

Veröffentlicht auf kubi-online (<https://www.kubi-online.de>)

## **Kulturelle Bildung und Medienkompetenz - Entwicklung, praktische Erprobung und Evaluation einer Weiterbildung für Kunst und Kulturschaffende**

von **Christian Helbig, Horst Pohlmann, Tobias Schmölders, Angela Tillmann**

Erscheinungsjahr: 2017

Stichwörter:

**Evaluation | Medienpädagogik | Weiterbildung | Medienkompetenz | Evaluations- und Qualitätsforschung**

### **1. Inhalt und Ablauf des Konzepts „KuBiMedia“**

Das Weiterbildungsangebot „Kulturelle Bildung und Medienkompetenz – Kulturelle Medienbildung“ (KuBiMedia) der Akademie für Kulturelle Bildung des Bundes und des Landes NRW ist ein auf drei Jahre angelegtes Modellprojekt, das mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert wird. Das Projekt ist derzeit (Stand Dezember 2016) in seinem dritten Erprobungs-Durchlauf: Zwei Gruppen haben die Fortbildung bereits komplett, eine dritte und letzte hat zwei von drei Präsenzphasen absolviert. Jede Gruppe besteht aus ca. 20 Teilnehmenden.

KuBiMedia hat zum Ziel, dass Kunst- und Kulturschaffende pädagogische Handlungskompetenz entwickeln, mit der sie – ausgehend von ihrer spezifischen künstlerischen Perspektive und Herangehensweise – kulturpädagogische Settings für Kinder und Jugendliche gestalten können und dabei das Kulturgut Medien in eine pädagogisch und medienpädagogisch reflektierte Wechselwirkung mit den Künsten bringen. Sie sollen in die Lage versetzt werden, bei den AdressatInnen ihrer Arbeit, den Kindern und Jugendlichen, ein Bewusstsein für den Einsatz der Medien als Kulturgut zu schaffen. Das Angebot richtet sich spartenübergreifend an alle Kunst- und Kulturschaffenden, die Medien pädagogisch reflektiert in ihre Angebote und Projekte einbinden möchten.

Die Weiterbildung folgt einem modularen und mehrphasigen Aufbau, in dem grundlegende Kenntnisse zum pädagogischen Einsatz von Medien mit praxisorientierten Inhalten im Rahmen eines eigenständig durchzuführenden Projekts in enger Verzahnung mit Kultur- und Bildungseinrichtungen verknüpft werden.

Die Inhalte und Ziele der Weiterbildungsphasen orientieren sich insbesondere am Konzept der Medienpädagogischen Kompetenz, das vor allem für die LehrerInnenausbildung ausgearbeitet wurde (vgl.

Herzig 1997; Blömeke 2000; Tulodziecki 2012) und an den Medienkompetenzbegriff (vgl. Baacke 1996) angeknüpft. Blömeke (2000:155f.) differenziert fünf Dimensionen medienpädagogischer Kompetenz, über die LehrerInnen verfügen sollten, um dieses Ziel erreichen zu können: Die eigene Medienkompetenz der Fachkräfte, mediendidaktische Kompetenz, medienerzieherische Kompetenz, sozialisationsbezogene Kompetenz und Schulentwicklungskompetenz. Von den AutorInnen wird insgesamt eine stärkere Wahrnehmung der im Zuge der Mediatisierung entgrenzten und verdichteten Lebens- und Alltagswelten von Jugendlichen gefordert und eine deutlichere Berücksichtigung ihrer Anstrengungen, sich in dieser Welt zurechtzufinden, zu verorten und eine eigene Identität auszubilden. In den wissenschaftlichen Begründungen medienpädagogischer Kompetenz wird vor allem der individuellen Medienkompetenz der Fachkräfte eine besondere Rolle zugesprochen, da der Kompetenzbegriff auf die Handlungsfähigkeit in einem bestimmten Handlungsfeld zielt (vgl. Tulodziecki 2012:275f.).

## **2. Vier Phasen pro Weiterbildung: Inhalt/Erfahrung, Praxis, Reflexion**

Jede der drei Erprobungs-Durchläufe besteht aus vier Phasen: Zwei jeweils fünftägige Inhaltsphasen, eine von den Teilnehmenden selbst organisierte Praxisphase und eine abschließende, viertägige Reflexionsphase. Ziel der ersten Phase ist es, Handlungskompetenzen der Teilnehmenden zur praktischen Arbeit mit Kinder- und Jugendgruppen zu fördern. Dazu werden folgende Teilaufgaben erarbeitet:

- Gruppenführung und -organisation: Wie begleite ich eine Gruppe von Kindern oder Jugendlichen im Rahmen eines praktischen Medienprojekts?
- Gruppendynamik und Umgang mit Störungen: Welche methodischen (z.B. spiel- und erlebnispädagogische) und intervenierenden Maßnahmen sind zur Motivation und Führung einer Gruppe hilfreich? Dieser Punkt ist sowohl für die spätere praktische Arbeit mit Heranwachsenden, als auch für die Stärkung der Gruppe der Teilnehmenden selbst wichtig.
- Partizipation: Wie binde ich die beteiligten Kinder und Jugendlichen bei der Ausgestaltung der verschiedenen Phasen eines Projekts (Planung/Organisation, Durchführung, Präsentation der Ergebnisse/Auswertung) ein?

Darüber hinaus setzen sich die Teilnehmenden in dieser Kursphase mit den Medienwelten von Kindern und Jugendlichen auseinander, um die Bedeutung von traditionellen und immer wieder auch neuen Medien entlang altersspezifischer Entwicklungsthemen und Bedürfnisse einzuschätzen zu können. Die inhaltliche Gestaltung dieser Fortbildungsphase ist praxisorientiert ausgerichtet, so dass die Teilnehmenden in Workshops selbst Erfahrung im kreativen Umgang mit den von Kindern und Jugendlichen favorisierten Medien sammeln können und Anknüpfungspunkte an die individuellen künstlerischen und kulturellen Praktiken deutlich werden.

Im Anschluss an die Module der ersten Kursphase werden von den Teilnehmenden erste konkrete Ideen für eigene Praxisprojekte erarbeitet. Gegen Ende der ersten Kursphase entscheiden die Teilnehmenden, welche Aspekte sie – bezogen auf ihre gewählten medienpädagogischen Projekte – vertiefen möchten. Die gewünschten Aspekte werden bei der Konzeption der Praxis-Workshops in der zweiten Woche berücksichtigt.

Zum Abschluss dieser Kursphase (und auch der anderen Präsenzphasen) geben die Teilnehmenden ein Feedback, das sowohl offen als auch methodisch strukturiert (z.B. per Zielscheibe) abgefragt wird.

Die Inhalte der zweiten Kursphase dienen vor allem der Vorbereitung der praktischen Medienarbeit. Die Teilnehmenden handeln selbst mit Medien, reflektieren deren Bildungspotentiale und setzen sie praktisch im Rahmen handlungsorientierter Projektarbeit ein. Der Ablauf der zweiten Kursphase ist durch diverse Workshops geprägt. Im Gegensatz zu den komprimierten Workshops der ersten Kursphase finden hier insgesamt bis zu sechs zweitägige Workshops in Kleingruppenarbeit statt; drei laufen je parallel. Alle Teilnehmenden wählen im Vorfeld zwei Workshops, an denen sie teilnehmen.

Die Ergebnisse der praktischen Erprobung diverser Medien werden dann den anderen Gruppen vorgestellt. Bislang fanden – ausgehend von den Präferenzen der Teilnehmenden – Workshops zu den Schwerpunkten Trickfilm, (experimentelle) Fotografie, (Web-)Video, Storytelling in Computerspielen, Radio, Musizieren mit Tablets und Spielpädagogik statt. Die ReferentInnen in den Workshops sind in der Regel seit vielen Jahren in der medienpädagogischen Praxis tätig; sie können nicht nur fachliches Wissen und Können vermitteln sondern auch Fragen zur pädagogischen Ausgestaltung von Lernprozessen mit Gruppen beantworten. Das Angebot dieser Kursphase wird ergänzt durch Inputs zum Thema Urheber- und Persönlichkeitsrechte, die in allen pädagogischen Kontexten vermehrt an Bedeutung gewinnen. Am Ende der zweiten Kurswoche planen die Teilnehmenden in Kleingruppen ihre eigenen Praxis-Projekte und präsentieren diese sich anschließend gegenseitig.

