Fischer, S. 103-144.

Schorb, B. (2005) Medienalltag und Handeln. München: kopaed

Schorb, B./ von Holten, S./ Würfel, M./ Keilhauer, J. (2006) Modelle & pädagogische Hinweise für themenzentrierte aktive Medienarbeit zum Thema Gentests. Online verfügbar unter: www.gen-diskussion.de

Schorb, B./ Keilhauer, J./ Würfel, M./ Kießling, M. (2008) Medienkonvergenz Monitoring Report 2008. Jugendliche in konvergierenden Medienwelten. Online unter: Online verfügbar unter: www.medienkonvergenz-monitoring.de



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Zusammenführung der Diskussion und Ergebnisse des Workshop 6

Dr. Peter Holzwarth, Pädagogische Hochschule Zürich

1 Inwiefern kann Medienpädagogische Praxis politisch sein?

Medienpädagogische Projekte können auf verschiedenen Ebenen und zu unterschiedlichen Graden politische Zielsetzungen enthalten. Je nach Politikbegriff, können den medienbildnerischen Bemühungen unterschiedliche politische Verständnisse zugrunde liegen.

Das **Thema** eines Filmprojekts kann einen politischen Hintergrund haben (z.B. Arbeit und prekäre Zukunftsaussichten) aber auch auf der Ebene der **Arbeitsformen** können politische Lernchancen verfolgt werden. Im Zusammenhang mit der Aushandlung unterschiedlicher Ideen in einer Produktionsgruppe spricht der Medienpädagoge David Buckingham von „mini-democracy“ (Buckingham/Harvey 2003). Auf einer dritten Ebene steht die medienpädagogische Begleitung, also die Art und Weise wie medienpädagogische Projekte initiiert und strukturiert werden: Werden junge Menschen eingeladen zu bereits festgelegten Themen und Arbeitsformen zu produzieren oder können die Gegenstände lebensweltnah entwickelt werden?

Auch die institutionellen Kontexte, in denen Medienbildung betrieben wird (z.B. Schule, Jugendhaus) können zu unterschiedlichen Graden Partizipation ermöglichen.

2 Was bedeutet Öffentlichkeit im Kontext medienpädagogischer Projekte?

Zugänge zu Öffentlichkeiten und Vorstellungen von Öffentlichkeit haben sich verändert und erweitert. Über das Öffentlich-machen von Medienproduktionen kann Projekten eine weitere politische Dimension gegeben werden.

In medienpädagogischen Kontexten ist es wichtig, neue Formen der Öffentlichkeit kennen zu lernen und zu nutzen (z.B. YouTube, Flickr, Blogs und Wikis).

Es können neue Dimensionen der Meinungskundgabe, des Feedbacks und der Anerkennung genutzt werden. Die Chancen von Web 2.0 sind oft auch riskant: Eine anonyme Öffentlichkeit kann jungen Produzenten Anerkennung einbringen, aber auch Formen von Kritik, wie sie face-to-face nie geäußert werden würden.



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





Im Idealfall ermöglicht das öffentliche Präsentieren von Medienproduktionen Empowerment und die Stärkung des Selbstwertgefühls. Man kann davon ausgehen, dass Menschen mit hoher Selbstwirksamkeitserwartung sich auch eher in ihrem Umfeld politisch engagieren. Das Bewusstsein von Publikum und Öffentlichkeit fördert auch Reflexivität und Empathie im Produktionsprozess.

Es muss zwischen diesen Chancen und den Persönlichkeitsrechten der Akteure abgewogen werden. Nicht alle Aspekte einer Medienproduktion eignen sich für jede Art von Öffentlichkeit. Im Rahmen eines Medienprojekts kann so an einem konkreten Beispiel diskutiert werden, was öffentlich gemacht werden soll (ethische Dimension) und was öffentlich gemacht werden darf (rechtliche Dimension).

Im Zusammenhang mit der Veröffentlichung von Medienproduktionen stellen sich unterschiedliche rechtliche Fragen (z.B. Darf man Bilder aus dem Netz verwenden? Welche Musik darf als Hintergrund zu einem Film genommen werden?). Solche Fragen können einerseits als einschränkend empfunden werden, andererseits lassen sie sich zum Ausgangspunkt für politisches Lernen machen. Wie gehe ich mit Arbeiten von anderen Menschen um? Wie möchte ich, dass mit meinen Werken umgegangen wird? Wie gehe ich mit den Bildern von Menschen um? Wie möchte ich, dass mit meinen Bildern umgegangen wird? Was ist Urheberrecht? Was ist das Recht am eigenen Bild?

3 Welche Rolle wird der Medienpädagogik von der Politik zugewiesen?

Generell mangelt es der Medienpädagogik an Ressourcen und Strukturen, das Prinzip Nachhaltigkeit kann oft nicht umgesetzt werden. Politische Akteure müssten der Medienbildung strukturell und finanziell mehr Bedeutung geben. Gleichzeitig werden medienpädagogische Bemühungen immer wieder mit zu hohen Erwartungen überlastet. In diesem Kontext steht die Gefahr, dass Medienpädagogik als Alibi genutzt bzw. für politische Zwecke missbraucht wird.

