

Medienkompetenz

Eine zweite Alphabetisierung

Dimensionen – die Welt der Wissenschaft

Sendetermin: 15. September 2014

Gestaltung: Johann Kneihls

Länge: ca. 25 Minuten

Aktivitäten

Aktivität 1: Vor dem Anhören (Variante 1) – IDEENSAMMLUNG „MEDIEN“	2
Aktivität 2: Vor dem Anhören (Variante 2) – DEFINITION „MEDIENKOMPETENZ“	3
Aktivität 3: Während des Anhörens – SCHREIBEN: EXZERPT NACH GEHÖR	4
Thema Medienkompetenz, Übungsaufgabe 1	4
Aktivität 4: Nach dem Anhören – SPRECHEN: GEHÖRTES STRUKTURIEREN	4
Aktivität 5: Wie medienkompetent sind wir? (Teil 1) – QUANTITATIVE UMFRAGE	5
Aktivität 6: Wie medienkompetent sind wir? (Teil 2) – SCHREIBEN: TEXTANALYSE	6
Thema Medienkompetenz, Übungsaufgabe 2	6
Aktivität 7: Medien haben Macht – VWA/DA: RECHERCHE	7
Aktivität 8: Ich bin ein Medium (Teil 1) – ANALYSE VON WERBUNGEN	9
Aktivität 9: Ich bin ein Medium (Teil 2) – PRODUKTION VON LERNMEDIEN	10
Aktivität 10: Ich bin ein Medium (Teil 3) – SCHREIBEN: KOMMENTAR	11
Thema Medienkompetenz, Übungsaufgabe 3	11
Aktivität 11: Der Manipulation auf der Spur – TON-, FILM- UND FOTOARBEIT	12
Aktivität 12: Die bösen, bösen Medien! – SCHREIBEN: MEINUNGSREDE	14
Thema Medienkompetenz, Übungsaufgabe 4	14
Zu Aktivität 2: Vor dem Anhören (Variante 2) – DEFINITION „MEDIENKOMPETENZ“	15

Aktivität 1: Vor dem Anhören (Variante 1) – IDEENSAMMLUNG „MEDIEN“

Umfang:
Zeitaufwand:

- HINWEIS** Dieser Einstieg ist relativ einfach und soll das Bewusstsein für den Begriff „Medien“ erweitern.
- EINZELN** **Notieren** Sie in Ihren eigenen Schulunterlagen alles, was in Ihrem Sprachbewusstsein ein „Medium“ sein kann.
- PAARE** **Notieren** Sie in einer anderen Farbe alles, was Ihr Gegenüber unter „Medium“ versteht und was Sie selbst nicht notiert haben.
- Wiederholen** Sie diesen Vorgang mit einer weiteren Person und einer dritten Farbe.
- HINWEIS** Sie erkennen dadurch auf einen Blick den Zugewinn aus den Gesprächen.
- KLASSENPLENUM** **Tragen** Sie gemeinsam mit der Klasse **zusammen**, was die Schülerinnen und Schüler alles unter Medien verstehen.
- HINWEIS** Die Visualisierung kann am Computer erfolgen und für alle sichtbar projiziert werden (das Dokument kann dann an alle verschickt werden), kann mit Moderationskärtchen auf Pinnwänden oder handschriftlich auf Flipcharts gesammelt werden (und als Digitalfoto an alle verschickt werden) bzw. kann auf Overhead-Folie notiert und gescannt werden (und an alle verschickt werden).
- EINZELN** **Lesen** Sie das Glossar aus dem Downloadbereich zu dieser Radiosendung.
- KLASSENPLENUM** **Markieren** Sie auf der Begriffssammlung der Klasse, welche Medien laut Glossar in der Radiosendung angesprochen werden.

Aktivität 2: Vor dem Anhören (Variante 2) – DEFINITION „MEDIENKOMPETENZ“

Umfang:

Zeitaufwand:

HINWEIS Dieser Einstieg ist sehr anspruchsvoll, da, von einer Definition ausgehend, einzelne Definitionsteile hinterfragt werden. Der Wissens- und Kompetenzgewinn kann dadurch sehr hoch sein.

EINZELN **Lesen** Sie die Definition des Begriffs „Medienkompetenz“ auf dem Arbeitsblatt zu Aktivität 1 (im Anschluss an die letzte Aktivität).

Notieren Sie Ihre Überlegungen dazu, was mit den grau unterlegten und extrahierten Definitionsteilen wie z.B. „Medien“, „kommunizieren“ etc. gemeint sein könnte.

PAARE **Sprechen** Sie während einer vorher festgelegten Zeitspanne mit so vielen Personen wie möglich darüber, was diese sich zu den einzelnen Definitionsteilen überlegt haben.

Notieren Sie die Überlegungen der anderen in einer zweiten Farbe.

HINWEIS Sie erkennen dadurch auf einen Blick den Zugewinn aus den Gesprächen.

KLASSENPLENUM **Sprechen** Sie Ihre eigenen Überlegungen zu den einzelnen Definitionsteilen **laut aus**.

EINZELN **Lesen** Sie das Glossar aus dem Downloadbereich zu dieser Radiosendung.

Machen Sie sich mit den Begriffen vertraut, was Ihnen das Anhören erleichtern wird.

Aktivität 3: Während des Anhörens – SCHREIBEN: EXZERPT NACH GEHÖR

Umfang:
Zeitaufwand:

Thema Medienkompetenz, Übungsaufgabe 1

Verfassen Sie ein Exzerpt.

Situation: Sie beschäftigen sich mit Medienkompetenz und sammeln Inhalte für die weiterführenden Textproduktionen in diesen Unterrichtsmaterialien. Sie exzerpieren die wichtigsten Inhalte der Radiosendung, um während der Schreibplanung und der Textproduktion zügig arbeiten zu können, ohne auf die Radiosendung zurückgreifen zu müssen.

HINWEIS Exzerpieren ist eine zielgerichtete Tätigkeit, die sich nach dem Schreibenanlass richtet. Es empfiehlt sich, sich an den Übungsaufgaben dieser Aktivitäten (siehe Inhaltsverzeichnis) zu orientieren und je nach Aufgabenstellung selbst zu entscheiden, welche Informationen im Exzerpt festgehalten werden müssen.

Hören Sie sich die Ö1-Radiosendung „Eine zweite Alphabetisierung - Medienkompetenz“ an (Sendedatum: 15/09/2014; Textvorlage 1).

Verfassen Sie nun das Exzerpt und bearbeiten Sie dabei die folgenden Arbeitsaufträge:

- **Nennen** Sie die Themenbereiche, die in der Radiosendung (Textvorlage 1) besprochen werden.
- **Geben** Sie die wesentlichen Inhalte dieser Themenbereiche **wieder**.
- **Fassen** Sie Inhalte, die über die Radiosendung verteilt sind, thematisch zusammen.

Keine Vorgabe für eine Wortanzahl. Gestalten Sie Ihr Exzerpt so ansprechend, dass Sie sich damit auch nach einiger Zeit an die Inhalte erinnern, ohne die Radiosendung erneut zu hören.

Aktivität 4: Nach dem Anhören – SPRECHEN: GEHÖRTES STRUKTURIEREN

Umfang:
Zeitaufwand:

KLEINGRUPPEN **Beantworten** Sie in Kleingruppen (3-5 Personen) folgende Fragestellungen:

- Was habe ich beim Anhören Neues gelernt?
- Was hat mich an der Radiosendung gestört?
- Was hat mich beeindruckt?
- Welcher Begriff von Medien wird verwendet?

EINZELN **Ergänzen** Sie in Ihren eigenen Schulunterlagen all das, was Sie selbst noch nicht notiert haben.

Aktivität 5: Wie medienkompetent sind wir? (Teil 1) – QUANTITATIVE UMFRAGE

Umfang:

Zeitaufwand:

EINZELN **Finden** Sie in Ihrer Bibliothek bzw. im Internet verlässliche, aussagekräftige Definitionen von „Medienkompetenz“.

HINWEIS Aktivität 1 und vor allem Aktivität 2 können hier unterstützen.

Notieren Sie Fragen (inkl. Antwortmöglichkeiten), die Ihnen helfen, Daten zum Thema Medienkompetenz zu sammeln.

GRUPPEN **Bilden** Sie Arbeitsgruppen, die jeweils eine eigene Umfrage durchführen, z.B.:

- „Die eigene Klasse“
- „Kinder“ (jüngere Geschwister)
- „Jugendliche an der Schule“
- „Twens“
- „30- bis 50Jährige“
- „50- bis 65Jährige“
- „Seniorinnen und Senioren“

Entscheiden Sie sich in Ihrer Gruppe für eine überschaubare, selbst definierte Anzahl zielgerichteter Fragen, von denen Sie sich aufschlussreiche Antworten erwarten können.

TEAMS **Definieren** Sie Rollen und Arbeitsbereiche, die Ihre Gruppe zu einem Team machen, z.B. Teamleitung; Erstellung des finalen Fragebogens; Befragung; Auswertung; Erstellen von Diagrammen und Schaubildern; Präsentation des Datenmaterials etc.

Entscheiden Sie sich für geeignete Medien zur Datenverarbeitung.

Erstellen Sie einen Ablaufplan, der allen im Team zur Verfügung gestellt wird und der von allen eingehalten werden muss.

Formulieren Sie konkrete Erwartungen an die Umfrageergebnisse („Erwartungshorizont“).

HINWEIS Sie benötigen diesen Erwartungshorizont nicht nur für den Austausch Ihrer Gedanken und Erwartungen innerhalb Ihres Teams, sondern auch für die weiterführende Schreibaufgabe in Aktivität 6.

Führen Sie alle Arbeiten aus und die Umfrage **durch**.

Aktivität 6: Wie medienkompetent sind wir? (Teil 2) – SCHREIBEN: TEXTANALYSE

Umfang:

Zeitaufwand:

Thema Medienkompetenz, Übungsaufgabe 2

Verfassen Sie eine Textanalyse.

Situation: Sie erforschten gemeinsam mit Ihrem Team in einer quantitativen Umfrage die Medienkompetenz einer bestimmten Zielgruppe. Sie analysieren nun das von Ihrem Team aufbereitete Datenmaterial.

Hören Sie sich den Ö1-Radiobeitrag „Eine zweite Alphabetisierung: Medienkompetenz“ (Sendetermin: 15/09/2014; Textvorlage 1) an. Lesen Sie die Grafiken und Schaubilder Ihres Teams aus Aktivität 5 (Textvorlage 2). Lesen Sie den Erwartungshorizont Ihres Teams aus Aktivität 5 (Textvorlage 3).

Verfassen Sie nun die Textanalyse und bearbeiten Sie dabei die folgenden Aufgaben:

- **Fassen** Sie die wesentlichen Erkenntnisse aus Ihrer Umfrage (Textvorlage 2) **zusammen**.
- **Setzen** Sie diese Erkenntnisse **in Beziehung** zum Erwartungshorizont Ihres Teams (Textvorlage 3).
- **Bewerten** Sie Übereinstimmungen mit und Widersprüche zu den Inhalten der Radiosendung (Textvorlage 1).

Variante 1: Schreiben Sie 270-330 Wörter (300 Wörter +/- 10%). Gestalten Sie Absätze optisch eindeutig.

Variante 2: Schreiben Sie 540-660 Wörter (600 Wörter +/- 10%). Gestalten Sie Absätze optisch eindeutig.

■

Aktivität 7: Medien haben Macht – VW/DA¹: RECHERCHE

Umfang:



Zeitaufwand:



Fächer:

Deutsch, Englisch, weitere Sprachen, Philosophie, Psychologie, Geschichte

HINWEIS

Diese Aktivität lässt sich entweder fächerübergreifend oder gänzlich in den oben erwähnten Fächern umsetzen – jeweils aus dem Selbstverständnis der einzelnen Unterrichtsfächer heraus.

EINZELN

Recherchieren Sie auf den Websites des öffentlich-rechtlichen österreichischen Rundfunks ORF und etablierter österreichischer Qualitätszeitungen danach, wie diese Medien Ihre Aufgaben im Dienste von Öffentlichkeit und Demokratie verstehen und wie sie ihre Verantwortung wahrnehmen.

HINWEIS

Der ORF bietet auf <http://zukunft.orf.at> umfangreiche Dokumente, die sich mit Rundfunk, Gesellschaft und Verantwortung befassen – das Wort „Macht“ fällt selten, dennoch dreht sich alles auch um die Macht eines Nachrichten-, Informations- und Unterhaltungsmediums.

KLASSENPLENUM **Teilen** Sie Ihre ersten Recherche-Ergebnisse der Klasse **mit**.

Entscheiden Sie sich aus der Fülle der Ergebnisse für eine überschaubare Anzahl konkreter Aspekte, die Sie in Teams vertiefen wollen.

TEAMS

Untersuchen Sie die von Ihnen gewählten Aspekte.

HINWEIS

Die folgenden Gedanken können Ihnen dabei helfen, Tiefgang in Ihre Arbeit zu bringen. Sie dürfen Sie so umsetzen, wie sie formuliert sind, Sie können sich dadurch auch inspirieren lassen und nach Ihren Wünschen weiterentwickeln:

AUFTRAG

Wie lautet der selbstgewählte oder gesetzlich vorgeschriebene Auftrag des Mediums an sich selbst?

VERANTWORTUNG

Wie definiert das Medium Verantwortung, wie wird sie gelebt, wie wird sie eingegrenzt?

QUALITÄT VERSUS BOULEVARD

Inwiefern unterscheiden sich Qualitäts- von Boulevardmedien im Umgang mit Quellen, mit der Art der Berichterstattung, mit der Befassung von wichtigen, doch leider nicht breitenwirksamen Inhalten und in der Sprachverwendung??

FINANZIERUNG

Wie finanzieren sich die untersuchten Medien und was bedeutet das für die Medienkonsumentinnen und –konsumenten?

¹ VW/DA: Die „Vorwissenschaftliche Arbeit/Diplomarbeit“ ist in den neuen Lehrplänen AHS/BHS in Österreich verankert; der Hinweis in dieser Aktivität bezieht sich darauf, dass sich das Thema aufgrund des Umfangs und des Tiefganges besonders gut dafür eignet, (vor-)wissenschaftlich bearbeitet zu werden.

GATEKEEPER / OBERHOHEIT

Welchen Stellenwert hat die Sparte „Nachrichten“ im Medienbetrieb und wer gilt mit welchen Folgen als Instanz, die die Nachrichten filtern bzw. modifizieren darf?

DAS NICHTAUFSCHNEINEN

Was bedeutet es, n i c h t in den Medien oder nach gewisser Zeit nicht mehr aufzuscheinen?

SEHGEWOHNHEIT

Was passiert mit den Medienkonsumentinnen und –konsumenten, wenn sie es gewöhnt sind, von Ereignissen beinahe live Filmaufnahmen zu sehen, ohne selbst vor Ort zu sein?

ETABLIERTE VERSUS NEUE MEDIEN

Welchen Druck üben neue Medien und Kanäle, die Informationen (einschließlich Nachrichten) schneller, weniger zensuriert und kostengünstiger/gratis verbreiten, auf die etablierten Medien wie Printmedien, Radio, Fernsehen aus?

VERLÄSSLICHKEIT

Wer definiert heute und in Zukunft, welche Medien verlässlich, zuverlässig und vertrauenswürdig sind?

TEAMS

Bringen Sie die Ergebnisse **in** eine präsentable **Form**.

LINKS

<http://orf.at/>
<http://zukunft.orf.at/>
<http://diepresse.com/>
<http://derstandard.at/>
<http://kurier.at/>
<http://www.wienerzeitung.at/>

Aktivität 8: Ich bin ein Medium (Teil 1) – ANALYSE VON WERBUNGEN

Umfang:

Zeitaufwand:

HINWEIS Wenn Medienkompetenz u.a. bedeutet, dass man Medien nutzen kann, dann ist es höchste Zeit, sie für den Eigenbedarf zu nutzen. Werbung (Printmedien, Radio, TV, Internet) prägt sich in unfassbar kurzer Zeit sehr hartnäckig und nachhaltig in unser Bewusstsein ein – dabei besteht für die beworbenen Produkte im eigenen Leben oft gar kein Bedarf. In dieser Aktivität soll die Kraft und Macht von Werbung für die nachhaltige Festigung von Lerninhalten genutzt werden. Zuerst muss dafür analysiert werden, wie Werbung funktioniert.

EINZELN **Wählen** Sie eine überschaubare, repräsentative Auswahl an Werbebeispielen aus unterschiedlichen Medien **aus**.

HINWEIS Anleitungen für eine Werbeanalyse finden Sie in manchen Schulbüchern und sicher im Internet, bspw. auf www.mediencommunity.de (siehe URL am Ende dieser Aktivität).

GRUPPEN **Besprechen** Sie in Ihrer Gruppe, welche Werbungen (Medien, Genres und Inhalte) Sie analysiert haben.

Besprechen Sie, weshalb Sie genau diese Werbungen ausgewählt haben.

Erörtern Sie, wie sich die Werbungen in Ihnen bereits verankert haben und wie sie in Ihnen wirken.

Beschreiben Sie Ihrer Gruppe, ohne das Original zu zeigen, wie die von Ihnen vorbereiteten Werbebeispiele aufgebaut sind, falls es sich um Printwerbung/Internet-Bannerwerbung handelt.

Spielen Sie die Werbung **nach**, ohne das Original zu zeigen, falls es sich um Radio- oder TV-Werbung bzw. audio-visuelle Internetwerbung handelt.

Zeigen Sie nun alle Ihre Originale **her**.

Analysieren Sie Ihre Werbungen nach Dauer, Inhalt, Aufbau, Wiederholungen, uvm.

Besprechen Sie abschließend die äußeren Umstände, die die Wirkung von Werbung in Ihnen positiv verstärken.

HINWEIS Die Wirkung wird bspw. durch häufige Wiederholungen, Einbettung in positiv konnotierte Umgebungen wie bevorzugte Websites, durch die Positionierung in Pausen während eines bevorzugten Filmes, vor einem mit Freude erwarteten Kinofilm, durch Ausstrahlung auf einer bevorzugten Radiostation etc. verstärkt – diese Wirkung tritt einfach schon wegen der eigenen offenen Grundhaltung ein.

EINZELN **Notieren** Sie all Ihre Eindrücke aus der Besprechung in der Gruppe und vor allem die Beobachtungen an sich selbst (Reflexionsphase).

HINWEIS Sie benötigen die Notizen in Aktivität 10.

LINKS <http://www.mediencommunity.de/system/files/Leitfaden-Werbeanalyse-1-lang.pdf> ■

Aktivität 9: Ich bin ein Medium (Teil 2) – PRODUKTION VON LERNMEDIEN

Umfang: ■ ■ ■
Zeitaufwand: ■ ■ ■

HINWEIS Da Sie nun über Funktion und Wirkung von Werbung Bescheid wissen und darüber, wie sehr Sie selbst es der Werbung ermöglichen, in Ihnen zu wirken, wird es Ihnen leichtfallen, ein Teilgebiet Ihrer aktuellen Lerninhalte so aufzubereiten, dass es Ihnen, den anderen in Ihrer Klasse sowie anderen Klassen beim Lernen hilft. Unterschiedliche Beispiele für die Verbindung von Lerninhalten und Medien finden Sie in den Links im Anschluss an diese Aktivität.

GRUPPEN **Wählen** Sie Ihr Teilgebiet der aktuellen Lerninhalte aus.

Verfassen Sie ein realisierbares Konzept für Aufnahmemedien wie Videokamera, Diktiergerät, Laptop, Netbook, Tablet-Computer, Smartphone etc.

Realisieren Sie Ihr Konzept.

HINWEIS Achten Sie bitte akribisch auf inhaltliche Korrektheit und vor allem auf perfekten Ton sowie perfekte Beleuchtung. Es empfiehlt sich, alle Aufnahmen vor Abschluss der Aufnahmen zu kontrollieren, ob Ton und Bild sowie Anschlussstellen für Schnitte passen. Was nicht „im Kasten“ ist, kann im Studio nie wieder ergänzt werden.

KLASSENPLENUM **Präsentieren** Sie alle Ergebnisse der Klasse.

EINZELN **Testen** Sie die Ergebnisse während eines überschaubaren, gemeinsam vereinbarten Zeitraums auf ihre Qualitäten als Lernmaterial.

KLASSENPLENUM **Besprechen** Sie nach diesem vereinbarten Zeitraum Ihre Erfahrungen.

EINZELN **Testen** Sie sich, indem Sie die Lerninhalte in bewährter Form überprüfen.

GRUPPEN **Tauschen** Sie sich über Ihre Lernerfahrungen von der Vorbereitung bis zur Testung der Lernmedien **aus**.

EINZELN **Notieren** Sie in Ihren eigenen Schulunterlagen Ihre Erfahrungen und Diskussions-
eindrücke aus dieser Aktivität.

HINWEIS Sie benötigen die Notizen in Aktivität 10.

LINKS <https://www.khanacademy.org/>
http://www.youtube.com/watch?v=eiHWHT_8WrE
<http://www.youtube.com/watch?v=iizYliWJCnQ>
<http://www.youtube.com/watch?v=Bt0GtmnvqZM> ■

Aktivität 10: Ich bin ein Medium (Teil 3) – SCHREIBEN: KOMMENTAR

Umfang:

Zeitaufwand:

Thema Medienkompetenz, Übungsaufgabe 3

Verfassen Sie einen Kommentar.

Situation: Sie erforschten Funktion und Wirkung von Werbung in verschiedenen Medien sowie die Einsatzmöglichkeit von Werbepinzipien gemeinsam mit diesen Medien für das Lernen. Ihr Kommentar befasst sich mit dem Thema² Medienkompetenz und dabei mit folgender Fragestellung: „Weshalb scheint es, dass die Jugendlichen Medien lieber zur Unterhaltung als zur Verbesserung Ihres Lernerfolges nützen?“

Hören Sie sich den Ö1-Radiobeitrag „Eine zweite Alphabetisierung: Medienkompetenz“ (Sendetermin: 15/09/2014; Textvorlage 1) an. Lesen Sie Ihre Notizen aus Aktivität 8 (Textvorlage 2) und Aktivität 9 (Textvorlage 3).

Verfassen Sie nun den Kommentar und bearbeiten Sie dabei die folgenden Aufgaben:

- **Beschreiben** Sie die vielfältigen Einsatzgebiete von Medien über die Textvorlage 1 hinaus.
- **Beurteilen** Sie die Sinnhaftigkeit des Einsatzes von Medien für Lernzwecke.
- **Nehmen** Sie **kritisch** zu Ihren eigenen Erfahrungen **Stellung** (Textvorlage 2 und 3).

Variante 1: Schreiben Sie 270-330 Wörter (300 Wörter +/- 10%). Gestalten Sie Absätze optisch eindeutig.
Variante 2: Schreiben Sie 540-660 Wörter (600 Wörter +/- 10%). Gestalten Sie Absätze optisch eindeutig.

■

² Der Textsortenkatalog SRDP Deutsch des bifie (<https://www.bifie.at/node/1498>, Stand: 19/02/2014, Zugriff: 03/10/2014) definiert die Textsorte Kommentar folgendermaßen: „subjektiver, wertender Text, in dem die persönliche Meinung der Schreiberin/des Schreibers zu einem Thema geäußert wird, das entweder allgemein bekannt ist oder in einem Medium/Zeitungsbericht behandelt wurde“.

Aktivität 11: Der Manipulation auf der Spur – TON-, FILM- UND FOTOARBEIT

Umfang:



Zeitaufwand:



Fächer:

Deutsch, Sprachen, Bildnerische Erziehung, Psychologie, Philosophie

HINWEIS

Wann haben Sie sich das letzte Mal dabei ertappt, dass Sie etwas in den Medien als unumstößlich wahr empfunden haben und dann später herausfanden, dass es Fake, Erfindung, Manipulation, Propaganda, ein Irrtum war?

EINZELN

Finden Sie Beispiele dafür, wie Medien in Wort, Bild und Ton so überzeugend manipulieren, dass man sich gar nicht zu zweifeln traut.

HINWEIS

Als Inspiration mögen die Links am Ende dieser Aktivität und folgende Beispiele dienen:

- H.G.Wells, „The War of the Worlds/Der Krieg der Welten“, 1898 – Hörspielfassung von Orson Welles, Erstausstrahlung: 30/10/1938
- Fotografie mit Lenin und Trotzki, einem Kampfgefährten Lenins, der nach Lenins Tod unter Stalin vom Bild entfernt wurde.
- Konrad Kujau, „Hitler-Tagebücher“, 1983, Veröffentlichung im Nachrichtenmagazin „Stern“ ab 28/04/1983
- „Wag the Dog/Wenn der Schwanz mit dem Hund wedelt“, 1997, R: Barry Levinson, D: Dustin Hoffmann, Robert De Niro, Anne Heche
- Fotografien, die zeigen, dass bspw. eine kompakte Menge aufgebracht Menschen, ein brennender Müllkübel in einem Straßenzug und eine leicht unscharfe Fotografie reichen, um den Eindruck zu erwecken, eine ganze Stadt (oder ein ganzes Land) sei aufgebracht und verwüstet

KLEINGRUPPEN

Besprechen Sie Ihre Funde.

Erörtern Sie, worin die Manipulation besteht.

Analysieren Sie, wer aller Interesse an Manipulation hat.

Untersuchen Sie, wie Sie sich vor (schädlicher) Manipulation schützen können.

Diskutieren Sie, wer die Oberhoheit über die Wahrheit hat.

TEAMS

Finden Sie zu einem Team **zusammen**, das an einem eigenen überschaubaren Ton-, Film- oder Fotoprojekt arbeitet, mit dem klar wird, wie leicht und überzeugend man andere in die Irre führen kann.

HINWEIS

Manipulation muss nicht immer schädlich sein – sie ist oft auch Teil bewusst konsumierter Unterhaltung, vgl. Magie- und Illusionsshows, Filme allgemein und Filme im Speziellen wie „The Sixth Sense“ (1999, R: M. Night Shyamalan, K: Tak Fujimoto, D: Bruce Willis), „The Others“ (2001, R: Alejandro Amenábar, K: Javier

Aguirresarobe, D: Nicole Kidman) oder „Now You See Me/Die Unfassbaren“ (2013, R: Louis Leterrier, K: Larry Fong, Mitchell Amundsen, D: Morgan Freeman).

Realisieren Sie Ihr Projekt.

KLASSENPLENUM **Stellen** Sie Ihr Projekt **vor**.

EINZELN **Geben** Sie einander konstruktive, wohlwollende und wertschätzende **Rückmeldung**.

LINKS

- <http://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U> (03/10/2014)
- http://www.youtube.com/watch?v=-_l17cK1ItY (03/10/2014)
- http://de.wikipedia.org/wiki/Der_Krieg_der_Welten#H.C3.B6rspiel (03/10/2014)
- <http://de.wikipedia.org/wiki/Hitler-Tageb%C3%BCcher> (03/10/2014)
- http://de.wikipedia.org/wiki/Inszenierte_Fotografie (03/10/2014) ■

Aktivität 12: Die bösen, bösen Medien! – SCHREIBEN: MEINUNGSREDE

Umfang:
Zeitaufwand:

Thema Medienkompetenz, Übungsaufgabe 4

Verfassen Sie ein gegliedertes Redemanuskript für eine Meinungsrede.

Situation: Medien wurden in den letzten Jahrtausenden immer wieder kritisiert und als schädlich eingestuft. Aktuell sind es die digitalen Medien.

Sie gehören einer Generation an, die durch die Gesellschaft – Eltern, Lehrpersonen, Studien, Wissenschaft etc. – regelmäßig ermahnt und gemahnt wird. Es ist Zeit, dass Sie sich zu Wort melden und für einen schulischen Anlass (in der Klasse, in der Schule, im Rahmen eines Redewettbewerbs etc.) Ihre Stimme erheben und Ihre Sicht zum Thema „Die bösen, bösen Medien!“ erläutern.

Hören Sie sich den Ö1-Radiobeitrag „Eine zweite Alphabetisierung: Medienkompetenz“ (Sendetermin: 15/09/2014; Textvorlage 1) an. Lesen Sie alle schriftlichen Ergebnisse aus den diversen Aktivitäten zu dieser Sendung, die Sie im Unterricht umgesetzt haben (der Einfachheit halber hier Textvorlage 2 genannt).

Verfassen Sie nun die Meinungsrede und bearbeiten Sie dabei die folgenden Aufgaben:

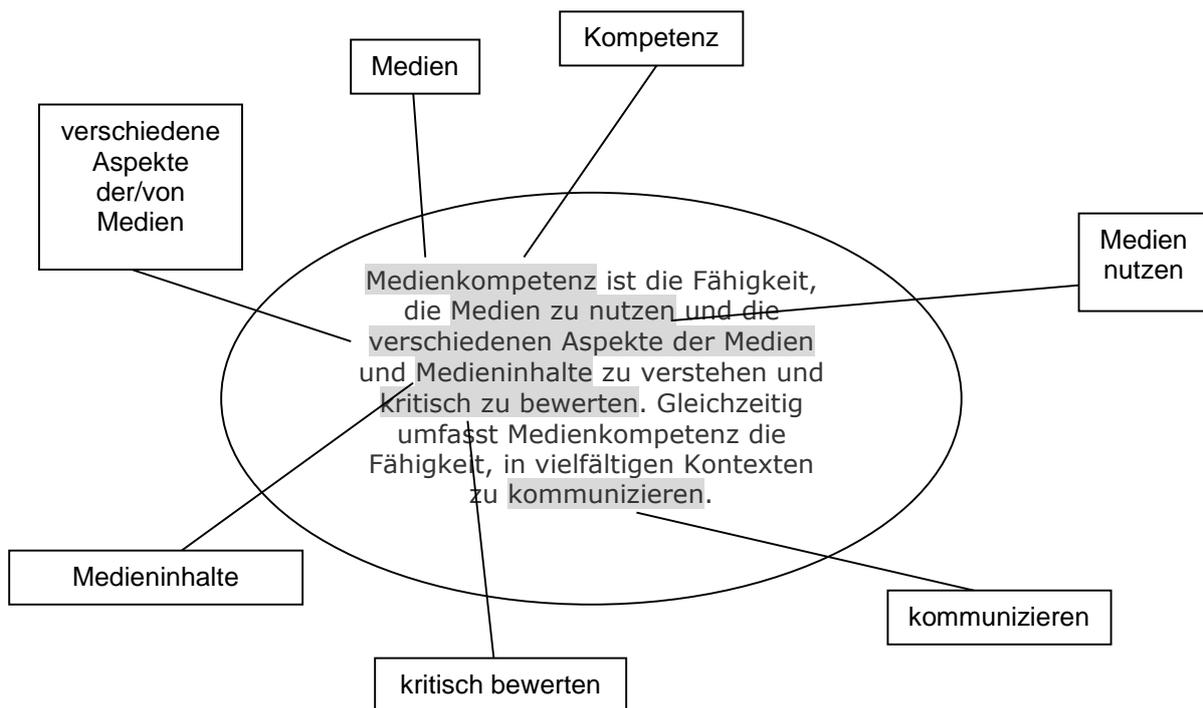
- **Geben** Sie die Ansichten der Gesellschaft über das Problematische an Medien, die Sie zu Ihrer Rede veranlassen, **wieder** (Textvorlage 1).
- **Vergleichen** Sie Ihre Situation mit jener in den Negativbeispielen der Gesellschaft (Textvorlage 2).
- **Setzen** Sie **sich** mit dem Kern der einzelnen Positionen **auseinander**.
- **Appellieren** Sie an eine Zielgruppe Ihrer Wahl, Ihre Sichtweise zu unterstützen.

Variante 1: Schreiben Sie 540-660 Wörter (600 Wörter +/- 10%). Gestalten Sie Absätze optisch eindeutig.

Variante 2: Schreiben Sie 1080-1320 Wörter (1200 Wörter +/- 10%). Gestalten Sie Absätze optisch eindeutig.

Zu Aktivität 2: Vor dem Anhören (Variante 2) – DEFINITION „MEDIENKOMPETENZ“

Arbeitsblatt (Kopiervorlage): Mind Map „Definition ‚Medienkompetenz‘³ – Gesamtdefinition und Zerlegung in einzelne Bestandteile



³ Die in der Blattmitte wiedergegebene Definition von „Medienkompetenz“ entstammt der folgenden Website: http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/am0004_de.htm, Zugriff: 25/09/2014