

Integrative Medienbildung

Anregungen zur Realisierung des
Unterrichtsprinzips Medienerziehung
für 14- bis 18-Jährige

Impressum

Herausgeber: Bundesministerium für Bildung und Frauen, 1014 Wien

Gestaltung der Druckvorlage: Johannes Raunig, BMBF

Inhalt (auf Basis der 2002 erschienenen Broschüre): Mag. Inge Fritz, MAS

Druck: Digitales Druckzentrum des BMBF

Vertrieb: Amedia, Sturzgasse 1a, 1140 Wien

+43 1 9821322-360, office@amedia.co.at

Alle Rechte vorbehalten, © BMBF, Wien, 2014

Vervielfältigung ausschließlich für den schulischen Bereich gestattet.

Band 3

Integrative Medienbildung für 14- bis 18-Jährige (AHS)

Anregungen zur Realisierung des Unterrichtsprinzips Medienerziehung

Zusammengestellt nach dem allgemeinen Teil des Lehrplans der allgemein bildenden höheren Schule

Autorin der 2002 erschienenen Broschüre: Elisabeth Halmer

Neubearbeitung: Inge Fritz

Band 1 Integrative Medienbildung für 6- bis 10-Jährige

Band 2 Integrative Medienbildung für 10- bis 14-Jährige

Band 4 Integrative Medienbildung für 14- bis 19-Jährige (BHS)

Medienbildung

Medien prägen unsere Sicht der Welt und Wirklichkeit, sie bestimmen unseren privaten und beruflichen Alltag. Eine neue Dimension von Wirklichkeit ist mit den rasanten technischen Neuerungen entstanden. Diese Entwicklungen in den letzten Jahren waren auch Anlass, den Grundsatzterlass zur Medienerziehung aus dem Jahr 2001 kritisch zu betrachten und in der Folge zu aktualisieren. In der im Jänner 2012 wiederverlautbarten Fassung (siehe Anhang) werden netzwerkbasierte und soziale Medien ebenso berücksichtigt wie die aktive Teilhabe an Kommunikationsnetzen, die sich auf die diesbezügliche Empfehlung der Europäischen Kommission und die EU-Definition von *Media Literacy* aus dem Jahr 2009 stützt. Auch der im deutschsprachigen Raum gängige Begriff Medienbildung wurde im Medienerziehungserlass verankert.

Ziel der Medienerziehung ist eine umfassende Medienbildung. Medienpädagogik soll die gesamte Pädagogik durchdringen, so gesehen ist jede Pädagogik gleichzeitig auch Medienpädagogik. Die entscheidende *soziale* Aufgabe der Medienpädagogik ist und bleibt das Öffnen von Handlungsspielräumen: Schulische Medienbildung muss Kinder und Jugendliche befähigen, Medien aktiv, selbstbestimmt und verantwortungsbewusst als Mittler zu nutzen, sich mit geeigneten medialen Artikulationsformen im öffentlichen Raum mitzuteilen, Medien für eine gezielte und reflektierte Kommunikation zu verwenden und sie als Mittel zur Entfaltung der eigenen Fantasie und Kreativität einzusetzen. Schülerinnen und Schüler, die Medien selbst machen, erleben die Eigengesetzlichkeit des Produktionsprozesses, seine Rahmenbedingungen, seine Eigendynamik, aber auch die Grenzen der Machbarkeit. Sie lernen dabei auch die Spielregeln einer sozialen Gemeinschaft, in der sie sich täglich bewähren müssen, denn Medienarbeit erfordert Kooperation und Kommunikation.

Der Erwerb von Medienkompetenz wird immer stärker ein Prozess des selbstgesteuerten Umgangs mit Medien. Die von den Kindern und Jugendlichen außerhalb der Schule erworbenen medienbezogenen Kompetenzen gilt es einzubeziehen und für die Lernprozesse in der Schule zu nützen.

Anregungen und Ideen, wie Medienbildung ganz unspektakulär im Alltagshandeln realisiert und zu einem alltäglichen Bestandteil des Unterrichts werden kann, bietet die vorliegende Broschüre. Sie ist Teil der vierbändigen Reihe, die im Jahr 2002 mit dem Titel „Integrative Medienerziehung“ erstmals publiziert und nun von Inge Fritz inhaltlich vollständig überarbeitet und aktualisiert wurde.

Die angebotenen Impulse und Arbeitsvorschläge für einzelne Unterrichtsgegenstände sind als kleine Auswahl an Möglichkeiten zu verstehen. Sie sind einfach und offen gehalten und sollen so Raum schaffen für Ihre eigenen Versionen. Lehrplanzitate und Verbindungen zu anderen Unterrichtsprinzipien zeigen den Querschnittcharakter der Medien. Die Beispiele sind auch über die Plattform mediamannual.at zugänglich, weitere Vorschläge werden dort laufend ergänzt (siehe: www.mediannual.at → Leitfaden → 101 Anregungen).

Es ist sicher auch ein großer Gewinn, wenn Sie Ihre Umsetzungen, neue Ideen und Alternativen sowie Erfahrungen allen an Medienbildung Interessierten zur Verfügung stellen. Für diese Breitschaft danken wir im Voraus.

Mit besten Wünschen für gutes Gelingen

Karl Brousek
BMBF, Referat Medienbildung

Inhaltsverzeichnis

Zu dieser Broschüre.....	7
Deutsch.....	9
Blick auf das eigene Medienhandeln.....	9
Zeitungsesegewohnheiten.....	10
Qualitätszeitung und Boulevardblatt.....	11
Print- und Onlinezeitung.....	12
Bilder in der Zeitung/Werbung.....	13
Sprache in der Werbung.....	14
Meine liebste App.....	15
Wikipedia als Nachschlagewerk.....	16
Lern-Plakate zur Internetnutzung für Museumsrundgang.....	17
Fernsehnachrichten im Vergleich.....	18
Doku-Soaps.....	19
Eine Folge einer Doku-Soap selbst produzieren.....	20
Filmtrailer im Internet.....	21
Buch und Film.....	22
Gender und Film: Million Dollar Baby.....	23
Inszenierte Weiblichkeit in Musikvideos.....	24
Ein Gedicht medial interpretieren.....	25
Umfrage und statistische Auswertung.....	26
Krieg im Spielfilm.....	27
Einen E-Mail-Roman schreiben.....	28
Vorratsdatenspeicherung und Privatsphäre.....	29
Englisch.....	30
The Amish – A Society without any Media.....	30
Image is everything.....	31
Talking about newspaper reading habits.....	32
Analysing British Newspapers.....	33
The newspaper headline.....	34
Analysing advertisements.....	35
Analysing political cartoons from newspapers or magazines.....	36
Geographie und Wirtschaftskunde.....	37
Objektivität und Medien.....	37
Bild und Wirklichkeit.....	38
Ein Land im Fokus verschiedener Medien.....	39
Woher ich Informationen über Länder beziehe.....	40
Gelerntes medial aufbereiten.....	41
Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung.....	42
Digitale Spielwelten kritisch hinterfragen.....	42
Erklär mir Europa!.....	43
Vom Selbstporträt zum Selfie.....	44
Psychologie und Philosophie.....	45
Werbung in der Schule.....	45
Werbeplakatanalyse.....	46
Internetsucht.....	47
Formen der Kommunikation.....	48
Die Netzpersönlichkeit.....	49
Umgang der Medien mit Information.....	50
Künstliche Intelligenz.....	51
Medien und Gewalt.....	52

Ästhetik – Kunst und Nichtkunst.....	53
Liquid Democracy und digitale Partizipation.....	54
Cogito ergo sum <i>oder</i> video ergo est?	55
Werte und Normen in unserer Gesellschaft.....	56
Subjektivität/Objektivität.....	57
Quellen Lehrplanzitate	58
21 Kompetenzen für Medienbildung.....	59
Grundsatzlerlass Medienerziehung.....	60

Zu dieser Broschüre

Wer sich halbwegs geschickt anstellt und weiß, welche Begriffe Erfolg versprechen, findet über die Suchmaschine im Internet sehr schnell zahlreiche Informationen und Materialien zur Integration von Medienbildung in den einzelnen Unterrichtsgegenständen. Wozu also diese altmodisch auf Papier gedruckte Publikation? Ganz einfach, weil die Nachfrage gegeben ist, was die häufigen Nachdrucke der Broschüre belegen. Und dann vor allem deshalb, weil das Blättern durch die Seiten es möglich macht, sich entspannt inspirieren zu lassen, wie sich Medienbildung im eigenen Unterricht breitmachen könnte, unaufdringlich und immer öfter selbstverständlich. Für Entspannung sorgt vielleicht auch die Tatsache, dass das Angebot begrenzt und damit überschaubar ist.

Die Anregungen zur integrativen Medienbildung zeigen einige Möglichkeiten für eine aktive, kritische und kreative Medienarbeit auf. Die Fragen sollen Interesse wecken und Ihre Schülerinnen und Schüler anregen, eigene Lernwege zu gehen und in einem dialogischen Lernprozess Antworten zu finden, sich selbst ein Bild zu machen. Zu finden sind Ideen für integrative Unterrichtssequenzen, aber auch Vorschläge für Projekte. Sie sind bewusst offen gehalten und sollen an die Situation in der eigenen Klasse angepasst werden. Entsprechend adaptiert sind die Vorschläge auch in verschiedenen Schulstufen realisierbar.

Nehmen Sie sich die Freiheit und erobern Sie hin und wieder gemeinsam mit Ihren Schülerinnen und Schülern Neuland. Von- und miteinander lernen bringt nicht nur neues gemeinsames Wissen, sondern vor allem auch ein besseres Verständnis für die Rollen Lehrende/r und Lernende/r. Und was Lehrkraft und Schüler/innen nicht wissen, vermitteln externe Fachleute, die ja fallweise ins Boot geholt werden können. Apropos Neuland: Was für die einen alltägliche Routine ist, ist für andere ein weißer Fleck auf der medialen Wissenslandkarte. Bitte um Nachsicht, wenn Sie in diesem Heft für Sie längst Selbstverständliches vorfinden – vielleicht entdecken Sie ja trotzdem die eine oder andere Fragestellung, die Sie noch nicht in Ihrem Repertoire hatten.

Die Vorschläge sind nach Fächern geordnet und innerhalb der Fächer soweit möglich nach Themenbereichen. Bei manchen Beispielen finden Sie auch Hinweise, mit welchen Fächern übergreifend gearbeitet werden könnte. Einige Ideen sind sicherlich übertragbar auf andere Gegenstände, es lohnt sich also auch ein Blick in die Broschüre, sollte Ihr Fach nicht vertreten sein. Bei allen Vorschlägen ist angeführt, welche Medienkompetenzen damit aufgebaut bzw. vertieft werden können. Die jeweils angeführten Kompetenzen stehen in Einklang mit dem Grundsatzterlass für Medienerziehung, eine Übersicht finden Sie im Anhang (21 Kompetenzen für Medienbildung).

Viel Erfolg beim Initiieren inspirierender Lernprozesse!

Inge Fritz

Mitglied der Steuerungsgruppe Medienbildung des BMBF, Redaktion mediamannual.at

Persönlichkeitsentwicklung; Stärken von Eigenverantwortung; Medienangebote auswählen und nutzen; eigene Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Die Schülerinnen und Schüler sind ihrem Alter entsprechend zu kritischem und eigenverantwortlichem Denken zu führen. Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

Blick auf das eigene Medienhandeln

Die Schüler und Schülerinnen erstellen eine Liste mit allen Medien, die sie regelmäßig verwenden – vom Aufstehen bis zum Schlafengehen (Radio, TV, Print, Musik, Mobiltelefon, elektronische Spiele, Computer, Internet, Social Media ...).

Sie überlegen, wie viel Aufmerksamkeit sie einem Medium widmen (welche Aktivitäten laufen parallel?) und welchen Nutzen sie daraus ziehen. Sie machen sich Notizen, um in einer anschließenden Diskussion in der Kleingruppe oder der gesamten Klasse ihren Standpunkt zu vertreten.

Mögliche Fragestellungen und Diskussionspunkte zur Mediennutzungskultur:

- Wie wichtig sind dir die diversen Medien?
- Warum sind manche wichtig bzw. weniger wichtig für dich? Was ist ausschlaggebend?
- Welche Aktivitäten sind mit welchen Medien verbunden?
- Welche Medien benutzt du, um selbst kreativ zu sein?
- Auf welche Medien könntest du verzichten?
- Welche Medien nützt du, um dir zu aktuellen Fragen ein Bild zu machen?
- Welches Medium ist dominierend bei den Schüler/innen? – Gibt es ein Leitmedium?
- Wie schätzt du dein persönliches Mediennutzungsverhalten ein? – Möchtest du etwas daran ändern? – Was?
- Es gibt Menschen, die bewusst auf die Nutzung von Medien verzichten (kein Handy, kein TV ...). Welches Image verbindest du damit? Kennst du solche Menschen? Frag sie nach ihren Beweggründen.
- Wie könnte eine Gesellschaft/Gemeinschaft aussehen, die versucht, ohne moderne Technologie zu leben? (Vgl. The Amish)

Fächerübergreifend: Englisch (Diskussion der Gesellschaftsstruktur und Lebensweise der Amish)

Deutsch

Tageszeitung; Statistik; Medienangebote auswählen und nutzen; eigene Interessen und Bedürfnisse wahrnehmen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Zeitungslesegewohnheiten

Die Schülerinnen und Schüler zählen zunächst ihnen bekannte Zeitungen auf. In einer Umfrage ermitteln sie, welche Zeitungen wie oft gelesen werden. Die Auswertung (anonymisiert) wird als Diagramm/Tabelle dokumentiert.

Die folgenden Fragestellungen überlegen die Schülerinnen und Schüler zunächst für sich, um sie dann in Gruppen zu besprechen:

- Liest du regelmäßig Zeitung? Wie oft?
- Liest du fremdsprachige Zeitungen? Wie oft? Warum?
- Hast du eine bevorzugte Zeitung? Welche? Warum gerade diese Zeitung?
- Liest du die Zeitung immer in der gleichen Art und Weise? (Von vorne nach hinten durchblättern/lesen; mit Sportteil/Horoskop/Wetter beginnen ...)
- Welche Artikel/Ressorts bevorzugst du?
- Welche journalistischen Textsorten liest du am liebsten?
- Was motiviert dich, einen Artikel in der Zeitung zu lesen? (Die Schlagzeile, das Bild, die schon zuvor gehörten Nachrichten ...)
- Wann ist eine Information für dich wichtig?
- Glaubst du, dass sich deine Zeitungslesegewohnheiten mit der Zeit ändern werden?
- Welche Nachrichtenquelle bevorzugst du für die Beschaffung von tagesaktuellen Informationen? (Printzeitung, Radio, TV, Internet, das Online-Angebot der Nachrichtensender, neue Formen des Journalismus wie Blogs, Wikis ...) Warum?
- Wird es auch in weiterer Zukunft gedruckte Zeitungen und Zeitschriften geben? – Welche Chance gebt ihr den Printausgaben?

Die Thematisierung von Zeitungslesegewohnheiten könnte am Beginn eines Zeitungsprojektes stehen.

Mehr dazu bei Zeitung in der Schule: www.zis.at

Politische Bildung; Genderkompetenz/Geschlechtergleichstellung; Sprache und Kommunikation; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Zur Vermittlung fundierten Wissens als zentraler Aufgabe der Schule sollen die Schülerinnen und Schüler im Sinne eines lebensbegleitenden Lernens zur selbständigen, aktiven Aneignung, aber auch zu einer kritisch-prüfenden Auseinandersetzung mit dem verfügbaren Wissen befähigt und ermutigt werden.

Qualitätszeitung und Boulevardblatt

Zeitung ist nicht gleich Zeitung. Die Schüler und Schülerinnen vergleichen verschiedene überregionale Tageszeitungen und treffen Aussagen über die jeweilige Zeitung.

- Handelt es sich um eine Qualitätszeitung oder um ein Boulevardblatt?
- Welche grundsätzlichen Unterschiede lassen sich erkennen?
- Welche Merkmale kennzeichnen eine Qualitätszeitung, welche ein Boulevardblatt?

Dazu analysieren (und dokumentieren) die Schüler/innen, wie sich die Zeitungen bezüglich folgender Punkte unterscheiden:

- Aufmachung (Format, Layout, Bildeinsatz, Schriftform/Schriftgröße, Gestaltung Titelblatt, Schlagzeilen)
- Inhalt (Ressorts, Schwerpunkte, Trennung von Nachricht und Meinung – an Tatsachen/an Meinungen orientierte Textsorten, Anteil von Beiträgen mit journalistischer Eigenleistung)
- Transparenz der Quellen
- Sprache, Grad der Leseanstrengung
- In welchen Zusammenhängen kommen Männer/Frauen vor?
- Leserschaft, Kommunikation mit den Leserinnen und Lesern
- Wie ist das Verhältnis Werbung und redaktionelle Beiträge?
- Wofür wird geworben?
- Auflagenhöhe, Bezugspreis

Mögliche Weiterarbeit:

- Die Schüler/innen wählen ein aktuelles Ereignis und untersuchen, wie in verschiedenen Zeitungen darüber berichtet wurde. Ihre Ergebnisse diskutieren sie im Klassenverband.

Die Schüler/innen kommentieren das folgende Zitat (Karl Kraus zugeschrieben):

„Gut, dass in der Welt täglich stets so viel passiert, dass es gerade in eine Zeitung passt.“

Deutsch

Verbraucher/innenbildung; Medienprodukte vergleichend analysieren; Interessen und Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung aus unterschiedlichen Blickwinkeln beurteilen; eigene Interessen und Bedürfnisse wahrnehmen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Die Schülerinnen und Schüler sind ihrem Alter entsprechend zu kritischem und eigenverantwortlichem Denken zu führen.

Print- und Onlinezeitung

Onlineauftritte von Tageszeitungen werden analysiert und Vor- und Nachteile von Print- und Onlinemedium reflektiert. Die Printausgaben der zu untersuchenden Onlinezeitungen sollten den Schülerinnen und Schülern vertraut sein. *) Die Schüler/innen arbeiten in Gruppen mit einer Zeitung ihrer Wahl.

Fragestellungen:

- Wie unterscheidet sich das Titelblatt der Zeitung von der Startseite der Onlinezeitung?
- Gibt es online eine ähnliche Struktur (Ressorts, Rubriken etc.) wie im Printmedium?
- Sind redaktionelle Artikel von Werbeanzeigen eindeutig unterscheidbar? Wodurch?
- Welche Beteiligungsmöglichkeiten gibt es für User/innen?
- Welche Social-Media-Aktivitäten betreibt die Onlinezeitung? (Blogs, Facebook, Twitter ...)
- Welche Cross-Media-Strategien (Print-/Onlinezeitung) sind erkennbar?
- Wer ist der Eigentümer, wer der Herausgeber der Zeitung?
- Wie „verbreitet“ ist die Onlinezeitung? (Zugriffe und Leserschaft)
- Welche Vor- und Nachteile hat die Onlinezeitung gegenüber dem Printmedium?

Gemeinsame Reflexion:

- Print oder Onlinezeitung – welches Medium ist sympathischer/interessanter? Warum?
- Wie finanzieren sich Onlinezeitungen? Unterschiede zu Print
- Woran wird der Wert der Information gemessen? (An Standards für Qualitätsjournalismus? Am Traffic? – Anzahl der Zugriffe? Anzahl der Postings? ...)
- Welchen Stellenwert haben Blogs und soziale Netzwerke wie z. B. Facebook als Informationsvermittler: Sind sie Konkurrenten von Onlinezeitungen?
- Blogger versus „echte“ Journalist/innen: Was macht Publikationen glaubwürdig?
- Journalisten und Journalistinnen verlieren das Monopol für Nachrichten: Werden sie trotzdem noch gebraucht? – Wofür?
- Hat sich an deiner Einstellung gegenüber Zeitungen (in gedruckter Form oder im Internet) etwas geändert?

*) Zeitungen gratis für den Unterricht gibt es bei Zeitung in der Schule: www.zis.at.

Nachrichtenbilder, Werbung, Bildsprache; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen; Informationen und Wissen interaktiv nutzen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Bilder in der Zeitung/Werbung

Die Schüler und Schülerinnen analysieren Bilder aus Zeitungen und Werbefotos. Dazu beantworten sie folgende Fragen:

- Was ist abgebildet? (Beschreibe das Motiv, den Bildaufbau, die Beziehung der abgebildeten Elemente zueinander)
- Welche Personen kommen vor und warum wurden wohl diese ausgewählt?
- Wie ist der Gesichtsausdruck der Personen?
- Wirkt das Foto (bei einem Zeitungsartikel) gestellt bzw. inszeniert?
- In welchem Zusammenhang, glaubst du, kommt dieses Foto vor?
- Wie ist die Farbgebung? Ist die Bildkomposition auffallend? Inwiefern?
- Welcher Text ist im Foto oder direkt beim Foto?
- Welche Botschaft soll das Foto den Betrachtenden vermitteln? Was sagt das Foto aus?
- Beantwortet oder stellt das Foto Fragen?
- Welche Wirkung wird erzielt? Welche Assoziationen werden hervorgerufen?
- Welche Gefühle weckt das Foto?
- Ist das Foto repräsentativ/passend für das Thema, für das es ausgewählt wurde?
- Welche Funktion hat das Foto im Kontext?

Mögliche Weiterarbeit:

- Zu einem Bild aus einer Zeitung wird ein passender Text verfasst (z. B.: Reportage). Der neue Text wird mit dem Original verglichen.

Fächerübergreifend: Bildnerische Erziehung, Psychologie

Deutsch

Verbraucher/innenbildung; Sprachanalyse, Sprache als Gestaltungsmittel, Werbung; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die Schülerinnen und Schüler sind ihrem Alter entsprechend zu kritischem und eigenverantwortlichem Denken zu führen. Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Sprache in der Werbung

Werbung in allen möglichen Varianten begleitet uns durch den Tag, wir nehmen sie kaum noch bewusst wahr. Umso erstaunlicher ist es, dass bestimmte Werbetexte und Slogans wie Ohrwürmer über lange Zeit im Gedächtnis bleiben (selbst wenn der Spot schon lang nicht mehr zu hören oder zu sehen ist). Was macht Werbeslogans so eindringlich?

Die Schüler und Schülerinnen analysieren Werbetexte und beachten:

- Wortbildung (Untersuchung der Substantive, Adjektive und Verben)
- Wortwahl (Häufigkeit eines Wortes, semantische Aufwertung durch steigernde Komposition, Appellative ...)
- Satzbau (Analyse hinsichtlich Satzlänge, einfache oder unvollständige Sätze ...)
- Rhetorische Mittel (z. B.: Wiederholungen, Behauptung, Befehl, Anrede, Negation, Anspielung, neue Begriffe ...)
- Übertreibungen
- Verallgemeinerungen
- Metaphern
- Was sagt der Werbetext aus? Macht er neugierig, aggressiv, froh gelaunt ...?
- Für welches Produkt wirbt er?
- Interessiert dich das Produkt? Warum?

Zu erörternde Frage:

- Werbesprache im Radio, im Fernsehen, auf Plakaten, in der Zeitung, im Internet: (Wie) unterscheidet sich die Werbesprache in den einzelnen Medienarten?

Fächerübergreifend: Psychologie

Werbung; Smartphone; Verbraucher/innenbildung; Medienprodukte analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; sich als selbstwirksam erleben; Informations- und Kommunikationstechnologien sicher und kritisch nutzen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Meine liebste App

Jugendliche nutzen gerne Apps (Anwendungssoftware für Mobilgeräte) – ob das nun Spiele sind, Fitness-Apps, Taschenrechner, Nachschlagewerke, Ratgeber oder Auskünfte verschiedenster Art. Um Apps auch sicher zu nutzen, sollte man die Risiken kennen: Es könnten z. B. unbemerkt persönliche Daten versendet werden, schädigende Software installiert oder unbeabsichtigt In-App-Käufe getätigt werden, denn Werbung in Apps ist oft nicht gleich als solche zu erkennen.

Interessierte Schülerinnen und Schüler präsentieren – allein oder im kleinen Team – eine App, die sie für besonders empfehlenswert erachten. Sie setzen sich mit der Qualität der gewählten App auseinander und lernen, diese zu begründen und zu beschreiben.

Auf folgende Punkte sollte bei der Präsentation der App eingegangen werden*):

- Wie funktioniert die App? Worum geht es?
- Für wen ist die App gedacht (Zielgruppe, Alter) und geeignet?
- Wo befindet sich Werbung? Woran erkennt man sie?
- Gibt es In-App-Käufe? Wie kann man damit umgehen?
- Bei einem Spiel: Wie lange kann man spielen, ohne einen In-App-Kauf tätigen zu müssen?
- Apps wollen auf Standort-Daten zugreifen, warum?
- Braucht man für die App einen Zugang zu einem sozialen Netzwerk, um manche Funktionen nutzen zu können? Was passiert, wenn man das nicht macht?
- Was macht die besondere Qualität dieser App aus? Warum gefällt sie dir?
- Wie bewerten andere die App (z. B. im Internet)?

