

Kreative Qualität statt medialer Diät Mediales Gestalten mit Kindern

Von Renate Röllecke

Seit 2001 zeichnet das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) herausragende medienpädagogische Projekte mit dem Dieter Baacke Preis aus. Im Mittelpunkt stehen die medienpädagogischen Strategien und Methoden, die Kinder, Jugendliche und Familien in der Entwicklung ihrer Medienkompetenz fördern. Welche Methoden und Modelle der Preisträger-Projekte regen die kreative Arbeit mit Kindern besonders an? Was ist für bestimmte Altersstufen machbar? Inwiefern spielen Kreativität, Teilhabe und mobile Medien eine Rolle?

Dieses Jahr waren wir in den Sommerferien mit mehreren Familien am Mittelmeer zelten, auf den Dünen in der Macchia. Und wir waren quasi offline. Drei Wochen lang. Eher zufällig, als mit pädagogischer Intention. Es ging nicht nur gut, es ging sehr gut. Die Teens vertieften sich in Lektüre, Kartenspiele, beschäftigten sich mit Paddelbooten und Surfbrettern, chillten oder chatteten nonmedial miteinander. Ok, wir Erwachsenen gingen einmal pro Woche irgendwo E-Mails kontrollieren oder kauften uns für ein paar Stunden einen Netzzugang, der wegen umfangreichem Mail-Anhang meist rasend schnell verbraucht war. War das ein weitgehend medienfreier Urlaub, so ganz im Sinne der apokalyptischen Kulturkritiker? Von wegen: Jede Menge Fotos und Videos wurden aufgenommen, das durchdringende Geräusch der Zikaden aufgezeichnet, Vogelstimmen-Apps wurden konsultiert. Gern genutzt wurde **Star Walk**, die schöne Sternengucker-App, dazu SMS, Telefonate, Musik zum Einschlafen, Hörbücher, Mountainbike-Routen auf dem Smartphone und die Games der Kids. Immer wieder mal hallte der Ruf "Highscore!" durch die Dämmerung.

Diesen Artikel schreibe ich nun zwischen diesem eher bildschirmarmen "Cool Camping" und einem Besuch der gamescom, dem lauten, lebendigen, martialischen und quirligen Games-Basar in Köln, auf dem ebenso spielbegeisterte wie medienkompetente und kritische, vorwiegend junge Menschen auf die Vertreter von Games-Industrie und -Handel treffen. Ähnlichkeit zum Pinienwald: die Dezibel-Höhe und die Gefahr, dass einem Sachen auf den Kopf fallen können, dort Pinienzapfen und hier die in die tosende Masse geworfenen Give-aways. Und: Nein, ich habe nichts dergleichen an den Kopf bekommen, ich schreibe im Zustand relativer geistiger Klarheit: Von Demenz (noch) keine Spur.

So sinnvoll es ist, Alternativen zu medial geprägten Beschäftigungen zu kultivieren, so steht außer Frage: Wir leben in einer durch und durch medialisierten Welt. Dieses gilt es vielfältig medienpädagogisch aufzugreifen und zu bearbeiten. Medialer Kommerz und Konsum prägen den Alltag und saugen am Budget von Familien und Kindern. Laufend kommt neue Soft- und Hardware für alle Altersgruppen auf den Markt, darunter auch vieles, was Spaß macht, bildet und anregend ist. Medienkompetenz ist von Anfang an erforderlich, auch als Fähigkeit, Medien zu

bewerten, auszuwählen, zu kritisieren und sie kreativ und ausdrucksstark zu nutzen. Viele Kinder und Familien kennen den konsumorientierten Weg der Mediennutzung, rund die Hälfte der Kinder bearbeitet zudem regelmäßig Lernprogramme oder arbeitet am Computer für die Schule. Weitaus weniger Kinder und Jugendliche nutzen bislang Computer und andere digitale Medien für kreative Zwecke oder zur politischen Teilhabe (KIM Studie 2010). Es ist daher eine vordringliche Bildungsaufgabe, Kindern schon früh Wege zu zeigen, wie sie mit Medien aktiv gestaltend umgehen können, sowohl als Strategie des präventiven Jugendmedienschutzes als auch zur Förderung von Teilhabe an Kultur und Bildung. Wie das gehen kann, veranschaulichen ausgezeichnete, zur Nachahmung geeignete Projekte des Dieter Baacke Preises.

