

Medienprojekte im Wettbewerb – Partizipationen und Kompetenzgewinne von Kindern und Jugendlichen

Dagmar Hoffmann & Renate Röllecke



Dagmar Hoffmann



Renate Röllecke

Medienbildung gilt in Deutschland als Querschnittsaufgabe. Sie ist nicht als eigenständiges Lehrfach im regulären Lehrplan der Schulen verankert, sondern es obliegt im Wesentlichen den Lehrer/innen, inwieweit sie Medien im Unterricht einsetzen, mit diesen arbeiten sowie Medienproduktionen anregen und fördern. Wenn hier von Medien die Rede ist, dann sind hier nicht Kreide, Tafel oder Whiteboard gemeint, sondern geht es um den Einsatz auditiver, visueller und audiovisueller, digitaler Medien, die es Kindern und Jugendlichen erlauben, eigene Medienarbeiten zu konzeptionieren, zu kreieren und zu produzieren. Obwohl Medienbildung in den Schulen oftmals nur in Wahlpflichtbereichen oder in Arbeitsgruppen des Ganztagsbereichs angesiedelt ist, finden sich auch dort zahlreiche Projekte, in denen Kinder und Jugendliche den Umgang mit bestimmten Medien erlernen, sich ausprobieren und sich mittels Medien ausdrücken können. Vorrangig findet der für moderne Wissensgesellschaften als notwendig erachtete Medienkompetenzerwerb allerdings in der außerschulischen pädagogischen Praxis statt – in der Jugend- bzw. Sozialarbeit, in kommunalen und überregionalen (Landes-)Medienzentren, in kirchlichen und gemeinnützigen Gruppen, in denen Medienprojekte initiiert, angeleitet und begleitet werden.

Kinder und Jugendliche jeglicher Bildungsschichten sind generell schnell für Medienproduktionen zu begeistern. In der projektorientierten Arbeit mit Medien werden Begebenheiten des Alltags, Probleme im Kontext der Lebens- und Entwicklungsbewältigung, Ängste, aber auch Wünsche und Sehnsüchte thematisiert und je nach inhaltlicher Ausrichtung aufgearbeitet. Kinder und Jugendliche werfen zudem in ihren Produktionen häufig einen humorvollen Blick auf die Welt. Scherz, Satire und Ironie spielen sowohl in der medialen Auseinandersetzung mit dem Themas als auch in der finalen Produktion oftmals eine erhebliche Rolle.

Mit ihren Medienproduktionen geben junge Heranwachsende ihren Themen eine besondere Ausdrucksform und verleihen ihnen damit eine große Bedeutung. Ihre Geschichten und auch ihr Wissen werden nicht (nur) auf einer verbalen Ebene – im Diskurs oder Dialog – verhandelt, sondern sie werden visualisiert, symbolisiert, emotionalisiert und

ästhetisiert. Sie erhalten eine Form und eine Gestalt, sie werden transparent gemacht, mitunter breiter kommuniziert, d.h. einer Öffentlichkeit zugänglich gemacht, sie werden adressiert und dokumentiert. Medienprodukte wie Fotos, Handy- und Videofilme oder Multimediaanwendungen von Kindern und Jugendlichen verweisen nicht nur auf ihre Denkweisen, sozialen Einstellungen und Fantasien, sondern zudem auf ihre Lernfähigkeiten, ihre Wissensaneignung, ihre Neugier und auf ihre Kreativität sowie darauf, wie sie die Welt mit ihren Augen wahrnehmen und wahrgenommen haben möchten.