*) Anregung gefunden in: Wahr oder falsch im Internet? Informationskompetenz in der digitalen Welt. Mit Übungen für den Unterricht. Hg.: saferinternet.at/Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation. Wien 2014. S. 24 f. Quelle: www.saferinternet.at

Auch geeignet für (bzw. fächerübergreifend): Informatik, Geographie und Wirtschaftskunde, Bewegung und Sport (je nach Thema der App)

Deutsch

Recherche und Quellenkritik; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; Informations- und Kommunikationstechnologien sicher und kritisch nutzen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen; Informationen und Wissen interaktiv nutzen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

[...] sollen die Schülerinnen und Schüler im Sinne eines lebensbegleitenden Lernens zur selbständigen, aktiven Aneignung, aber auch zu einer kritisch-prüfenden Auseinandersetzung mit dem verfügbaren Wissen befähigt und ermutigt werden.

Wikipedia als Nachschlagewerk

Wikipedia zählt weltweit zu den beliebtesten Websites und wird auch von Schülerinnen und Schülern sehr häufig genutzt. Wikipedia-Artikel werden laufend aktualisiert, Texte, Bilder und Grafiken lassen sich schnell kopieren und weiterverwenden. Wie jedes Informationsmedium sollte auch Wikipedia kritisch hinterfragt und die kompetente Nutzung gelernt werden.

Einstieg:

- Was ist Wikipedia? Beschreibe spontan, ohne zu recherchieren, was du über Wikipedia weißt.

Aufgaben und Fragen, die helfen können, Wikipedia als Quelle für Recherchen besser verstehen, nützen und einschätzen zu können:

- Woran erkennst du einen guten Wikipedia-Artikel? – Wie kannst du die Qualität und Verlässlichkeit eines Artikels einschätzen? An welchen Regeln orientierst du dich?
- Was macht Wikipedia lt. Selbstdarstellung zu einer verlässlichen Quelle?
- Warum gibt es keine Werbung auf Wikipedia? – Welche Vorteile hat das? Gibt es auch Nachteile?
- Erkläre anhand eines Beispiels, wie man Seiten aus Wikipedia korrekt zitiert. (Auskunft dazu gibt Wikipedia im Bereich Werkzeuge – Seite zitieren.)
- Wer schreibt die Artikel für Wikipedia? – Was machen die Wikipedianer? Welche Möglichkeiten zum Mitmachen bietet Wikipedia?
- Ein enzyklopädischer Artikel muss nachprüfbar sein und er erfordert eine neutrale Haltung. Finde ein gutes Beispiel für einen solchen Artikel, begründe deine Auswahl und führe auch die Quelle an.

Mögliche Weiterarbeit:

- Verfasse einen enzyklopädischen Artikel zu einem Begriff oder einem Sachverhalt. Vergleiche danach, was verschiedene Nachschlagewerke zu deinem Begriff/Sachverhalt schreiben.

Geeignet für jedes Fach, in dem das Internet als Recherchewerkzeug eingesetzt wird.

Ideen und Arbeitsvorschläge für den Einsatz von Wikipedia im Unterricht:

http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wikipedia_im_Unterricht

Informationsquellen erfassen, zitieren, vergleichen; Kreativität in der Gestaltung zeigen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen; sich als selbstwirksam erleben; Informations- und Kommunikationstechnologien sicher und kritisch nutzen; eigene Medienbeiträge und Anwendungen planen, umsetzen und präsentieren

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die Schülerinnen und Schüler sind sowohl zum selbstständigen Handeln als auch zur Teilnahme am sozialen Geschehen anzuhalten. Im überschaubaren Rahmen der Schulgemeinschaft sollen Schülerinnen und Schüler Fähigkeiten erwerben, die später in Ausbildung und Beruf dringend gebraucht werden, etwa für die Bewältigung kommunikativer und kooperativer Aufgaben.

Lern-Plakate zur Internetnutzung für Museumsrundgang

Die Schülerinnen und Schüler gestalten in Kleingruppen jeweils ein Plakat, das Hinweise zur kompetenten Nutzung des Internets gibt. Themen könnten z. B. sein:

- Rechte, die im Internet zu beachten sind (mit Beispielen aus dem Social-Media-Alltag)
- Die wichtigsten Regeln für die Bewertung von Quellen im Internet
- Informationen aus digitalen Medien richtig zitieren
- Datenschutz/Privatsphäre: Was ich im Internet über mich preisgebe, was besser nicht
- ...

Möglicher Ablauf:

- Gemeinsames Brainstorming: Welche Themen sollen auf den Plakaten dargestellt werden? – (Worüber wollen wir selber besser Bescheid wissen? Was ist (uns) so wichtig, dass wir es allen, die das Internet nutzen, mitteilen wollen?)
- Jede Gruppe entscheidet sich für ein Thema und erarbeitet sich das entsprechende Wissen. Unklares wird gesammelt und mit Hilfe einer kompetenten Person geklärt.
- Gestaltung der Plakate: Das Wichtigste wird auf den Punkt gebracht und zum Lesen und Betrachten animierend dargestellt. Quellenangaben nicht vergessen!

Präsentation der Plakate mittels „Museumsrundgang“:

- Die Plakate werden an verschiedenen Stellen in der Klasse platziert. Die Schüler/innen bilden Gruppen, in denen sich je ein Experte oder eine Expertin für jedes Plakat befindet. Die Gruppen starten gleichzeitig vor den verschiedenen Plakaten. Diejenigen, die an der Plakaterstellung mitgearbeitet haben (Experte/Expertin), erklären den anderen Gruppenmitgliedern das Plakat. Nach einem vereinbarten Zeichen der Lehrkraft gehen die Gruppen zum nächsten Plakat. Eine andere Expertin/ein anderer Experte erklärt usw.

Mögliche Fortsetzung:

- Die Plakate im Computerraum aufhängen und andere Klassen zu einem Museumsrundgang einladen.

Fächerübergreifend: Jeder Gegenstand, in dem das Internet verwendet wird.

Deutsch

Nachrichten; Medienangebote auswählen und nutzen; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Fernsehnachrichten im Vergleich

Die Schüler und Schülerinnen vergleichen die Nachrichten eines Tages von verschiedenen öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehsendern. Sie beschäftigen sich mit dem Nachrichtentrailer, dem monologisch vorgetragenen Text von Nachrichtensprecher/innen und dem Bildaufbau.

TV-Nachrichten sind auf den Webseiten der Fernsehstationen verfügbar. Hilfreich bei der Erforschung von Nachrichten sind die journalistischen W-Fragen: Was? Wer? Wann? Wie? Wo? Welche Quelle?

Fragestellungen*):

- Wie viele Beiträge bringen die einzelnen Sender? Wie lang sind die Beiträge? Welcher Beitrag steht an erster Stelle?
- Welche Themen kommen in mehreren Sendungen vor, welche nur in einer?
- Welche Informationen über das Nachrichtenthema können aus den Bildfenstern gewonnen werden? Sind diese Informationen hilfreich?
- Wie ist das Bildfenster aufgebaut? Welche Farbe dominiert?
- Inwiefern unterscheiden sich Kleidung, Make-up und Studioaufbau?
- Welche Erwartungen werden geweckt?
- An wen richtet sich die Nachricht? Zielgruppen?
- Wird das Thema als Schlagzeile formuliert? Welche Schlagzeile ist sachlich, welche im Boulevardstil formuliert?
- Wie wird der Text gesprochen? Sind Unterschiede erkennbar?
- Wie unterscheidet sich das Bildmaterial? Welche Sendung weist mehr Filmanteile auf?
- Welches Gefühl bewirken die Bilder? Welcher Eindruck soll vermittelt werden?
- Was bewirkt die Musik?

Diskussionspunkte:

- Fernsehnachrichten sagen uns, was wichtig ist und was nicht. – Ist das so? Wer entscheidet?
- Glaubst du, was du im Fernsehen siehst?

*) Anregung gefunden auf www.mediamanual.at (→ Workshop – Semiotisches Labor)

Reality-TV; Ethik; Politische Bildung; Kriterien der Mediengestaltungen erkennen und benennen; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS: Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

[...] Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Doku-Soaps

Doku-Soaps gehören zum täglichen Fernsehkonsum vieler Schüler/innen, eine Auseinandersetzung mit diesem Fernsehformat soll ihnen einen kritischen Umgang damit ermöglichen. (Die letzten Folgen der Doku-Soaps sind auf den Websites der jeweiligen Sender zugänglich.)

Mögliche Fragen und Diskussionspunkte*):

- Was sind die Merkmale einer Doku-Soap? Welche Gemeinsamkeiten hat die Doku-Soap mit dem Dokumentarfilm? Welche Unterschiede gibt es?
- Welche Doku-Soaps kennst du? Zähle sie auf und überlege, ob die Bilder, die zu sehen sind, real oder nach einem Drehbuch gespielt sind. Begründe deinen Eindruck.
- Seht euch eine Folge einer Doku-Soap an:
- Wann und wie wird Musik eingesetzt? Untersucht diese Stellen und beschreibt, was in der Szene passiert, welcher Art die Musik ist, welche Funktion sie für die Handlung hat und wie sie auf euch wirkt.
- In Doku-Soaps werden oft Cliffhanger benutzt. Findet heraus, was das ist. Achtet auf Szenen, in denen Cliffhanger zu sehen sind. Beschreibt, was in diesen Szenen passiert, welche Funktion die Cliffhanger für die Handlung haben und wie die Szenen auf euch wirken.
- Findet heraus, was ein Voice-over ist. Beschreibt die Funktion von Voice-over und die Wirkung auf euch.
- Findet heraus, was unter „Scripted Reality“ zu verstehen ist.
- Sollen die Zuseher/innen darauf hingewiesen werden, wenn eine Szene in einer Doku-Soap frei erfunden und inszeniert ist? Warum (nicht)?
- Darf/soll grundsätzlich alles im Fernsehen gezeigt werden?

Auch geeignet für Bildnerische Erziehung, Ethik, Religion, Psychologie und Philosophie

*) Anregungen gefunden in: Spannender als das wahre Leben? Dokusoaps zwischen Beobachten und Inszenieren. Filmheft Nr. 37. Quelle: www.filmabc.at/de/hefte/

Deutsch

Doku-Soap, Kreativität in der Gestaltung zeigen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen; eigene Medienbeiträge planen, umsetzen, präsentieren und publizieren

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Eine Folge einer Doku-Soap selbst produzieren

Nach der Analyse von Doku-Soaps bietet es sich an, selbst eine Folge zu produzieren.

- Die Schüler/innen entscheiden sich für eine Serie (ein Beispiel wählen, das sich filmisch gut umsetzen lässt).
- Die Expert/innen der Serie in der Klasse erklären die handelnden Personen und ihre Beziehungen zueinander, zeichnen ein Soziogramm.
- Nun wird ein Exposé für die Handlung der Folge erstellt (Anzahl der Handlungsstränge wie im Original). Bedingung ist, dass die Handlung auch realisiert werden kann: Um welches Hauptthema geht es? Welche Personen kommen vor? Welche Schauplätze?
- Die Schüler/innen erarbeiten filmische Gestaltungsmittel.
- Vom Exposé zur Spielszene: Die Einzelideen zu den Handlungssträngen werden zu kurzen Szenen verbunden.
- Das Aufnehmen mit der Kamera wird geübt (Kameraführung, einen Dialog spielen etc.) und das Ergebnis kritisch betrachtet.
- Eine Folge der Serie wird hinsichtlich der filmischen Auflösung (Dauer und Verschachtelung der Handlungsstränge ...) analysiert.
- Das Storyboard wird erstellt, die Szenen erarbeitet (Handlungsstränge).
- Klärung der Rollenverteilung, Dekoration, Kostüme etc.
- Dreharbeiten
- Schnittplan erstellen (Aufnahmeprotokoll, Auswahl der gelungensten Szenen)
- Videoschnitt, Vorspann, Nachspann, Nachvertonung
- Gemeinsames Anschauen und Nachbesprechen
- Präsentation und evtl. Veröffentlichung im Internet

Fächerübergreifender Unterricht: Bildnerische Erziehung

Verbraucher/innenbildung; Medienangebote und Informationen auswählen, interaktiv nutzen; kommunizieren und präsentieren; Medienprodukte analysieren; medienrechtliche Aspekte erläutern; Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung analysieren; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS: Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Filmtrailer im Internet

Durch ihre Kürze und Verfügbarkeit im Internet eignen sich Filmtrailer und verwandte Gattungen sehr gut für die Besprechung im Unterricht. Filmtrailer werden als Webvideo in Blogs, auf sozialen Netzwerken und Fanseiten eingebettet (virales Marketing) und erreichen so eine große Zahl von potenziellen Zuschauer/innen.*)

Vorkenntnisse: Methoden der Filmanalyse, Begriffe wie Einstellung, Schnitt, Voice-over, Off-Stimme etc. (Lehrervortrag oder Recherche der Schüler/innen)

- Die Schüler/innen analysieren einen Filmtrailer ihrer Wahl (Hausarbeit) und präsentieren ihre Ergebnisse der Klasse.
- Welche Aspekte eines Trailers sind für den Kauf einer Kinokarte zum Film relevant?

Die Schüler/innen diskutieren, wie viel Information sie von der Story im Trailer haben möchten und ob daraus folgend der Trailer für sie ein geeignetes Informationsmittel ist.

Virales Filmmarketing gehört zum Standardrepertoire der Maßnahmen zur Filmvermarktung.

- Die Schüler/innen recherchieren im Internet die Strategien von viralem Marketing. Reflexion der Ergebnisse in der Klasse.
- Reflexion der Erfahrungen bei der Recherche (Welche Strategie brachte die besten Ergebnisse, die zuverlässigsten Daten?)
- Ist für den kommerziellen Erfolg eines Films das Produktions- oder das Marketingbudget wichtiger? – Auf welchen Informationen basieren eure Standpunkte?

User-Generated-Content: Von Usern adaptierte Filmtrailer werden als Mashups (Kombination eines Videos aus verschiedenen Ausgangsmaterialien) oder Re-Cuts (ein einziges Ausgangsmaterial wird umgeschnitten) bezeichnet.

- Die Schüler/innen analysieren ein adaptiertes Video und präsentieren ihre Ergebnisse.
- Diskussion: Was motiviert Nutzer/innen, einen Filmtrailer zu adaptieren?
- Rollenspiel: Die Schüler/innen reflektieren Traileradaptionen vor dem Hintergrund des Urheberrechts.

Mögliche Weiterarbeit: „Demnächst im Kino!“ Die Schüler/innen produzieren einen Trailer zu einem im Unterricht besprochenen literarischen Werk.

*) Anregungen gefunden in: Filmtrailer im Internet. Vom Marketing-Tool zum Mitmach-Web. Filmheft Nr. 47. Quelle: <http://www.filmabc.at/de/hefte/>

Deutsch

Medienprodukte analysieren; Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung analysieren; Kreativität in der Gestaltung zeigen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; eigene Medienbeiträge gestalten und verbreiten

Aus dem Lehrplan der AHS: Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Buch und Film

Oft gehört: „Wenn du den Film ansiehst, ersparst du dir das Lesen des Buches!“ – Ist das so? Eignet sich eine Literaturverfilmung für die Zusammenfassung des Buchinhalts? Ist es sinnvoll, beide Medien auf inhaltliche Entsprechung zu bewerten?

Mögliche Aufgabenstellungen:

- Unterschiede zwischen Medium Buch und Medium Film bzw. zwischen literarischem und filmischem Erzählen (Brainstorming)
- Drehbuchautor/innen und Regisseur/innen interpretieren den Inhalt eines literarischen Werkes und gestalten ein eigenständiges Kunstwerk. Oft zeigt ein Film nur Teilaspekte der literarischen Vorlage, die Handlung wird verdichtet. Vergleiche ein wichtiges Kapitel im Buch mit den entsprechenden Filmsequenzen:
- Unterschiedliche Medien haben unterschiedliche Möglichkeiten, etwas darzustellen. Wie wird das in diesem Beispiel sichtbar?
- Was können Bilder leisten, was Wörter nicht können – und umgekehrt?
- Wurden Charaktere im Film weggelassen oder deren Rolle reduziert/erweitert?
- Film oder Buch: Welche Version bevorzugst du? Warum?
- Inwiefern verstärken die Medien das Interesse an Filmen? Wie ist das bei Büchern?
- Die Schüler/innen schreiben ein Drehbuch oder ein Storyboard zu einem Kapitel eines Buches, davor informieren sie sich, wie ein Drehbuch/Storyboard aufgebaut ist.
- Die Schüler/innen schreiben nach dem ersten unvoreingenommenen Ansehen des Films und nach der intensiven Arbeit mit dem Film eine Filmkritik. Sie ordnen dabei nicht nur ihre Gedanken über den Film, es wird auch deutlich, welche Erkenntnisse sie aus der Arbeit mit dem Film gezogen haben.
- Die Schüler/innen veröffentlichen ihre Filmkritik (Blog, Filmdatenbank ...).

Mögliche Weiterarbeit: Ein kurzer literarischer Text dient als Ausgangspunkt für einen selbst produzierten Film, um filmische Produktionsschritte durch eigenes Tun erfahrbar zu machen.

Grundlagen zur Filmanalyse: www.mediamanual.at (Leitfaden → Basiswissen Film)

Grenzüberschreitungen, Selbstbehauptung; Genderkompetenz/Geschlechtergleichstellung; Medienprodukte analysieren; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die Schülerinnen und Schüler sind zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit sich selbst und mit anderen anzuleiten, insbesondere in den Bereichen Geschlecht, Sexualität und Partnerschaft. Sie sollen lernen, Ursachen und Auswirkungen von Rollenbildern, die den Geschlechtern zugeordnet werden, zu erkennen und kritisch zu prüfen.

Gender und Film: Million Dollar Baby

Der Box-Coach Frankie Dunn ist ein alter, gebrochener Mann. Als die Kellnerin Maggie Fitzgerald mit seiner Hilfe Profiboxerin werden möchte, lehnt er es zunächst ab, sie zu trainieren. Denn einerseits ist sie seiner Ansicht nach mit 31 Jahren zu alt für den Profisport und andererseits eine Frau und damit nicht geeignet. Doch Maggie gibt so schnell nicht auf: Mit ihren Fäusten kämpft sie um Selbstverwirklichung und Anerkennung. (Million Dollar Baby, USA 2004, ab 12 Jahren)

Vorschläge und Fragen zur Arbeit mit dem Film im Unterricht*):

- Beschreibe das (anfängliche) Lebensumfeld von Maggie Fitzgerald. Wie entwickelt sich ihre Situation?
- Beschreibe die Beziehung zwischen Maggie und ihrem Mentor Frankie. Wer lernt von wem?
- Inwiefern durchbricht Maggie ihre klassische Geschlechterrolle? Welche Orte und Grenzen durchbricht sie? Auf welche Hindernisse und Widerstände stößt sie?
- Was sind Grenzen für dich? Wer setzt Grenzen?
- Überlege, welche Orte in unserer Gesellschaft traditionell entweder Männern oder Frauen vorbehalten sind. – Kann/soll man daran etwas ändern?
- Recherchiere im Internet nach Kritiken zum Film „Million Dollar Baby“. Was hältst du von den jeweiligen Meinungen?
- Schreibe eine eigene Kritik zu dem Film. Beschreibe, worin du die Bedeutung des Films siehst.

Tipp: Unterrichtsmaterial zum Thema Gender und Film bietet das gleichnamige Filmheft von Lisa Badura. FilmABC Materialien Nr. 56. Juni 2013 (Download: www.filmabc.at).

*) Anregung gefunden im Lernmodul „Gender und Film“ auf:

www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/gender/grenzueberschreitungen.php

Deutsch

Mediale Vorbilder, Videoclips, Populärkultur; Genderkompetenz/Geschlechtergleichstellung; Medienprodukte analysieren, Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die Schülerinnen und Schüler [...] sollen lernen, Ursachen und Auswirkungen von Rollenbildern, die den Geschlechtern zugeordnet werden, zu erkennen und kritisch zu prüfen.

Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

Inszenierte Weiblichkeit in Musikvideos

Social-Media-Plattformen sind wichtige Sozialisationsmedien für Jugendliche. Besonders beliebt sind die von User/innen, Plattenfirmen etc. zur Verfügung gestellten Musikvideos, die z. B. auf YouTube zugänglich sind. Die dargereichten Lifestyle-, Mode- und Musiktrends formen die jugendliche Identität, beeinflusst werden (Welt-)Anschauungen wie etwa die Sicht auf Geschlechterrollen, Machtverhältnisse und (Gesellschafts-)Hierarchien.

Es gilt, die von einigen Popstars verkörperten und in den Videos vorgelebten „Ideale“ (wie zum Beispiel ein extrem schlanker Körper, Materialismus, Alkohol-/Drogenkonsum etc.) zum Gegenstand der Diskussion zu machen. Für die Auseinandersetzung mit Inszenierungsformen von Weiblichkeit eignen sich z. B. Videoclips von Madonna, Pink und Lady Gaga – und selbstverständlich sämtliche Lieblingsclips Ihrer Schülerinnen und Schüler.

Mögliche Fragen*):

- Wie und wodurch unterscheiden sich deiner Meinung nach Männer und Frauen in vielen Musikclips? Nenne Beispiele für „typische“ Eigenschaften.
- (Wie) beeinflussen angesagte Musikstars unsere Vorstellungen von Männlichkeit bzw. Weiblichkeit?
- Welches Image haben Madonna, Pink und Lady Gaga? Weichen sie in ihrem Verhalten und in ihrer Musik von vielen anderen weiblichen Popstars ab?
- Welche Musikclips magst du besonders? – Warum? Nenne einige Beispiele.

Auch geeignet für: Musikerziehung, Englisch, Bildnerische Erziehung, Ethik, Philosophie

*) Anregung gefunden im Lernmodul „Gender und Film“ (mit zahlreichen Arbeitsvorschlägen zu den drei genannten Popstars) auf:

www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/gender/weiblichkeit.php

Literatur; Texttransformation; Kreativität in der Gestaltung zeigen; eigene Medienbeiträge und Anwendungen planen, umsetzen, präsentieren und publizieren; sich als selbstwirksam erleben; selbstständig Ziele setzen, auswählen, planen, ausüben und überprüfen

*Aus dem Lehrplan der AHS: Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).
Ausdrucks-, Denk-, Kommunikations- und Handlungsfähigkeit sind in hohem Maße von der Sprachkompetenz abhängig. In jedem Unterrichtsgegenstand sind die Schülerinnen und Schüler mit und über Sprache – zB auch in Form von Bildsprache – zu befähigen, ihre kognitiven, emotionalen, sozialen und kreativen Kapazitäten zu nutzen und zu erweitern.*

Ein Gedicht medial interpretieren

Die Schülerinnen und Schüler übertragen ein Gedicht in eine andere Darstellungsform: Videoclip, Hörspiel, Fotostory, Webseite, Chat, SMS ... – je nach Mittel, Möglichkeiten und kreativen Ideen. Gearbeitet wird in kleinen Gruppen. Jede Gruppe entscheidet sich nach eigenen Interessen für ein Gedicht und überlegt sich folgende Fragen:

- Was sind die zentralen Aussagen des Gedichts? Welche Stimmung, welche Gefühle löst es aus? Welche Motive, Metaphern, sprachlichen Mittel kommen vor? (Wie) lässt sich das Gedicht szenisch umsetzen?
- Was soll demnach aus dem Gedicht werden? – Ein Kurzfilm? Eine Fotostory? Ein Chat zwischen den betroffenen Personen? Eine Webseite? Ein Hörspiel? Eine SMS?
...
- Welche Gestaltungsmöglichkeiten bietet das gewählte Medium?
- Sind unsere Ideen für den vorgesehenen Zeitrahmen realistisch?
- Wie schaffen wir es, trotz der Veränderungen die Stimmung zu erhalten?
- Welche Hard- und Software benötigen wir?
- Welche Arbeitsschritte sind notwendig? Wer ist wofür verantwortlich?

Bei der Präsentation ihres medial gestalteten Gedichts berichten die Schüler/innen auch über den Arbeitsprozess in ihrer Gruppe: Warum haben sie diese Medienart gewählt? Wie wurde die Arbeit aufgeteilt? Gab es Stolpersteine? Wie wurden sie gemeistert? Wie zufrieden ist die Gruppe mit dem Endprodukt und mit der Teamarbeit?

Die Medienprodukte werden in geeigneter Form anderen zugänglich gemacht (Schulwebsite, Lernplattform, Blog, Social Media etc.).

Fächerübergreifend: Informatik, Bildnerische Erziehung (je nach Medienart)

Deutsch

Statistik, Risikokompetenz; Informationsquellen erfassen, zitieren, vergleichen; eigene Medienbeiträge und interaktive Anwendungen gestalten und verbreiten; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen; selbstständig Ziele setzen, auswählen, planen, ausüben und überprüfen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Im Sinne der gemeinsamen Bildungswirkung aller Unterrichtsgegenstände hat der Unterricht die fachspezifischen Aspekte der einzelnen Unterrichtsgegenstände und damit vernetzt fächerübergreifende und fächerverbindende Aspekte zu berücksichtigen. Dies entspricht der Vernetzung und gegenseitigen Ergänzung der einzelnen Disziplinen und soll den Schülerinnen und Schülern bei der Bewältigung von Herausforderungen des täglichen Lebens helfen.

In jedem Unterrichtsgegenstand sind die Schülerinnen und Schüler mit und über Sprache – zB auch in Form von Bildsprache – zu befähigen, ihre kognitiven, emotionalen, sozialen und kreativen Kapazitäten zu nutzen und zu erweitern.

Umfrage und statistische Auswertung

Statistische Darstellungen sind immer wieder Bestandteil von Medienberichten. Sie nicht nur oberflächlich zu konsumieren, sondern auch kritisch hinterfragen zu können, hilft, Manipulationen zu durchschauen. Um die Wahrnehmung zu schärfen, erstellen die Schülerinnen und Schüler einen Bericht mit statistischen Daten. Dazu entwickeln sie zu einem aktuellen Thema ihrer Wahl einen Fragebogen, führen eine Umfrage durch, werten die Rohdaten aus, setzen die gewonnenen Ergebnisse sprachlich um und bereiten sie für die Präsentation bzw. Veröffentlichung auf, wobei sie auch die statistische Methode erklären.

Mögliche vorbereitende Fragestellungen:

- Welches Thema ist aktuell und interessant für unsere Umfrage und deren Zielgruppe?
- Soll die Umfrage veröffentlicht werden? Wenn ja, wo?
- Welche Erkenntnisse über welche Personengruppe (Alter, Geschlecht, Region etc.) wollen wir gewinnen, um welche Aussagen treffen zu können?
- Was kann man mit welcher Art von Frage herausfinden?
- Wie soll die statistische Auswertung dargestellt sein? Als Tabelle, Diagramm ...?
- Welche Software verwenden wir?

Die Schüler/innen erkunden Möglichkeiten der Manipulation mit den erhobenen Daten und zeigen sie auf.

Fächerübergreifend: Mathematik, Informatik, Fächer, in die die Umfrage thematisch passt

Krieg; Spielfilm; Politische Bildung; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die allgemein bildende höhere Schule hat [...] an der Heranbildung der jungen Menschen mitzuwirken, nämlich beim Erwerb von Wissen, bei der Entwicklung von Kompetenzen und bei der Vermittlung von Werten. [...]

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Krieg im Spielfilm

Über Kino, Fernsehen und Internet erreichen Kriegsfilm ein Millionenpublikum. Welches Wissen über das Genre Kriegsfilm bringen die Schülerinnen und Schüler in den Unterricht mit?

- Welche Filme kennt ihr, in denen Krieg das Thema ist?
- Welche Merkmale kennzeichnen Kriegsfilm und Antikriegsfilm? Wodurch unterscheiden sie sich?
- Wie sind Actionfilme, die eine kriegerische Botschaft transportieren, einzuordnen?

Speziell interessierte Schüler/innen recherchieren filmwissenschaftliche Aussagen zum Genre Kriegsfilm und präsentieren ihre Ergebnisse der Klasse.

Grundfragen bei der Analyse von Kriegsfilmen und Antikriegsfilmen*):

- Der Stellenwert des Films in seiner Zeit
- Das reale Kriegsgeschehen
- Die intendierte Botschaft
- Die politischen Mythen, die durch den Film umgesetzt werden

Gegenstand der Analyse:

- Die im Film verwendeten Bilder (Metaphern), Deutungsmuster
- Wie wird „Krieg“ dargestellt, wie die Soldaten, wie die Krieg führende Gesellschaft und wie die „Anderen“, also die Feinde bzw. Gegner in diesem Krieg?
- Wie wird Gewalt im Film dargestellt?

Das Grundproblem jeder Rezeption: „Jede Einstellung enthält soviel Bedeutung, wie wir darin lesen wollen.“ (James Monaco)

Fächerübergreifend: Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung, Ethik, Religion

*) Vgl. Machura, Stefan; Voigt, Rüdiger (Hg.): Krieg im Film. Münster 2005. S. 14 ff.

Deutsch

Kreatives Schreiben; Kreativität in der Gestaltung zeigen; Informations- und Kommunikationstechnologien sicher und kritisch nutzen; eigene Medienbeiträge und interaktive Anwendungen gestalten und verbreiten; sich als selbstwirksam erleben

Aus dem Lehrplan der AHS:

In jedem Unterrichtsgegenstand sind die Schülerinnen und Schüler mit und über Sprache – zB auch in Form von Bildsprache – zu befähigen, ihre kognitiven, emotionalen, sozialen und kreativen Kapazitäten zu nutzen und zu erweitern. Den Schülerinnen und Schülern ist Gelegenheit zu geben, selbst Gestaltungserfahrungen zu machen und über Sinne führende Zugänge mit kognitiven Erkenntnissen zu verbinden.

Einen E-Mail-Roman schreiben

Bei diesem Projekt wird digitales Textmaterial hergestellt, gesammelt, bearbeitet und über Vernetzung so kombiniert, dass sich daraus etwas Neues ergibt. Geschrieben wird im Unterricht oder auch als Hausübung (kreatives Schreiben funktioniert nicht auf Knopfdruck).

Vorschlag für die Durchführung*):

- Für alle, die am Roman mitschreiben, werden zu einem gemeinsam vereinbarten Thema Biografien erarbeitet, damit sie wissen, als wer sie im Roman schreiben. Jede/r Mitschreibende entwirft für sich selbst eine Figur, oder die gemeinsam konzipierten Figuren werden zugelost.
- Weiters muss geklärt werden, welche Beziehungen zwischen den Personen bestehen. Wer kennt wen woher und wie gut? Ist man per Du oder per Sie?
- Wer mit dem Schreiben beginnt (und die Anzahl der Mitglieder des Schreibprojekts), kann vom Thema abhängen.
- Die entstandenen E-Mails werden nur an die jeweiligen fiktiven Figuren verschickt, nicht an alle Mitglieder des Schreibprojekts.
- Wer wem was berichtet und über wen, und wie sich Wege eventuell kreuzen, zeigt sich während der Arbeit.
- Damit aus der Vielzahl einzelner Mails auch ein Roman wird, muss ein Spielleiter oder eine Spielleiterin, der bzw. die keine Mails schreibt, alle Mails erhalten und sie montieren. Diese Montage sollte nur ein Vorschlag sein, den die gesamte Gruppe nach Abschluss des Schreibens verändern kann.

*) Anregung gefunden in: Hellwig, Michael; Zimmermann, Mirjam: Wo glaubst du hin? Kreatives Schreiben im Religionsunterricht. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2011. S. 101 ff.

Internet, Privacy, Sicherheit, Bürgerrechte, Menschenrechte; Politische Bildung; Informations- und Kommunikationstechnologien sicher und kritisch nutzen; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Innovative Technologien der Information und Kommunikation sowie die Massenmedien dringen immer stärker in alle Lebensbereiche vor. Besonders Multimedia und Telekommunikation sind zu Bestimmungsfaktoren für die sich fortentwickelnde Informationsgesellschaft geworden. Im Rahmen des Unterrichts ist diesen Entwicklungen Rechnung zu tragen [...]

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Vorratsdatenspeicherung und Privatsphäre

Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über den aktuellen Stand zum Thema Vorratsdatenspeicherung. Sie recherchieren unterschiedliche Standpunkte dazu und reflektieren ihre Ergebnisse.

Mögliche Fragestellungen und Diskussionspunkte:

- Was bedeutet Vorratsdatenspeicherung?
- Welche Daten werden wie lang gespeichert und was lässt sich aus den gespeicherten Datensätzen herauslesen?
- Wer hat Zugriff auf die gespeicherten Daten?
- Für welche Zwecke werden die Daten verwendet?
- Gibt es in Österreich eine Vorratsdatenspeicherung? (Wie) ist sie gesetzlich geregelt?
- Ist die Vorratsdatenspeicherung mit der Charta der Grundrechte der Europäischen Union vereinbar?
- Vorratsdatenspeicherung – ein Gewinn an Sicherheit oder eine Einschränkung des Grundrechts auf Privatsphäre?
- (Wie) beeinflusst das Wissen um die Speicherung persönlicher Daten das Kommunikationsverhalten?
- Warum halten Datenschützer/innen die Speicherung von elektronischen Kommunikationsdaten für bedenklich?

Auch geeignet für Psychologie und Philosophie, Ethik

Englisch

Gesellschaft und Medien; Informationsquellen erfassen, zitieren, vergleichen; Medienangebote und Informationen auswählen und nutzen, kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Die Schülerinnen und Schüler sind ihrem Alter entsprechend zu kritischem und eigenverantwortlichem Denken zu führen. Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

The Amish – A Society without any Media

Wir verwenden tagtäglich verschiedenste Medien und können uns eine Gesellschaft, die ohne Medien und technische Errungenschaften auskommt, kaum vorstellen.

Bevor die Gesellschaftsstruktur und der Tagesablauf der Amish besprochen wird, diskutieren die Jugendlichen folgende Fragen:

- In how far would your day be more laborious and stressful if you had to be without any media?
- In how far would your day probably be more relaxing?
- Can you imagine a society that lives without any media or technical devices?
- What could people motive to live without almost all modern means of technology?

Im Anschluss an diese einführende Diskussion recherchieren die Schülerinnen und Schüler im Internet über die Amish und bearbeiten folgende Aufgabe:

- The Amish way in everyday life:
Make a list of all the things in their daily life that are totally different from your life.
- Can you see anything positive in their way of life?

Fächerübergreifend: Deutsch (siehe Vorschlag „Blick auf das eigene Medienhandeln“)

Trends; Image, Identität; Mensch und Gesellschaft; Genderkompetenz/Geschlechtergleichstellung; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die Schülerinnen und Schüler sind zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit sich selbst und mit anderen anzuleiten, insbesondere in den Bereichen Geschlecht, Sexualität, und Partnerschaft. Sie sollen lernen, Ursachen und Auswirkungen von Rollenbildern, die den Geschlechtern zugeordnet werden, zu erkennen und kritisch zu prüfen.

Image is everything

Selbstbewusst einen individuellen Stil pflegen oder Modetrends folgen? – Was veranlasst junge und auch ältere Menschen, einem bestimmten Trend, einer Modewelle zu folgen und dafür viel Geld auszugeben – für Markenkleidung, Computerprogramme, Tattoos etc. Welche Motive liegen dahinter?

Die Schüler und Schülerinnen diskutieren folgende Fragen:

- What is trendy/up-to-date at the moment?
- How do certain trends develop?
- Do you know so-called trend-setters?
- Why do you know what is up-to-date? Who told you?
- How important are trends and a certain image to you?
- In how far are the different kinds of media and social networks involved in setting/creating certain trends?
- Different youth groups follow different trends. Why? Can you mention examples?
- Does the pop culture/industry contribute to spreading trends all over the world?

Englisch

Zeitung, Medienangebote auswählen und nutzen; eigene Interessen und Bedürfnisse wahrnehmen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Talking about newspaper reading habits

Die Schülerinnen und Schüler beantworten zuerst alleine folgende Fragen und diskutieren diese dann in Kleingruppen:

- Do you usually read the newspaper in your own language/in a foreign language? Why, or why not?
- How is watching the news on TV different from reading the news in a newspaper?
- How is reading print papers different from reading news on the web?
- Will newspapers die? What are your thoughts on this?
- Do you follow the same pattern each time you read the newspaper? For example, do you always look at the back page first?
- What kinds of articles do you usually read: hard new stories? sport stories? editorials? comics? ... Why?
- How familiar are you with various sections of the newspaper? Can you find what you are looking for quickly?
- What motivates you to read an article from the beginning to the end? A catchy headline? The topic?
- What is your main purpose in reading the newspaper?
- What are reasons why you don't read the paper from the first to the last page? Lack of time?
- Do you read newspapers in your native language differently from papers in a foreign language? What are the differences?
- Do you think your reading habits will be the same in a few years?
- Would you like to change your reading habits?

