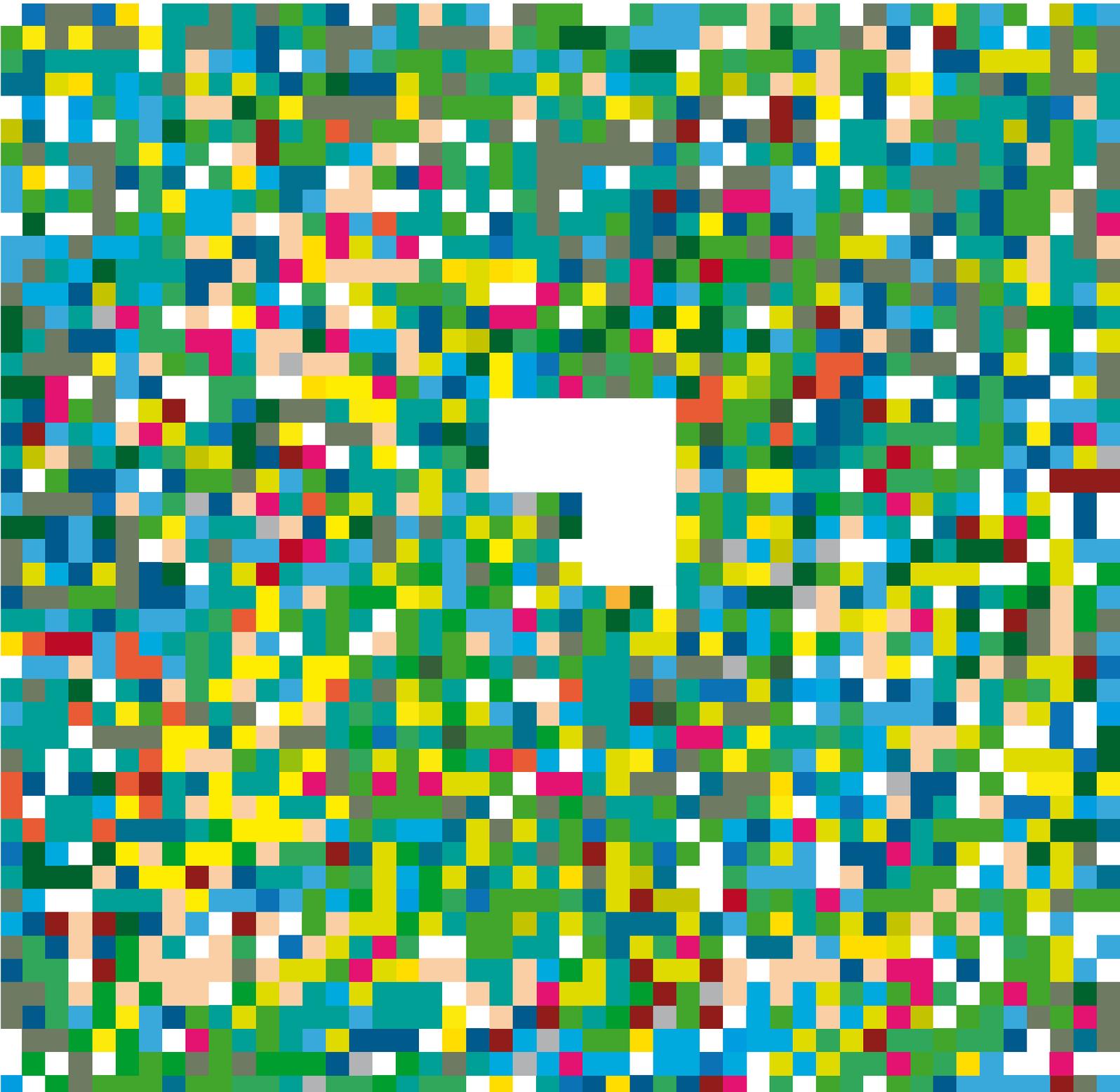


Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Das Projekt Medienscouts NRW	5
Projektziele.....	5
Zur Nutzung dieses Leitfadens.....	7
01 Mediennutzung und Medienkompetenz.....	9
Mediennutzung	9
Medienkompetenz.....	9
02 Herausforderungen der digitalen Welt.....	13
03 Der Peer-Education-Ansatz.....	17
Peer-Education	17
Peer-Education in der Medienkompetenzförderung	18
Best-Practice-Beispiele (aus der Pilotphase).....	18
04 Unterstützungsangebote zur Medienkompetenzförderung	25
05 Materialien für die Ausbildung zum Medienscout.....	29
Tipps für die Auswahl von Medienscouts	29
Didaktisch-methodische Hinweise zur Ausbildung von Medienscouts	30
Etablierung im Schulalltag	31
Materialien Internet und Sicherheit (Modul 1).....	32
Materialien Social Communities (Modul 2).....	33
Materialien Computerspiele (Modul 3).....	34
Materialien Handy (Modul 4)	35
Materialien Kommunikationstraining (Querthema a).....	36
Materialien Beratungskompetenz (Querthema b).....	37
Materialien Soziales Lernen (Querthema c)	38
Materialien Formulare und Vorlagen.....	39
06 Informationen und Hilfen.....	41
Projektwebsite	42
Projektbüro	42
Weiterführende Literatur	43
Ablaufpläne.....	44
Impressum	48



PRESS START



VORWORT

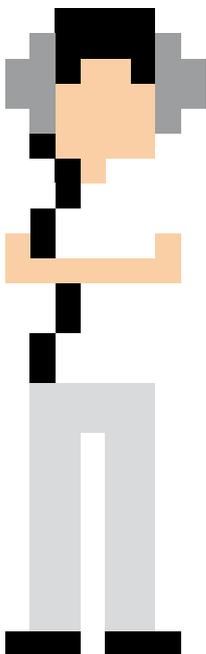
Cybermobbing, Gewaltvideos auf dem Handy, Einstellen von urheberrechtlich geschützten Fotos und Videos bei YouTube oder illegale Film- und Musikdownloads – die Mediennutzung von Heranwachsenden auch in ihren problematischen Formen macht vor der Institution Schule nicht Halt. Medien sind allgegenwärtig, Kinder und Jugendliche wachsen ganz selbstverständlich mit ihnen auf. Um nicht nur die Chancen, sondern eben auch die Risiken medialer Angebote zu erkennen und diese selbstbestimmt, kritisch und kreativ nutzen zu können, braucht man Begleitung, Qualifizierung und Medienkompetenz.

Untersuchungen verdeutlichen, dass der Ansatz der „Peer-Education“ hierbei besonders hilfreich ist. Dieser besagt, dass einerseits junge Menschen lieber von in etwa Gleichaltrigen lernen und andererseits etwa Gleichaltrige aufgrund eines ähnlichen Mediennutzungsverhaltens zielgruppenadäquat aufklären können.

Die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) führt seit 2012 das Projekt „Medienscouts NRW“ durch, im Rahmen dessen junge Mediennutzer im Schulkontext zu sog. „Medienscouts“ ausgebildet werden. Durch die Qualifizierung einer vergleichsweise kleinen Schülergruppe können weitreichende Effekte erzielt werden, da die ausgebildeten Scouts anschließend selbst als Referenten agieren und ihren Mitschülern als Ansprechpartner bei medienbezogenen Fragen und Problemen zur Verfügung stehen.

Die Erfahrungen und Handlungsempfehlungen aus den bisherigen Phasen unseres Projektes sind in der hier vorliegenden Praxis-Handreichung aufbereitet worden. Entstanden sind neben dem Manuskript vielfältige Arbeitsmaterialien, welche auf der Projektwebsite www.medienscouts-nrw.de als Download bereitgestellt werden. Die Praxis-Handreichung richtet sich sowohl an die neuen „Medienscouts NRW“-Schulen als auch an Interessierte, die hier eine Vielzahl von praktischen Anregungen finden.

Dr. Jürgen Brautmeier
Direktor der Landesanstalt für Medien NRW (LfM)





DAS PROJEKT MEDIENSCOUTS NRW

Das Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen hat sich in den vergangenen zehn Jahren grundlegend gewandelt. Heute ist der größte Teil der Jugendlichen mehrmals in der Woche oder täglich online. Dem Aspekt Kommunikation kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Etablierte Konzepte zur Vermittlung von Medienkompetenz können optimiert werden, um Jugendlichen einen sicheren und selbstbestimmten Umgang mit digitalen Medien zu ermöglichen. Ansätze der Peer-Education, wie sie zum Beispiel aus dem Bereich der Gesundheitserziehung bekannt sind, können auf den Bereich Medien übertragen werden.

PROJEKTZIELE

Bei der Ausbildung zum Medienscout sollen Schülerinnen und Schüler ihre eigene Medienkompetenz erweitern und entsprechendes Wissen, Handlungsmöglichkeiten sowie Reflexionsvermögen für einen sicheren, kreativen, verantwortungsvollen und selbstbestimmten Medienumgang aufbauen. Durch die Vermittlung dieser Aspekte an gleichaltrige Mitschülerinnen und Mitschüler soll zudem die Sozialkompetenz der Medienscouts gefördert werden.

Eine Aufgabe der Medienscouts kann zudem darin bestehen, ein entsprechendes Beratungs- und Informationssystem für andere Mitschülerinnen und Mitschüler aufzubauen und innerhalb dieser Angebote zielgruppenorientiert und adäquat reagieren zu können.

Wichtig für die Arbeit der Medienscouts ist es aber nicht nur, das entsprechende Wissen bezüglich des Umgangs mit Medien zu besitzen und dieses weitergeben zu können, sondern auch die Fähigkeit zu besitzen, die eigenen Grenzen erkennen und sich externe Hilfe holen zu können.

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat daher im Frühjahr 2011 das Projekt „Medienscouts NRW – junge Nutzer für junge Nutzer“ initiiert, das vom Duisburg Learning Lab (DLL) der Universität Duisburg-Essen und Marco Fileccia in einer Pilotphase durchgeführt wurde. Während des Pilotprojekts wurde ein Qualifizierungskonzept für die Ausbildung von Medienscouts und Beratungslehrkräften erarbeitet, welches in der vorliegenden Handreichung dargestellt wird.

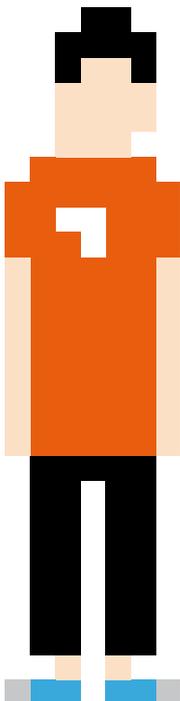
In einem Pilotprojekt wurden von April bis Juni 2011 an zehn Schulen Medienscouts ausgebildet, die im Schuljahr 2011/12 Informations- und Beratungsangebote für Gleichaltrige und jüngere Schülerinnen und Schüler bereitstellten und eigenständig eine zweite Generation von Medienscouts an ihren Schulen ausbildeten.

Inhaltliche Schwerpunktthemen der Ausbildung und der Informations- und Beratungsangebote waren bzw. sind:

- › Internet und Sicherheit,
- › Social Communities,
- › Handy und
- › Computerspiele.

Zudem beinhaltete die Ausbildung Elemente zum Kommunikationstraining, zur Beratungskompetenz und zum sozialen Lernen.

Da Jugendliche ein solches Angebot an Schulen nicht alleine etablieren und nachhaltig gestalten können und bei schwierigen Fragen Unterstützung und Beratung vor Ort benötigen, wurden an den Projektschulen jeweils zwei Beratungslehrerinnen bzw. Beratungslehrer speziell für den Bereich Medien qualifiziert.



Sollten die Beratungslehrerinnen und Beratungslehrer bei entsprechenden Fragen nicht weiterhelfen können, haben diese die Möglichkeit, sich an ein Expertenteam zu wenden. Das Expertenteam deckt die Themen der Workshops (Internet und Sicherheit; Social Communities; Handy und Computerspiele) ab, aber auch Fragen zum Verbraucherschutz oder zu schulpсихologischen Aspekten können an sie gerichtet werden.

Ein wichtiges Prinzip, das sich durch die ganze Ausbildung zog und das auch die weitere Arbeit in vielen Pilotschulen charakterisiert: Jugendliche und Erwachsene arbeiten gemeinsam. Die klassische Rollenverteilung zwischen Lehrenden und Lernenden wurde aufgehoben. Für die Lehrkräfte im Projekt ergab sich dadurch die wertvolle Erfahrung, authentischere und direktere Einblicke in die Medienwelt der Jugendlichen nehmen und die Potenziale und die Relevanz digitaler Medien für den Alltag von Jugendlichen erleben und verstehen zu können – besser als dies u. U. im normalen Unterrichtsgeschehen möglich wäre. Die Jugendlichen hingegen wurden als Expertinnen und Experten ernst genommen, da sie in vielen Bereichen Wissensvorsprünge gegenüber den Erwachsenen hatten und neben den Problemen und Risiken im Umgang mit Internet, Facebook und Co. auch gute Gründe für deren Nutzung in die Diskussionen einbringen konnten.

Die Medienscouts an den Pilotschulen erfüllen heute im Wesentlichen drei Aufgaben:

1) Prävention

Die Informationsangebote der Medienscouts helfen Mitschülerinnen und Mitschülern, einen sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien zu erlernen und dabei die Rechte und die Persönlichkeit anderer zu respektieren. Dadurch, dass die Probleme angesprochen, Gefahren thematisiert und sichere Verhaltensweisen aufgezeigt werden, können viele Konflikte aus der Welt geschafft werden, bevor sie überhaupt entstehen.

2) Beratung bei Problemen

Sollte es dennoch einmal zu Problemen etwa mit Urheberrechten oder mit persönlichen Daten kommen, oder sollten Fälle von Beleidigungen und übler Nachrede in sozialen Netzwerken auftreten, können die Medienscouts Hilfestellung geben, wie mit der Situation umzugehen ist. Dabei ist es aber auch wichtig, dass sie gelernt haben, ihre eigenen Grenzen einzuschätzen. Sie müssen abwägen, wann eine Straftat vorliegt oder wann aus einer „einfachen“ Beleidigung Cybermobbing wird. Dann haben sie in den Beratungslehrerinnen und Beratungslehrern Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner, die weiterhelfen können oder wissen, an welche Anlaufstellen sie sich wenden können.

3) Schulentwicklung

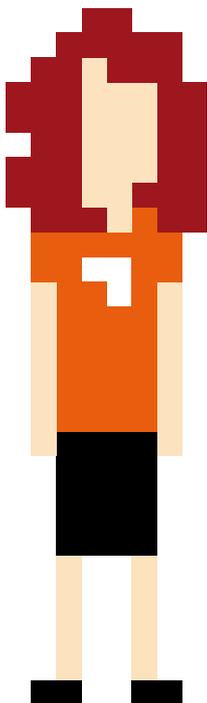
Die Arbeit der Medienscouts und der Beratungslehrerinnen und Beratungslehrer für den Bereich Medien ist keine isolierte Aktion einzelner Lehrkräfte und weniger Schülerinnen und Schüler, sie ist eine schulische Entscheidung, sich den Herausforderungen digitaler Medien aktiv zu stellen. Medienscouts sind eingebunden in eine Gesamtstrategie von Schulen, deren Schwerpunkt auch darauf liegt, das alltägliche Leben und Lernen mit Computer und Internet zu gestalten.

ZUR NUTZUNG DIESES LEITFADENS

Der vorliegende Leitfaden soll Ihnen helfen, ein Medienscout-Projekt an Ihrer Schule zu etablieren. Sie erhalten zunächst eine Einführung zu den Themen Mediennutzung und Medienkompetenz, bevor ein Überblick zu den Herausforderungen der digitalen Welt gegeben wird. Danach wird auf einen weiteren Schwerpunkt des Projekts, auf die Peer-Education, eingegangen und entsprechende Beispiele aus der Pilotphase vorgestellt.

Daran schließt sich die konkrete Anleitung zur Umsetzung des Projekts in einer Schule oder außerschulischen Institution an. Sie erhalten Tipps bezüglich der didaktischen Methode und Hinweise zu organisatorischen Rahmenbedingungen in Bezug auf die Einführung der Medienscouts. Zu allen Ausbildungsmodulen der Pilotphase stehen Ihnen Materialien (ggf. zur Anpassung) zur Verfügung. Am Ende des Leitfadens finden Sie nähere Informationen, z. B. zur Webseite des Projekts, dem Expertenteam und zu weiterführender Literatur.

Die Materialien, die für die Ausbildung der ersten Medienscouts entwickelt wurden und in den Pilotschulen nun auch zur Ausbildung der zweiten Generation von Medienscouts genutzt werden, haben wir in Modulen für Sie zusammengefasst. So haben Sie die Flexibilität, die Ausbildung an Ihre Möglichkeiten anzupassen. Sie können kompakte Thementage gestalten oder die Inhalte über einen längeren Zeitraum in Arbeitsgemeinschaften oder Kursen erarbeiten. In den Kommentaren zu den einzelnen Modulen finden Sie Hinweise zum Einsatz.





01 MEDIENNUTZUNG UND MEDIENKOMPETENZ

MEDIENNUTZUNG

Das junge 21. Jahrhundert ist das Zeitalter der gerätetechnischen Vollversorgung. In den Haushalten hatten, so die repräsentative JIM-Studie 2014, 100 Prozent (!) einen Zugang zu Handys und 98–99 Prozent (!) zu Computer, Fernseher und Internet. 97 Prozent der 12- bis 19-Jährigen besitzen ein eigenes Handy, 88 Prozent sogar ein internetfähiges Smartphone, und 76 Prozent einen eigenen Computer. Schon aus diesen Zahlen kann man ersehen, dass Jugendliche heute ständig von technischen Geräten umgeben sind. Noch vor einem Jahrzehnt für unmöglich gehaltene 94 Prozent geben an, täglich oder mehrmals pro Woche das Internet zu nutzen. Das Internet als technische Infrastruktur für eine Vielzahl von Medien ist ein selbstverständlicher Alltagsgegenstand geworden. Allen Angeboten voran spielt die Nutzung von YouTube, Facebook und WhatsApp die wichtigste Rolle. So ist es nicht verwunderlich, dass die Jugendlichen den Schwerpunkt ihrer Internet-Nutzung im Bereich Kommunikation sehen (44 Prozent), gefolgt von Unterhaltung (25 Prozent) und etwa gleichbedeutend Spiele (18 Prozent) und Informationssuche (13 Prozent) (alle Zahlen aus der JIM-Studie 2014).

MEDIENKOMPETENZ

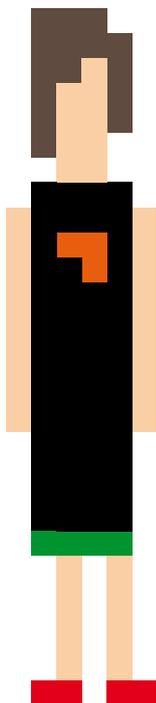
Schon dieser kurze Abriss zur Mediennutzung erklärt den Ruf nach „Medienkompetenz“ von Jugendlichen, dem sich nahezu alle bildungspolitisch relevanten Stellen angeschlossen haben. So weisen die Kultusministerkonferenz wie die Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (BLK, seit 2008: „Gemeinsame Wissenschaftskonferenz“) vielfach auf die Notwendigkeit der Förderung von Medienkompetenz hin. Auch die Europäische Kommission hat 2009 eine Empfehlung zur Medienkompetenz herausgegeben. Zahlreiche Initiativen (s. u.) auf Bundes- sowie Länderebene zeugen von diesem gesellschaftspolitischen Anliegen, dem der Rang einer „Schlüsselqualifikation“ zugesprochen wird.

Doch was bedeutet Medienkompetenz? Die alltägliche Arbeit mit Jugendlichen zeigt, dass sie in der Bedienung von Geräten oder Software keine Defizite aufweisen, im Gegenteil, vielen Erwachsenen sogar weit voraus sind. Scheinbar muss kein Erwachsener einer 15-Jährigen zeigen, wie man eine SMS schreibt. Wozu also Förderung von Medienkompetenz? Die Antwort ist einfach: Weil Medienkompetenz mehr ist als die Bedienung von Geräten oder Software! In der wissenschaftlichen Literatur ist keine allgemeingültige Definition von Medienkompetenz zu finden und zudem ist der Begriff bei vielen Autorinnen und Autoren unbeliebt und wird vielfach gerne durch „Medienbildung“ ersetzt. Und doch ist „Medienkompetenz“ etabliert, wenn es um die Frage geht, welches Wissen, welche Fertigkeiten und Fähigkeiten Jugendliche heutzutage haben sollten.

Eine gängige Theorie der Medienkompetenz beinhaltet z. B. folgende zentrale Elemente (vgl. Groeben 2002):

- › Medienwissen/Medialitätsbewusstsein,
- › Medienspezifische Rezeptionsmuster,
- › Medienbezogene Genussfähigkeit,
- › Medienbezogene Kritikfähigkeit,
- › Selektion/Kombination von Mediennutzung,
- › (Produktive) Partizipationsmuster und
- › Anschlusskommunikation.

Anhand dieser Dimensionen wird klar, dass es bei dem Begriff der Medienkompetenz

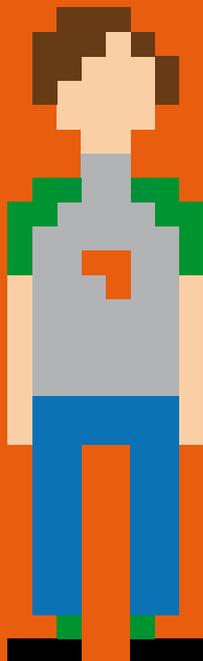


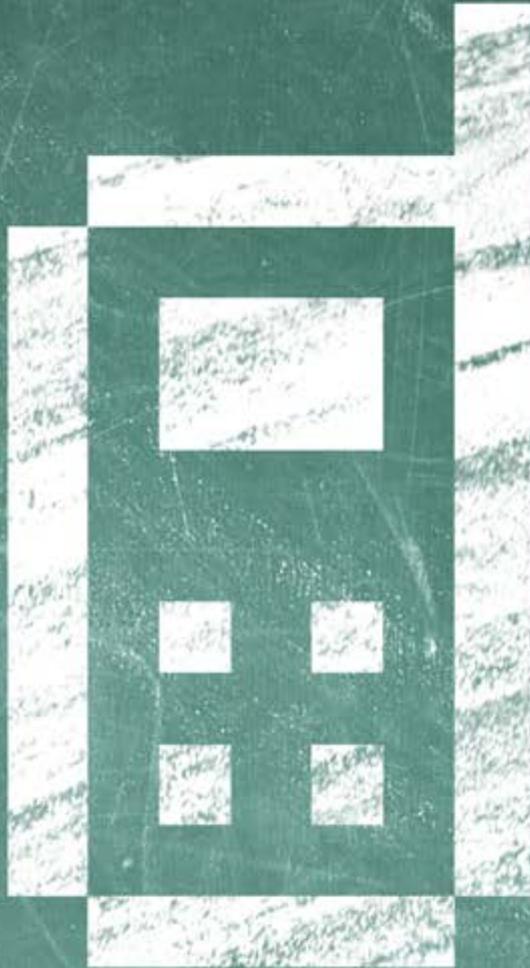
nicht alleine um das Wissen bezüglich der Nutzung von Medien gehen kann (Medienwissen/Medialitätsbewusstsein), sondern dabei weitere Aspekte eine wichtige Rolle spielen. So wurde festgestellt, dass zur Medienkompetenz ebenso zählt, sich über sein Nutzungsverhalten bewusst zu sein (medienspezifische Rezeptionsmuster); zu wissen, was zur Nutzung bestimmter Medien motiviert (medienbezogene Genussfähigkeit); auf Grundlage der konsumierten Information eine eigene Meinung bilden zu können (medienbezogene Kritikfähigkeit); fähig zu sein, aus den umfangreichen medialen Angeboten das für die momentanen Bedürfnisse geeignete herauszusuchen (Selektion/Kombination von Mediennutzung); Medien bzw. die Produktion eigener Inhalte als Teilhabe an der Gesellschaft zu begreifen (produktive Partizipation) und die Beeinflussung der eigenen Lebenswelt durch Medien erkennen zu können (Anschlusskommunikation).

Wie sich dieses Konzept der Medienkompetenz in der Praxis anwenden lässt, sollen folgende exemplarische Fragen zeigen, die Medienscouts beantworten können sollten:

- Wem gehört das Internet? (Medienwissen),
- Wie bediene ich ein Wiki? (Medienspezifische Rezeptionsmuster, hier als technologisch-instrumentelle Fertigkeiten),
- Warum finde ich einige Internet-Angebote besser als andere? (Medienbezogene Genussfähigkeit),
- Wie funktioniert die Werbung auf Facebook? (Medienbezogene Kritikfähigkeit)
- Welche Medienangebote gibt es für welche Zwecke? (Selektion von Mediennutzung),
- Wie erstelle ich ein YouTube-Video? (Produktive Partizipationsmuster) und
- Wie reagiere ich auf Empfehlungen von Freunden? (Anschlusskommunikation).

Diese Fragen ließen sich leicht um weitere ergänzen, wichtig sind die Dimensionen der Medienkompetenz, die in den Klammern dahinter gesetzt sind. Sie zeigen die große Bandbreite des Begriffes und damit die große Bandbreite von Wissen, Fertigkeiten und Fähigkeiten auf, die wir bei Jugendlichen fördern sollten.





02 HERAUSFORDERUNGEN DER DIGITALEN WELT

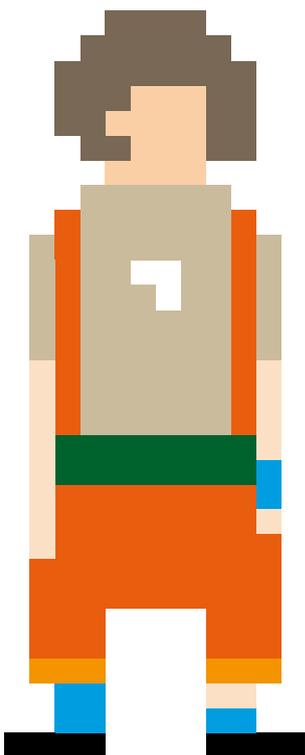
Bei allen Chancen und Möglichkeiten der digitalen Welt, die in der Ausbildung zum Medienscout vermittelt und gezeigt werden sollen, dürfen die ebenfalls bestehenden Herausforderungen nicht vergessen werden, die sich gerade für junge Menschen bei der Mediennutzung stellen. Die ersten Erfahrungen haben gezeigt, dass die Medienscouts gerade hier ihre originäre Aufgabe sehen, nämlich die Mediennutzung für Gleichaltrige und besonders für jüngere Schülerinnen und Schüler sicherer zu machen.

Die Herausforderungen verändern sich im Detail ständig, besonders in dem hochdynamischen Markt der medialen Angebote. Die Schülerinnen und Schüler können mit ihren alltäglichen Medienerfahrungen wichtige Indikatoren für existierende oder aufkommende Probleme sein. Zudem sind viele Fragen, etwa nach dem Datenschutz, dem Urheberrecht, den Allgemeinen Geschäftsbedingungen etc. hochkomplex. Deshalb werden an dieser Stelle nur kurze Hinweise gegeben, in den Workshop-Materialien können Sie sich die Themen mit Ihren Schülerinnen und Schülern gemeinsam vertiefend erarbeiten.

Problematische Inhalte: Zu den problematischen Inhalten gehören Themenkomplexe wie der leichte Zugang zu Pornografie, die Aktivitäten von Rechtsextremen im Netz, die Darstellung von Gewalt in Bildern und – nicht zu vergessen – die Verherrlichung von Essstörungen, beispielsweise in so genannten Pro-Ana- und Pro-Mia-Foren.

Spielen: Bei Computerspielen ist für viele Erwachsene der Blick auf die exzessive Nutzung und die damit verbundene zeitliche Dauer von Spielen problematisch, besonders ausgeprägt bei Online-Rollenspielen. Eng damit verbunden in der Wahrnehmung von (zumeist) Eltern ist die Suchtgefahr. Als weiteres Problem kann der – trotz aller Jugendschutz-Mechanismen – weiterhin mögliche Zugang zu Spielen gesehen werden, die (besonders durch die Darstellung von Gewalt- und Horror-Szenarien) nicht für bestimmte Altersgruppen geeignet sind.

Kommunikation: Der Bereich Kommunikation im Netz umfasst vor allem die sozialen Netzwerke, dort z. B. die beliebten Angebote von Facebook. Die Probleme können mit den Schlagworten Cybermobbing, sexuelle Anbahnung („Grooming“), ungewollte und massenhafte Nachrichten („Spam“), Beleidigungen/Beschimpfungen etc. in Chatrooms/auf Pinnwänden und per SMS sowie nicht autorisierte Kontaktaufnahmen skizziert werden. Daneben dürfen der Datenschutz, das Urheberrecht und die Persönlichkeitsrechte nicht vergessen werden. Jugendliche müssen über diese Themen Wissen erwerben und für die Problematik sensibilisiert werden (Was ist erlaubt und was nicht?).



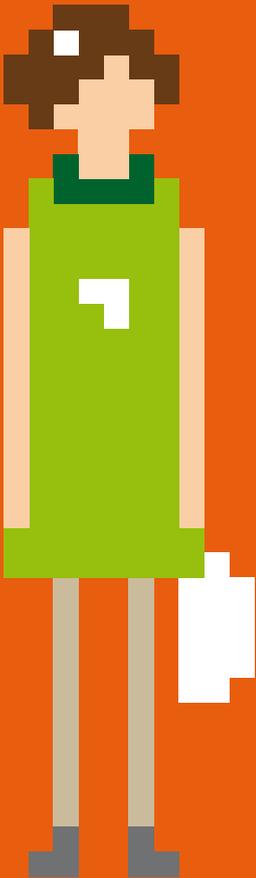
Informationskompetenz – Informieren und Recherchieren im Netz: Gerade die schier unerschöpfliche Informationsfülle im Internet, allen voran bei einer Suche über Google oder bei Wikipedia, erfordert einen kritischen Umgang mit diesen Angeboten und die Fähigkeit, entsprechende Quellen bewerten zu können.

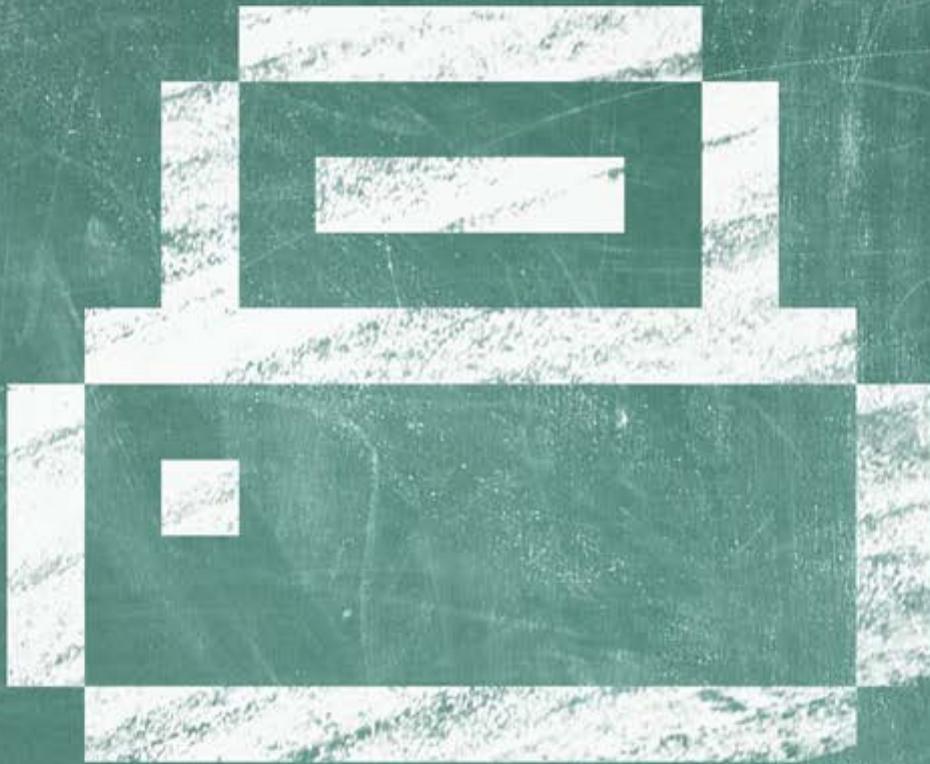
Ökonomische Aspekte: Unter Jugendlichen steht das Problem einer möglichen „Abzocke“ im Internet, also des Hereinfallens auf eine Abofalle oder des unabsichtlichen Abschlusses eines (oft teuren) Vertrages ganz oben auf der Liste der Herausforderungen im Internet. Zu diesem ökonomischen Aspekt gehören auch der Umgang mit Werbung (und ganz neuen Werbeformen bspw. auf Facebook durch virales Marketing) und die Entwicklung eines kritischen Verbraucherbewusstseins, z. B. in Bezug auf die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Internet-Angeboten.

Up- und Download: In Tauschbörsen können Dateien problemlos veröffentlicht (Upload) oder für eigene Zwecke gespeichert werden (Download). Das Urheberrecht setzt aber enge Grenzen, wenn es sich dabei um Inhalte Dritter handelt. Auch bei sozialen Netzwerken, in Blogs oder auf privaten Homepages können Inhalte angeboten werden, von denen Jugendliche wissen sollten, ob dies gegen Gesetze verstößt.

Technische Aspekte: Zu den eher technischen Aspekten gehören die Wahl von starken Passwörtern, die Installation einer Anti-Viren-Software, der Umgang mit Administrationsrechten am Computer und vieles mehr.

Viele der oben skizzierten potenziellen Problemkontexte sind eng miteinander verwoben. So sehen sich Jugendliche (auch ohne es zunächst benennen zu können) schon bei der Nutzung von Facebook mit den AGBs und Werbung konfrontiert, der Frage nach dem Datenschutz (was gebe ich von mir preis?), dem Urheberrecht (welche Fotos darf ich veröffentlichen?), den Persönlichkeitsrechten (wie kommuniziere ich mit den anderen?) und auch dem Spielen als Zeitfresser (z. B. bei dem beliebten Simulationsspiel „Farmville“).





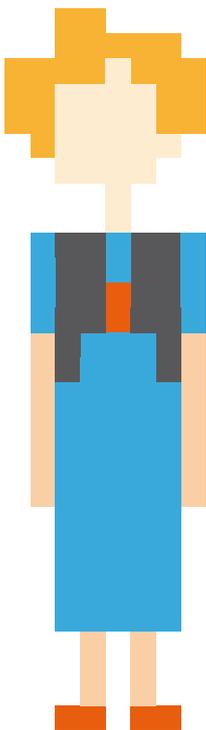
03 DER PEER-EDUCATION-ANSATZ

PEER-EDUCATION

Unter Peer-Education versteht man im Allgemeinen den Ansatz des Lernens durch und mit Gleichaltrigen. Abgeleitet von dem Begriff der Peer-Group als Gruppe von Gleichaltrigen, findet man die Methode der Peer-Education häufig im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit vor. Bei der Peer-Education handelt es sich um eine Methode, bei der Jugendliche anderen Gleichaltrigen oder gering älteren bzw. jüngeren Jugendlichen Wissen, Fertigkeiten und Fähigkeiten vermitteln. Erprobte Konzepte der Peer-Education gibt es im Bereich der Drogen- und Suchtprävention, für Gesundheitsthemen (bspw. Ernährung) oder der Verkehrserziehung. Der Vorteil der Peer-Education besteht aus Sicht von Pädagoginnen und Pädagogen darin, dass Kinder und Jugendliche das Wissen auf Augenhöhe vermitteln und sich in die Lage der anderen Kinder und Jugendlichen einfühlen können. So ist es ihnen möglich, Wissen verständlich zu kommunizieren. Zudem kann die Hürde für Kinder und Jugendliche niedriger sein, wenn sie sich bei Fragen an ihre Altersgenossen wenden können. Begründet liegt dies darin, dass die Hierarchie, die zwischen Kindern und Erwachsenen besteht, durch das ähnliche Alter und einem etwa gleichen Wissensstand aufgehoben werden kann. Zudem geht man davon aus, dass Gleichaltrige eine wichtige Bezugsgruppe und einen entscheidenden Sozialisationsfaktor für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen darstellen. Die (jungen) Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, d. h. die Jugendlichen, die ihr Wissen weitergeben, können dementsprechend als Vorbild wirken und Handlungsmöglichkeiten im Umgang mit schwierigen Situationen und Themen aufzeigen.

Innerhalb der Forschung zum Thema Peer-Education wird angenommen, dass die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren von dem Einsatz der Peer-Education-Methode weit mehr profitieren als die Zielgruppe selber. Für sie besteht die Möglichkeit, ihre fachlichen Kompetenzen zu vertiefen, da sich durch das Erklären und Wiederholen des Themas das zuvor Gelernte stärker einprägt. Aber auch ihre soziale Kompetenz wird gefördert, indem sie z. B. Informations- und Beratungsangebote für ihre Peer-Group durchführen und dabei entsprechend auf die Zielgruppe eingehen müssen. Die Empathiefähigkeit, sich also in die Situation des anderen hineinversetzen zu können und gemeinsam nach einer Lösung zu suchen, spielt dabei ebenfalls eine wichtige Rolle und ist eine Voraussetzung für den Aufbau von Sozialkompetenz (vgl. Kapitel 5). Durch die Anerkennung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren als Expertinnen und Experten für die eigene Lebenswelt und die damit einhergehende Verantwortungsübernahme und Mitbestimmung kann ihr Selbstbewusstsein gestärkt werden.

Trotz der genannten Vorteile stößt der Ansatz der Peer-Education an Grenzen. Einige Themenbereiche können und dürfen nicht von Kindern und Jugendlichen alleine vermittelt und verantwortet werden. So sind z. B. Fragen zur oder die Konfrontation mit psychischer/physischer Gewalt oder anderen Straftatbeständen in die Hände von Erwachsenen zu legen. Zu den hochproblematischen Bereichen gehören auch Suizid-Androhungen, Abhängigkeits-Problematiken oder (andere) schwerwiegende psychische Störungen, bei denen unbedingt erwachsene Expertinnen und Experten hinzugezogen werden müssen. Aus diesem Grund ist es für die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wichtig, dass ihnen erwachsene Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner zur Verfügung stehen.



PEER-EDUCATION IN DER MEDIENKOMPETENZFÖRDERUNG

Wie oben dargestellt wurde, geht man bei dem Ansatz der Peer-Education davon aus, dass sich die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren besser in die Lebenswelt der Mitglieder ihrer Peer-Group hineinversetzen können. Zum einen können sie häufig besser als Erwachsene einschätzen, auf welchem tatsächlichen Wissensstand sich die anderen Kinder und Jugendlichen befinden und dementsprechende Informationsangebote machen. Zum anderen stoßen Fragen aus der Gruppe bei den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nicht auf Unverständnis, da sie die Schwierigkeiten aufgrund gleicher oder ähnlicher Erfahrungswerte nachvollziehen können. Auf dieser Grundlage kann so u. U. schneller ein Vertrauensverhältnis zwischen Beratenden (hier die Kinder und Jugendlichen) und den nach Unterstützung Suchenden (der Peer-Group) entstehen.

Kinder und Jugendliche besitzen vor allem ein zum Teil umfangreiches Handlungswissen (Medienwissen/Medialitätsbewusstsein) und nutzen insbesondere digitale Medien ganz selbstverständlich im Alltag (produktive Partizipation). Häufig sind sie den Erwachsenen dabei sogar um einiges voraus. Durch den ähnlichen Wissensstand von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren und der Peer-Group können Kinder und Jugendliche ihr Wissen authentisch und glaubwürdig an Gleichaltrige vermitteln und erreichen so eine höhere Akzeptanz. So können sie durch den gleichberechtigten Status innerhalb der Peer-Group z. B. bei der Dimension der medienbezogenen Kritikfähigkeit mehr (positiven) Einfluss auf die Einstellung der Gleichaltrigen nehmen, als es Erwachsene könnten.

Die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren selber profitieren ebenfalls vom Ansatz der Peer-Education, da sie einerseits fachspezifisches Wissen und Handlungskompetenzen aufbauen und andererseits auch die eigene Sozialkompetenz durch selber konzipierte und durchgeführte Informations- und Beratungsangebote erweitern können (s. u.).

Wie im vorhergehenden Abschnitt bereits erläutert wurde, ist es jedoch speziell für das Thema der Medienkompetenzvermittlung wichtig, dass die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren einen erwachsenen Ansprechpartner haben.

BEST-PRACTICE-BEISPIELE (AUS DER PILOTPHASE)

Im folgenden Kapitel soll Ihnen ein Überblick darüber gegeben werden, welche Methoden die Pilotschulen sowohl für die Implementierung des Projekts als auch für die Ausbildung von neuen Medienscouts ausgewählt und umgesetzt haben. Die Beschreibungen sollen Sie unterstützen, die richtige Methode zur Umsetzung an Ihrer Schule zu finden.

Welche Pilotschulen gab es?

An der Pilotphase nahmen Schulen aus dem westlichen Ruhrgebiet teil (Bottrop, Mülheim a. d. Ruhr, Essen, Duisburg und Oberhausen). Die am Projekt beteiligten Schulformen umfassten:

- 2 Hauptschulen,**
- 2 Realschulen,**
- 3 Gesamtschulen und**
- 3 Gymnasien.**

Jede Schule nahm mit vier Schülerinnen und Schülern und zwei Lehrerinnen und Lehrern teil, so dass die Teilnehmergruppe in der Pilotphase 60 Personen umfasste, die gleichzeitig ausgebildet wurden.

Wie wurden weitere Medienscouts an den Schulen ausgebildet?

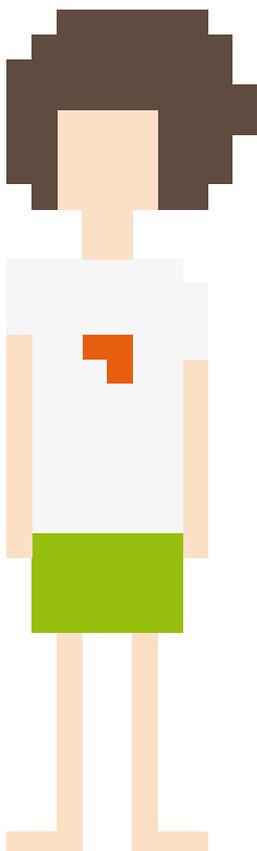
In der Pilotphase des Projekts gab es für die zehn teilnehmenden Schulen keine Vorgaben bezüglich der Implementierung der Medienscouts. Im Gegenteil, jede Schule sollte das Projekt individuell angepasst an ihre Situation und Rahmenbedingungen umsetzen können. Damit ergaben sich naturgemäß sehr unterschiedliche Konzepte im Bereich der Ausbildung neuer Medienscouts, die grob in a) eine unterrichtliche Einbindung und b) in Form eines außerunterrichtlichen Angebots unterteilt werden können. Im Folgenden sollen die unterschiedlichen Implementationsmöglichkeiten aufgezeigt werden, die auch in den am Projekt beteiligten Schulen umgesetzt wurden:

Variante A	Wahlpflichtkurs (unterrichtliche Einbindung)	Verankerung der Ausbildung innerhalb eines Wahlpflichtkurses z. B. im Fach Informatik.
Variante B	Arbeitsgemeinschaft – AG (außerunterrichtliche Einbindung)	Anbindung der Ausbildung innerhalb einer frei wählbaren AG. Angebot wird außerhalb des normalen Unterrichts eingerichtet.
Variante C	Freies Angebot	Ausbildung neuer Mitschülerinnen und Mitschüler durch erfahrene Medienscouts in einem freien Rahmen (z. B. in den Pausen oder nach der Schule).

Abb. 1: Varianten zur Implementierung der Ausbildung zu Medienscouts

Variante A (Wahlpflichtkurs)

An zwei am Projekt beteiligten Schulen wurde die Ausbildung der Medienscouts im Rahmen des Wahlpflichtunterrichts der siebten bzw. achten Klassen verankert (einmal als Kurs „Gesellschaftslehre/Informatik“, sowie als Kurs „Multimedia“). In diesem zweistündigen Unterricht wird ein ganzer Kurs (etwa 20 Schülerinnen und Schüler) mit Unterstützung der bereits geschulten Medienscouts ausgebildet.



„Wir haben in den Jahrgängen sechs und acht zu den Themen Sicherheit, Datenschutz, Social Networks und Cybermobbing mit den Schülerinnen und Schülern in den Stunden „Erwachsen Werden“ (Lions Quest) gearbeitet. Wir fanden das Thema zu wichtig, als nur eine kleine Gruppe von Scouts in diesen Themenkomplex einzuarbeiten. Denn oft ist es so, dass Cybermobbing durch Unbekümmertheit entsteht. Schülerinnen und Schüler denken oft nicht über die Konsequenzen für sich und die Opfer nach. Heutzutage gehören die „Neuen Medien“ zu dem Alltag dazu und somit zum Erwachsenwerden. Uns war es wichtig, viele Schülerinnen und Schüler anzusprechen, vor allem die sich neu bei Facebook oder SVZ anmelden. Aber auch der kritische Gebrauch dieser Netzwerke sollte bei uns in den Vordergrund gerückt werden, um Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit zu geben, Fragen oder Probleme anzusprechen. Außerdem gewährleisteten wir so, dass über einen längeren Zeitraum über Sicherheit im Netz und Cybermobbing nachgedacht wird. So werden auch die Medienscouts und das Projekt schneller bekannt.“ (Statement einer Lehrkraft)

Variante B (Arbeitsgemeinschaft – AG)

An einer anderen Schule wiederum ist die Ausbildung der Medienscouts in bereits zusätzlich vorhandene Angebote integriert worden. Dort wird z. B. das Jugendförderprogramm „Lions-Quest“ (LQ) zur Ausformung der sozialen Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe I umgesetzt. Die Ausbildung der Medienscouts (hier siebte bis neunte Klasse) wird in dem einmal pro Woche stattfindenden Unterricht der Klassen sechs und acht eingebunden.

Neben diesen regelmäßigen – wöchentlichen – Ausbildungsstunden, die zu festen Terminen in den Stundenplan integriert sind, kann die Ausbildung z. B. auch an zwei ganzen Schultagen im Beratungsbereich umgesetzt werden. In der Praxis findet bei diesem Beispiel parallel dazu eine wöchentliche Arbeitsgemeinschaft (AG) in einem zeitlichen Rahmen von einer Stunde statt.

Variante C (Freies Angebot)

Eine weitere Variante zur Ausbildung der Medienscouts stellt ein außerunterrichtliches Angebot dar. Dabei treffen sich die Schülerinnen und Schüler z. B. in den Pausen und nach dem Unterricht. Diese Treffen dienen einerseits dem Informations- und Erfahrungsaustausch der bereits ausgebildeten Medienscouts und andererseits der Planung von Informationsangeboten und Ausbildungseinheiten für nachfolgende Generationen. Um ein solches Modell erfolgreich umsetzen zu können, sind entsprechend ausgestattete Räumlichkeiten, die den Medienscouts möglichst frei zur Verfügung stehen, wichtig. An einer Gesamtschule und einem Gymnasium dient das in der Schule eingerichtete Internetcafé z. B. als (sehr niedrigschwellige) Kontaktmöglichkeit für Fragen an die Scouts. Ähnlich werden Beratungsangebote auch an anderen Schulen durchgeführt; so sind die Medienscouts während zwei Mittagspausen in einem speziell eingerichteten Raum für ihre Mitschülerinnen und Mitschüler ansprechbar. An einer anderen Schule geschieht dies in Absprache und Zusammenarbeit mit den Streitschlichtern in deren Büro.

Der außerschulische Ansatz basiert auf einer hohen Motivation seitens der Schülerinnen und Schüler, da keine direkte Verbindlichkeit besteht, wie etwa bei den im Unterricht eingebundenen Angeboten.

„Ich schätze die Methode des freien Angebots zur Umsetzung des Projekts als gut ein, da man den Schülern die Angebote nicht aufzwingt, sondern sie freiwillig kommen können. Und desto bekannter das Projekt wird, desto mehr Schüler werden sich auch dafür interessieren, da Medien ein immer wichtigeres Thema in der Schule werden. Daher habe ich es auch als besonders gut empfunden, dass wir das Projekt in den Klassen jeweils vorgestellt haben, denn so weiß jeder Bescheid und kann in Problemfällen die Medienscouts kontaktieren.“ (Schülerstatement)

Eine Mischform aus Variante A und C bildet die „Pflicht-AG“, wo Schülerinnen und Schüler aus einem Angebotspool die Teilnahme an einer einmal pro Woche nachmittags stattfindenden Arbeitsgemeinschaft auswählen müssen.

Einige Schulen haben auch geplant, während eines gemeinsamen Wochenendes mit erfahrenen und neuen Medienscouts unter Begleitung der Lehrerinnen und Lehrer eine Jugendherberge zu nutzen, um neue Medienscouts auszubilden. Diese Möglichkeit ist sicherlich von großem Vorteil hinsichtlich der Aspekte des sozialen Lernens und dem Zusammenwachsen von Jugendlichen zu einer (erfolgreichen) Gruppe.

Innerhalb der o. a. Konzepte gibt es große Unterschiede in den Inhalten der Ausbildung zum Medienscout. Einige Schulen haben nach der Pilotphase „Spezialisten“ für einzelne Themen (bspw. zur Handynutzung) ausgebildet. Andere setzen das Projekt mit „Generalisten“ um, die alle Themen vermitteln können. Beide Systeme haben Vor- und Nachteile. So sind Spezialisten oft im Detail besser informiert, Generalisten flexibler einsetzbar und als Vorbild überzeugender. Oft wählt die Schule zunächst einen Schwerpunkt, der auch von den Problemlagen an der jeweiligen Schule abhängig sein kann. So wurde in der Anfangszeit häufig das Thema „Social Communities“ mit dem Spezialfall „Cybermobbing“ in der Ausbildung bevorzugt. Als Ergänzung zu den Varianten von Implementierungsstrategien werden im nachfolgenden Kapitel nun die möglichen Beratungs- und Informationsangebote der Medienscouts ausgeführt.

Angebot A	Beratung bei Bedarf	Die Medienscouts stehen ihren Mitschülerinnen und Mitschülern in Sprechstunden oder über Online-Foren zur Verfügung.
Angebot B	Informationsangebote/ Projektstage	Die Medienscouts besuchen Klassen und informieren zu bestimmten Themen oder gestalten Informationsangebote für Projektstage (Flyer, Infostand, Vorträge, etc.).
Angebot C	Elternabend/ Lehrerfortbildung	Bei Elternabenden oder Lehrerfortbildungen informieren die Medienscouts über Themen aus dem Bereich Internet.

Abb. 2: Mögliche Informations- und Beratungsangebote der Medienscouts

Wie arbeiten die Medienscouts an den Schulen?

Bezüglich der Informations- und Beratungsangebote, die nach der Ausbildung der Medienscouts von diesen in der Schule eingeführt wurden, zeigte sich, welche vielfältigen Möglichkeiten sich hier ergeben. So haben einige Schulen Beratungsangebote (Beratung bei Bedarf) für Mitschülerinnen und Mitschüler etabliert (Angebot A), andere haben Informationsangebote im Rahmen des Unterrichts oder an Projekttagen u. ä. veranstaltet (Angebot B) und wieder andere Schulen haben Elternabende oder auch Lehrerfortbildungen rund um das Thema Internet angeboten (Angebot C). Einige Schulen haben diese Möglichkeiten auch miteinander kombiniert. So findet an einer Gesamtschule sowohl ein Projekttag für die Klassen 5 und 6 statt, den die Medienscouts planen und durchführen, als auch Eltern-Informationsveranstaltungen zu den Themen Computerspiele und Social Communities. Die Medienscouts an einem Gymnasium z. B. haben einen „Facebook-Profil-Check“ entwickelt, den sie auf Elternabenden und auch in Form von Lehrerfortbildungen anbieten.

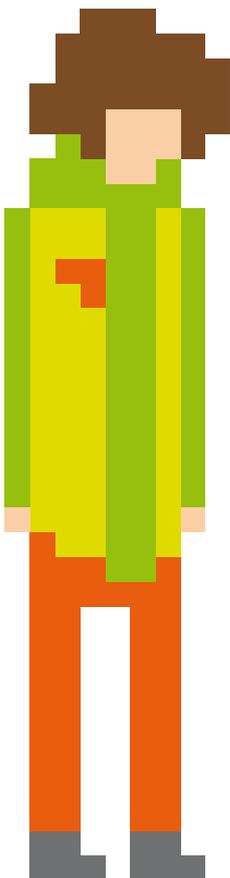
Angebot A (Beratung bei Bedarf)

Ein zusätzliches Angebot zu Beratungen vor Ort (s. o.) stellen Beratungs- und/oder Informationsangebote der Medienscouts im Internet dar. Hierfür werden E-Mailing, aber auch unterschiedliche Plattformen genutzt, z. B. die Lernplattform „Moodle“, das „LO-Net“ und selbstverständlich die sozialen Netzwerke wie Facebook. Über diese Plattformen ist es möglich, die Medienscouts zu kontaktieren und sie bei Schwierigkeiten oder Unklarheiten um Rat zu fragen, oft auch anonym. So gibt es an einer Gesamtschule einen „E-Mail-Kummerkasten“ und an einem Gymnasium wurde eine eigene Medienscouts-E-Mail-Adresse eingerichtet, die nur von den Schülerinnen und Schülern gelesen werden kann (und nicht von den betreuenden Lehrerinnen und Lehrern).

„Wir benutzen Moodle, weil jeder an unserer Schule sich dort anmelden kann und wir so einfach kommunizieren können.“ (Schülerstatement)

Angebot B (Informationsangebote/Projektstage)

An vielen Pilotschulen gab es ein Informationsangebot für jüngere Schülerinnen und Schüler (meist Klassen fünf und sechs), die von den Medienscouts durchgeführt wurden, z. B. als Stationenlernen und mit Hilfe der Materialien der Ausbildung (s. u.). So sind die Medienscouts einer Realschule und einer Hauptschule an jeweils einem Projekttag in den fünften Klassen tätig. In anderen Schulen sind die Scouts im Rahmen einer Pflicht-AG als Ausbilderinnen und Ausbilder oder in Form von jahrgangsspezifischen Workshops für die Jahrgänge sieben und acht aktiv. Es besteht



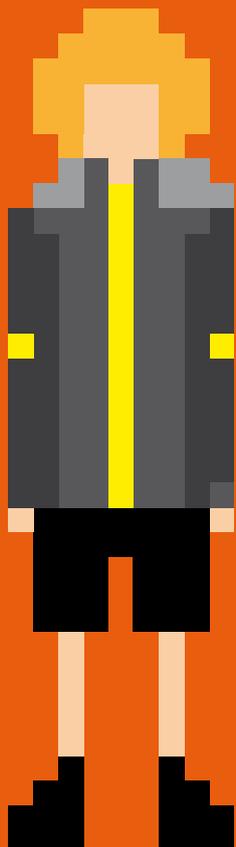
aber auch die Möglichkeit, dass die Medienscouts über das Schulhalbjahr verteilt eine selbst konzipierte dreistündige Veranstaltung für alle sechsten Klassen (z. B. zum Thema „Social Communities“) durchführen. An Projekttagen könnten darüber hinaus z. B. alle neunten Klassen allgemein über „Social Communities“ und hier speziell zu „Cybermobbing“ informiert werden, während die achten Klassen eine von den Medienscouts erstellte QR-Code-Rallye zu Themen aus dem Bereich Internet und Sicherheit durchführen.

Angebot C (Elternabend/Lehrerfortbildung)

Flankierend zu Beratungsangeboten und Informationsveranstaltungen werden schultypübergreifend viele Angebote gemacht, wie z. B. Elternabende, die von den Schülerinnen und Schülern geplant und moderiert werden, oder die Vorstellung der Medienscouts während regulärer Klassenpflegschaftssitzungen.

Welches Fazit kann man ziehen?

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die ausgebildeten Medienscouts, über alle Schulformen hinweg, hoch motiviert viele Aktivitäten entfaltet haben. Sie waren sowohl in der Ausbildung neuer Medienscouts (der zweiten Generation) als auch mit der Gestaltung von Angeboten für Jugendliche und Erwachsene tätig. Dabei kann man grob zwischen Beratungsangeboten, die die Mitschülerinnen und Mitschüler bei Bedarf wahrnehmen können, und den Informationsveranstaltungen unterscheiden, die als Pflicht im Rahmen normaler schulischer Aktivitäten durchgeführt werden. Bemerkenswert ist noch, dass in den allermeisten Fällen die Schülerinnen und Schüler selbst die Angebote entwickelten und engagiert durchführten. Dabei half es sicherlich, die Themen in der eigenen Ausbildung in einer kooperativen, partizipativen und gleichberechtigten Weise kennengelernt zu haben.





04 UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE ZUR MEDIENKOMPETENZFÖRDERUNG

Viele Organisationen bieten kostenlose Materialien zum Thema Medienkompetenzförderung an. Vor allem die Initiative klicksafe (s. u.) stellt ausgearbeitete Unterrichtsmaterialien bereit (Download unter www.klicksafe.de/materialien). Juristische Fragen zur Mediennutzung werden sehr anschaulich z. B. bei www.irights.info dargestellt, das Thema Handy wird z. B. bei Handysektor (www.handysektor.de) aufbereitet zur Verfügung gestellt. Zu Computerspielen finden sich Informationsmaterialien z. B. beim Spieleratgeber NRW (www.spieleratgeber-nrw.de), beim Institut Spielraum der Fachhochschule Köln (www1.fh-koeln.de/spielraum) und beim Best-Practice-Kompass der LfM (<http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de>). Weitere Materialien zu digitalen Medien finden sich z. B. bei Jugendschutz.net (www.jugendschutz.net), für jüngere Schülerinnen und Schüler beim Internet-ABC (www.internet-abc.de) oder auch bei Schau hin (www.schau-hin.info) und den Verbraucherzentralen. Weitere Hinweise zu den Materialien finden sich in der Auflistung der Ausbildungseinheiten. Die Ausbildung der Medienscouts beruht zu großen Teilen auf diesen Materialien, die kostenlos in der Schule eingesetzt werden können.

Institutionen

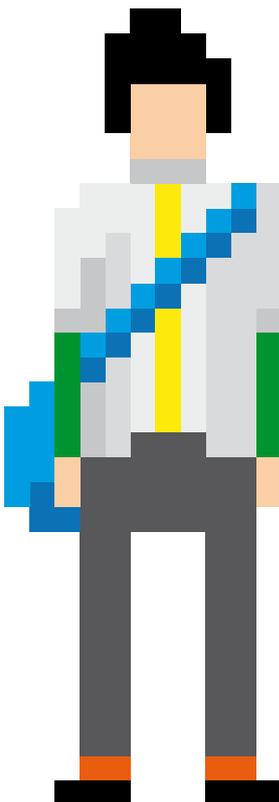
Zahlreiche Institutionen setzen sich mit ihren Initiativen für die Förderung von Medienkompetenz bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen ein. Im Folgenden angegeben sind diejenigen, auf die im Rahmen der Ausbildung von Medienscouts zurückgegriffen wird und die ihre Angebote i. d. R. kostenfrei zur Verfügung stellen.

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) www.lfm-nrw.de: Die LfM hat als Zulassungs- und Aufsichtsinstanz für den privaten Rundfunk in Nordrhein-Westfalen auch die gesetzliche Aufgabe, die Medienkompetenz im Land zu fördern, die Medienerziehung zu unterstützen und zum selbstverantwortlichen Umgang mit allen Formen analoger und digitaler Medienkommunikation beizutragen. Zu diesem Zweck initiiert sie Forschungsprojekte zu aktuellen Medienthemen, entwickelt Informations- und Qualifizierungsangebote für Fachkräfte, Kinder und Erwachsene und fördert die bürgermediale Partizipation.

klicksafe.de www.klicksafe.de: klicksafe ist eine Sensibilisierungskampagne zur Förderung der Medienkompetenz im Umgang mit dem Internet und den neuen Medien im Auftrag der Europäischen Union. Unter dem Motto „Mehr Sicherheit im Internet durch Medienkompetenz“ ist klicksafe auf verschiedenen Ebenen aktiv. Ein wichtiger Schwerpunkt ist es, Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen, Kinder, Jugendliche und den allgemeinen Internetnutzenden mit praktischen Informationen, Flyern und Broschüren über Themen wie Abzocke im Internet, Datenschutz, Cybermobbing oder Computerspiele zu informieren.

Handysektor – Sicherheit in mobilen Netzen www.handysektor.de: Diese Internetseite ist ein werbefreies Informationsangebot für Jugendliche. Die sichere Nutzung von Handy, Smartphone, Apps, Notebook usw. steht dabei im Vordergrund. Die Seite sowie begleitende Materialien wie Comic-Flyer sind ein Angebot der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs).

Internet-ABC www.internet-abc.de: Das Internet-ABC bietet Kindern und Erwachsenen Infos, Tipps und Tricks rund um das Internet – ob für Anfängerinnen und Anfänger oder Fortgeschrittene. Die werbefreien und sicheren Seiten richten sich an Kinder von fünf bis zwölf Jahren, Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen, die dort zielgruppenspezifisch aufbereitetes Basiswissen über das Internet finden. Darüber hinaus wurden begleitend zum Angebot der Internetplattform weitere Materia-



lien entwickelt (wie z. B. CD-ROM und Lehrerhandbuch), die insbesondere im schulischen Kontext vielseitig Anwendung finden. Das Internet-ABC ist ein Projekt des gleichnamigen gemeinnützigen Vereins. Zweck des Vereins ist die Förderung von Bildung und Erziehung zur sicheren und kompetenten Nutzung des Internets. Mitglieder und Projektträger sind insgesamt 13 Landesmedienanstalten. Das Projekt steht unter der Schirmherrschaft der Deutschen UNESCO Kommission e. V. und wird federführend von der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) betreut. Die redaktionelle Projektleitung liegt beim Grimme-Institut.

Institut Spielraum www.fh-koeln.de/spielraum: „Spielraum“ an der Fachhochschule Köln ist eine pädagogisch orientierte Einrichtung. Ziel von Spielraum ist es, einen Beitrag zur Entwicklung der Medienkompetenz von Eltern, Erziehern, Pädagoginnen und Pädagogen und Lehrkräften in Hinblick auf Computer- und Videospiele zu leisten und diese in die Lage zu versetzen, Kinder und Jugendliche zu einem angemessenen Umgang mit Bildschirmspielen anzuleiten.

Spieleratgeber NRW www.spieleratgeber-nrw.de: Der Verein ComputerProjekt Köln e.V. hat mit Förderung des Landes NRW und in Kooperation mit Partnern aus Pädagogik, Forschung und Jugendmedienschutz einen Ratgeberservice zu Computer- und Konsolenspielen für Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen eingerichtet. Der Ratgeber ist eine pädagogische Ergänzung zur gesetzlichen Alterskennzeichnung der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) und thematisiert den Komplex Computer- und Konsolenspiele in erster Linie unter medien- und bildungspädagogischen Gesichtspunkten. Unter Anleitung erfahrener Medienpädagoginnen und -pädagogen werden gemeinsam mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen aktuelle und interessante Spiele erprobt und beurteilt.

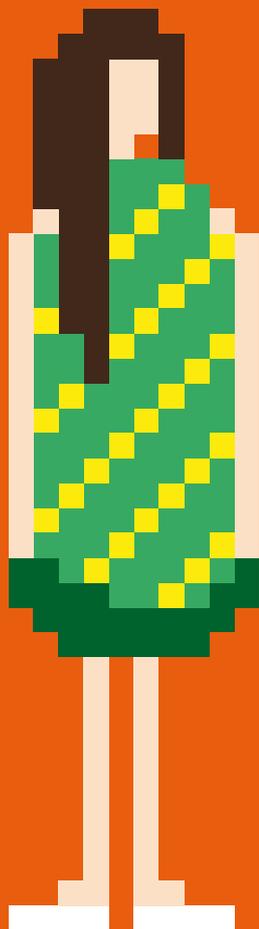
Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik www.bsi.bund.de: Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) wurde am 1. Januar 1991 gegründet und gehört zum Geschäftsbereich des Bundesministeriums des Innern. Das BSI ist eine unabhängige und neutrale Stelle für Fragen zur IT-Sicherheit in der Informationsgesellschaft.

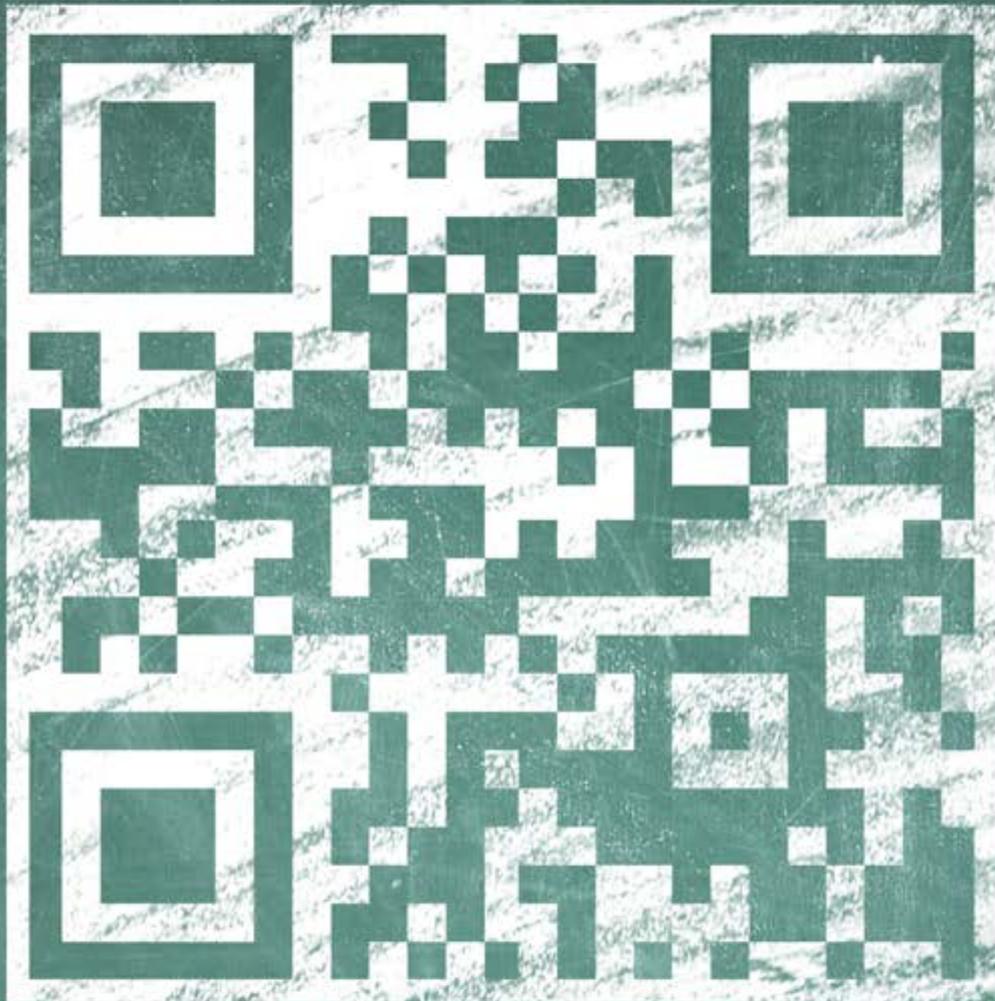
Jugendschutz.net www.jugendschutz.net: Seit der Gründung im Jahre 1997 unterstützt jugendschutz.net die Obersten Landesjugendbehörden (Jugendministerien der Länder) bei der Durchsetzung des Jugendschutzes im Internet. Mit dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) wurde die Internet-Aufsicht der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) übertragen und jugendschutz.net organisatorisch an die KJM angebunden. Sie nimmt über eine Hotline hotline@jugendschutz.net Beschwerden von Nutzenden entgegen und sucht selbst aktiv nach Verstößen gegen den Jugendschutz im Netz.

Verbraucherzentrale www.verbraucherzentrale.de: Die Verbraucherzentralen sind unabhängige, überwiegend öffentlich finanzierte, gemeinnützige Organisationen. Ziel ihrer Arbeit ist es, Verbraucherinnen und Verbraucher in Fragen des privaten Konsums zu informieren, zu beraten und zu unterstützen.

Verbraucher sicher online www.verbraucher-sicher-online.de: „Verbraucher sicher online“ ist ein vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördertes Projekt der Technischen Universität Berlin. Ziel des Projekts ist es, Verbraucherinnen und Verbraucher über die sichere Internetnutzung, den sicheren Umgang mit Computern, Aspekte der Barrierefreiheit sowie den Zugang zu digitalen Inhalten und Informationen umfassend und verständlich zu informieren.

iRights www.irights.info: Die Redaktion von iRights.info des Vereins iRights e. V. bietet eine systematische, sachliche und allgemein verständliche Darstellung der Aspekte und Regelungen des geltenden Urheberrechts. Die Zielgruppe reicht dabei von Nutzerinnen und Nutzern (Jugendlichen, Erwachsenen, Lehrenden) bis zu Urheberinnen und Urhebern, sowohl Laien als auch Profis.





05 MATERIALIEN FÜR DIE AUSBILDUNG ZUM MEDIENSCOUT

Damit Sie auch an Ihrer Schule mit der Medienscouts-Ausbildung beginnen können, haben wir Ihnen das Material für die Ausbildung hier zusammengestellt. Sie können die vorgestellten Hinweise als Grundlage nutzen und ggf. an die schulinternen Rahmenbedingungen anpassen.

TIPPS FÜR DIE AUSWAHL VON MEDIENSCOUTS

Die Medienscouts übernehmen eine verantwortungsvolle Aufgabe. Sie sollen mit ihren Mitschülerinnen und Mitschülern arbeiten und ihnen mit Rat und Tat helfen, auch bei evtl. schwierigen Problemen. Die Erfahrungen aus Scout-Projekten mit Jugendlichen zeigen, dass sich die meisten Jugendlichen im Bereich der Sozialkompetenz im Laufe der Zeit positiv entwickeln und die Ausbildung zu Scouts geradezu eine Förderung von Sozialkompetenz, möglicherweise besonders bei Jugendlichen mit Defiziten in diesem Bereich darstellt (vgl. Nörber 2002). Wer die Ausbildung aber nicht zur Förderung der Sozialkompetenz bei Schülerinnen und Schülern mit hier vorliegenden Defiziten nutzen möchte, sollte bei der Auswahl der Medienscouts Sorgfalt walten lassen und bestimmte soziale Fähigkeiten im Voraus berücksichtigen. Dazu gehören die vier Dimensionen der Sozialkompetenz nach Schuler (1995):

- › Kommunikationsfähigkeit,
- › Kooperations- und Koordinationsfähigkeit,
- › Konfliktfähigkeit und
- › Teamfähigkeit.

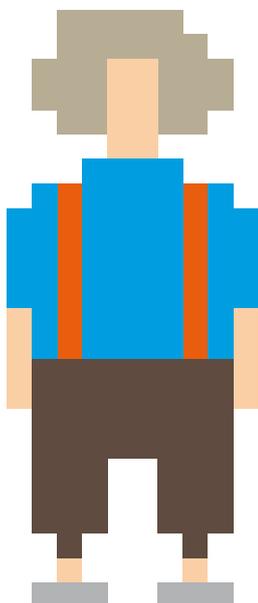
Unter Kommunikationsfähigkeit versteht man die Fähigkeit der Schülerinnen und Schüler, Kontakte herzustellen, zu pflegen und in ihrer Rolle (in diesem Fall als Medienscout) sicher handeln zu können. Mit Kooperations- und Koordinationsfähigkeit wird beschrieben, dass sie bspw. Informationsveranstaltungen oder Beratungstermine im Team oder mit anderen absprechen und durchführen können. Konfliktfähig ist, wer Konflikte frühzeitig erkennt und eine Lösung aktiv angehen kann. Teamfähigkeit schließlich zeigt sich darin, wie man diese Fähigkeiten in einer Gruppe umsetzen kann.

Oben genannte Fähigkeiten könnte man bei einer Bewerbung von möglichen Medienscouts durchaus „testen“, ähnliches wird in Assessment-Centern in der Wirtschaft tagtäglich praktiziert. Im Pilotprojekt wurden ganz unterschiedliche Verfahren zur Auswahl neuer Medienscouts durchgeführt, so bspw. Bewerbungsgespräche, schriftliche Bewerbungen oder auch eine zufällige Auswahl von Schülerinnen und Schülern (s. Etablierung im Schulalltag).

Wer seine Schülerinnen und Schüler genau kennt, der kann auch auf die Vorbedingungen von Sozialkompetenz schauen:

- › Interpersonale Flexibilität,
- › Rollenflexibilität,
- › Sensibilität,
- › Empathie und
- › Durchsetzungsfähigkeit.

Interpersonale Flexibilität bezeichnet die Fähigkeit, sein Verhalten an sich verändernde Situationen mit anderen Menschen (= „interpersonal“) anzupassen. Die Rollenflexibilität beschreibt die Fähigkeit, das eigene Verhalten an den Erfordernissen der Situation zu orientieren. Mit Sensibilität ist die kognitive Einschätzung anderer Personen oder sozialer Situationen gemeint. Sie setzt eine sensible und differen-



zierte Wahrnehmung voraus. Empathie oder auch soziale Einsicht bezeichnet die Fähigkeit, sich in das Denken und Handeln anderer Menschen hineinzusetzen und Reaktionen, Gefühle und Verhaltensweisen zu antizipieren. Schließlich meint Durchsetzungsfähigkeit die Fähigkeit, mit Hilfe sozialer Beeinflussungsmechanismen eigene Ziele zu realisieren (Schuler 1995).

Wir empfehlen eine Auswahl von angehenden Medienscouts in der achten Klasse, also im Alter von 14 bis 15 Jahren.

Jugendliche in diesem Alter besitzen schon eine gewisse Reflexionsfähigkeit zu medialen Themen und ein kritisches Problembewusstsein bezüglich ihrer Mediennutzung und können auch Gleichaltrigen bzw. jüngeren Schülerinnen und Schülern gegenüber selbstbewusst auftreten. Außerdem stehen sie dann i. d. R. in der neunten und zehnten Klasse noch zwei Jahre für ihre Tätigkeit als Scouts zur Verfügung.

Medienscouts sollten von vornherein technik- und medienaffin sein und vielfältige Erfahrungen in der Mediennutzung (Internet, Handy, Computerspiele) haben. Es dürfte keine Schwierigkeit bereiten, solche Schülerinnen und Schüler zu finden.

DIDAKTISCH-METHODISCHE HINWEISE ZUR AUSBILDUNG VON MEDIENSCOUTS

Die folgenden Hinweise und Materialien stellen eine erprobte Möglichkeit zur Ausbildung von Medienscouts dar. Sie können – schon wegen des rasanten technischen Wandels – nicht als fertig oder abgeschlossen betrachtet werden, sondern müssen ständig aktualisiert und angepasst werden. Aus diesem Grunde finden Sie unten die Beschreibung der Materialien vom Juli 2012 mit jeweils einem Download-Link. Eine Übersicht und eine aktuelle Beschreibung der Materialien sind unter folgendem Link zu finden: www.medienscouts-nrw.de/index.php?q=materialien

Das zugrunde liegende Konzept der Peer-Education ist am besten umsetzbar mit den Methoden des „Kooperativen Lernens“, in dem in kleinen Gruppen mit einer deutlich formulierten Verantwortung jedes Einzelnen, aber ohne formellen Leitenden gelernt wird. Viele der in den Materialien formulierten Arbeitsaufträge entstammen dem Konzept des Kooperativen Lernens nach Norman Green (2005).

Das Projekt Medienscouts NRW verfolgt den Ansatz einer gemeinsamen Ausbildung von Jugendlichen und Erwachsenen. Das bedeutet, dass Schülerinnen und Schüler sich gemeinsam mit Lehrerinnen und Lehrern als gleichberechtigte Gruppenmitglieder begegnen. Dieses Prinzip brachte in der Pilotphase viele positive Effekte, so waren die Schülerinnen und Schüler stolz, gleichberechtigt mit ihren Lehrerinnen und Lehrern zu lernen, die wiederum von den vielfältigen Kenntnissen und Fertigkeiten der Mediennutzung ihrer Schülerinnen und Schüler profitierten und sie auch mal „live“ erlebten. Im Sinne des sozialen Lernens (s. u.) war die gemeinsame Ausbildung auch für das Team aus Lehrkräften und Schülerinnen und Schülern einer Schule wichtig.

Bei einer schulischen Umsetzung mithilfe dieser Materialien werden vielleicht Lehrkräfte ebenso Lernende sein wie die Schülerinnen und Schüler. Dies kann eine Chance darstellen zum gemeinsamen Lernen und zum partizipativen Ansatz der Peer-Education und damit der Verantwortungsübernahme von Jugendlichen. Wir raten dazu, die Inhalte und Methoden gemeinsam als gleichberechtigte Partner auszuwählen und zu erarbeiten. Dies fordert von den Lehrkräften wahrscheinlich einen stärkeren Rollenwechsel als von den Schülerinnen und Schülern.

Die Fach-Themen sind hier in der Reihenfolge aufgelistet

- 1 Internet und Sicherheit,
- 2 Social Communities,
- 3 Computerspiele und
- 4 Handy.

Die Themen sind modulartig aufgebaut und können in der vorgegebenen Reihenfolge, einzeln oder in einer selbst festgelegten Reihenfolge behandelt werden. Sie sind ergänzt um Materialien zum

- a) Kommunikationstraining,
- b) zur Beratungskompetenz und
- c) zum Sozialen Lernen.

Diese Einheiten wurden an verschiedenen Stellen während der Ausbildung eingebaut. Auch sie können modular und in anderen Phasen als den hier dargestellten eingesetzt werden.

Alle Themen sind methodisch ähnlich aufgebaut: Es werden Kleingruppen gebildet, die anhand von Materialien oder Hinweisen (bspw. Links) einen Aspekt der verschiedenen Themen selbstständig erarbeiten können und anschließend „ihren“ Aspekt den anderen Gruppen vermitteln. Bei einer sehr kleinen Anzahl von Medienscouts in der Ausbildung können die Themen statt gruppenteilig auch von allen Teilnehmenden chronologisch bearbeitet werden.

Des Weiteren finden Sie in den Modulen die in der Ausbildung verwendeten Programm- und Konzeptabläufe. Teilweise wurden sie aufgrund des zeitlichen Umfangs in zwei Takte aufgeteilt (z. B. bei dem Modul „Internet und Sicherheit“). Diese sind als Beispiele bzw. Vorlagen zu betrachten und können wie die inhaltlichen Materialien an Ihre Bedürfnisse und Angebote angepasst werden.

ETABLIERUNG IM SCHULALLTAG

Die wohl größte Herausforderung für eine Umsetzung eines Medienscouts-Projekts an der Schule heißt „Zeit“. So sind die hier beschriebenen Elemente einer Ausbildung zum Medienscout nicht an einem Schultag oder innerhalb weniger Stunden zu leisten. Von der späteren Umsetzung von Medienprojekten innerhalb des Konzeptes ganz zu schweigen. In der Pilotphase haben sich zwei unterschiedliche Lösungsansätze (s. auch Best-Practice-Beispiele) herausgebildet: Medienscouts in einer (freiwilligen) Arbeitsgemeinschaft (AG) als Nachmittagsangebot und die Einbindung in einem Medienkurs des Wahlpflichtbereichs (s. o.). Beides hat Vor- und Nachteile, so entspricht ein freiwilliges Angebot stärker dem Scout-Gedanken, eine Einbindung in den Unterricht bedeutet eine größere Verbindlichkeit und auch oft mehr Zeit für die Ausbildung und für Projekte.

Wie bei allen Konzepten der Schulentwicklung sind die Schulleitung und die Gremien wie Lehrerkonferenz, Elternpflegschaft und Schulkonferenz zu beteiligen.



MATERIALIEN INTERNET UND SICHERHEIT (MODUL 1)

Alle Materialien zum Modul „Internet und Sicherheit“ können unter folgendem Link heruntergeladen werden:

www.medienscouts-nrw.de/materialien/internet-und-sicherheit/

Didaktisch-Methodischer Kommentar

Der Einstieg in die Ausbildung der Medienscouts erfolgt über die Abfrage der Erwartungen an die Ausbildung und Probleme, die die Teilnehmenden „in der digitalen Welt“ wahrnehmen. Danach wird eine erste Übersicht über kurze Videofilme (jeweils wenige Minuten lang) gegeben, die verschiedene Schwerpunkte der Mediennutzung zum Teil sehr witzig und anschaulich thematisieren und von verschiedenen Institutionen veröffentlicht wurden. Siehe Liste bei den Materialien oder hier: www.klicksafe.de/spots

Das Modul Internet und Sicherheit umfasst viele Themen: Technischer Schutz (Windows-Update und Virenschutz), Passwörter, E-Mailing (mit Spam-Mails), Suchmaschinen, Wikipedia, Datenschutz, Chatten, YouTube, Vergisst das Internet?, Abzocke, Pornografie und Urheberrecht. Damit sollen die Lernenden einen ersten Überblick über relevante Themen erhalten, die manchmal banal erscheinen, aber im Alltag eine große Bedeutung haben können (beispielsweise starke Passwörter).

Die Lernenden können in kleinen Gruppen aufgeteilt werden, die jeweils eines der Themen mit Hilfe eines Arbeitsblattes und den vorgegebenen Materialien erarbeiten können. In der Großgruppe findet anschließend der Austausch der Informationen statt. Ein kleiner Test mit relevanten Fragen zu den Themen kann als Sicherung und zur Übung eingesetzt werden.

Übersicht der Materialien des Moduls „Internet und Sicherheit“

Auf der Projektwebsite www.medienscouts-nrw.de finden Sie in der Rubrik „Materialien/Internet und Sicherheit“ sowohl Hinweise zur inhaltlichen Workshop-Planung als auch themenbezogene Arbeitsblätter. Zudem wird an dortiger Stelle verlinkt auf didaktische Materialien von „klicksafe – Die EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz“.

MATERIALIEN SOCIAL COMMUNITIES (MODUL 2)

Alle Materialien zum Modul „Social Communities“ können unter folgendem Link heruntergeladen werden:

www.medienscouts-nrw.de/materialien/social-communities/

Didaktisch-Methodischer Kommentar

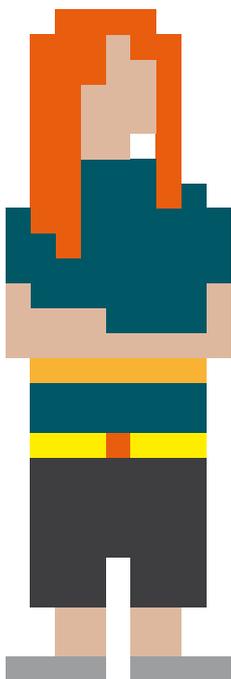
Das Thema „Social Communities“ ist aufgeteilt in die Themen Grundlagen, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Urheberrecht und Recht am eigenen Bild, Datenschutz, Missbrauch (mit Cybermobbing) und Kontakte im Netz. Dabei stehen die Jugendmedienschutzaspekte im Vordergrund. Die Schülerinnen und Schüler sollen zu einer reflektierten Nutzung von Social Communities sensibilisiert werden. Dieses Thema trifft sicherlich auf eine große Zustimmung und ein breites Interesse, betrifft es doch einen großen Teil der alltäglichen Mediennutzung der Jugendlichen (s. o.).

Die Lernenden können in die Gruppen aufgeteilt werden (oder sich selbst aufteilen) und erarbeiten sich mit Hilfe von Arbeitsmaterialien die o. a. Themen. Ein anschließender Austausch der Informationen erfolgt als Stationenlernen in einem Lernzirkel mit einem Laufzettel. Hier angegeben sind auch jeweils die „Lösungen“.

Das Stationenlernen ist so konzipiert, dass es (nach der eigenen Ausbildung) als Informationsveranstaltung von den Medienscouts auch mit ihren Mitschülerinnen und Mitschülern durchgeführt werden kann.

Übersicht der Materialien des Moduls „Social Communities“

Auf der Projektwebsite www.medienscouts-nrw.de finden Sie in der Rubrik „Materialien/Social Communities“ sowohl Hinweise zur inhaltlichen Workshop-Planung als auch themenbezogene Arbeitsblätter (Stationenlernen). Zudem wird an dortiger Stelle auf didaktische Materialien zum Thema „Social Communities“ von „klicksafe – Die EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz“ als auch auf weitere Informationen zu Betreibern Sozialer Netzwerke (bspw. Allgemeine Geschäftsbedingungen) verlinkt.



MATERIALIEN COMPUTERSPIELE (MODUL 3)

Alle Materialien zum Modul „Computerspiele“ können unter folgendem Link heruntergeladen werden:

www.medienscouts-nrw.de/materialien/computerspiele/

Didaktisch-Methodischer Kommentar

Der Workshop soll die Schülerinnen und Schüler anhand von neun Leitfragen in den Themenbereich „Computerspiele“ einführen. Die Fragen sind dabei so ausgewählt, dass sie die klassischen Problemfelder („Risiken von Computerspielen“), aber auch positive Aspekte („Chancen von Computerspielen“) beleuchten. Die Schülerinnen und Schüler werden zu Beginn nach dem Zufallsprinzip in zehn Gruppen zu je sechs Personen eingeteilt, wobei das Thema „Computerspiele und Gewalt“ doppelt besetzt ist. Diese Gruppen werden dann noch einmal geteilt, so dass insgesamt 20 Gruppen à drei Personen entstehen, wobei die Themen jeweils mindestens doppelt besetzt sind.

Die Gruppen erhalten jeweils ein Arbeitsblatt, das eine Leitfrage enthält, die sie als Medienscouts beantworten sollen. Die Frage wird jeweils über eine kurze Kontextgeschichte hergeleitet, die die Alltagsrelevanz dieser Frage deutlich machen soll.

Die Schülerinnen und Schüler haben die Aufgabe, die Frage anhand der angegebenen Quellen zu beantworten und eine Poster-Präsentation von fünf bis zehn Minuten Länge vorzubereiten, die sie den anderen Gruppen dann in einer anschließenden Plenumsdiskussion präsentieren. Diese Gruppenarbeit teilt sich in zwei Phasen: In der Gruppenarbeitsphase I wird in Kleingruppen à drei Personen 45 Minuten lang an der Präsentation gearbeitet. Nach einer Pause von 10 Minuten werden die Gruppen wieder zusammengeführt und bereiten ihre Abschlusspräsentation 30 Minuten lang gemeinsam vor.

Das Thema Computerspiele ist im Prinzip zweigeteilt. Zum einen sollen die Lernenden sich über Computerspiele informieren und über ihre Nutzung kritisch reflektieren, zum anderen steht das Spielen als Spaß und Gemeinschaftserlebnis im Vordergrund. Beides gehört untrennbar zusammen und sollte als objektive und ausgewogene Behandlung des Themas gemeinsam durchgeführt werden.

In der Reflexion werden folgende Fragen in Gruppen erarbeitet (s. u. Arbeitsblätter und Materialien): Macht Computerspielen gewalttätig? Warum ist Gewalt in Computerspielen so faszinierend? Machen Computerspiele süchtig? Warum macht Computerspielen eigentlich Spaß? Wie lange darf man am Computer spielen? Woran erkennt man, ob ein Computerspiel für die Altersgruppe geeignet ist? Wo drohen versteckte Kosten? Gibt es „gute“ Computerspiele und wie finde ich sie? „Jump ‘n’ Run“, „Adventure“, „Ego-Shooter“: Was wird da eigentlich gespielt? Computerspiele und Urheberrecht: Was ist erlaubt, was ist verboten?

Das gemeinsame Spielen kann hier lediglich als Beispiel gezeigt werden. So wurde es in der Pilotphase durchgeführt. An jeder Station wurde ein anderes Computerspiel vorgestellt, präsentiert von Schülerinnen und Schülern. Der Laufzettel diente dazu, dass alle Stationen besucht wurden. Sicherlich gibt es zahlreiche andere Möglichkeiten (in der Schule) verschiedene Computerspiele kennenzulernen und gemeinsam (Lehrkräfte gleichermaßen wie Schülerinnen und Schüler) zu spielen. Achten Sie unbedingt auf die Altersfreigabe durch die USK. Bei einer Ausbildung von Medienscouts in der achten Klasse ist dies USK 12.

Übersicht der Materialien des Moduls „Computerspiele“

Auf der Projektwebsite www.medienscouts-nrw.de finden Sie in der Rubrik „Materialien/Computerspiele“ sowohl Hinweise zur inhaltlichen Workshop-Planung als auch themenbezogene Arbeitsblätter.

MATERIALIEN HANDY (MODUL 4)

Alle Materialien zum Modul „Handy“ können unter folgendem Link heruntergeladen werden: www.medienscouts-nrw.de/materialien/handy/

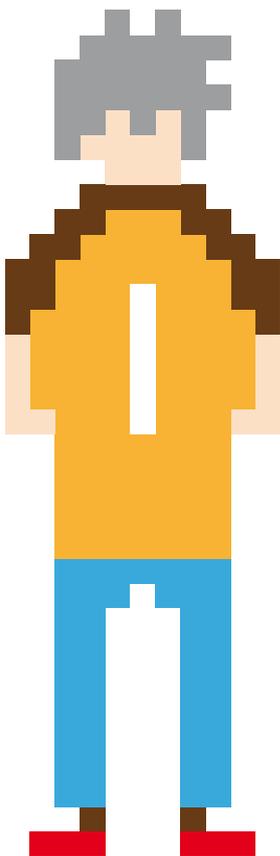
Didaktisch-Methodischer Kommentar

Zum Thema Handy gehören sowohl die problematischen Aspekte, wie z. B. Kostenfallen durch Abos u. ä. und Mobbing mit Hilfe des Handys, als auch Potenzial und Förderung der Kreativität durch das Handy.

An dieser Stelle soll beispielhaft die Gestaltung einer möglichen Lerneinheit zum Thema Handy dargestellt werden. Die Einheit ist in verschiedene Module geteilt, die die oben genannten Aspekte des Bereichs abdecken. Jedes Modul kann flexibel durchgeführt werden. Das bedeutet, es ist nicht erforderlich, diese in der hier aufgeführten Reihenfolge zu erarbeiten und auch der Zeitraum der Durchführung kann so beliebig festgelegt werden. Nach der Beschreibung der einzelnen Module finden Sie darunter eine Tabelle mit allen notwendigen Materialien.

Übersicht der Materialien des Moduls „Handy“

Auf der Projektwebsite www.medienscouts-nrw.de finden Sie in der Rubrik „Materialien/Handy“ Hinweise zur inhaltlichen Workshop-Planung. Zudem wird an dortiger Stelle auf didaktische Materialien der Projekte „Handysektor – Sicherheit in mobilen Netzen“ und „klicksafe – Die EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz“ als auch auf weitere themenbezogene Informationen (bspw. Beispiele für schulische Handyordnungen sowie Anregungen zur medienpraktischen Arbeit mit Handys) verlinkt.



MATERIALIEN KOMMUNIKATIONSTRAINING (QUERTHEMA A)

Alle Materialien zum „Kommunikationstraining“ können unter folgendem Link heruntergeladen werden:

www.medienscouts-nrw.de/materialien/kommunikationstraining/

Didaktisch-Methodischer Kommentar

Das Kommunikationstraining, insbesondere die Erarbeitung der Unterschiede von Face-to-Face- und medial vermittelter Kommunikation, kann an verschiedenen Stellen der Ausbildung eingebaut werden. Es bietet sich besonders im Rahmen des Moduls „Social Communities“ an.

Der Einstieg erfolgt über ein kleines Quiz im Multiple-Choice-Verfahren, das Grundlagen der Kommunikation (wie die Herkunft des Wortes, Bedeutung der sprachlichen Kommunikation u. a.) verdeutlichen soll. Die Erarbeitung erfolgt über ein Arbeitsblatt (s. Materialien), die Darstellung der Lösung über eine PowerPoint-Präsentation (ebd.).

Die Erarbeitung erfolgt gruppenteilig mit dem gleichen Arbeitsauftrag über verschiedene Kommunikationsinstrumente wie Chat, E-Mailing, Online-Spiele, Social Communities, Microblog (Twitter) usw.. Hier können Sie die Liste auch nach eigenen Vorstellungen oder aufgrund aktueller Entwicklungen anpassen. So kam 2013 massiv „WhatsApp“ als Kommunikationsform unter Jugendlichen auf. Die Teilnehmenden sollen dies selbstständig erarbeiten und in einer kurzen Präsentation vorstellen. Der Schwerpunkt soll hier auf der Form der Kommunikation liegen und nicht auf der Funktionsweise. Am Ende dieser Phase soll eine Übersicht entstanden sein, die die Kommunikationsformen nach Inhalt (was?), Form (wie?) und Funktion (wozu?) darstellen und Gemeinsamkeiten und Unterschiede der digitalen Kommunikation verdeutlichen.

Der wesentliche Unterschied der Face-to-Face-Kommunikation zu einer digital vermittelten ist – bei allen Textformen – das Fehlen der körpereigenen Formen, also Lauten, Körpersprache, Gesten und Gebärden. Die Nutzenden behelfen sich mit den berühmten Smileys, die es inzwischen in vielfältigen Formen und erweitert zu regelrechten Bild-Symbolen (wie Hände, Gegenstände, Fahrzeuge, Tiere etc.) gibt. Mit dem Arbeitsblatt „Emoticons und Abkürzungen“ können die Teilnehmenden über eine Zuordnungs-Übung ihr Wissen dazu testen.

Zu den wichtigsten Überlegungen von Medienscouts gehört, über die Regeln einer Kommunikation nachzudenken und – später – deren Bedeutung vermitteln zu können. Dazu dient die Präsentation der „Netiquette“ und „Chatiquette“ in der PowerPoint-Datei (s.o.). Bedeutsamer ist die letzte Phase des Kommunikationstrainings, in der die Teilnehmenden in kleinen Gruppen über Regeln für die eigene Kommunikation am Beispiel einer WhatsApp-Klassen-Gruppe nachdenken sollen (s. Materialien).

MATERIALIEN BERATUNGSKOMPETENZ (QUERTHEMA B)

Alle Materialien zur „Beratungskompetenz“ können unter folgendem Link heruntergeladen werden:

www.medienscouts-nrw.de/materialien/beratungskompetenz/

Didaktisch-Methodischer Kommentar

Der Förderung der Beratungskompetenz sollte in der Ausbildung ein ausreichender Rahmen geboten werden. Sie unterstützt bei einer der schwierigsten Aufgaben eines Medienscouts: Sie sollen eine Peer-Beratung durchführen und Mitschülerinnen und Mitschülern auch tatsächlich in schwierigen Situationen helfen können.

Bei diesem sensiblen Thema ist es sicherlich hilfreich, auf die Mitarbeit von Schulsozialarbeiterinnen/Schulsozialarbeitern oder anderen kommunalen Institutionen (z. B. Schulpsychologischer Dienst) zu setzen und Expertinnen und Experten in die Ausbildung einzubeziehen. Auch die Fähigkeiten, die Schülerinnen und Schüler in der Ausbildung zu Streitschlichterinnen und Streitschlichtern erworben haben, könnten sinnvoll genutzt werden.

Die Präsentation als PowerPoint-Datei (s. Materialien) bietet eine Übersicht über das Thema und kann als Schritt-für-Schritt-Vorlage zur Umsetzung verwendet werden. Hier werden zwei unterschiedliche Ansätze der Peer-Beratung behandelt:

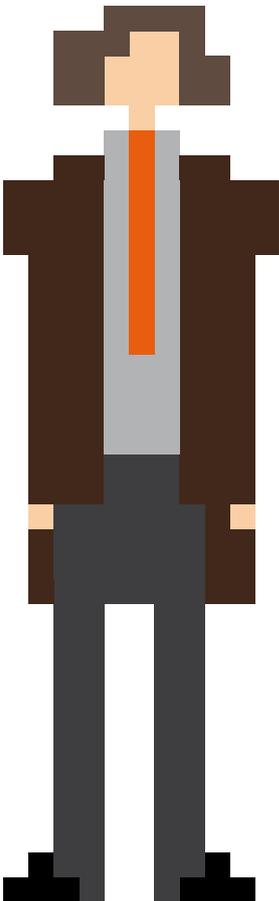
- › Die Beratung in einem persönlichen Gespräch und
- › die Online-Beratung (hier beispielhaft über E-Mailing).

Zu beiden Ansätzen finden sich Arbeitsblätter, die eine Übung als Rollenspiel bereithalten.

Der Einstieg erfolgt über die Grundlagen und die Geschichte der Peer-Beratung, daran angebunden ist eine kurze Übung, inwieweit und in welchen Situationen jeder einmal als Berater tätig wurde (Wem habe ich geholfen? Wer hat mich schon einmal um Rat gefragt? etc.) und welche Motivation hinter dem Wunsch steckt, beratend tätig werden zu wollen. Dies soll eine Reflexion ermöglichen und auch die eigene Motivation für diese Tätigkeit stärken.

In Form eines Inputs lernen die Teilnehmenden den Ablauf eines Beratungsgesprächs (s. Materialien) kennen und können darüber diskutieren. Hier muss die Notwendigkeit der elementaren Bedingungen verdeutlicht werden, Pädagogen nennen dies gerne die „Gelingensbedingungen“. So darf zum Beispiel ein Beratungsgespräch nur freiwillig erfolgen, der Ratsuchende muss im Mittelpunkt stehen und er bestimmt die weiteren Schritte.

Die eigentliche Erarbeitung erfolgt in Form von zwei Übungen, die jeweils an einem Fallbeispiel und anhand vorgegebener Schritte (s. Materialien) durchgeführt werden sollen. Hier ist es zum einen wichtig, die Erfahrungen des Beratungsgesprächs machen zu lassen, aber auch die Grenzen zu verdeutlichen. Dazu ist eine intensive und ausführliche Reflexion der Übungen notwendig.