Was heißt hier „kreatives Medienprojekt“?

Kreativ-Märkte nennen sich die Geschäfte, in denen man allerlei Bastelutensilien kaufen kann, mit denen man mit oder ohne Zuhilfenahme von Vorlagen schöpferisch tätig sein kann. Doch so wie es einen Unterschied zwischen „Malen nach Zahlen“ und frei gestalteten Bildern gibt oder zwischen nach Mustern gestalteten Perlenketten und selbst erfundenen Stoffmonstern, so gibt es auch bei den medialen Produktionen mit Kindern Unterschiede, was den Grad der Eigenleistung, Phantasie und Unterstützung von Erwachsenen betrifft. Werden Kinder in einem engen Rahmen dazu angeleitet, eine vorgegebene Geschichte mit womöglich von den Erziehern gestalteten Figuren in Form eines Trickfilms zu animieren, so kann dies medienpädagogisch durchaus sinnvoll sein (vergleichbar mit der Methode Bilderbuchkino), z. B. bei einem engen Zeitbudget in einer sehr jungen Zielgruppe. Die Kreativität der Kinder ist allerdings anders zu bewerten, wenn die Kinder sich selbst Dialoge und Geschichten ausdenken, Figuren gestalten und die Geschichte vertonen und womöglich sogar komponieren. Ein einminütiger Film, der diese Komponenten aufweist, ist als kreativere Arbeit einzuschätzen als ein fünfminütiger, in dem Kinder lediglich die Figuren animieren und wenig selbst gestaltet haben.

Kinder zu diesen Eigenkreationen anzuleiten, ist eine pädagogische Kunst und erfordert ausgefeilte Methoden, wie sie beispielsweise in dem unten beschriebenen Projekt **Okarla und Jolise** deutlich werden. Gleiches gilt u. a. für die Gestaltung von Audiobeiträgen, digitalen Rallies, interaktiven Stadtplänen und medialen Fotoshows: Reihenfolge, Auswahl, Bearbeitung der Bilder, (gesprochene) Kommentare, Musikuntermalung - hierbei können Kinder in die kreativen Prozesse integriert werden.

Damit Kinder zu Produkten gelangen, die ihnen selbst gefallen und auch bei den Zuschauern oder Nutzern Anklang finden, ist medienpädagogische Unterstützung erforderlich. Dazu gehören Projekt- und Zeitplanung, altersgerechte Einführung und Nutzung der Technik, Berücksichtigung der Experimentierfreudigkeit, Gedanken-,

Erfahrungswelt und Perspektiven der Kinder, Anregung der Kinder zur kreativen Gestaltung des Medienproduktes und sicher auch je nach Alter und Entwicklungsstand die Begleitung oder Übernahme der Fertigstellung und des Rahmens der Präsentation.

Ältere Kinder und Jugendliche bringen mehr Wissen über Grundlagen medialer Gestaltung mit. Hieran kann in pädagogischen Prozessen angeknüpft werden, allerdings sollten die jungen Expertinnen und Experten den weniger kompetenten Gruppenmitgliedern Raum geben, selbst gestaltend und technisch aktiv zu werden. Auch hier sind pädagogisches Moderieren und Anregen bedeutsam.

Dies gilt gleichermaßen für kreative oder auch journalistische Projekte der Foto-Video-, Audio-, Computer- oder Internetarbeit.

Von Anfang an aktiv

Freunde berichteten, dass in der Kita ihres Kindes in der italienischen Emilia Romagna die Drei- bis Sechsjährigen regelmäßig mit Trickfilmen kollektiv in den Mittagsschlaf geschickt wurden. In vielen hiesigen KiTas werden gern Hörspiele, Hörgeschichten oder auch Musik von Kinderliederkomponisten genutzt, um ein bisschen Ruhe und Konzentration zu bewirken. So machen das viele Eltern auch zu Hause oder unterwegs. Ohne diese Mediennutzung generell zu verteufeln, werde ich nicht müde zu betonen, dass medienpädagogische Arbeit in KiTas und auch in den ersten Grundschuljahren ganz andere Konzepte und Nutzungen vorsieht. Es geht in diesem Alter weder um das Einlullen, noch stehen Lernprogramme im Vordergrund. Ziel ist vielmehr die altersgerechte Förderung von aktiver, kreativer Medienkompetenz, die auch Teil der kulturellen Medienbildung ist ebenso wie Teil präventiven Jugendmedienschutzes.