Zeitung; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS: Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Analysing British Newspapers

In Gruppen arbeiten die Schülerinnen und Schüler folgende Fragen zu englischen Zeitungen – tabloids und quality papers – aus:

- What is your general impression of the paper? Is it a serious paper?
- Describe the layout. How are colours, pictures, photos and headlines used?
- Are they in proportion to the size and seriousness of the stories?
- What kind of news does it contain? Local? National? International?
- What type of stories can you find? Serious? Scandal? Business? ...
- Which make up the main part of the paper?
- What sections does the paper have that aren't news? (e. g. cartoons, weather ...)
How much space do they take up?
- Does the paper convey certain values?
- Who might be the target reader?

Dann wählen die Schüler/innen einen Artikel und bearbeiten folgende Punkte:

- What is the article all about? What are the main points of the story?
- Why did you pick this one?
- Does the story give you clear, neutral information or does it try to push certain political/fashion or other ideas?
- Does the article reflect your first impression of the paper?

Die Ergebnisse der Gruppenarbeiten werden präsentiert und verglichen. In einem nächsten Schritt werden die Unterschiede von *quality papers* und *tabloids* nach folgenden Gesichtspunkten herausgearbeitet:

- Layout, use of pictures and photos, kind of type
- Language: alliteration, hyperbole, wordplay, colloquialism, special vocabulary, grammar, grammar in headlines
- Sections and topics
- Target reader

Englisch

Zeitung; Schlagzeile; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; eigene Medienbeiträge gestalten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Zur Vermittlung fundierten Wissens als zentraler Aufgabe der Schule sollen die Schülerinnen und Schüler im Sinne eines lebensbegleitenden Lernens zur selbständigen, aktiven Aneignung, aber auch zu einer kritisch-prüfenden Auseinandersetzung mit dem verfügbaren Wissen befähigt und ermutigt werden.

The newspaper headline

Die Schüler und Schülerinnen erhalten eine Schlagzeile und versuchen zu rekonstruieren, worum es in dem Artikel geht bzw. erfinden eine Geschichte zu dieser Schlagzeile. Im Anschluss erhalten sie den Artikel zur Schlagzeile und vergleichen ihre Story mit der tatsächlichen.

Mögliche Fragestellungen:

- What information does the headline offer?
- Is it difficult to understand?
- Is it the headline of a political, cultural, economic, ... article? Why do you think so?
- From what kind of paper (tabloid or quality) could it be taken? What makes you believe that it is from a tabloid or quality paper? (e.g.: kind of type or vocabulary used)
- Can you see anything striking concerning English grammar? Is the headline a full sentence? Why not?
- What is the idea of a headline in general?

Variante:

Die Schüler und Schülerinnen erhalten verschiedene Schlagzeilen zum selben Thema aus unterschiedlichen Zeitungen und versuchen die Schlagzeilen nach Herkunft (Art der Zeitung) zu ordnen und dann die Geschichte zu rekonstruieren bzw. eine zur Schlagzeile passende Geschichte zu erfinden.

Werbung; Bildanalyse; Medienprodukte analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Analysing advertisements

Die Schüler und Schülerinnen analysieren und besprechen eine Werbung aus einer englischsprachigen Zeitung und konzentrieren sich dabei auf Sprache, Bildkomposition, Farben.

Folgende Fragestellungen können als Hilfestellung geboten werden:

- What is the product advertised for?
- What aspects make the ad an eye-catcher?
- How is language used? Think of catchwords, rhetoric features, metaphors, ...
- Are any people in the ad? If so, who and why?
- Can you find any aspects that discriminate against a certain group of people? If so, who is discriminated against?
- Are any stereotypes exploited?
- What objects are shown? Are there other objects apart from the one that is advertised?
- What colours are used (in which part of the advertisement) and what might be the reason for that?
- Who is addressed? Do you feel addressed by the ad or do you probably feel offended?
- If you could/had to advertise for this product, would you make any changes to this advertisement? Would you create a completely new ad? Why?

Fächerübergreifend: In Bildnerische Erziehung wird eine neue Werbung für das Produkt entworfen.

Englisch

Bild, Cartoon; Medienprodukte analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ausdrucks-, Denk-, Kommunikations- und Handlungsfähigkeit sind in hohem Maße von der Sprachkompetenz abhängig. In jedem Unterrichtsgegenstand sind die Schülerinnen und Schüler mit und über Sprache – z. B. auch in Form von Bildsprache – zu befähigen, ihre kognitiven, emotionalen, sozialen und kreativen Kapazitäten zu nutzen und zu erweitern.

Analysing political cartoons from newspapers or magazines

Cartoons eignen sich ideal für den Fremdsprachenunterricht, da sie von allen „gelesen“ werden können, wenn auch gelegentlich der Kontext schwer zu verstehen sein mag. Bei einer guten Auswahl (nicht zu komplizierte politische Zusammenhänge) können Cartoons (z. B. kopiert auf Folie) ein idealer Einstieg in ein Thema sein. Da sie einen scheinbar geringen Arbeitsaufwand darstellen, sind Schülerinnen und Schüler damit auch noch am späteren Vormittag für Diskussionen zu motivieren.

Zu einem Cartoon/einer Karikatur können folgende Fragen besprochen werden:

- What is going on in the picture?
- What is the setting?
- Who is shown/caricatured? Who is made fun of?
- Why?
- What is the underlying message?
- What background knowledge is necessary to understand the cartoon?
- What is being criticised?
- Why are cartoons/caricatures printed in papers? What are their advantages? (Eye-catcher ...)

Mögliche Weiterarbeit: Die Schülerinnen und Schüler suchen einen Cartoon oder eine Karikatur in einer (fremdsprachigen oder auch deutschsprachigen) Zeitung (Print oder online), den bzw. die sie nach den angeführten Fragen analysieren. Einige Schüler und Schülerinnen präsentieren ihre Ergebnisse der Klasse.

Geographie und Wirtschaftskunde

Interkulturalität – Leben in der Migrationsgesellschaft; Kriterien der Mediengestaltungen erkennen und benennen; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Interessen und Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung aus unterschiedlichen Blickwinkeln beurteilen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Objektivität und Medien

Durch die Analyse verschiedener Reportagen über ein Land bzw. zu einem konkreten Thema oder Ereignis (evtl. das Medienangebot auf den Websites der TV-Sender heranziehen) soll ein Lernprozess in Gang gesetzt werden, bei dem deutlich wird, dass es keine objektive Sichtweise gibt, dass jeder Bericht immer auch die Botschaft des Gestalters bzw. der Gestalterin enthält.

Mögliche Fragestellungen:

- Erkläre den Begriff „Objektivität“.
- Vermittelt der Film einen objektiven Eindruck? Wodurch?
- Werden bestimmte Bilder im Kopf erzeugt? Welche? Wodurch?
- Welche Fakten werden vermittelt? Welche Botschaft ist beabsichtigt?
- Welches Vorwissen setzt der Film bei den Zusehenden voraus?
- Sind Ereignisse medial inszeniert (nachgestellt)?
- Was macht den Filmbericht glaubwürdig? Ist er für dich glaubwürdig?
- Welche Informationen liefern Vor- und Nachspann?
- Inwiefern beeinflussen Spielfilme oder Fernsehserien (Medienangebote, in denen Fiktion präsentiert wird), die in einer bestimmten Region angesiedelt sind, unser Bild von dieser Region?

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ (Niklas Luhmann 1996) – Diskutiert in Kleingruppen und bringt dann eure Gedanken dazu im Plenum ein.

Je nach Thematik auch für Deutsch, Geschichte und Sozialkunde, Biologie und Umweltkunde geeignet

Geographie und Wirtschaftskunde

Kriterien der Mediengestaltungen erkennen und benennen; Medienprodukte analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Bild und Wirklichkeit

Legen Sie vor Beginn der Unterrichtseinheit zu einem neuen Themengebiet Bilder in der Klasse auf (es sollten mindestens zwei pro Schüler/in sein).

- Die Schülerinnen und Schüler gehen durch den Raum und betrachten in Ruhe alle Bilder. Schließlich wählen sie ein Bild aus, das sie besonders anspricht, dessen Thematik sie am meisten interessiert.

Das ermöglicht Ihnen nicht nur, Interessenlagen der Schüler/innen bezogen auf den neuen Lerninhalt zu erkennen, es kann auch Anlass sein, das Medium Bild zum Thema zu machen.

Nachdem die Schülerinnen und Schüler eingangs das gewählte Bild unvoreingenommen betrachten, es auf sich wirken lassen konnten, geht es nun darum, das im Bild Präsentierte medienwissenschaftlich distanziert zu interpretieren und Informationen zu entnehmen.

Mögliche Fragen dazu:

- Welche sichtbaren Elemente der Realität enthält das Bild?
- Welche Informationen vermittelt das Bild?
- Welche Einzelheiten erkennst du?
- Welche Aussage enthält das Bild?
- Welche Erkenntnisse gewinnst du?
- Beschreibe das Bild so, dass auch jemand, der das Bild nicht kennt, einen richtigen Eindruck davon bekommt, was es zeigt.

Jeder Mensch nimmt ein Bild anders wahr (abhängig zum Beispiel vom Vorwissen, von persönlichen Interessen und Sehgewohnheiten): Was sehen die anderen?

Auch für Englisch und andere Sprachen geeignet

Geographie und Wirtschaftskunde

Kriterien der Mediengestaltungen erkennen und benennen; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Interessen und Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung aus unterschiedlichen Blickwinkeln beurteilen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

[...] die Fähigkeit erweitern, die von den Massenmedien verbreiteten politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Informationen über Österreich, Europa und die Welt kritisch zu beurteilen.

Ein Land im Fokus verschiedener Medien

Die Schülerinnen und Schüler befassen sich mit verschiedenen Medienarten, die über dasselbe Land oder dieselbe Region informieren: Unterrichtsfilm, Abenteuerfilm, Reisevideo, Radiofeature, Hörbuch, offizielle Website, Wikipedia, CIA – The World Factbook, privater Reisebericht im Web, Reiseführer in Buchform, Broschüren aus dem Reisebüro ... (Auswahl treffen)

Mögliche Fragestellungen:

- Welche Merkmale kennzeichnen dieses Medium? Welche Gestaltungsmöglichkeiten bietet es?
- Welchen Zweck erfüllt es?
- Wer soll angesprochen werden?
- Wer bietet dieses Medium an? Wie wird es finanziert?
- Wer hat Einfluss auf den Inhalt? Wer entscheidet über den Inhalt?
- Wie beeinflusst die Zielgruppe, für die produziert wird, das Produkt?
- Wie bewertest du dieses Medienprodukt hinsichtlich seines sachlichen Gehalts?
- Welche Gefühle löst es aus?
- Wie bewertest du das Dargestellte hinsichtlich seiner Glaubwürdigkeit? Was macht es glaubwürdig/unglaubwürdig?
- Welche inhaltlichen Schwerpunkte setzen die verschiedenen Medienprodukte?
- Welches Medienprodukt spricht dich am meisten an? Warum?

Fächerübergreifend: Deutsch

Geographie und Wirtschaftskunde

Verbraucher/innenbildung; Politische Bildung; Medienangebote und Informationen auswählen und nutzen; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Der Unterricht hat sich [...] an den Erfahrungen und Möglichkeiten, die die Schülerinnen und Schüler aus ihrer Lebenswelt mitbringen, zu orientieren.

Woher ich Informationen über Länder beziehe

Die Schülerinnen und Schüler überlegen, welche Quellen sie nützen, um an Informationen über wirtschaftliche, politische, geografische, soziale, jugendkulturelle Themenbereiche zu kommen. (Brainstorming)

In eine gemeinsam erstellte Liste von möglichen Informationsquellen (TV, Radio, DVD, (Schul-) Buch, Internet, Social Media Plattformen etc.) tragen sie die von ihnen genutzten Quellen nach folgenden Kriterien ein:

- Woher beziehe ich am häufigsten Informationen?
- Woher selten?
- Welche Quellen nütze ich gar nicht?

Die Auswertung wird wahrscheinlich einen gewissen Trend erkennen lassen:

- Welche Medien stehen im Vordergrund?
- Welches Medium wird für welche Information bevorzugt? Warum?
- Warum dominieren manche Medien, während andere eher nicht so häufig bis gar nicht genutzt werden?
- Wer und was hat Einfluss darauf, welche Medien genutzt werden?

Fächerübergreifend: Deutsch

Geographie und Wirtschaftskunde

Kreativität in der Gestaltung zeigen; sich als selbstwirksam erleben; zielgerichtet und weltoffen mit Personen und Systemen kooperieren; eigene Medienbeiträge und Anwendungen planen, umsetzen, präsentieren und publizieren; kritisch denken und Probleme lösen; Informations- und Kommunikationstechnologien sicher und kritisch nutzen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Den Schülerinnen und Schülern ist Gelegenheit zu geben, selbst Gestaltungserfahrungen zu machen und über Sinne führende Zugänge mit kognitiven Erkenntnissen zu verbinden.

