

Putting the social into social media

Handbuch zum Social Media Studio der
Stadtbibliothek Köln



Eine Kooperation zwischen



Gefördert durch



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



deutscher
bibliotheks
verband



Inhalt

Einführung	2
Das Social Media Studio	3
Das medienpädagogische Konzept	4
#Bookstragram - Instagram Produktion zum Thema Literatur	5
Kontextualisierung des Themas	5
Gestaltung und Ablauf eines Workshops	6
Use Your Voice - Talkshow zum Thema Interkulturalität	8
Kontextualisierung des Themas	8
Gestaltung und Ablauf eines Workshops	9
Hinweise für Multiplikator*innen	11
Good news, bad news, fake news - YouTube Produktion zum Thema Falschmeldungen	12
Kontextualisierung des Themas	12
Gestaltung und Ablauf eines Workshops	12
We Need To Talk - Audiofeature zum Thema LGBTQIA+	15
Kontextualisierung des Themas	15
Gestaltung und Ablauf eines Workshops	15
Hinweise für Multiplikator*innen	18
Language Matters - YouTube Produktion zum Thema Sprache	19
Kontextualisierung des Themas	19
Gestaltung und Ablauf eines Workshops	20
Hinweise für Multiplikator*innen	22
Quellen	23
Mitwirkende	24
Impressum	25

Einführung

Streams, Social Media Content oder Erklärvideos sind Formate, denen Menschen täglich begegnen. Um vor allem jungen Menschen die Gelegenheit zu bieten, sich selbst als Producer*innen, Streamer*innen oder Content Creator*innen auszuprobieren, wurde im Rahmen des Förderprogramms *WissensWandel* das *Social Media Studio* in der *Stadtbibliothek Köln* errichtet. *WissensWandel* ist ein Projekt des *Deutschen Bibliotheksverbands e.V.* im Rahmen des Programms *NEUSTART KULTUR* der *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)*. In Kooperation mit der Agentur *netspirits* wurde das Studio technisch professionell ausgestattet, während in Zusammenarbeit mit der *Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW* eine sechsteilige medienpädagogische Multiplikator*innen-Fortbildungsreihe für Mitarbeitende der *Stadtbibliothek Köln* sowie eine zehnteilige Workshopreihe für Menschen ab 16 Jahren entstanden sind. Die Inhalte und Erkenntnisse aus den Fortbildungen und Workshops dienen hierbei als Grundlage für dieses Handbuch.

Sowohl die Fortbildungs- als auch die Workshopreihe geben nicht nur die Möglichkeit einer technischen Auseinandersetzung, sondern auch die Verbindung von Medienproduktionen mit gesellschaftlich relevanten und aktuellen Themen wie Interkulturalität, Rassismus, Diversity sowie Leseförderung und wertschätzende Sprache, was der ausschlaggebende Grund für den Titel der Reihe *Putting the social into social media* war. Die Workshops unterliegen einem Baukastensystem: sowohl die Themen als auch die Medienformate können nach Belieben neu zusammengesetzt, ergänzt oder erweitert werden.

Das Ziel dieses Handbuchs ist, einen ersten Einblick in mögliche Formate und Inhalte zu geben, um einen Grundstein für die medienpädagogische Arbeit im *Social Media Studio* zu legen. Im Handbuch werden die Inhalte der Workshops skizziert, ein technischer Überblick gegeben sowie eine beispielhafte didaktische Rahmung beschrieben, um die spätere Durchführung der Angebote zu gewährleisten.

Viel Spaß beim Lesen, Ausprobieren und Durchführen!

Das Social Media Studio

Das *Social Media Studio*, welches sich in der 1. Etage der *Stadtbibliothek Köln* befindet, wurde im Rahmen der Kooperation zwischen der Stadtbibliothek und der Agentur *netspirits* ausgestattet. Zu dieser Ausstattung gehören folgende Elemente:

Menge	Komponente	Produkt
1	Kamera	Blackmagic Pocket Cinema Camera 4K
1	Kamera-Objektiv	Lumix G X Vario12-35mm F 2,8 ASPH
1	Kamera-Stativ	Sachtler System FSB 4 FT MS
1	Tonangel	Quickpole QS-Mini (QSM) Tonangel
1	Kondensator-Mikrofon	Sennheiser MKH 416 P48 U 3
1	Schwinghalterung	Sennheiser MZS 20-1
1	Dynamikmikrofon	Rode Procaster
1	Mikrofon-Stativ	König & Meyer 232, Mikrofon-Tischstativ
1	LED-Leuchten	Swit FL-C60D
1	Bi-Color-Leuchte	Swit PL-E90
1	DMX-Controller	Swit LA-WR8 Tx+3Rx Wireless DMX
1	Mischer	Blackmagic ATEM Mini Pro
1	Stream Deck	Elgato Stream Deck
1	Montage-Set	walimex pro 3-fach Hintergrund Wandmontageset
1	Hintergrund	Bresser Vinyl Hintergrundrolle 2.72 x 6m grün/weiß
1	Monitor	Dell UltraSharp U2720Q
1	Wandhalterung	Humanscale M2.1. Monitor Arm M21HMBBTB

Mit diesen technischen Elementen lassen sich somit audiovisuelle (z.B. Stream, Video) und auditive (z.B. Podcast, Hörspiel/-buch) Produktionen gestalten, produzieren und anschließend am Schnittrechner bearbeiten. Neben der Technik wurde der Raum angelehnt an die YouTube-Ästhetik designt und bietet die Möglichkeit, je nach Art des Angebots, den Raum mit passenden Accessoires zu versehen und optisch anzupassen.

Die komplexe Technik scheint zunächst eine Herausforderung darzustellen. Doch das Studio folgt dem Prinzip "plug and play", welches allen Fachkräften, Teilnehmenden und Besucher*innen des Studios ermöglicht, ohne große Voreinstellungen die Technik zu bedienen. Das Ziel des *Social Media Studios*

besteht nämlich darin, dieses Interessierten ab 16 Jahren ohne viel technisches Wissen auch unabhängig von angebotenen Workshops frei zugänglich zu machen. Für die Mitarbeitenden der Stadtbibliothek stehen außerdem Tutorials zur Verfügung, die eine detaillierte Anleitung für die Bedienung geben. Im Studio selbst befindet sich eine ausgedruckte Version der Bedienungsanleitung.

Das medienpädagogische Konzept

Neben den technischen Kenntnissen gilt es für die Multiplikator*innen der *Stadtbibliothek Köln* auch, sich Wissen zu den jeweiligen Metathemen, Medientrends und -formaten anzueignen sowie didaktische Fähigkeiten zu erlangen, um spätere Angebote zielgruppengerecht zu konzipieren und durchzuführen. Um dies zu gewährleisten und dem *Social Media Studio* ein medienpädagogisches Konzept zu verleihen, wurde die *Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW* engagiert. Dafür wurden, wie bereits eingangs geschildert, Fortbildungen für Mitarbeitende, Workshops für Menschen ab 16 Jahren angeboten sowie das vorliegende Handbuch verfasst. Das medienpädagogische Konzept unterliegt theoretischen Grundlagen, die an dieser Stelle skizziert werden.

Eine aktuelle medienpädagogische Strömung ist die handlungsorientierte Medienpädagogik. Diese hat zum Ziel, Menschen dazu zu befähigen, sich kritisch-reflexiv und gleichzeitig kreativ mit Medien auseinanderzusetzen und Medienkompetenz zu fördern (vgl. Brüggen & Bröckling, 2017, S. 155). Dieter Baacke führte den Begriff Medienkompetenz bereits in den 1970er Jahren als ein aus der Kommunikativen Kompetenz von Jürgen Habermas entwickeltes Konzept ein (vgl. Schiefner-Rohs, 2013). Baacke definierte dabei vier Dimensionen: Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung. Die Dimension Medienkritik befähigt Menschen dazu, analytisch-reflexiv und ethisch über Medienphänomene zu urteilen. Dafür wird Wissen über Medien und Mediensysteme benötigt, welches durch die Dimension Medienkunde ausgebildet wird. Neben theoretischem gilt es jedoch auch praktisches Wissen anzueignen, um Medien bedienen zu können. Die Dimension Mediennutzung hat zum Ziel, dass Menschen am medialen Geschehen partizipieren und sich selbst, ihre Bedürfnisse sowie Interessen medial artikulieren können. Die Dimension Mediengestaltung soll dazu beitragen, dass Nutzende Medien innovativ und kreativ nutzen, um in ästhetischen und innovativen Medienproduktionen zu münden (vgl. Siller et al., 2020, S. 321f).