Und dazu gibt es schon reichlich Modelle und Erfahrungen: Besonders bewährt haben sich im KiTa-Alltag Methoden, die mit recht einfachen Mitteln zu schnellen, interessanten Ergebnissen kommen, zum Beispiel:

- **Geräusche-Rallyes/Geräusche Rätsel** (Kinder nehmen Geräusche, z. B. aus der Kita, auf und lassen die anderen raten, um was für Geräusche es sich handelt bzw. Wo diese aufgenommen wurden)
- **Fotorätsel** (Detailaufnahmen)
- **Geheimaufträge** (Kleingruppen erhalten Aufträge, nur rote, blaue oder auch laute Sachen zu fotografieren)
- **Foto weitermalen** (ein Teil einer Person/Sache o. ä. wird fotografisch dargestellt, der andere wird weitergemalt)
- **Fotomemory** (Fotos von Gegenständen doppelt ausdrucken oder eine Detailaufnahme mit einer Gesamtaufnahme/Totale eines Gegenstandes kombinieren)

Darüber hinaus führen Projekte, die ein höheres Maß an Konzeption, Ausdauer und Aufwand erfordern, in der Altersgruppe der ab ca. fünfjährigen KiTa- und Primarstufenkinder zu eindrucksvollen, inspirierenden Ergebnissen.

Hier einige Beispiele ausgefeilter und zugleich übertragbarer Projekte der Dieter-Baacke-Preisträger, deren Methodik zum Repertoire der kindlichen kulturellen Bildung gehören sollten:

- **Die Gabi ist weg** - ein Videoprojekt, in dem die Kinder selbst Geschichten entwickeln, Storyboards malen und vor und hinter der Kamera agieren. Die Story ist so simpel wie kindgemäß: Erzieherin Gabi ist verschwunden, die Kinder suchen sie überall, schließlich finden sie sie schlafend in einem Kinderbett. Perfektion ist dabei Nebensache, im Mittelpunkt stehen die Perspektive und das Agieren der Kinder.
- **Die Abenteuer von Okarla und Jolise** – Im Rahmen eines Trickfilmprojektes wurden die Kinder pädagogisch angeregt, sich audiovisuelle Geschichten auszudenken, die Figuren und Szenarien zu erfinden und mit vielfältigen Materialien zu gestalten und die Musik und Tonspur, Geräusche, Texte etc. zu komponieren. Selbstverständlich werden die Filme auch, wie in anderen Trickbox-Projekten, von den Kindern selbst animiert. Film und Geschichte leben von dem Erfindungsreichtum der Kinder.
- **Wie kommt unser Foto in die Zeitung?** – Auf der Grundlage dieser Frage der Kinder entwickelten Erzieherinnen der Kita Hopsala der Stadt Rheinbach ein wegweisendes Medienbildungsprojekt mit den Jüngsten: Fotografieren, Fotos in den Computer laden, auswählen und bearbeiten und an die Zeitung mailen, die Zeitungsmacher und Produktionsstätte besuchen und dann die gedruckte Zeitung mit dem Bild in der Hand halten. Das Projektmodell eignet sich für Kitakinder und Kinder im Primarstufenalter.
- **Ein Plüschtier auf Reisen** – BITS21, Berlin. Eine echte Stofftier-Giraffe kommt mit einem Rucksack voller Aufgaben und Spiele in 19 Kitas in Berlin, Brandenburg und Baden-Württemberg an. Das ganzheitliche intergenerative Projekt kombiniert Kulturarbeit und Medienkompetenz. Im Mittelpunkt stand die zu dem Zeitpunkt aktuelle Thematik "Afrika". Kinder und Eltern sind gleichermaßen involviert und recherchieren im Internet, basteln, lernen afrikanische Spiele kennen, musizieren. Sie nutzen digitale Fotografie, USB-Sticks und den Projekte-Blog, in dem die Kunstwerke und Entdeckungen der Kinder gesammelt und präsentiert werden.
- **Erzählkultur – Sprachförderung durch aktive Medienarbeit** – JFF, München und Medienzentrum Parabol, Nürnberg. Fördern Medien nicht die Sprachlosigkeit in Familien? Die vielfältigen Modelle dieses wegweisenden Projektes zeigen, dass Medien sehr sinnvoll dazu genutzt werden können, Kindern eine Stimme zu geben und ihre sprachlichen Kompetenzen zu unterstützen. Vier- bis zehnjährige Kinder werden durch mediale und

nonmediale Aktivitäten dazu angeregt, eigene Geschichten zu erfinden, sie in Kombination von Fotos, Videos und Audioaufnahmen umzusetzen und im Internet zu dokumentieren. Auf www.erzaehlkultur.info gibt es dazu praktische Tipps und Hintergrundwissen für pädagogische Fachkräfte und Eltern.

