



IMST – Innovationen machen Schulen Top

Schreiben und Lesen

kompetenzorientiert, fächerübergreifend, differenziert

Innovation zwischen Standardisierung und Individualisierung



INSTALLIEREN EINER SCHÜLERREDAKTION UND EINES SCHULMAGAZINS

Langfassung

ID 387

Mag. Heidemarie Wimmer-Holzer

Mag. Irmgard Eichinger

BHAK | BHAS | BHKB Baden

Baden, Juni 2011

INHALTSVERZEICHNIS

ABSTRACT	4
1 AUSGANGSLAGE	5
1.1 Public Relations an Schulen	6
1.2 Lehrerebene	7
1.3 Schülerebene	7
1.4 Medienteam.....	8
1.5 Input aus den Niederlanden.....	9
2 PROJEKTIDEE	11
2.1 Fach- und Methodenkompetenz.....	11
2.1.1 Journalistische Darstellungsformen.....	11
2.1.2 Fotografen Know-how.....	11
2.1.3 Adobe Indesign und Photoshop	11
2.2 Emotionale und personale Kompetenz	11
2.2.1 Medienkompetenz erweitern.....	11
2.2.2 Medienrechtliche Verantwortung.....	11
2.3 Soziale und kommunikative Kompetenz	12
3 PROJEKTVERLAUF	13
3.1 Ein Schulmagazin entsteht.....	13
3.2 Rollenverteilung im Medienteam	14
3.3 Schoolmagazine.at.....	14
3.4 Distribution.....	15
3.5 Kosten und Finanzierung	15
4 PROJEKTERGEBNIS	16
4.1 Zwei Ausgaben im Schuljahr 2010/2011	16
4.2 Zukunftsaussichten	16
4.3 Journalismus - Wettbewerbe und Initiativen in Österreich	16
5 EVALUIERUNG	18
5.1 Öffentliche Meinung	18
5.2 Der/die Einzelne als Teil des Teams	19
5.2.1 Chefredakteurin Stefania Chirita, 18 Jahre.....	20
5.2.2 Chefredakteurin Vanita Chen, 18 Jahre,.....	20
5.2.3 Redakteurin Serafina Demaku, 15 Jahre.....	21
5.2.4 Zusammenfassung der SchülerInnenstatements	21

5.2.5	Die Rolle als Coach.....	21
5.3	Die Genderfrage	22
6	LITERATUR	24

ABSTRACT

Journalistische Arbeit ist an der HAK/HAS Baden schon seit einigen Jahren im Freigegegenstand „Gestalten von und mit Medien“ verankert. Wer daran teilnimmt, gehört zum Medienteam und genießt vielfältige Erfahrungen unter Gleichgesinnten als AutorIn, RedakteurIn, GrafikerIn oder DesignerIn: An Freitagnachmittagen entsteht hier das Schulmagazin „1st Choice“, das heuer erstmals unter Nutzung der Online-Plattform www.schoolmagazine.at erstellt wurde. Die Chefredaktion wurde erstmals von SchülerInnen übernommen, während LehrerInnen als Coachs wirkten. Die Arbeit im heterogenen Team fördert Kreativität, Eigeninitiative und Selbstbewusstsein.

In der vorliegenden Projektarbeit wird auch das Thema Public Relations für Schulen behandelt, ebenso werden Meinungen zu Schülerzeitungen von je einer Medienexpertin/einem Medienexperten aus Österreich und den Niederlanden eingeholt. Ein kleiner Blick auf Wettbewerbe im Bereich „Schreiben und Schülerzeitungen“ soll Anreiz sein, sich auf solche Aufgaben einzulassen. Im Kapitel Evaluation werden unsere jeweiligen Rollen im Team beleuchtet, weiters widmen wir uns der Frage: „Ist unser Schulmagazin gendergerecht?“

Innerhalb des Medienteams werden auch Aspekte der Distribution und Finanzierung besprochen. Das Produkt aus zahlreichen Redaktionssitzungen findet an der Schule Anerkennung und soll die Gemeinschaft stärken.

Schulstufe: 9. bis 13. Schulstufe
Fächer: Freigegegenstand „Gestalten von und mit Medien“
Kontaktperson: Mag. Heidemarie Wimmer-Holzer, Mag. Irmgard Eichinger
Kontaktadresse: 2500 Baden, Mühlgasse 65

1 AUSGANGSLAGE

763.000 Ergebnisse bei der Suche nach „Schülerzeitung+at“ lieferte google.at am 1. Juni 2011. Nur 9.890 Ergebnisse für „Schulzeitung+at“ ergab die gleiche Suche, was diesbezüglich interessant ist, weil laut Mediengesetz, BGBl. Nr. 314/1981 idF BGBl 1987/211, 1988/233, 1993/20 und 91, für Schülerzeitungen folgende Begriffsdefinition vorhanden ist: *„Schülerzeitungen sind periodische Druckwerke, die von SchülerInnen einer oder mehrerer Schulen für SchülerInnen dieser Schulen gestaltet und herausgegeben werden. Schülerzeitungen dienen dem Gedankenaustausch und der Auseinandersetzung mit schulischen, wissenschaftlichen, gesellschaftlichen, politischen und allgemein-kulturellen Problemen. Als Mittel der Meinungsbildung und Information sind sie ebenso Träger der Pressefreiheit wie Betriebszeitungen, Kundenzeitungen, Tageszeitungen oder andere Druckwerke.“*

Im Mediamanual¹ findet man weitere Erläuterungen, die somit die Abgrenzung zum Schulmagazin bieten: *„Auch kann nicht mehr von einer Schülerzeitung gesprochen werden, wenn nicht SchülerInnen, sondern andere Personen (zum Beispiel auch LehrerInnen) die Gestaltung eines Druckwerkes wesentlich bestimmen, weil damit ein wesentliches Begriffsmerkmal der „Schülerzeitung“ fehlt. In einem solchen Fall liegt allenfalls eine Jugendzeitschrift oder eine „Schulzeitung“ vor. Durch die gelegentliche Mitarbeit eines/r Nicht-Schülers/in, insbesondere bei der Unterstützung in technisch-redaktionellen Angelegenheiten, geht die Eigenschaft einer Schülerzeitung hingegen nicht verloren.“*

Diese Erläuterungen streng ausgelegt bedeuten also, dass Zeitungen mit Lehrermitarbeit nicht als Schülerzeitung, sondern als Schulmagazine oder Schulzeitungen betrachtet werden müssen. Nachdem an der BHAK/BHAS Baden auch die Initiative zur Erstellung von Lehrerinnen ausgegangen ist, ist klar, dass es keine Schülerzeitung sein kann.

Der Einfluss des Internets, der neuen Medien und der Bedienbarkeit von Standardsoftware aus dem Bereich Desktop-Publishing in Unterrichtsgegenständen der Oberstufe, lassen in einigen Schulen einen Medienschwerpunkt oder Journalismus-Zweig erkennen. In diesen Gegenständen sieht der Lehrplan die Erstellung einer Schülerzeitung vor und von einer gelegentlichen Unterstützung durch Lehrerinnen und Lehrer kann wohl nicht die Rede sein, wenn es sich um einen Unterrichtsgegenstand handelt, der jede Woche stattfindet. Hier sind die grundlegende Richtung und der publizistische Stil von Schülerinnen und Schülern so bestimmend, dass das Produkt mit „Schülerzeitung“ betitelt werden kann, obwohl die Mitarbeit der LehrerInnen offensichtlich ist.

Aber der Weg zu einer Schülerzeitung führt zuallererst zu der Direktorin/dem Direktor einer Schule. Hier gibt es folgende Szenarien: Eine Lehrerin/ein Lehrer möchte eine Schülerzeitung, wie oben beschrieben mit dem Ergebnis, dass eine Schülerzeitung in einem schulautonomen Lehrplan verankert wird. Eine Situation, die für die Verwirklichung eines solchen Vorhabens am erfolgsversprechendsten ist. Eine weitere Initiative könnte man sich von Schülerseite vorstellen. Doch welche Direktorin/welcher Direktor würde eine Schülerzeitung befürworten, bei der nicht mindestens eine Lehrerin/ein Lehrer zumindest ein Auge auf die Rechtschreibfehler hat? Hinzu kommt vielleicht noch die Angst, dass schlecht oder kritisch über das Schulleben gesprochen wird? Eine schwierige Konstellation, die wahrscheinlich keine Zukunft hat. Der Einfluss könnte aber auch von außerhalb kommen: von einer externen Firma wie z.B. Boomerang Medien, vom Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur oder von Elternseite. Hier ist das Geschick der Schulleiterin/des Schulleiters gefragt, denn dann müssen Personal- und Budgetfragen gemeistert werden, um Schulentwicklung voranzutreiben und Public Relations zu forcieren.

¹ http://www.mediamanual.at/mediamanual/info/pdf/merkblatt_schuelerzeitung.pdf

1.1 Public Relations an Schulen

Braucht eine Schule ein Schulmagazin oder eine Schülerzeitung?

Braucht eine Schule einen Jahresbericht, eine Schulhomepage oder ein Schulvideo?

Gerhard Hopfgartner und Karl Nessmann beschreiben in ihrem Buch „Public Relations für Schulen“ (2000), dass sich diese Frage nicht mehr stellt, weil viele Schulen in Ballungszentren in unmittelbarer Konkurrenz stehen. Verfügt eine Schule über ein solches PR-Medium, kommen andere nicht umhin nachzuziehen. Das Hauptmotiv, solch ein PR-Repertoire überhaupt zu bieten, ist allerdings der Wunsch, ein positives Image an alle am Schulgeschehen Beteiligten zu überbringen. Ob dieser Wunsch bei allen KompetenzträgerInnen von Schulorganisationen vorhanden ist, sei dahingestellt. Von Seiten der Schülerinnen und Schüler und der Eltern gehört zumindest eine ordentlich gewartete Homepage zum unabdingbaren PR-Repertoire einer Schule. Diese Forderung der Öffentlichkeit ist eine aktuelle Entwicklung, die die digitale Revolution mit sich bringt.

Schulen lösen diese PR-Anforderungen auf unterschiedliche Weise. Die Einteilung in Dialoggruppen der Beteiligten am PR-Prozess sei hier kurz erwähnt. Im Schulprozess am internen Kommunikationsprozess beteiligt sind DirektorIn, AdministratorIn, LehrerInnen der Fachgruppen, SchulsprecherIn und SchülerInnen, Sekretariat, BildungsberaterInnen, Personalvertretung und viele andere interne Gruppierungen. Die externen Gruppen lassen sich gliedern in Elternverein und Eltern, AbsolventInnen, Kooperationsschulen, MedienvertreterInnen und Sponsoren. Sie alle haben ein Interesse an positiven Meldungen und tragen auch zur Verbreitung bei.

Verantwortung für Schul-PR trägt in den meisten Fällen eine kompetente Direktorin/ein kompetenter Direktor, die/der hier die Fäden zieht. Der Direktor der HAK Feldkirch bietet z.B. Informationen über ein „Informationsblättle für Eltern, Schüler/innen und Lehrpersonen“², das auch über die Homepage abrufbar ist. Viele große Schulen setzen ihre externe Kommunikation hauptsächlich auf die Homepage, die allerdings vom Lehrkörper nicht regelmäßig angesehen wird, da interne Informationen sowieso nicht auf der allgemein zugänglichen Homepage zu finden ist. An sehr vielen Schulen läuft allerdings interne schulische Kommunikation nach dem Stille-Post-Prinzip, denn für einen Jour fixe nimmt man sich in den meisten Fällen nicht die nötige Zeit, obwohl das die optimale Methode wäre.

Seit vergangenem Schuljahr gibt es an unserer Schule offiziell eine Werteinheit für PR-Zwecke. PR macht man aber nicht von heute auf morgen, man hat einen langfristigen Plan, in dem man sich Meilensteine setzt und auch ein PR-Budget zur Verfügung hat. Vom Geld hat man aber in den meisten Fällen zu wenig, was bleibt sind die PR-Ziele, die noch dazu smart sein sollen, nämlich „spezifisch, messbar, abgestimmt, realisierbar und terminisierbar“. Eines dieser PR-Ziele ist nun unser Schulmagazin, das heuer von uns LehrerInnen nur mehr gecoach wurde.

Schülerzeitungen, auch ein PR-Instrument, gibt es an einigen Schulen, vor allem an solchen, die sich seit der auftretenden Medienmacht des Internets dem Ausbildungsschwerpunkt „Medien“ widmen. Als Beispiel sei hier das Gymnasium und wirtschaftskundliche Realgymnasium (mit Medienschwerpunkt) Haizingergasse in Wien genannt, das in der 6. Klasse im Medienschwerpunkt „Print“ die Schülerzeitung „Haizeit“³ in Moodle verfasst und seit drei Jahren den Media-Literacy-Award gewinnt.

Die Handelsakademie Steyr stellt sich im Ausbildungsschwerpunkt „Marketing - Journalismus - Medien“ im dritten Jahrgang die Aufgabe, die Schülerzeitung „Werndlstreet“ zu verfassen, und auch hier handelt es sich um eine Arbeit im Klassenverband.

² http://www.vobs.at/hak-feldkirch/uploads/media/42_2009-09-22_01.pdf

³ <http://www2.mediamanual.at/mla/2010/Haizeit-09-10.pdf>

1.2 Lehrerebene

Die BHAK|BHAS Baden ist Arbeitgeber für 47 Lehrerinnen und 18 Lehrer. Mag. Irmgard Eichinger, 28 Dienstjahre, Lehramt Germanistik und Geografie, und Mag. Heidemarie Wimmer-Holzer, 11 Dienstjahre, Lehramt kaufmännische Fächer, betreiben seit 2002 Medienarbeit an der Schule. Unter dieser Medienarbeit verstehen wir grundsätzlich die Erstellung von Pressemeldungen und deren Weiterleitung an lokale Printmedien. Unsere KollegInnen, unser Direktor und unsere Schülerinnen und Schüler unterstützen uns bei dieser Tätigkeit durch Berichte, Informationen, Termine für Fotoaufnahmen, Fotos und ganz wichtig – durch ihre Akzeptanz.

Seit dem Schuljahr 2002/2003 leiten wir den Freigegegenstand "Gestalten von und mit Medien" mit dem Ziel, den Jahresbericht der BHAK|BHAS Baden als Gemeinschaftsprodukt von SchülerInnen und LehrerInnen zu erstellen. Im Schuljahr 2008/2009 mussten wir uns umorientieren, da die finanziellen Kosten des Jahresberichts nicht mehr tragbar waren.

Somit brauchten wir ein neues Ziel für unseren Freigegegenstand. Ein Schulmagazin wurde mit Schülerinnen und Schülern unter Einfluss von Lehrerinnen erstellt. Schülerzeitungen, auf Initiative von SchülerInnen konnten sich an unserer Schule noch nie etablieren. Die letzte Maturazeitung wurde im Schuljahr 2006/2007 bei der Maturafeier verteilt. Unsere Initiativen, Mitglieder unseres Medienteams zu motivieren, wieder eine Maturazeitung zu machen, waren erfolglos. Unseren Schülerinnen und Schülern aus dem Medienteam ist anscheinend bewusst, wieviel Arbeit dahintersteht, wenn man es richtig machen will.

Im März 2010 wurden zahlreiche Schulen in Wien und im Umkreis von Wien von Stefan Siegel, Geschäftsführer von Young Entersprises Media GmbH, und Michel van Stralen, Vertreter von Boomerang-Medien in Österreich, kontaktiert. Es wurden Schulen gesucht, die eine Schulzeitung mit LehrerInnenunterstützung erstellen. Eine niederländische Online-Plattform zur Erstellung von Schulmagazinen sollte in Österreich promoted werden. Wir meldeten uns und bekamen als Pilotschule die Ausgabe Nummer vier unseres Schulmagazins mit einer Auflage von 800 Stück gratis gedruckt frei Haus.

Äußerst motiviert durch die Pilotfunktion als auch durch den Sieg bei "Die Presse macht Schule", den das Medienteam in diesem Schuljahr verzeichnen konnte, meldeten wir uns noch bei IMST und bekamen die Förderung für das nächste Schuljahr. In diesem Jahr wurde auch die Wiedereinführung des Jahresberichts vom SGA befürwortet und für das Schuljahr 2010/2011 beschlossen.

1.3 Schülerebene

Im Schuljahr 2010/2011 besuchen 506 SchülerInnen die Bundeshandelsakademie Baden, davon 299 weiblich. 167 SchülerInnen besuchen die Bundeshandelsschule Baden, davon 102 weiblich. 127 SchülerInnen besuchen die Abend-HAK, davon 85 weiblich.

In Summe gibt es 800 Schüler und Schülerinnen und somit, gemessen an den Schülerzahlen, die fünfzehntgrößte Handelsakademie österreichweit.

Alle unsere Schülerinnen und Schüler bekommen mit dem Erwerb des Jahresberichts die zwei Ausgaben des Schulmagazins gratis dazu. Sie finden sich in unserer Schule in verschiedenen Rollen wieder: Sie schreiben und gestalten das Schulmagazin, sie lesen das Schulmagazin und über sie wird auch berichtet.

Die Gruppe der Schreibenden fassen wir als Medienteam zusammen. In dieser Projektdokumentation wird noch viel über sie berichtet. Unser Ziel für alle RezipientInnen ist die Stärkung der Schulgemeinschaft: Schüler und Schülerinnen, die das Schulmagazin "1st Choice" lesen, sollen animiert werden, auch mitzuarbeiten bzw. Texte und Meinungen zu schreiben.

Die Schüler und Schülerinnen, über die wir berichten, sollen Anerkennung und Wertschätzung erfahren. Sie übernehmen teilweise eine Vorbildfunktion.

1.4 Medienteam

Das Medienteam (so nennen wir die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Freigegegenstands) bestand im Schuljahr 2009/2010 letztendlich aus einem harten Kern von sechs Vorzugsschülerinnen. Die vierte Ausgabe des Schulmagazins „1st Choice“ wurde erstmals mit der Web-Plattform www.schoolmagazine.nl noch auf Niederländisch erstellt. In dieser Ausgabe machten wir auf der letzten Seite fleißig Werbung für unseren Freigegegenstand im Schuljahr 2010/2011. Diese Werbung zahlte sich aus, denn wir haben im laufenden Schuljahr ein recht großes, gutes Schülerteam aus folgenden Klassen:

Schulstufe	Klasse	Anzahl der SchülerInnen		
		Mädchen	Buben	Gesamt
9.	1bs, 1ak, 1bk	2	1	3
10.		0	0	0
11.	3ak, 3ck	4	0	4
12.	4ak	3	0	3
13.	5bk, 5ck	1	3	4



Abbildung 1: Das Medienteam der HAK/HAS Baden

Für uns war schon immer klar, dass es ein Freigegegenstand sein muss, denn nur so haben wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich in die Sache einbringen und die nötige Motivation und Freiwilligkeit mitbringen. Kurzfristige Überlegungen, die Arbeit in einem Unterrichtsgegenstand oder einer Übungsfirma (dreistündige Arbeit in einem nicht realen Unternehmen) zu initiieren, sind auch aus rechtlichen Gründen und aufgrund von Lehrplanvorschriften verworfen worden.

Das Medienteam traf sich in den neun Jahren zuvor auch schon an anderen Wochentagen, aber für uns ist dieser Freitag Nachmittag letztlich am entspanntesten, denn sowohl die Schülerinnen und Schüler als auch wir gehen unbelastet in die Redaktionssitzungen. Auch für unsere Medienteammittglieder ist der Freitag klar, denn es ist der einzige Tag, an dem kein anderer Nachmittagsunterricht (außer Freigegegenständen) stattfindet, und ist somit der einzige Tag, an dem Schülerinnen und Schüler unterschiedlicher Klassen und Schulstufen zu einem gemeinsamen Termin zusammenfinden.

1.5 Input aus den Niederlanden

Der Niederländer Michel van Stralen ist Geschäftsführer von Boomerang Medien in Österreich und bewirbt die Initiative www.schoolmagazin.at an verschiedenen österreichischen Schulen. Wie schon berichtet, hatten wir den Erstkontakt im vorigen Schuljahr und baten ihn nun um folgendes Interview:

Wie lange betreibt ihr die Initiative www.schoolmagazin.at in Österreich schon und werdet ihr sie Österreich ausweiten?

In Österreich starteten wir letztes Jahr im Mai und möchten unser Service noch weiter ausweiten. Leider ist das Thema "Schülerzeitung" an den österreichischen Schulen nicht so aktuell wie in den Niederlanden und wir werden deswegen einen langen Atem brauchen bzw. viele Lobbyisten.

Wie lange gibt es schoolmagazine.nl in den Niederlanden schon? Wie viele Schulen nehmen daran teil? Welche Schulstufen nehmen daran teil? Wie viele Magazine pro Schule werden durchschnittlich pro Schuljahr gedruckt?

In den Niederlanden starteten wir im Jahr 2003. Derzeit nehmen 420 Schulen quer durch alle Schulstufen teil! Die teilnehmenden Redakteure sind im Alter von 12 bis 24 Jahren. Pro Jahr werden durchschnittlich zwischen drei und vier Ausgaben gedruckt. Die durchschnittliche Auflage beträgt 1.250 Stück je Ausgabe/je Schule.

Was sind deiner Meinung nach die Auswirkungen für die Schule und für die Gesellschaft?

Für die Schule ist es die Visitenkarte nach draußen. Also für Eltern, Universitäten, Fachhochschulen, Schulrat etc. Für die Gesellschaft kommen die Auswirkungen meiner Meinung nach erst später. „Schüler schreiben für Schüler“ ist das Motto. Sie lernen zu diskutieren, dürfen eine Meinung haben und die auch äußern, sie erleben Realität und machen Erfahrung mit der Realwirtschaft, arbeiten im Teamverband, übernehmen Verantwortung etc.

Haben Redakteurinnen und Redakteure des Schoolmagazins bessere Karrierechancen? Gibt es prominente Beispiele aus den Niederlanden?

Leider gibt es keine Beispiele aus den Niederlanden. Aber ich spreche aus eigener Erfahrung und bin seit 15 Jahren Unternehmer bzw. Geschäftsführer. In den Bewerbungen, die ich mir anschau, schaue ich weniger auf die Noten, sondern es interessiert mich viel mehr, welche Einstellung und welchen Charakter der Bewerber hat. Dies kann man ganz schnell sehen anhand der Teilnahme an Initiativen oder der Unterstützung von Projekten im allgemeinen Sinn. Schülerzeitung ist eines von vielen.

Gibt es eurerseits Initiativen auch in anderen Ländern? Deutschland, Schweiz? Wenn nicht, warum gerade in Österreich?

Ich sitze in Wien und fokussiere mich auf Österreich. Schoolmagazine Holding hat sich aber kürzlich auch in England niedergelassen. Die Situation dort ist aber noch sehr neu und da kann man noch nicht viel darüber sagen.

Die Schülerredaktionen von Schoolmagazinen sind aufgefordert, komplett werbefrei zu agieren – warum?

Wir wollten das Rad nicht neu erfinden. In den Niederlanden starteten wir mit einer kostenlosen Nutzung des Online-Portals für Schulen und haben dies über Werbekunden weiterfinanziert. Das war so ein Erfolg, dass die Schulen nach zwei Jahren angefangen haben, sich über die Werbung zu beschweren. Durch Initiative der Schulen und viele Gespräche mit uns ist die Werbung auf unserer Plattform jetzt wie folgt geregelt: Es gibt einen Gratiswerbekatalog, der den Magazinen beigelegt wird, und die Online-Plattform ist werbefrei. Schulen brauchen sich nicht mit Sponsorenarbeit beschäftigen, weil der Werbekatalog von uns bereitgestellt wird. Wir nennen dieses System, das bei den Schulen auf vollste Zufriedenheit trifft, Lizenz-Modell. Es sind jetzt Schülerzeitungen pur. Von Strategie und Philosophie her gilt jetzt dieses Lizenzmodell in gleicher Regel für alle Teilnehmer.

Einmal im Jahr habt ihr eine Veranstaltung, die ihr für die Schülerredaktionen organisiert. Kannst du das ein bisschen beschreiben? Wie wird das von den Schülerredaktionen angenommen? Gibt es Links dazu?

<http://www.schoolkrantdag.nl/> ist die Homepage dieses Events.

Der Organisator ist die "Hogeschool van Amsterdam - Studien Media Information Kommunikation", die diesen Event in Zusammenarbeit mit Schoolmagazine und Schoolkrantdag veranstaltet.

Die Themen behandeln eher Journalismus, Autoren, Bücher, Design etc., aber auch das Verlagswesen, Literatur und Nachrichten. Am Vormittag finden Vorträge von bekannten Autoren, Journalisten und Designern statt. Die Schüler können nachmittags an zwei kleineren Workshops zu spezifischen Fachgebieten in Gruppen von max. 20 Personen teilnehmen. Am Ende des Tages gibt es dann noch die Auswahl der drei besten Ausgaben des Jahres laut einer vorab eingereichteten Jury. Angenommen wird es gut. Es gibt ca. 1.500 Besucher pro Jahr!

Mit welchen Erwartungen bist du deinerseits nach Österreich gekommen und welche Ziele hast du jetzt?

Gehofft hätten wir natürlich, in "no time" alle Direktoren zu überzeugen, was die Kraft einer "Schülerzeitung" in Zusammenarbeit mit einem "Online-Portal" bedeuten kann. Für die Schule (Visitenkarte der Schule), für die Schüler (Karriere, Verantwortung, Teamarbeit) und für die begleitenden Lehrer (von zu Hause aus / Onlinekommentar / Unterstützung). Leider geht es nicht so schnell, wie wir gehofft haben, bzw. ist der Response sehr langsam. Wir sind noch immer auf der Suche nach einem "accelerator". Beschleuniger sind unter anderem auch die teilnehmenden Schulen. Derzeit machen sechs Schulen mit. Wir hoffen, am Ende des Schuljahres 2011/2012 Team Nummer fünfzig begrüßen zu dürfen.

2 PROJEKTIDEE

Die Verwirklichung der Projektidee „Installation einer Schulredaktion und eines Schulmagazins“ ist nach Beendigung des Projektes und Verteilung der ausgedruckten Schulmagazine hier überarbeitet und als Bildungsziel mit Kompetenzzielen laut Bildungsstandards verarbeitet, wobei unsere Bildungsziele abhängig von der Eigeninitiative der Schülerinnen und Schüler sind:

2.1 Fach- und Methodenkompetenz

2.1.1 Journalistische Darstellungsformen

- Ich kenne Bericht, Reportage und Interview und kann solche Texte schreiben.
- Ich kann Texte redigieren.
- Ich kann Zusammenspiel von Text und Bild beachten.
- Ich habe vertieftes Textverständnis.

2.1.2 Fotografen Know-how

- Ich kann den Fokus und den Blitz richtig einstellen.
- Ich kann die richtige Körperhaltung des Fotografen einnehmen.
- Ich kann manuell fotografieren mit Belichtungszeit.
- Ich kann Blende und ISO-Zahlen bei einer Spiegelreflexkamera einstellen.
- Ich kann ein gutes Zeitungsfoto erkennen und machen.
- Ich kann Fotos richtig platzieren und kenne den Golden Schnitt.

2.1.3 Adobe Indesign und Photoshop

- Ich kann mit diesen Desktop-Publishing-Softwarepaketen arbeiten.
- Ich kann ein Zeitungsdesign analysieren.
- Ich kann ein Seitenlayout erstellen.
- Ich kann Texte setzen.
- Ich kann ein Foto in ein anderes Farbmodell (RGB oder CMYK) umwandeln.
- Ich kann ein Foto gemäß den Qualitätsrichtlinien für ein Zeitungsfoto aussuchen.
- Ich kann ein Foto richtig zuschneiden.

2.2 Emotionale und personale Kompetenz

2.2.1 Medienkompetenz erweitern

- Was ist aus welchem Grund ein Thema?
- Wahrheitsfindung durch Recherche
- Stärkung der Motivation durch Eigeninitiative
- Ausweitung von Kompetenzen

2.2.2 Medienrechtliche Verantwortung

- Was darf man publizieren, wo gibt es Grenzen?
- Medien und ihre Wirkung (Wie wichtig ist das Schulmagazin für die Schule?)

- Stärkung der Schulgemeinschaft

2.3 Soziale und kommunikative Kompetenz

- Erweiterung der Kommunikationsfähigkeit
- Entwicklung von Zuverlässigkeit und Verantwortungsbewusstsein
- Ausbauen von Teamfähigkeit
- Lernen mit Zeitdruck und Stress umzugehen

3 PROJEKTVERLAUF

Im Schuljahr 2010/2011 fanden die Redaktionssitzungen fast jeden Freitagnachmittag statt. Ausgenommen waren die Freitage vor den Ferien. Wir begannen jeweils um 13:30 Uhr, das Ende war variabel zwischen 16:00 und 22:00 Uhr. Je näher das Ende der Deadline kam, umso länger dauerten unsere Arbeitsphasen. Obwohl wir am Schulbeginn eine Blattlinie diskutierten, haben wir diese nie verschriftlicht. Ein Online-Beispiel, das wir in diesem Rahmen besprochen haben, war die inhaltliche Konzeption⁴ der ÖH an der Universität für Bodenkultur.

Unsere Themen, die in jedem Schulmagazin vorkommen sollten, hier kurz angeführt:

- Leitthema, Titelstory (auch mit Titelbild)
- Fotos von Ausflügen, Exkursionen
- Sportberichte
- Teacher's Talk (LehrerInnen über ihre ehemaligen LehrerInnen)
- New Comer (Neue Lehrer)
- Wer mit wem (Dr. Valentino gibt Ratschläge für Schulpärchen)
- Fehlersuche (Original und Fälschung)
- Rätsecke
- Kulturtipps
- Impressum

3.1 Ein Schulmagazin entsteht

Die Arbeit am Schulmagazin beginnt in der ersten Sitzung gleich mit einem Brainstorming zu Themen, die vielleicht für die nächste Ausgabe interessant sind. Es folgen Redaktionssitzungen, in denen die Aufteilung der Themen auf die Personen erfolgt, die sich für ein bestimmtes Thema interessieren. In weiterer Folge wird für das Leitthema oder auch für größere Themen festgelegt, auf welchen Gebieten die Recherche erfolgt und was alles zu recherchieren ist. Dann geht es ans Schreiben. Der Prozess der Seitenaufteilung beginnt und die Chefredakteurinnen erkundigen sich nach dem Fortschritt der jeweiligen Redakteure. Sie haben hier eine Kommunikations- und Führungsaufgabe. Sobald die Texte fertig sind, wird die Seite in *Adobe Indesign* gesetzt. Die Redakteure, die eine Seite geschrieben haben, dürfen diese auch grafisch setzen. Da die Schülerinnen und Schüler grundsätzlich lieber grafisch arbeiten, als einen Text zu schreiben, gibt es bei uns die Regel, dass man zuerst schreibt und dann setzen darf. Das ist eine Regelung, die wir trotz der Übergabe der Verantwortung an unsere Chefredakteurinnen nicht verändert haben. Natürlich kristallisiert sich immer jemand heraus, der besonders gut schreiben kann, und jemand, der ein grafisches Auge hat, aber grundsätzlich möchten wir alle animieren, etwas zu schreiben. Nach dem Schreiben liest eine Chefredakteurin das Ergebnis. Danach liest eine Lehrerin den Text und gibt ein persönliches Feedback. Nach etwaigen Änderungen ist der Text fertig zum Setzen. Fotos wurden schon im Voraus oder werden im Nachhinein noch gemacht.

Im Layout-Programm *Indesign* muss man die Berichte eventuell kürzen und mit einem oder mehreren Fotos versehen. Im Idealfall wird die Seite zuvor gescribbelt, also aufgezeichnet, um Fotos richtig zu platzieren und den Text lesefreundlich zu gestalten.

Nachdem die Seiten gesetzt sind, werden sie ausgedruckt und sollen von möglichst allen Medienteammitgliedern gelesen werden. Es folgen die Korrekturen und schlussendlich werden die Seiten im richtigen Format abgespeichert und auf die www.schoolmagazine.at-Plattform upgeloadet.

⁴ http://oeh.boku.ac.at/uploads/media/Blattlinie_01.pdf [6. Juli 2011]

3.2 Rollenverteilung im Medienteam

Die Einteilung in Layouter und Reporter ist bei uns somit nicht eindeutig definiert. Jeder ist für seine Seite vom Anfang bis zum Ende selbst verantwortlich. Wobei Einzelpersonen als auch Teams an einer Seite arbeiten. Unterstützung holen sich die Medienteammitglieder sowohl bei den Chefredakteurinnen als auch bei den Lehrerinnen, die in einer Coachfunktion zur Verfügung stehen.

3.3 Schoolmagazine.at

Die Online-Plattform www.schoolmagazine.at, die von Boomerang Medien in Österreich in Kooperation mit der Young Enterprises Media GmbH den Schulen nähergebracht wird, bietet folgendes Angebot: eine Layout-Plattform, in der ein Online-Redaktionsteam angelegt und für jeweils ein oder mehrere Seiten als Bearbeiter festgelegt werden kann. Dies bietet den Vorteil, dass auch von zu Hause aus gearbeitet werden kann und jeder nur für einen bestimmten Bereich verantwortlich ist. Ein fixer Bestandteil sind begleitende LehrerInnen, die dafür zuständig sind, dass die Seiten für den Druck freigegeben werden. Angelegte Seiten werden zuerst bearbeitet, anschließend fragt die Schülerin um Freigabe an, die Lehrerin bestätigt die Freigabe bzw. schreibt einen Online-Kommentar, was noch zu ändern ist und erteilt nach den vollzogenen Änderungen die Freigabe.

Es gibt auch Online-Vorlageseiten, die für das Magazin verwendet werden können. Eine genaue Beschreibung des Funktionsumfangs ist in der fünfzigseitigen How-To-Do-Anleitung ersichtlich, die man erhält, sobald man den Vertrag mit Boomerang Medien abschließt.

Für unser Medienteam war der eingebaute Countdown bis zur Deadline am spannendsten (vgl. Abbildung 2: Screenshot Redaktionsplattform schoolmagazine.at). Vor allem die letzten Stunden verursachten immer ein kribbeliges Gefühl im Bauch, da man für den Upload von 24 Seiten doch eine ganze Stunde einplanen musste und es sich jedesmal haarscharf ausging. Ein Grund war auch der Umstand, dass jede Seite einzeln aufgerufen und freigegeben werden musste.

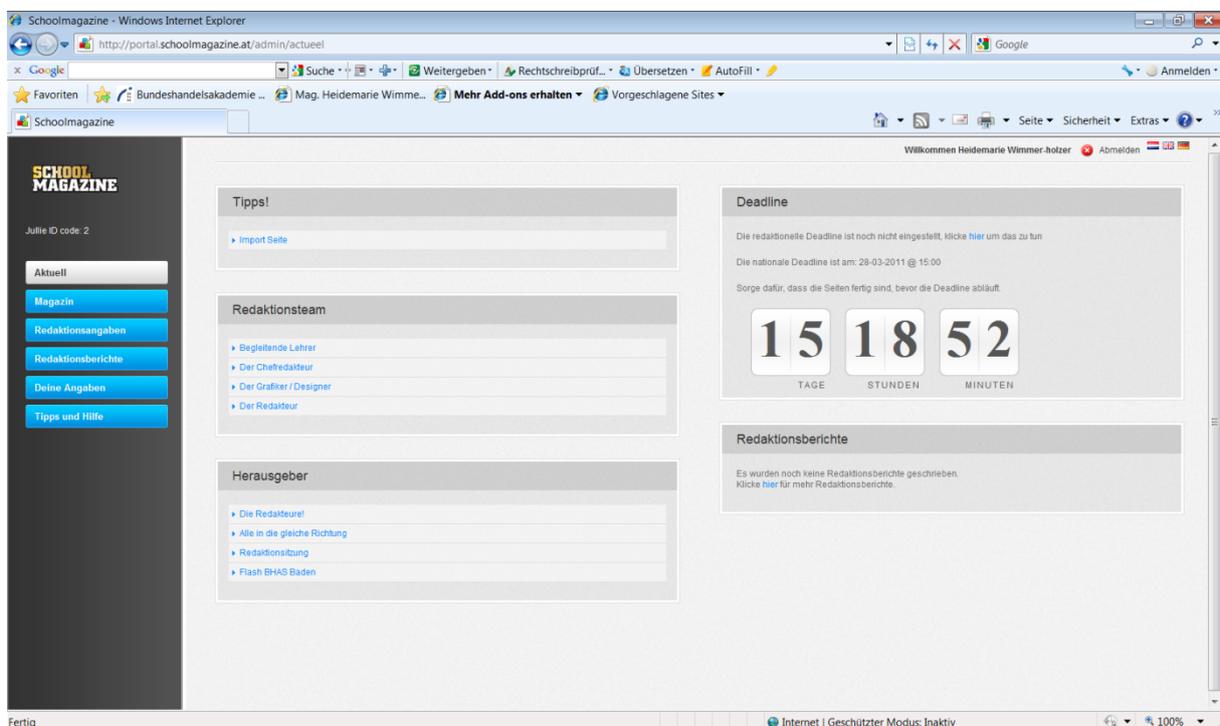


Abbildung 2: Screenshot Redaktionsplattform schoolmagazine.at

3.4 Distribution

Nach der Lieferung der Schulmagazine an die Schule wurde die Verteilung der Schulmagazine in einer Medienteamsitzung besprochen. Nachdem die Chefredaktion an die Schülerinnen übergeben wurde, war klar, dass das Medienteam auch für die Verteilung verantwortlich war. Die Schülerinnen und Schüler erklärten sich für jeweils ihre eigene Klasse verantwortlich, manche für ein paar Klassen, in denen sie Freunde haben. Es blieben jedoch die Hefte der Klassen liegen, die nicht durch ein Mitglied des Medienteams vertreten waren.

Die Distribution der Schulmagazine verlief somit nicht optimal, denn viele erhielten die Schulmagazine später und es gab nicht einen einzigen Erscheinungstag. Die optimale Variante wäre in diesem Fall, und so wird es im nächsten Jahr wahrscheinlich auch durchgeführt, dass die Schulmagazine über die Schiene der Klassenvorständinnen und Klassenvorstände verteilt werden.

3.5 Kosten und Finanzierung

Wie schon in Kapitel 1.5 erwähnt, ließen wir die Schulmagazine über schoolmagazine.at fertigen. Aufgrund der Pilotierungsphase in Österreich wurden die Schulmagazine in den Niederlanden gefertigt. Die Lizenzkosten für das Online-Portal von € 72,00 pro Monat wurden uns im heurigen Jahr erlassen, wir hatten also nur die Druckkosten für 800 Exemplare von € 576,00 zu bezahlen. Für die November- und die März Ausgabe zahlten wir in Summe € 1.152,00. Die Stückkosten betragen € 0,60 netto bzw. € 0,72 brutto. Die Stückkosten sind, so wie in der Druckbranche üblich, von der Auflage abhängig. Bei geringerer Auflage muss man mit höheren Stückkosten wie zB € 1,20 rechnen.

Bezüglich Sponsoren hatten wir in diesem Jahr auch noch die Ausnahme, Inserate veröffentlichen zu dürfen. Grundsätzlich gilt für Verträge mit schoolmagazine.at: keine Werbeeinschaltungen durch die Schulen selbst. Der Entfall der Sponsorensuche war in diesem Schuljahr eine Erleichterung. Die Projektkosten waren durch IMST-Gelder gedeckt und die lästige Zusatzarbeit der Sponsorensuche entfiel größtenteils. Jedoch bekamen nicht alle Schülerinnen und Schüler ein Schulmagazin, sondern nur jene, die den Jahresbericht am Beginn des Schuljahres bestellt und bezahlt hatten.

Wir arbeiten aber auch mit Adobe Lizenzen. Diese sind mit dem verhandelten Schoolagreement des BMUKK derzeit über den ACP-Shop um € 131,50 pro Lizenz für Photoshop und € 105,40 für Indesign erhältlich. Wir arbeiten derzeit mit fünfzehn Einzelplatzlizenzen von Photoshop und fünf Einzelplatzlizenzen von Indesign. Schullizenzen sind weitaus teurer. Diese Ausgaben wurden schon vor einigen Jahren durch das Schulbudget abgedeckt.

Hätten wir nicht die Unterstützung des Schulgemeinschaftsausschusses, hätten wir das finanzielle Problem, an dem wir bereits im Jahr 2008 gescheitert sind. Die Nachfrage nach Schülerzeitungen, Schulmagazinen und Jahresberichten kann nicht mit Jugendzeitschriften, die im Handel erhältlich sind konkurrieren. Die Information, die geboten wird, steht auch für Schul-PR und ist eigentlich eine Notwendigkeit, wofür zweckgebundenes Geld im Budget vorhanden sein müsste. Leider ist auch die Auflage im Schulbereich so gering, dass die Druckkosten unproportional hoch sind.

4 PROJEKTERGEBNIS

Erzähle mir und ich vergesse.
Zeige mir und ich erinnere.
Lass mich tun und ich verstehe.

Konfuzius, 551-479 v. Chr.

4.1 Zwei Ausgaben im Schuljahr 2010/2011

Das Schulmagazin „1st Choice“ hatte zwei Erscheinungszeitpunkte. Die Ausgabe November 2010 wurde kurz vor dem Tag der offenen Tür an die Schülerinnen und Schüler verteilt, am Tag der offenen Tür gab es diese Ausgabe für Interessierte auch zu kaufen. Die zweite Ausgabe erschien im März 2011 kurz vor dem Elternsprechtag. Auch hier sollte ein positives Image der Schule ins Elternhaus hineingetragen werden.

Die Printform ist für uns die wichtigere Ausgabe, da man diese Ausgabe bekommt und lesen kann und es somit keine Holschuld darstellt.

Die Ausgaben sind allerdings auch im Netz erreichbar, unter:

<http://portal.schoolmagazine.at/online/BHAK%20und%20BHAS%20Baden/2010-2011/2>

<http://portal.schoolmagazine.at/online/BHAK%20und%20BHAS%20Baden/2010-2011/5>

4.2 Zukunftsaussichten

In der SGA-Sitzung vom 17. Mai 2011 wurde die Erhöhung der Sammlung für den Jahresbericht von € 10,00 auf € 12,00 beschlossen. Aus dem Jahresberichtstopf wird jetzt außerdem auch das Schulmagazin finanziert, das mit € 2,00 für zwei Ausgaben berechnet wurde.

Folgende Themenbereiche werden wir in den nächsten Ausgaben noch forcieren: Leserbriefe, kritische Schulberichte und Wettbewerbe.

4.3 Journalismus - Wettbewerbe und Initiativen in Österreich

2010 wurden lt. Auskunft von Reante Holubek, BMUKK, 25 Schülerzeitungen am media-literacy-Award (mla)⁵ des Bundesministeriums eingereicht.

2011 haben sich beim Schülerzeitungswettbewerb⁶ der Zeitschrift „Der Spiegel“ in Deutschland 496 Schülerzeitungen angemeldet.

Diese Statements sind zwar nicht vergleichbar, wer jedoch die Sieger des mla und des „Spiegel“-Wettbewerbs betrachtet, stellt fest, dass Deutschland hier klar die Nase vorne hat. Die Qualität der Berichte, das Layout, die Fotos und die Technik, mit denen diese aufgenommen wurden, sind äußerst professionell. Auch Schulmagazine aus den Niederlanden, die auf der Plattform www.schoolmagazine.nl abzurufen sind, zeigen teilweise hohe Kreativität und Professionalität.

Jugendliche, die früh Tatendrang und Engagement bei der Erstellung einer Schülerzeitung bewiesen haben, konnten dies dann in Ihrem Berufsleben ebenso umsetzen. Wolfgang Fellner⁷, als Jugendli-

⁵ http://www.mediamanual.at/mediamanual/projekte/eng_mla.php

⁶ <http://www.spiegel.de/schulspiegel/>

cher mitbegründer der Schülerzeitung „Rennbahn-Express“ ist in der Medienbranche ein großer Name.

Im Bundesland Niederösterreich zeigt sich leider, dass Schülerzeitungsinitiativen nicht weiter durch den Schülerzeitungswettbewerb des Landes NÖ gefördert werden. Laut Auskunft von Sonja Stockinger vom NÖ Landesjugendreferat wurden pro Jahr ungefähr 35 – 40 Schülerzeitungen eingereicht. Den Wettbewerb gab es seit dem Jahr 1988, doch da die Teilnahme von Jahr zu Jahr zurückging, wurde der Wettbewerb im letzten Jahr eingestellt. Das Land NÖ fördert allerdings Seminarkosten des Xchange Trainernetzwerkes⁸, das ein Seminar speziell für Schülerzeitungen im Angebot anbietet. Wir kamen am 15. Februar 2011 in den Genuss eines Fotoworkshops mit Thomas Sonnleitner, der beim Medienteam sehr gut ankam. Auch mit Gertraud Klemm, einer Schriftstellerin aus Baden, haben wir Kontakt aufgenommen. Sie verfolgt einen Hochbegabten-Schreibkurs⁹, der ebenfalls vom Land NÖ gefördert wird.

Ähnlich dem „Spiegel“-Vorbild findet man im Internet einen Schülerzeitungswettbewerb der Zeitschrift „Profil“ aus dem Jahr 2007/2008¹⁰. Danach ist dieser Wettbewerb anscheinend wieder eingeschlafen.

Der Wettbewerb „Die Presse macht Schule“¹¹ stellt den ausgewählten Finalisten eine „Presse“-Redakteurin/einen „Presse“-Redakteur zur Seite. Außerdem darf die teilnehmende Truppe in die „Presse“-Redaktion nach Wien reisen. Für uns war das im Schuljahr 2009/2010 eine ganz tolle Erfahrung.

Ein Angebot für Schüler-ReporterInnen gibt es auch von „Der Standard“ oder „News Schule“. Die Chefredakteurin Stefania Chirita reichte ihre Texte bei News Schule ein und durfte in der aktuellen Ausgabe von „News Schule“ 6/2011 ein Interview mit Bildungsministerin Dr. Claudia Schmid machen.

„Zeitung in der Schule“ (ZIS) bietet auch einen relativ offen formulierten Wettbewerb¹², mit Preisen, die für Zeitungsmacher geeignet sind.

Wir halten auch engen Kontakt zu den näheren Lokalzeitungen „Badener Zeitung“ und „NÖN“. Diese stehen uns immer mit Rat und Tat zur Seite und haben auch schon unsere Schülerinnen als Praktikantinnen im Sommer angestellt. Unsere Beobachtungen ergeben allerdings, dass Schülerredaktionen nicht mehr geführt werden, weil die personellen Ressourcen der Lokalzeitungen fehlen. Der Trend, dass die Journalistenanzahl der Lokalzeitungen sinkt, hängt sicher damit zusammen, dass es einerseits viel mehr Gratiszeitungen gibt und die Konkurrenz härter wird, aber auch die Zahl der Zulieferer von Berichten, die ihrerseits Öffentlichkeitsarbeit betreiben, steigt. In den USA kommen auf einen Journalisten inzwischen 2,4 PR-Leute. Sollten wir nicht unsere Schülerinnen und Schüler so ausbilden, dass sie gute Berichte schreiben können und der Zukunft gewachsen sind?

Im Zuge unserer Arbeit im Medienteam kam uns der Wettbewerb „Kamera NÖmedia 2011“ in die Hände, bei dem der Film über uns, erstellt von einem Medienteammitglied, einen Sonderpreis gewonnen hat und der nunmehr auch auf Youtube¹³ zu bestaunen ist.

⁷ http://de.wikipedia.org/wiki/Wolfgang_Fellner [6. Juli 2011]

⁸ <http://www.xchange-web.at/> [6. Juli 2011]

⁹ http://kreativakademien-noe.at/de.php/schreibakademien/on/ueber_uns/ [6. Juli 2011]

¹⁰ http://www.profil.at/prod/560/schuelerzeitung/img/pr_ausschreibung07.pdf [6. Juli 2011]

¹¹ <http://diepresse.com/home/bildung/pressemachtschule/index.do> [6. Juli 2011]

¹² <http://www.zis.at/fileitem.aspx?id=878> [6. Juli 2011]

¹³ <http://www.youtube.com/watch?v=u0hxxzq2Sbl> [6. Juli 2011]

5 EVALUIERUNG

Im Freigegegenstand sind wir uns einig, die Voraussetzungen guten Unterrichts zu erfüllen (vgl. Altrichter & Posch S. 57 ff, Abb 5.), denn wir stiften Sinn, stellen Lernen in den Mittelpunkt, beachten Lernvoraussetzungen, fördern Selbstständigkeit, stellen Ansprüche, stellen Alltagsbezüge her, erleichtern die Zusammenarbeit und evaluieren und entwickeln weiter.

5.1 Öffentliche Meinung

Frau Dr. Daniela Kittner ist Chefredakteurin für Innenpolitik bei der Tageszeitung Kurier. Ein kurzes per E-Mail eingeholtes Interview soll Recherchen bestätigen und diese auch von einem neuen Blickwinkel aus beleuchten.

Wie wichtig ist Ihnen unabhängiger Journalismus?

Ohne unabhängigen Journalismus funktioniert die Demokratie nicht. Man darf ja eines nicht vergessen: Auch die Inhalte, die im Web verbreitet werden, stammen von Journalisten und sollten stimmen. Es geht nicht nur um Zeitungen, Fernsehen und Radio.

Zweitens gibt es unabhängigen Journalismus nur in der Vielfalt. Jedes Medium hat Eigentümer, jeder Journalist/jede Journalistin hat eine Weltsicht (was nicht bedeutet, eine parteipolitische Bindung), wie ja auch der Geschmack und die Weltsicht der Leserschaft unterschiedlich sind. Die Demokratie braucht einen individuell unabhängigen Journalismus in einer Vielfalt von Medien.

Der GPA druckt Schülerzeitungen gratis, wenn man eine Mitgliedschaft unterschreibt und ein Inserat des GPAs druckt. Halten Sie diese Zeitungen dann noch für unabhängig?

Grundsätzlich ist ein Inserat allein noch kein Gängelband. Aber es wäre spannend, ob der GPA eine Schülerzeitung drucken würde, in der hinterfragt wird, ob man eine Gewerkschaft braucht. Aus dem Entgegenkommen des GPA ergibt sich sicher eine gewisse Erwartungshaltung, damit muss man umgehen. Wahrscheinlich gibt es aber in Schülerzeitungen wenige Themen, bei denen man sich mit dem GPA in die Quere kommt.

Unser Online-Dienst „schoolmagazine.at“ fordert uns auf, werbefrei zu arbeiten. Ist es das, was Schule bieten sollte, oder geht es an der Realität vorbei?

Grundsätzlich werbefrei zu arbeiten, ist realitätsfern. Ich würde im Gegenteil die Inserate mit den Schülern thematisieren. Zum Beispiel: Für welche Produkte möchten wir unser Medium als Werbeträger zur Verfügung stellen? Für welche nicht (z. B. Produkte, die nachweislich mit Kinderarbeit entstehen, Getränke mit Alkohol usw.)? So lernen die Schüler den richtigen Blick auf Medien, auf die Werbewirtschaft, auf die Finanzierung von Medien usw.

Ab welchem Alter sollte man Ihrer Meinung nach Schülerinnen und Schüler für das Schreiben an einer Zeitung fördern und fordern?

Ab dem Zeitpunkt, wo man das Gefühl hat, dass sie reif dazu sind. Das Alter verschiebt sich nach vorn durch das Facebook. Die Social Networks sind meiner Ansicht nach elektronische Tratsch-Zeitungen und keine intimen Tagebücher. Das muss man den Schülern frühzeitig klarmachen und sie auf den Umgang mit Information und Öffentlichkeit trainieren. Ich habe gerade letzte Woche von einem Schüler gehört, der wegen einer Facebook-Eintragung aus der Schule flog. Es gehört nämlich auch zum

Journalismus, dass man nur gesicherte Fakten weitergeben darf, dass man niemanden verleumden darf. Guter Journalismus ist Mut zur Wahrheit, also Mut UND Wahrheit.

Österreichweit werden ca. 25 Schülerzeitungen im Jahr beim media literacy award eingereicht. Was halten Sie von dieser Zahl und von Wettbewerben?

Das kann ich nicht beurteilen. Ich glaube, dass das Trainieren der Schüler für den richtigen Umgang mit Medien immens wichtig ist, weil Medien, und darunter verstehe ich eben auch die Internet-Plattformen, eine so enorm wichtige Rolle spielen. Ob das über eine Schülerzeitung oder in anderer Weise passiert, etwa eine Schulhomepage, die die Schüler gestalten, ist, glaube ich, zweitrangig. Am besten vielleicht beides, um auch die Unterschiede zwischen Inhalten am Schirm oder in gedruckter Form herauszuarbeiten.

Leider beantwortete Dr. Kittner nicht die Frage, die uns am wichtigsten schien: "Wie wichtig ist es für die Öffentlichkeitswirkung einer Schule, eine Schülerzeitung/Schulzeitung zu fördern?". Sie meinte dazu, dass sie die Öffentlichkeitswirksamkeit für die Schule nicht wirklich einschätzen könnte, da sie da nicht nah genug dran wäre.

In der Frage, ob es sinnvoll ist, werbefrei zu arbeiten, zeigt uns ihre Meinung, dass solch eine Arbeits-erleichterung für uns in der Praxis als realitätsfern gilt. Schülerinnen und Schüler als Anzeigenverkäufer auszubilden, ist wiederum eine Aufgabe, die Zeit, Wissen und Organisationsformen benötigt. In einer Handelsakademie sollte das alles kein Problem sein, doch wie wir alle wissen, ist zwischen wissen wie es geht und es können, ein großer Unterschied. In vergangenen Jahren hatten wir es öfteren so durchgeführt, dass jedes Medienteammitglied ein Inserat bringen musste. Im Schulsektor, genauso wie im Geschäftsleben, bekommt man Inserate meist nur über Beziehungen. SchülerInnen haben in der Regel diese Beziehungen noch nicht, kümmern sich noch zu wenig um die persönlichen Kontakte und geben relativ schnell auf. Das Verkäufer-Knowhow konnten wir nur bei wenigen SchülerInnen im Alter zwischen 14 und 19 beobachten.

In den beiden letzten Fragen des Interviews nach dem Alter der SchülerInnen und den Wettbewerben, suchten wir eine Bestätigung für unser Engagement bei diesem Projekt. Die Social Networks, in denen man im Kindesalter publizieren kann, zeigen uns, dass Medienbildung viel früher passieren müsste. Unsere Initiative ist somit ein „Tropfen auf den heißen Stein“. Dennoch haben wir es in den vergangenen zehn Jahren geschafft, aus einer Truppe, die sich fürs Zeitungsmachen interessiert, ein Fach für Hochbegabte zu machen. Unsere SchülerInnen bekommen als Dank für ihr Engagement, nachdem sie mindestens drei Jahre bei uns verbracht haben, eine schriftliche Anerkennung mit auf ihren Weg. Weiters hoffen wir, dass wir durch die Förderung der Teilnahme an Wettbewerben, unseren SchülerInnen ein verstärktes Engagement mitgeben, das ihnen in ihrem späteren Berufsleben helfen soll.