Nach Baackes Einführung des Konzepts, wurden noch weitere Teilkompetenzen eingeführt. Eine davon ist die visuelle Medienkompetenz, der an dieser Stelle große Bedeutung zukommt, da sich die Produktionen im Rahmen des Social Media Studios an denjenigen Produktionen orientieren, die heutzutage audiovisuelle Medien-Trends abbilden. Bilder sind zentral in der heutigen Mediengesellschaft und haben enormen Einfluss auf ihre Rezipient*innen. Demzufolge ist es von großer Wichtigkeit, Medienbilder kompetent zu produzieren und diese zu verstehen, da sie zu den essentiellen kulturellen Praktiken unserer Lebenswelten gehören (vgl. Lobinger, 2012, S. 96). Daher bedarf es dabei der visuellen Kompetenz, das optisch Wahrgenommene eine Bedeutung bekommt (vgl. Waldenfels 2008, S. 108f).

An dieser Stelle gilt es zu betonen, dass die Bibliothek nicht nur ein Sammelort für Medien ist, sondern viel mehr noch, ein Ort der Kulturellen Bildung und vor allem der Jugendmedienkultur darstellt. Daher sind neben der Medienkompetenz und visuellen Medienkompetenz auch Kompetenzen aus der Kulturellen Bildung zu fördern, zu denen beispielsweise Kreativität oder die Ästhetischen Erfahrungen zählen. Letztere sind Lernprozesse, in denen der Körper, die Sinne und das spielerische Ausprobieren miteinander verbunden werden und einen Ausgangspunkt von kreativen Denkens, Handelns und Lernens bilden (vgl. Heyl & Schäfer, 2016, S. 5).

Das *Social Media Studio* der *Stadtbibliothek Köln* knüpft direkt an den Lebenswelten (junger) Menschen an und erlaubt ihnen eigenständig oder auch im Rahmen von Workshops Kompetenzen aus der Medienpädagogik und Kulturellen Bildung zu erlangen bzw. zu fördern sowie Selbstwirksamkeit durch die Verbindung aus technischen und inhaltlichen Komponenten zu erleben. Inhaltlich orientieren sich die Workshops einerseits an den Kernthemen der Stadtbibliothek und geben andererseits Menschen die Möglichkeit, sich politisch zu äußern und mit gesellschaftlich relevanten und höchst aktuellen Themen auseinanderzusetzen, die wiederum auf verschiedenen Social Media Plattformen thematisiert werden. Zu den Themen gehören Interkulturalität, Rassismus, Diversity sowie Leseförderung und wertschätzende Sprache. Im professionell ausgestatteten Studio können die Teilnehmenden an ihren Projekten arbeiten und werden dabei medienpädagogisch begleitet, sodass eine kritisch-reflexive Sicht auf Themen und kreative praktische Medienarbeit gefördert wird.

#Bookstagram - Instagram Produktion zum Thema Literatur

Kontextualisierung des Themas

*Eine Tasse Tee, eine Lichterkette und ein schönes Buchcover - fertig ist der perfekte Post für Instagram. Bücher versetzen in Lesefieber, lassen das Fanherz höher schlagen und entführen die Leser*innen in andere Welten. Auf Instagram sieht man immer mehr Inhalte und Profile, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, Bücher vorzustellen und über Fantheorien zu fantasieren. Im Rahmen dieses Workshopformats können die Teilnehmer*innen genau das tun: im professionell ausgestatteten Social Media Studio der Stadtbibliothek Köln können die teilnehmenden Leseratten ihre Liebe zu Büchern im Rahmen von kreativen Instagram Beiträgen ausleben, die mit Büchern vollgepackte Bibliothek entdecken und sich ganz wie Bookstagrammer*innen fühlen. Medienpädagogisch begleitet lernen die Teilnehmer*innen die entsprechende Technik zu verwenden und bekommen einen Einblick, wie professionelle Instagram Inhalte gestaltet werden können.*

Bookstagram ist ein Literatureclub auf Instagram (es gibt auch Booktube auf YouTube und weitere Formate). Im Kontext des *Social Media Studios* bedeutet dies, dass es im Rahmen eines Workshops als Instrument für die Leseförderung und das Entdecken von Büchern eingesetzt werden kann. Bookstagram-Formate sind dynamisch und können wie in einem Baukasten immer neu zusammengesetzt werden, sodass stetig neue Ideen entstehen können. Dabei reichen die Formate von niedrigschwelligen Beiträgen (z.B. Buchvorstellungen), bis hin zu sehr aufwändig gestalteten Posts, bei denen professionelle Tools Anwendung finden (z.B. Nachspielen von Buchcovern oder -charakteren). Bookstagram fördert dabei die kreative Auseinandersetzung mit Büchern und anderen dazugehörigen Medien und bedient sich bestimmter Ästhetiken und Narrativen, die ihren Ursprung in Fandoms haben. Solche kreativen Formate fördern nicht nur das Lesen, sondern auch die kritisch-reflexiven und gestalterischen Aspekte der Medienkompetenz. Bookstagram fördert außerdem die Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Themen und ermöglicht damit auch die Bildung einer Gemeinschaft als Safe Space, in der z.B. gemeinsam mitgefebert oder sich ausgetauscht wird. Oftmals vorkommende Metathemen in Bookstagram-Beiträgen sind LGBTQIA+, Feminismus, (Alltags-)Rassismus, Wichtigkeit von Sprache, Repräsentation von diversen Charakteren in Büchern und Medien, psychische Gesundheit, Geschichte, Politik und vieles mehr.

Im Rahmen der Fortbildung *Social Media Beiträge gestalten* wurde das Thema tiefgreifend besprochen, wobei folgende Inhalte vermittelt wurden:

- Digitale und Hybride Jugendarbeit
- Bedeutung von Instagram in der Jugendarbeit und Beispiele aus der Praxis
- Relevanz von Instagram für Bibliotheken
- Bildungsformate gestalten mit Instagram
- Rechtliches
- #Bookstagram: Kontextualisierung, Beispiele aus der Praxis, Bedeutung für Bibliotheken

Gestaltung und Ablauf eines Workshops

Organisation, Technik und Logistik:

- Der Workshop sollte mindestens 3 Stunden dauern (empfohlen wird 3 bis 6 Stunden z.B. an zwei Tagen), um eine möglichst intensive Praxisphase zu gewährleisten.
- Durch die Länge der Workshops (besonders an zwei Tagen) bietet es sich an, diese in den Ferien oder nach Feierabend stattfinden zu lassen.
- Für die Durchführung wird neben dem *Social Media Studio* ein weiterer Raum mit einem Beamer oder Smartboard benötigt. Hilfreich ist es, wenn das Smartboard als Ergänzung zum Schnittrichter im Studio verwendet werden kann.
- Als Location für die Produktion von Bookstagram-Beiträgen kann die gesamte Bibliothek, natürlich das Studio und nach Bedarf sogar der Außenbereich genutzt werden.
- Durch die räumliche Flexibilität können auch bis zu 15 Teilnehmende (oder je nach Gefühl des Durchführenden auch mehr) zugelassen werden, die jeweils in Gruppen zusammenarbeiten können.
- Für diesen Workshop kann die Technik des Studios verwendet werden. Es ist jedoch zu empfehlen, dass die Teilnehmenden eigene Smartphones mit Instagram mitbringen. Wenn Teilnehmende keinen Zugang zu Technik haben, sollte dies vorher abgefragt und nach diesem Bedarf ausgeliehen werden.
- Für die Workshops wird das Gestaltungs-Tool [Canva](#) empfohlen, für das die *Stadtbibliothek Köln* einen Workshop-Account bereitstellt.
- Empfehlenswert ist außerdem ein Handystativ und/oder ein Gimble für stabile Aufnahmen.
- Für die Optik werden außerdem Accessoires wie z.B. Lichterketten, eine Buchlampe oder ein Journal mit Stiften (für die Erstellung einer *To-Be-Read-Liste*) empfohlen, um auch ästhetisch authentischen Bookstagram-Beiträgen nahe zu kommen.
- Auf Grundlage der Fortbildung sollte eine Präsentation erstellt werden, die altersgerecht Wissen über Instagram und Bookstagram vermittelt.

Durchführung:

1. Begrüßung
2. Beispielhafte Kennenlern-Methode:
 - 2.1. Erzählt uns über euer Lieblingsbuch!
 - ... was bedeutet es für euch?
 - ... warum sollten Menschen es unbedingt lesen?
 - 2.2. Nehmt den Buchtitel oder ein Zitat und zeichnet es, indem ihr auf tholman.com/texter/ geht!
 - ... welche Formen und Farben passen zum Buch?
 - ... welche Schreibmalerei passt zum Inhalt des Buches?
 - ... wie sieht das Cover des Buchs aus?