Öffentlich mitwirken

Partizipation und Teilhabe sind starke Begriffe, die vielleicht schon ein bisschen den Muff der Antragslyrik angesetzt haben. Dennoch ist das, was dahinter steht, nach wie vor von zentraler Bedeutung, auch in medienpädagogischen Kontexten. Schließlich geht es um nichts weniger als die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen – generell und besonders auch aus benachteiligenden Milieus – an der Gestaltung von Kultur und Öffentlichkeit. Dass dies nicht eine Seifenblase ist, sondern kraftvoll und sogar dauerhaft („nachhaltig“) umgesetzt werden kann, zeigen viele Projekte, die Kinder und Jugendliche dazu anregen, ihre Sichtweisen, Interessen, Fragen und kulturellen Projekte zu präsentieren und zu diskutieren. Beispielgebend sind Einrichtungen und Medienpädagogen, die über viele Jahre hinweg Methoden und Projekte genau mit diesem Ziel umsetzen, dazu gehören u. a. die Baacke Preisträger SIN Studio im Netz, das Medienzentrum München, das jfc Medienzentrum Köln, das Gallus-Zentrum Frankfurt, metaversa Berlin, das Medienkulturzentrum Dresden, medien + bildung com, Verena Ketter, Franz Josef Röhl, das jaf in Hamburg, das Kinder- und Jugendfilmzentrum und viele mehr.

Beispiele von Dieter Baacke Preisträger-Projekten zur partizipativen Medienarbeit mit Kindern und Jugendlichen ab 8 Jahren:

- **Radiofuchse – das interkulturelle Hamburger Kinderradio.**

Das soziale Brennpunkt-Viertel St Pauli-Nord ist das Zuhause der Kinderreporter der Radiofuchse, Jungen und Mädchen zwischen 8 und 16 Jahren, die vorwiegend aus Familien mit Migrationshintergrund stammen.

Medienpädagogisch unterstützt erarbeiten die Kinder Themen, Interviews und Reportagen aus ihren Interessen und Perspektiven heraus. Die Beiträge des Partizipationsprojekts, das Sprachförderung mit Medienkompetenz kombiniert, werden gesendet und stehen als Podcasts im Internet bereit. Die Kinder berichten z. B. über das Hamburger Fundbüro oder fragen Passanten und Anwohner nach einem Zaun, der im Stadtviertel gegen Obdachlose errichtet wurde. Aus einigen ehemaligen Radiofuchsen wurden dann auch NDR-Kinderreporter. www.radiofuchse.de

- **LEONAU.TV – Web-TV als Netzwerk in der Stadtteilarbeit in Nürnberg**

An dem Kommunikations- und Videoportal sind Kinder und Jugendliche aus verschiedenen Hauptschulen und Kindereinrichtungen im Nürnberger Stadtteil St. Leonhard-Schweinau beteiligt. In Videoclips und Reportagen zeigen sie, was sie beschäftigt, was sie stört und was sie mögen. So präsentiert z. B. eine Gruppe Zehn- bis Zwölfjähriger die hässlichen Seiten von Sündersbühl: Müll, Dreck, Glasscherben, eine für Kinder unwirtliche Umgebung, die ein Handeln aus Politik und Gemeinschaft erfordert. In der LEONAU.TV-Redaktion werden die Kinder und Jugendlichen dazu angeleitet, das Portal eigenverantwortlich zu pflegen und ihre eigenen Themen aus dem Stadtteil hervorzubringen. Das vom Medienzentrum Parabol betreute Web-TV ist Beispiel für neue Beteiligungsformen von Kindern und Jugendlichen und trägt zu einer Verbesserung der Kommunikation im Stadtteil bei. Clips, Tipps und Anleitungen bei www.leonau.tv.