Gelerntes medial aufbereiten

Die Schülerinnen und Schüler gestalten ein Medium ihrer Wahl und reflektieren so ihre Lernziele und ihren persönlichen Lernstand zu einem Stoffgebiet. Das Endprodukt könnte z. B. sein: eine Online-Umfrage mit Wissensfragen, ein Multiple-Choice-Test, eine kurze Audio- oder Videosequenz (aufgenommen mit dem Handy), ein Interview, eine Reportage oder Dokumentation, eine kurze Radiosendung ...

Intention dieser Übung ist, dass sich die Schülerinnen und Schüler mit gerade Gelerntem auseinandersetzen und so nicht nur ihr erworbenes Wissen und gewonnene Einsichten festigen, sondern auch erkennen, was sie noch nicht können oder wo sie ansetzen könnten beim Vertiefen. Dabei lernen sie „so nebenbei“ auch einiges über die Gestaltung und Herstellung eines Medienprodukts.

Möglicher Ablauf:

- Die Schülerinnen und Schüler entscheiden sich für ein Stoffgebiet oder einen Teilaspekt daraus und überlegen, welches Medium sich dafür am besten eignet (abhängig auch davon, ob das erforderliche Equipment dafür – Hardware, Software – zur Verfügung steht).
- Je nach gewähltem Medium arbeiten sie allein oder sie suchen sich ein Team, mit dem sie ihr Projekt realisieren können.
- Das Medienprodukt wird geplant und gestaltet (erworbenes Wissen kreativ umgesetzt).
- Das Ergebnis wird präsentiert und evtl. auch veröffentlicht (abhängig vom entstandenen Medienprodukt: eine ganz persönliche Reflexion des eigenen Lernprozesses, ein Art Tutorial für andere Lernende etc.).

Anregende Beispiele, wie Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I sich mittels Radio mit ihrem eigenen Lernen auseinandersetzen, sind zu finden bei www.radioigel.at (Radio als Lernform).

Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung

Computerspiele; Wirtschaftserziehung/Verbraucher/innenbildung; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medienprodukte analysieren; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS: Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Der Unterricht hat sich [...] an den Erfahrungen und Möglichkeiten, die die Schülerinnen und Schüler aus ihrer Lebenswelt mitbringen, zu orientieren.

Digitale Spielwelten kritisch hinterfragen

Computerspiele, die historische Ereignisse oder Epochen für spielbegleitende Hintergrundgeschichten nützen, schaffen und verbreiten populäre Geschichtsbilder. Die Beschäftigung damit im Unterricht sollte nicht auf die Suche nach defizitären Darstellungen der Vergangenheit und die Aufdeckung von Schwächen und Fehlern reduziert werden. Vielmehr sollten Geschichtsbilder dekonstruiert und historische Kompetenzen angebahnt werden.

Beispiele für Aspekte, die im Rahmen einer De-Konstruktion von Computerspielen, die in der Vergangenheit angesiedelt sind, ansatzweise analysiert werden könnten.*):

- Selbstbefragung zur eigenen Beziehung zum Spiel:
- Was ist dir an diesem Spiel besonders aufgefallen? – Schreibe deine ersten Eindrücke in einigen Sätzen auf.
- Stelle fest, was das Spiel über sich selbst vermittelt: Analysiere das Cover oder eine Beschreibung der Herstellerfirma.
- Was hat das Spiel bei dir ausgelöst? Beobachte deine Empfindungen und beschreibe diese in wenigen Sätzen.
- Zur Charakteristik der historischen Darstellung (Abgrenzung zu anderen Darstellungsformen in Computerspielen):
- Stell die Gattung des Spiels fest (Action-, Strategie-, Simulations-, Rollen-, Adventurespiel ...) und begründe deine Entscheidung.
- Analysiere einen Ausschnitt/eine Sequenz des Spiels und arbeite Merkmale heraus, die für diese Art von Computerspiel typisch sind.
- Beschreibe anhand von Belegen (Cover, Spielverlauf, Rezensionen, Diskussion in Foren ...) die Hauptfunktion des Spiels (Lernmedium, Unterhaltung, ideologische Beeinflussung ...).
- Finde die Unternehmensphilosophie der Produktionsfirma heraus.
- Recherchiere im Internet Zahlen zur Verbreitung des Spiels und welche Altersgruppen es besonders anspricht.

*) Anregung aus: Buchberger, Wolfgang; Kühberger, Christoph: Computerspiele und Geschichtsunterricht. Dynamische digitale Spielwelten kritisch hinterfragen. In: Historische Sozialkunde. Geschichte – Fachdidaktik – Politische Bildung. Heft 4/2013: Computer – Spiele – Geschichte. Wien 2013.

Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung

Interkulturalität – Leben in der Migrationsgesellschaft; Kreativität in der Gestaltung zeigen; eigene Medienbeiträge und interaktive Anwendungen gestalten; sich als selbstwirksam erleben; Informations- und Kommunikationstechnologien sicher und kritisch nutzen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Erklär mir Europa!

Die Europäische Union – ein komplexes Gebilde mit vielen Facetten. Die Schülerinnen und Schüler erstellen ein Medienprodukt, das Antworten auf eine offene Frage gibt oder Anlass liefert, ein bestimmtes Thema zu durchleuchten.

Möglicher Ablauf:

- Über eine oder zwei Wochen hindurch werden Zeitungsartikel (Print- oder Online-Ausgaben) gesammelt, die sich in irgendeiner Form mit der EU befassen.
- Die Schüler/innen wählen aus dieser Sammlung Artikel aus, die sie lesen möchten (evtl. Hausübung), und notieren, was sie nicht verstehen, auf welche Gedanken sie der Artikel bringt, was sie immer schon wissen wollten, Gefühle, die das Lesen auslöst ...
- Die Schüler/innen bilden Vierergruppen und überlegen gemeinsam anhand ihrer Notizen, zu welchem Thema im Kontext Europäische Union sie in ihrer Gruppe ein Medienprodukt herstellen möchten. Was produziert werden soll, entscheiden sie selbst: PowerPoint-Präsentation, Plakat, Collage, Info für die Lernplattform, Audio, Video (max. 3 min) etc. Ausschlaggebend ist die Frage, welches Medium sich für das gewählte Thema am besten eignet, Kreativität ist gefragt.
- Die Gruppen präsentieren ihr Medienprodukt und schildern dabei auch das Making-of: Warum haben sie sich für dieses EU-Thema entschieden? (Wie) haben sie Antworten gefunden? Warum haben sie sich für diese Medienart entschieden? Welche Aufgabenteilung gab es? Welche Hard- und Software wurde verwendet? Gab es Probleme zu lösen? Welche? Wie wurden sie gelöst? Wie zufrieden ist die Gruppe mit dem Endprodukt und mit der Teamarbeit?

Ausgehend von den Medienprodukten werden vertiefende Aufgabenstellungen ausgearbeitet und ausgeführt.

Fächerübergreifend: Informatik, Bildnerische Erziehung (je nach Medienart), Deutsch, Geographie und Wirtschaftskunde

Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung

Kunstgeschichte; Identität; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; Informations- und Kommunikationstechnologien sicher und kritisch nutzen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die Schülerinnen und Schüler sind zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit sich selbst und mit anderen anzuleiten, [...]

Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und

Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

Vom Selbstporträt zum Selfie

Das Oxford English Dictionary hat 2013 „Selfie“ zum englischen Wort des Jahres gekürt. Gemeint ist damit ein Foto, das jemand von sich selbst macht, typischerweise mit dem Smartphone oder einer Webcam, und es dann in einem sozialen Netzwerk wie z. B. Facebook „teilt“.

Mögliche Fragen zur Bearbeitung und Diskussion*:

- Seit Tausenden von Jahren machen Menschen Bilder von Menschen. Wie werden Menschen dargestellt? Beschreibe einige Beispiele aus unterschiedlichen Epochen.
- Im Porträt werden Menschen in ihrer gesellschaftlichen Funktion dargestellt – finde einige Beispiele, für die das zutrifft, und begründe deine Auswahl.
- Die Selbstbildnisse von Albrecht Dürer zeigen, wie der Maler und Grafiker sich selbst gesehen hat. Seht euch einige seiner Selbstbildnisse an. Recherchiert, wie die Kunstgeschichte diese Bildnisse einordnet.
- Haben Dürers Selbstbildnisse etwas gemeinsam mit einem digitalen Selbstporträt? Was? Was macht den Unterschied?
- „Erkenne dich selbst!“ – Hilft das Selfie dabei? Recherchiert die Geschichte dieses Spruches und seine Bedeutung.
- Verändert das digitale Selbstporträt die Selbstwahrnehmung?
- Wie ist deine persönliche Meinung zu Selfies? – Machst du welche? Warum? Für wen?
- Was ist zu beachten, wenn am Selfie, das man publizieren möchte, auch andere Personen zu sehen sind?
- “Occasional selfies are acceptable, but posting a new picture of yourself every day isn’t necessary“ – führt das Online-Oxford-Dictionary zum Wort „Selfie“ als Satzbeispiel an. Wie seht ihr das?
- Fächerübergreifend: Bildnerische Erziehung, Deutsch, Psychologie und Philosophie

*) Einige Impulse gefunden in: Klick! Wie Selfies den Stil unserer Zeit prägen. Zeit-Magazin Nr. 29, 10.07.2014.

Verbraucher/innenbildung; Medienprodukte analysieren; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Der Unterricht hat sich [...] sowohl an wissenschaftlichen Erkenntnissen als auch an den Erfahrungen und Möglichkeiten, die die Schülerinnen und Schüler aus ihrer Lebenswelt mitbringen, zu orientieren.

Werbung in der Schule

Ziel der Reflexion über Werbung in der Schule ist, Werbestrategien und Werbekonzepte zu erkennen und ihre Wirkung auf Kaufmotive und Kaufentscheidungsprozesse zu verstehen.

Einstieg:

- Die Schülerinnen und Schüler versuchen sich zu erinnern, für welche Produkte im Schulhaus geworben wird und in welcher Form (Werbeplakate u. a.).
- Anschließend erstellt eine Schülergruppe eine Liste sämtlicher Werbungen (mit Angabe des beworbenen Produkts), die im Schulgebäude zu finden sind.

Fragestellungen:

- Haben die Produkte, für die im Schulhaus geworben wird, einen gemeinsamen Nenner?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Warum wird (mit großer Wahrscheinlichkeit) nicht für Waschpulver geworben?
- An welche Werbung konntest du dich (nicht) erinnern?
- Warum sind dir manche Werbungen eingefallen und andere nicht?
- Sprechen dich die Werbungen, an die du dich erinnern kannst, besonders an? Welches Image wird aufgebaut?
- Sind bestimmte Werbungen (Plakate) besonders auffällig – im positiven oder negativen Sinn? Was macht sie auffällig?
- Kaufst du die Produkte, an deren Werbung du dich erinnern konntest? Welche Emotionen assoziiert du mit diesen Produkten?

Vom Ich zum Du zum Wir: Die Schüler und Schülerinnen machen sich zunächst allein Gedanken zu obigen Fragen, tauschen sich anschließend mit einer Partnerin oder einem Partner aus und bringen schließlich ihre Erkenntnisse im Plenum ein.

Fächerübergreifend: Deutsch

Psychologie und Philosophie

Genderkompetenz/Geschlechtergleichstellung, Verbraucher/innenbildung; Medienprodukte analysieren; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Ausdrucksformen in verschiedenen Medien kennen lernen: Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Der Unterricht hat sich [...] sowohl an wissenschaftlichen Erkenntnissen als auch an den Erfahrungen und Möglichkeiten, die die Schülerinnen und Schüler aus ihrer Lebenswelt mitbringen, zu orientieren.