Kinder und Jugendliche wachsen heute mit einer umfangreichen Medientechnik auf und sie wissen sie als Rezipient und oftmals auch als Produzent zu (be-)nutzen. Für viele von ihnen ist es nichts Außergewöhnliches, digitale Fotos etwa mit der Handykamera zu schießen, Bildgrößen zu variieren und Bildausschnitte vorzunehmen, Fotos auf dem Computer zu speichern und anschließend auf sozialen Online-Netzwerk-Portalen hochzuladen. Viele technische Kenntnisse und Fähigkeiten bringen sie sich untereinander (peer-to-peer) bei. In Sachen Medienkunde und Mediennutzung sind Schüler/innen nicht selten Autodidakten. Nicht wenige zeigen ein beeindruckendes Selbstmanagement und ein hohes Maß an Selbstorganisation, wenn es um den so genannten *User Generated Content* geht. Hin und wieder stoßen die Heranwachsenden aber auch an ihre Grenzen oder wissen nicht um Urheberrechte, um den zu beachtenden Daten- und Persönlichkeitsschutz. Das heißt, Kinder und Jugendliche müssen nicht nur lernen, mit Medientechnik umzugehen, sondern auch Medienprodukte ästhetisch zu gestalten sowie ethische und rechtliche Aspekte zu berücksichtigen. Sie benötigen und beanspruchen auf ihr Alter und ihren Bildungshintergrund und vor allem auf ihre Interessen und Lernfähigkeiten abgestimmte medienpädagogische Unterstützung und Anleitung. Die finden sie auf unterschiedliche Weise bei verschiedenen Trägern etwa der staatlichen, konfessionellen sowie der freien Kinder- und Jugendhilfe, bei kommunalen Einrichtungen oder auch bei Medienzentren, Stiftungen oder gemeinnützigen Vereinen. Medien in der Kinder- und Jugendarbeit einzusetzen ist populär und im Grunde naheliegend, doch das medienpädagogische Engagement und die finalen Medienproduktionen sind von recht unterschiedlicher Qualität. Nicht zuletzt hängt der Erfolg einer Produktion auch stark von der zur Verfügung stehenden technischen Ausstattung und dem für das Projekt bewilligten Budget ab.

Wer meint, etwas Kreatives, Innovatives, Individuelles, Außergewöhnliches gemacht und produziert zu haben, etwas, von dem andere lernen und profitieren können, der kann sich den vielen Wettbewerben stellen, die auf kommunaler, regionaler Ebene sowie bundesweit zumeist jährlich ausgeschrieben werden. Medienpädagogische Projekte – zum Teil auch Projektideen – sowie Medienprodukte werden in der Regel von unabhängigen Jurys begutachtet und als preiswürdig oder nicht preiswürdig befunden. Bislang findet sich keine Datenbank, die über all die vorhandenen Wettbewerbe, die Anforderungen, die Preise oder auch Zertifikate, die man erhalten kann, Auskunft erteilt. Datenportale wie *bildungsserver.de* oder *mediaculture-online.de* liefern einen selektiven Überblick über die ihnen gemeldeten Wettbewerbe. Auch *netzcheckers.de* informiert über aktuelle Wettbewerbe. Über diese dort zu findenden Meldungen gibt es weitere Preisausschreibungen, die entweder nur einmalig oder sporadisch stattfinden sowie eventuell kommerziell ausgerichtet sind und deren Organisatoren offenbar andere Wege der Public Relations nutzen.

Mit diesem Beitrag möchten wir einen Überblick über die bundesweiten Wettbewerbe geben, die medienpädagogische Projekte bzw. Medienprodukte auszeichnen. Medienprodukte können etwa Fotos, Online-Zeitungen, Radiobeiträge, Podcasts, Filme, Websi-

tes, Blogs, Lernprogramme, Computeranimationen, Spiele und all das sein, was mittels Medientechniken von Kindern und Jugendlichen erstellt oder bearbeitet wurde. Dabei ist es für manche Wettbewerbe wichtig, dass die Produktion pädagogisch angeleitet bzw. begleitet wurde, für andere wiederum spielt es keine Rolle, ob professionelle Unterstützung vorhanden gewesen ist. Häufig werden bei den Wettbewerben Altersgradierungen berücksichtigt, d.h. es gibt Preise in verschiedenen Altersgruppen. Die Preise sind in der Regel eine bestimmte Geldsumme oder Sachen bzw. Geräte oder Software (z.B. Notebooks, Smartphones, Multimedia-Programme), die in der Regel von Medienunternehmen gestiftet werden. Zudem werden häufig lobende Anerkennungen ausgesprochen. Die Preisgelder und Sachpreise variieren je nach Förderer und Einrichtung. Teilweise initiiert eine Institution verschiedene Wettbewerbe, vergibt Sonderpreise oder ermöglicht Preisträgern besondere medienpraktische Förderungen und Weiterbildungen. Am Ende eines jeden Wettbewerbs wird ein öffentlichkeitswirksames Festival ausgerichtet, bei dem die Preisträger/innen ihre Prämien und gegebenenfalls ihre Urkunden erhalten.

Wettbewerb	Institution/Förderer	Inhalt und Teilnehmende	Preise
<i>Dieter Baacke Preis</i> wird vergeben seit 2001	<i>Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur GMK</i> (Bielefeld) mit dem <i>Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)</i>	Ausgezeichnet werden Projekte, die in der Bildungs-, Sozial- und Kulturarbeit entstanden sind. Bewerben können sich Initiativen oder Einzelpersonen, die innovative, originelle oder mutige Projekte zur Förderung einer pädagogisch orientierten Medienkompetenz durchführen. Das kann beispielsweise ein kreatives Internetprojekt in der Jugendarbeit sein, ein Kinder-radioprojekt, ein Film- und Fernsehworkshop oder ein außergewöhnliches multimediales Fotoprojekt im Kindergarten. Im Zentrum der Preisvergabe steht neben dem Produkt auch der medienpädagogische Prozess. Infos: http://www.dieterbaackepreis.de/	Geldpreise
<i>Deutscher Jugendvideopreis</i> wird vergeben seit 1988	<i>Kinder und Jugendfilmzentrum in Deutschland</i> (Remscheid); gefördert vom <i>BMFSFJ</i>	Der Deutsche Jugendvideopreis hat zwei Bereiche: einen allgemeinen Wettbewerb mit freier Themenwahl und ein Themen-Special, das wie beim Jugendfotopreis (siehe nachfolgend) in diesem Jahr „Wunderland“ gewesen ist. Das Thema konnte weit gefasst werden, so waren auch „filmischpolitische“ Ansichten zu „Wunderland Deutschland“, zu 20 Jahre Deutsche Wiedervereinigung gefragt. Mit welcher Technik die Filme produziert werden, spielt bei dem Wettbewerb keine Rolle. Entscheidend sind die Story und die Machart. Experimente mit Videohandys sind ebenso möglich, wie computergenerierte Kurzfilme, Videoclips, Musikvideos, lange Spielfilme und Dokumentationen. Der Deutsche Jugendvideopreis ist auch ein Forum für Animationsfilme, die klassisch gezeichnet, mit der Trickbox gedreht oder am Computer produziert sein können in 2D oder 3D oder als Machinima-Movie. Infos: http://www.jugendvideopreis.de/	Geldpreise
<i>Deutscher Jugendfotopreis</i> wird vergeben seit 1995	<i>Kinder und Jugendfilmzentrum in Deutschland</i> (Remscheid); gefördert vom <i>BMFSFJ</i>	Es werden Ideen entwickelt, Projekte umgesetzt und Fotos gemacht und bearbeitet. Neben dem "Allgemeinen Wettbewerb" mit freier Themenwahl gibt es auch Sonderthemen. In diesem Jahr war es wie beim Jugendvideopreis das Thema "Wunderland". Außerdem gibt es den Bereich für Fotoprojekte in Schulen und den Preis für die beste Foto-Reportage. Die besten Bilder werden auf der photokina, der Weltmesse für Fotografie und Imaging ausgestellt. Teilnehmen können Jugendliche und junge Erwachsene bis 25 Jahre. Damit alle gleiche Chancen haben, gibt es	Geldpreise

