

Text-Abenteuer in der Politischen Bildung

Ein 2-Tage-Workshop zur Nutzung von TWINE in der Bildungsarbeit

Tag 1

Zeit	Was	Material / Vorbereiten
10 min	Begrüßungsmethode und kollaboratives Arbeiten vorstellen	z.B. Miro-Board, Beamer/Bildschirm
30 min	Plenum: Gaming – Genre und Vielfalt - Sammeln welche Games kennen wir?, Welche Genres gibt es? - Warum sind Games für Erinnerungsarbeit geeignet? (M1)	Miro
30 min	Input: Erinnerungskultur mit Games (M2)	
15 min	Pause	
60 min	Input: Digital Game Based Learning– kurze Einführung: Was ist DGBL? Und spannende Spiele für die politische Bildung (M3)	
60 min	Mittagspause	
20 min	Plenum: Einführung TWINE über ein einfaches Beispiel-TWINE mit Blick hinter die Kulissen bei der TWINERY Grundlagen (M4)	Miro, TWINERY TWINE Beispiel (selbst erstellt)
10 min	Pause	
60 min	Einzelarbeit: Dann gemeinsamer Start. Mit Anfangsgeschichte. „Du wachst auf, alles ist Dunkel, du erinnerst ...“	TWINERY, Notebooks, Tablets
40 min	Plenum: Vorstellen der Anfangsgeschichten, designtechnische und Speicher-Hinweise	USB Stick zum Sichern der HTML
	Ende	

M1 Input: Warum ist Spielen so gut geeignet für Bildungsarbeit?

Die Selbstbestimmungstheorie der Motivation stellt eine empirisch begründete, psychologische Motivationstheorie dar, die menschliche Motivation mit der Befriedigung psychologischer Grundbedürfnisse in Verbindung bringt.

3 Grundbedürfnisse:

- Erleben von Kompetenz
- Erleben von Autonomie
- Erleben von sozialer Eingebundenheit

Deci, Edward L. & Ryan, Richard M.(1993). Die Selbstbestimmungstheorie der Motivation und ihre Bedeutung für die Pädagogik - In: Zeitschrift für Pädagogik 39 (1993) 2, S. 223-238.

M2 Input: Erinnerungskultur mit Games

Erste Prämisse für Storytelling: sich bewusst zu machen den Unterschied zwischen historischer Akkuratessse und historischer Authentizität!



Abbildung: Eisermann, Thilo (2023)

Akuratessse: würde bedeuten sorgfältige Reproduktion (!) alles ist faktisch richtig, Zitate aus Quellen, sehr Objektive Perspektive, genaue Prozentzahlen (Gesellschaft) , echte Stadt, echte Ereignisse

- wenig Spielraum für Spielende (Grenzen der Fakten)
- nur weil wir es akkurat gestalten, heißt es nicht, dass wir die Sichtweisen der Zeitzeuginnen wiedergeben können
- Geschichtswissenschaft liebt es!
- für Themenfremde schwer zugänglich
- überraschende Erkenntnisse gehen gegen die eigene Erwartungen

Authentizität: etwas subjektives, etwas kann sich nur authentisch anfühlen, Übereinstimmung von Erwartung und Auftreten bei historischen Darstellungen, mit Vorerfahrung, eigenes Vorwissen, Medienerfahrung!!!!

- (die neusten historischen Erkenntnisse fühlen sich erstmal komisch)
- für Spiele wichtiger
- richten sich nach Erwartungen der Spieler*innen
- Erlebnis-Authentizität (Versprechen einer authentischen und historischen Atmosphäre)
- Stimmung der Zeit, wie wir glauben, dass sie war

- Bsp.: mächtige Kriegerin bei den Wikingern (!)
- Queere Menschen in 30er Jahren
- Auch Geschichte erzählt Geschichten (aus Fakten zusammen gestellt und im Kontext gedeutet, immer politisch konstruiert und soziokulturell gefärbt (Bild der Frau))
- Ziel wäre: Akkurat und Authentisch zu sein, so gut es geht

M3 Input: Digital Game Based Learning und spannende Spiele für die pol. Bildung

Spannende Spiele für die pol. Bildung:

Leons Identität

This War of Mine

Papers Please

Minetest

Gaming Communities

Games als Spiegel der Gesellschaft


Spannende Themen für die pol. Bildung:

Arbeitsbedingungen in der Games-Branche

Förderpolitik & Marktbedingungen in der Games-Branche

Digitale Spielewelten

M4 Input: TWINE Einführung

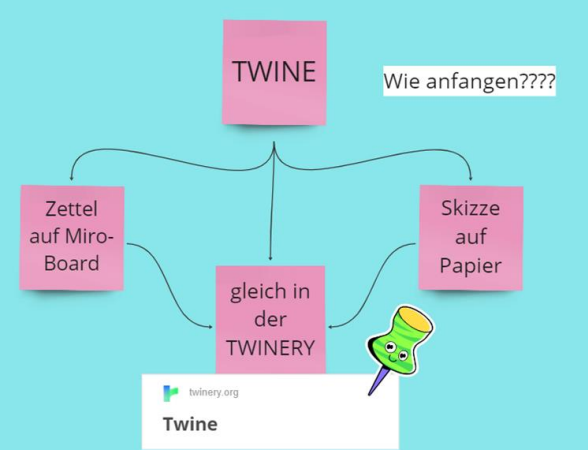


LOS GEHT'S MIT TWINE

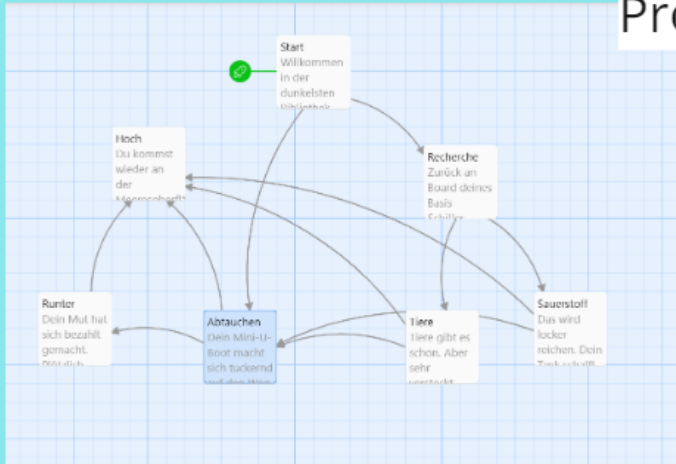
TWINE kann benutzt werden:

- damit die Spielenden Entscheidungen treffen können
- ihren individuellen Weg gehen können,
- Neues Lernen,
- sich in Welten hineinversetzen,
- unzeigbare Situationen in der Fantasie zu erschaffen
- ...

TWINE Wie anfangen????



Produktion



Text-Abenteuer

Dein Mini-U-Boot macht sich tuckerd auf den Weg tiefer ins Meer.
Die Geräte piepen und surren wild.
Sehen kannst du aber auch nach 30 Metern nichts.

Willst du lieber wieder auftauchen?
Oder möchtest du es noch weiter probieren?

Hoch
Runter

Ein Blick hinter die Kulissen erleichtert das Beginnen des eigenen Abenteuers mit gemeinsamen Start-Satz.

Tag 2

Zeit	Was	Material / Vorbereiten
10 min	Begrüßung - Ankommen	
40 min	Einzelarbeit: Probespielen Abenteuer (N1)	Notebooks oder Tablets
10 min	Pause	
30 min	Input: Game Design Grundlagen (N2)	Beamer, MIRO
60 min	Plenum und Einzelarbeit: Mit TWINE Text-Abenteuer-Spiele erarbeiten I – Gestaltungsmöglichkeiten und Bedingungen	TWINERY
50 min	Mittagspause	
60 min	Mit TWINE Text-Abenteuer-Spiele erarbeiten II Gestaltungsmöglichkeiten und Bedingungen	TWINERY
10 min	Pause	
40 min	Plenum: TWINEs vorstellen	Beamer, Transfermöglichkeit
50 min	Und jetzt?! Projektplanung und Management (N3)	Papiere, Text-Bearbeitung
	Ende	

N1 Einzelarbeit: Eintauchen ins Abenteuer:

[https://ifwizz.de/drachenjagd-\(2020-de\).html](https://ifwizz.de/drachenjagd-(2020-de).html) oder [https://ifwizz.de/stratos-\(2012-de\).html](https://ifwizz.de/stratos-(2012-de).html) spielen und Auswertung:

- Wie hat es sich angefühlt? Was ist gut gelungen? Was würdet ihr verbessern?

N2 Input: Game Design Grundlagen:

- Flanagan, Mary (2021). „If You Play It, Do You Believe It? – Making Game Stories Become Real with Embedded Design“
- “Embedded Design” – Game Design mit dem Ziel „ pro-soziale, pro-mensch Spiele zu erstellen, die den Anspruch haben einen positiven Einfluss auf die Welt zu haben“
- Glaubenssätze und Vorurteile “shiften” – Also Vorurteile und „Glauben“ verändern/durchbrechen und neue Denkprozesse anstoßen

3 Aspekte dieses Designs:

Obfuscation – Spiele können schwierige Themen angehen, aber Menschen nicht sagen, wie sie zu denken und zu fühlen haben! -> das wäre absichtlich innerhalb des Spiels eine Anti-Spiel Eigenschaft

- Manche Zielgruppen „glauben“ vieles zu wissen und distanzieren sich daher von Projekten, wie politischer Bildung – wenn zu deutlich wird, was das Ziel ist!
- Reaktanz gegen das Thema abbauen/umgehen, indem Entscheidungen getroffen/verlangt werden, die nicht vorrangig als „thematisch“ wahrgenommen werden, es aber trotzdem sind

Intermixing – Relevantes mit (scheinbar) un-relevanten Inhalten mischen, um Vorurteile bezogen auf das Thema zu umgehen.

- In diesen „intermixed“ Inhalten kann aber auch der Tenor des Gesamtprojektes wiedergespiegelt werden, aber mehr auf einer Ebene von Werten und Kultur: Offenheit, Selbstbestimmung von Daten etc.
- Alter der Jugendlichen beachten – und die Jugendlichen nicht unterschätzen! -> Schauspieler*Innen einsetzen
- Vorbilder Escape Games

Activating Fantasy – Distanz durch Zeit, Raum oder Bezug aufbauen

- „Something far away engages the imagination and makes us less likely to judge“ – etwas sehr weit entferntes aktiviert die Vorstellungskraft und verhindert Vorverurteilung
- Oma/Opa nicht als „eure“ Opas/Omas, sondern als neutralere Personen!
- Aber: Voll ausarbeiten! Ruhig eine Geschichte, Zeit, usw. komplett ausdenken!
- Hinweise auf „aufregende“ Vergangenheit? -> Frühzeit des Internets! Hacking?

Do's/Don'ts:

- Themen/Botschaften in Spielen müssen nicht unbedingt themenbezogen sein, um wirksam zu sein; sei nicht zu streng mit deiner Botschaft.
- Nutze Techniken wie Verschleierung, Vermischung und psychologische Distanzierung in Kombination mit künstlerischen Methoden, wie Metaphern und Symbolen.
- Vermeide die Verantwortung zu verstehen (oder immer zu kontrollieren!), was dein Spiel bewirkt!
- Nutze Fiktion zu deinem Vorteil! Fiktion kann mächtig sein! Denke nicht, dass Spiele die „Wahrheit“ über ein soziales Thema erzählen müssen, als wären sie ein Dokumentarfilm.
- Fessele die Spielenden, bevor du schwierige Themen angehst. Verzögere die Enthüllung einer bestimmten Perspektive oder Agenda!
- Denk daran, alle Spiele haben Botschaften und tragen kulturelle Werte – ob die Designer*innen es beabsichtigt haben oder nicht.
- Denke nicht, dass Spaß und ernste Themen nicht zusammenpassen können!

1. Was ist meine Vision?

2. Wer ist meine Zielgruppe?

Was ist meiner Zielgruppe wichtig?
Welche Welten kennen sie?
Welche Perspektiven finden Sie spannend?
Nicht jedes Spiel kommt bei jeder Person gleich gut an!

Was sind meine Story-Elemente?
Wie baue ich mein Spiel auf?
Wie viel gebe ich meiner Figur vor?

Zu Produktgruppen machen

kulturmanagement blog
Über Zielgruppe und Bedarfsgruppe
Die Zielgruppe und die Bedarfsgruppe sind wichtige Instrumente, um neue Kunden oder Besucher zu gewinnen. Nicht nur im Kulturbereich

Abbildung: Marie Bielefeld – Spawnpoint Institut für Spiel- und Medienkultur