5.2 Der/die Einzelne als Teil des Teams

Im folgenden Kapitel reflektieren drei ausgewählte Schülerinnen und die Lehrerinnen über ihre Tätigkeit im Medienteam. Den Schülerinnen stellten wir folgende Fragen, die sie kurz beantworten sollten:

- Stell dich vor und beschreibe deine Rolle im Team!
- Wie war die Zusammenarbeit im Team zwischen Schülerinnen und Schülern unterschiedlicher Klassen? Hast du dich im Team ernstgenommen gefühlt? Wie war das Arbeitsklima?
- Welchen Unterschied siehst du zum normalen Unterricht in der Klasse?

- Wie war die Zusammenarbeit mit den betreuenden Lehrpersonen? Skala 1 schlecht – 10 gut
- Von wem hast du dir am meisten abgeschaut und was?
- Welche Fähigkeiten hast du, die du vor dem Besuch des Freigegegenstands noch nicht gehabt hast?
- Wie wichtig ist die Plattform schoolmagazine.at und warum?

5.2.1 Chefredakteurin Stefania Chirita, 18 Jahre

„Im Medienteam bin ich unter anderem für das Schreiben von Artikeln zuständig. Mit meiner Kamera bin ich quer durch die Schule unterwegs, um interessante Augenblicke fotografisch festzuhalten. Im Gegensatz zu Vanita Chen, ebenfalls Chefredakteurin, machen mir Berichte, Interviews und Kommentare mehr Spaß als das Gestalten des Layouts. Durch meine Rolle muss ich mein Team immer auf dem laufenden Stand der Dinge halten, sie regelmäßig per E-Mails briefen und Arbeitsaufträge verteilen. Das bringt viel Verantwortung mit sich, kostet Zeit, macht aber auch mächtig viel Spaß.

Anfangs befürchtete ich, dass die Altersunterschiede zu groß sein könnten, doch schon nach kurzer Zeit kristallisierten sich gerade diese als besonders interessant und erfolgsversprechend heraus. In unserem Medienteam macht es keinen Unterschied, wie alt man ist, Hauptsache, man bringt den Willen, den Eifer, etwas Neues zu schaffen, und Neugierde mit. Es ist sogar lustiger, wenn die Schülerinnen und Schüler aus unterschiedlichen Klassen kommen, weil es dadurch immer Geschichten zum Erzählen gibt.

Ja, ich fühle mich sehr ernstgenommen. Bei uns wird Meinungsfreiheit groß geschrieben. Jeder versucht sich mit kreativen Ideen und neuen Ansichten einzubringen. Dadurch herrscht ein sehr lockeres und familiäres Klima, das uns verbindet und uns motiviert. Wir können hier über alles reden, es gibt beinahe kein Thema, das tabu ist.

Zunächst einmal kann man „Gestaltung von und mit Medien“ nicht wirklich als Unterrichtsgegenstand bezeichnen. Zum einen hat das damit zu tun, dass unsere beiden Lehrerinnen nicht wie Autoritätspersonen auftreten, sondern stehen uns freundschaftlich in fachlichen Aspekten zur Seite. Wir haben auch keine fixen „Arbeitszeiten“, im Gegenteil: geschrieben, recherchiert und gelayoutet wird flexibel, miteinander und mit vielen Freiheiten.

Im Grunde schaue ich mir jedes Mal etwas von den Teammitgliedern ab. Ich lerne ständig dazu, besonders was Teamarbeit und Kommunikation betrifft. Am meisten schätze ich die Unterschiedlichkeit der anderen. Egal ob schüchtern, zurückhaltend, selbstsicher oder redselig – jeder Einzelne ist eine unverzichtbare Bereicherung für unser Medienteam, die ich nicht missen möchte.

Ich bin selbstsicherer und engagierter geworden, beobachte und analysiere viel mehr als früher. Außerdem bin ich teamfähiger geworden, nehme nicht mehr alles so ernst und habe gelernt, wie wichtig es ist, sich auch andere Meinungen anzuhören und diese zu würdigen. Ansonsten habe ich, journalistisch betrachtet, gelernt, interessante und lebhaftige Texte zu schreiben. *Schoolmagazine.at* nützen wir nicht wirklich, denn wir gestalten unser Layout über *InDesign*. Dieses Programm bietet mehr und reizt zum Experimentieren.“

5.2.2 Chefredakteurin Vanita Chen, 18 Jahre

„Die Zusammenarbeit verlief sehr gut, da wir mit dem Schulmagazin ein gemeinsames Ziel vor Augen hatten und jeder die Arbeit des anderen respektierte.

Der Unterschied zum normalen Unterricht ist, dass die Lehrer und Schüler viel enger miteinander kooperieren konnten und wir alle das machten, was uns Spaß macht. Dadurch hat man viel mehr Motivation, ein gutes Schulmagazin zu erstellen.

Zusammenarbeit: 10

Ich denke, man kann sich von allen etwas abschauen. Ich habe gelernt, mit Programmen umzugehen, die ich in meinem Zweig nie lernen würde, und ich habe gelernt, wie viel Arbeit in einem Schulmagazin steckt.

Die Plattform schoolmagazine.at ist gut, da man seine Ergebnisse gleich online sehen kann und dadurch das Team weiß, welche Aufgaben noch erledigt werden müssen.“

5.2.3 Redakteurin Serafina Demaku, 15 Jahre

„Mein Name ist Serafina Demaku, ich bin 15 Jahre alt und neben dem Hansi und der Karo die einzige aus der ersten Klasse. Ich bin ein Neuling im Medienteam, fühle mich aber sehr wohl und gut aufgehoben. Da die ersten Klassen im Keller sind und man dort unten nichts mitbekommt, fand ich es toll, mit älteren Leuten zu arbeiten, weil ich so mehr mitbekommen habe als meine Klassenkollegen. Wie oben schon erwähnt, fühle ich mich gut und auch ernstgenommen und ich freu mich jeden Freitag wieder aufs Medienteam. Hier lerne ich manchmal mehr als im normalen Unterricht, weil es viel spannender ist und ich das freiwillig mache und nicht weil irgendein Lehrer sagt, dass ich das jetzt machen muss. Die Zusammenarbeit mit den Lehrpersonen ist sehr gut. Ich habe von jedem etwas dazugelernt und bin froh, dabei zu sein. Seit dem Fotoworkshop weiß ich, worauf ich beim Fotografieren achten muss, und auch sonst lernt man jeden Freitag etwas dazu. Die Plattform schoolmagazine.at ist zwar schon wichtig, aber sie ist nicht das Gelbe vom Ei.“

5.2.4 Zusammenfassung der SchülerInnenstatements

Die Statements der Chefredakteurinnen belegen, dass sie den größten Kompetenzzuwachs erfahren haben. Die Bildung von Führungskräften im Klassenraum empfinden wir aus mehreren Gründen schwieriger als in der heterogenen Gruppe des Medienteams. Wir haben die Chefredakteurinnen im Medienteam als solche ernannt, nachdem sie am längsten Mitglieder im Medienteam sind und auch die fachlich besten Fähigkeiten mitbringen. Diese hierarchische und kompetenzorientierte Regelung funktioniert im Medienteam außerordentlich gut, obwohl wir am Anfang Bedenken hatten, ob die Chefredakteurinnen von der Gruppe angenommen werden. In den Projektgegenständen des berufsbildenden Schulwesens haben wir noch nie einen Projektleiter unsererseits ernannt. In der Regel werden aber auch hier bei der Projektleiterbestellung in der Gruppe gute Lösungen gefunden. Die Gruppendynamik in diesen Gruppen ist allerdings ganz anders. Durch die Homogenität der Gruppe, übernehmen ProjektleiterInnen meist nie eine Führungsaufgabe, weil die meisten Entscheidungen im Team getroffen werden. Die Gruppen sind auch entsprechend kleiner, weil wir als LehrerInnen vermeiden wollen, dass es zu viele TrittbrettfahrerInnen gibt. Unsere Chefredakteurinnen hatten im Medienteam eine tolle Herausforderung und haben diese auch wunderbar gemeistert. Innerhalb der Chefredaktion haben wir auch Aufgabenteilung beobachtet. Steffi war die Motivatorin, Ansprechpartnerin für Deutschformulierungen und erteilte fleißig Anerkennung in der Gruppe. Vanita übernahm die Organisation, Termineinhaltung und unterstützte bei technischen Problemen.

Die Zusammenarbeit wird von unseren SchülerInnen sehr hoch geschätzt und beruht auf Gegenseitigkeit. Wir beobachteten die Chefredakteurinnen, wie sie unsere früheren Aufgaben übernommen haben und uns, wie wir in neuen Aufgaben hineinwachsen. In den Aufgaben die Prozesse auf Metaebene zu beobachten, die Chefredakteurinnen zu beraten und die Übersicht zu bewahren.

5.2.5 Die Rolle als Coach

In der ersten Stunde des Freigegegenstandes legen wir die Regeln fest. Es sind unter anderem auch solche, dass wir mit Prof. Irmi und Prof. Heidi angesprochen werden. Das Du-Wort funktioniert in der Regel nicht, weil wir manche SchülerInnen auch im normalen Unterricht haben, obwohl in Zeiten, in

denen wir ganz eng zusammenarbeiten, so mancher Mitarbeiterin/manchem Mitarbeiter schon manchmal ein „Du“ uns gegenüber aus rutscht, was uns aber überhaupt nichts ausmacht.

Im heurigen Schuljahr haben wir versucht, uns zurückzunehmen und die Schülerinnen und Schüler arbeiten zu lassen. Wir waren einfach da und haben sie unterstützt, wenn um unsere Unterstützung angefragt wurde. Meistens haben wir uns mit den Chefredakteurinnen schon am Dienstag oder Mittwoch in einer großen Pause getroffen, um den Freitag zu besprechen, und haben ihnen Tipps gegeben, was als Nächstes zu tun ist.

Das Coaching in diesen Stunden, in denen wir informieren, unterstützen und leiten, soweit es die Gruppe braucht, läuft hier gut, denn in diesem Gegenstand denken wir nicht an Noten. Es ist das Endprodukt, das zählt, und unser gemeinsames Ziel, an dem wir gemeinsam arbeiten. Das ist auch der große Unterschied zum normalen Unterricht. Das Problem, dass SchülerInnen beim Läuten das Heft zuschlagen und die Pause ausrufen, kennen wir am Freitag Nachmittag nicht. Es fallen Aussprüche wie „Was, schon Schluss, darf ich noch dableiben?“ oder „Heute bleibe ich bis 22:00 Uhr“. Das Coaching in anderen Gegenständen, in denen wir Schülerprojekte betreuen, ist eine Gratwanderung. Wie weit soll man die Schülerinnen und Schüler unterstützen und wie viel kann man ihnen abverlangen? Im Medienteam ist es irgendwie klar, wie weit wir unterstützen: So weit es unsere Ressourcen erlauben, so weit es die Zeit erlaubt und soweit wir mit unseren Fachkenntnissen auch unterstützen können. Im Jahr der Freiwilligen engagieren wir uns für ein Produkt für die Schule, von dem wir erhoffen, dass es die Schulgemeinschaft stärkt.

Dr. Bernhard Bueb erwähnte in seinem Vortrag am 29. März 2011 in Perchtoldsdorf, dass ein Lehrer maximal 20 % zum Lernerfolg beiträgt. Die restlichen 80 % sind vielfältiger Natur. Lernen findet im Medienteam statt, aber auch hier sind nicht die Lehrerinnen die zentralen Wissensvermittlerinnen. Wissen und Kenntnisse wedern untereinander einfach ausgetauscht, abgeschaut, nachgemacht, neu erfunden und manchmal wird auch nur getrascht und wir sind alle Vertrauenspersonen und lästern über so manche Dinge. Wir beobachten Lernen hier so, wie es bei Kleinkindern ebenfalls stattfindet: Für gute Leistung gibt es Lob, nicht nur von Lehrerinnenseite, und das ist wohl der größte Motivator zur Stärkung des Selbstvertrauens. Die Heterogenität fördert die Kreativität.

Im letzten Jahr haben wir auch wieder viel dazugelernt. Als wichtigen Punkt für unsere Schülerinnen und Schüler stellen wir fest, dass sie die Herausforderung suchen. Die Teilnahme an Wettbewerben und die Fremdbestätigung der Gruppenarbeit ist ein wichtiger Punkt, weshalb das Kapitel 4.3 hier erwähnt sei.

Die Plattform *schoolmagazine.at* hat uns im letzten Jahr viel Geld und Aufwand erspart. Wir sind froh, dass wir es ausprobiert haben, denn sonst hätten wir an diesem IMST-Projekt nicht teilgenommen.

5.3 Die Genderfrage

Ist unser Schulmagazin gendergerecht?

Diese Frage wurde in der 1dk gestellt. Es wurde zuerst der Begriff „gendergerecht“ erläutert, dann das Schulmagazin vorgestellt und gesagt, wer es macht und unter welchen Umständen es entsteht.

Ein erster Blick auf das Impressum: Aha, in der Redaktion sind eher Frauen. Es wurde aber im weiteren Verlauf festgestellt, **dass das Magazin eine Streuung der Themen für alle hat und besonders das Titelblatt sowohl Jungen als auch Mädchen anspricht.**

Zitate:

„Manche Beiträge sind eher für Frauen, andere nur für Männer, aber das balanciert sich komplett aus.“

„Bei den Seiten 10 und 11 merkt man natürlich, dass sie von einer Frau geschrieben wurden, genau wie man beim Sportteil merkt, dass dieser von einem Jungen verfasst wurde. Aber es gleicht sich gut aus.“

„Es ist dem ersten Eindruck nach eher für Mädchen. Lorenz und mir (Raphael) gefallen vor allem Sport und der Handyvergleich.“

„‘Ein Zweikampf auf hohem Niveau‘ (Handyvergleich) ist sehr interessant für beide Geschlechter. ‚Echte Frauen, schöne Kurven‘ spricht eher die Mädchen an, aber für die Burschen sind die Fotos schön anzuschauen.“

„Im Großen und Ganzen ist die Zeitung gendergerecht. Es gibt aber auch so typische Mädchen- und Burschenthemen. Für Burschen z.B. Sport oder den Handy-Vergleich und für Mädchen den Aerobic-Kurs und Love-Tratsch.“ (Anm.: Diese beiden Seiten haben sich aber auch die Burschen gleich angeschaut!)

Wie man sieht, haben nicht alle Seiten in gleicher Intensität zur Stellungnahme herausgefordert. Verwirrung stifteten die Seiten 4 und 5: Der Artikel „Sprungbrett HAK“ wird eher „für Frauen“ eingestuft, „wahrscheinlich wegen der Bilder mit Kosmetika“, unterhalb sind drei Interviews mit Männern.

Die beiden Fotoseiten (12 und 13) wurden als ausgewogen beurteilt.

Beurteilung insgesamt: Unser Schulmagazin ist gendergerecht.

Das Ergebnis hat uns nicht wirklich überrascht. Unsere Redaktion ist überwiegend weiblich, gerade deshalb ist uns bewusst, dass wir auf einen Ausgleich schauen müssen. Am Gender-Thema kommen wir also nicht vorbei. Wenn es trotzdem inhaltlich einen „weiblichen Überhang“ gibt, so sehen wir das insofern als gerechtfertigt an, als es deutlich mehr Schülerinnen als Schüler (und auch mehr Lehrerinnen als Lehrer!) gibt.

6 LITERATUR

ALTRICHTER, Herbert & POSCH, Peter (2007). *Lehrer erforschen ihren Unterricht. Eine Einführung in die Methoden der Aktionsforschung*. Vierte, überarbeitete und erw. Aufl. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

BMUKK: Merkblatt für die Herausgabe von Schülerzeitungen. Online unter http://www.mediamanual.at/mediamanual/info/pdf/merkblatt_schuelerzeitung.pdf (24.06.2011)

GROEBEN, Annemarie (2008). *Verschiedenheit nutzen, Besser lernen in heterogenen Gruppen*. Erste Auflage. Berlin 2008: Cornelsen.

HOPFGARTNER, Gerhard & NESSMANN, Karl (2000). *Public Relations für Schulen – so gelingt erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit*. Erste Auflage. Wien: öbv und hpt Verlags GmbH & Co. KG.

RIENGEL, Enja (2008). *Schule kann gelingen! Wie unsere Kinder wirklich fürs Leben lernen*. Fünfte Auflage. Frankfurt am Main 2008: Fischer Verlag

WHITAKER, Todd(2009). *Was gute Lehrer anders machen*. Erste Auflage. Weinheim: BELTZ Verlag

Wustinger, Renate (2010). *Der Coach im Lehrer*. Online unter http://www.toolbox-bildung.de/fileadmin/user_upload/Schule/Sir_Karl_Popper_Schule/Artikel_Coaching.doc [01.06.2011].

Internet:

http://www.mediamanual.at/mediamanual/projekte/eng_mla.php [6. Juni 2011]

<http://www.schoolmagazine.nl> [6. Juni 2011]

<http://www.spiegel.de/schulspiegel/> [6. Juni 2011]

http://oeh.boku.ac.at/uploads/media/Blattlinie_01.pdf [6. Juli 2011]

<http://www.xchange-web.at/> [6. Juni 2011]

http://de.wikipedia.org/wiki/Wolfgang_Fellner [6. Juli 2011]

http://kreativakademien-noe.at/de.php/schreibakademien/on/ueber_uns/ [6. Juli 2011]

http://www.profil.at/prod/560/schuelerzeitung/img/pr_ausschreibung07.pdf [6. Juli 2011]

<http://diepresse.com/home/bildung/pressemachtschule/index.do> [6. Juli 2011]

<http://www.zis.at/fileitem.aspx?id=878> [6. Juni 2011]

"Ich erkläre, dass ich die vorliegende Arbeit (=jede digitale Information, z.B. Texte, Bilder, Audio- und Video Dateien, PDFs etc.) selbstständig angefertigt und die mit ihr unmittelbar verbundenen Tätigkeiten selbst erbracht habe. Alle aus gedruckten, ungedruckten oder dem Internet im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt übernommenen Formulierungen und Konzepte sind zitiert und durch Fußnoten bzw. durch andere genaue Quellenangaben gekennzeichnet. Ich bin mir bewusst, dass eine falsche Erklärung rechtliche Folgen haben wird. Diese Erklärung gilt auch für die Kurzfassung dieses Berichts, sowie eventuell vorhandene Anhänge."