... wie können Wörter zum Leben erweckt werden und mit welchem Werkzeug kommen sie am Besten zur Geltung?
... stellt eure Werke vor!

3. Wissensvermittlung zum Thema Instagram (auch Rechtliches) und #Bookstagram
 - 3.1. lebensweltorientiert, interaktiv und partizipativ mit dem Ziel der Selbstwirksamkeit
 - 3.2. Beispiele für Inspiration zeigen und Diskussionen anregen, Erfahrungen und kreative Ideen erfragen
4. Praxisphase:
 - 4.1. Aufgabenstellung benennen:
Gestaltet in eurer Gruppe eine #Bookstagram Produktion (zu einem bestimmten Thema)!
Ihr habt X Stunden Zeit.
 - 4.2. Studio besuchen und bei Bedarf technische Einführung geben
 - 4.3. Gruppen einteilen und Brainstorming anleiten (Plakate oder digitale Tools verwenden)
 - 4.4. Unterstützung der Teilnehmenden in ihren Produktionen und bei inhaltlichen Fragen
 - 4.5. Individuelle Pausen
5. Vorstellen der Projekte an einer großen Leinwand sowie wertschätzendes und konstruktives Feedback
6. Austausch über Workshop und Abschied

Wenn die Workshops über einen längeren Zeitraum (z.B. zwei Tage) dauern, sollten die Punkte 1, 2 sowie 6 an jedem Tag stattfinden und Punkt 5 erst am finalen Workshoptag. Dabei sollte beachtet werden, dass die Kennenlern- bzw. Auflockerungsspiele variiert werden.

Bestandteile einer Social Media Produktion:

- Grundidee:
 - Was möchte ich mit meinem Beitrag bewirken?
 - Welches Thema soll wie aufbereitet werden?
 - Wen möchte ich ansprechen?
 - Was ist mir wichtig?
 - Gibt es ein Drehbuch?
- Ästhetische Vorstellung:
 - Wie soll mein Beitrag aussehen?
 - Welche Musik benutze ich (empfohlen: Instagram Music Library)
 - Welche Accessoires brauche ich?
 - Welche Stimmung soll mein Beitrag transportieren?
 - Welche Location und welchen Hintergrund benötige ich?
- Technik:
 - Welche technischen Hilfsmittel brauche ich?
 - Welche Programme und Anwendungen passen dazu?
 - Wie präsentiere ich meine Werke (empfohlen: als E-Mail verschicken, da Instagram im Browser sich nicht als Präsentationsmedium eignet)
- (Post)Produktion & Posting:
 - Welches visuelle Format von Instagram passt zu meiner Idee?

- Wie kann dieses mit auditiven Elementen untermalt werden?
- Welcher Text beschreibt meinen Beitrag und welche Hashtags benutze ich?
- Welche Sprache benutze ich und wen möchte ich ansprechen?

Use Your Voice - Talkshow zum Thema Interkulturalität

Kontextualisierung des Themas

*Interkulturalität ist leider auch stark mit Rassismus und Vorurteilen verbunden und spätestens seit #BlackLivesMatter eines der wichtigsten gesellschaftlichen Themen überhaupt. Auch im Internet. Aktivist*innen engagieren sich für eine bessere und tolerantere Welt und klären auf, um die Zukunft diverser zu gestalten. Doch trotzdem erhalten diese Aktivist*innen oft nicht die Reichweite die sie haben müssten. Im Rahmen dieses Workshopformats bekommen die Teilnehmenden die Möglichkeit eine Talkshow zu gestalten, die live aus dem Social Media Studio der Stadtbibliothek Köln gestreamt wird und sich mit den Themen Interkulturalität, Rassismus, Vorurteilen und Herkunft beschäftigt. Die Teilnehmer*innen werden von medienpädagogischen Fachkräften begleitet und lernen, wie einerseits die technischen Hintergründe von Talkshows und Streams funktionieren und andererseits wie Themen kritisch hinterfragt und kreativ aufbereitet werden können.*

Unter Interkulturalität versteht man eine von kultureller, sprachlicher sowie religiöser Vielfalt geprägte Gesellschaft, die dabei auf gegenseitigem Respekt und Akzeptanz der Verschiedenheit ausgelegt ist. Der Begriff muss jedoch immer wieder neu ausdiskutiert werden, weil er sich in seiner Bedeutung ständig wandelt. Dieser Wandel ist darauf zurückzuführen, dass auch unsere Gesellschaft Veränderungen unterliegt. Somit lagen in der Vergangenheit unterschiedliche Definitionen des Begriffs vor. Die Wurzeln des Begriffs reichen jedoch auch zu einem Verständnis, welches Othering-Prozesse (Abgrenzung von Menschen, die “anders” sind) und Standpunkte vertritt, die Aushandlungen zwischen einzelnen Kulturen mit einbegreift. Es kommt dazu, dass sich gegenüber oftmals marginalisierten Menschengruppen Vorurteile bilden, die sich tief in der Gesellschaft verankern und ablehnende, diskriminierende, rassistische sowie gewalttätige (physische und psychische Gewalt) Verhaltensweisen mit sich ziehen. Über diese Problematiken wird vermehrt gesprochen, die eigene politische und geschichtliche Vergangenheit teils aufgearbeitet. Doch das ist nicht genug: Bewegungen wie #BlackLivesMatter und Medien-Eklats wie das um die WDR-Talkshow “Die letzte Instanz” zeigen, dass es extrem großen Bedarf nach Aufklärung, Bildung und vor allem Selbstreflexion und das Hinterfragen von eigenen Privilegien und Systemen gibt. Soziale Medien wie YouTube spielen heutzutage eine wichtige Rolle dabei, Meinungen zu bilden, diese zu zeigen, sich zu informieren und politisch aktiv zu werden. Um politisches Interesse und Teilhabe mithilfe von Webvideo-Formaten fördern zu können, bedarf es jedoch auch Wissen rund um journalistische Grundsätze, Funktionen unterschiedlicher Formate (hier z.B. Talkshow), Recherchequellen sowie rechtliche Aspekte.

Im Rahmen des Workshops *Use Your Voice – Talkshow zum Thema Interkulturalität* wurde das Thema kreativ aufgearbeitet. Die theoretischen Grundlagen bildeten dafür unter anderem die Fortbildungen *Audiovisuelle Produktionen gestalten* sowie *Auditive Produktionen gestalten*, bei denen folgende Inhalte weitergegeben wurden:

- Bedeutung von Sprache im gesellschaftlichen Kontext
- Leitfaden zur wertschätzenden Kommunikation bei der *Stadt Köln* als Grundlage
- Diversity-Dimension: Sexualität und Gender sowie passende Hinweise für Multiplikator*innen

- Diversity-Dimension: Interkulturalität sowie passende Hinweise für Multiplikator*innen
- Medienpädagogische Grundlagen
- Fakten über YouTube: Zahlen, Genres, Beispiele
- Echokammer und Fake News
- Journalistische Grundlagen
- Rechtliches und Lizenzen
- Zuschauerbindung und Ästhetik

Weiterführende Links:

Leitfaden zur wertschätzenden Kommunikation bei der Stadt Köln: https://www.stadt-koeln.de/mediaasset/content/pdf16/leitfaden_wertsch%C3%A4tzende_kommunikation_bei_der_stadt_k%C3%B6ln_barrierefrei.pdf

Gestaltung und Ablauf eines Workshops

Organisation, Technik und Logistik:

- Der Workshop sollte mindestens 3 Stunden dauern (empfohlen wird 3 bis 6 Stunden z.B. an zwei Tagen), um eine möglichst intensive Praxisphase zu gewährleisten.
- Für die Durchführung wird neben dem *Social Media Studio* ein weiterer Raum mit einem Beamer oder Smartboard benötigt. Hilfreich ist es, wenn das Smartboard als Ergänzung zum Schnittrechner im Studio verwendet werden kann.
- Als Location für die Produktion sollte das Studio genutzt werden.
- Da die Produktion hauptsächlich im Studio stattfindet sollten maximal 6 Teilnehmende zugelassen werden, die jeweils in Gruppen zusammenarbeiten können.
 - Die Herausforderung liegt bei diesem Workshop in der Logistik. Da das Studio nicht besonders groß ist, sollten sich die Gruppen absprechen, wer zu welchem Zeitpunkt das Studio und den zusätzlichen Raum nutzt.
 - Außerdem steht nicht jede Person aus der Gruppe vor der Kamera. Das bringt die Herausforderung mit sich, dass auch in den jeweiligen Gruppen Absprachen stattfinden müssen, wer welche Aufgaben übernimmt.
 - Grundsätzlich ist jedoch zu empfehlen, dass jede*r Teilnehmende alle Aufgaben zumindest ausprobiert haben sollte. Dies trägt dazu bei, dass Kompetenzen ganzheitlich gelernt werden können und Teilnehmende neue Talente und Interessen entdecken.
- Für diesen Workshop sollte die Technik des Studios verwendet werden.
- Für die Workshops kann das Gestaltungs-Tool [Canva](#) genutzt werden, um z.B. Thumbnails zu erstellen. Die *Stadtbibliothek Köln* stellt dabei einen Workshop-Account bereit.
- Zu der Produktion von YouTube-Videos gehört es auch dazu, das Studio optisch an den Anlass oder das Workshop-Thema anzupassen. Hierbei können Bücher aus der Bibliothek als Deko verwendet oder weitere Anschaffungen, wie z.B. zum Thema passende Wandbehänge, gemacht werden.
- Auf Grundlage der Fortbildung sollte eine Präsentation erstellt werden, die altersgerecht Wissen über audiovisuelle Formate und wertschätzende Sprache vermittelt.

