

„Jugendliche als Medienscouts“

von

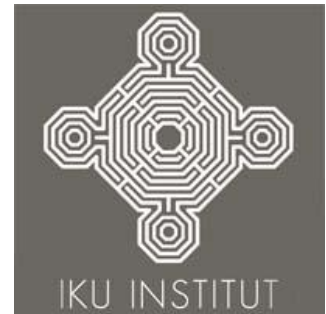
**Dr. Bojan Godina
Harald Grübele
Leo Keidel**

Dokument aus der Internetdokumentation
des Deutschen Präventionstages www.praeventionstag.de
Herausgegeben von Hans-Jürgen Kerner und Erich Marks im Auftrag der
Deutschen Stiftung für Verbrechensverhütung und Straffälligenhilfe (DVS)

Zur Zitation:

Bojan Godina, Harald Grübele, Leo Keidel: Jugendliche als Medienscouts, in: Kerner, Hans-Jürgen u. Marks, Erich (Hrsg.), Internetdokumentation des Deutschen Präventionstages. Hannover 2010, www.praeventionstag.de/Dokumentation.cms/908

Institut für kulturell relevante Kommunikation und Wertebildung
Dr. Bojan Godina, Harald Grübele, Leo Keidel



Werteorientierte Medienaufklärungsarbeit an Schulen - Heidelberg-Winnender Modell

Mediale ‚Peer-to-Peer-Education‘ (Mediencout)

Idee und Zielsetzung

Werteorientierte Medienbildung an den Schulen nimmt an Attraktivität zu, wenn sie von gleichaltrigen Schülern durchgeführt wird. Das ‚Institut für kulturell relevante Kommunikation und Wertebildung‘ (IKU-Institut) in Zusammenarbeit mit der Akademie für lebenslanges Lernen, Harald Grübele) und der Präventionsstelle der Kriminalpolizei Waiblingen (Leo Keidel) bildet Kinder und Jugendliche aus, die in ihren Altersgruppen mediale Aufklärungsarbeit mit Hilfe medialer Präsentationen leisten können.

Ziel ist es, die Beeinflussungsstrategien der Medien aufzuzeigen und diese anhand der Menschenrechte und ethischer Fragestellungen zu überprüfen. Dabei werden jugendliche Mitarbeiter auf persönlich-psychologischer Ebene begleitet und die Effektivität ihres Einsatzes wird durch Videoaufnahmen und Fragebögen evaluiert bzw. qualitativ gefördert.



Problembeschreibung

Die heutige Medienindustrie ist verleitet aus marketingstrategischen Gründen immer subtilere Wirkungsstrategien in Computerspielen, Filmen, Printmedien bzw. der Werbung zu kultivieren. Ob es dabei um Gewaltverherrlichung, Konsumdruck oder unerreichbare Idealbilder geht – die Strategien sind äußerst wirksam. Kinder und Jugendliche haben weder eine Vorstellung von den Beeinflussungsmethoden noch von dem Forschungsapparat der die Bedürfnisse und Steuerbarkeit der Konsumenten systematisch für die Anwendung erforscht und beeinflusst.

Ursachenanalyse und Bewertung

Solange Kinder und Jugendliche über positive bzw. bedenkliche Beeinflussungsmethoden der Medienindustrie nicht informiert werden, kann man nicht von echter Medienkompetenz ausgehen. Andererseits gibt es im Moment kein pädagogisch-ethisches System, das auf die Medienwelten systematisch übertragbar wäre. Eine weitere Problemursache liegt in der Kluft zwischen den Erwachsenen und der Generation der Jugendlichen. Vor allem in der Medienwelt der Jugendlichen, die sich eklatant von der Erwachsenenwelt unterscheidet, ist Peer-to-Peer-Education eine vorteilhafte Alternative.

Inhaltlich didaktischer Ansatz

SCHÜLERASSISTENTEN / MEDIENSCOUTS (Zielgruppe 1)

Die Schülerassistenten werden in verschiedenen Bereichen betreut, gefördert und ausgebildet. Zunächst werden die interessierten, aber durch Lehrerempfehlung ausgesuchte Schüler vom IKU-Institut zum persönlichen Gespräch eingeladen. Sie führen zuvor unterschiedliche Tests (Persönlichkeits- bzw. Interessenstests) durch, die ergänzend zum Kennenlern-Gespräch in die Bewertung einbezogen werden. Vor allem die Assistenten (Medienscouts), die für die inhaltliche Gestaltung als Redner ausgesucht und gefördert werden, müssen dafür notwendige Persönlichkeitseigenschaften aufweisen.

Die gesamte Gruppe der Schülerassistenten wird in aufeinander folgenden Modulen systematisch ausgebildet und gefördert:

1. Persönlichkeitspsychologie (Gaben und Grenzen erkennen)
Zusammenarbeit mit dem IPP (Institut für praktische Psychologie Zürich/Freudenstadt).
2. Ausbildung in psychologischen Mechanismen und Funktionen des Gehirns
3. Beeinflussungsstrategien im Medienbereich (Akzent auf unterschwellige Beeinflussung)
4. Grundsätzliche filmische Methoden:
 - Wie ein Film entsteht,
 - Emotionen erzeugen,
 - Special Effects, 3 D (am Beispiel: ‚Herr der Diebe‘ nach dem Buch von Cornelia Franke u.a. mit dem Prädikat ‚wertvoll‘ ausgezeichnet, in Zusammenarbeit mit Vimotion Harald Grübele – verantwortlich für die Special Effects in selbigem)



WERTEORIENTIERTE MEDIENPÄDAGOGIK

Betrachtungsebene des Films:

1. emotionale
2. kognitive
3. ethische
4. filmisch –psychologische
5. wirtschaftliche (Filmindustrie und Marketing)
6. pädagogische
7. sonstige



