Pressemitteilung

Beats and Bytes: Wie Jugendliche Hip Hop und digitale Medien für sich nutzen
Zehn Initiativen des „Media College Local“ starten

Berlin, 22. Juli 2010 – Laut Ergebnissen der ARD/ZDF-Onlinestudie verbringen Jugendliche täglich durchschnittlich drei Stunden im Internet. Wie die jungen Experten ihr Know-how nicht nur mit Gleichaltrigen teilen, sondern zum verantwortungsvollen Absender ihrer Interessen werden, zeigen die Projekte des Media College Local. Das Modul ist Teil des Media College, eines gemeinsamen Programmes der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) und Telefónica O_2 Germany, das im Rahmen der pan-europäischen Social Action Initiative Think Big stattfindet. Ziel ist es, die Medienkompetenz junger Menschen zu fördern.

Im Rahmen des Media College Local wurden insgesamt zehn Projekte ausgewählt und mit jeweils 10.000 Euro und fachlicher Beratung gefördert. Bundesweit konnten sich Träger der freien Jugendhilfe mit Projektideen bewerben, die sich mit medienpädagogischen Konzepten besonders an Jugendliche aus sozialen Brennpunkten richten. Ziel ist es, junge Menschen in der kreativen und kritischen Nutzung neuer Medien zu stärken und ihre sozialen Kompetenzen auszubauen. Medienpädagogen, Graffitikünstler und Rapper begleiten sie dabei und zeigen, welche beruflichen Perspektiven das Feld eröffnen kann. Die Jugendlichen geben ihren Anliegen mit Hilfe der neuen Medien eine Stimme. In Form von Lyrics, Filmen oder Breakdance-Performances präsentieren die jungen Kreativen ihre Gedanken der Öffentlichkeit.

Ein solches Media College Local ist beispielsweise die Initiative „Zukunftsmusik Reloaded“ des Berliner Vereins Archiv der Jugendkulturen. Weg vom Radio. Ab ins Radio, heißt es nun für die 20 jungen Teilnehmenden zwischen 16 und 21 Jahren. Dafür konzipieren und planen sie eine Hip Hop-Radiosendung mit Beiträgen und Interviews. Auf dem Weg dorthin diskutieren sie in Workshops über die Geschichte des Hip Hop und hinterfragen kritisch gängige Hip Hop-Texte. Am Ende des Projekts präsentieren die Jugendlichen ihre Ergebnisse als Download auf der eigenen Internetseite. Höhepunkt ist die Ausstrahlung der selbstproduzierten Radiosendung.

Regelmäßige Netzwerktreffen bieten ein Forum für den Austausch der Teilnehmenden untereinander und für die fachliche Begleitung durch die DKJS.

Weitere geförderte Initiativen und Informationen zum Programm Media College finden Sie unter: www.o2thinkbig.de.

Think Big ist ein soziales Engagement von O_2 mit einem besonderen Augenmerk auf der Unterstützung von jungen Menschen in den O_2 Märkten. Think Big wurde partnerschaftlich mit der Fundación Telefónica entwickelt und baut auf deren weltweit anerkannter Kompetenz in sozialen und kulturellen Belangen auf. Die Fundación Telefónica wurde 1998 in Spanien mit dem Ziel gegründet, nachhaltige Strukturen für soziale und kulturelle Projekte aller Unternehmen der Telefónica Gruppe zu schaffen, was die O_2 Unternehmen mit einschließt. Viele O_2 Mitarbeiter haben bereits am Proniño Programm der Fundación Telefónica teilgenommen, welches mehr als 163.000 Kinder in Südamerika bei deren Ausbildung unterstützt.

Telefónica O_2 Germany GmbH & Co. OHG gehört zu Telefónica Europe und ist Teil des spanischen Telekommunikationskonzerns Telefónica S.A. Das Unternehmen bietet seinen Privat- wie Geschäftskunden in Deutschland Post- und Prepaid-Mobilfunkprodukte sowie innovative mobile Datendienste auf Basis der GPRS- und UMTS-Technologie an. Darüber hinaus stellt das Unternehmen als integrierter Kommunikationsanbieter auch DSL-Festnetztelefonie und Highspeed-Internet zur Verfügung. Telefónica Europe hat 49 Millionen Mobil- und Festnetzkunden in Großbritannien, Irland, der Tschechischen Republik, der Slowakei und Deutschland.

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) setzt sich dafür ein, dass junge Menschen in unserem Land gut aufwachsen können und eine demokratische Kultur des Miteinanders erleben und erlernen. Sie stärkt Kinder in dem, was sie können und was sie bewegt. Sie ermutigt junge Leute, ihren Platz in der Gesellschaft selbst zu gestalten und ihr Leben couragiert in eigene Hände zu nehmen. Um ihnen dabei zur Seite zu stehen, bedarf es vieler und engagierter Mitstreiter. Deshalb bindet die DKJS Eltern, erwachsene Begleiter und Institutionen in ihre Programme ein und stößt Reformprozesse an: in Kindergärten und Schulen, beim Übergang in den Beruf, in der Familien- oder lokalen Jugendpolitik.

Pressekontakt:

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung
gemeinnützige GmbH
Programmkommunikation
Claudia Erdmann
Tempelhofer Ufer 11
10963 Berlin
t +49 (0)30 257676-79
f +49 (0)30 257676-10
e claudia.erdmann@dkjs.de
http://www.dkjs.de

Telefónica O_2 Germany GmbH & Co. OHG
Presseabteilung
Kerstin Gulden, Pressesprecherin
Georg-Brauchle-Ring 23-25
80992 München
t +49 (0)89 2442-1212
f +49 (0)89 2442-1209
e kerstin.gulden@o2.com
http://www.o2.de/presse