In der dritten Kursphase setzen die Teilnehmenden ein selbst konzeptioniertes Praxis-Projekt um.

Die vierte Kursphase dient der Reflexion und Diskussion der Praxisprojekte als auch Auswertung der Weiterbildung. Die Teilnehmenden stellen ihre Praxis-Projekte in einer selbst gewählten Form vor. Hierfür stehen Ihnen mehrere Räume in der Akademie Remscheid zur Verfügung, in denen teils auch kleine Ausstellungen kuratiert werden. Alle Teilnehmenden erhalten ein kollegiales Feedback. Den Abschluss von KuBiMedia bilden die gemeinsame Auswertung der Weiterbildung und die Überreichung der Teilnahme-Urkunden.

### **3. Die integrierten Praxisphasen und Präsentationen von Projekten**

Ein zentraler Teil der Fortbildung besteht in der Durchführung eines Praxisprojekts, welches die Teilnehmenden in der zweiten Kursphase selbst planen und umsetzen. Trotz der vielfältigen Erfahrungen, die viele der Kunst- und Kulturschaffenden bereits in die Weiterbildung mitgebracht haben, war die medienpädagogische Projektarbeit für die meisten doch Neuland. Ziel der Praxisphase ist die praktische Erprobung und Reflexion des in der Weiterbildung erworbenen Wissens und Könnens. Die Teilnehmenden wählen eine Zielgruppe aus, für die sie ein medienpädagogisches Projekt konzipieren und durchführen. Das Praxisprojekt bietet die Gelegenheit, erlernte Methoden kreativer Medienarbeit und methodische Zugänge zur Gruppenarbeit auszuprobieren und anschließend gemeinsam zu reflektieren.

Die Praxisphase hat sich sehr bewährt. Es wurden Projekte mit verschiedenen Zielgruppen und in unterschiedlichen Settings durchgeführt (Offene Kinder- und Jugendarbeit, Schule, Ganztag, Heranwachsende aus Flüchtlingsheimen etc.) und diverse Medien in den Projekten eingesetzt: von der Einwegkamera für ein intergeneratives und interkulturelles Fotoprojekt bis hin zum Tablet für das gemeinsame digitale Musizieren. Realisiert wurden weiterhin Hörspiele, Musikstücke, Trickfilme, Foto-Collagen etc.

In der dritten Kurswoche haben die Teilnehmenden die Ergebnisse präsentiert und den Entstehungsprozess reflektiert. Leitfragen der Praxisreflexion waren folgende:

- Welche Erfahrungen mit der Zielgruppe Kinder oder Jugendliche wurden gemacht?
- Hat die Arbeit mit den Heranwachsenden Spaß gemacht?
- Welche (Lern-) Ziele konnten verfolgt werden?
- Welche Abweichungen von der Planung des Projekts haben sich in der praktischen Umsetzung ergeben?
- Was würde beim nächsten Mal anders gemacht und warum?

Die gewählten Darstellungsformen bei den Projekten variierten erheblich: von der Powerpoint-Präsentation über Fotocollagen bis hin zur begehbarer Installation. Einige Teilnehmende haben den anderen Teilnehmenden im Rahmen der Projektvorstellung auch die Möglichkeit zum Mitmachen bzw. Ausprobieren eröffnet. Es konnten z.B. Geräusche für die Hörspielproduktion oder ein Quiz erstellt werden.

#### **4. Begleitforschung im Projekt KuBiMedia**

Die konzeptionelle Entwicklung und praktische Erprobung der Weiterbildung „Kulturelle Bildung und Medienkompetenz – Kulturelle Medienbildung“ (KuBiMedia) wurde von der *Technischen Hochschule Köln* kontinuierlich begleitet. Im Vorfeld der Weiterbildung wurde ein Evaluationskonzept erstellt, das sowohl die prozessbegleitende Qualitätssicherung und Weiterentwicklung von KuBiMedia während der jeweiligen Erprobung (formative Evaluation), als auch die Ergebnissicherung und eine Gesamtauswertung der Weiterbildung (summative Evaluation) ermöglicht. Dazu wurden in unterschiedlichen Phasen der Erprobungen Daten erhoben und ausgewertet, sodass die Ergebnisse Eingang in die verschiedenen Durchläufe der Weiterbildung finden konnten. Beide Evaluationsformen orientieren sich an dem Gesamtziel der Weiterbildung, in deren Rahmen die Teilnehmenden eine medienpädagogische Handlungskompetenz entwickeln bzw. erweitern und einen kritisch-reflektierten und kreativen Umgang mit Medien in der kulturellen Kinder- und Jugendbildung erwerben sollen.

Die Evaluation nutzt ein *Mixed-Methods-Design*, in dem sowohl qualitative als auch quantitative Methoden und Daten miteinander kombiniert werden. Insgesamt setzen sich die Daten aus zwei miteinander verknüpften Fragebögen und einer Gruppendiskussion zusammen.

- In der ersten Phase der modularen Weiterbildung wurden mit einem standardisierten Fragebogen (FB1) soziodemografische Angaben zu den Teilnehmenden und deren berufliche und medienpraktische Vorerfahrungen sowie deren Erwartungen an die Weiterbildung erhoben. Ein besonderes Augenmerk wurde dabei auf die Vorkenntnisse der Teilnehmenden im Umgang mit Medien und medienpädagogischen Themen gerichtet.
- In der Praxisphase der Weiterbildung wurden die Teilnehmenden aufgefordert, Projekte durchzuführen und die in den Modulen erworbenen theoretischen Kenntnisse und praktischen Fähigkeiten umzusetzen. Die jeweiligen Praxisprojekte wurden in Form standardisierter Steckbriefe (PS) in die Evaluation einbezogen.
- In der Abschlussphase der jeweiligen Erprobung und anknüpfend an die Projektpräsentationen der Teilnehmenden, wurden die Kunst- und Kulturschaffenden gebeten, die persönlichen Erfahrungen aus dem Weiterbildungsprozess in einer Gruppendiskussion (GD) zu reflektieren und auszuwerten.

- Abgeschlossen wurde die formative Evaluation der jeweiligen Erprobung durch einen zweiten standardisierten Fragebogen (FB2). Hier wurden erste Rückmeldungen zu den Modulen gegeben und die Erfahrungen der Teilnehmenden bei der Umsetzung der vermittelten medienpädagogischen Handlungskompetenz erfragt. Dieser Fragebogen beinhaltete Elemente des FB1, wodurch Entwicklungsprozesse sichtbar gemacht werden konnten.

Im Folgenden wird der Fokus der Darstellung vor allem auf die Ergebnisse des ersten und zweiten Fragebogens gelegt.

## **5. Auswertung der Vorabbefragung**

Derzeit befindet sich KuBiMedia in der ersten Phase der dritten Erprobung der Weiterbildungsmaßnahme. Dadurch können die Ergebnisse des FB1 aus allen Erprobungen in die Evaluation einbezogen werden.

Von den 59 teilnehmenden Kunst- und Kulturschaffenden füllten 59 den FB1 aus; dies entspricht einer Rücklaufquote von 100%.

### **5.1. Erreichung der Zielgruppe/ Beschreibung der Teilnehmendengruppe**

Die Teilnehmenden der Weiterbildung KuBiMedia stellen sich als sehr heterogen dar, sowohl in Hinblick auf die soziodemografischen Merkmale als auch in Hinblick auf die Zuordnung zu einer Kunstsparte.

