



Medienpädagogische Praxisarbeit mit Geflüchteten Ergebnisse aus der GMK- Mitgliederbefragung 2016 zur Medienarbeit mit Geflüchteten in Deutschland

Dorothee Meister
Sonja Kröger

Kommunikation, Information und Bildung sind in Deutschland eng an die Nutzung digitaler und mobiler Medien geknüpft. Dies trifft selbstverständlich auch auf Menschen zu, die geflohen sind und in unserem Land Schutz suchen. Aber wie nutzen Geflüchtete digitale Medien eigentlich? Warum ist Medienarbeit mit Geflüchteten ein relevantes Thema? Welche Verantwortung sieht die Gesellschaft für Medien- und Kommunikationskultur in Ihrer Funktion als medienpädagogischer Dachverband in diesem Handlungsfeld? Wie lässt sich der Status Quo zur Medienarbeit mit Geflüchteten in Deutschland beschreiben?

Wie kann die Medienpraxis nachhaltig unterstützt werden? Der Forumsbeitrag gibt Antworten auf diese Fragen und zeigt anhand ausgewählter Praxisprojekte die große Spannweite medienpädagogischer Methoden auf, die bei der Arbeit mit Geflüchteten zum Einsatz kommen.

Communication, information and education are closely linked to the use of digital and mobile media in Germany. This also concerns to people who have fled and seek protection in our country. Actually, how do refugees use digital media? Why is media work with refugees a relevant topic? What is the responsibility of the Gesellschaft für Medien- und Kommunikationskultur in its function as a media pedagogical umbrella organization? What is the status quo for media work with refugees in Germany? How can media practice be supported sustainably? This article provides answers to these questions and shows the wide range of media pedagogical methods that are used when working with refugees.

I. Digitale Medien: Wegweiser, Erinnerungs- und Verständigungsmittel

Die Nutzung digitaler mobiler Medien, insbesondere das Handy oder Smartphone ist bei Menschen, die geflohen sind, weit verbreitet. Studien im Auftrag des Auswärtigen Amts (Emmer et al. 2016) oder dem Deutschen Kinderhilfswerk (Kutscher/Kreß 2015) verdeutlichen die hohe Relevanz von Mobiltelefonen mit Internetzugang für Geflüchtete vor, während und nach ihrer Flucht. Demnach sind Mobiltelefone oftmals das einzige und somit zentrale Kommunikationsmittel, um regelmäßig mit Familie, Freunden und Verwandten in Heimat- oder Zielland in Kontakt zu bleiben. Darüber hinaus weisen die Studienergebnisse darauf hin, dass digitale Medien während der Flucht zur Informationsbeschaffung verwendet werden, wie beispielsweise für den Austausch über geeignete

Fluchtrouten oder das Übermitteln von Lebenszeichen (Kutscher/Kreß 2015: 1). Emmer, Richter und Kunst (2016: 30) zeigen auf, dass nach der Ankunft im Zielland die visuelle Kommunikation, wie beispielsweise der Austausch von Bildern oder die Videotelefonie intensiviert werden. Digitale Medien sind für Geflüchtete also auch ein Hilfsmittel zur Erinnerung und Identitätsbildung und haben damit einen hohen Stellenwert für Inklusionsprozesse in Deutschland. Auch Kutscher und Kreß (2015: 3) verweisen darauf, dass digitale Medien und Dienste für die Teilhabe an Bildung sowie in Bezug auf die kulturelle und soziale Inklusion unverzichtbar sind. Gleichzeitig machen die Autorinnen (Kutscher/Kreß 2015: 3) darauf aufmerksam, dass Geflüchteten oftmals Kenntnisse fehlen, um diese für bildungsbezogene, partizipative oder kreative Zwecke zu nutzen. Ebenso wenig bekannt sind laut dieser Studie Informationen über Daten- und Verbraucherschutz oder unterstützende, nichtkommerzielle digitale Angebote. Dies betrifft auch die Zielgruppe der unbegleiteten minderjährigen Flüchtlinge (Kutscher/Kreß 2015: 3). Für die Gesellschaft für Medien- und Kommunikationskultur (GMK) als zentraler medienpädagogischer Dach- und Fachverband ergibt sich daraus die Verantwortung in diesem Handlungsfeld aktiv zu werden. Es geht gleichsam darum, die Medienpraxis zu stärken, damit die medienpädagogische Arbeit in Deutschland Partizipations-, Inklusions- und Bildungsprozesse von Geflüchteten wirkungsvoll verbessern kann.

II. Status Quo: Medienpädagogische Projekte mit Geflüchteten

Die GMK setzt sich bereits seit Herbst 2015 verstärkt damit auseinander, ob und wenn ja wie die Medienpädagogik geflüchtete Menschen sinnvoll unterstützen kann. Ziel ist es bildungsbezogene medienpädagogische Maßnahmen für geflüchtete Kinder, Jugendliche, jungen Erwachsene und Familien zu eruieren und zu etablieren.

Deshalb wurde in einem ersten Schritt diese Thematik auf dem GMK-Forum 2015 aufgegriffen. Nach zahlreichen Gesprächen mit MedienpädagogInnen sah die GMK eine der wichtigsten Aufgaben zunächst darin, eine systematische Bestandsaufnahme existierender

Medienprojekte vorzunehmen, um das Angebot und den Handlungsbedarf zu identifizieren. Der GMK Bundesvorstand initiierte mit Hilfe einer Arbeitsgruppe an der Universität Paderborn zwei Online-Befragungen der GMK-Mitglieder. Die Befragung der über 1.000 AkteurInnen aus Wissenschaft und Praxis in Deutschland im Dezember 2015 zielte darauf ab, einen ersten Einblick in das vorhandene Engagement und mögliche Bedarfe zu erhalten (GMK 2016a). Die zweite Umfrage in dem Zeitraum von Juli bis August 2016 knüpft an diese Erkenntnisse an und vertieft, inwiefern Projektangebote zur Medienarbeit mit Geflüchteten in Deutschland bestehen[1]. Dafür wurden im Rahmen der zweiten Erhebungswelle gezielt solche Projekte adressiert, die mindestens eine von fünf – vorab definierten – Zieldimensionen berücksichtigen: Dazu zählen unter anderem, inwiefern eine Förderung von Medienkompetenz/Medienbildung speziell für Gruppen mit geringen Deutschkenntnissen gegeben ist, ob bestimmte Themenfelder adressiert werden, ob eine aktive Beteiligung der Geflüchteten fokussiert wird sowie in welcher Weise Erfahrungen in der kultursensiblen medienpädagogischen Arbeit vorhanden sind.

Alle eingereichten Projekte verfolgen mindestens eine der genannten Zielsetzungen. Der Ergebnisbericht (Meister/Kröger 2016: 2) zeigt, dass der überwiegende Anteil aber mehrere der genannten Dimensionen berücksichtigt. Die Umfrageergebnisse belegen, dass bundesweit zahlreiche AkteurInnen aktiv sind und durch die Förderung der Medienbildung von Geflüchteten Inklusionsprozesse unterstützen. Insgesamt wurden die Daten von 66 Projekten ausgewertet und liefern Erkenntnisse zu folgenden vier Bereichen:

2.1 Zentrale Themen- und Handlungsfelder

Die Institutionen wurden gebeten anzugeben, welche Themenfelder sie im Rahmen der Projektarbeit mit Geflüchteten fokussieren. Die Auswertung zeigt, dass sich die Projektangebote nicht auf ein spezifisches Thema beziehen, sondern oftmals themenfeldübergreifend agieren (siehe Abbildung 1). Zentrale Inhalte aktueller medienpädagogischer Projekte

mit Geflüchteten sind *Kulturelle Bildung/Kulturelle Integration* (88%). Ein ebenso häufiges Anwendungsfeld ist *Sprachkenntnisse* (86%), hier speziell die Entwicklung kommunikativer Kompetenzen in der Fremdsprache Deutsch. In der Praxisarbeit zählt auch die *Förderung des Selbstausdrucks und Selbstwertgefühls* (83%) zu den fest etablierten Aspekten, also die Möglichkeit eigene Themen, Erfahrungen und Ansichten zu präsentieren. Am wenigsten verbreitet sind bislang Angebote in den Bereichen *Allgemeine Berufsvorbereitung* (17%), *Vorbereitung auf schulische Bildung* (17%) und *Jugendmedienschutz* (15%).

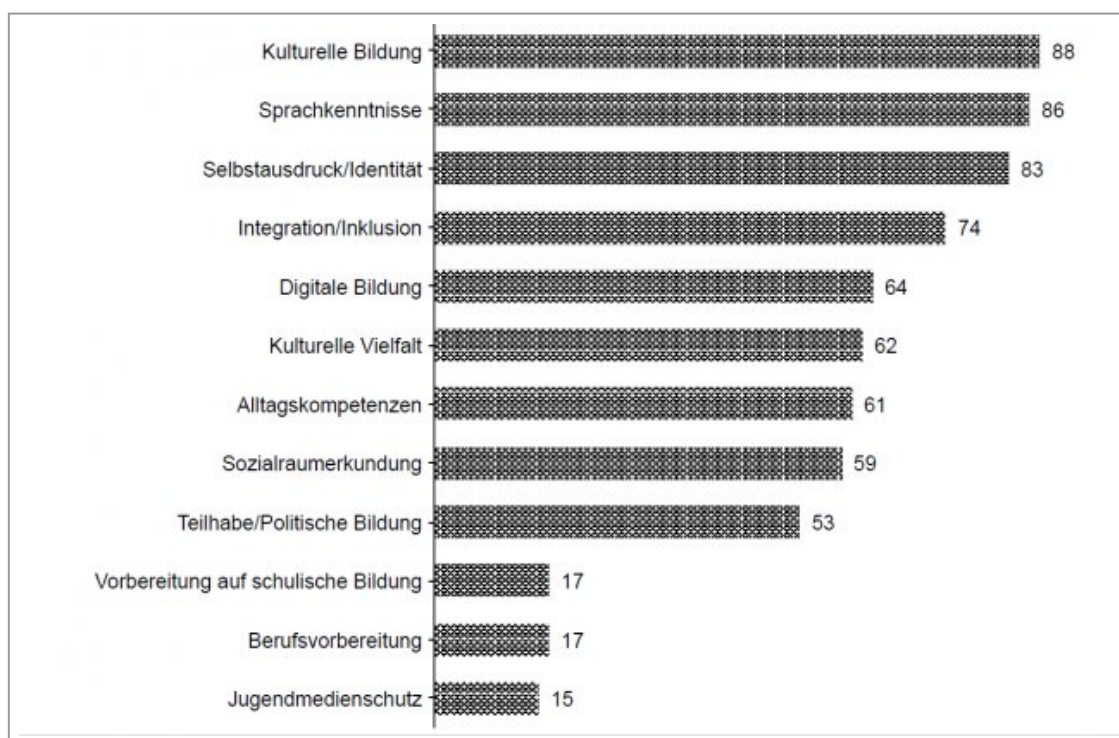


Abb. 1: Zentrale Themenfelder in der Medienarbeit
(n=448, Mehrfachantworten möglich; Angaben in Prozent)

2.2 Ziel- und Altersgruppen

Mit Hilfe der Befragung wurde ermittelt, welche Ziel- und Altersgruppen medienpädagogische Projekte adressieren. Die Analyse veranschaulicht, dass sich existierende Angebote für Geflüchtete an vielfältige Altersgruppen richten und häufig zielgruppenübergreifend konzipiert sind

(siehe Abbildung 2). Im Durchschnitt sind die Projekte auf drei Altersgruppen ausgerichtet. Üblich sind Konzepte für Geflüchtete im Alter von 14–18 Jahren, 70% der befragten Institutionen geben an, Projekte für diese Altersgruppe anzubieten. Medienpädagogische Angebote für VorschülerInnen (0–5 Jahre) sind dagegen noch wenig verbreitet (5%). Auffällig ist im Hinblick auf spezifische Zielgruppen, dass unbegleitete minderjährige Flüchtlinge von fast der Hälfte (48%) der Projekte bedacht werden. Wenige Angebote gibt es hingegen für MultiplikatorInnen wie beispielsweise Ehrenamtliche (26%) oder Pädagogische Fachkräfte (23%). Auch Konzepte, die Familien als Ganzes adressieren, werden bislang eher selten umgesetzt (23%).

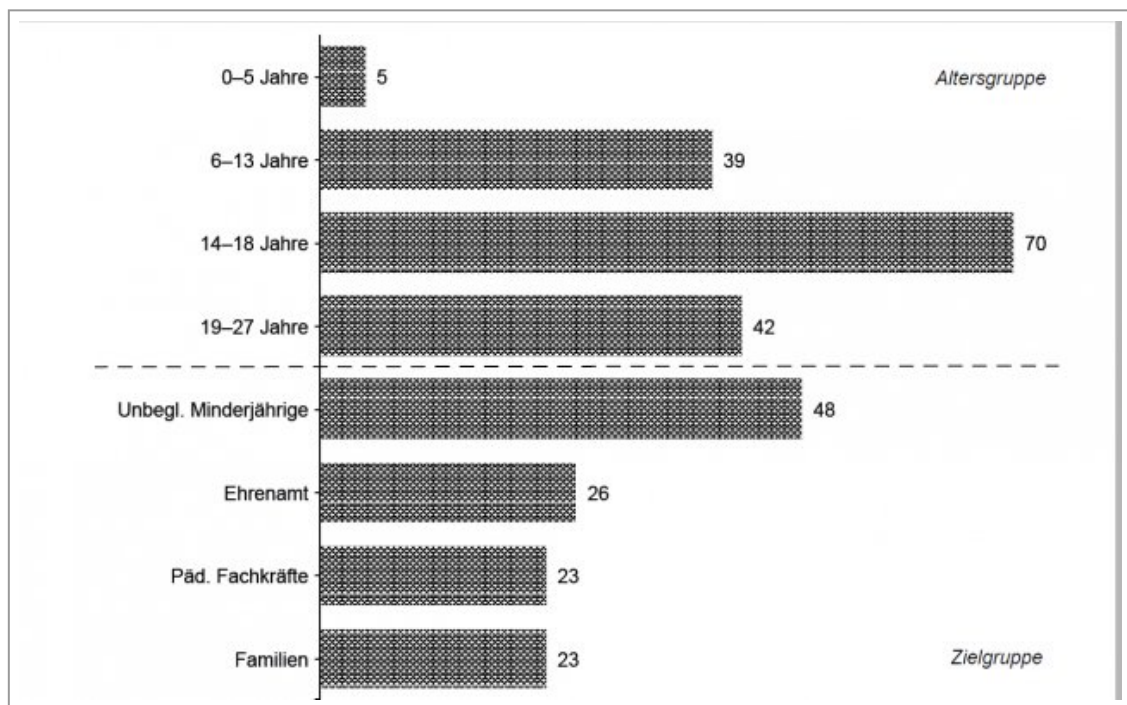


Abb. 2: Alters- und Zielgruppen medienpädagogischer Projekte (n=182, Mehrfachantworten möglich; Angaben in Prozent)

2.3 Einsatz von Medien in den Projekten

Die eingereichten Projekte unterscheiden sich nicht nur im Hinblick auf thematische Inhalte und adressierte Zielgruppen, sondern auch darin, mit welchen Medien gearbeitet wird (siehe Abbildung 3). Die Ergebnisse

verdeutlichen, dass die einzelnen Projekte in der Regel ein vielfältiges Medienrepertoire nutzen. Durchschnittlich werden drei Medien in die Projektarbeit einbezogen. Ein Viertel der Projektangebote verwendet aber auch ein spezifisches Medium. Am häufigsten bestehen Projekte (63%) in denen Videos/Filme produziert oder diese Medien für die pädagogische Arbeit genutzt werden. Die Hälfte der Institutionen gibt an, einen PC/Laptop in den Praxisangeboten zu verwenden. Radio-/Audioprojekte oder medienpädagogische Angebote, die ein Tablet einsetzen, werden bislang nur von einem knappen Drittel der Projekte genutzt.

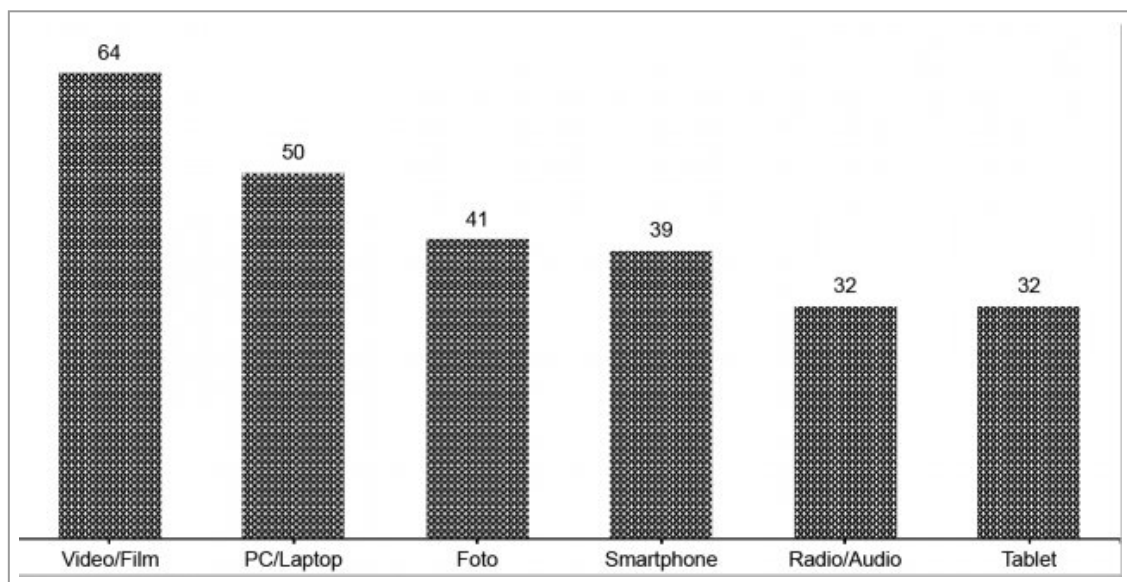


Abb. 3: Medieneinsatz in den Projekten
(n=170, Mehrfachantworten möglich; Angaben in Prozent)

2.4 Evaluation

Im Rahmen der zweiten GMK-Befragung wurden die Institutionen auch dazu befragt, ob und wenn ja, auf welche Weise die Projekte mit Geflüchteten evaluiert werden. Die Auswertung der Ergebnisse zeigt, dass, abgesehen von vier Projekten, alle medienpädagogischen Angebote eine bestimmte Form von Evaluation durchführen (siehe Abbildung 4). Am häufigsten werden Projekte zur Medienarbeit mit Geflüchteten intern ausgewertet und dokumentiert (88%). Zwei Drittel der Institutionen gibt

zudem an, dass die Ergebnisse der medienpädagogischen Arbeit auch in der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden, wie etwa in Form von Projektberichten und Aufführungen oder über soziale Netzwerkplattformen. Eine wissenschaftliche Begleitung und/oder Evaluation der Projektarbeit hat sich bislang nicht etabliert und findet eher im Rahmen weniger Angebote (14%) statt.

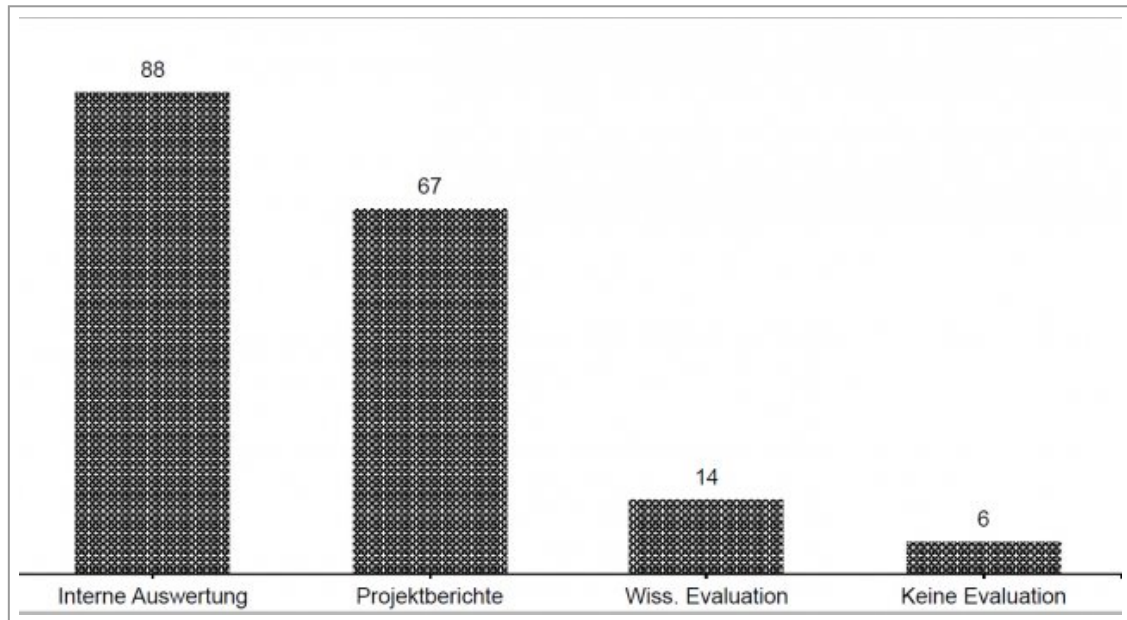


Abb. 4: Formen der Projektevaluation
(n=155, Mehrfachantworten möglich; Angaben in Prozent)

3. Handlungsempfehlungen

Die Ergebnisse der Befragung offenbaren, welche vielfältigen Projekte vorhanden sind, die exemplarisch veranschaulichen, wie sich medienpädagogische Praxis in der Zusammenarbeit mit Geflüchteten und MigrantInnen gestalten lässt. Deutlich wird indes auch, dass in der medienpädagogischen Arbeit mit Geflüchteten noch zahlreiche Aufgaben zu bewältigen sind und Handlungsbedarf in mehrfacher Hinsicht besteht. Als eine Maßnahme, um Inklusionsprozesse im Hinblick auf die Zielgruppe voranzubringen, führte die GMK eine ExpertInnentagung durch. Diese fand im Oktober 2016 in Berlin statt und wurde vom BMFSFJ

unterstützt. Neben dem Austausch über existierende Projekte bestand das Ziel der Tagung darin, gemeinsam Ideen und Konzepte zu entwickeln, die dazu beitragen die medienpädagogische Arbeit noch besser zu vernetzen. Das Resultat der Tagung in Berlin und der daran anknüpfenden Diskussion auf dem GMK-Forum 2016 in Cottbus sind Handlungsempfehlungen, die teilweise und mit Unterstützung mehrerer Förderer, bereits umgesetzt werden. Die Handlungsempfehlungen beziehen sich auf folgende fünf Bereiche (GMK 2016b):

3.1 Sichtbarkeit der Arbeit erhöhen

Die Aktivitäten zur Medienarbeit mit Geflüchteten werden bisher auf sehr unterschiedliche Weise dokumentiert und verbreitet. Deshalb sollten auch klassische Formen der Öffentlichkeitsarbeit und der Zielgruppenansprache weiterhin fokussiert werden, wie etwa Fotoausstellungen oder Filmpräsentationen. Darüber hinaus soll eine zentrale mediale Plattform geschaffen werden, um diese Aktivitäten zu bündeln, die Sichtbarkeit der vorhandenen Ansätze zu erhöhen sowie gute und erprobte Konzepte für weitere AkteurInnen nutzbar zu machen. Um eine solche Plattform attraktiv und nachhaltig zu gestalten, bedarf es einer fortwährenden Aktualisierung und Weiterentwicklung. Diese Empfehlung wurde bereits aufgegriffen, da die GMK mit Unterstützung des BMFSFJ seit Anfang 2017 einen Blog zur Medienpraxis mit Geflüchteten führt (<http://medienpraxis-mit-gefluechteten.de>). Auf dieser Webseite werden medienpädagogische Projekte mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen vorgestellt.

3.2 Vernetzung und Transfer fördern

Medienarbeit mit Geflüchteten sollte verstärkt in einem Netzwerk von Institutionen durchgeführt werden. Speziell die interdisziplinäre Zusammenarbeit der Medienpädagogik etwa mit Sozialpädagogik, Schulen, Förderinstitutionen, interkulturellen Einrichtungen, lokalen Organisationen bis hin zu therapeutischen Einrichtungen erweist sich im

Hinblick auf die Zielgruppe als sehr zielführend. Der Ausbau entsprechender Netzwerke sollte etwa in fachübergreifenden Tandems verankert werden. Teilweise bestehen in lokalen Netzwerken solche Kooperationen, allerdings ist ein überregionaler Austausch der Medienprojekte wertvoll, um die Erfahrungen breiter zu verankern und den Transfer von erprobten Konzepten zu beschleunigen.

3.3 Qualitätsentwicklung und Nachhaltigkeit stärken

Medienpädagogische Arbeit mit Geflüchteten ist oftmals an Projekte gebunden, die kurzfristige Laufzeiten aufweisen. Ebenso wie die interkulturelle oder inklusive Medienarbeit, erfordert die Arbeit mit Geflüchteten einen erhöhten Organisations- und Zeitaufwand. Hierfür sind längerfristige Arbeitsgrundlagen nötig, die es ermöglichen professionell zu handeln und verlässliche Strukturen aufzubauen. In diesem Kontext wird empfohlen, dass die Qualitätsentwicklung und der Transfer der Arbeit über koordinierte und vernetzte Länderinitiativen gelenkt werden. Zentrale Medienbildungseinrichtungen können dabei eine Schnittstellenfunktion übernehmen und Aktivitäten auf Landesebene koordinieren. Dadurch ergibt sich die Chance, dass nicht nur medienpädagogisches Personal erreicht wird, sondern auch MultiplikatorInnen wie SozialpädagogInnen, LehrerInnen oder Ehrenamtliche für medienpädagogische Aktivitäten sensibilisiert werden. Um eine fundierte und evidente Qualitätsentwicklung der Arbeit zu gewährleisten, empfiehlt sich eine wissenschaftlich basierte Praxisforschung.

3.4 Vielfalt an kultursensiblen Themen und Methoden integrieren

Es hat sich bewährt, Medienarbeit mit Geflüchteten kultursensibel zu gestalten. Dies bedeutet, dass die kulturellen Voraussetzungen aller Teilnehmenden als Ressource in die Angebote einzubeziehen sind. Ebenso ist an kulturelle Unterschiede sowie Ähnlichkeiten anzuknüpfen und der Austausch mit sowie die Zusammenarbeit von Menschen

unterschiedlicher kultureller Herkunft aktiv zu gestalten. Im Sinne des Gesellschaftskonzeptes der Inklusion sind auch die einheimische Bevölkerung sowie MigrantInnen der 2. und 3. Generation zu berücksichtigen. Thematisch sollten deshalb auch Gender-, Rollen- oder Religionsaspekte in der Medienarbeit mit Geflüchteten ihren Platz finden. Auch Projekte, in denen die Reflexion des eigenen Medienverhaltens angeregt oder Medieninhalte kritisch hinterfragt werden (z.B. über die Darstellung Geflüchteter oder generell von MigrantInnen in den Medien), bieten Potenziale für ein demokratisches Zusammenleben in Deutschland. Gemeinsame Projekte von Heranwachsenden mit und ohne Fluchterfahrung sollten vermehrt realisiert werden, um das Verständnis füreinander zu fördern und voneinander zu lernen. Zudem sollte eine Festschreibung von Geflüchteten als homogene Gruppe im Sinne eines *Othering* vermieden werden.

3.5 Zusätzliche Aufgaben lösen

Die GMK identifizierte noch vier weiteren Bereiche, die es darüber hinaus in diesem Handlungsfeld zu bewältigen gilt: Dazu zählt (1), dass die Medienarbeit an Schulen besonders gefördert wird, da hier noch immer zu wenige Aktivitäten entfaltet werden. Die Gründe dafür liegen einerseits an den teils mangelnden medienpädagogischen Kompetenzen der Lehrkräfte und andererseits an den Curricula, die scheinbar wenige Spielräume für Medienarbeit eröffnen. Insbesondere Willkommensklassen, aber auch Angebote im Ganztagsbereich stellen Möglichkeitsräume für medienpädagogische Projekte und Kooperationen dar, die stärker gefördert und unterstützt werden sollten. Auch (2) heranwachsende Geflüchtete, die nicht institutionell eingebunden sind, stellen eine Zielgruppe dar, die sich für medienpädagogische Projekte gewinnen lässt, bislang aber zu wenig gefördert wird.

Ehrenamtliche HelferInnen sind eine sehr wichtige Gruppe, die Inklusionsprozesse von Geflüchteten unterstützen. Aus diesem Grund scheint es (3) lohnenswert diesen Personenkreis ebenfalls in die medienpädagogische Arbeit einzubinden, da darin die Chance besteht,

Angebote zu verbreiten. Da diese Zielgruppe sehr heterogen ist, ist die Ausarbeitung spezieller Konzepte, mit Blick auf die vielfältigen Bedürfnisse, erforderlich. Dies bedarf lokal angepasster und spezifischer Ansprachen.

Eine weitere Herausforderung in der medienpädagogischen Arbeit mit Geflüchteten stellt (4) der Bereich der beruflichen Bildung dar. Erfahrungsgemäß besteht in kompetenzorientierten medienpädagogischen Zusatzangeboten – etwa Sprachförderung oder Angebote zur Mediengestaltung – das Potenzial, Heranwachsenden Bildungschancen zu eröffnen und damit den Übergang in eine Berufsausbildung erfolgreich zu unterstützen.

4. Praxisprojekte

Wie die Mitgliederbefragung zeigt, stehen in den aktuellen medienpädagogischen Projekten mit Geflüchteten vielfältige Ziele im Zentrum der Praxisarbeit. Dazu zählen etwa die Förderung des Selbstaushdrucks und Selbstwertgefühls sowie die Möglichkeit zur Teilhabe und Präsentation eigener Themen, Erfahrungen und Ansichten. Auch die Unterstützung der Alltagsorientierung, die Sprachförderung und hier speziell die Entwicklung kommunikativer Kompetenzen in der Fremdsprache Deutsch sind häufige Anwendungsfelder neben der kulturellen Bildung und kulturellen Integration. Viele Projekte sind oder werden derzeit in die interkulturellen Angebote der Institutionen integriert oder sie werden vereinzelt in pädagogischen Einrichtungen von Fachkräften angeboten. Die konkreten Beispiele reichen von fotografischen Stadteilerkundungen, digitalen Rallyes über selbstproduzierte Erklärfilme (Tutorials) zur Alltagsorientierung in Einrichtungen, Foto- und Videoprojekten in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen, Kinoprojekten mit Familien bis hin zum Refugee-Radio und weiteren Partizipations-Projekten. Zusätzlich ist die Entwicklung von Apps und digitalen Angeboten zur sprachlichen Förderung und Alltagsorientierung sowie Prävention und Aufklärung Teil von Medienbildung mit Geflüchteten.

Auf dem, in Abschnitt 3.1 genannten, Medienpraxis-Blog der GMK werden kontinuierlich weitere Projekte aufgenommen, die auf das Potenzial medienpädagogischer Arbeit verweisen. Interessierte Institutionen und Interessierte finden dort Anregungen um selbst in diesem Feld aktiv zu werden. Sehr nachahmenswert ist etwa das Projekt *Kino Asyl* (<http://medienpraxis-mit-gefluechteten.de/kino-asyl/>) des Instituts für Medienpädagogik JFF aus München. Es ermöglicht jungen Geflüchteten, selbst ein Filmfestival – mit Filmen aus ihren Herkunftsländern – zu kuratieren. In diesem Projekt sind die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aktiv in alle Prozesse der Organisation und Öffentlichkeitsarbeit einbezogen. Über das Festival werden mehrdimensionale Einblicke in die Herkunftsländer der Geflüchteten, in individuelle Erfahrungen sowie für Fluchtursachen ermöglicht. Das Festival bietet damit auch eine Plattform für Diskussionen auf Augenhöhe mit Geflüchteten. Auch das Projekt *Bedienungsanleitung für Berlin* (<http://medienpraxis-mit-gefluechteten.de/bedibe-bedienungsanleitung-fuer-berlin/>) des Kinder Kultur Betriebs Berlin eignet sich gut, um außerhalb Berlins umgesetzt zu werden. Geflüchtete Mädchen im Alter von 12–15 Jahren produzieren gemeinsam mit ortsansässigen Mädchen digitale Schnitzeljagden, um so individuelle Handreichungen für Berlin und ihren Kiez zu erarbeiten. Ausgerüstet mit Digitalkameras, Tonaufnahmegeräten, Smartphones, Tablets, Stiften und Papier erforschen sie gemeinsam ihr Stadtumfeld. Damit kann die Aneignung digitaler Medien kombiniert werden mit der Aneignung des städtischen Lebensraums. Auch das Bielefelder Projekt *GMK M-Team reloaded: Medialer Selbstausdruck* (<http://medienpraxis-mit-gefluechteten.de/gmk-m-team-reloaded-medialer-selbstausdruck/>) des GMK-Projektteams ist vorbildhaft, da es Kindern und Jugendlichen in einem Coaching-Ansatz der offenen Jugendarbeit ermöglicht, auch mit sehr geringen deutschen Sprachkenntnissen Film- und Fotoprojekte zu realisieren. Dadurch werden sowohl die Kreativität als auch der kompetente Umgang mit Tablets, Fotoapparaten, Filmkameras und Computern gefördert.

Die GMK ist davon überzeugt, dass Inklusionsprozesse von Geflüchteten mittels kompetenter Mediennutzung gestärkt werden können. Darüber hinaus birgt ein souveräner Umgang mit Medien das Potenzial den Spracherwerb, die politische, kulturelle oder ethische Bildung zu unterstützen. Die drei Beispiele verdeutlichen, dass medienpädagogische Arbeit mit geflüchteten Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen auf vielfältige Weise durchgeführt werden kann. Zudem zeigen die Erfahrungen der GMK-Mitglieder, dass einige Projektangebote schon sehr niederschwellig erfolgen können, im Sinne von geringen Sprachkenntnissen oder speziellem Medienvorwissen seitens der Geflüchteten. Indes erfordert die Realisierung solcher Projekte oftmals viel Zeit für die Vorbereitung sowie ein hohes Maß an medienpädagogischem Engagement vonseiten der durchführenden MitarbeiterInnen. Die GMK ist sich der Aufgaben bewusst, die diesbezüglich noch zu bewältigen sind. Die Ergebnisse der beiden Mitgliederbefragungen stellen die Basis für zukünftige Schritte dar. So wird gegenwärtig ermittelt, inwiefern Fortbildungen für verschiedene Zielgruppen, auch von Ehrenamtlichen, erwünscht sind und in welcher Form solche Qualifizierungen sinnvoll umgesetzt werden können.

Fußnote

[1] Dankenswerter Weise haben sich zahlreiche Mitglieder, die in diesem Kontext aktiv sind, an der Umfrage rege beteiligt und ein großes Interesse an dem Vorhaben gezeigt.

Literatur

Emmer, Martin/Richter, Carola/Kunst, Marlene (2016): Flucht 2.0. Mediennutzung durch Flüchtlinge vor, während und nach der Flucht, online unter: http://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/arbeitsstellen/internationale_kommunikation/Media/Flucht-2_0.pdf (letzter Zugriff: 22.02.2018).

GMK (Hg.) (2016a): Integration Geflüchteter durch Medienpädagogik fördern. GMK stellt Ergebnisse ihrer Mitgliederbefragung für

Medienprojekte vor, Bielefeld: Pressemitteilung vom 12.01.2016, online unter: http://www.gmk-net.de/fileadmin/pdf/Pressemitteilungen/pm_medienpaed_arbeit_fluechtlinge_12012016.pdf (letzter Zugriff: 22.02.2018).

GMK (Hg.) (2016b): Wie Medienarbeit geflüchtete Kinder und Jugendliche unterstützt:

33. GMK-Forum stellt Good Practice Modelle und Handlungsempfehlungen vor, Cottbus: Pressemitteilung vom 20.11.2016, http://www.gmk-net.de/fileadmin/pdf/Pressemitteilungen/pm_forumkk_gefluechtete_20112016.pdf (letzter Zugriff: 22.02.2018).

Kutscher, Nadia/Kreß, Lisa-Marie (2015): Internet ist gleich mit Essen. Empirische Studie zur Nutzung digitaler Medien durch unbegleitete minderjährige Flüchtlinge, online unter: https://images.dkhw.de/fileadmin/Redaktion/1.1_Startseite/3_Nachrichten/Studie_Fluechtlingskinder-digitale_Medien/Studie_digitale_Medien_und_Fluechtlingskinder_Langversion.pdf (letzter Zugriff: 22.02.2018).

Meister, Dorothee M.; Kröger, Sonja (2016), Ergebnisbericht zur GMK-Befragung "Medienarbeit mit Geflüchteten", Unveröffentlichtes Dokument hrsg. von GMK, Bielefeld.