Digital und mobil unterwegs

Kinder im Alter ab zehn Jahren verfügen heute zunehmend über Smartphones und Tablets. Etwas digital aufzuzeichnen, zu bearbeiten und hochzuladen ist heute in pädagogischen Einrichtungen – auch mit den dort vorhandenen Mitteln -- leichter möglich und erfordert wesentlich weniger technische Feinheiten als noch vor Jahren. Dies eröffnet viele neue Chancen, wie es einige Beispiele der Preisträger-Projekte veranschaulichen:

- **Crosstalk/Spiel und Lieblingsorte: Ein Rundgang für die Ohren**
(Pädagogische Hochschule Freiburg, u. a.) Wo und wie spielen Kinder heute? Und wo haben heutige Seniorinnen und Senioren als Kinder gern gespielt? Auf Augenhöhe und gleichberechtigt tauschen sich Alt und Jung über ihre Spielorte aus, führen Interviews, fertigen Fotos an, recherchieren und dokumentieren. Das intergenerative Medienprojekt ist Teil des internationalen und interkulturellen Projektes crosstalk. Das Ergebnis - ein auditiver. im Internet verorteter Rundgang mit vielen Fotos – sowie weitere Materialien mit vielen praktischen Tipps zur Nachahmung sind zu findenunter:
http://www.crosstalk-online.de/st_georgen_dt.html,
http://www.crosstalk-online.de/ebnet_dt.html
- **Mobile Movie – urbane Mobilität im künstlerischen Handyfilm**
(jaf – Verein für medienpädagogische Praxis Hamburg, u.a.) 300 Schüler und Schülerinnen aus zehn Hamburger Schulen präsentierten in ihren Handy-Filmclips ungewöhnliche Perspektiven und ihre ganz eigene Ästhetik. Thema war eine Auseinandersetzung mit urbaner Mobilität und öffentlichem Verkehr. Die Ergebnisse wurden auf Infoscreens und Bildschirmen in der U-Bahn veröffentlicht. Ein Jugendprojekt, das sich mit veränderter Themenstellung (z. B.

„unheimlich – schön“ – spukige und spaßige Ecken an unserer Schule/in unserem Viertel) auch für die Arbeit mit jüngeren Zielgruppen übertragen lässt.

Einschalten statt Abschalten – kreativ mit Medien!

Sieht man die Einreichungen für den Dieter Baacke Preis als Seismographen für die medienkulturellen Produktionen mit Kindern und Jugendlichen, dann schlummert - vor dem Hintergrund der aktuellen technischen Möglichkeiten - noch viel ungenutztes Potential. Handys, Smartphones, Tablets und kleine Spielkonsolen verfügen über eine Vielfalt an kreativen Möglichkeiten, die von den Kindern entdeckt und genutzt, aber bislang kaum in pädagogische Settings einbezogen werden. Statt die vorhandenen mobilen Medien für kreative Projekte zu nutzen, heißt es in der Arbeit mit Kinder und Jugendlichen viel zu oft noch „Schalt das Ding aus!“ Hier gibt es jedoch noch viel zu entdecken und zu experimentieren: visuelles Gestalten, VJ-ing, also die Gestaltung von Formen und Bildern zu Musik, Klängen; kunstvolle Fotobücher, das Gestalten audiovisueller Präsentationen und Geschichten, gemeinschaftliches Arbeiten an medialen Produkten, auch über Grenzen hinweg, Anregung (inter-)kultureller Kommunikation und künstlerischer Aktivität mit den aktuellen Medien .

Hierzu ein Tipp zum Schluss: Im ausgezeichneten Medienpädagogik-Praxis-Blog werden regelmäßig attraktive Apps und Methoden für die Bildungsarbeit erklärt und vorgestellt (<http://www.medienpaedagogik-praxis.de>).

Qualität statt Diät. Los geht's' mehr mit digitalen Medien schöpfen, statt über sie zu schimpfen.

Grillen zirpen, ein leichter Wind weht, gegenüber im Jugendtreff drehen Mädchen noch eine Filmszene mit Scriptboard, Licht und spürbarer Akribie, die Kids hinten auf dem Schulhof halten ihre besten Waveboard-Jumps mit ihren Handys fest. Ich klappe den Rechner zu und schaue in die langsam sichtbar werdenden Sterne, ist das jetzt der Mars oder die Venus? Kurz noch mal nachschauen....

Ausführliche Informationen zum Dieter Baacke Preis und zu den Preisträger-Projekten:

www.dieterbaackepreis.de

Renate Röllecke, wissenschaftlich-pädagogische Referentin in der Bundesgeschäftsstelle der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur.