

Digitale Bildungsangebote für das Ankommen

WISSENSVERMITTLUNG, MEDIENKOMPETENZ UND PARTIZIPATION

Oliver Baumann-Gibbon

Der Artikel bietet anhand ausgewählter Projekte einen Überblick zu digitalen Bildungsangeboten für Geflüchtete, die einerseits Medien als Mittel zur Wissensvermittlung einsetzen und andererseits Medienkompetenz implizit vermitteln wollen.

Im Jahr 2015 sind rund 900.000 Asylsuchende nach Deutschland gekommen. Eine große Zahl davon wird mittelfristig in Deutschland bleiben. Viele dieser Menschen hoffen auf ein neues und sichereres Leben, auf Teilhabe an der Gesellschaft, auf eine Zukunft für ihre Kinder. Zentral dafür ist Bildung, und Bildung ist ein Menschenrecht. Bildung ist auch Teilhabe an der Gesellschaft, der Schlüssel zur Integration – und für eine Einwanderungsgesellschaft die zentrale Herausforderung. Insbesondere Bildungsinstitutionen stehen vor der Aufgabe, Neuangekommenen die Teilhabe an Bildung und Gesellschaft zu ermöglichen. Lehrende der

schulischen und außerschulischen Bildung sind aktuell damit konfrontiert, möglichst viele Geflüchtete mit Bildungs- und Integrationsangeboten zu erreichen und individualisierte Angebote zu schaffen. Doch es mangelt an Lehrkräften, es fehlt noch an passenden Unterrichtsmaterialien und es herrscht Unsicherheit über die richtigen Methoden.

»Digitale Bildung« ist hierfür ein lohnenswerter Ansatz, besteht doch hier die Chance, differenzierten Unterricht für eine heterogene Schülerschaft mit unterschiedlichen Bildungsbiografien – von gar nicht ausgebildet bis gut ausgebildet – zu gestalten. Besondere Chancen liegen hier im Spracherwerb sowie der politischen und kulturellen Bildung. Alltagsthemen können mithilfe von Smartphones, Apps und Laptops mit und durch die Betroffenen diskutiert und Geflüchtete in ihrer Selbstständigkeit gefördert werden.

Dies heißt aber auch, dass die Medienkompetenz gerade im Hinblick auf die Nutzung des Internets gestärkt werden muss, um Geflüchtete zu befähigen, die demokratischen Potenziale zu nutzen und mitzugestalten (siehe Gesellschaft für Medienpä-

dagogik und Kommunikationskultur (GMK), 2016). Leider bieten viele Auffanglager und Unterkünfte keinen Internetzugang an, und es gibt nicht genügend Computer, um Schulaufgaben erledigen zu können. Viele Geflüchtete verfügen aber über ein Smartphone. Und wenn Jugendliche im Rahmen ihrer Flucht noch kein Smartphone besaßen, gehört es zu den ersten Handlungen der jungen Geflüchteten im Aufnahmeland, sich ein solches zu besorgen und sich, falls nicht schon vorhanden, einen Facebook-Account einzurichten (vgl. Kutscher & Kreß, 2015).

BESTANDSAUFNAHME VORHANDENER DIGITALER BILDUNGS- UND MEDIENPROJEKTE

Die auf die Fluchtbewegungen folgende Bereitschaft in Deutschland zur Unterstützung und das Engagement der Bürgergesellschaft waren beeindruckend. Hunderte von Initiativen wurden gegründet, Projekte initiiert, Netzwerke gebildet. Doch auch diese Aktionen überforderten teilweise die Strukturen und Institutionen. Schnell reagierte hier die digitale Zivilgesellschaft und versuchte, mit Suchmaschinen, Datenbanken und Online-Communitys, wie *metacollect*, *beto-app*, *zusammen-für-flüchtlinge* oder *clarat* (Abb. 1), etwas Ordnung in die Projekte und Initiativen zu bringen. Im Rahmen ihrer Arbeit hat die Werkstatt der bpb (Bundeszentrale für

einen Seite die fehlenden Lehrkräfte zumindest teilweise auszugleichen und auf der anderen Seite individuelles und selbstständiges Lernen und Lehren zu unterstützen.

Im Folgenden werden einige ausgewählte Medienbildungs- bzw. digitale Projekte vorgestellt, die einerseits Medien als Mittel zur Vermittlung einsetzen, andererseits Medien bzw. Medienkompetenz implizit vermitteln wollen. Die Angebote nehmen jeweils implizit oder explizit jugendliche Geflüchtete in den Blick, haben jedoch unterschiedliche Zielgruppen: Die Geflüchteten selbst, die Lehrenden und politischen BildnerInnen, die Helfenden und Freiwilligen und die aufnehmende Gesellschaft, insbesondere SchülerInnen.

führt in Themenfelder wie »Deutsche Geschichte« und »Politisches System« ein. Sie richtet sich an Neuanrückmülinge und soll Basiswissen zur Demokratie in Deutschland vermitteln und zur Auseinandersetzung mit der deutschen Geschichte, Politik und Gesellschaft anregen. Die Veranstaltungen werden live über Facebook gestreamt und sollen so möglichst viele Geflüchtete erreichen.

Angebote zum Erlernen der Sprache

Ein weiterer Schwerpunkt sind Sprachlernangebote. Sie richten sich zumeist an Erwachsene und Jugendliche, in einigen Fällen auch an Kinder und Lehrende.

- *Phase6 hallo Deutsch²* enthält Vokabeltrainer-Apps für Kinder und Erwachsene ohne Deutschkenntnis. Die Version für Kinder umfasst Themenbereiche wie Tiere, In der Schule, Feste und Jahreszeiten, Kleidung, Meine Familie, Meine Hobbys, Mein Haus, Mein Körper, Mein Tag, Stadt und Land, Essen und Trinken, Zahlen und Farben. Die Themenbereiche können frei gewählt werden, um anschließend die entsprechenden Vokabeln zu lernen. Nach einer »Lernphase«, in der die Vokabeln in Text- und Audioform vorgestellt werden, folgt die Testphase, die das Gelernte abfragt. Dabei kommen auch spielerische Methoden, wie ein Memory-Spiel, zum Einsatz. Hat das Kind Level 1 bewältigt, öffnet sich Level 2 und die Vokabeln werden schwieriger. Insgesamt stehen 3 Niveaus zur Verfügung.
- Im Onlinekurs *Flüchtlinge beim Deutschlernen begleiten³* stellt das Goethe-Institut einen kostenlosen Onlinekurs für Menschen, die ehrenamtlich Deutschkurse geben, zur Verfügung. In 5 Teilen werden konkrete Tipps zu Lerninhalten, Methoden und konkretem

politische Bildung)¹ im Jahr 2015 knapp 300 digitale Projekte im Kontext mit Geflüchteten kategorisiert und untersucht, welche Form von Bildungs- und Medienprojekten angeboten werden. Die Ergebnisse:

- Die meisten Angebote lassen sich eher nicht als Bildungs- oder Medienbildungsprojekte kategorisieren – lediglich 31 % der Angebote sind über die Aspekte der Vernetzung und Information hinausgegangen.
- Die Zielgruppe waren zumeist Geflüchtete. SchülerInnen und Lehrende wurden zunächst nur durch wenige Angebote adressiert.
- Die genutzten Publikationsformate waren Webseiten, Onlinekurse und Apps, wobei der Spracherwerb als Bildungsziel im Fokus der Mehrheit der Projekte stand.
- Medienkompetenz oder die historisch-politische Bildung waren deutlich unterrepräsentiert.

Diese Resultate sind erklärbar: In erster Linie ging es um das Ankommen, Aufnehmen und Koordinieren. Erst in einem zweiten Schritt wurde deutlich, wie sehr gerade digitale Bildungsangebote helfen können, auf der

AUSGEWÄHLTE BEISPIELE

Angebote, die erste Informationen für Geflüchtete anbieten

Die meisten Projekte und Ideen in der ersten Phase legen den Fokus auf das Ankommen, geben erste Orientierung für Geflüchtete, erläutern auch die eine oder andere deutsche Eigenart oder geben eine Grundeinführung in das politische System Deutschlands. Dazu die nachfolgenden 3 Beispiele:

- Die *Welcome App*, eine Non-Profit-Initiative von 2 IT-Unternehmen in Dresden, gibt Infos über Deutschland und Asylverfahren mit starkem regionalen Fokus.
- Die App *Ankommen*, ein Gemeinschaftsprojekt des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge, des Goethe-Instituts, der Bundesagentur für Arbeit und des Bayerischen Rundfunks will Geflüchteten das Alltagsleben in den ersten Wochen erleichtern (Abb. 2).
- Die Bundeszentrale für politische Bildung veranstaltet gemeinsam mit dem Syrischen Haus eine interaktive Workshop-Reihe zur *Demokratie in Deutschland*. Die Veranstaltung

se zum Beispiel im Bereich Datenschutz vorausgesetzt werden (Kutscher & Kreß, 2015). Hier gilt es, Medienkompetenz auf diversen Ebenen zu fördern, gerade im Hinblick auf die Nutzung des Internets. Bisher liegt der Schwerpunkt eher im Bereich der praktischen Medienarbeit. Einige Beispiele aus dem noch recht begrenzten Angebot:

- Lehrmaterial gegeben. Grundlage des Kurses ist eine Webinar-Reihe wechselnder DozentInnen des Goethe-Instituts.
- Das Leseförderprogramm *Amira*⁴ stellt 40 Geschichten als virtuelle Bücher zum Deutschlernen online zur Verfügung, die von Kindern selbstständig oder gemeinsam mit Erwachsenen gelesen werden können. Sie sind für ErstleserInnen geschrieben und mit kindgerechten Illustrationen ergänzt. Die Geschichten werden auf Deutsch, Türkisch, Russisch, Italienisch, Arabisch, Englisch, Polnisch und Farsi zum Lesen und Anhören angeboten und es kann jederzeit zwischen den Sprachen gewechselt werden. Jede Geschichte wird durch Spiele wie Quiz, Suchbilder oder Wort-Memorys ergänzt (Abb. 3).
- Erste gemeinsame Kurzfilme entstanden bereits 2012 unter der Leitung des UNHCR und des Bundesfachverbands unbegleiteter minderjähriger Flüchtlinge e. V. (BUMF). Die jungen Menschen aus verschiedenen Herkunftsländern stehen dabei vor und hinter der Kamera im Mittelpunkt des Projektes. In *Angekommen*⁵ thematisieren sie sowohl ihre eigene Geschichte als auch die von anderen Geflüchteten, die schon länger in Deutschland leben (Abb. 4).
- Im Projekt *Medien empowern Geflüchtete*⁶ werden in 5 aufeinander aufbauenden Medienworkshops mit Menschen mit Fluchterfahrung Methoden des Empowerment-Trainings mit praktischer Mediengestaltung verknüpft, etwa in Übungen

zur Interviewführung oder zum Mobile Journalism. Am Ende sollen die TeilnehmerInnen gemeinsam u. a. eine Talkshow im Kanal *WeTV* (ALEX TV, Berlin) konzipieren und als ProduzentInnen umsetzen. Die Teilnehmenden arbeiteten auch an der Talkshow *REMconnect: Fluchtursachen in Pakistan und Kaschmir* mit. Als Peer-TrainerInnen sind Fachkräfte im Einsatz, die wiederum selbst als AsylbewerberInnen nach Deutschland kamen.

- Das jfc Medienzentrum e. V. bietet im *Internationalen Open Space Medienlabor: Refugees Welcome!*⁷ ein kostenloses, offenes Medienlabor für gemischte Gruppen von jungen Geflüchteten und Einheimischen. Ziel ist es, mit jugendlichen Geflüchteten Wissen im Bereich des Jugendmedienschutzes aufzubauen, eigene Medienproduktionen zu erstellen, regelmäßig Zugang zu Medientechnik und Medienwissen zu ermöglichen und vor allem einen geschützten Freiraum anzubieten, um gemeinsam mit einheimischen Jugendlichen ihre Interessen und Themen zu formulieren. In diesem integrativen Medienlabor werden Filme geschaut, Videos gedreht und geschnitten, Radioproduktionen in einem Studio aufgenommen und abgemischt und Fotos mit Greenscreen und entsprechender Beleuchtung inszeniert.

Projekte zur Förderung der Medienkompetenz

Bisher deutlich unterrepräsentiert sind Projekte zur Förderung der Medienkompetenz und kulturellen Teilhabe. Gerade hier lägen große Chancen, die demokratischen Potenziale unserer Gesellschaft zu nutzen und mitgestalten zu können (vgl. GMK, 2016). Doch können weder basale Kenntnisse über *Facebook* oder Apps oder Kenntnis-

- Das Goethe-Institut und der Bundesverband Jugend und Film stellen mit *Cinemanya*⁸ einen Filmkoffer für Vorführungen mit geflüchteten Kindern und Jugendlichen zur Verfügung. In den Koffern befinden sich 18 deutsche Spielfilme, wie z. B. *Die Vorstadtkrokodile*, *Das fliegende Klassenzimmer* und *Fack Ju Göhte*, jeweils mit arabischen und deutschen Untertiteln bzw. Sprachfassungen. Zu den Filmen gibt es ein Begleithandbuch mit Hinweisen zur medienpädagogischen Nutzung der Filme.
- Für Kinder mit Fluchthintergrund steht der Koffer *Kinder der Welt*⁹ zur Ausleihe zur Verfügung, ein Kooperationsprojekt der Stiftung PRIX JEUNESSE und des Goethe-Instituts. Er enthält nonverbale Kindersendungen aus aller Welt. Umrahmt wird dies von kleinen pädagogischen Aktivitäten, die durch Kinder mit Fluchthintergrund in 5 Sprachen angeregt und beschrieben werden.

ERKENNTNISSE UND AUSBLICK

Digitale Projekte und Medienprojekte haben in der Arbeit für und mit jugendlichen Geflüchteten große Potenziale. Einerseits können Lehrende der schulischen und außerschulischen Bildung auf eine breite Abdeckung an technischen Geräten im Sinne des Bring-Your-Own-Device-Ansatzes (BYOD) aufbauen und diese Technik nutzen, um zu kommunizieren, zu interagieren und Medien zu produzieren. Andererseits wecken Medien und Publizität schnell eine hohe Begeisterung bei der Zielgruppe. Niedrigschwellig können Zugänge zu relevanten gesellschaftlichen, politischen und historischen Themen geschaffen werden, auch über sprachliche und kulturelle Hürden hinweg. Letztlich ist die aktive Arbeit mit digitalen Medien auch ein Mittel der Medienkompe-

tenzförderung, z. B. hinsichtlich des Datenschutzes.

Um jedoch Medienprojekte und Angebote in der Arbeit mit jugendlichen Geflüchteten in der Breite und auf Basis integrativer und nachhaltiger Konzepte wirksam umzusetzen, bedarf es einiger koordinierender und strategischer Maßnahmen:

- Bei der Entwicklung von Medienprojekten sollten die Zielgruppen und deren Bedarf im Vorfeld definiert werden. Kritisch geprüft werden sollte, inwiefern es Sinn macht, existierende Projekte mit Blick auf potenzielle Fördermittel lediglich in Richtung »Geflüchtete« anzupassen.
- Die unglaubliche Vielfalt an Projekten und Initiativen sollte eine stärkere Verzahnung und Abstimmung erfahren, die Ergebnisse und Erkenntnisse sollten inhaltlich ausgewertet und im Sinne von Good-Practice-Beispielen bereitgestellt werden.
- Projekte zu Themen wie Geschichte, Politik, Demokratie und Ethik sind noch unterrepräsentiert, wobei die Wissensvermittlung in diesen Bereichen idealerweise in gemischten Gruppen und reziprok erfolgen sollte.
- Die Zielgruppe der Lehrenden und Coaches braucht noch dringend Methoden (Fortbildung), Materialien und pädagogische Unterstützung.
- Die vorhandenen Materialien und Angebote sind oft nicht »frei«, also nicht teilbar, aktualisierbar etc. (CC-Lizenz). Gerade vor dem Hintergrund der sehr heterogenen Zielgruppe der Geflüchteten (Alter, Sprache, Kultur, Ausbildung) sollten Materialien und Methoden schnell und unkompliziert angepasst und digital publiziert werden können.
- Integrative Angebote, die gemeinsam mit Lehrenden, Lernenden, Eltern, Betreuenden, Notunterkünften entwickelt bzw. umgesetzt werden, fehlen. ■

ANMERKUNGEN

¹ Die Werkstatt der bpb ist Ideenwerkstatt, Redaktions- und Diskussionsportal. Im Fokus steht das Thema »Digitale Bildung in der Praxis«, in der Schule und an außerschulischen Lernorten. In diesem Kontext wollen wir informieren, diskutieren, ausprobieren.

² <https://www.phase-6.de/hallo/> [3.11.2016]

³ <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/231963/fluechtlinge-beim-deutschlernen-begleiten-webinarreihe-des-goethe-instituts> [3.11.2016]

⁴ <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/233785/kindgerechte-geschichten-fuer-ersterer> [3.11.2016]

⁵ https://www.youtube.com/watch?v=B3C8_Y9LBTE [3.11.2016]

⁶ <http://www.migrants-association.de/nijnski-arts/> [3.11.2016]

⁷ <http://jffc.info/aktnews-id570> [3.11.2016]

⁸ <http://www.bjf.info/projekte/cinemanya> [3.11.2016]

⁹ <http://www.prixjeunesse.de/index.php/das-festival-2/das-festival-8> [15.11.2016]

LITERATUR

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) (2016). Pressemitteilung vom 12.01.2016. Integration Geflüchteter durch Medienpädagogik fördern. GMK stellt Ergebnisse ihrer Mitgliederbefragung für Medienprojekte vor. Verfügbar unter: http://www.gmk-net.de/fileadmin/pdf/Pressemitteilungen/pm_medienpaed_arbeit_fluechtlinge_12012016.pdf [24.10.16]

Kutscher, Nadia & Krefß, Lisa-Marie (2015). »Internet ist gleich mit Essen«. Empirische Studie zur Nutzung digitaler Medien durch unbegleitete minderjährige Flüchtlinge. Universität Vechta, Online Paper, verfügbar unter: https://images.dkhw.de/fileadmin/Redaktion/1.1_Startseite/3_Nachrichten/Studie_Fluechtlingskinder-digitale_Medien/Studie_digitale_Medien_und_Fluechtlingskinder_Langversion.pdf [10.10.16]

DER AUTOR

Oliver Baumann-Gibbon, M. A. Kommunikationswissenschaftler, Politik und Betriebswirtschaft, ist in der Kooperative Berlin verantwortlich



für die Projekte »werkstatt.bpb.de«, »Internationale Demokratiekonferenz Leipzig« und den »International History Campus«.