

## Warm up / Energizer Mediennutzung – Positionierung

Diese Methode dient der Darstellung der Mediennutzung durch Positionierung im Raum. Sie ist gut für den Anfang 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.

### Ziele

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

Lehrplananbindung	<p>Oberschule</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Deutsch<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Klasse 7 Wahlpflicht 2 Werbung</li><li>◦ Klasse 8 LB 4 Entdeckungen:Printmedien</li><li>◦ Klasse 9 LB 4: Botschaften verstehen</li></ul></li><li>• Ethik<ul style="list-style-type: none"><li>◦ KL. 9 LB 3 Der Umgang mit Medien und die Macht der Bilder</li></ul></li></ul> <p>Gymnasium</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Deutsch<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Kl. 11/12 Wahlpflicht Werkstatt 3: Medien</li></ul></li><li>• Ethik<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Kl. 7 WP 3: Medien – ein Spiegel der Wirklichkeit?</li></ul></li><li>• GK<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Kl. 11 LB 2 Politik und Medien; WP 2 Medienalltag</li></ul></li></ul>
Zeitbedarf	30 – 45 Minuten

### Material und praktische Vorbereitung

Raum und Bewegungsfreiheit ist wichtig. Die Methode kann auch im Freien durchgeführt werden.

### Inhaltliche Vorbereitung

Zur Übersicht über das allgemeine Nutzungsverhalten empfiehlt es sich in die Studien zum Verhalten von Kindern und Jugendlichen zu schauen.<sup>1</sup> Die Einschätzung der Glaubwürdigkeit wird in einer Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) analysiert.<sup>2</sup> Auffallend ist, dass die Ergebnisse darauf hinweisen, dass zwar viele Jugendliche viel Zeit in den 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 höher einschätzen als die von neuen Medien.

1

JIM-Studie 2017, [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM\\_2017.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf), abgerufen am 11.07.2018

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](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf); abgerufen am 11.07.2018

## Durchführung

Es werden Fragen durch die Lehrer\*innen vorgelesen. Die TN sollen sich je nach ihrer Einstellung bzw. ihrem Verhalten 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 kann unter Umständen noch einmal der Medienbegriff geklärt werden (sehr vielschichtig und weitläufig).

### **Erste Frage: wie erfährst du meist von aktuellen Weltereignissen/ Nachrichten in anderen Teilen der Welt**

- 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 ihres Verhaltens. Man kann einzelne Vertreter der Gruppe fragen, wie bzw. wie oft sie diese Medien nutzen, welche Medien speziell sie benutzen, ob sich ihr Nutzungsverhalten in der letzten Zeit verändert hätte u.s.w.

Es ist zu erwarten, dass viele Schüler\*innen soziale Medien/Blogs/, Nachrichtenportale und Nachrichten-App und Freunde/Verwandte wählen. Klassische Massenmedien werden eher weniger häufig gewählt. Hier kann man nachfragen, woher dieses Verhalten resultiert. Ebenso kann man fragen, wie unterschiedliche Medientypen arbeiten bzw. wie die dort vorhandenen Nachrichten/Informationen aufbereitet bzw. kontrolliert werden. Hier wäre der klare Unterschied zwischen sozialen Medien und Blogs zu klassischen Medien zu erwähnen, der darin besteht, dass in sozialen Medien/Blogs keine unabhängige redaktionelle Arbeit stattfindet.

Daneben 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 Studie des IZI. Frage: „In welchen Medien informieren sich Jugendliche über das tagesaktuelle Geschehen?“ Auswertung: 40% ausschließlich über Hörfunk, Tageszeitung und Fernsehen (tradierte Medien); 36% in den tradierten Medien und im Internet; 23% ausschließlich im Internet.<sup>3</sup>

### **Zweite Frage: Welche dieser Medien hältst du für am glaubwürdigsten?**

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

Es ist zu erwarten, dass Bewegung stattfinden wird. Das Nutzungsverhalten korrespondiert nur in

---

<sup>3</sup>

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](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf); abgerufen am 11.07.2018

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 gefragt werden, warum einzelne Schüler\*innen welche Antwortoption gewählt haben. Dann kann die Gruppe gefragt werden, worin sie die Gründe für die Bewegung (Abweichung zwischen Verhalten und Einschätzung der Glaubwürdigkeit) sehen.

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, stellen sich auch nicht der Prüfung externer und unabhängiger Gutachter.

Vergleichshorizont Studie des IZI. Frage: Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene die Glaubwürdigkeit von Medien ein? Antwort: (sehr glaubwürdig und eher glaubwürdig) 78% klassische Medien, 72% Nachrichtenportale und Nachrichten-Apps, 26% soziale Medien/Blogs.<sup>4</sup>

## Kompetenzerwerb

Erkennen

Mediennutzung und Medienkompetenz: Die Schüler\*innen erkennen ihr eigenes Verhalten bzw. das Verhalten der Altersgruppe im Umgang mit verschiedenen Medientypen.

Bewerten

Die Schüler\*innen reflektieren ihren eigenen Umgang mit Medien und können die Glaubwürdigkeit von verschiedenen Medien aufgrund verschiedener Charakteristika und Indikatoren einschätzen.

Handeln

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

## Weiterbearbeitung

Diese Methode kann mit vielen Methoden des Themenbereichs Kommunikation im Globalen Kontext kombiniert werden. Sie bietet sich auch als Einstieg in Themenbereiche, die mit Medien, Medienkompetenz und Kommunikation verknüpft sind.

## Hintergrundinformationen für Lehrkräfte und Schüler\*innen

Es gibt eine Vielzahl von Studien und Erhebungen hinsichtlich des Mediennutzungsverhalten in der Gesellschaft, die häufig direkt von den großen Rundfunk- und Fernsehanstalten in Auftrag gegeben werden, so zum Beispiel von der ARD.<sup>5</sup>

4

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](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf); abgerufen am 11.07.2018

5

[http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/Studien\\_zu\\_Medienvorvertrauen\\_und\\_Glaubwuerdigkeit\\_der\\_ARD/4113572/index.html](http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/Studien_zu_Medienvorvertrauen_und_Glaubwuerdigkeit_der_ARD/4113572/index.html); abgerufen am 11.07.2018

## Quelle

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

JIM-Studie 2017, [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM\\_2017.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf), abgerufen am 11.07.2018

Grunddaten Jugend und Medien 2018. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland, [http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten\\_Jugend\\_Medien.pdf](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf); abgerufen am 11.07.2018

[http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/Studien\\_zu\\_Medienvorvertrauen\\_und\\_Glaubwuerdigkeit\\_der\\_ARD/4113572/index.html](http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/Studien_zu_Medienvorvertrauen_und_Glaubwuerdigkeit_der_ARD/4113572/index.html); abgerufen am 11.07.2018