Durchführung:

1. Begrüßung
2. Beispielhafte Kennenlern-Methode:

- 2.1. Kurze Wissens- und Interessenabfrage:
 - ... Was bedeutet für euch Interkulturalität?
 - ... Wie wird mit dem Thema in den Medien umgegangen?
 - ... Was wünscht ihr euch in der Darstellung von Interkulturalität in den Medien?
- 2.2. Improvisationsspiel zur Stärkung von Kreativität, Schlagfertigkeit und Schnelligkeit als Vorbereitung für die Talkshow:
 - 2.2.1. Gemeinsame Wahl eines zum Workshop passenden Themas, das als Grundlage für eine Geschichte dienen soll
 - 2.2.2. Jede Person im Raum fügt nacheinander Sätze zu der Geschichte hinzu, ohne die anderen Teile der Geschichte nachträglich zu verändern oder auszulassen
 - 2.2.3. Wer bei einer Talkshow dabei ist, muss sehr schnell auf das Gesagte von anderen Reagieren können und das sollte damit spielerisch geübt werden
3. Wissensvermittlung zum Thema YouTube, Talkshow und Interkulturalität
 - 3.1. lebensweltorientiert, interaktiv und partizipativ mit dem Ziel der Selbstwirksamkeit
 - 3.2. Beispiele für Inspiration zeigen und Diskussionen anregen, Erfahrungen und kreative Ideen erfragen
4. Praxisphase:
 - 4.1. Aufgabenstellung benennen:
 - 4.1.1. Gestaltet in eurer Gruppe eine Talkshow zum Thema Interkulturalität
 - 4.1.2. Ihr habt X Stunden Zeit.
 - 4.2. Studio besuchen und Einführung in die Studiotechnik geben
 - 4.3. Gruppen einteilen und Brainstorming anleiten, Recherche initiieren, Moderationskarten erstellen (Plakate oder digitale Tools verwenden)
 - 4.4. Unterstützung der Teilnehmenden in ihren Produktionen und bei inhaltlichen sowie logistischen Fragen
 - 4.5. Individuelle Pausen
5. Vorstellen der Projekte an einer großen Leinwand sowie wertschätzendes und konstruktives Feedback
6. Austausch über Workshop und Abschied

Wenn die Workshops über einen längeren Zeitraum (z.B. zwei Tage) dauern, sollten die Punkte 1, 2 sowie 6 an jedem Tag stattfinden und Punkt 5 erst am finalen Workshoptag. Dabei sollte beachtet werden, dass die Kennenlern- bzw. Auflockerungsspiele variiert werden.

Bestandteile einer Talkshow:

- Grundidee:
 - Wie heißt die Talkshow?
 - Was ist das Thema oder der Anlass der Talkshow?
 - Welche Metathemen und Punkte sollen von den Gäst*innen unbedingt angesprochen und damit zuvor recherchiert werden?
 - Welche Gäst*innen werden eingeladen (auch Hintergrundrecherche und politische Positionierung)? Wie viele?
 - Wer moderiert? Welche Rollenverteilung gibt es?
 - Gibt es die Möglichkeit Fragen aus "dem Publikum" (z.B. durch vorherige Abfrage bei Social Media) einzubringen?
- Ästhetische Vorstellung:

- Wie soll die Kulisse aussehen und was brauche ich dafür?
- Wie werden die Gäst*innen und Moderator*innen hingesetzt?
- Benötige ich zusätzliche Accessoires?
- Gibt es Moderationskarten und wie sehen diese aus?
- Wie soll der Bildausschnitt aussehen?
- Technik (hier wichtig: es soll eine Liveshow simuliert werden, d.h. es gibt keine Schnitte und Musik - diese muss vorher bestimmt und direkt eingefügt werden):
 - Wie stelle ich die Kamera und das Mikro ein?
 - Welche Programme und Anwendungen passen dazu?
 - Brauche ich Musik oder auditive Elemente für die Talkshow?
- (Post)Produktion & Posting:
 - Wie ist das Design der Talkshow und wie sehen z.B. die Bauchbinden aus?
 - Wie sieht das Thumbnail aus?
 - Welcher Text fasst die Inhalte der Talkshow kurz und knapp zusammen und welche Hashtags benutze ich?
 - Welche Sprache benutze ich dabei und wen möchte ich ansprechen?

Hinweise für Multiplikator*innen

Besonders durch den Fokus auf Interkulturalität ist im Rahmen dieses Workshops Empathie und ein sensibles Miteinander gefragt, wobei rassismuskritische und interkulturelle Medienarbeit das Ziel des Angebots sein sollte. Da es sich hierbei um ein emotional aufgeladenes Thema handelt, dass Teilnehmende persönlich betreffen kann, ist es wichtig, zentrale Regeln der Gesprächsführung aufzustellen, damit Diskussionen nicht ausufern. Um den Teilnehmenden außerdem einen sicheren Ort zu gewährleisten, in dem mediengestützte Biografiearbeit möglich gemacht und ein Ort geschaffen wird, in dem die Teilnehmenden sich selbst repräsentieren und für sich sprechen können anstatt durch andere, wurden folgende Hinweise für Multiplikator*innen zusammengestellt:

- Eigene Privilegien und die Position in der Gesellschaft hinterfragen
- Richtige Begriffe und Selbstbezeichnungen verwenden, wie z.B.
 - “POC” (People/Person of Colour), “schwarz” anstatt “farbig”
 - Sinti*zze und Rom*nja anstatt Z-Wort
- Auf problematische Aussagen und verinnerlichte Verhaltensweisen wie “Ich sehe keine Farben”, #AllLivesMatter, Alltagsrassismus/Rassismus/Antisemitismus sowie Stereotype aufmerksam machen und aufklären
- Bei Produktionen auf Cultural appropriation, Black Facing, Blackfishing aufmerksam machen und aufklären
- Beispiele zeigen und besprechen, die Diversität darstellen (diverse Autor*innen, Künstler*innen, Geschichten, Körper (Body-Positivity/Neutrality))

Good news, bad news, fake news - YouTube Produktion zum Thema Falschmeldungen

Kontextualisierung des Themas

*Jede*r im Internet kennt es: Clickbaiting, gehypte Produkte, digitale Trends. Menschen werden regelmäßig hinters Licht geführt und merken nicht, wie sie beeinflusst werden. Doch was wäre, wenn man Clickbaiting Videos, Instagram Storys von Influencer*innen und vermeintlich seriöse Nachrichtenportale unter die Lupe nehmen würde? Und das Ganze als unterhaltsame YouTube Produktion... In diesem Workshop dürfen die Teilnehmenden genau das tun. Unterstützt von Medienpädagog*innen bekommen die Teilnehmer*innen die Möglichkeit, die professionelle Technik des Social Media Studios zu nutzen und sich als Journalist*innen auszuprobieren. Sie lernen dabei, wie digitale Formate funktionieren, wie Fake News aufgedeckt werden und wie sie im Internet aufklären können.*

Das Internet wird von fast allen Altersgruppen als wichtige Informationsquelle verwendet. Doch in Zeiten von Verschwörungsmythen, manipulierenden Nachrichtenseiten, aber auch intransparenten Marketingkampagnen sowie uninformierten Influencer*innen ist die Förderung von Medien- und Informationskompetenz und Quellenkritik unabdingbar (vgl. klicksafe, 2021, S. 3). Besonders gefährlich werden Fake News im Kontext von Echokammern und Filterblasen: Nutzende suchen dabei gezielt nach journalistischen Bestätigungen, um die eigenen Theorien zu verfestigen. So kommt es dazu, dass Nutzende nur noch mit einer eingeschränkten Sicht Inhalte konsumieren (vgl. ebd.). Entsprechend wird es immer wichtiger, Menschen mit diesem Problem bekannt zu machen und ihre Kompetenzen zu fördern. Besonders kreative Auseinandersetzungen, wie z.B. amüsante und gleichzeitig kritisch-reflexive Videos im YouTube-Stil, bieten sich dafür an, um das Thema auch jüngeren Menschen näherzubringen und zu zeigen, dass Falschnachrichten nicht im Online-Journalismus zu finden sind, sondern im Alltag, z.B. beim Onlineshopping auf intransparenten Webseiten.

Für diesen Workshop ist Wissen zum Thema *Audiovisuelle Produktionen* wichtig, welches in der gleichnamigen Fortbildung vermittelt wurde. Dort wurden folgende Inhalte weitergegeben:

- Medienpädagogische Grundlagen
- Fakten über YouTube: Zahlen, Genres, Beispiele
- Echokammer und Fake News
- Journalistische Grundlagen
- Rechtliches und Lizenzen
- Zuschauerbindung und Ästhetik

Gestaltung und Ablauf eines Workshops

Organisation, Technik und Logistik:

- Der Workshop sollte mindestens 3 Stunden dauern (empfohlen wird 3 bis 6 Stunden z.B. an zwei Tagen), um eine möglichst intensive Praxisphase zu gewährleisten.
- Für die Durchführung wird neben dem *Social Media Studio* ein weiterer Raum mit einem Beamer oder Smartboard benötigt. Hilfreich ist es, wenn das Smartboard als Ergänzung zum Schnittrechner im Studio verwendet werden kann.
- Als Location für die Produktion sollte das Studio genutzt werden.

- Da die Produktion hauptsächlich im Studio stattfindet sollten maximal 6 Teilnehmende zugelassen werden, die jeweils in Gruppen zusammenarbeiten können.
 - Die Herausforderung liegt bei diesem Workshop in der Logistik. Da das Studio nicht besonders groß ist, sollten sich die Gruppen absprechen, wer zu welchem Zeitpunkt das Studio und den zusätzlichen Raum nutzt.
 - Außerdem steht nicht jede Person aus der Gruppe vor der Kamera. Das bringt die Herausforderung mit sich, dass auch in den jeweiligen Gruppen Absprachen stattfinden müssen, wer welche Aufgaben übernimmt.
 - Grundsätzlich ist jedoch zu empfehlen, dass jede*r Teilnehmende alle Aufgaben zumindest ausprobiert haben sollte. Dies trägt dazu bei, dass Kompetenzen ganzheitlich gelernt werden können und Teilnehmende neue Talente und Interessen entdecken.
- Für diesen Workshop sollte die Technik des Studios verwendet werden.
- Für die Workshops kann das Gestaltungs-Tool [Canva](#) genutzt werden, um z.B. Thumbnails zu erstellen. Die *Stadtbibliothek Köln* stellt dabei einen Workshop-Account bereit.
- Zu der Produktion von YouTube-Video gehört es auch dazu, das Studio optisch an den Anlass oder das Workshop-Thema anzupassen. Hierbei können Bücher aus der Bibliothek als Deko verwendet oder weitere Anschaffungen, wie z.B. zum Thema passende Wandbehänge, gemacht werden.
- Auf Grundlage der Fortbildung sollte eine Präsentation erstellt werden, die altersgerecht Wissen über audiovisuelle Formate und wertschätzende Sprache vermittelt.

Durchführung:

1. Begrüßung
2. Beispielhafte Kennenlern-Methode:
 - 2.1. Was sind die absurdesten Fake News, die ihr jemals gelesen/gehört habt?
 - 2.2. Fake News Kampagne erstellen:
 - 2.2.1. Online-Glücksrad (z.B. [Wordwall](#)) anlegen und mit verschiedenen Begriffen (aktuelle Themen, Namen, Orte, Institutionen o.ä.) versehen (kann auch absurd oder amüsant sein)
 - 2.2.2. Teilnehmende in Gruppen aufteilen und das Glücksrad betätigen, sodass pro Gruppe zwei Begriffe zugeordnet werden
 - 2.2.3. Die Gruppen sollen 10 bis 15 Minuten lang zu den Begriffen eine Fake News Kampagne erstellen (analog auf Plakaten oder digital z.B. mit <https://www.mural.co/> oder <https://excalidraw.com/>)

Ergebnisse besprechen und zum nächsten Punkt überleiten.
3. Wissensvermittlung zum Thema YouTube und Fake News
 - 3.1. lebensweltorientiert, interaktiv und partizipativ mit dem Ziel der Selbstwirksamkeit
 - 3.2. Beispiele für Inspiration zeigen und Diskussionen anregen, Erfahrungen und kreative Ideen erfragen
4. Praxisphase:
 - 4.1. Aufgabenstellung benennen:
 - 4.1.1. Gestaltet in eurer Gruppe eine YouTube Produktion zum Thema Fake News
 - 4.1.2. Ihr habt X Stunden Zeit.
 - 4.2. Studio besuchen und Einführung in die Studiotechnik geben
 - 4.3. Gruppen einteilen und Brainstorming anleiten, Drehbuchschreiben anleiten (Plakate oder digitale Tools verwenden)

- 4.4. Unterstützung der Teilnehmenden in ihren Produktionen und bei inhaltlichen sowie logistischen Fragen
- 4.5. Individuelle Pausen
- 5. Vorstellen der Projekte an einer großen Leinwand sowie wertschätzendes und konstruktives Feedback
- 6. Austausch über Workshop und Abschied

Wenn die Workshops über einen längeren Zeitraum (z.B. zwei Tage) dauern, sollten die Punkte 1, 2 sowie 6 an jedem Tag stattfinden und Punkt 5 erst am finalen Workshoptag. Dabei sollte beachtet werden, dass die Kennenlern- bzw. Auflockerungsspiele variiert werden.

Bestandteile einer YouTube Produktion:

- Grundidee:
 - Was möchte ich mit meiner Produktion bewirken?
 - Welches Thema soll wie aufbereitet werden?
 - Wen möchte ich ansprechen?
 - Was ist mit wichtig?
 - Wie sieht das Drehbuch aus (analog auf Plakaten oder digital z.B. mit <https://www.mural.co/> oder <https://excalidraw.com/>)?
- Ästhetische Vorstellung:
 - Wie soll die Kulisse aussehen und was brauche ich dafür?
 - Benötige ich zusätzliche Accessoires?
 - Welche Stimmung soll mein Beitrag transportieren?
 - Wie möchte ich mich selbst präsentieren (üben!)?
 - Wie soll der Bildausschnitt aussehen?
- Technik:
 - Wie stelle ich die Kamera und das Mikro ein?
 - Welche Programme und Anwendungen passen dazu?
- (Post)Produktion & Posting:
 - Brauche ich Musik oder auditive Elemente für das Video?
 - Falls es Text im Video gibt, wie sieht dieser aus?
 - Wie dynamisch ist der Schnitt? Wie sehen die Überblendungen aus? Gibt es besondere Effekte?
 - Welche Narrative soll durch welche Schnitttechniken betont oder hervorgebracht werden?
 - Wie sieht das Thumbnail aus?
 - Welcher Text beschreibt mein Video und welche Hashtags benutze ich?
 - Welche Sprache benutze ich dabei und wen möchte ich ansprechen?

We Need To Talk - Audiofeature zum Thema LGBTQIA+

Kontextualisierung des Themas

In den Städten sind immer mehr Pride-Flags zu sehen, in Filmen, Serien oder Games kommen queere Menschen öfter vor und digitale Räume dienen als sichere Orte des Austauschs und der Vernetzung für Menschen, die sich als LGBTQIA+ (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer/Questioning, Intersex, Asexuell/Aromantisch und alle anderen, sich selbst der queeren Community zugehörig fühlen) identifizieren. Doch es gibt noch viel zu tun. Unsere Gesellschaft bezieht sich immer noch fast nur auf zwei Geschlechter und ist diskriminierend. Im Rahmen dieses Workshop Blocks bekommen die Teilnehmenden die Möglichkeit, medienpädagogisch begleitet, einen professionellen Podcast zu produzieren, in dem sie über ihre Erfahrungen als queere Personen berichten können. Ob ein Crashkurs in Sachen geschlechtliche Identität, Aufklärung unterschiedlicher Pride-Flags oder die Forderung, an welchen Stellen noch gehandelt werden muss - der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.

Unsere Gesellschaft ist geprägt von heteronormativen Strukturen, die queere Menschen und ihre Bedarfe und Ansichten auf vielen Ebenen diskriminiert oder gar ignoriert. Besonders hart trifft es diejenigen, die intersektional diskriminiert werden. Viele dieser Probleme könnten vermieden werden, wenn einerseits mehr Aufklärung und Bildung im Bereich der sexuellen Orientierung und geschlechtlichen Identität stattfinden und andererseits queeren Menschen mehr zugehört würde. In den letzten Jahren ist jedoch eine Veränderung zu verzeichnen: Medienartefakte werden zunehmend diverser (produziert) und bilden unterrepräsentierte Menschengruppen ab. Das ist wichtig, um Menschen Vorbilder und Orientierungen zu bieten, die sie bei ihren eigenen Entwicklungen unterstützen. Auch in den Sozialen Medien verschaffen sich queere Personen immer mehr Gehör, klären auf, bilden weiter, rufen zum Handeln und Reflektieren auf und verändern zunehmend die Gesellschaft und Medienlandschaft. Umso wichtiger ist es, Menschen dabei zu unterstützen, sich kreativ und mediengestützt sowohl mit der eigenen Biografie als auch mit der Gesellschaft auseinanderzusetzen und ihnen dabei einen Safe Space zu bieten. Gehört zu werden und dabei eigene Produktionen zu schaffen können eine große Bedeutung für Einzelne haben.

Der Workshop *We Need To Talk - Audiofeature zum Thema LGBTQIA+* basierte unter anderem auf den theoretischen Grundlagen der Fortbildung *Auditive Produktionen gestalten*, bei der folgende Inhalte weitergegeben wurden:

- Bedeutung von Sprache im gesellschaftlichen Kontext
- Leitfaden zur wertschätzenden Kommunikation bei der *Stadt Köln* als Grundlage
- Diversity-Dimension: Sexualität und Gender sowie passende Hinweise für Multiplikator*innen
- Diversity-Dimension: Interkulturalität sowie passende Hinweise für Multiplikator*innen

Weiterführende Links:

Leitfaden zur wertschätzenden Kommunikation bei der *Stadt Köln*: https://www.stadt-koeln.de/mediaasset/content/pdf16/leitfaden_wertsch%C3%A4tzende_kommunikation_bei_der_stadt_k%C3%B6ln_barrierefrei.pdf

Gestaltung und Ablauf eines Workshops

Organisation, Technik und Logistik:

- Der Workshop sollte mindestens 3 Stunden dauern (empfohlen wird 3 bis 6 Stunden z.B. an zwei Tagen), um eine möglichst intensive Praxisphase zu gewährleisten.
- Für die Durchführung wird neben dem *Social Media Studio* ein weiterer Raum mit einem Beamer oder Smartboard benötigt. Hilfreich ist es, wenn das Smartboard als Ergänzung zum Schnittrechner im Studio verwendet werden kann.
- Als Location für die Produktion sollte das Studio genutzt werden.
- Da die Produktion hauptsächlich im Studio stattfindet sollten maximal 6 Teilnehmende zugelassen werden, die jeweils in Gruppen zusammenarbeiten können.
 - Die Herausforderung liegt bei diesem Workshop in der Logistik. Da das Studio nicht besonders groß ist, sollten sich die Gruppen absprechen, wer zu welchem Zeitpunkt das Studio und den zusätzlichen Raum nutzt.
 - Außerdem steht nicht jede Person aus der Gruppe vor der Kamera. Das bringt die Herausforderung mit sich, dass auch in den jeweiligen Gruppen Absprachen stattfinden müssen, wer welche Aufgaben übernimmt.
 - Grundsätzlich ist jedoch zu empfehlen, dass jede*r Teilnehmende alle Aufgaben zumindest ausprobiert haben sollte. Dies trägt dazu bei, dass Kompetenzen ganzheitlich gelernt werden können und Teilnehmende neue Talente und Interessen entdecken.
- Für diesen Workshop sollte die Technik des Studios verwendet werden.
- Für die Workshops kann das Gestaltungs-Tool [Canva](#) genutzt werden, um z.B. Thumbnails zu erstellen. Die *Stadtbibliothek Köln* stellt dabei einen Workshop-Account bereit.
- Zu der Produktion von YouTube-Videos gehört es auch dazu, das Studio optisch an den Anlass oder das Workshop-Thema anzupassen. Hierbei können Bücher aus der Bibliothek als Deko verwendet oder weitere Anschaffungen, wie z.B. zum Thema passende Wandbehänge, gemacht werden.
- Auf Grundlage der Fortbildung sollte eine Präsentation erstellt werden, die altersgerecht Wissen über audiovisuelle Formate und wertschätzende Sprache vermittelt.

Durchführung:

1. Begrüßung
2. Beispielhafte Kennenlern-Methode:
 - 2.1. Kurze Wissens- und Interessenabfrage:
 - ... Welche Audioformate kennt ihr, die sich mit LGBTQIA+ beschäftigen?
 - ... Was gefällt euch daran (nicht)?
 - ... Findet ihr euch selbst dort genug repräsentiert? Wenn nein, was fehlt?
 - ... Was läuft queeren Audioformaten schon richtig gut? Wo seht ihr Verbesserungsbedarf?
 - 2.2. Dear Future-Me...
 - 2.2.1. Schreibt über das Tool <https://www.futureme.org/> einen Brief an euer zukünftiges Ich (beliebiges Jahr).
 - 2.2.2. Beschreibt darin eure Wünsche und Visionen für die Zukunft. Was soll sich bis zum Jahr X für queere Menschen verändert haben?
Wenn sich die Gruppendynamik eingependelt hat, kann das “Dear Future Me...” Tool auch dafür eingesetzt werden, um anderen Teammitgliedern einen aufmunternden Brief zu schreiben.
3. Wissensvermittlung zum Thema Podcast, Hörbuch/-spiel und LGBTQIA+
 - 3.1. lebensweltorientiert, interaktiv und partizipativ mit dem Ziel der Selbstwirksamkeit

- 3.2. Beispiele für Inspiration zeigen und Diskussionen anregen, Erfahrungen und kreative Ideen erfragen
4. Praxisphase:
 - 4.1. Aufgabenstellung benennen:
 - 4.1.1. Gestaltet in eurer Gruppe ein Audiofeature zum Thema LGBTQIA+
 - 4.1.2. Ihr habt X Stunden Zeit.
 - 4.2. Studio besuchen und Einführung in die Studioteknik geben
 - 4.3. Gruppen einteilen und Brainstorming anleiten, Talking Points/Drehbuch erstellen (Plakate oder digitale Tools verwenden)
 - 4.4. Unterstützung der Teilnehmenden in ihren Produktionen und bei inhaltlichen sowie logistischen Fragen
 - 4.5. Individuelle Pausen
5. Vorstellen der Projekte an einer großen Leinwand sowie wertschätzendes und konstruktives Feedback
6. Austausch über Workshop und Abschied

Wenn die Workshops über einen längeren Zeitraum (z.B. zwei Tage) dauern, sollten die Punkte 1, 2 sowie 6 an jedem Tag stattfinden und Punkt 5 erst am finalen Workshoptag. Dabei sollte beachtet werden, dass die Kennenlern- bzw. Auflockerungsspiele variiert werden.

Bestandteile eines Audiofeatures:

1. Podcast

- Grundidee:
 - Welches Format/Genre möchte ich bedienen?
 - Gibt es ein Oberthema?
 - Ist es eher lustig oder informativ?
 - Spreche ich alleine oder mit mehreren?
 - Wo wird aufgenommen?
- Storytelling & Stilmittel:
 - Wie leite ich ein?
 - Gibt es Rubriken?
 - Gibt es Jingles?
 - Gibt es Sprechnotizen?
 - Gibt es wiederkehrende Sprüche?
 - Wie gebe ich mich als Sprecher*in?
 - Wie spreche ich?
 - Wie viel gebe ich von mir preis?
 - Wo recherchiere ich? Recherchiere ich überhaupt?
 - Beschreibe ich meine Umgebung?
 - Wie ende ich?
- Ästhetische Vorstellung:
 - Wie sieht mein Teaserbild aus?
 - Gibt es einen Zusammenhang zwischen Bild und Ton?

- Bei Videocast: Wie sieht meine Location aus?
- Technik:
 - Welches Mikro/Kamera und welche Programme nutze ich?
- (Post)Produktion & Posting:
 - Wo wird mein Podcast veröffentlicht?
 - Welchen Beschreibungstext nehme ich?
 - Welche Hashtags?
 - Erweitere ich auf andere Plattformen?

2. Hörspiel/-buch

- Grundidee:
 - Welches Buch/Stück o.ä. nehme ich als Grundlage?
 - Schreibe ich selbst etwas?
 - Gehört das Hörspiel zu einem übergreifenden Thema?
 - Spreche ich alleine oder mit mehreren?
 - Wo wird aufgenommen?
- Storytelling & Stilmittel:
 - Wie leite ich ein?
 - Wie übertrage ich die Geschichte ins Auditive?
 - Verwende ich Geräusche oder Musik, wenn ja welche und wann?
 - Wie rege ich Fantasie an?
 - Dekonstruiere ich die Linearität der Geschichte (auch auf auditiver Ebene)?
 - Wie durchbreche ich die vierte Wand, wenn ich möchte?
 - Wie spreche ich?
- Ästhetische Vorstellung:
 - Wie sieht mein Teaserbild aus?
 - Gibt es einen Zusammenhang zwischen Bild und Ton?
 - Bei Hörspiel mit Bild: Wie sieht meine Location aus?
- Technik:
 - Welches Mikro/Kamera und welche Programme nutze ich?
- (Post)Produktion & Posting:
 - Wo wird mein Hörspiel/-buch veröffentlicht?
 - Welchen Beschreibungstext nehme ich?
 - Welche Hashtags?
 - Erweitere ich auf andere Plattformen?

Hinweise für Multiplikator*innen

Um das Ziel zu erreichen, gendersensible Medienarbeit zu gewährleisten und einen Safe Space zu kreieren, bei den Teilnehmende sich austauschen und sogar ihre eigenen Erfahrungen kreativ verarbeiten können, bedarf es auch beim Thema LGBTQIA+ eines sensiblen und empathischen Miteinanders. Daher wurden im Rahmen der Fortbildungen Möglichkeiten vorgestellt, die man im Rahmen eines solchen Angebots beachten kann:

- Die Möglichkeit geben, sich mit den eigenen Pronomen vorzustellen, indem man z.B. als Multiplikator*in mit Beispiel vorangeht, vorausgesetzt man möchte es

- Heteronormativität sowie Stereotypen entgegenwirken
 - Begriffe wie “Frauenromane” oder “Männerfilme” vermeiden
 - Bei den Aufgabenverteilungen in den Gruppen darauf achten, dass die Teilnehmenden sich nicht von Stereotypen wie “Mädchen können keine Technik bedienen” beirren lassen
 - Aufklärung leisten, was Heteronormativität ist und wie diese sich in der Gesellschaft und im Alltag bemerkbar macht
- Richtige Begriffe benutzen und gleichzeitig bereit sein, neue Selbstbezeichnungen zu lernen und akzeptieren
 - LGBTQIA+ / LSBTI / queer
 - anstatt Frau* → Frau / trans Frau
- Vermehrt Pluralformen oder genderneutrale Begriffe verwenden
- Diskurs und Reflexion anregen, z.B. “Warum wird mit * oder: gegendert?”
- Beispiele zeigen und besprechen, die Diversität darstellen (diverse Autor*innen, Künstler*innen, Geschichten, Körper (Body-Positivity/Neutrality))

Language Matters - YouTube Produktion zum Thema Sprache

Kontextualisierung des Themas

*Sprache hat Macht. Und was für eine. Sie kann fantasievoll und kreativ oder ernsthaft und nüchtern sein. Und sie kann vor allem auch ausschließen. Worauf sollte geachtet werden, wenn man Menschen mit einbezieht? Warum ist das wichtig und wieso ist Sprache so wie sie ist? Müssen jetzt alle Menschen plötzlich neue Vokabeln lernen? Medienpädagogisch begleitet bekommen die Teilnehmer*innen im Rahmen einer Videoproduktion die Möglichkeit professionelle Technik zu nutzen und sich mit der Bedeutung von gendergerechten und inklusiven Sprache kreativ auseinander zu setzen.*

“Sprache ist wie Tun und Handeln nie nur (bewusste oder unbewusste) wirkungslose Äußerung, sondern hat immer auch eine Wirkung, kann immer auch für andere Menschen verletzend, diskriminierend oder wertschätzend und anerkennend sein” (Czollek, Perko, Weinbach, 2012). Wenn man also Sprache betrachtet, kann diese als Spiegel unseres Lebens betrachtet werden. Sie beeinflusst das Denken und Bewusstsein der Menschen und ist maßgeblich dafür verantwortlich, wie unsere Wertvorstellungen in der Gesellschaft geformt werden (vgl. BAG Selbsthilfe, S. 4). Die digitale Transformation hat eine große Auswirkung auf Sprache, und beschleunigt die Sprach-Diskurse, wie z.B. rund um das Thema Gender und Sexualität oder Interkulturalität enorm und offenbart dabei gesellschaftliche Missstände. Noch nie wurde Betroffenen so intensiv zugehört und eine sprachliche und soziale Reflexion gefördert. Daher wird es umso wichtiger, besonders junge Menschen darauf aufmerksam zu machen, wie wichtig Sprache ist und was für eine große Macht sie hat, unsere Gesellschaft zu einem inklusiven und diversen Ort zu machen. Auch wenn es bedeutet, sich neue Begriffe anzueignen oder gar die Sprache neu zu lernen. Als Grundlage für diesen Workshop dient der Leitfaden zur wertschätzenden Kommunikation bei der *Stadt Köln*. Das Ziel des Workshops ist dabei, das Thema wertschätzende Sprache kreativ aufzuarbeiten und Menschen die Möglichkeit zu geben, ihre eigenen Erfahrungen aufzuarbeiten.

Im Rahmen der Fortbildung *Auditive Produktionen gestalten* wurde das Thema wertschätzende Sprache tiefgreifend besprochen, wobei folgende Inhalte vermittelt wurden:

- Bedeutung von Sprache im gesellschaftlichen Kontext
- Leitfaden zur wertschätzenden Kommunikation bei der *Stadt Köln* als Grundlage
- Diversity-Dimension: Sexualität und Gender sowie passende Hinweise für Multiplikator*innen
- Diversity-Dimension: Interkulturalität sowie passende Hinweise für Multiplikator*innen

Für diesen Workshop ist außerdem Wissen zum Thema *Audiovisuelle Produktionen* wichtig, welches in der gleichnamigen Fortbildung vermittelt wurde. Dort wurden folgende Inhalte weitergegeben:

- Medienpädagogische Grundlagen
- Fakten über YouTube: Zahlen, Genres, Beispiele
- Echokammer und Fake News
- Journalistische Grundlagen
- Rechtliches und Lizenzen
- Zuschauerbindung und Ästhetik

Weiterführende Links:

Leitfaden zur wertschätzenden Kommunikation bei der *Stadt Köln*: https://www.stadt-koeln.de/mediaasset/content/pdf16/leitfaden_wertsch%C3%A4tzende_kommunikation_bei_der_stadt_k%C3%B6ln_barrierefrei.pdf

Gestaltung und Ablauf eines Workshops

Organisation, Technik und Logistik:

- Der Workshop sollte mindestens 3 Stunden dauern (empfohlen wird 3 bis 6 Stunden z.B. an zwei Tagen), um eine möglichst intensive Praxisphase zu gewährleisten.
- Für die Durchführung wird neben dem *Social Media Studio* ein weiterer Raum mit einem Beamer oder Smartboard benötigt. Hilfreich ist es, wenn das Smartboard als Ergänzung zum Schnittrechner im Studio verwendet werden kann.
- Als Location für die Produktion sollte das Studio genutzt werden.
- Da die Produktion hauptsächlich im Studio stattfindet sollten maximal 6 Teilnehmende zugelassen werden, die jeweils in Gruppen zusammenarbeiten können.
 - Die Herausforderung liegt bei diesem Workshop in der Logistik. Da das Studio nicht besonders groß ist, sollten sich die Gruppen absprechen, wer zu welchem Zeitpunkt das Studio und den zusätzlichen Raum nutzt.
 - Außerdem steht nicht jede Person aus der Gruppe vor der Kamera. Das bringt die Herausforderung mit sich, dass auch in den jeweiligen Gruppen Absprachen stattfinden müssen, wer welche Aufgaben übernimmt.
 - Grundsätzlich ist jedoch zu empfehlen, dass jede*r Teilnehmende alle Aufgaben zumindest ausprobiert haben sollte. Dies trägt dazu bei, dass Kompetenzen ganzheitlich gelernt werden können und Teilnehmende neue Talente und Interessen entdecken.
- Für diesen Workshop sollte die Technik des Studios verwendet werden.
- Für die Workshops kann das Gestaltungs-Tool [Canva](#) genutzt werden, um z.B. Thumbnails zu erstellen. Die *Stadtbibliothek Köln* stellt dabei einen Workshop-Account bereit.
- Zu der Produktion von YouTube-Videos gehört es auch dazu, das Studio optisch an den Anlass oder das Workshop-Thema anzupassen. Hierbei können Bücher aus der Bibliothek als Deko

verwendet oder weitere Anschaffungen, wie z.B. zum Thema passende Wandbehänge, gemacht werden.

- Auf Grundlage der Fortbildung sollte eine Präsentation erstellt werden, die altersgerecht Wissen über audiovisuelle Formate und wertschätzende Sprache vermittelt.

Durchführung:

1. Begrüßung
2. Beispielhafte Kennenlern-Methode:
 - 2.1. Wie würde ein Clickbaiting-Titel eines YouTube-Videos lauten, wenn dieser euch beschreiben sollte? (analog oder auch z.B. mithilfe von Mentimeter)
 - 2.2. Mentimeter-Umfrage (z.B. Wortwolke):
 - ... was bedeutet wertschätzende Sprache für euch?
 - ... was hat Sprache für eine Bedeutung für unsere Gesellschaft?
 - ... wieso ist wertschätzende Sprache für euch wichtig?
 - ... kennt ihr Videobeispiele (positiv und negativ), wo die Wichtigkeit von Sprache deutlich wird?Ergebnisse besprechen und zum nächsten Punkt überleiten.
3. Wissensvermittlung zum Thema YouTube und wertschätzende Sprache
 - 3.1. lebensweltorientiert, interaktiv und partizipativ mit dem Ziel der Selbstwirksamkeit
 - 3.2. Beispiele für Inspiration zeigen und Diskussionen anregen, Erfahrungen und kreative Ideen erfragen
4. Praxisphase:
 - 4.1. Aufgabenstellung benennen:
 - 4.1.1. Gestaltet in eurer Gruppe eine YouTube Produktion zum Thema wertschätzende Sprache
 - 4.1.2. Ihr habt X Stunden Zeit.
 - 4.2. Studio besuchen und Einführung in die Studioteknik geben
 - 4.3. Gruppen einteilen und Brainstorming anleiten, Drehbuchschreiben anleiten (Plakate oder digitale Tools verwenden)
 - 4.4. Unterstützung der Teilnehmenden in ihren Produktionen und bei inhaltlichen sowie logistischen Fragen
 - 4.5. Individuelle Pausen
5. Vorstellen der Projekte an einer großen Leinwand sowie wertschätzendes und konstruktives Feedback
6. Austausch über Workshop und Abschied

Wenn die Workshops über einen längeren Zeitraum (z.B. zwei Tage) dauern, sollten die Punkte 1, 2 sowie 6 an jedem Tag stattfinden und Punkt 5 erst am finalen Workshoptag. Dabei sollte beachtet werden, dass die Kennenlern- bzw. Auflockerungsspiele variiert werden.

Bestandteile einer YouTube Produktion:

- Grundidee:
 - Was möchte ich mit meiner Produktion bewirken?
 - Welches Thema soll wie aufbereitet werden?
 - Wen möchte ich ansprechen?
 - Was ist mir wichtig?

- Wie sieht das Drehbuch aus (analog auf Plakaten oder digital z.B. mit <https://www.mural.co/> oder <https://excalidraw.com/>)?
- Ästhetische Vorstellung:
 - Wie soll die Kulisse aussehen und was brauche ich dafür?
 - Benötige ich zusätzliche Accessoires?
 - Welche Stimmung soll mein Beitrag transportieren?
 - Wie möchte ich mich selbst präsentieren (üben!)?
 - Wie soll der Bildausschnitt aussehen?
- Technik:
 - Wie stelle ich die Kamera und das Mikro ein?
 - Welche Programme und Anwendungen passen dazu?
- (Post)Produktion & Posting:
 - Brauche ich Musik oder auditive Elemente für das Video?
 - Falls es Text im Video gibt, wie sieht dieser aus?
 - Wie dynamisch ist der Schnitt? Wie sehen die Überblendungen aus? Gibt es besondere Effekte?
 - Welche Narrative soll durch welche Schnitttechniken betont oder hervorgebracht werden?
 - Wie sieht das Thumbnail aus?
 - Welcher Text beschreibt mein Video und welche Hashtags benutze ich?
 - Welche Sprache benutze ich dabei und wen möchte ich ansprechen?

Hinweise für Multiplikator*innen

In den Abschnitten zum Thema [Interkulturalität](#) und [LGBTQIA+](#) wurde bereits ausführlich erklärt, auf welche Aspekte man als Multiplikator*in achten sollte, wenn man die entsprechenden Themen auch in das soziale Miteinander einbringt, sodass ein Safe Space für inhaltlichen Austausch und kreative Arbeit entstehen kann. Diese Hinweise gelten selbstverständlich auch hier. Um den Bereich der wertschätzenden Kommunikation zusätzlich zu erweitern, wird an dieser Stelle empfohlen, sich als Multiplikator*in auch anderen Bereichen wie Inklusion zu widmen, indem der [Leitfaden](#) der *Stadt Köln* in Gänze durchgegangen wird.

Quellen

- BAG Selbsthilfe. (2015). *Die Macht der Sprache Ein Sprachleitfaden zur geschlechtergerechten und wertschätzenden Kommunikation in Wort und Bild*. Berlin: BAG Selbsthilfe.
- Brüggen, Niels & Bröckling, Guido. (2017). Außerschulische Medienkompetenzförderung. In H. Gapski, M. Oberle & W. Staufer, *Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung* (S. 155-165.). Bonn: bpb.
- Czollek, L. C., Perko, G. & Weinbach, H. (2012). *Handbuch Social Justice und Diversity. Theorien, Training, Methoden, Übungen*. Weinheim/München: Juventa.
- Heyl, T. & Schäfer, L. (2016). *Frühe ästhetische Bildung – mit Kindern künstlerische Wege entdecken*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- Klicksafe. (2021). *Fakt oder Fake? Wie man Falschmeldungen im Internet entlarven kann*. Ludwigshafen: klicksafe. Abgerufen von <https://bit.ly/3wV4bk3>. Zuletzt zugegriffen: 21.07.2021.
- Schiefner-Rohs, M. (2013). Medienpädagogik. Strömungen, Forschungsfragen und Aufgaben. In M. Ebner (Hrsg.) & S. Schön (Hrsg.). (2013). *L3T. Lehrbuch für Lernen und Lehren mit Technologien. 2. Auflage*. Berlin: epubli GmbH. Abgerufen von <https://bit.ly/3pe33VB>. Zuletzt zugegriffen: 16.07.2021.
- Siller, F., Tillmann, A. & Zorn, I. (2020). Medienkompetenz und medienpädagogische Kompetenz in der Sozialen Arbeit. In: N. Kutscher, A. Tillmann, I. Zorn, U. Seelmeyer, F. Siller & T. Ley. (2020). *Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung* (S. 315-333). Weinheim, Basel: Beltz Juventa. Abgerufen von <https://bit.ly/3pcF9dm>. Zuletzt zugegriffen: 16.07.2021.
- Waldenfels, B. (2008). Staunend lehren, lernend staunen. In K. Busse & K. Pazzini, *(Un)Vorhersehbares lernen: Kunst – Kultur – Bild. Dortmunder Schriften zur Kunst, Studien zur Kunstdidaktik, Band 6* (S. 93-98). Dortmund: Books on Demand.

Mitwirkende

Stadtbibliothek
Sebastian Abresch
Frauke Buhlmann
Frank Daniel
Bodo Pohla
Henrik Schulze-Neuhoff
Sarah Kim Wehling

Köln:

Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW:

Karolina Kaczmarczyk	Kok Hung Cheong
Markus Sindermann	Christin Feldmann
	Patrick Habetz
	Linda Längsfeld
	Lena Morgenstern
	Julian Morguet
	Sven Radtke
	Mimoza Rrustemaj
	Selina Sandmöller

Impressum

Die Konzeption und Durchführung der Workshopreihe im *Social Media Studio* der *Stadtbibliothek Köln* und dieses daraus resultierende Handbuch wurden durch das Projekt *WissensWandel* gefördert. *WissensWandel* ist ein Projekt des *Deutschen Bibliotheksverbands e.V.* im Rahmen des Programms *NEUSTART KULTUR* der *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)*. Das Studio wurde in Kooperation mit der Agentur *netspirits* ausgestattet und in Zusammenarbeit mit der *Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW* medienpädagogisch begleitet.

Haben Sie Fragen zum Handbuch, Anfragen oder Anregungen? Dann melden Sie sich gerne bei uns.
ComputerProjekt Köln e.V.

als Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW

Vitalisstr. 383A

50933 Köln

Email: info@fjmk.de

Web: www.fjmk.de

Twitter: www.twitter.com/fjmknrw

Facebook: www.facebook.com/fjmkNRW

Stand: 31. August 2021

Lizenz: CC-BY 4.0