Wettbewerb	Institution/Förderer	Inhalt und Teilnehmende	Preise
		vier Altersgruppen (bis 10, 11-15, 16-20, 21-25 Jahre). Infos: http://www.jugendfotopreis.de/	
<i>Multimedia Preis MB21 - mediale Bilderwelten</i> wird vergeben seit 1998	<i>Medienkulturzentrum Dresden e.V.</i> in Zusammenarbeit mit <i>jugendonline</i> (Bonn)	Als bundesweiter Multimedia-Wettbewerb setzt sich MB21 für den kreativen Umgang mit neuen Medien ein und bietet eine Plattform, auf der junge Einsteiger/innen Platz finden, über ihre kreativen Ideen, Projekte oder Produkte zu kommunizieren. Alle Beiträge, die multimedial und im kreativen Umgang mit Neuen Medien in Freizeit, Schule oder außerschulischen Projekten entstanden sind, können hier eingereicht werden. Mit dem Ziel der Förderung von Medienkompetenz unterstützt MB21 diese dabei, sich kritisch zu äußern, neue Ideen einzubringen und Medien kreativ und gestaltend zu erleben. Beiträge können als Einzelarbeiten, außerschulische und schulische Projekte in den Altersgruppen 0-6, 7-11, 12-15 und 16-21 Jahren eingereicht werden. Infos: http://www.mb21.de/	Geld- und Sachpreise
<i>Ohrenblick mal</i> wird vergeben seit 2005	<i>JfF- Institut für Medienpädagogik in Wissenschaft und Praxis</i> (München), <i>jugendonline</i> , <i>LizzyNet</i> , <i>medien+bildung.com</i>	Ausgezeichnet werden Handyclips, die originelle Ideen aufgreifen und neue Blickwinkel auf Alltagssituationen, die mit dem Handy eingefangen werden können, erlauben. Es gilt, das Handy, kreativ zu nutzen. Sonderthema des Jahres 2010 ist "Du und deine Nachbarn". Teilnehmen können Personen von 12-20 Jahren, die einen maximal zweiminütigen Clip mit ihrem Handy aufgenommen haben, an dem sie die Rechte besitzen. Infos: http://www.ohrenblick.de/	Sachpreise

Die obenstehende Tabelle listet die bedeutendsten Wettbewerbe auf, an denen Kinder und Jugendliche aus dem gesamten Bundesgebiet teilnehmen können. Die Wettbewerbe finden regelmäßig (jährlich) statt und sind nicht-kommerziell, d.h. werden überwiegend öffentlich gefördert. Sie informiert über den Namen des Wettbewerbs und seit wann er vergeben wird. Außerdem werden die Institutionen genannt, die die Ausschreibungen vornehmen und den Preis finanziell unterstützen. Die Wettbewerbe unterscheiden sich in Bezug auf die Inhalte bzw. zu prämierenden Projekte sowie auf die Zielgruppen und die in Aussicht gestellten Preise. Die Höhe und Summe der Preisgelder kann je nach finanzieller Zuwendung von Jahr zu Jahr differieren. So lag die Summe der Preisgelder des *Dieter Baacke Preises* im Jahr 2009 bei insgesamt 5000 €, im Jahr 2010 können in fünf Kategorien Preise vergeben werden, die jeweils mit 2000 € dotiert sind. Der *Deutsche Jugendvideopreis*, der seit über 20 Jahren zuverlässig junge Filmemacher und Filmemacherinnen auszeichnet, wurde im Jahr 2009 vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend mit 13 000 € unterstützt, in diesem Jahr konnten im Juni in Ludwigsburg Preise im Gesamtwert von 16 000 € verteilt werden.