MATERIALIEN SOZIALES LERNEN (QUERTHEMA C)

Alle Materialien zum „Sozialen Lernen“ können unter folgendem Link heruntergeladen werden:

www.medien-scouts-nrw.de/materialien/soziales-lernen/

Tipp

Die Erfahrungen der vergangenen Jahre mit der Ausbildung von Medienscouts zeigen, dass die Übungen zum Sozialen Lernen – anders als die eher „handfesten“ Themen – bei den Lehrkräften nicht immer sehr beliebt waren. Deshalb der Tipp: Gönnen Sie sich diese Übungen! Ein Medienscout ist mehr als ein Fach-Experte, er muss noch über andere Qualifikationen, die so genannten „soft skills“ verfügen. Außerdem... einmal begonnen, machen viele der Übungen einen großen Spaß!

Didaktisch-Methodischer Kommentar

Soziales Lernen im pädagogischen Sinne beinhaltet das Training

- > zu gelingender Kommunikation,
- > zum Umgang mit eigenen und fremden Gefühlen,
- > zur Konfliktbewältigung,
- > zur Teambildung und
- > zur Zusammenarbeit.

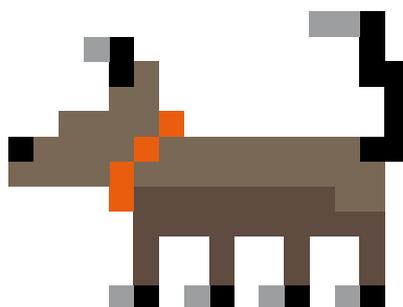
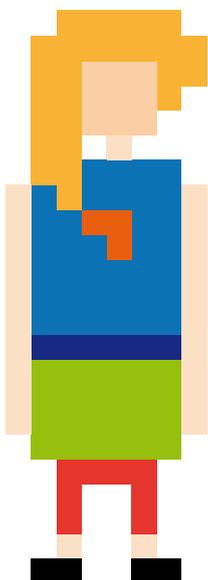
Aus diesem Grunde sollten Medienscouts als Schlüsselqualifikationen dieses grundlegende Training zum Sozialen Lernen durchlaufen. Neben der eigenen Kompetenzerweiterung und den gruppenspezifischen Anteilen bietet es auch zahlreiche Hilfen für die spätere Arbeit mit Mitschülerinnen und Mitschülern.

Im Material sind viele kleinere Übungen, die in kurzen Einheiten (15-30 Minuten) durchgeführt und an vielen Stellen der Ausbildung eingebaut werden können und sollten.

MATERIALIEN FORMULARE UND VORLAGEN

Um das Medienscout-Projekt erfolgreich an Ihrer Schule bekannt zu machen und durchführen zu können, ist es wichtig, die beteiligten Personen wie z. B. zukünftige Medienscouts (also die Schülerinnen und Schüler) als auch Lehrkräfte, Schulleitung und Eltern über das Projekt zu informieren. In dem Ordner „Formulare und Vorlagen“ finden Sie neben verschiedenen Anschreiben und Teilnahmeerklärungen auch das Logo des Projektes z. B. für Werbung, etc. Diese können Sie, ebenso wie die Materialien, an Ihre Bedürfnisse anpassen und nutzen.

Alle Formulare und Vorlagen können unter folgendem Link heruntergeladen werden:
www.medianscouts-nrw.de/materialien/formulare-und-vorlagen/





06 INFORMATIONEN UND HILFEN

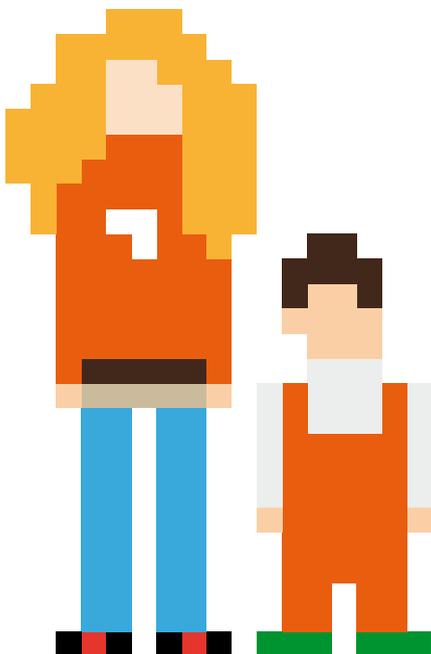
Das Expertenteam

Wie zu Beginn des Leitfadens bereits kurz umschrieben, wurde für das Medienscouts-Projekt ein Expertenteam initiiert. Die Mitglieder dieses Expertenteams unterstützen das Projekt, indem sie Fragen der teilnehmenden Lehrkräfte und Schülerinnen und Schüler zu unterschiedlichen Teilgebieten aus dem Bereich „Medien“ beantworten. Zu diesen Teilgebieten gehören neben den Inhalten der Workshops (Computerspiele, Handy, Social Communities und Internetsicherheit) ebenfalls:

- › Verbraucherschutz,
- › Jugendschutz,
- › Datenschutz,
- › Presserecht/Urheberrecht,
- › Schulrecht/Schulorganisation und
- › schulpsychologische Fragen.

Die jeweiligen Expertinnen und Experten sind beruflich in den oben genannten Fachbereichen tätig (z. B. Juristinnen und Juristen, Referentinnen und Referenten) und können dementsprechend qualifizierte Aussagen zu den an sie gerichteten Fragen machen.

Damit von der Beantwortung der Frage möglichst alle Projektbeteiligten profitieren und häufig auftauchende Fragen nicht mehrmals beantwortet werden müssen, werden die Fragen bzw. Antworten zusätzlich in eine FAQ-Liste auf der Projektwebseite www.medianscouts-nrw.de eingestellt.



PROJEKTWEBSITE

Auf der Projektwebseite der Medienscouts NRW finden interessierte Schulen bzw. Lehrkräfte alle wichtigen Informationen zum Projekt, z. B. Neuigkeiten, Materialien oder Ansprechpartner. Die Webseite dient somit als Anlaufstelle und Informationsplattform zum Projekt.

PROJEKTBÜRO

Mit der organisatorischen Durchführung hat die LfM das Grimme-Institut in Marl beauftragt. Das Projektbüro unterstützt die teilnehmenden Kommunen und Schulen bei der Projektumsetzung, bildet die Schnittstelle zum Experten-Team und vermittelt Referentinnen und Referenten für die Qualifizierungen der projektteilnehmenden Medienscouts und Beratungslehrkräfte.

Projektbüro „Medienscouts NRW“
c/o Grimme-Institut
Projektbüroleitung: Wolfgang Zielinski
Projektbüro: Sonja Klann, Deniz Elbir
Eduard-Weitsch-Weg 25
45768 Marl
02365/9189-58
projektbuero@medienscouts-nrw.de

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Appel, Elke (2001): Auswirkungen eines Peer-Education-Programms auf Multiplikatoren und Adressaten – eine Evaluationsstudie. Berlin.

Backes, Herbert (2003): Peer Education. Aus: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.): Leitbegriffe der Gesundheitsförderung. Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden in der Gesundheitsförderung. Vierte erweiterte und überarbeitete Auflage. Schwabenheim a. d. Selz: Verlag Peter Sabo. S. 176–179.

Hugger, Kai-Uwe (2014) (Hrsg.): **Digitale Jugendkulturen**. 2. Auflage Wiesbaden: VS Verlag.

El Makhoukhi, A., Heinen, R., & Kerres, M. (2014): Peerbasierte Medienarbeit in der Schule: Anstoß zur Partizipation?! In: Schulpädagogik – heute, Jahrgang 5, Nr. 9, S. 1–15.

Harring, Marius; Böhm-Kasper, Oliver; Rohlf, Carsten; Palentien, Christian (2010) (Hrsg.): **Freundschaften, Cliques und Jugendkulturen**. Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanzen. Wiesbaden: VS Verlag.

Gomolzig, Kathrin; Karolczak, Martin; Gericke, Thomas (2008): Handy-Scouts. Peer-Projekt zur Gewaltprävention und Förderung von Medienkompetenz an Schulen. Handbuch für pädagogische Fachkräfte. Aktion Kinder- und Jugendschutz Schleswig-Holstein e. V. in Kooperation mit Kreisjugendring Stormarn und Jugendbildungsstätte „Mühle“ im Kreis Segeberg e. V. (Hrsg.). Kiel.

Green, Norm; Green, Kathy (2005): Kooperatives Lernen im Klassenraum und im Kollegium. Das Trainingsbuch. Seelze-Velber: Friedrich-Verlag.

Tillmann, Angela; Fleischer, Sandra; Hugger, Kai-Uwe (2014) (Hrsg.): **Handbuch Kinder und Medien**. Wiesbaden: VS Verlag.

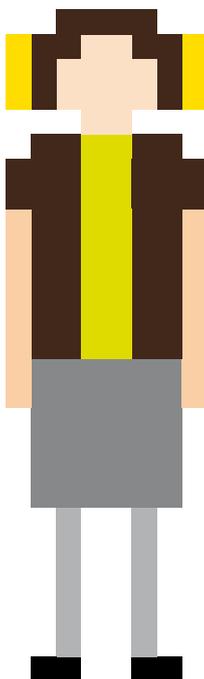
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2014) (Hrsg.): **JIM-Studie 2014 – Jugend, Information, (Multi-) Media**. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Groeben, Norbert; Hurrelmann, Bettina (2002) (Hrsg.): **Medienkompetenz**. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim, München: Juventa Verlag.

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (2014) (Hrsg.): **Medienkompetenzbericht 2013/14**. 9. Bericht der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zur Medienkompetenz in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.

Nörber, Martin (2003) (Hrsg.): **Peer Education**. Bildung und Erziehung von Gleichaltrigen durch Gleichaltrige. Weinheim, Basel, Wien: Verlagsgruppe Beltz.

Schuler, Heinz; Barthelme, Dorothea (1995): Soziale Kompetenz als berufliche Anforderung. In: Seyfield, Brigitte (Hrsg.): Stolperstein Sozialkompetenz. Bielefeld: Bertelsmann. S. 77–116.



ABLAUFPLÄNE

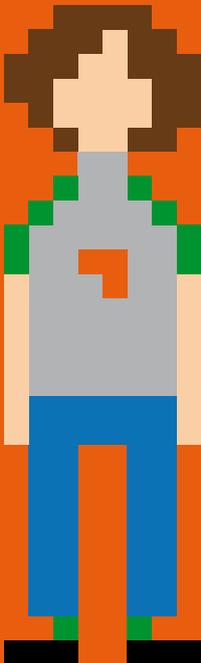
Alle Ablaufpläne können unter folgendem Link heruntergeladen werden:

www.medienscouts-nrw.de/materialien/ablaufplaene/

Spätestens in der Zeit als Referendarin/Referendar lernt jede Lehrkraft – je nach Geschmack und Ausbildungsanforderungen – minutiöse Ablaufpläne für ihren Unterricht zu konzipieren. Darin sind klassischerweise verschiedene Phasen (bspw. Einstieg, Erarbeitung, Sicherung), die Sozialformen (Gruppen- oder Einzelarbeit, Plenum etc.) und die Materialien ausgewiesen. Die Idee dahinter ist sorgfältige Planung eines Lernprozesses, um ihn effizient gestalten zu können.

Solche Ablaufpläne finden Sie zum Download für die Ausbildung zu Medienscouts. Sie basieren auf den inzwischen zahlreichen Workshops, die in vielen Städten und in vielen Schulen durchgeführt wurden. Trotzdem können sie nicht mehr bieten als eine Orientierung. Sie dürfen – vielleicht sogar „müssen“ – diese anpassen, je nach Lerngruppe, örtlichen Gegebenheiten oder auch aktuellen Ereignissen.

Trotzdem sei daran erinnert, dass die Ausbildung zu Medienscouts ein Gesamt-Konzept ist, das eine breite Orientierung bietet und neben den Fach-Themen auch spezielle Fähigkeiten (wie ein Beratungsgespräch führen zu können oder mit Gruppen Team-Building durchführen zu können) fördert und fordert.



Das Medienscout-T-Shirt zum selber machen

1. Ihr besorgt euch ein T-Shirt ohne Aufdruck, am besten in Schwarz, Orange oder Weiß.
2. Mit einer Schere oder einem Cutter schneidet ihr das Logo aus einem Stück Karton.
3. Legt die Schablone auf euer T-Shirt. Achtet darauf, dass das T-Shirt plan liegt. Ist die Schablone kleiner als euer T-Shirt, deckt die freien Stellen mit Zeitungspapier ab.
4. Sprüht nun mit einem Bastel- oder Textil-Sprühlack das Logo auf das T-Shirt. Wenn ihr mit Orange auf dunklen Stoff sprühen wollt, dann solltet ihr im ersten Durchgang mit Weiß sprühen, dann leuchtet das Orange später umso mehr.

ACHTUNG:

- > Fragt euren Beratungslehrer, ob er euch hilft!
- > Seid vorsichtig mit den Schneidewerkzeugen!
- > Sprüht auf jedenfall im Freien und tragt beim Sprühen einen Mundschutz.
- > Waschen und Bügeln solltet Ihr die T-Shirts auf links und mit niedriger Temperatur.



T-Shirts



Schablone



Sprühfarbe



IMPRESSUM

Herausgeber

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2, 40221 Düsseldorf
www.lfm-nrw.de

ISBN 978-3-940929-34-1

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Verantwortlich Dr. Peter Widlok
Redaktion Regina Großefeste

Abt. Förderung

Verantwortlich Mechthild Appelhoff
Redaktion Dr. Meike Isenberg
Co-Lektorat Lara Zeyßig

Autor der aktualisierten, umfangreich
veränderten Auflage: Marco Fileccia.

Gestaltung Fritjof Wild, serviervorschlag.de, Düsseldorf

Druck Boerje Halm, Wuppertal

Illustration Fritjof Wild

Auflage 3. aktualisierte und veränderte Auflage, 2.500 Stück;
Gesamtauflage 6.500 Stück

Dezember 2014

Stand der Internet-Links: 03. 12. 2014





Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LFM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Postfach 10 34 43
40025 Düsseldorf

Telefon

> **02 11 / 7 70 07-0**

Telefax

> **02 11 / 72 71 70**

E-Mail

> **info@lfm-nrw.de**

Internet

> **http://www.lfm-nrw.de**

ISBN 978-3-940929-34-1