So liegt das Durchschnittsalter der Teilnehmenden bei 46 Jahren. Insgesamt setzt sich die Altersstruktur der Weiterbildung wie folgt zusammen:

Anzahl	Häufigkeit	Prozente
20-29 Jahre	3	5,1
30-39 Jahre	16	27,1
Gültig 40-49 Jahre	17	28,8
50-59 Jahre	20	33,9
Über 60 Jahre	3	5,1

Abb. 1: Altersverteilung der Teilnehmenden (N=59)

Drei Viertel der Teilnehmenden sind weiblich (74,6%) und ein Viertel männlich (25,4%). Setzt man diese Zahlen in Relation zu den Zahlen der Künstlersozialkasse, in der – von den insgesamt 183.463 Versicherten selbständigen KünstlerInnen im Bereich Bildende Kunst, Musik und Darstellende Kunst – im Jahr 2016 46,41 Prozent weiblich sind (Künstlersozialkasse 2016), zeigt sich, dass die untersuchte medienpädagogische Weiterbildung stärker weibliche Kunst- und Kulturschaffende anspricht.

Zwei Drittel der Teilnehmenden (66,1%) in den Erprobungen von KuBiMedia haben zudem einen akademischen Hintergrund bzw. verfügen über einen Hochschulabschluss. Knapp ein Viertel (22%) gibt das

Abitur als höchsten Schulabschluss an. Weitere Antworten verteilen sich auf die Fachhochschulreife (1,7%), die Mittlere Reife (6,8%) und den Hauptschulabschluss (1,7%).

Zur Erfassung der künstlerischen Tätigkeit der Teilnehmenden, wurde den Befragten die Möglichkeit einer Mehrfachantwort gegeben – sie konnten sich mehreren Kunstsparten zuordnen. Mit diesem Vorgehen wurde dem Alltagsverständnis der Kunst- und Kulturschaffenden Rechnung getragen, die sich – wie die Auswertung später auch zeigt – schwer tun, sich allein einer künstlerischen Tätigkeit zuzuordnen. Der Hauptteil der Befragten verortet sich selbst in die Bereiche „Bildende Kunst“ (47,5%), „Foto“ (45,8%), „Literatur“ (35,6%) und „Film“ (32,2%) – damit lässt sich bei den Kunst- und Kulturschaffenden bereits eine gewisse Medienaffinität (im Hinblick auf traditionelle Medien) erkennen.

Anzahl	Häufigkeit	Prozente
Musik	9	15,3
Radio/Hörspiel	5	8,5
Theater/Performance	15	25,4
Tanz	3	5,1
Zirkus/Akrobatik	1	1,7
Bildende Kunst	28	47,5
Gültig		
Literatur	21	35,6
Baukunst	2	3,4
Streetart	5	8,5
Design	13	22,0
Film	19	32,2
Foto	27	45,8
Illustration	5	8,5

Abb. 2: „Welcher künstlerischen Tätigkeit gehen Sie nach?“ (Mehrfachantwort) (N=59)

## 5.2. Vorerfahrungen der Zielgruppe in Kunst und Kultureller Bildung

Die Vorerfahrungen der Teilnehmenden wurden zum einen anhand ihrer künstlerischen Tätigkeit erhoben, zum anderen wurden sie gefragt, wie viele Jahre sie in der Kulturellen Bildung tätig sind und ob sie bereits medienpädagogische Methoden genutzt haben.

Die Auswertung zeigt, dass weit mehr als die Hälfte der Teilnehmenden der Weiterbildung (57,6%) eine künstlerische Berufserfahrung von mindestens zehn Jahren hat, 18,6 Prozent gaben an, dass sie zwischen fünf und zehn Jahren in ihrem künstlerischen Feld tätig sind. Nur knapp ein Viertel der Gesamtgruppe bestreitet die Weiterbildung mit einer Berufserfahrung von weniger als 5 Jahren.

	Anzahl	Häufigkeit Prozente
Weniger als 1 Jahr	2	3,4
1-5 Jahre	12	20,3
5-10 Jahre	11	18,6
Gültig		
10-20 Jahre	17	28,8
Mehr als 20 Jahre	17	28,8
Gesamt	59	100,0

Abb. 3: „Seit wie vielen Jahren sind Sie in Ihrem künstlerischen Bereich tätig?“ (N=59)

Der größere Teil der beteiligten Kunst- und Kulturschaffenden- zwei Drittel der Teilnehmenden (64,4%) - gibt weiterhin an, zu Beginn der Weiterbildung Erfahrungen in der Kulturellen Bildung mitzubringen. Von denen, die bereits Erfahrungen in der Kulturellen Bildung gemacht haben, geben mehr als die Hälfte an, dass sie bereits medienpädagogische Methoden genutzt haben. Bezogen auf die Gesamteilnehmendenzahl, verfügen also ein Drittel der Teilnehmenden (33,9%) über pädagogische Erfahrungen im Umgang mit Medien.

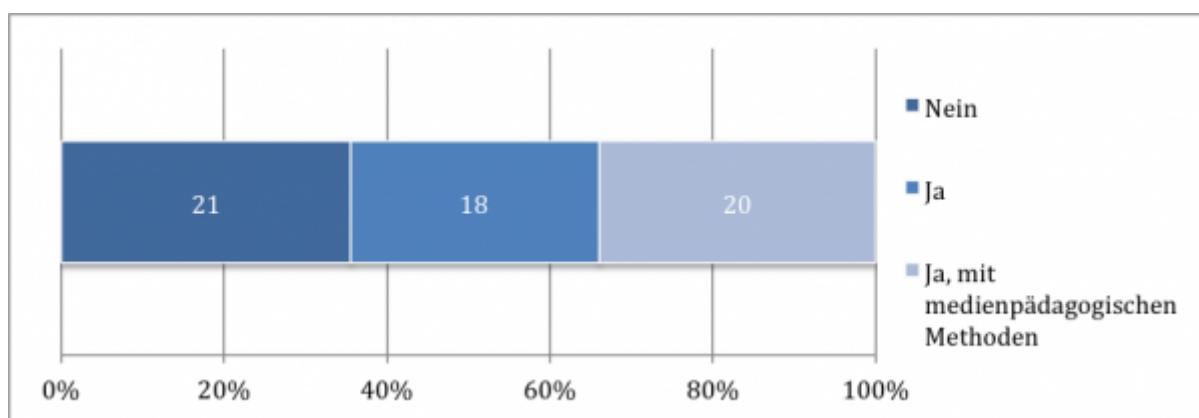


Abb. 4: „Haben Sie bereits Projekte in der kulturellen Bildung durchgeführt?“ (N=59)

Gefragt nach der Dauer ihrer Tätigkeiten in der Kulturellen Bildung, geben deutlich mehr als zwei Fünftel der Teilnehmenden (43,6%), die bereits in der Kulturellen Bildung tätig gewesen sind an, dass sie mindesten fünf Jahre Erfahrungen in diesem Bereich gesammelt haben. 41 Prozent der Teilnehmenden waren zwischen einem und fünf Jahren in der kulturbildenden Praxis tätig. Allein sechs der beteiligten Kunst- und Kulturschaffenden haben bisher weniger als ein

Jahr Erfahrung in diesem Feld sammeln können (15,4%).

Anzahl	Häufigkeit Prozente	
Weniger als 1 Jahr	6	15,4
1-5 Jahre	16	41,0
5-10 Jahre	8	20,5
Gültig		
10-20 Jahre	6	15,4
Mehr als 20 Jahre	3	7,7
Gesamt	39	100,0

Abb. 5: „Wie viele Jahre sind Sie bereits in der Kulturellen Bildung tätig?“ (N=39)

Die Erfahrungen in der Kulturellen Bildung sammelten die Kunst- und Kulturschaffenden vor allem in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen zwischen sechs und 15 Jahren. Neben dieser Kernzielgruppe gaben die Teilnehmenden als weitere Altersgruppen an: Kinder bis sechs Jahre (28,2%), Jugendliche zwischen 16 und 20 Jahre (38,5%), junge Erwachsene bis 27 Jahre (33,3%) und Erwachsene (38,5%). Allein 15,4% hatten auch schon mit SeniorInnen in der Kulturellen Bildung gearbeitet.

Anzahl	Häufigkeit Prozente	
Kinder bis 6 Jahren	11	28,2
Kinder zwischen 6 uns 12 Jahren	30	76,9
Jugendliche zwischen 13 und 15 Jahren	24	61,5
Gültig		
Jugendliche zwischen 16 und 20 Jahren	15	38,5
Junge Erwachsene zwischen 21 und 27 Jahren	13	33,3
Erwachsene	15	38,5
Senioren	6	15,4

Abb. 6: „Welche Zielgruppen hatten Ihre Projekte in der Kulturellen Bildung?“ (Mehrfachantworten) (N=39)

Der Schwerpunkt auf die Zielgruppe Kinder- und Jugendliche erklärt sich auch über die institutionellen Kontexte, in denen die Teilnehmenden bisher aktiv waren: So gaben 69,2% der Teilnehmenden an, die kulturbildenden Projekte in Schulen umgesetzt zu haben. Mit einem deutlichen Abstand folgen Vereine (33,3%), Offene Kinder- und Jugendtreffs (25,6%), Weiterbildungseinrichtung und Volkshochschulen

(23,1%). Die anderen Kontexte, in denen die Kunst- und Kulturschaffenden bereits Angebote durchgeführt haben, verteilen sich auf Kindergärten (10,3%), Verbände (10,3%) und Hochschulen (15,4%).

### **5.3 Motivation für eine Tätigkeit in der Kulturellen Bildung**

Die Kunst- und Kulturschaffenden, die bereits in der Kulturellen Bildung tätig sind, wurden im FB1 nach ihrer Motivation für die Aufnahme einer oder mehrerer Tätigkeiten in dem Feld befragt (Mehrfachantworten).

Die Mehrheit der Teilnehmenden (69,2%) gab an, dass sich über ihre Tätigkeit in der Kulturellen Bildung weitere Einnahmequellen erhoffen. Ähnlich häufig (66,7%) wurde angegeben, dass die Motivation in der Weitergabe der eigenen künstlerischen Perspektive lag. Die Hälfte der Befragten (51,3%) gaben die Arbeit mit Menschen und 41% die Suche nach neuer Inspiration an. Knapp ein Drittel (30,8%) begründeten ihre Tätigkeiten allerdings auch mit einer beruflichen Umorientierung (N=39).

### **5.4 Erwartungen an die Weiterbildung**

Die Kunst- und Kulturschaffenden wurden ebenfalls gefragt, welche Erwartungen sie an die Weiterbildung stellen. Im Vergleich zur Frage, welche Motivationen für Tätigkeiten in der Kulturellen Bildung vorliegen, ist diese Abfrage nicht dichotom (ja oder nein) sondern fordert die Befragten zu einer Positionierung auf (Likert-Skala)- Die Antwortmöglichkeiten sind wie folgt vorgegeben: trifft nicht zu (1), trifft eher nicht zu (2), trifft eher zu (3), trifft zu (4). Mit Hilfe der Mittelwerte (M1) können die Präferenzen und Motivationen der Teilnehmenden von KuBiMedia genauer analysiert werden.

Im Folgenden richten wir den Fokus allein auf die „Medienpädagogische Kompetenz“ (vgl. Tulodziecki 2012) – und damit auf die Items, die wir dieser Kompetenz im Fragebogen zugeordnet haben:

- Möglichkeiten zur Erweiterung meines kritischen, kreativen und technischen Wissens über Medien (M=3,786).
- Informationen über den produktiven Einsatz von Medien in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen (M=3,929).
- Informationen, wie ich im Sinne meiner Kunst mit Kindern und Jugendlichen pädagogisch arbeiten kann (M=3,786).
- Informationen über den altersgerechten Einsatz von Medien (M=3,714).
- mediendidaktische Anregungen (M=3,857).

Alle fünf Erwartungen fallen im Mittelwert durch eine besonders hohe Zustimmung auf. Die beteiligten Kunst- und Kulturschaffenden sehen für sich einen besonders hohen Weiterbildungsbedarf in diesen Bereichen. Insgesamt führen die Teilnehmenden aber nicht nur in diesen, sondern in allen angeführten Bereichen einen Bedarf zur Weiterbildung an.



Abb. 7:

„Welche Erwartungen haben Sie an die Weiterbildung „KuBiMedia“? (N=59), Skalenwerte: 1-4, 1= „trifft nicht zu“, 4=

„trifft zu“

## 5.5 Vorwissen der Zielgruppe

Im FB1 wurden die Teilnehmenden vor Beginn der Weiterbildung aufgefordert, ihr Verständnis von Medienpädagogik schriftlich zu erläutern. Die erfassten Daten wurden mit Hilfe von MAXQDA kategorisiert. Folgende vier Kategorien wurden bislang erstellt:

- Handlungsorientiertes Verständnis (eher auf Teilhabe und kreative Artikulationsformen gerichtet)
- Mediendidaktisches Verständnis (eher auf Wissensvermittlung gerichtet)
- Technisch-instrumentelles Verständnis (eher auf die Förderung von Nutzungskompetenzen gerichtet)
- Unspezifisch (Ein in den Fachdiskurs nicht einordbares Verständnis von Medienpädagogik)

Mehr als die Hälfte der beteiligten Kunst- und Kulturschaffenden (51,1%) haben eine Vorstellung, die einem handlungsorientierten Verständnis von Medienpädagogik zugeordnet werden kann. Des Weiteren hat ein Fünftel der Teilnehmenden (21,3%) ein eher didaktisches und damit eher auf die Wissensvermittlung gerichtetes Verständnis von Medienpädagogik und 14,9% verbindet mit Medienpädagogik vor allem die Förderung technisch-instrumenteller Fähigkeiten.

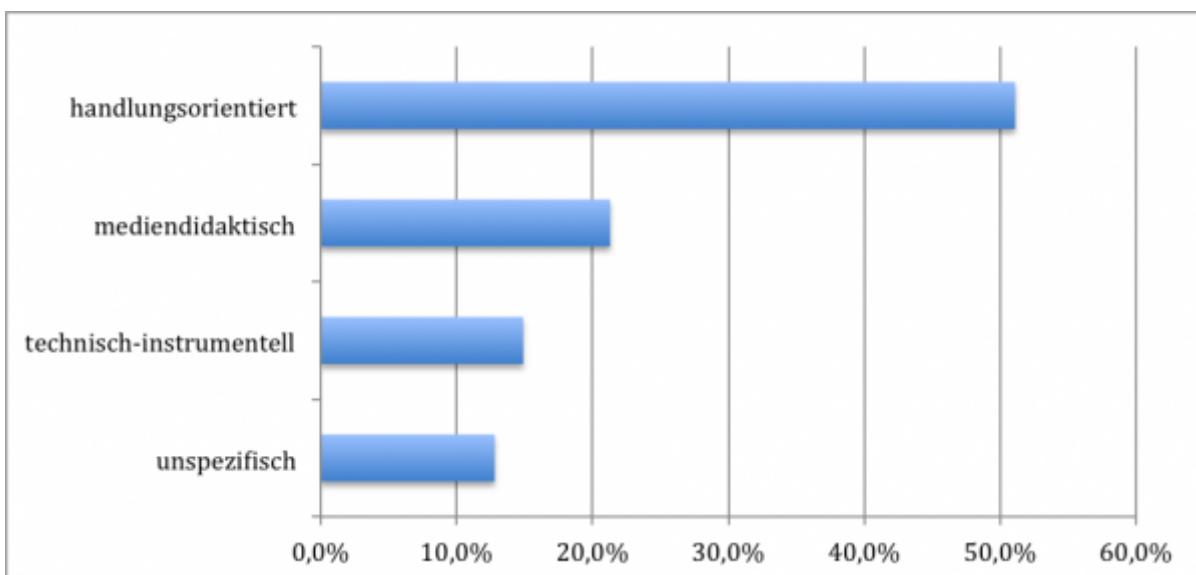


Abb. 8: „Bitte erläutern Sie kurz, was Sie gegenwärtig mit dem Begriff ‚Medienpädagogik‘ verbinden!“ (N=47)

Insgesamt zeigen die beteiligten Kunst- und Kulturschaffenden mehrheitlich eine Offenheit gegenüber der digitalen Medienkultur und Medienpädagogik. So stimmen 96,5% der Befragten eher oder völlig zu, dass „[d]igitale Medien, wie das Internet, Smartphones und Tablets, [...] als Bestandteil von Bildungs- und Lernprozessen betrachtet werden [sollten].“ Allerdings denkt sich knapp jeder Zweite (45,6%) den Kunst- und Kulturbetrieb auch noch technikunabhängig; dagegen stimmen aber nur 15,8% eher zu/stimmen zu, dass „Medien als Kulturgut überbewertet werden“ oder gehen 17,5 % davon aus, dass digitale Medien „die künstlerische Freiheit und Kreativität einschränken“.

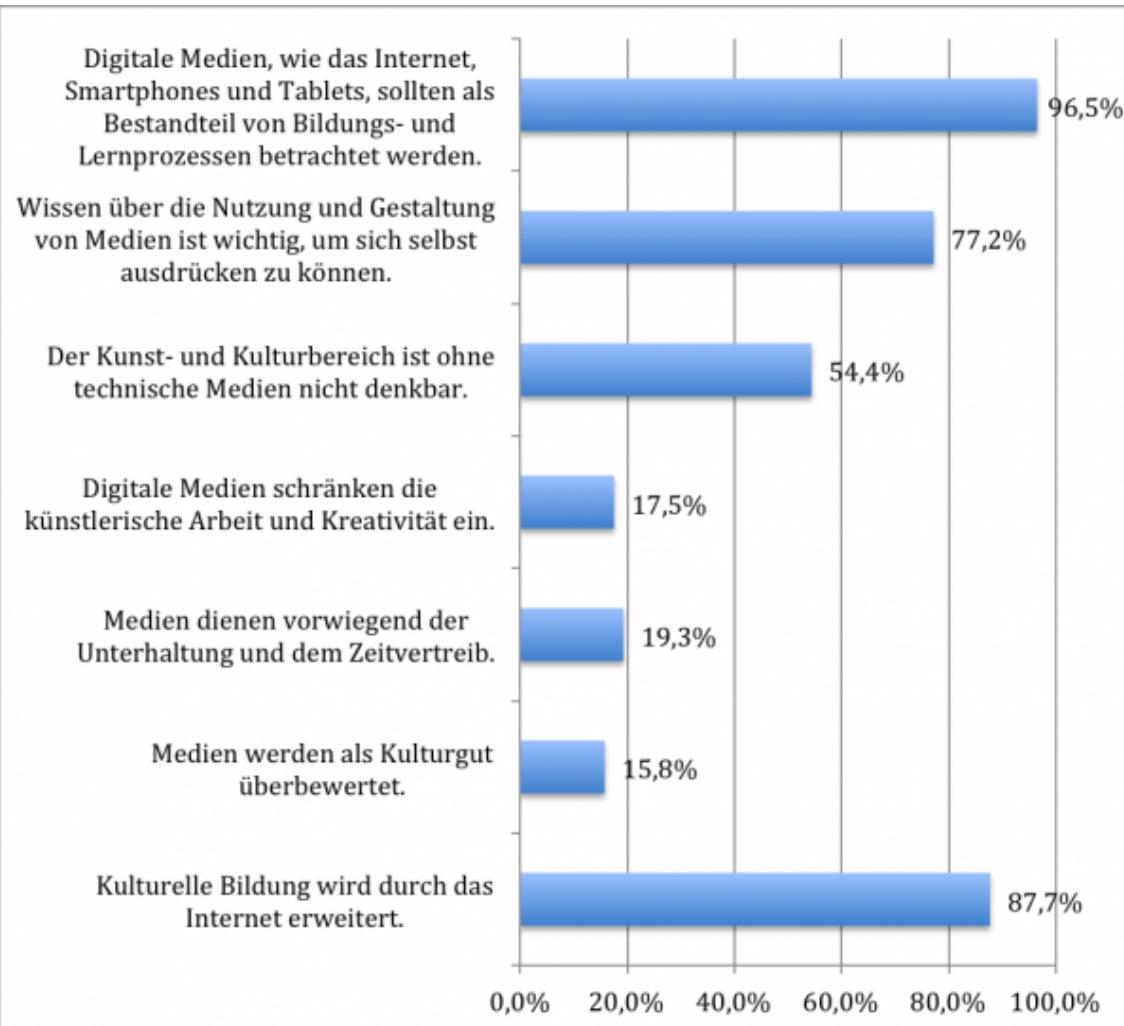


Abb. 9: „Bitte kreuzen Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen bzw. nicht zustimmen!“, Darstellung: „stimme eher zu“/„stimme zu“ (N=59)

Die Auswertung des Fragebogens liefert ebenfalls Hinweise darauf, welche Aspekte die Teilnehmenden für die Umsetzung medienpädagogischer Projekte für wichtig erachten. Jeweils 100% stimmen eher zu oder völlig zu, dass die „Bereitschaft, sich auf neue Kooperationen einzulassen“ und die „Fähigkeit, andere zu verstehen sowie sich ihnen gegenüber situationsangemessen und klug zu verhalten“ von Bedeutung für die medienpädagogische Arbeit sind. Gleichermaßen relevant empfinden sie weiterhin die „Offenheit gegenüber [dem] Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen“ (98,2%) und „Kenntnisse zur kritischen Bewertung von Medienangeboten“ (98,2%). Für wichtiger erachten sie weiterhin „Kenntnisse über Chancen und Grenzen der Artikulation mit/über Medien“ (96,4%). Eine im Vergleich geringere, aber immer noch starke Zustimmung, erhalten Aspekte, die eher die öffentliche Funktion von Medien und Verbreitungswege thematisieren. So erachten knapp 68% der Teilnehmenden die „reflektierte Einschätzung aktueller öffentlicher Mediendebatten“ für die Durchführung medienpädagogischer Projekte für wichtig und 83,9% die „Kenntnisse der Kommunikationsmöglichkeiten sozialer Netzwerke“ oder 85,7% „Kenntnisse über die Produktion und Verbreitung von Medien“ für

wichtig.

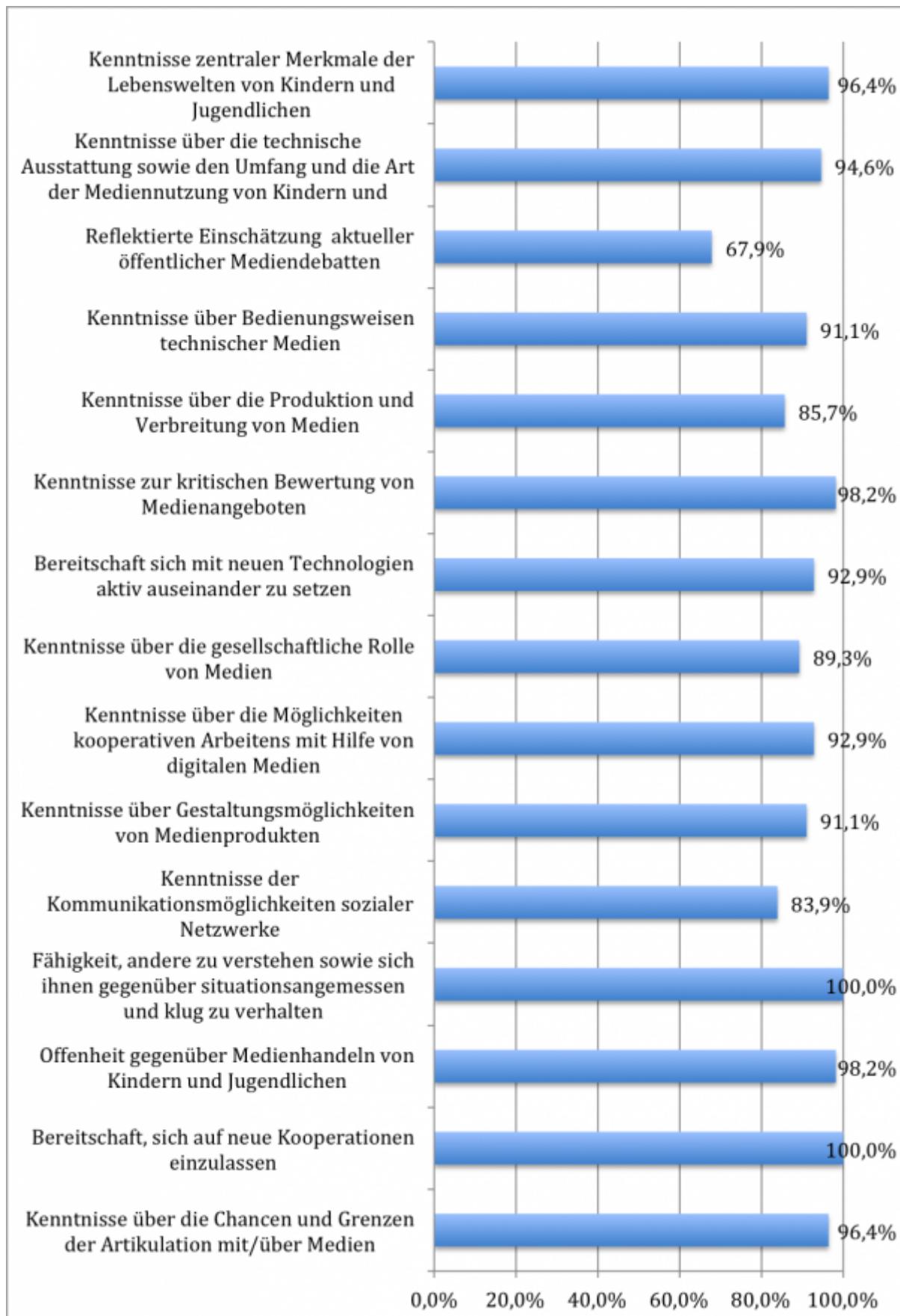


Abb. 10: „Wie wichtig schätzen Sie die folgenden Aspekte ein, um medienpädagogische Projekte durchführen zu können?“ Darstellung: „stimme eher zu“/„stimme zu“ (N=59)

## 5.6 Selbsteinschätzung medienpädagogischer Vorkenntnisse

Die Abfrage der medienpädagogischen Vorkenntnisse zeigt, dass die Teilnehmenden nur wenig medienpädagogisches Wissen in die Weiterbildung mit einbringen. So schätzen zwar immerhin noch 48,6% ihr Wissen über den Stellenwert von Medien im Alltag von Kindern und Jugendlichen als „eher hoch“ bis „sehr hoch“ ein, aber nur noch ein Drittel der Teilnehmenden bewertet das Wissen zum Freizeitverhalten von Kinder und Jugendlichen (34,4%) und zu den technischen Rahmenbedingungen kreativer Medienproduktionen (31,4%) als jeweils „eher hoch“ bis „sehr hoch“. Jeweils nur ein Viertel der Teilnehmenden schätzt die eigenen Kenntnisse um „die Bedeutung von Medien für Bildungs- und Lernprozesse“ (25,7%) und die Anforderungen zur Unterstützung kreativer Medienproduktionen“ (28,6%) positiv ein. Ihr Wissen bezogen auf die Bereiche „Lernen mit Medieneinsatz“ (22,9%), „rechtliche Rahmenbedingungen kreativer Medienproduktionen“ (20%) und „Kinder- und Jugendmedienschutz“ (8,6%) schätzen die Teilnehmenden deutlich geringer ein.

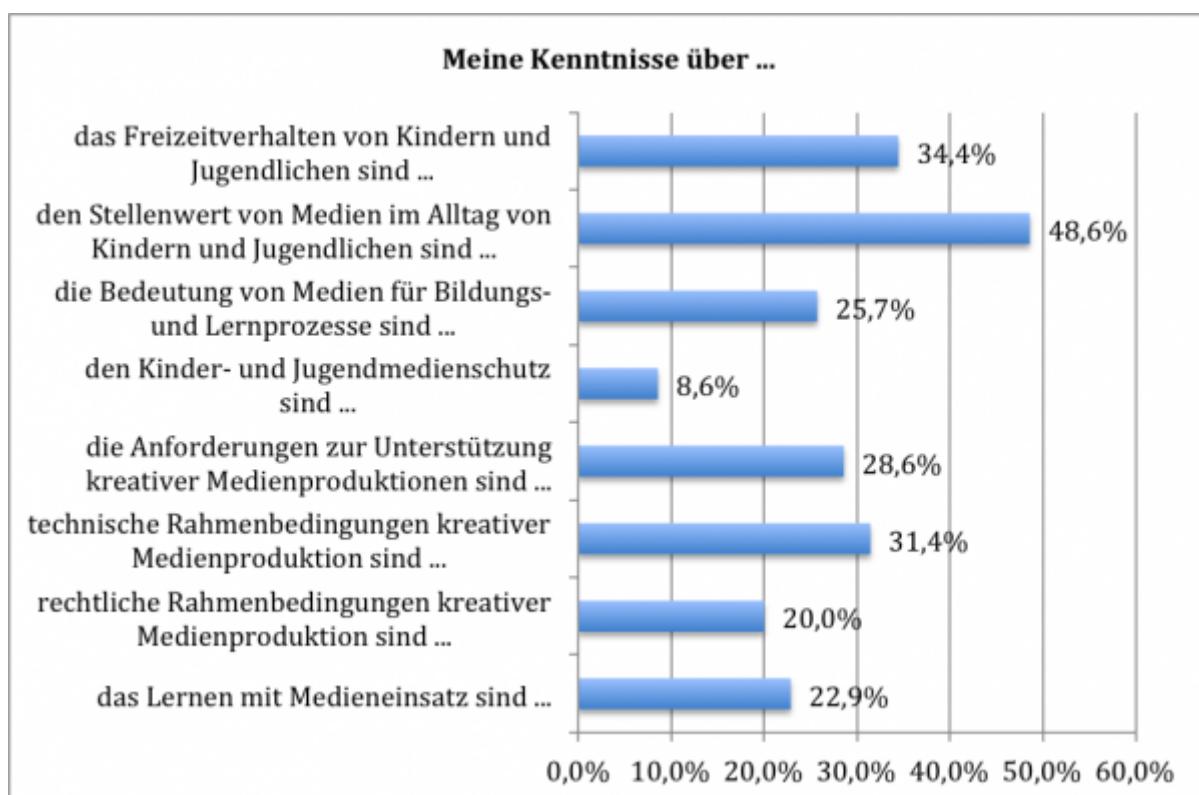


Abb. 11: „Bitte schätzen Sie zu den folgenden Bereichen Ihr Wissen ein!“, Darstellung: „...eher hoch“/„sehr hoch“ (N=59)

## 6. Herausforderungen der Weiterbildung

Während der Konzeption der Fortbildung wurde deutlich, dass die Ausschreibungsmodalitäten – die Teilnehmenden durften entsprechend der Förderrichtlinie keine pädagogischen Vorkenntnisse mitbringen – und auch der zeitliche Rahmen es erschwerten, die Vermittlung einer umfassenden medienpädagogischen Handlungskompetenzen zu erreichen. Es galt daher von Beginn an den „goldenem Mittelweg“ zu finden.

So nahm einerseits die Heterogenität der beteiligten Kunst- und Kulturschaffenden Einfluss auf die Struktur und die Inhalte der Weiterbildung. Ziel der Weiterbildung ist es, dass alle Teilnehmenden Sensibilität für die Arbeit mit Heranwachsenden entwickeln, neue Technik(en) und Methoden kennen lernen und sich im medienpädagogischen Projektmanagement üben, zeitgleich aber auch die Möglichkeit erhalten, Anknüpfungspunkte für die eigene Arbeit zu finden und Tandems zu bilden.

Gleich zu Beginn der Weiterbildung wurde deutlich, dass durch die Heterogenität der Teilnehmenden mehr Zeit für die Gruppenfindung eingeplant werden musste. Es zeigte sich weiterhin die Relevanz insbesondere von spiel- oder erlebnispädagogischen Angeboten zur Gruppenfindung und zur Stärkung des Gruppenklimas. Hier sind die Teilnehmenden der Weiterbildung zunächst selbst die Zielgruppe, die vermittelten Methoden liefern ihnen darüber hinaus auch wichtige Anregungen für die weitere Arbeit mit Kindern und Jugendlichen. Im Rückblick bewertete die Mehrheit der Teilnehmenden die Inhalte als sehr positiv bzw. hätten sie sich sogar mehr Raum für das Themenfeld Gruppendynamik gewünscht.

Eine weitere Herausforderung zeigte sich in der Begegnung unterschiedlicher professioneller Haltungen. Anknüpfend an die eigene künstlerische Biografie wird von den Teilnehmenden der Wert eines Projekts in der Kulturellen Medienbildung häufig am Produkt festgemacht, während für die PädagogInnen der (Lern-)Prozess selbst im Mittelpunkt steht. Für die Entwicklung einer professionellen Haltung ist diese Diskussion sehr wertvoll, aufgrund des zeitlichen Rahmens der Weiterbildung war es jedoch nicht immer möglich, hierfür ausreichend Raum zur Verfügung zu stellen. Um diese Reflexionsprozesse aber doch in Ansätzen zuzulassen, wurden in der ersten Kurswoche kurze und in der zweiten Woche längere Workshops in Kleingruppen angeboten, in denen die Teilnehmenden zu Wort kommen konnten und zugleich lernten, Medien kreativ für ihre eigenen Zwecke – prozessorientiert – in Dienst zu nehmen.

Eine Herausforderung für die Teilnehmenden bestand weiterhin darin, Anknüpfungspunkte an die bisherige künstlerische Tätigkeit zu finden und die Kenntnisse aus der Weiterbildung zukünftig in das eigene Repertoire kultureller sowie medienpädagogischer Bildungsarbeit einfließen zu lassen. Innerhalb der Weiterbildung wird den Teilnehmenden hierfür eine Brücke gebaut. Einerseits bietet KuBiMedia ihnen immer wieder Möglichkeiten, sich über die jeweiligen künstlerischen Zugänge auszutauschen und eigene Arbeiten vorzustellen. Darüber hinaus wird ihnen die Möglichkeit eröffnet, mit ReferentInnen in Austausch zu treten, für die die medienpädagogische Arbeit ein selbstverständlicher Bestandteil der kulturellen Bildungsarbeit ist. Zu diesen ReferentInnen gehören auch die Teilnehmenden selbst. So stellen AbsolventInnen der ersten Erprobung im zweiten und dritten Durchlauf der Weiterbildung den anderen Kunst- und Kulturschaffenden ihre Praxis-Projekte vor und gehen dabei exemplarisch auf gelungene oder weiter zu entwickelnde Aspekte bei der Projektarbeit mit Kindern und Jugendlichen ein. Diese authentische Vermittlung von Erfahrungen von Kunst- und Kulturschaffenden in einem medienpädagogischen Setting wurde von den Teilnehmenden sehr positiv aufgenommen.

## **7. Zugewinn an Kenntnissen und Perspektiven**

Was haben die Teilnehmenden am Ende der Weiterbildung für sich mitgenommen? Ein bedeutender Teil der Evaluation des Weiterbildungskonzepts KuBiMedia ist es, diese Lernprozesse zu erfassen. Hierzu wurden einerseits die quantitativen Daten des FB1 und FB2 verglichen, d.h. die Teilnehmenden wurden vor und nach der Weiterbildung u.a. um ihre Selbsteinschätzungen zu medienpädagogischen Kenntnisbereichen

gebeten. In einem zweiten Schritt wurden des Weiteren die Zukunftsvorstellungen der Kunst- und Kulturschaffenden erfragt.

Zum Zeitpunkt des Beitrags lagen dem Team der Begleitforschung 31 vergleichbare Fragebögen aus zwei Erprobungen (Rücklaufquote=78%, N=31) vor.

## **7.1 Kenntnisserweiterung bei den Teilnehmenden**

Die Gegenüberstellung bzw. Differenz der Mittelwerte (Md) des FB1 und FB2 zeigt, dass in allen abgefragten Kenntnisbereichen nach der Weiterbildung positive Entwicklungen verzeichnet werden können. In sechs Bereichen sind die Veränderungen signifikant. Insbesondere bei den Kenntnissen über die „Bedeutung von Medien für Bildungs- und Lernprozesse“ (Md=0,700), über den „Kinder- und Jugendmedienschutz“ (Md=0,862), über „Anforderungen zur Unterstützung kreativer Medienproduktionen“ (Md=0,867) und über „rechtliche Rahmenbedingungen kreativer Medienproduktionen“ (Md=0,774) verzeichnen die Teilnehmenden für sich persönlich einen Wissenszuwachs. Der Kenntnisstand wurde hier vor der Weiterbildung als „eher gering“ bzw. verbesserungswürdig eingeschätzt. Signifikante Entwicklungen können außerdem bezogen auf Kenntnisse über „technische Rahmenbedingungen kreativer Medienproduktionen“ (Md=0,774) und über das „Lernen mit Medieneinsatz“ (Md=0,647) festgestellt werden.

<b>Item</b>	<b>FB I (</b> <b>M1)</b>	<b>FB II (</b> <b>M2)</b>	<b>SD</b>	<b>Veränderung (</b> <b>Md)</b>
Kenntnisse über das Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen	3,52	3,55	0,752	0,032
Kenntnisse über den Stellenwert von Medien im Alltag von Kindern und Jugendlichen	3,65	3,95	0,973	0,290
Kenntnisse über die Bedeutung von Medien für Bildungs- und Lernprozesse	2,93	3,63	0,204	0,700*
Kenntnisse über den Kinder- und Jugendmedienschutz	2,66	3,52	0,203	0,862*
Kenntnisse über die Anforderungen zur Unterstützung kreativer Medienproduktionen	2,83	3,70	0,184	0,867*
Kenntnisse über technische Rahmenbedingungen kreativer Medienproduktion	3,00	3,77	0,184	0,774*
Kenntnisse über rechtliche Rahmenbedingungen kreativer Medienproduktion	2,71	3,61	0,182	0,903*
Kenntnisse über Lernen mit Medieneinsatz	3,12	3,76	0,256	0,647*

Abb. 12: Gepaarter T-Test „Bitte schätzen Sie zu den folgenden Bereichen Ihr Wissen ein!“ (N=31)

Skalenwerte: 1-5, 1= „sehr gering“, 5= „sehr hoch“; \*= signifikante Unterschiede zwischen dem Mittelwert im ersten und dem Mittelwert im zweiten Fragebogen,  $p<0,05$

## 7.2 Zukunftsperspektiven

Die abschließende Frage des FB2 nahm die Zukunftsperspektiven der Teilnehmenden in den Blick. Erfragt wurden insbesondere Prognosen der Teilnehmenden über Tätigkeiten in der Kulturellen Bildung und Medienpädagogik sowie die weitere Teilnahme an pädagogischen Weiterbildungsangeboten.

Jeweils 96,7% – also die deutliche Mehrheit der Teilnehmenden – stimmt zu bzw. stimmt völlig zu, zukünftig in der Kulturellen Bildung tätig sein und medienpädagogische Methoden nutzen zu wollen. Sehr hoch ist auch die Bestrebung der beteiligten Kunst- und Kulturschaffenden, sich weiter im Bereich der Kulturellen Bildung (83,3%) und der Medienpädagogik (80,0%) fortzubilden.

Auffällig ist, dass nur etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (53,3%) angibt, den beruflichen Schwerpunkt zukünftig in der Kulturellen Bildung setzen zu wollen. Einerseits spiegelt sich hier die abgefragte Motivation der beteiligten Kunst- und Kulturschaffenden Projekte in der Kulturellen Bildung anbieten zu wollen wider: 69,2% geben an, eine Tätigkeit in der Kulturellen Bildung als weitere Einnahmequelle – auch zur Finanzierung der eigenen künstlerischen Tätigkeiten – ausführen zu wollen. Zum anderen deuten sich hier aber auch Unsicherheiten bei der Finanzierung von kultur- und medienpädagogischen Projekten an, die – so ist wohl anzunehmen – durch den Ausflug in die Praxis während der Projektphase nicht gemindert werden konnten, hier eher ein „Ernüchterungseffekt“ beobachtet werden kann, der aber sicherlich noch genauer zu erforschen wäre.

