



german
cooperation

DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT



HER Media moves

KONZEPT

Medienakademie

Medienkompetenz und soziale Teilhabe stärken

Durchgeführt von



Gefördert durch



Glossar

- AA** Das Auswärtige Amt vertritt die Interessen Deutschlands in der Welt, fördert den internationalen Austausch und bietet deutschen Bürger*innen im Ausland Unterstützung.
- DEK** Das Digital Enquirer Kit ist ein Online-Kurs zum eigenständigen Lernen, der Lernenden beibringt, wie sie Falschinformationen erkennen, verlässliche Informationen im Internet finden, sammeln, analysieren und auf sichere Weise teilen können.
- GIZ** Die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit ist ein Dienstleister der internationalen Zusammenarbeit für nachhaltige Entwicklung und internationale Bildungsarbeit.
- MIL** Media and Information Literacy (Medienkompetenz) ist die Fähigkeit, Medien sicher und verantwortungsbewusst zu nutzen. Sie zielt darauf ab, die Kompetenzen jede*r Bürger*in zu stärken, auf Medien zuzugreifen, Medieninhalte zu analysieren, eigene Medienbotschaften zu erstellen, über bestehende Medieninhalte zu reflektieren und Maßnahmen zu ergreifen. Dabei werden Medien zur Erreichung bestimmter Ziele genutzt, z. B. zur Weitergabe von Informationen.
- OGBV** Laut UN Women umfasst Online Gender-based Violence (geschlechtsspezifische Online-Gewalt) verschiedene Formen von Gewalt durch Online-Technologien gegen Menschen aufgrund ihres Geschlechts. Sie hat ihre Wurzeln in diskriminierenden sozialen Normen und der Ungleichheit zwischen den Geschlechtern. Sie ist oft mit physischer Gewalt verbunden.
- PASCH** PASCH steht für die Initiative „Schulen: Partner für die Zukunft“. Die Initiative ist ein weltweites Netzwerk von rund 1.500 Schulen, die junge Menschen zum Deutschlernen motivieren möchte.
- SDG** Die Sustainable Development Goals (Ziele für Nachhaltige Entwicklung) wurden 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedet, um sicherzustellen, dass alle Menschen bis 2030 in Wohlstand und Frieden leben können: Keine Armut (SDG 1), hochwertige Bildung (SDG 4), Gleichstellung der Geschlechter (SDG 5) und weniger Ungleichheiten (SDG 10) sind einige der Aktionsbereiche der Agenda 2030.
- SfE** Sport für Entwicklung bezieht sich auf den gezielten Einsatz von Sport, körperlicher Aktivität und Spiel zur Erreichung bestimmter Entwicklungsziele (z. B. Gleichstellung der Geschlechter). Über SfE werden persönliche und soziale Kompetenzen vermittelt und eine positive Persönlichkeitsentwicklung gefördert.
- ZfA** Die Zentralstelle für Auslandsschulwesen betreut die deutsche schulische Arbeit im Ausland, bietet pädagogische und administrative Beratung, Unterstützung sowie die Vermittlung von Lehrkräften an (deutsche) Schulen im Ausland.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Einleitung | 4 |
| Medienakademie Übersicht | 6 |
| Medienakademie Ansatz | 10 |
| Medienakademie Beispiel | 12 |
| Medienakademie Anpassung an den lokalen Kontext | 14 |
| Wirkung der Medienakademien..... | 16 |
| Anhang | 19 |

„Anstatt uns gegenseitig runterzuziehen,
sollten wir uns zusammenschließen.“

Schülerin, Mexiko



Einleitung

Hintergrund

Digitale Technologien haben sich schneller entwickelt als jede andere Innovation in unserer Geschichte und verändern unsere Gesellschaft. Junge Menschen sind nach wie vor die treibende Kraft hinter der globalen Vernetzung: Weltweit sind heute 75 Prozent der 15- bis 24-Jährigen online, verglichen mit 65 Prozent in anderen Altersgruppen.¹

Trotz des enormen Potenzials, das das Leben in einer digitalen Welt den Jugendlichen bietet, wie z.B. Bildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten sowie soziale Teilhabe, gibt es immer noch digitale Klüfte. Weltweit nutzen 264 Millionen mehr Männer als Frauen das Internet (Digital Gender Gap). Insgesamt nutzen Frauen digitale Technologien mit 25 Prozent geringerer Wahrscheinlichkeit als Männer.^{2,3} Fehlender Zugang zu digitalen Technologien und den notwendigen digitalen Fähigkeiten limitieren Beschäftigungsmöglichkeiten in der digitalen Industrie. Darüber hinaus sind Frauen und

Mädchen einem größeren Risiko von (Cyber-) Gewalt und geschlechtsspezifischer (Online-) Gewalt ausgesetzt. Um gleichberechtigte soziale, wirtschaftliche und politische Teilhabe zu ermöglichen, muss die Digital Gender Gap überwunden werden.^{4,5}

Der Zugang zu Informationen, freie Meinungsäußerung und die Gleichstellung der Geschlechter sind Grundvoraussetzungen für inklusive Digitalisierung und für resiliente, demokratische Gesellschaften. Traditionelle und neue Medien⁶ sind bereits ein wichtiger Bestandteil des täglichen Lebens und Quelle glaubwürdiger Informationen. Allerdings haben Desinformationen im digitalen Raum in den letzten Jahren rapide zugenommen und stellen eine Bedrohung für Individuen und Gesellschaften dar. Geschlechtsspezifische Online-Gewalt und Online-Belästigung unter Gleichaltrigen oder im schulischen Umfeld beeinträchtigen insbesondere die psychische Gesundheit junger



- 1 ITU (2022): Measuring digital development Facts and Figures
- 2 BMZ (2023): Feministische Entwicklungspolitik
- 3 EQUALS (2019): Closing Gender Divides in Digital Skills through Education
- 4 UN Women (2023): Facts and figures: Ending violence against women
- 5 UN Women (2020): Online and ICT facilitated violence against women and girls during COVID-19
- 6 Traditionelle Medien beziehen sich auf nicht-digitale Medien wie Fernsehen, Radio und Printmedien, während die neuen Medien im Allgemeinen als digitale Medien bezeichnet werden.



Schüler*innen. Auf gesellschaftlicher Ebene zeigt die Verbreitung von Desinformationen, z.B. über COVID-19, den Klimawandel sowie Russlands Angriffskrieg auf die Ukraine, wie Desinformationen die öffentliche Meinung, die öffentliche Gesundheit, den sozialen Zusammenhalt und das Funktionieren widerstandsfähiger, inklusiver und demokratischer Gesellschaften beeinträchtigen können.

In der heutigen Welt müssen junge Menschen mit den Fähigkeiten und dem Wissen ausgestattet werden, um kritisch und effektiv mit

Informationen und Technologien umgehen zu können. Das bedeutet in der Konsequenz, die Vorteile der digitalen Bürgerschaft (Digital Citizenship) zu maximieren und das Risiko, in der Informationsflut unterzugehen, zu minimieren. Zukunftsorientiert, digitale Kompetenzen sind nicht nur grundlegend für das tägliche Leben. Sie sind der Schlüssel zu gleichberechtigter politischer, sozialer und wirtschaftlicher Teilhabe und nachhaltiger gesellschaftlicher Entwicklung.

Politische Einordnung

Ein Schwerpunkt der deutschen Außenpolitik und Entwicklungspolitik ist die Gleichstellung der Geschlechter.^{7,2} Die Überwindung diskriminierender Machtverhältnisse, die Förderung gleicher Rechte und Chancen für alle, unabhängig von Geschlechtsidentität, sexueller Orientierung, Alter, Behinderung, Migrationsstatus, ethnischer Herkunft, Religion, Weltanschauung oder anderen Merkmalen, und die Umsetzung einer menschenrechtsbasierten Politik sind zentrale Prinzipien. Gemeinsam mit Partnern stehen die Rechte, Ressourcen und Repräsentation (3R) von Mädchen und Frauen im Mittelpunkt.⁸ Die Ziele der feministischen Außenpolitik und Entwicklungspolitik stehen im Einklang mit den Sustainable Development Goals, insbesondere

SDG 5 „Gleichstellung der Geschlechter“ und geschlechtsspezifischen Unterzielen anderer SDGs wie SDG 4 „Hochwertige Bildung“.

Die Gestaltung des digitalen Wandels hilft, globale Krisen wie die COVID-19-Pandemie, den Klimawandel oder gewaltsame Konflikte besser zu bewältigen. Um die Möglichkeiten der Digitalisierung zu nutzen und digitale Klüfte zwischen den Geschlechtern zu überwinden, ist eine diskriminierungsfreie Gestaltung der Digitalisierung notwendig. Dies ermöglicht einen besseren Zugang zu Schutz, Information, Bildung, Innovation und Transparenz für alle.



Schülerin, Palästinensische Autonomiegebiete

7 Auswärtiges Amt (2023): Feministische Außenpolitik gestalten

8 Bundesregierung (2021): Mehr Fortschritt wagen. Koalitionsvertrag



Medienakademie Übersicht



Zweck dieses Konzepts

Zur Förderung der Medienkompetenz (Media and Information Literacy/ MIL) und der Beteiligung junger Menschen an einer digitalen Welt wurde eine dreitägige Medienakademie entwickelt und 2023 in neun Ländern durchgeführt. Auf einzigartige Weise wurde der MIL-Ansatz mit dem Sport für Entwicklungs-Ansatz (SfE) kombiniert, um durch Interaktion und Spiel effektives Lernen zu ermöglichen. Aufgrund des großen Erfolgs der Medienakademie soll dieses Konzept Schulleiter*innen, Lehrkräfte, Trainer*innen und Schüler*innen weltweit erreichen, die an der Durchführung einer Medienakademie in ihrer Schule oder ihrem Jugendzentrum

interessiert sind. Das vorliegende Konzept verdeutlicht das Ziel der Medienakademie, die gewünschten Lernergebnisse und den methodischen Ansatz. Es gibt Einblicke in die Umsetzung und zeigt Strategien auf, wie die Medienakademie an den lokalen Kontext angepasst wird und was im Anschluss durch das Engagement von Schüler*innen entstehen kann. Für interessierte Schulleiter*innen, Lehrkräfte, Trainer*innen und Schüler*innen gibt es eine umfangreiche Toolbox, die den ausführlichen Trainer*innen-guide mit Beispielen aus bisherigen Medienakademien sowie weitere Materialien wie Arbeitsblätter enthält.

Globales Projekt

Um gezielt die Teilhabe von Mädchen und jungen Frauen an der digitalen Welt zu fördern, wurde im Jahr 2023 das globale Projekt „Schülerinnen-Akademie: Medienkompetenz und gesellschaftliche Teilhabe stärken“⁹ vom Auswärtigen Amt (AA) in Auftrag gegeben und von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit

(GIZ) in Kooperation mit der Zentralstelle für Auslandsschulwesen (ZfA) durchgeführt. Das Projekt führte mehrtägige Akademien zur Verbesserung der Medienkompetenz (MIL) von Mädchen und jungen Frauen durch. Sie wurden für deutsche Auslandsschulen und andere Partnerschulen der PASCH-Initiative entwickelt.¹⁰



9 GIZ (2023): Medienkompetenz von Schülerinnen verbessern

10 PASCH-Initiative (2023): Über die PASCH-Initiative



Im August und September 2023 nahmen fast 200 Schülerinnen an Medienakademien in neun verschiedenen Ländern teil, darunter Albanien, Äthiopien, Bosnien und Herzegowina, Kosovo, Mexiko, Namibia, Pakistan, Palästinensische Gebiete und Serbien.



Zielgruppe

Die Medienakademie richtet sich an Schüler*innen im Alter von 15 bis 18 Jahren. Im Rahmen der Projektphase nahmen ausschließlich Schülerinnen an den Akademien teil. Das Konzept kann jedoch problemlos an verschiedene Zielgruppen angepasst werden, auch an gemischte Gruppen. Bei der Auswahl der Altersgruppe für die Teilnehmenden sollten die Vorkenntnisse der Teilnehmenden im Medienbereich berücksichtigt werden. Es hat sich bewährt, Jugendliche aus verschiedenen Klassen (z. B. 9.–10. oder 10.–11. Klasse) und verschiedenen Schulen einzuladen. Wenn Schüler*innen mit unterschiedlichem Hintergrund und aus verschiedenen

Kontexten zusammenkommen, sind sie neugierig und offen, sich auszutauschen, unterschiedliche Perspektiven zu verstehen und Netzwerke aufzubauen. Die optimale Gruppengröße für diese sehr partizipative Medienakademie liegt bei 16 bis 20 Schüler*innen. Da das globale Projekt an deutschen Auslandsschulen und anderen Partnerschulen des PASCH-Netzwerks stattfand, waren deutsche Sprachkenntnisse (B2-Niveau) Voraussetzung für die Teilnahme. Die Akademie kann aber auch in jeder anderen Sprache durchgeführt werden, sofern die Teilnehmenden diese Sprache auf B2-Niveau oder höher beherrschen.

Zielsetzungen

Das übergeordnete Ziel der Medienakademie ist es, junge Menschen stärker an digitalen, gesellschaftlichen und politischen Prozessen zu beteiligen. Die Medienakademie möchte gut informierte digitale Bürger*innen hervorbringen, die gegen Desinformationskampagnen gewappnet sind. Sie handeln verantwortungsbewusst und respektvoll in der digitalen Sphäre und tragen zu einem gut informierten öffentlichen Dialog unter Verwendung digitaler Technologien bei. Während der Projektphase wurden gezielt Schülerinnen angesprochen, um einen sicheren Raum und tiefgründige Diskussionen über Desinformation und geschlechtsspezifische Online-Gewalt zu ermöglichen.





Lernziele

Die Schüler*innen stärken ihr Selbstvertrauen und ihre Selbstwirksamkeit. Die Medienakademie befähigen sie, als Multiplikator*innen ihre neu erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse an

Schulen, Gleichaltrige und ihr soziales Umfeld weiterzugeben. Die Schüler*innen sind mit relevanten persönlichen, sozialen und medialen Kompetenzen ausgestattet und in der Lage:

|  Wissen |  Fähigkeiten |  Haltung |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Fakten von Meinungen zu unterscheiden • zwischen verschiedenen Begriffen im Zusammenhang mit MIL zu unterscheiden • verschiedene Formen von Desinformationen zu erkennen und ihre schädlichen Folgen für Individuen und die Gesellschaft zu erklären • verschiedene Formen der geschlechtsspezifischen Online-Gewalt zu erkennen und ihre schädlichen Folgen für Individuen und die Gesellschaft zu erklären | <ul style="list-style-type: none"> • Soziale Medien kritisch zu reflektieren • verschiedene Informationen zu bewerten • Online-Quellen, -Inhalte und Identitäten von Online-Kontakten zu überprüfen • sicher mit privaten Informationen umzugehen • in den sozialen Medien verantwortungsbewusst und respektvoll zu handeln • verschiedene Medientools zu nutzen • klare Medienbotschaften und Produkte zu schaffen • als Multiplikator*innen in ihren Schulen und ihrem sozialen Umfeld zu wirken | <ul style="list-style-type: none"> • Resilient gegenüber Desinformation zu sein • Zweimal nachzudenken beim Reagieren auf Medieninhalte • Selbstständig und selbstbewusst im Umgang mit (sozialen) Medien zu sein |

„ Ich fand es toll, dass jede Schülerin über ihre Erfahrungen sprechen und die eigene Meinung sagen konnte. “

Schülerin, Namibia

„ Ich habe gelernt, dass Teamarbeit ein guter Weg ist, um auf neue Ideen zu kommen. “

Schülerin, Äthiopien

„ Fühl Dich frei, Dich zu äußern. “

Schülerin, Pakistan



Medienakademie Ansatz



Inhalt

Die Medienakademie widmet sich drei grundlegenden Aspekten:

1. Austausch zu positiven und negativen Medien- und Informationserfahrungen,
2. Manipulation, Mis-, Dis- und Malinformationen¹¹ und verschiedene Formen geschlechtsspezifischer (Online-) Gewalt in (sozialen) Medien zu identifizieren und über ihre schädlichen Auswirkungen auf Individuen und Gesellschaften nachzudenken, und
3. sich zu digitalem Bürger*innen entwickeln, indem sie lernen, Online-Quellen und -Inhalte zu überprüfen und Strategien zu entwickeln, um Desinformation und geschlechtsspezifische (Online-) Gewalt zu verhindern und zu bekämpfen. Dies erfordert Kenntnisse über ihre Rechte und Pflichten.

Interaktive Methoden

Ein Schlüsselfaktor für das erfolgreiche Erreichen der Lernziele der Medienakademie ist die Motivation der Schüler*innen, sich neue Kenntnisse und Fähigkeiten anzueignen und neue Perspektiven und Einsichten zu entdecken. In der Medienakademie wird ein ganzheitlicher Lernansatz verfolgt, der erlebnisorientierte und spielerische Lernmethoden, kooperatives Lernen und kritisches Denken einschließt. Die Medienakademie kombiniert den MIL-Ansatz

mit dem Ansatz Sport für Entwicklung (SfE),¹² um Wissen auf interaktive Weise zu vermitteln.

MIL befähigt Bürger*innen, sich mit Medien und Informationen auseinanderzusetzen. Digitale Bürger*innen, die über Medienkompetenz verfügen, sind in der Lage, komplexe Medienbotschaften zu verstehen, Desinformation zu erkennen, jede Art von Information zu überprüfen, sicher und verantwortungsbewusst



¹¹ UNESCO (2018): Module 2, Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation, and malinformation

¹² GIZ (2023): Sport for Development Resource Toolkit



zu kommunizieren und aussagekräftige Medienbotschaften zu produzieren, um ihrer Stimme Gehör zu verschaffen. In der Medienakademie erstellen die Schüler*innen Medienprodukte, um zu lernen, wie man klare Medienbotschaften verfasst, um Gleichaltrige zu informieren, aufzuklären und zu sensibilisieren. Sie planen ihre Medienbotschaften und ihre Medienproduktion sorgfältig, experimentieren mit verschiedenen Formaten und wenden kreative Techniken an. Am Ende können sie ihr Wissen als digitale Bürger*innen multiplizieren und sich mit anderen interessierten Community-Mitgliedern austauschen, während sie zum öffentlichen Dialog beitragen.

SfE setzt gezielt Sport, körperliche Aktivität und Spiel zur Erreichung bestimmter Entwicklungsziele (z.B. Gleichstellung der Geschlechter) und zur Stärkung der persönlichen, sozialen und methodischen Kompetenzen der Bürger*innen ein. Eine SfE-Trainingseinheit sollte immer die

multidimensionale Entwicklung der Schüler*innen fördern, d.h. die kognitive, soziale, körperliche und sportliche Entwicklung. Durch eine abschließende Reflexion werden die auf dem Spielfeld gemachten Erfahrungen auf Herausforderungen im Alltag der Teilnehmenden mit und ohne Medien übertragen. Der Schwerpunkt der Akademie liegt auf der Förderung des Selbstwertgefühls, der Kommunikationsfähigkeit, des kritischen Denkens und des (Selbst-) Vertrauens der Schüler*innen.

Durch SfE und weitere partizipative Methoden wie Gruppendiskussionen und die Produktion von Medien werden die Schüler*innen ermutigt, sich aktiv am Lernprozess und an der Gestaltung der Lernergebnisse zu beteiligen. Der methodische Ansatz der Medienakademie ermöglicht es den Schüler*innen, ihr Fachwissen als Digital Natives einzubringen, sinnvolle Erfahrungen zu machen und sich aktiv an sie betreffenden Entscheidungen zu beteiligen.



Medienakademie Beispiel



Vorbereitung

Um eine Medienakademie in einer Schule oder einem Jugendzentrum durchzuführen, muss die Schule solch eine Veranstaltung unterstützen. Die Medienakademie wird idealerweise von einem zweiköpfigen Trainer*innenteam durchgeführt, das jeweils die Bereiche Medien/MIL und Sport/SfE abdeckt. Die Trainer*innen passen die Inhalte der Medienakademie an den lokalen Kontext an und suchen nach jugendrelevanten lokalen Beispielen, z.B. für lokale

Desinformation, Gerüchte, geschlechtsspezifische (Online-) Gewalt im Internet. Ein Vorbereitungstag dient dazu, die Räume und die digitale Infrastruktur vorzubereiten und letzte Absprachen über den Inhalt und den Zeitplan zu treffen. Das Trainer*innenteam sollte im Bereich Veranstaltungsort, Materialien, Verpflegung und Technik von der Schule/ dem Jugendzentrum unterstützt werden.

Zeitplan für die Umsetzung

Für die Medienakademie werden drei Tage empfohlen, wobei jeder Tag einer ähnlichen Struktur folgt: Jede Media Minds Lerneinheit konzentriert sich auf einen bestimmten MIL-Aspekt. Die anschließende Media Moves Lerneinheit fördert eine bestimmte Kompetenz durch SfE. In der Media Makers Lerneinheit planen, erstellen und präsentieren die Schüler*innen ein Medienprodukt. Zu Beginn und am Ende eines jeden Akademies Tages gibt es eine kurze Eröffnung und einen Abschluss. Die Schüler*innen können sich aktiv einbringen, indem sie morgens und nach der Mittagspause kurze Energizer moderieren.





| | | Tag 1 Express yourself! Medien und Informationserfahrungen | Tag 2 Think twice! Erkennen von Manipulation, Desinformation und OGBV | Tag 3 Trust yourself! Überprüfen und schützen deiner digitalen Bürgerschaft |
|----------------------|--------------------------------------|--|---|---|
| Morgen | Eröffnung (15–30 min) | → Eröffnung → Überblick und Regeln | Eröffnung | Eröffnung |
| | Media-Minds°1 (60 min) | → Du und die Medien → Merkmale von Informationen | → Überzeugungstechniken → Desinformation & OGBV°1 | → Vertrauen oder nicht vertrauen → Verifikation und sich schützen°1 |
| | Pause (15 min) | | | |
| | Media-Minds°2 (60 min) | → Dein Newsfeed in den sozialen Medien → Fakten vs. Meinungen | → Desinformation & OGBV°2 → Schädliche Folgen | → Verifikation und sich schützen°2 → Digitale Bürgerschaft |
| | Pause (15 min) | | | |
| | Media-Moves (60 min) | Kommunikation | Kritisches Denken | Vertrauen |
| Mittagessen (45 min) | | | | |
| Nachmittag | Media-Makers (105–120 min) | Medienproduktion | Medienproduktion | Medienproduktion |
| | Closing (15–30 min) | Abschluss | Abschluss | → Multiplikator*in werden → Abschluss und Evaluation |

Die ungefähre Akademiezeit nach diesem Standardplan beträgt sieben Stunden pro Tag, einschließlich zwei Pausen am Morgen (2 x 15 Minuten) und einer Mittagspause (45 Minuten).

Beginn, Ende und Pausen der Medienakademie sollten in enger Zusammenarbeit mit der Schule festgelegt werden.

Evaluation

Bestenfalls sollten die Medienakademien durch eine qualitative und/oder quantitative Evaluation begleitet werden. Für die Projektphase im Jahr 2023 entwickelte die GIZ eine anonyme Umfrage, die zu Beginn jeder Medienakademie und nach sechs Wochen durchgeführt wurde. Die Vorlage für beide Umfragen ist in der Toolbox enthalten. Darüber hinaus sollte das Trainer*in-entteam am Ende des letzten Tages eine

Evaluation mit den Schüler*innen durchführen. In der Projektphase im Jahr 2023 wurden die Schülerinnen gebeten, individuelles Feedback (online oder auf Papier) zu vier Hauptfragen zu geben: (1) Was hat Euch gefallen? (2) Was hat Euch nicht gefallen? (3) Was war deine Haupteinblick? und (4) Wozu hättest Du gerne mehr gelernt?

Medienakademie Anpassung an den lokalen Kontext



Aufgrund des flexiblen, modularen Konzepts ist die Medienakademie so konzipiert, dass sie in unterschiedliche Kontexte passt. Um den spezifischen Bedürfnissen der Zielgruppe und ihres Kontexts gerecht zu werden, ist eine Lokalisierung erforderlich.

1. Kennenlernen des lokalen Kontextes:

Der Ansatz und die Themen der Medienakademien müssen an die Normen und die Kultur des jeweiligen Landes und der jeweiligen Zielgruppe angepasst werden. Zum Beispiel bestimmt das Maß an Rede- und Pressefreiheit die Möglichkeiten und Grenzen für einen sicheren Austausch zur Förderung des kritischen Denkens und der Suche nach vertrauenswürdigen Informationsquellen. Bei der Diskussion über geschlechtsspezifische (Online-)Gewalt müssen sich das Trainer*innenteam und die Schüler*innen der lokalen, kulturellen und sozialen Normen und potenziellen Triggerpunkte bewusst sein.

2. Anpassung des Zeitplans: Der Zeitplan der Medienakademie kann an die lokalen Bedürfnisse und Wünsche angepasst werden. Zum Beispiel könnten die Media Moves Lerneinheiten vor oder zwischen

die beiden Media Minds Lerneinheiten integriert werden. Auch eine längere, vier- oder fünftägige Medienakademie ist möglich, z. B. durch die Vertiefung von Themen wie dem Multiplikations-Aspekt, das Hinzufügen zusätzlicher Medienprodukte (z.B. ein One Take Video über Rechte und Pflichten digitaler Bürger*innen) und eine zusätzliche Media Moves Lerneinheit (z.B. über Perspektivenwechsel). Darüber hinaus können am Nachmittag Exkursionen angeboten werden, insbesondere wenn Schüler*innen aus verschiedenen Schulen zusammenkommen.

3. Anpassung des Inhaltes: Um an die täglichen Medienerfahrungen der Schüler*innen anzuknüpfen, sollten die verwendeten Beispiele einen lokalen Bezug haben. In der Vorbereitungsphase tauschen sich Trainer*innen und Schulvertreter*innen über das mediale Vorwissen der Schüler*innen aus und identifizieren mit Unterstützung der Schüler*innen lokale Mediengewohnheiten von Jugendlichen, aktuelle, relevante Themen und medien- und schulbezogene Herausforderungen (z.B. Mobbing). Darauf aufbauend werden Beispiele aus lokalen

Medien und Social Media-Plattformen ausgewählt, vor allem zu Überzeugungstechniken, Desinformation und geschlechtsspezifischer (Online-) Gewalt. Darüber hinaus werden Tipps für lokale Webseiten (z. B. Faktenüberprüfung) und lokale

Unterstützung (z. B. Organisationen, die Online- oder Telefonberatung im Falle von geschlechtsspezifischer Online-Gewalt anbieten) gegeben, um nachhaltige Unterstützung zu gewährleisten.



Beispiel aus Bosnien & Herzegowina

Online Hassrede



Beispiel aus Mexiko:
Überzeugungstechnik

Beispiel:

In jedem Land kamen unterschiedliche, lokale und globale Themen und Beispiele zur Sprache, z.B. Angriffe von (politischen) Gegner*innen in Konfliktsituationen, Desinformation rund um COVID-19, Naturkatastrophen, Russlands Angriffskrieg auf die Ukraine, Hassreden gegen LSBTIQ*-Bewegungen oder Aktivist*innen sowie Online-Belästigung und Online-(Peer-) Druck unter Jugendlichen.



Wirkung der Medienakademien



Teilen erarbeiteter Medienprodukte

Ein wichtiger Bestandteil der Medienakademie ist, dass die Schüler*innen selbst Medienprodukte wie Fotos, Memes und Videos erstellen. Um die Wirkung und Reichweite der Medienakademie zu erhöhen, können die Medienprodukte der Medienakademie, nach vorheriger

Absprache, innerhalb der Schulgemeinschaft und darüber hinaus verbreitet werden. Diese Medienbotschaften haben die Kraft, Gleichaltrige, deren Familien und interessierte Lehrkräfte, Trainer*innen und Pädagog*innen zu sensibilisieren, zu informieren und aufzuklären.

Beispiele für Medienprodukte



Medienprodukt Tag 1
Medien- und Informationserfahrungen

Was? Fotos mit Text und Emojis

Worüber? Persönliche Vorlieben und Meinungen, Nutzung der Medien zur Information



Medienprodukt Tag 2
Erkennen von Manipulation, Desinformation und OGBV

Was? Kurze Videos mit Texten und Emojis

Worüber? Zweimal darüber nachdenken, wie man reagiert, wenn Emotionen durch Beiträge in sozialen Medien ausgelöst werden



Medienprodukt Tag 3
Überprüfen und Schützen der digitalen Bürgerschaft

Was? Kreative Bildformate (Großaufnahme, Green Screen, Meme)

Worüber? Peer-Tipps zur Überprüfung von Informationen und zum sicheren Online-Verhalten (z. B. nicht den eigenen Aufenthaltsort preisgeben)



Die Medienprodukte können sowohl online (z.B. auf der Schulwebseite oder in den sozialen Medien), als auch in einer Ausstellung in der

Eingangshalle oder in den Räumen der Schule gezeigt werden.

Durchführung von eigenen Veranstaltungen zur Multiplikation

Die Schüler*innen wollen nicht nur ihre Produkte, sondern auch ihre neuen Erkenntnisse mit Freund*innen, Mitschüler*innen und Familienmitgliedern in persönlichen Gesprächen als auch online über soziale Medien teilen. Eine anschließende Schulveranstaltung für Schüler*innen, Eltern oder Lehrkräfte, könnte von den Schüler*innen selbst geplant und durchgeführt werden. Die Motivation der Schüler*innen, als Multiplikator*innen für eine bestimmte Zielgruppe in ihrer Schule zu agieren, sowie die Unterstützung der Schule sind für diese Art von Veranstaltung unerlässlich.

Nachdem die Zielgruppe ihre wichtigsten Bedürfnisse und spezifischen Lernziele definiert haben, beginnen die Schüler*innen mit der Planung des Veranstaltungsformats (z.B. interaktiver Workshop, Präsentation, Präventionstag), der Dauer und des Zeitplans der Aktivitäten. Ein Workshop könnte sich mit der Überprüfung von Fakten oder mit Möglichkeiten zum Schutz vor Online-Gewalt befassen.

Die Schüler*innen werden ermutigt, ihr neu erworbenes Wissen und ihre Fähigkeiten weiterzugeben, indem sie ausgewählte partizipative Methoden der Medienakademie anwenden. Als Multiplikator*innen laden sie ihre Zielgruppe zum Erfahrungs- und Meinungsaustausch über Medienkompetenzen ein und leiten die Teilnehmenden der Veranstaltung an, sich durch die Erstellung eigener Medienprodukte auszudrücken. Die Planung einer solchen Veranstaltung durch die Schüler*innen könnte auch Teil der Medienakademie selbst sein (z.B. am vierten Tag).



Insbesondere für Veranstaltungen mit jüngeren Schüler*innen könnte das Digital Enquirer Kit Youth (DEK-Y) als Ressource verwendet werden, um Informationen über digitale Sicherheit und die Verhinderung der Verbreitung von Fehlinformationen auf altersgerechte Weise zu vermitteln.¹³

Förderung der Vernetzung von Schulen

Je größer das Netz der Schulen ist, die bereits eine Medienakademie durchgeführt haben, desto interessanter könnte die Vernetzung der Schulen untereinander sein. Ein solches Netzwerk könnte die interkulturelle Kommunikation innerhalb und zwischen verschiedenen Regionen und Ländern fördern. Was hier

benötigt wird, sind engagierte Schüler*innen und Lehrkräfte, die ihre Erfahrungen austauschen und neue Ideen für zukünftige Medienakademien sammeln können. Diese könnten das bereits vorhandene Wissen zu Medienkompetenzen vertiefen.

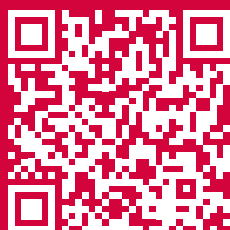


¹³ <https://www.atangi.org/digitalkit-youth/de/>

Weitere Möglichkeiten

Die Medienakademie selbst oder Teile davon könnten als reguläres Projekt oder Arbeitsgruppe in der Schule verankert werden. Bei einem bereits bestehenden Schulkodex könnte eine Passage zur Bedeutung von Medien und Online-Mobbing integriert werden. Die Schülerinnen der Projektphase 2023 haben weitere Ideen entwickelt, die als Beispiele für Folgeaktivitäten dienen können:

- Debatte in der Schule zu Medienkompetenzen
- Medienkompetenz-Unterricht unter Gleichaltrigen
- Sportliche Aktivitäten und Spiele, die Medienkompetenz-Themen integrieren
- Peer-to-Peer-Coaching in der Schule
- Medienclub in der Schule
- Medienakademie für jüngere Schüler*innen
- Schulpräventionstag
- Veranstaltung bei relevanten internationalen Tagen (z. B. Welttag der Pressefreiheit)
- Medienkompetenz-Flyer und -Poster mit Tipps für die Schule und die Klassenzimmer
- Produktion von pädagogischen Bildern und Videos
- Social Media Account der Schule mit regelmäßigen Medienkompetenz-Updates und Tipps
- Geschlossene Gruppe zur Überprüfung von Fakten
- Geschlossene Gruppe zur Bekämpfung von OGBV und/oder Online-Mobbing
- Benennung einer/s Medienbeauftragten in einer Schule/Gruppe



Scannen Sie den QR-Code, um weiteres Akademiematerialien zu finden, oder folgen Sie dem Link (unter Topic Collection „Media and Information Literacy through Sport“:

<https://www.sport-for-development.com/topic-collection>



Anhang

Auswärtiges Amt (2023): Feministische Außenpolitik gestalten: <https://www.auswaertiges-amt.de/blob/2585008/d444590d5a7741acc6e-37a142959170e/ll-ffp-data.pdf>

BMZ (2023): Feministische Entwicklungspolitik: <https://www.bmz.de/resource/blob/146200/strategie-feministische-entwicklungspolitik.pdf>

Bundesregierung (2021): Mehr Fortschritt wagen. Koalitionsvertrag 2021–2025: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/gesetzesvorhaben/koalitionsvertrag-2021-1990800>

EQUALS (2019): Closing gender divides in digital skills through education: <https://www.gcedclearinghouse.org/sites/default/files/resources/190184eng.pdf>

GIZ (2022): Digital Enquirer Kit Youth: <https://www.atangi.org/digitalkit-youth/>

GIZ (2023): Medienkompetenz von Schülerinnen verbessern (Schülerinnen-Akademie: Medienkompetenz und gesellschaftliche Teilhabe stärken): <https://www.giz.de/de/weltweit/128059.html>

GIZ (2023): Media Academy Trainer Guide: <https://www.sport-for-development.com/topic-collection?id=331#cat331>
(Kategorie: Media and Information Literacy through Sport)

GIZ (2023): Sport for Development Resource Toolkit: <https://www.sport-for-development.com/home>

ITU (2022): Measuring digital development Facts and Figures: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2022/>

PASCH Initiative (2023): Über die PASCH Initiative: <https://www.pasch-net.de/de/pasch-initiative/ueber-die-initiative.html>

UNESCO (2018): Module 2. Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and malinformation: https://en.unesco.org/sites/default/files/f_jfnd_handbook_module_2.pdf

UN Women (2020): Online and ICT* facilitated violence against women and girls during COVID-19: <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2020/Brief-Online-and-ICT-facilitated-violence-against-women-and-girls-during-COVID-19-en.pdf>

UN Women (2023): Facts and figures: Ending violence against women: <https://www.unwomen.org/en/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>

Impressum

Herausgeber:

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Sitz der Gesellschaft
Bonn und Eschborn, Deutschland

Friedrich-Ebert-Allee 32 + 36
53113 Bonn, Deutschland
T +49 61 96 79-0
F +49 61 96 79-11 15

E info@giz.de

I www.giz.de

Projekt:

Schülerinnen-Akademie: Medienkompetenz und gesellschaftliche Teilhabe stärken

Autorinnen:

Sylvia Bräsel, Britta Senn

Redaktion:

Dina Klingmann, Susann Gühr

Design:

EYES-OPEN, Berlin

Bildnachweis/Quellen:

GIZ
GIZ/Sylvia Bräsel

Im Auftrag des
Auswärtigen Amtes
600 Strategie und Planung
Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik
Abteilung für Kultur und Gesellschaft
Werderscher Markt 1
10117 Berlin

Bonn, November 2023