4 Welche Haltungen sollten MedienpädagogInnen einnehmen?

Wichtig ist, nicht an den Defiziten der Zielgruppe anzusetzen, sondern an den Ressourcen (vgl. Kapitalsorten nach Bourdieu 1987). Pädagoginnen und Pädagogen müssen in diesem Zusammenhang stärker selbst in die Lernrolle schlüpfen, um Lebens- und Medienwelten ihrer Zielgruppe besser zu begreifen. Neben dem Gerätebesitz (ökonomisches Kapital)



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





sind auch die sozio-kulturellen Umgangsweisen zu betrachten (kulturelles Kapital).

Teilweise greifen Jugendliche eigenständig die neue Gestaltungs- und Partizipationsmöglichkeiten im Internet auf, die mit dem Begriff ‚Web 2.0‘ umschrieben werden. So kann es sein, dass Teilnehmer an medienpädagogischen Projekten bereits vielfältige Produktionserfahrungen mitbringen (z.B. Blogs erstellen, Videos auf Youtube kommentieren und hochladen, eigene Fotos auf social-network-Plattformen einstellen). Diese Erfahrungen positiv aufzugreifen und wo möglich zu systematisieren stellt eine Herausforderung dar.

Offene Fragen:

- Wie genau können im Rahmen medienpädagogischer Prozesse die Kompetenzen und Ressourcen der Kinder und Jugendlichen besser Berücksichtigung finden?
- Welche Bedingungen sind wichtig für gelingende Medienarbeit?
- Könnte ‚aufsuchende‘ Medienarbeit (in virtuellen und realen Kontexten) Sinn machen?
- Welche sprachlichen Lösungen sind sinnvoll, wenn von Zielgruppen die Rede sein soll, denen (trotz Orientierung an Ressourcen) ein ‚besonderer Förderungsbedarf‘ attestiert wird?
- Wie können Pädagogen und Pädagoginnen lebensweltnah sein ohne sich anzubiedern?
- Inwieweit macht es Sinn, jugendkulturelle Praktiken in schulischen und außerschulischen Kontexten aufzugreifen?
- Wie kann bei Jugendlichen auch für zunächst unattraktiv erscheinende Themen Interesse geweckt werden?

Literatur zum Thema

Bourdieu, P. (1987) Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Buckingham, D./ Harvey, I. (2003) Imagining the Audience – Reflections on the pilot phase of VideoCulture. In: Niesyto, H. (Hg.) VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation. Grundlagen, Methoden und Ergebnisse eines internationalen Forschungsprojekts. München: kopaed, S. 111-138

Bürgermeister, E./ Dux, S. (2002) CrossCulture. In: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V.: .nexum – das Netzwerk. Heft 8/2002, S. 8-11 (Internetversion: <http://www.mediageneration.net/nexum/nexum8/blick2.htm> [Zugriffsdatum: 2.12.2008])



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:





soziale ungleichheit medienpädagogik partizipation

Dokumentation des Fachkongresses
17./18.10.2008, Gustav-Stresemann-Institut, Bonn

Hoffmann, D. (2008) Kult und Kultur, Spaß oder auch Ernst? Inszenierung und Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken. In: merz. medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik. Lebenswelt Netz. 52. Jg., 3/2008, S. 16-23

Holzwarth, P. (2008) Bildpädagogik und Medienkompetenzentwicklung als politische Bildung. In: Moser, H./ Sesink, W./ Meister, D. M./ Hipfl, B./ Hug, T. (Hg.) Jahrbuch Medienpädagogik 7. Medien. Pädagogik. Politik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 97-116

Holzwarth, P./ Maurer, B. (2008) Interkulturelle Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio. In: Theunert, Helga (Hg.) Interkulturell mit Medien. Die Rolle der Medien für Integration und interkulturelle Verständigung. Schriftenreihe Interdisziplinäre Diskurse Band 3, München: kopaed, S. 191-202

Kortmann, M. (2008) Web 2.0 – Ein Thema für die Soziale Medienarbeit. Strukturelle Bedingungen zur Entstehung von Web 2.0. In: merz. medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik. 52. Jg., 3/2008, S. 43- 49

Lauffer, Jürgen/ Röllecke, Renate (2008) (Hg.) Berühmt im Netz? Neue Wege in der Jugendhilfe mit Web 2.0. Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK). Bielefeld

Moser, H./ Sesink, W./ Meister, D. M./ Hipfl, B./ Hug, T. (2008) (Hg.): Jahrbuch Medienpädagogik 7. Medien. Pädagogik. Politik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Niesyto, H./ Ketter, V. (2008) Jugendliche und Web 2.0. Nutzung und medienpädagogische Förderung in bildungsbenachteiligten Milieus. In: merz. medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik. 52. Jg. 2/2008, S. 23-29

Niesyto, H. (2008) Die soziale Frage in Medienpädagogik und Medienforschung. Plenumsvortrag auf der Fachtagung „Soziale Ungleichheit – Medienpädagogik – Partizipation“ am 17.10.2008 in Bonn, vgl. Teil 2 der vorliegenden Dokumentation

Wagner, U. (2008) Medienhandeln in Hauptschulmilieus. Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München: kopaed

Witzke, M. (2001) Vorhang auf ... Öffentlichkeit für Video-Eigenproduktionen. In: Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Hg.) VideoCulture. Interkulturelle Kommunikation, Schule, Videoarbeit. Donauwörth: Auer-Verlag, S. 55-57



JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
www.jff.de



Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik,
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
www.ph-ludwigsburg.de/647.html

Die Dokumentation wurde
gefördert von:

