

6 METHODEN





Methode: Kartenabfrage

Eine Kartenabfrage wird zum Sammeln und Visualisieren von Themen, Wünschen, Fragen, Aspekten, Ideen, Meinungen und spontanen Äußerungen eingesetzt. Die Erzieher/-innen (und Coaches) schreiben z. B. ihre Erwartungen, Wünsche oder Befürchtungen zum „Projekt“ zu Beginn des ersten Treffens auf Karten auf. Oder nach einem Thementag schreiben alle auf, was ihnen am besten gefallen hat. Die Karten werden anschließend an eine Pinnwand geheftet oder in die Mitte eines Tisches gelegt. Per Kartenabfrage können sämtliche Fragestellungen bearbeitet werden. Diese kann auch zum Sammeln von Themen, Arbeitsschritten, Projektideen und vielem mehr genutzt werden. Das schafft einen guten Überblick, zentrale Punkte eines Themas werden gesammelt und eine konkrete Festlegung wird erleichtert.

Vorgehensweise

Jede/r Erzieher/-in erhält vom Coach einen Filzstift und einige (möglichst gleichfarbige) Karteikarten. Den Reststapel legt er/sie für alle greifbar in die Mitte der Sitzrunde (bei einer großen Gruppenzahl kann die Anzahl der Karten auch begrenzt werden).

Dann wird eine Frage- oder Aufgabenstellung an der Pinnwand befestigt oder auf das Packpapier geschrieben, z. B. „Wenn ich an Fernsehen für Kinder denke, fällt mir ein ...“ oder „In das Medienzimmer der Kita gehört ...“.

Die Erzieher/-innen schreiben ihre Antworten oder Einfälle dazu spontan auf. Dabei ist es wichtig, ihnen zu versichern, dass es keine „richtigen“ oder „falschen“ Antworten gibt und dass sie alles aufschreiben sollen, was ihnen durch den Kopf geht. Pro Karte soll möglichst nur ein Begriff oder ein Gedanke notiert werden.

Wenn alle fertig sind, werden die einzelnen Karten an die Pinnwand geheftet. Dazu gehen alle nacheinander nach vorne und geben eine kurze Erklärung zu ihren Notizen ab, bevor sie diese anheften. Dieser Schritt kann auch ohne Kommentar oder sogar anonym durchgeführt werden. Dazu werden die Karten „unauffällig“ vom Coach eingesammelt und angepinnt. Wenn dies abgeschlossen ist, können die Karten noch gemeinschaftlich (z. B. nach momentaner Wichtigkeit) sortiert werden. Inhaltlich ähnliche Antworten werden nebeneinander gehängt, so dass sich kleine Häufchen bilden. Diese werden, wenn es sinnvoll ist, mit einer Überschrift versehen (möglichst auf andersfarbige Karten notieren).

Ist dies geschehen, dann sind die Antworten – durch die Häufchen und Farben gut strukturiert – für alle sichtbar gemacht. Sie bilden die Grundlage für Diskussionen oder Vertiefungen und können als Ergebnisse weiterverwertet werden. Der Zeitaufwand variiert je nach Intensität der Bearbeitung und Gruppengröße.

(Dauer ca. 30 Minuten bei 10 Teilnehmer/-innen).

Tipp: Das Anheften und Häufeln (auch „clustern“ genannt) der Kärtchen an die Pinnwand kostet Zeit. Es ist sinnvoll, wenn die Coaches die Karten für die Erzieher/-innen anpinnen, während diese die Bedeutung des Inhalts kundtun. Zudem ist es nicht immer leicht, passende Oberbegriffe oder Überschriften für die Cluster zu finden. Die Sortierung und das Finden von zentralen Überschriften ist sehr wichtig. Dieser Schritt ist zwar ebenfalls zeitaufwändig, aber er erleichtert den Verlauf der Projektphase!



Methode: Mind-Map

Mit dieser Methode können Arbeits- und Kommunikationsprozesse innerhalb einer Gruppe vereinfacht und verbessert werden. Sie eignet sich besonders gut für die Treffen mit den Erzieher/-innen-Teams. Mind-Mapping ist eine kreative Arbeitsmethode, die dazu eingesetzt werden kann, Gedankenbilder zu visualisieren und zu verbalisieren. Sie wird angewendet bei

- dem Aktivieren des vorhandenen Wissens,
- dem Sammeln von Themen,
- dem Planen der Arbeitsschritte und
- der Auswertung und Präsentation von Arbeitsergebnissen.

Vorgehensweise

Je nach Gruppenstärke (Variation siehe unten) sollen sich immer zwei oder drei Erzieher/-innen zusammenfinden. Die Arbeitsgruppen erhalten Papierblätter (mind. DIN A3-Format) und dicke Filzschreiber. Ein Oberthema z. B. „Medienkindheit“ wird nun als Begriff oder als Fragestellung in die Mitte des Papiers geschrieben und eingekreist. Der Medien-Coach bittet die Erzieher/-innen, ihre themenbezogenen Ideen jeweils als Schlüsselworte oder Oberbegriffe auf „Äste“ um diesen Kreis zu gruppieren. Betont werden sollte dabei immer, dass jeder Einfall „zählt“ und wichtig ist und daher fixiert werden muss. Von dem Leitgedanken können dann wiederum weitere Verzweigungen abgeleitet werden, die, je nach Wichtigkeit und Bedeutung, auch farbig gestaltet oder mit Symbolen versehen werden können. Der Phantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt.

Während in den Arbeitsgruppen gearbeitet wird, geht der/die Moderator/-in von Gruppe zu Gruppe, um bei Unklarheiten oder Schwierigkeiten weiterhelfen zu können. Nachdem alle Erzieher/-innen ihre Mind-Maps erstellt haben, werden die Ergebnisse aufgehängt. Der Coach bittet nun, die Ergebnisse der Gruppe vorzustellen und zu kommentieren.

Durch diese Methode haben alle Erzieher/-innen die Möglichkeit, sich während der Treffen einzubringen. In der Auswertungs- und Präsentationsphase hält sich der Coach weitestgehend zurück und regt den Austausch unter den Erzieher/-innen an.

Tipp/Variation: Bei einer kleineren Gruppe kann das Mind-Map auch im Plenum erstellt werden. Dazu wird ausreichend Schreibfläche (Papierbögen/Tapete etc.) benötigt. Der Oberbegriff „Medienkindheit“ wird auch hierbei in die Mitte des Papiers geschrieben, die Erzieher/-innen gehen einzeln nach vorne und schreiben ihre Assoziationen auf die „Äste“ des Mind-Maps.



Methode: Die Wäscheleine der Medienheldinnen und -helden

Gruppengröße

- ideal zehn, maximal 20 Personen

Zielgruppe

- Erzieher/-innen, auch mit Eltern möglich
- Variation: Kinder ab ca. fünf Jahren



Zeit- und Raumbedarf

- je nach Gruppengröße ca. 30 bis 60 Minuten
- Gruppenraum mit Stuhlkreis

Benötigtes Material

- vorbereitete Bilder, Fotos, Ausdrücke von „Heldinnen und Helden“ z. B. aus Fernsehen, Bilderbüchern oder Computerspielen
- aufgeklebt auf DiN A4-Pappen
- eine Wäscheleine
- Wäscheklammern

Hintergrund

Medien gehören zu unserem Alltag. Mediale Inhalte und „Medienstars“ haben soziale und integrative Funktionen. Es geht darum, sich auskennen, mitreden zu können, dazuzugehören oder auch sich abzugrenzen. Die Medienheldinnen und -helden dienen außerdem als Identifikationsobjekte und bieten Projektionsflächen für eigene Vorstellungen und Wünsche. Kinder weisen Figuren „Gebrauchswert“ zu. Ihre Lieblingsfigur ist für sie attraktiv, wenn

- die Figur Gefühle wie Spaß und Aufregung auslöst,
- die Figur auch bei Freundinnen und Freunden beliebt ist,
- die Figur jemand ist, mit dem man gern befreundet wäre,
- sich mit der Figur eine Geschichte durchleben lässt,
- Kinder sich etwas von der Figur abgucken können.¹⁶

Die Heldinnen und Helden haben also eine große Bedeutsamkeit. Im Gespräch über persönliche Vorlieben und Abneigungen erzählen Kinder wie auch Erwachsene viel von sich selbst und gleichzeitig werden Reflexionsprozesse initiiert.

Vorbereitung

Suchen Sie Abbildungen von Medienheldinnen und -helden in Zeitschriften oder im Internet. Die Stars können aus allen Medienbereichen kommen: aus Film und Fernsehen, Musik, Computerspielen, Bilderbüchern usw. Die Abbildungen werden einzeln – möglichst formatfüllend auf DIN A4-Pappen – aufgeklebt und sollten eine große Bandbreite abdecken, also unabhängig vom eigenen Geschmack ausgesucht werden. Einige Beispiele je nach Altersgruppe:

- Bob der Baumeister
- Anakin Skywalker
- Prinzessin Lillifee
- Bibi Blocksberg
- Justin Bieber
- Super Mario
- Winnetou
- Anke Engelke
- Hannah Montana
- Thomas Gottschalk
- Senta Berger

Sie können auch Merchandising-Artikel zu den Sendungen und Spielen mitbringen lassen. Ob Stofftiere, Sammelkarten, Spielfiguren, Poster, Becher oder T-Shirts, mit allen Artikeln lässt sich eine umfangreiche Mediengalerie zusammenstellen, die Gesprächsanlässe schafft.

Vorgehensweise

Spannen Sie eine Wäscheleine durch den Raum und befestigen Sie die „Galerie der Stars und Sternchen“ mit den Wäscheklammern an der Leine. Die Anzahl der Bilder sollte auf die Gruppengröße abgestimmt sein, bei 25 Personen ca. 50 bis 60 Bilder. Die zahlreichen Heldinnen und Helden auf bunten Pappen sind schon beim Betreten des Raumes ein Blickfang und Kommunikationsanlass.

Durchführung mit den Zielgruppen Erzieherinnen, Erziehern und Eltern

Bitten Sie die Teilnehmenden aufzustehen und sich jeweils zwei Pappen von der Leine zu nehmen – und zwar jeweils eine Heldenfigur, die ihnen gefällt und eine andere, die sie nicht „mögen“ bzw. nicht gerne im Fernsehen oder Kino sehen. Sitzen alle wieder in der Runde, wird der Reihe nach über die Vorlieben und Abneigungen gesprochen. Dabei wird meistens viel gelacht, aber auch debattiert. Als Moderator/-in bringen sie die Teilnehmenden miteinander ins Gespräch. Häufig gibt es Geschmacksunterschiede und kleine Meinungsverschiedenheiten. Bei der Moderation sollten Sie vorher eine Person einweihen, über deren Medienheldinnen und -helden sie sich ein bisschen amüsieren (gehört zur Methode!). Dabei wird schnell deutlich, wie unangenehm ein solcher „Angriff“ sein kann, denn fast immer versuchen wir ganz spontan, uns zu rechtfertigen oder unsere(n) Heldin/Helden in Schutz zu nehmen.

Hintergrund

Wieso tun wir das? Medienfiguren dienen uns oft als Projektionsfläche für Wünsche, Vorlieben, beliebte Eigenschaften. Bei „Antihelden“ sind es dann unbeliebte Eigenschaften oder Dinge, die wir ablehnen, nicht wertschätzen. So verknüpfen wir mit den Heldinnen und Helden eine Reihe persönlicher Vorstellungen. Einfach gesagt: Wird die/der Heldin/Held belächelt, fühlen auch wir uns brüskiert. Ein „Angriff“ auf die Lieblingsstars kann eine Person als persönliche Verletzung oder Beleidigung empfinden, da wir viel von uns preisgeben, wenn wir über unsere Vorlieben und Abneigungen sprechen.

Nun passiert es hin und wieder, dass Erwachsene über die Medienfiguren von Kindern und Jugendlichen abschätzig reden: „Was schaust du denn wieder für einen Quatsch!“. Nicht selten zeigen wir wenig Verständnis und vor allen Dingen hören wir nicht zu. Dabei eröffnen uns gerade hier die Gespräche über Medienvorlieben Zugänge zu den Wünschen, Lebensvorstellungen und Werten der Kinder. Dabei geht es nicht darum, alles uneingeschränkt wertzuschätzen und gutzuheißen, was die Kinder bevorzugen. In einem offenen Gespräch können wir unsere Meinung durchaus kundtun und Dinge sagen wie „Ich mag XY nicht so gerne, die kämpfen mir zu viel, wieso machen die das eigentlich!?!“. Das klingt nach Interesse und Neugierde an den Heldinnen und Helden der Kinder und ermöglicht den Heranwachsenden, die eigene Sicht der Dinge mitzuteilen. Das ist eine Form der Reflexion und Bearbeitung von (Medien-)Themen – die Grundlage der aktiven Medienerziehung.

Durchführung mit der Zielgruppe Kinder

Die Wäscheleine eignet sich hervorragend, um sich mit Kindern über ihre medialen Vorlieben auszutauschen. Die Kinder haben oftmals Heldinnen oder Helden aus Hörspielen und Bilderbüchern. Für die Leine können Sie diese im Internet finden und als pädagogisches Material aufbereiten. Oder die Kinder bringen ihre „Medien“ mit und mithilfe eines Kopierers oder der Digitalkamera werden „Porträts“ der Figuren erstellt.

Sind die Figuren auf Papier, können sie ebenfalls an einer Wäscheleine angebracht oder an eine Wand geheftet werden. Die Kinder suchen sich – im Gegensatz zu den Erwachsenen – nur eine(n) Heldin/Held aus und erzählen, wieso ihre Wahl auf diese Figur gefallen ist. Hierbei geht es nicht darum, andere Meinungen nicht bestehen zu lassen. Im Gegenteil: Die Kinder sollen erkennen, dass andere Kinder andere Vorlieben haben und diese ihre Berechtigung haben. Diese Beschäftigung heißt auch immer, dass sich die Kinder (und Erwachsene) in andere hineindenken. Für die Gesprächsführung sollten Sie folgende Grundsätze beherzigen:

Die Meinung begründen lassen. Fragen Sie nach: „Den findest du (nicht) toll, weil ...!?!“. Eine Antwort zu finden ist nicht leicht, weil die Identifikation oftmals über die Gefühlsebene, nicht über den Verstand läuft. Darüber nachzudenken intensiviert die Reflexion. Die Kinder erzählen meistens nicht chronologisch. Versuchen Sie, im Gespräch die Elemente herauszuhören, die dem Kind wichtig sind. Rückversichern Sie sich, ob Sie alles verstanden haben.

Regen Sie die Kinder dazu an, sich kritisch mit ihren Vorbildern (und Vorurteilen) auseinanderzusetzen. Fragen Sie nach, ob es auch Eigenschaften gibt, die den Kindern an ihren Idolen nicht gefallen. Sensibilisieren Sie für stereotype Rollenbilder: der starke Ritter, der dicke Trottel, der rettende Prinz, die kreischende Hausfrau, die schöne Prinzessin, die helfende Tierärztin ... Regen Sie dazu an, dass den Kindern bewusst wird, dass Menschen, Jungen und Mädchen, im wirklichen Leben vielfältiger sind als in Geschichten.



Methode: Offenbarung Erzieher/-in

Dauer

ca. 15 Minuten zur Erarbeitung

Ziel

Auseinandersetzung mit der Zielgruppe Erzieher/-in anregen (Perspektivenwechsel)

Ablauf

Blankobögen „Offenbarung Erzieher/-in“, Stifte, Metaplanwand, Stecknadeln

Varianten

Die Teilnehmer/-innen bekommen jeweils eine leere „Offenbarung“ ausgehändigt und haben 15 Minuten Zeit, eine „typische“ Erzieherin aus einem Kita-Team zu skizzieren. In Einzelarbeit setzen sie sich damit auseinander, mit welchem Background, mit welchen Erwartungen, Ängsten oder konkreten Fragen die Erzieherin oder der Erzieher sich dem bevorstehenden Medienprojekt und den Schnupperkursen nähert. Das Ausfüllen der Zettel kann spielerisch angegangen werden. Dabei müssen nicht alle Felder gefüllt werden. Die ausgefüllten „Offenbarungen“ werden von den Teilnehmenden sichtbar an eine Metaplanwand gehängt. Sie haben Zeit, sich die anderen Steckbriefe anzuschauen und sich darüber auszutauschen. Die so beschriebenen Erzieher/-innentypen bleiben an der Wand hängen und begleiten die Teilnehmenden durch die gesamte Fortbildung.

Hintergrund

Die Typen können für weitere Übungen benutzt werden, wie z. B.: „Nimm dir irgendeinen Steckbrief von der Wand und überlege dir, welche Frage/Haltung diese Person zum Thema Computer in der Kita o. Ä. hat.“. In einer Kleingruppe wird dann besprochen, wie mit dieser Frage/Position umgegangen werden kann.

Hinweise

Die Auseinandersetzung mit der Zielgruppe und einzelnen „Gesprächstypen“ ist ein zentrales Ziel der Fortbildung. Die angehenden Medien-Coaches setzen sich damit auseinander, welches Bild sie von ihrer Zielgruppe haben. Da die Zettel sichtbar im Raum hängen bleiben, kann jederzeit und sehr schnell wieder ein konkreter Bezug zur Zielgruppe hergestellt werden.

Hinweise: Die Teilnehmer/-innen neigen dazu, kritische und unangenehme Typen zu skizzieren. Deshalb sollte die Seminarleitung dazu auffordern, auch positive Typen zu finden.



Methoden: Rollenspiele – inszenierte Gesprächsführung

Darstellende Rollenspiele befähigen Menschen, sich in andere hineinzusetzen, andere Erwartungen wahrzunehmen und eigene Bedürfnisse in einen Interaktionsprozess einfließen zu lassen, um einen gemeinsamen Konsens zu finden.

Wir inszenieren gemeinsam ein Rollenspiel. Die Situation ist wie folgt: Es ist der Tag, an dem die Medien-Coaches das erste Mal auf das gesamte Team treffen und Grundlagen zur Medienerziehung in der Kita vermitteln wollen.

Zur Vorbereitung ist es nun wichtig, dass die Medien-Coaches jeweils eine „Offenbarung“ einer/s „typischen Erziehers/-in“ ausfüllen.

Diese Zettel werden untereinander verteilt.

Nun kann ein Medien-Coach die Funktion der Gesprächsleitung übernehmen und das Treffen ausstellen. Die anderen Teilnehmer/-innen erhalten eine „Offenbarungskarte“ und übernehmen die Rollen der Erzieherinnen oder des Erziehers.

Dann kann es auch gleich losgehen. Es werden noch ein paar Spielregeln vereinbart:

- Es kann alles gespielt werden, es gibt kein „Richtig“ oder „Falsch“.
- Es besteht immer die Möglichkeit, das Spiel zu unterbrechen.
- Die Spielenden können (nach Absprache) aus der Handlung aussteigen und die Rollen tauschen, um dadurch das gleiche Spiel um kleine Variationen zu erweitern.
- Die Dauer des Rollenspiels wird von der Spielleitung (Schulungsleitung) festgelegt.

Vorgehensweise

Dann geht es los: Der Medien-Coach begrüßt die Runde und versucht, ein Thema an die Gruppe zu bringen. Die Rollenspiel-Erzieher/-innen sollten ihren Einsatz wohl dosieren und nicht übertreiben, damit die Inszenierung funktionieren kann.

Nach einiger Zeit werden die Spieler/-innen wieder aus ihren Rollen entlassen. Dieser Abschluss, den die Schulungsleitung übernimmt, ist außerordentlich wichtig und notwendig: Aus der Rolle müssen die Spielenden entlassen werden, um ihre Rolle wieder aus einer objektiv-distanzierten Haltung betrachten zu können. Denn das Spiel braucht Hingabe, die Analyse bedarf der Distanz. Erst wenn die Distanz zum Rollenspiel erreicht wurde, kann eine Analyse des Geschehenen erfolgen. In der Auswertungsphase wird das Rollenspiel von außen betrachtet und das Spiel beurteilt.

Dabei wird sehr schnell deutlich, wie sehr wir uns an unser gewohntes Verhalten gewöhnt haben und wie schwer es ist, einen anderen Lösungsweg als den bekannten einzuschlagen.

Variante: Es werden folgende Karten verteilt: „Störung durch Zwischenfragen“, „Störung durch nicht hinschauen und Nebenbetätigungen“.

Alle Coaches schlüpfen in Rollen und schauen sich die Offenbarungen ihres „Gesprächstypen“ an, z. B. die Erzieherin, die dem Medieneinsatz in der Kita skeptisch gegenübersteht oder der Erzieher, der Zeichentrickfilme wie SpongeBob unrealistisch und daher dumm findet.

Zusätzliche Spieltechniken

Während des Rollenspiels kann die Seminarleitung die Stop-Technik anwenden. Wenn er/sie laut „Stop!“ ruft, bleiben alle Spieler/-innen stehen. Die Seminarleitung stellt sich nun hinter die betreffende Spielerin, legt eine Hand auf deren Schulter und kann so deren Gedanken „lesen“, die von den Spielenden laut geäußert werden müssen.

Hier können auch spontan Verhaltenstipps oder Argumente mitgeteilt werden. Ob die Spielenden (Medien-Coach) diese annehmen, bleibt ihnen überlassen. Die Seminarleitung kann auch andere bitten, ihren Part weiterzuspielen.

In dieser So-tun-als-ob-Wirklichkeit, können die Medien-Coaches ihre Kompetenzen zur Gruppenmoderation üben, ihre Schlagfertigkeit und ihre Empathie erproben. Die Coaches können die Motivation, Einstellung und die Position nachempfinden und in einer Spiegelung analysieren. Nur wer „sich mit dem eigenen Erleben und der eigenen Person auseinandersetzt, ist zu einem kreativeren, flexibleren Verhalten und angemesseneren Problemlösungen fähig“.¹⁷ Durch ein Rollenspiel wird einem Problem nicht nur Diskussions- sondern auch Aktionsraum zur Verfügung gestellt. Dadurch werden sowohl verbale Verhaltensweisen als auch andere Interaktionsmuster (beispielsweise Gestik, Mimik, Körperhaltung), die die Personen „äußern“, offensichtlich. Dies geschieht bei einem Rollenspiel inmitten einer simulierten, aber erlebten bzw. erfahrbar gemachten Handlung. Die Beobachtung des eigenen Selbst aus einer gewissen Distanz heraus bietet die Möglichkeit, eigene Einstellungen und Verhaltensweisen zu überdenken und, wenn nötig, zu korrigieren. Im Unterschied zur erlebten Wirklichkeit interagieren die Spielenden bei dieser Form des problemorientierten Rollenspiels relativ angst- und sanktionsfrei. Es wird eine Quasi-Realität hergestellt, in der zwar die Gefühle als real erlebt werden, die Folgen allerdings nicht zu befürchten sind.

→ Tipp zum Weiterlesen:

Eder, Sabine/Lauffer, Jürgen/Michaelis, Carola (Hg.): Bleiben Sie dran! Medienpädagogische Zusammenarbeit mit Eltern. Ein Handbuch für PädagogInnen. GMK Schriften zur Medienpädagogik 27, Bielefeld 1999, S. 281 ff. Kostenloser Download (2,5 MB) unter: <http://shop.gmk-net.de>.