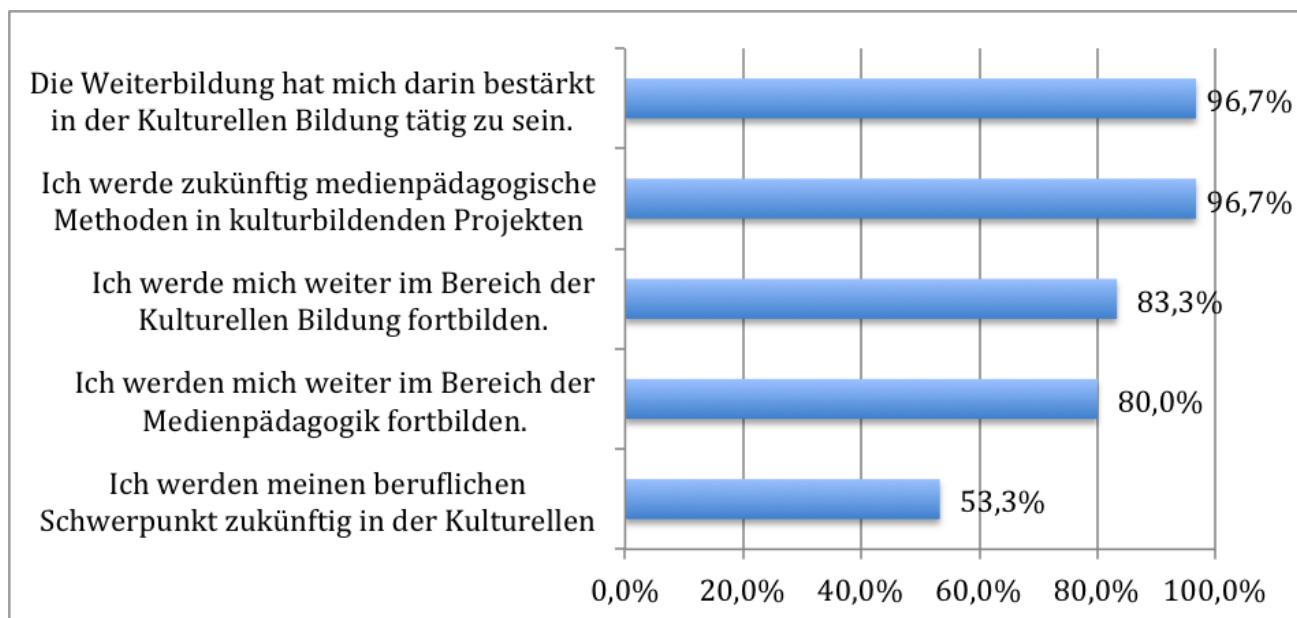


Abb. 13: Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen bzw. nicht zustimmen!, Darstellung: „Stimme eher zu“/„Stimme völlig zu“ (N=31)

## 8. Fazit

Die Erfahrungen innerhalb der Weiterbildung und begleitende Evaluation bestätigen, dass es einen Bedarf an medienpädagogischer Weiterbildung für die kulturpädagogische Praxis mit Kindern und Jugendlichen gibt. Dieser Bedarf umfasst sowohl methodisch-instrumentelle als auch rechtliche Aspekte der Medienarbeit, darüber hinaus zeigt sich aber auch die Notwendigkeit der Ausbildung einer (medien)pädagogischen Grundorientierung. Parallel hierzu wird deutlich, dass auch ein reflexiver Professionalisierungs- bzw. Selbstverständigungsprozess von Nöten ist, in dem die Rolle bzw. Identität als Kunst- und Kulturschaffender in der Kulturellen Bildung reflektiert werden kann. So sind die Anforderungen, die die Praxis (z.B. Kinder- und Jugendarbeit, Offener Ganztag) an die Kunst- und Kulturschaffende stellt, auf verschiedenen Ebenen anzusiedeln: Einerseits sind sie aufgefordert, bestimmte Formen von Wissen (z.B. Medienkunde, Methoden) zu erwerben, gleichzeitig geht es darum, Orientierungen und Werthaltungen zu entwickeln, die in der Schnittmenge von Pädagogik, Kultureller Bildung und der Kunst liegen. Eingebunden in gesellschaftliche und kulturelle Wandlungsprozesse und sich stetig wandelnde (medien-)pädagogische Tätigkeitsfelder, werden auch Kunst- und Kulturschaffende zu „Secondmakern“ (Baacke 1996a), die der (Medien-)Entwicklung chronisch hinterherlaufen, die die Gesellschaft und den Wandlungsprozess durch ihre Tätigkeit aber auch selbst aktiv mitgestalten. Das Bündel an Qualifikationen erweitert sich, angesichts der fortschreitenden Entwicklung stetig. Dies empfinden offenbar auch die Kunst- und Kulturschaffenden, da die Weiterbildung sie darin bestärkt in der Kulturellen Bildung tätig zu sein und sie außerdem eine große Bereitschaft signalisieren, sich zukünftig im Bereich der Kulturellen Bildung und Medienpädagogik fortbilden zu wollen.

Deutlich macht die medienpädagogische Weiterbildung für Kunst- und Kulturschaffende KuBiMedia insgesamt, dass Entwicklungsprozesse insbesondere in den für die medienpädagogische Kompetenz relevanten Wissensbereichen gefördert werden konnten. Hierzu gehört zuvorderst ein Zuwachs an Kenntnissen über die Bedeutung von Medien für Bildungs- und Lernprozesse, über den Kinder- und Jugendmedienschutz, über Anforderungen zur Unterstützung kreativer Medienproduktionen und über rechtliche Rahmenbedingungen kreativer Medienproduktionen. Herausforderungen für die Weiterbildung zeichnen sich zukünftig weiterhin bezogen auf die Heterogenität der Teilnehmenden ab, die es methodisch und inhaltlich aufzufangen gilt.

---

## Verwendete Literatur

- Baacke, Dieter (1996):** Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In: Rein, Antje von (Hrsg.): Medienkompetenz als Schlüsselbegriff (112-124). Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt.
- Baacke, Dieter (1996a):** Medienkompetenz als Entwicklungs-Chance. In: medien + erziehung (merz) 40, (4), 202-203.
- Blömeke, Sigrid (2000):** Medienpädagogische Kompetenz – Theoretische und empirische Fundierung eines zentralen Elements der Lehrerausbildung. München: kopaed.
- Herzig, Bardo (1997):** Ergebnisse der Arbeitsgruppen: Arbeitsgruppe ‚Erziehungswissenschaft‘. In: Tulodziecki, Gerhard/Blömeke, Sigrid (Hrsg.): Neue Medien – neue Aufgaben für die Lehrerausbildung: Initiative: BIG – Bildungswege in der Informations Gesellschaft, Tagungsdokumentation (39-54). Gütersloh: Bertelsmann.
- Künstlersozialkasse (2016):** KSK in Zahlen. Entwicklung der Versichertenzahlen auf Bundesebene:  
[www.kuenstlersozialkasse.de/service/ksk-in-zahlen.html](http://www.kuenstlersozialkasse.de/service/ksk-in-zahlen.html) (letzter Zugriff am 28.11.2016).
- Tulodziecki, Gerhard (2012):** Medienpädagogische Kompetenz und Standards in der Lehrerbildung. In: Schulz-Zander, Renate/Eickelmann, Birgit/Moser, Heinz/Niesyto, Horst/Grell, Petra (Hrsg.): Jahrbuch Medienpädagogik 9 (271-397). Wiesbaden: Springer VS.

## **Zitieren**

Gerne dürfen Sie aus diesem Artikel zitieren. Folgende Angaben sind zusammenhängend mit dem Zitat zu nennen:

Christian Helbig , Horst Pohlmann , Tobias Schmölders , Angela Tillmann (2017): Kulturelle Bildung und Medienkompetenz – Entwicklung, praktische Erprobung und Evaluation einer Weiterbildung für Kunst und Kulturschaffende. In: KULTURELLE BILDUNG ONLINE:

<https://www.kubi-online.de/artikel/kulturelle-bildung-medienkompetenz-entwicklung-praktische-erprobung-evaluation-einer>  
(letzter Zugriff am 14.09.2021)

## **Veröffentlichen**

Dieser Text – also ausgenommen sind Bilder und Grafiken – wird (sofern nicht anders gekennzeichnet) unter Creative Commons Lizenz cc-by-nc-nd (Namensnennung, nicht-kommerziell, keine Bearbeitung) veröffentlicht. CC-Lizenzvertrag:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/legalcode>