

MEDIENNUTZUNG – POSITIONIERUNG

WARM UP / ENERGIZER

Diese Methode dient der Darstellung der Mediennutzung durch Positionierung im Raum. Sie eignet sich für den Einstieg einer UE und kann mit anderen Methoden/Modulen gekoppelt werden. Abgefragt werden neben der Mediennutzung auch die Kriterien für die Glaubwürdigkeit von Informationen und Nachrichten verschiedener Medien.

ZIELE

Die Schüler*innen reflektieren ihr eigenes Mediennutzungsverhalten im Hinblick auf die Informationsbeschaffung über Ereignisse auf der ganzen Welt, indem sie über die Glaubwürdigkeit von unterschiedlichen Medientypen und Quellen diskutieren und die Kriterien von Glaubwürdigkeit der Medien, die sie am meisten nutzen, anwenden.

LEHRPLANANBINDUNG

OS, Klassenstufe 7 (RS), Deutsch, Wahlbereich 2: „Werbung“

OS, Klassenstufe 8 (RS, HS), Deutsch, Lernbereich 4: „Entdeckungen: Printmedien“

OS, Klassenstufe 9 (RS, HS), Deutsch, Lernbereich 4: „Botschaften verstehen“

OS, Klassenstufe 9, Ethik, Lernbereich 3: „Der Umgang mit Medien und die Macht der Bilder“

GY, Klassenstufe 7, Ethik, Lernbereich 3: „Medien – ein Spiegel der Wirklichkeit“

GY, Klassenstufe 8, Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung/Wirtschaft, Lernbereich 2: „Jugendliche und Medien in einer digitalisierten Welt“

GY, Klassenstufe 8, Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung/Wirtschaft, Wahlbereich 2: „Fallanalyse: Politische Kommunikation in digitalen Medien“

GY, Jahrgangsstufe 11, Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung/Wirtschaft, Grundkurs, Lernbereich 2: „Politische Willensbildung im Zeitalter der Digitalisierung“

GY, Jahrgangsstufe 11, Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung/Wirtschaft, Grundkurs, Wahlbereich 1: „Digitale Medien in einem aktuellen internationalen Konflikt“

GY, Jahrgangsstufe 11/12, Deutsch, Wahlbereich Werkstatt 3: „Medien“

ZEITBEDARF

1 UE (30-45 min)

MATERIAL UND PRAKTISCHE VORBEREITUNG

- Raum und Bewegungsfreiheit sind wichtig. Die Methode kann ebenfalls im Freien durchgeführt werden.

INHALTLICHE VORBEREITUNG

Zur Kenntnisnahme über das allgemeine Nutzungsverhalten empfiehlt es sich, in die Studien zum Verhalten von Kindern und Jugendlichen Einblick zu nehmen. Die Einschätzung der Glaubwürdigkeit wird in einer Studie des Internationalen Zentra Instituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) jährlich analysiert. Auffallend ist noch immer, dass die Ergebnisse darauf hinweisen, dass zwar viele Jugendliche viel Zeit mit Neuen Medien (Blogs, Foren, online-communities etc.) verbringen, sich aber Informationen und Wissen über Tagespolitik aus den traditionellen Medien (Rundfunk und Fernsehen) beschaffen bzw. deren Glaubwürdigkeit weit höher einschätzen als die von neuen Medien.

DURCHFÜHRUNG

Es werden Fragen durch die Lehrer*innen vorgelesen. Die TN sollen sich je nach ihrer Einstellung bzw. ihrem Mediennutzungsverhalten einer Antwortmöglichkeit zuordnen. Es werden vier Antwortmöglichkeiten vorgegeben, die mit den unterschiedlichen Ecken des Raumes korrespondieren bzw. an klar vorgegebenen Orten (können durch Karten, Bilder oder Poster) markiert werden. Vorab sollte unter Umständen noch einmal der Medienbegriff geklärt werden (sehr vielschichtig und weitläufig).

Erste Frage: Nenne Medien, aus denen du am meisten über aktuellen Weltereignissen/ Nachrichten in anderen Teilen der Welt erfährst.

- soziale Medien/Blogs
- Nachrichtenportale (Spiegel online, Google News...), Nachrichten-Apps
- klassische Massenmedien wie TV/Radio/Zeitungen
- Freunde oder Verwandte

Die Schüler*innen positionieren sich gemäß ihrer Einstellungen bzw. ihres Mediennutzungsverhaltens. Man kann einzelne Vertreter der Gruppe befragen, auf welche Art bzw. wie oft sie diese Medien nutzen, welche Medien sie speziell nutzen oder auch ob sich ihr Nutzungsverhalten in der letzten Zeit verändert hat usw.

Es ist zu erwarten, dass viele Schüler*innen soziale Medien/Blogs/, Nachrichtenportale und Nachrichten-Apps sowie Freunde oder Verwandte wählen. Klassische Massenmedien werden eher weniger häufig gewählt. Hier kann man nach den Gründen fragen, woher dieses Verhalten resultiert. Ebenso kann man erfragen, auf welche Art und Weise unterschiedliche Medientypen arbeiten bzw. wie die dort vorhandenen Nachrichten/Informationen aufbereitet bzw. kontrolliert werden. Hier ist der klare Unterschied zwischen sozialen Medien und Blogs gegenüber klassischen Medien zu erwähnen, der darin besteht, dass in sozialen Medien/Blogs keine unabhängige redaktionelle Arbeit stattfindet. Ebenso kann auf Push und Pull-Aspekte der Informationsvermittlung eingegangen werden. Sucht man eher wie in einem Bibliothekskatalog gezielt nach Informationen, will man sich diese beschaffen, dann spricht man von Pull-Aspekten. Wird man als Nutzer*in mit Informationen, Beiträgen etc. versorgt, spricht man von Push-Aspekten von Medien, da Informationen und Neuigkeiten vorgefiltert werden.

Vergleichshorizont ist die Studie des IZI, in der die Frage gestellt wird: „Welche Medien nutzen Jugendliche, um sich über das tagesaktuelle Geschehen zu informieren?“ Die Auswertung ergab: 40% ausschließlich über Hörfunk, Tageszeitung und Fernsehen (tradierte Medien); 36% in den tradierten Medien und im Internet; 23% ausschließlich im Internet.¹

Zweite Frage: Nenne das Medium, welches für dich am glaubwürdigsten ist?

- soziale Medien/Blogs
- Nachrichtenportale (Spiegel online, Google News...), Nachrichten-Apps
- klassische Massenmedien wie TV/Radio/Zeitungen
- Freunde oder Verwandte

¹ Grunddaten Jugend und Medien 2018. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland, http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf; [abgerufen am 11.07.2018]

Es ist zu erwarten, dass Bewegung stattfinden wird. Das Nutzungsverhalten korrespondiert nur in begrenztem Umfang mit der eingeschätzten Glaubwürdigkeit von Medien. Die Schüler*innen schätzen die Glaubwürdigkeit von traditionellen Medien am höchsten ein, benutzen aber eher soziale Medien/Blogs, um sich Informationen zu beschaffen.

Auch hier kann wieder nach den Gründen gefragt werden, warum einzelne Schüler*innen welche Antwortoption gewählt haben. Anschließend kann die Gruppe gefragt werden, worin sie die Gründe für die Bewegung (Abweichung zwischen Verhalten und Einschätzung der Glaubwürdigkeit) sieht.

Bei der Auswertung der Fragen bietet es sich an, auf die Themen Glaubwürdigkeit von Informationen und Quellenkritik einzugehen. Glaubwürdigkeit wird durch Transparenz der Arbeitsweisen, Angabe von Quellen, Perspektivenvielfalt, Unabhängigkeit von finanziellen, politischen und religiösen Parteien/Gruppen, Professionalität (Prüfung der Arbeitsweisen) und objektiver Sprache (nicht wertend) erreicht.

Blogs sind häufig zwar unabhängig, werden jedoch nicht kontrolliert bzw. legen die Kriterien ihrer Arbeit nicht offen und stellen sich auch nicht der Prüfung externer und unabhängiger Gutachter.

Vergleichshorizont ist die Studie des IZI, in der die Frage gestellt wird: „Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene die Glaubwürdigkeit von Medien ein?“ Die Auswertung ergab: (sehr glaubwürdig und eher glaubwürdig) 78% klassische Medien, 72% Nachrichtenportale und Nachrichten-Apps, 26% soziale Medien/Blogs.²

² Grunddaten Jugend und Medien 2018. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland, http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf; [abgerufen am 11.07.2018]

KOMPETENZERWERB

ERKENNEN

Mediennutzung und Medienkompetenz: Die Schüler*innen erkennen ihr eigenes Verhalten bzw. das Verhalten der Altersgruppe im Umgang mit verschiedenen Medientypen, indem sie ihren eigenen Umgang mit den Medien reflektieren.

BEWERTEN

Die Schüler*innen können die Glaubwürdigkeit von verschiedenen Medien bewerten, indem sie verschiedener Charakteristika und Indikatoren anwenden.

HANDELN

Die Schüler*innen erkennen, in welchen Medientypen sie eher glaubwürdige Nachrichten und Informationen bekommen können, indem sie diese zukünftig häufiger nutzen.

WEITERBEARBEITUNG

Diese Methode kann mit vielen Methoden des Themenbereichs Kommunikation im Globalen Kontext kombiniert werden (<https://bne-sachsen.de/unterrichtsthemen/kommunikation-im-globalen-kontext/>). Sie bietet sich auch als Einstieg in Themenbereiche, die mit Medien, Medienkompetenz und Kommunikation verknüpft sind.

HINTERGRUNDINFORMATIONEN FÜR LEHRKRÄFTE

Es gibt eine Vielzahl von Studien und Erhebungen hinsichtlich des Mediennutzungsverhaltens in der Gesellschaft, die häufig direkt von den großen Rundfunk- und Fernsehanstalten in Auftrag gegeben werden, so zum Beispiel von der ARD.

JIM-Studie 2017, https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf,
[zuletzt abgerufen am 24.02.2021]

Grunddaten Jugend und Medien 2022. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland,
http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf
[zuletzt abgerufen am 28.04.2022]

Studie zur Glaubwürdigkeit und Qualität deutscher Medien sowie zur Nutzung und Bewertung dieser:

<https://www.daserste.de/ard/die-ard/wie-sie-uns-erreichen/ard-presse-meldungen/2020/Glaubwuerdigkeit-der-Medien-WDR-Studie-100.pdf>; [zuletzt abgerufen am 28.04.2022]

QUELLE

Konzipiert von René Michalsky als Teil des sächsischen Umsetzungsprojektes zum Orientierungsrahmen für den Lernbereich globale Entwicklung.

Dieses Unterrichtsbeispiel kann kopiert und frei verwendet oder weitergegeben werden.