Bestandsaufnahme und Bedarfsanalyse

Der Fragenkatalog wurde im Rahmen des ersten Schrittes in der Erstellung eines medienpädagogischen Konzeptes ausgearbeitet und dient als Grundlage für das Konzept.

- Einführung
- Fragen an die Leitung
- Multiplikator*innen
    - Allgemeine Angaben zum Angebot/Standort/Schwerpunkt
    - Ebene der Kinder & Jugendlichen
    - Ebene der Eltern
    - Ebene der Fachkräfte
- Bedarfsermittlung Fachkräfte
    - Bedarfsermittlung
- Beteiligung der Zielgruppe
    - Inhaltlich Fragen
    - 1. Methode zur Förderung der Teilhabe
    - 2. Methode zur Förderung der Teilhabe
    - Links zu Methoden für Haltungsentwicklung bei unterschiedlichen Zielgruppen

Einführung

Der nachfolgende Fragenkatalog dient als Hilfestellung zu einer internen Analyse der Ausgangssituation (Bestandesaufnahme) und als Sammlung zu den Erwartungen (Bedarfser-mittlung) der Beteiligten an das medienpädagogische Konzept. Es besteht dabei kein An-spruch, alle Fragen beantworten zu können. Viel mehr sind die Fragen als Vorschläge und Anregungen zu betrachten, mit denen eine Basis für die Entstehung eines medienpädagogi-schen Konzeptes geschaffen wird. Die Fragen sind demnach flexibel und können je nach Art der Einrichtung, des Standortes oder des Angebots flexibel angewendet und auch verändert werden. Damit das Feld möglichst umfassend und aus verschiedenen Perspektiven erfasst werden kann, sind Fragen in drei Ebenen unterteilt. Leitung, Fachkräfte, Zielgruppe (KuJ). Die Fragen unterscheiden sich dahingehend. Wie diese Frage methodisch bearbeitet werden, steht der/dem Einrich-tung/Standort/Angebot offen. Denkbar sind Gespräche mit Vertreterinnen der Zielgruppe, Austausch im Team, Fragebogen, Workshops mit Gesamtteam und/oder Zielgruppe, Grup-pengespräche mit Kindern und Jugendlichen usw. Je nach Grösse und Bedarf der Einrich-tung/des Standortes/des Angebots kann es hilfreich sein, eine Mediengruppe zu bilden, die den Prozess begleitet und koordiniert. Wichtig ist, dass Ergebnisse verschriftlicht. Sollten sich bei der Beantwortung der Fragen Schwierigkeiten ergeben oder sollte man sich nicht einige werden ist das nicht Grund zur Sorge. Es deutet lediglich auf Themenbereiche hin, die möglicherweise von Kooperations-partnern*innen bei einem Erstgespräch aufgegriffen werden können.

Fragen an die Leitung

Auszufüllen durch Leitungsebene (Institutionsleitung, Träger). Es geht dabei verstärkt um die Rahmenbedingungen und Strukturierung des Prozesses.

- Wofür steht der Träger?
- Warum braucht die Institution ein (neues) medienpädagogisches Konzept?
- Was ist das Ziel für die Entwicklung eines Medienkonzepts (Prozess)?
- Welche Handlungsfelder werden vom Konzept betroffen sein?
- Welche Themenbereiche sollen im Konzept verankert werden?
- Welche Ziele gibt es hinsichtlich medienpädagogischer Arbeit?
- Gibt es bestehende Befürchtungen
- Wer ist für die Entwicklung des Konzepts verantwortlich? Einzelperson? Koordinati-onsgruppe (2-3 Pers)?
- Soll für die Erarbeitung des Konzepts eine Arbeitsgruppe (Multiplikatoren) gebildet werden? Wie viele Leute? Wie setzt sie sich zusammen? (IT, Datenschutz, Multiplika-toren etc.)
- Welche Ressourcen stehen dem Projekt (Erarbeitung des medienpädagogischen Konzepts) zu Verfügung?
  - Zeitlich (Sitzung alle zwei Monate empfohlen)
  - Finanziell (Projektgelder?)
- Wer soll wann informiert werden über die Erstellung des Medienpädagogischen Kon-zepts?
- Wer soll alles beteiligt und miteinbezogen werden in die Erarbeitung des Konzepts? (KuJ, Eltern, Fachkräfte usw.) Wann und Weshalb?
- Bis wann soll das Konzept verschriftlicht sein?
- Soll zum Ende eine Auftaktveranstaltung zur Einführung des Konzepts geben?
- Ist externe Moderation / Unterstützung für den Prozess erwünscht/möglich?

Multiplikator*innen

Damit ein ganzheitliches Konzept erarbeitet werden kann, sollen je nach Bedarf und Größe der Institution möglichst alle Angebote und Standorte mit einbezogen werden. Eine Möglichkeit besteht darin, die nachfolgenden Fragen durch von einem/einer oder mehreren Multiplikatoren*innen repräsentativ für das Angebot oder des Standortes ausfüllen zu lassen. Es wird aus Sicht der Fachkräfte Bezug genommen auf alg. Angaben zum Angebot und/oder dem Standort. Es folgt die Bestandsaufnahme auf der Ebene der Kinder- und Jugendlichen, deren Eltern und der Fachkräfte selbst.

Multiplikator*innen

Allgemeine Angaben zum Angebot/Standort/Schwerpunkt

Name der Einrichtung / Standort?

Was ist der Auftrag? Was wird angeboten?

Ambulant? Stationär? Anderes?

An wen richtet sich das Angebot?

Wie alt ist die Zielgruppe?

Multiplikator*innen

Ebene der Kinder & Jugendlichen

Welche medienpädagogischen Angebote gibt es bereits bei uns?

Welche Zugangsmöglichkeiten zu Medien (Bibliothek, Zeitschriften, WLAN, per-sönlicher Account, TV, Konsolen) gibt es? (Infrastruktur)

Nutzungsregeln und bestehende Verfahren im Umgang mit Medien.

Bestehende Formate der Prävention (Aufklärung, Handlungssicherheit im Um-gang mit Medien, zielgruppenspezifisch geltende Jugendschutzhinweise explizit aufführen)

Formate der Intervention (Selbst und Fremdgefährdung, Umgang mit Sucht, Kon-sequenzen bei Missachtung von Regeln).

Konkrete Angebote zur Befähigung der Nutzung der Infrastruktur.

Gestaltungsspielräume der jungen Menschen in Bezug auf Art der Medien und Nutzungsregeln.

Ebene der Eltern

Formate der Sensibilisierung und Information der Eltern / Sorgeberechtigte zum Thema Mediennutzung.

Möglichkeit der Mitgestaltung von Eltern/ Sorgeberechtigte in Hinblick auf die am Standort geltenden Regeln.

Ebene der Fachkräfte

Wie ist unsere personelle Situation bezüglich Medienpädagogik?

Welche Ziele verfolgten wir bisher im Bereich Medienpädagogik?

Welche Ressourcen (z.B. technisch, räumlich, finanziell) haben wir dafür?

Strukturen und Standards am Standort zur Befähigung der Mitarbeitenden in Be-zug auf Medienpädagogik und Nutzung der Infrastruktur.

Wie werden Fortbildungsbedarfe zu diesem Thema erhoben und wie wird darauf reagiert.

Umgang mit aktuellen Entwicklungen in Bezug auf Medien

Welche Quellen nutzen die Standorte in Bezug auf Medienpädagogik. Hier sind konkrete Quellen und Beratungsstellen zu nennen.

Bedarfsermittlung Fachkräfte

Als Ergänzung der Bestandsaufnahme erfolgt eine Bedarfsermittlung in Form einer Sammlung von Erwartungen unterschiedlicher Personengruppen (Kinder und Jugendliche, Eltern, Team) an medienpädagogische Angeboten und ihrer Anliegen rund ums Thema Medien in der Einrichtung.

Bedarfsermittlung

Welche Erwartungen haben die Beteiligten an die Medienpädagogik unserer Einrichtung?

Welche Anliegen oder Themen sollen geklärt werden bzw. gibt es Schwerpunkte?

Was benötige ich, um fachliche Sicherheit zu erhalten?

Welche Angebote soll es geben?

Was könnte besser laufen?

Gibt es Befürchtungen hinsichtlich des Medienpädagogischen Konzepts oder des Prozes-ses?

(Eine Methode von Conceptopia für eine Bedarfsermittlung)
https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:EU:c40bb72e-e984-4ecf-8b4e-a6c1429f33d6

Beteiligung der Zielgruppe

Wünsche, Ziele, Befürchtungen etc. der Zielgruppe sollen gemeinsam mit Fachkräften analy-siert bzw. aufgenommen werden. Die Ergebnisse werden von der Fachkraft gebündelt und verschriftlicht. Wichtig hierfür ist, dass man sich Gedanken darüber macht, wie sich die Ziel-gruppe definiert, was man von der Zielgruppe erfahren möchte und welche Methodik sich dafür eignet. Für Kinder bieten sich spielerische Methoden und Workshops an, während für Jugendliche ein Gruppengespräch oder eine Kombination zwischen praktischen Methoden und Gesprächen zielführender ist.

Inhaltlich Fragen

Wen wollen wir befragen und warum?

Wie groß ist die Gruppe, die wir befragen?

Möchten wir beispielsweise den Ist-Zustand, Zukunftsausblicke oder vielleicht das Mediennutzungsverhalten unserer Zielgruppe erfragen?

Wie möchte die Zielgruppe angesprochen werden?

Soll die Methode analog oder digital durchführbar sein?

In welchem zeitlichen Umfang soll die Methode durchführbar sein?

1. Methode zur Förderung der Teilhabe

«Wie stehst du dazu?»

Sie dient der Analyse des Nutzungsverhaltens Positionieren zwischen „es trifft sehr zu“ und „trifft überhaupt nicht zu“. Danach Fragen, warum man sich dort positioniert.

1. Welche Medien nutze ich?
2. Youtube hilft mir bei den Hausaufgaben
3. Manchmal fühle ich mich unsicher im Umgang mit Medien
4. Auch Freundschaften in sozialen Netzwerken sind echte Freundschaften
5. Ich finde, dass es mehr Regeln für den Umgang mit Medien braucht
6. Ich bin mir der Gefahren im Internet nicht wirklich bewusst
7. Erwachsene nutzen Medien genauso viel wie wir Jugendliche
8. Meine Eltern benutzen zu viele Medien
9. Ich würde gerne lernen, wie man kreativ mit Medien umgehen kann Aussagen sind flexibel und können je nach Schwerpunkten der Einrichtung verändert und ergänzt werden.

2. Methode zur Förderung der Teilhabe

«Wunschwand»

Ziel: Gemeinsam mit Jugendlichen den Sollzustand erarbeiten. Im Vor-hinein sollte klar sein, welche Bereiche abgefragt werden, die besonders wichtig für da Me-dienkonzept sind. Das kann sehr flexibel gestaltet sein, je nach Einrichtung, Auftrag und Ziel-gruppe. Eine Wunschwand wird physisch oder digital erstellt. In Gruppengespräch werden negative Punkte vs. positive Punkte aufgelistet – Es entsteht eine Diskussion und Haltung werden ersichtlich.

Zum Beispiel:

Wünsche an die Einrichtung / Standort

- Auch technische Ausstattung
- Angebote
- Hilfestellungen

Wünsche an die Leitung

Wunschthemen

Links zu Methoden für Haltungsentwicklung bei unterschiedlichen Zielgruppen

https://conceptopia.nrw/wp-content/uploads/2021/08/Methodensammlung_Haltungsentwicklung_Aug21-2.pdf