IKU INSTITUT Schulzentrum GFT

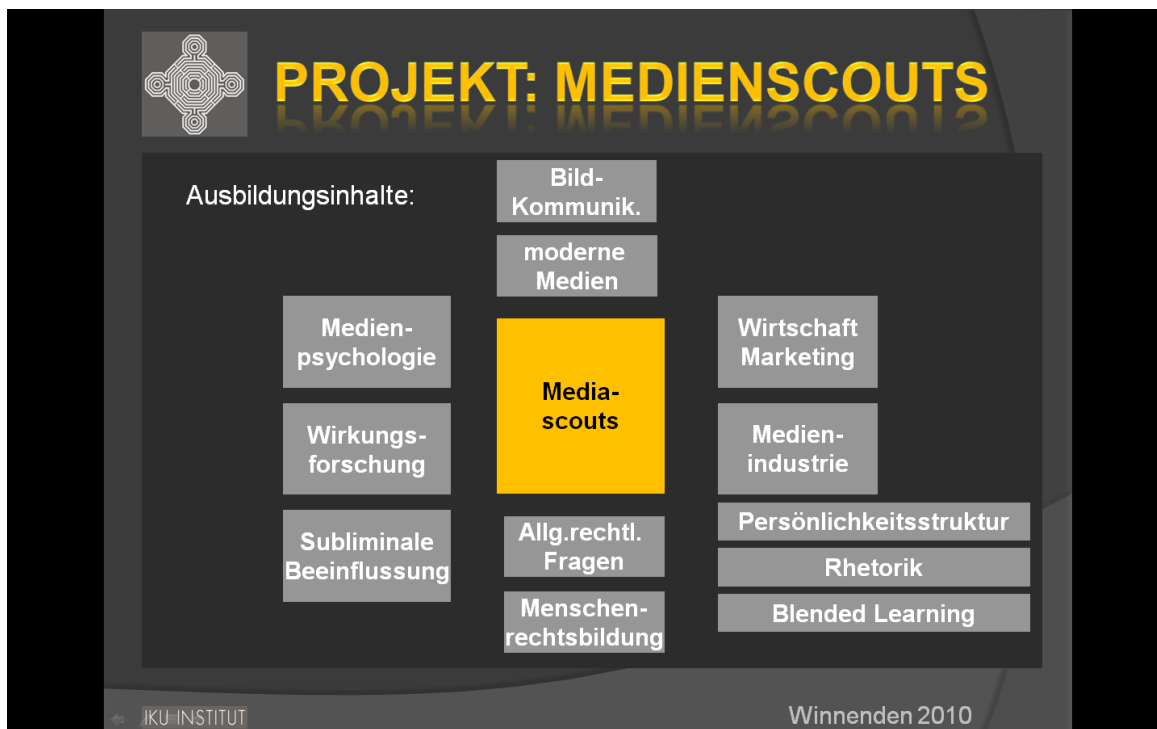
21. Juli 2009

5. Grundlagen allgemeiner Medienpädagogik
6. Kriminalistische und rechtliche Grundlagen (L. Keidel)
7. Grundlagen zur allgemeinen wertorientierten Medienpädagogik (Menschenrechte, Übertragung der Menschenrechte auf die Medienwelt)
8. Rhetorik-Seminar (P. Kutscher)
9. Moderne Präsentationstechniken, um so das Wissen für ihre Mitschüler interessant erfahrbar zu machen.

Die Schüler erhalten jedoch keine festen medialen Präsentationen, sondern lediglich einen Grundstock textueller, bildlicher und filmischer Materialien bzw. Präsentationen, die sie gemäß ihrer Persönlichkeit, ihrer Interessen und den situativen Erfordernisse ergänzen können. Z. B. haben sie zu einem bestimmten Themenkomplex über Mediengewalt Zugriff auf eine Datenbank vorhandener Materialien, aus der sie selbst auswählen können. Darüber hinaus haben sie natürlich die Möglichkeit, eigene oder neuere Beispiele einzubauen, um das Lernziel einer Lerneinheit zu erreichen.

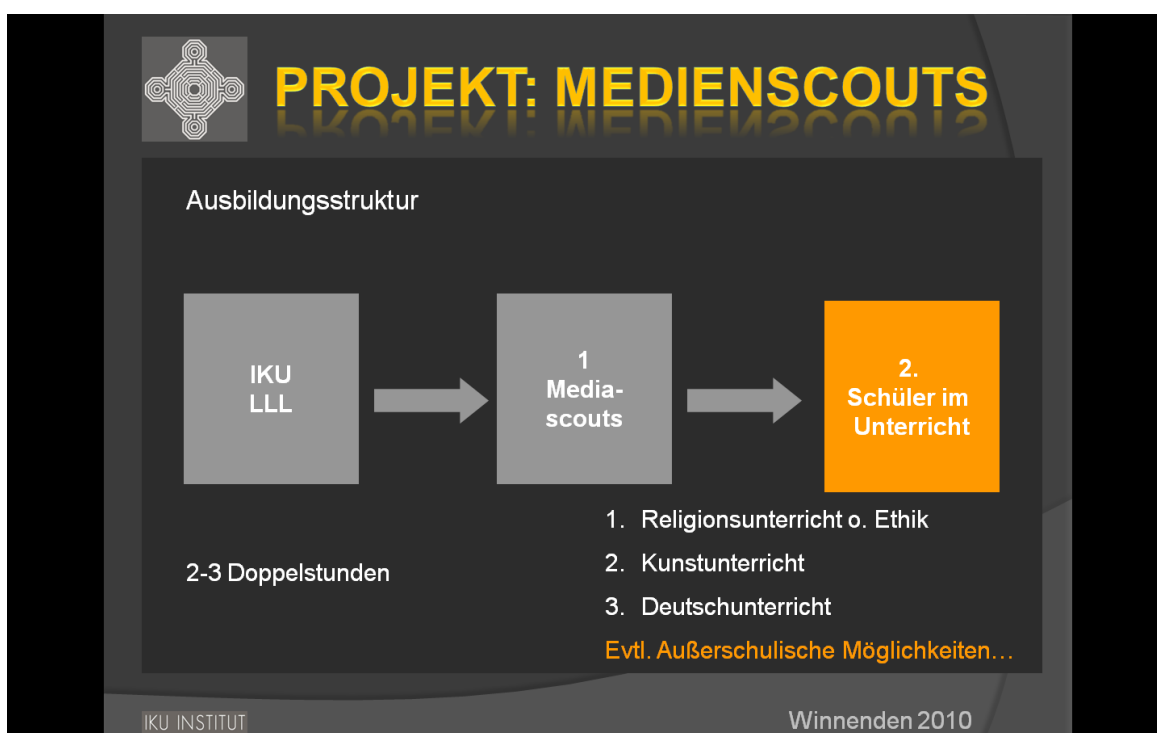
Damit die Schülerassistenten sich in der didaktischen und inhaltlichen Qualität weiter entwickeln können, werden die Unterrichtseinheiten gefilmt und unterschiedliche Feedback-Fragebögen an die Schüler der Zielgruppe 1 und 2 sowie an die Lehrer verteilt. Dadurch wird eine permanente interne Evaluation erreicht, die mit einer externen Evaluation zu ergänzen wäre.

Ein erheblicher Teil der Ausbildung erfolgt über das e-Learning. Die Schülerassistenten werden mit dieser Ausbildung zum Medienassistenten unterschiedlichen Zusatznutzen für ihr Leben und ihre sozialen Beziehungen erlangen. Nicht zuletzt durch den Umgang mit modernsten Medien und inhaltliches Know-how profitieren sie somit auch im medientechnischen Bereich.



ZERTIFIZIERUNG

Nach erfolgreicher Ausbildung und Schulintervention erhalten die Medienscouts ein Zertifikat des IKU-Instituts (Hochschulinstitut) in Kooperation mit der Akademie für lebenslanges Lernen und der Präventionsstelle der Kriminalpolizei Waiblingen. Die Zertifizierung der Lerninhalte durch kompetente Dozenten kann für weitere Bewerbungen der Schüler von Nutzen sein.



SCHÜLER (Zielgruppe 2)

Mit Hilfe moderner Medien durchlaufen die Schüler mit den dazu ausgebildeten Medienassistenten in Blockstunden folgende Seminarmodule:

1. Funktionsweise der Psyche und des Gehirns
2. Unterschwellige Beeinflussungsmechanismen aus der Medienindustrie
3. Grundsätzliche filmische Methoden: Wie ein Film entsteht, Emotionen erzeugen, Special Effekte, 3 D (am Beispiel: „Herr der Diebe“ in Zusammenarbeit mit Harald Grübele, Vimotion)
4. Eigene Konzepte der Werte und Gerechtigkeit und die Beschaffenheit der Menschenrechte. In diesem Modul wird versucht durch lösungsorientierte bzw. abenteuerlich-spielerische Szenarien (goal-based-learning) die Kinder bzw. Jugendlichen anzuleiten, intrinsisch motivierte Werte zu formulieren, zu diskutieren, zu optimieren und sie systemisch auf unterschiedliche Situationen der realen Welt anzuwenden und immer wieder zu optimieren, bis zu einem relativ gerechten Gesamtkonzept.
5. Im nächsten Schritt werden diese nun verinnerlichteten, sinnvollen und bindenden Konzepte auf die virtuelle Medienwelt übertragen.
6. Im letzten Modul sollten Beispiele und Möglichkeiten für alternative positive Medienprojekte behandelt werden.

LEHRER

Lehrer sollten über die Grundsätze der Aufklärungseinheiten informiert sein, insbesondere diejenigen, in deren Unterrichtszeit das Angebot integriert wird (Kunst, Religionsunterricht, Ethikunterricht).

Der Multimediaberater (ein Lehrer pro Schule in Baden-Württemberg) ist vorab ausführlich zu informieren, sowohl über das Gesamtvorhaben an sich, als auch speziell über seine Unterstützung im Rahmen der Technik und als Ansprechpartner (Tutor) für die Assistenten bezüglich des e-Learning.

ELTERN

Die Eltern der Assistenten sind vorab darüber zu informieren, welcher Aufwand aber auch welcher Nutzen ihre Kinder durch die Ausbildung und Arbeit erwartet. Darüber hinaus ist es empfehlenswert, allen Eltern eine grundlegende Information über die Seminare zukommen zu lassen. Idealerweise könnte dies auch im Rahmen eines gesonderten Elternabends geschehen.

LERNSTRUKTUR

Das Design der Lernstruktur bei den Schülerassistenten wurde nach den Grundlagen des Blended Learnings konzipiert und wird so weit wie möglich mit einer persönlichkeitspezifischen individualisierten Didaktik optimiert.



PROJEKT: MEDIENSCOUTS

Lernstruktur

Vernetzung / Foren / Chat, etc.)

individuelle Persönlichkeitsstruktur der Medienscouts bedingt eine individualisierte Didaktik durch Ausbilder und Tutoren

1. e-Learning am PC

2. Lernen mit Literatur

3. Lernen in der Gruppe

4. Präsenz-
veranstaltungen

praktische
Aktionen

praktische Ausarbeitungen der Präsentationen

IKU-INSTITUT

Winnenden 2010

Zielbestimmung (Präventionsziel / Programmziel)

- *Kognitiv* – in einer systematischen Aufklärung über die Beeinflussungsstrategien der Medien
- *Emotional* – in der Aufdeckung von negativen Steuerungsmechanismen können natürliche Abwehrreaktionen (gegen Manipulation oder Gewaltverherrlichung) bei Kindern erzeugt werden
- *Ethisch* – durch die kreativ-spielerische Anwendung der Menschenrechte auf die Medienwelten, werden die Kinder und Jugendlichen durch Projektarbeit intrinsisch motiviert, die Menschenrechte für sich zu übernehmen, um sie im zweiten Schritt auf diverse Medieninhalte zu übertragen.

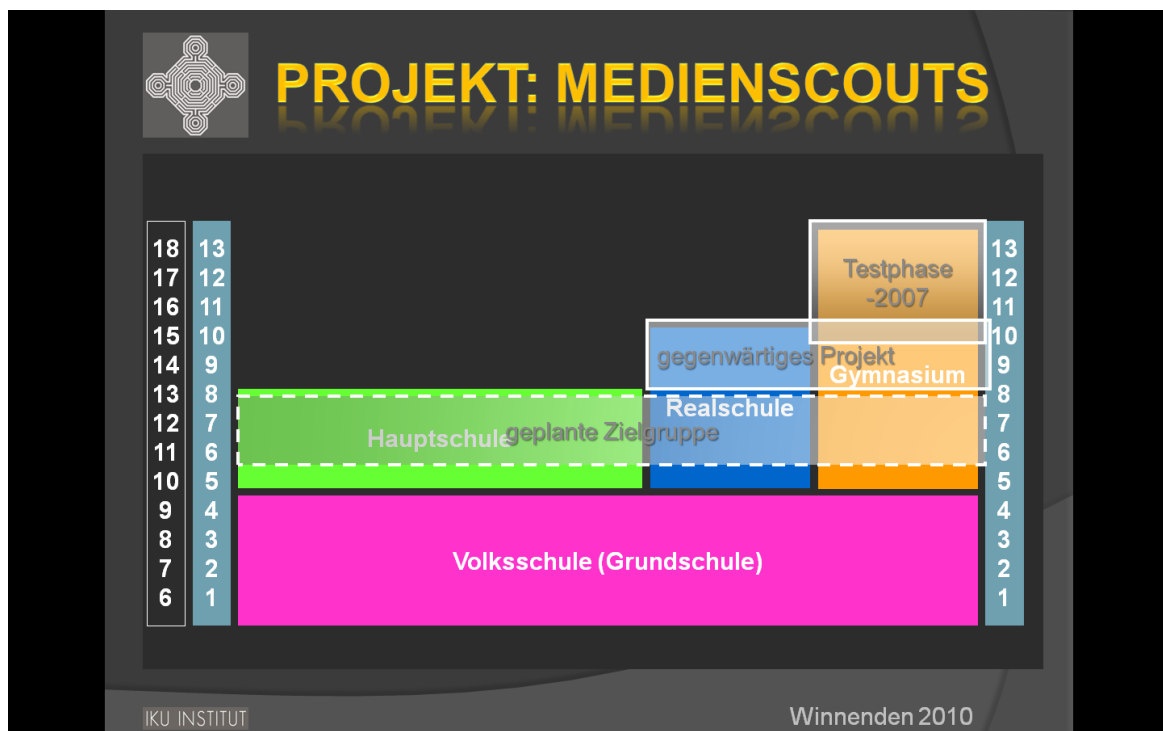
Entstehungshintergrund und Zielgruppenplanung

2004 hat Dr. Bojan Godina im Rahmen einer Forschungsarbeit (Heidelberger Dissertation) mehrere Jugendliche ca. 20 – 30 Stunden ausgebildet, die daraufhin in verschiedenen deutschen Schulen pädagogische Interventionen (mediale Präsentationen) zur Medienkompetenz durchführten.

Im damaligen Forschungsprojekt wurden zwei Blockstunden dafür bereitgestellt, was durchaus erweiterbar ist.

Diese Aufklärungsarbeit kam sowohl bei Schülern als auch bei Lehrern so positiv an, bzw. zeigte eine so hohe Effektivität in der Frage der Medienkompetenz und Wertebildung, dass Godina in Zusammenarbeit mit weiteren Forschern und Praktikern, das Konzept im IKu-Institut erweiterte und für eine breitere Anwendung im schulischen Bereich konzipierte.

Die Zielgruppe bis 2007 war vor allem die Oberstufe. Gegenwärtig werden Mediencouts auch für die Mittelstufe ausgebildet. In Planung ab 2011 ist darüber hinaus die Zielgruppe der 11-13 Jährigen.



Integrationskonzept

Die Stärke und Einmaligkeit dieses Projekts zur Medienaufklärung des IKu-Instituts liegt vor allem in der Integration mehrerer gesellschaftsrelevanter Bereiche und wissenschaftlicher Disziplinen:

1. Menschenrechtsbildung in Anwendung auf die Medieninhalte
2. Aufklärung bezüglich medialer Beeinflussungsstrategien
(bis hin zu Fragen der Gewaltprävention)
3. Peer-to-Peer-Education
4. Zusammenarbeit mit Filmemachern (Vimotion GmbH, Harald Grübele)
5. Integration in das ganzheitlich-pädagogische Projekt ‚LebensLanges Lernen‘
(Akademie für lebenslanges Lernen, Prof. Dr. Kurt W. Schönherr, Weissach im Tal)
6. Nähe zur medienwissenschaftlichen Forschung
7. Persönlichkeitsspezifische Förderung der Schülerassistenten

In seiner jetzigen Konzeption versucht das Projekt einen ganzheitlichen Ansatz zu liefern, in dem es auf drei Ebenen parallel Aufklärungsarbeit anstrebt:

1. schulische Interventionen, durchgeführt von Schülern
2. Seminare für Lehrer (vor allem Lehrer aus den Fächern: Kunst, Religion/Ethik, Deutsch und Gemeinschaftskunde, in deren Fächern die Interventionen durchgeführt werden)
3. Seminar bzw. mediales Material für Eltern

Wissenschaftliche Grundlagenliteratur zum Konzept

B. Godina / K. W. Schönherr / H. Grübele (Hrsg.): ‚Werteorientierte Medienpädagogik‘
voraussichtlich Herbst 2010, in Zusammenarbeit mit: K. Schönherr, H. Grübele, L. Keidel u.a.

B. Godina: ‚Unichtbare Religion des subliminalen Marketings in den Medien‘
Heidelberger Dissertation, Berlin 2007

Die nachfolgende Beschreibung bezieht sich auf die prototypische Form der Aufklärungsarbeit 2004-2006 und wird durch das oben beschriebene neue Konzept wesentlich erweitert und optimiert.

Wissenschafts-theoretischer Hintergrund (Auszug Forschungsbericht, B. Godina, Heidelberg 2007)

„Eine Erziehung im Hinblick auf die Menschenrechte soll die Schülerinnen und Schüler befähigen, sich in ihrem persönlichen und politischen Lebensumkreis für deren Realisierung einzusetzen ... Menschenrechtserziehung kann sich nicht auf die Vermittlung von Wissen beschränken. Sie muss die emotionale und handelnde Komponente einbeziehen“. (Auszüge aus der Empfehlung der Kultusministerkonferenz zur Förderung der Menschenrechtserziehung in der Schule)¹

Das Experiment ...hatte das Ziel, die ersten medienpädagogischen Erfahrungsdaten an Schulen zu erhalten. Ziel ist, das theoretische Wissen (über Mediale Strategien)... durch zwei bis fünf Jahre ältere Jugendliche den Schülern zu vermitteln. Dieses Prinzip ist nicht nur pädagogisch bzw. medienpädagogisch erfolgversprechend, sondern entspricht auch dem NAP (Nationalen Aktionsplan) für ein kindergerechtes Deutschland, wonach der Peer-to-Peer-Qualifizierung und -Arbeit große Bedeutung beigemessen wird.²

¹ Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 04.12.1989 i.d.F. vom 14.12.2000.

² NAP- Report A, 2006, S. 12f.

Grundlegendes zur Pilotstudie und den ersten Experimenten

Die Pilotstudie wurde von 2004-2006 an sechs Schulen³ mit drei... ausgebildeten Assistenten durchgeführt. ... Die Ausbildung erstreckte sich auf ca. 20 Stunden. Alle Assistenten standen auch während ihrer Einsätze mit mir im Kontakt. Die Assistenten nutzten Präsentationen die größtenteils vorbereitet waren. Es wurde ihnen freigestellt, einen Teil der Beispiele selbst zu suchen und zu präsentieren. Das Ziel ist, die Assistenten in das Vorhaben kognitiv, motivational und emotional einzubeziehen und es zu ihrer eigenen Sache zu machen. Es wurde in der Vorselektion der Assistenten meinerseits darauf geachtet, welche Personen einen positiven, jedoch auch kritischen Zugang zu den Medien hatten. Positiver Zugang bedeutet hier nicht nur eine ausgebildete Meinung über die Medien zu haben, sondern auch, sich selbst überdurchschnittlich mit Medien beschäftigt zu haben. Dies war aus zwei Gründen wichtig: Zunächst um die intrinsische Motivation für die Aktionen zu haben, aber auch um das „generation gap“ zu vermeiden.⁴

Schulaktionen

Die Schulaktionen der eigentlichen Testphase wurden von zwei Assistenten durchgeführt. Diese gingen mit einem Infoschreiben in die Schulen und vereinbarten die Termine. Nach den zwei Schulstunden dauernden Präsentationen verteilten sie Fragebögen an die Schüler und Lehrer, welche später von mir statistisch ausgewertet wurden. Die Schulaktionen wurden größtenteils per Video aufgenommen ... Bei der statistischen Auswertung handelt es sich um Auszählungen der Benotungen, welche deskriptiv die Bewertung der Schüler und Lehrer zu den Präsentationen im Durchschnitt und Prozentsatz aufzeigen.

Schüler

In der statistischen Auswertung wurden die Daten der fünf Schulaktionen zusammengelegt und das Arithmetische Mittel und die Standardabweichung der Stichprobe ausgewertet.

Die Benotung wurde nach einer Bewertungsskala von 1-5 vorgenommen (siehe Anhang...). 5=sehr schlecht, 4=schlecht, 3=mittelmäßig, 2=gut, 1=sehr gut.

N=116

5 Klassen (3x Oberschule , 2x Jahrgangsstufe 10 in Brandenburg)

Durchschnittsalter=16,1

Benotung der Medienpräsentation (n=116)

| Unterricht | Redner | Inhalt |
|------------|----------|----------|
| 1,65 | 1,57 | 1,89 |
| S = 0,54 | S = 0,54 | S = 0,69 |

82 % der Teilnehmenden erklärten, dass sie im Seminar Neues über Medienstrategien gelernt haben... 55,6 % waren überzeugt, nach der Unterrichtseinheit etwas über (Mediale) Strategien gelernt zu haben. Insgesamt hat eine Minderheit von 20,3 % der Stichprobe eine solche (eventuelle)⁵ Strategie der Medienmacher positiv gewertet und verteidigt.

³ Zwei Schulen in Berlin, drei in Augsburg und eine in Darmstadt.

⁴ Vgl. Vollbrecht 2001, S.64ff. Das Problem hierbei könne durch die verschiedene mediale Sozialisation entstehen, aber auch durch den „Habitus der Lehrpersonen“, welche bei Schülern oftmals als „unglaubliche Anbiederung, als unerkannte Gestrigkeit oder als kontextunterschätzende Grenzverletzung“ von den Schülern wahrgenommen werden, vgl. Feist 1999, S. 41 zitiert aus: Vollbrecht 2001, S. 67ff.

Benotung durch die Lehrer

Das Lehrpersonal ist statisch nur mit vier Datensätzen vertreten und kann von daher keineswegs als aussagekräftig ausgelegt werden. Dennoch werden hier Tendenzen aufgezeigt, die durch die qualitativen Aussagen von Lehrern in der Pilotstudie noch verstärkt werden.

n = 4

| Unterricht | Redner | Inhalt |
|------------|----------|--------|
| 1,75 | 2 | 1,25 |
| S = 0,5 | S = 0,81 | S = 1 |

| Pro ext. Unterricht | Kontra ext. Unterricht | pro Weiterführung | kontra Weiterführung |
|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|
| 4 | 0 | 4 | 0 |

Es ist auffällig, dass die Lehrer den höchsten Wert dem Inhalt und nicht dem Vortragendem bzw. der Präsentation gaben. Alle Lehrer sprachen sich positiv für die Weiterführung dieses externalen Aufklärungsunterrichts aus.

Qualitative Beobachtungen

Bei den Schülern

Die Assistenten berichteten verschiedentlich darüber, dass die meisten Schüler bei den dargebotenen medialen Beispielen mit hoher Aufmerksamkeit und Zeichen der Wiedererkennung reagierten, jedoch kaum abwertend auf die Beispiele reagierten, was von einer gewissen Nähe zu ihrer Lebenswelt und gegen das „generation gap“ spricht. Manche der Schüler waren von den präsentierten Inhalten ziemlich überrascht und wollten in den Pausen oder auch nach der Schule noch Gespräche mit den Assistenten führen. Die Assistenten berichteten aus ihrer persönlichen medialen Erfahrung, aber auch von den Zeugnissen mancher Schüler, die sich nach Wochen oder Monaten getroffen haben, dass die Schüler seit diesen Präsentationen die Medien kritischer betrachten und dass ihnen manche der Besprochenen oder ähnliche Elemente seither immer wieder auffallen.

Beim Lehrpersonal

Alle der vier Lehrer schilderten einen grundsätzlich positiven Eindruck und haben sich bei den offenen Fragen dahingehend geäußert, dass die Kritik- und Denkfähigkeit der Schüler gesteigert wurde und sie deshalb weniger manipulierbar durch die Medien geworden sind. Im Folgenden noch der Wortlaut der Antworten auf die abschließende Frage nach einem Gesamteindruck von der Unterrichtseinheit, auf welche drei der Lehrer geantwortet haben:

- Ein interessant wirkendes Angebot, das regelmäßig in die Schulen gebracht werden müsste. Verbindung zur selbstständigen Tätigkeit der Schüler lässt sich gut herstellen.
- Diese Medienpräsentation ist sehr anschaulich und jugendgerecht aufgebaut. Sie ist gut strukturiert und spricht die Jugendlichen an. In den 2 Stunden bekommen die Jugendlichen die Erkenntnis, dass nichts ohne Absicht passiert.
- Ich bin auch beim zweiten Mal wieder sehr angetan gewesen...

Insgesamt verstärken die Antworten die positiven quantitativen Daten.

Bei den Assistenten

Die Assistenten sowohl der Pilotstudie als auch des eigentlichen Tests waren sehr positiv überrascht über den Erfolg der Präsentationen. Alle der fünf Assistenten waren motiviert weitere Präsentationen zu halten, was tatsächlich bei einigen der Fall war. Sie hatten insgesamt einen positiven Eindruck bezüglich der Aufmerksamkeit und des Lernerfolgs der meisten Rezipienten. Die Assistenten haben bedingt durch ihr Alter kein „generation gap“ feststellen können, was das „Peer to Peer“-Konzept in seinem Erfolg bestätigt. Durch die Art der Teilnahme, Diskussion und Fragestellungen der Teilnehmer, aber auch durch persönliche Nachgespräche sowohl mit den Schülern als auch mit dem Lehrpersonal, waren alle fünf Assistenten vom Lernerfolg zweifelsfrei überzeugt. Sie hatten den Eindruck, dass ein großer Teil der Schüler sowohl kognitiv als auch emotional engagiert angesprochen worden war.