Werbeplakatanalyse

Die Schülerinnen und Schüler analysieren in Kleingruppen ein Werbeplakat, das sich im Schulhaus befindet, nach folgenden Gesichtspunkten:

- Spricht dich das Produkt/die Werbung an? Warum (nicht)?
- Welche Strategie, welches Werbekonzept kannst du erkennen?
- Wird ein realistisches Bild kreiert oder spielt die Werbung mit dem Irrealen?
- Was wird dargestellt? Wer soll angesprochen werden?
- Welche Personen kommen vor und warum wurden diese wohl ausgewählt?
- Ist die dargestellte Person jemand, mit dem du dich identifizieren kannst?
- In welchen Rollen kommen Männer/Frauen bzw. Mädchen/Burschen vor?
- Welche Gefühle und Einstellungen vermitteln die dargestellten Personen?
- Werden Klischees und Stereotype deutlich? Welche?
- Warum, glaubst du, wurde dieses Bild gewählt? Was sagt das Bild aus?
- Ist es repräsentativ/passend zum Thema?
- Welche Farben kommen vor? Welcher Text ist im Bild oder direkt beim Bild?
- Fördert die verwendete Sprache stereotype Darstellungen? Ist die Wortwahl auffällig? Werden nur Schlagworte oder Sätze verwendet?
- Was wird über das Produkt gesagt? Welchen Informationsgehalt hat die Werbung?
- Welche Wirkung wird deiner Meinung nach beabsichtigt?
- Weckt die Werbung Bedürfnisse? Welche?
- Wo im Schulhaus wurde das Werbeplakat platziert? Warum an dieser Stelle?

Fächerübergreifend: Deutsch

Entwicklungspsychologie; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Den Fragen und dem Verlangen nach einem sinnerfüllten Leben in einer menschenwürdigen Zukunft hat der Unterricht mit einer auf ausreichende Information und Wissen aufbauenden Auseinandersetzung mit ethischen und moralischen Werten und der religiösen Dimension des Lebens zu begegnen. Die jungen Menschen sind bei der Entwicklung zu eigenverantwortlichen Persönlichkeiten zu fördern und in der Herausforderung, in ihrem Dasein einen Sinn zu finden, zu stützen.

Internetsucht

Im Zusammenhang mit dem Kapitel *Sucht* wird auch auf substanzunabhängige Süchte wie Spiel- und Internetsucht eingegangen.

Mit Hilfe der neuen Technologien (Internet und virtuelle Realität) gelingt es relativ leicht, der Realität zu entfliehen. Aber nicht alle, die viel Zeit im Internet verbringen, werden automatisch süchtig, entscheidend sind eigendynamisches zwanghaftes Verhalten und Leidensdruck.

Mögliche Fragestellungen:

- Kann man durch das Nutzen der neuen Medien süchtig werden?
- Was bekomme ich beim Computerspielen bzw. im Internet, was ich im realen Leben nicht habe?
- Was ist Sucht?
- Welches Suchtverhalten ist dir bekannt?
- Welche Formen von Sucht gibt es?
- Welche Ursachen für Sucht gibt es?
- Was bedeutet Internetsucht?
- Überlege Merkmale, an denen eine Verhaltensstörung im Zusammenhang mit dem Internet erkennbar ist.
- Warum werden Menschen (internet-)süchtig?
- Wie unterscheidet sich die Sucht nach Substanzen (Drogensucht) von anderen Formen der Abhängigkeit, wie z. B. Internetsucht? Wo liegen die Gemeinsamkeiten?

Auch für Deutsch, Ethik, Religion, Informatik geeignet

Psychologie und Philosophie

Kommunikation, Interaktion, Identität; kommunikatives Handeln reflektiert wahrnehmen, verstehen und gewaltfrei gestalten; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS: Innovative Technologien der Information und Kommunikation sowie die Massenmedien dringen immer stärker in alle Lebensbereiche vor. Besonders Multimedia und Telekommunikation sind zu Bestimmungsfaktoren für die sich fortentwickelnde Informationsgesellschaft geworden. Im Rahmen des Unterrichts ist diesen Entwicklungen Rechnung zu tragen und das didaktische Potential der Informationstechnologien bei gleichzeitiger kritischer rationaler Auseinandersetzung mit deren Wirkungsmechanismen in Wirtschaft und Gesellschaft nutzbar zu machen.

Formen der Kommunikation

Mit den Schülerinnen und Schülern werden verschiedene Formen der Kommunikation thematisiert. Wesentliche Fragen und Aspekte im Hinblick auf Medienbildung sind unter anderem:

- Einstieg: Welche Formen der Kommunikation gibt es? (Brainstorming)
- Welche Vorteile und evtl. auch Nachteile hat die direkte, unmittelbare Kommunikation von Angesicht zu Angesicht (face-to-face)?
- Nenne Beispiele für indirekte, mittelbare Kommunikation.
- Wie unterscheiden sich direkte und indirekte Kommunikation?
Was ist anders, wenn ich über ein Medium (Postkarte, Telefon, SMS, E-Mail, Chat, Facebook etc.) kommuniziere? Welche Probleme können auftreten, wenn sich die Kommunikationspartner/innen nicht sehen?
- Welches Medium hat welche Vor- und Nachteile?
- Wenn du ein Problem besprechen möchtest: Welcher kommunikative Weg erscheint dir dafür am geeignetsten? Warum?
- Wie beeinflussen die Möglichkeiten der Kommunikation und Interaktion via Social Media zwischenmenschliche Beziehungen?

Nonverbale Kommunikation: Die Schüler/innen können mit einfachen Beispielen erkennen, wie aussagekräftig Körpersprache ist, wenn man sensibel für nonverbal Gesagtes ist.

Beispiele zum Ausprobieren:

- Wie wirkt jemand, wenn er gerade, aufrecht steht, im Vergleich zu einer gekrümmten Haltung (runder Rücken, gesenkter Kopf)?
- Wie nahe darf mir eine Person kommen, ohne dass es unangenehm wird?

Auch für Deutsch geeignet

Persönlichkeit; Internet, Identität; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die jungen Menschen sind bei der Entwicklung zu eigenverantwortlichen Persönlichkeiten zu fördern und in der Herausforderung, in ihrem Dasein einen Sinn zu finden, zu stützen.

Die Schülerinnen und Schüler sind ihrem Alter entsprechend zu kritischem und eigenverantwortlichem Denken zu führen.

Die Netzpersönlichkeit

Jugendliche sind auf ihrem Weg erwachsen zu werden sehr beschäftigt mit Fragen wie *Wer bin ich? Was macht mich als Persönlichkeit aus? Bin ich immer „gleich“ oder spiele ich je nach Situation und Umgebung möglicherweise bestimmte Rollen?* und auf der Suche nach Antworten.

Im Rahmen des Themas *Persönlichkeitspsychologie* lassen sich folgende Fragen zum Gebrauch des Internets diskutieren:

- Wie definieren sich Internetuser als Persönlichkeit?
- Wo und in welchem Zusammenhang schein ich im Internet auf?
- Wer bin ich, wenn ich online bin? Verhalte ich mich im Internet (z. B. beim Chatten, auf Facebook) anders als in anderen kommunikativen Situationen? Was ändert sich und warum?
- Was präsentiere ich von mir auf Facebook, in meinem Blog, auf meiner Website? Zeige ich, wie ich bin, oder einen Ausschnitt meiner Persönlichkeit?
- Wie viel an privaten Informationen über mich bin ich bereit zu veröffentlichen?
- Bin ich mir dessen bewusst, wer jeweils Zugriff zu meinem Auftritt im Internet (Blog, Website, Facebook etc.) hat?
- Wir spielen alle unterschiedliche Rollen – in der Schule, zu Hause, im Freundeskreis ... Was spricht dafür bzw. dagegen, in sozialen Netzwerken mit verschiedenen virtuellen Identitäten (Pseudonymen) aufzutreten?
- Wie sicher kann ich sein, dass diejenigen, mit denen ich im Internet kommuniziere, tatsächlich die sind, für die sie sich ausgeben?

Auch für Deutsch, Informatik geeignet

Psychologie und Philosophie

Politische Bildung; Meinungsfreiheit, Demokratie, Medienethik; Medienprodukte analysieren; Interessen und Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung aus unterschiedlichen Blickwinkeln beurteilen; medienrechtliche Aspekte erläutern; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die Schülerinnen und Schüler sind ihrem Alter entsprechend zu kritischem und eigenverantwortlichem Denken zu führen. Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien sind zu fördern.

Umgang der Medien mit Information

Journalisten und Journalistinnen, Zeitungsherausgeber/innen, Verleger/innen, Hörfunk- und Fernsehverantwortliche tragen in besonderer Weise Verantwortung für die in einer Demokratie lebensnotwendige Freiheit der Massenmedien. Der vom Österreichischen Presserat (www.presserat.at) erstellte „Ehrenkodex für die österreichische Presse“ (Grundsätze für die publizistische Arbeit) enthält Regeln für gutes und verantwortungsvolles journalistisches Handeln und stellt eine ethische Richtschnur für Medienschaffende dar.

Mögliche Fragen und Aufgabenstellungen zur Bearbeitung durch die Schüler/innen:

- Informiert euch über die „Grundsätze für die publizistische Arbeit“, wie sie im „Ehrenkodex für die österreichische Presse“ festgehalten sind (Internetrecherche), und besprecht eure Erkenntnisse in der Klasse.
- Sind euch Verstöße gegen den Ehrenkodex des Presserates bekannt? Berichtet der Klasse, was ihr darüber wisst!
- Untersucht einige Zeitungen: Entspricht die Berichterstattung dem Pressekodex?
- Der österreichische Pressekodex basiert auf dem Prinzip der freiwilligen Selbstkontrolle der Medien. In einigen Ländern gibt es eine von der Politik verordnete Fremdkontrolle der Medien. Welche Konsequenzen können sich daraus ergeben? Recherchiert einige Beispiele.

Arbeitsauftrag an Kleingruppen:

- Ermittelt die Anzahl der Anzeigen für Mode- und Kosmetikartikel in einer Frauenzeitschrift eurer Wahl.
- Ermittelt die Anzahl der redaktionellen Beiträge, die sich kritisch mit Themen, zu denen es Anzeigen gibt, befassen.
- Gibt es Indizien für eine Einflussnahme?
- Entspricht die Berichterstattung dem Ehrenkodex für die österreichische Presse?

Auch für Deutsch geeignet

Intelligenz, Persönlichkeitspsychologie; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen; Informations- und Kommunikationstechnologien sicher und kritisch nutzen; kritisch denken und Probleme lösen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Der Unterricht hat sich [...] sowohl an wissenschaftlichen Erkenntnissen als auch an den Erfahrungen und Möglichkeiten, die die Schülerinnen und Schüler aus ihrer Lebenswelt mitbringen, zu orientieren.

Die Schülerinnen und Schüler sind ihrem Alter entsprechend zu kritischem und eigenverantwortlichem Denken zu führen. Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

Künstliche Intelligenz

Im Rahmen des Kapitels *Intelligenz und Intelligenztheorien* (z. B. Charles Spearman, Louis Leon Thurstone, Howard Gardner) lassen sich als Erweiterung im Hinblick auf Medienbildung folgende Fragestellungen besprechen:

- Welche Faktoren machen Intelligenz aus?
- Wie würdest du Intelligenz definieren?
- Welche Faktoren, die Intelligenz ausmachen, sollten deiner Meinung nach berücksichtigt werden, um eine passende Definition zu finden?
- Vergleiche deine Ansätze mit den Theorien von Spearman, Thurstone, Gardner. Welche Theorie überzeugt dich am meisten?
- Was versteht man unter dem Begriff „künstliche Intelligenz“?
- Sind Computer intelligent?
- Was können Computer heute schon alles? Wo sind die Grenzen der Computer?
- Wie unterscheidet sich menschliche Intelligenz von künstlicher Intelligenz?
- Hältst du es für möglich, dass Systeme der künstlichen Intelligenz irgendwann die Menschen in dem übertreffen könnten, was derzeit noch als spezifisch menschlich gilt?
- Welche Möglichkeiten und Gefahren birgt die Entwicklung von „denkenden“ Maschinen?

Psychologie und Philosophie

Aggression und Gewalt; Genderkompetenz/Geschlechtergleichstellung; kommunikatives Handeln reflektiert wahrnehmen, verstehen und gewaltfrei gestalten; Medienprodukte vergleichend analysieren; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten

Aus dem Lehrplan der AHS:

Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und

Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

[...] Verstehen, wie in Medien Themen und Inhalte gezielt aufbereitet und gestaltet werden (auch durch eigenes Erproben).

Medien und Gewalt

Im Rahmen der Besprechung von Theorien zum Thema *Aggression und Gewalt* analysieren die Schülerinnen und Schüler Filme (z. B. Trailer zu einem Kinofilm oder Computerspiel, Zeichentrickfilm ...) und reflektieren deren Gewaltanteil, Täter- und Opferrollen sowie Motive für Gewaltdarstellungen. Sie arbeiten in Kleingruppen. Jede Gruppe sucht auf YouTube einen Film, der gewalthaltige Inhalte aufweist, analysiert diesen Film und erstellt dazu Screenshots als Beweise. Die Ergebnisse werden auf Plakat dargestellt.*)

Fragen zur Analyse von Gewalt in Filmen:

- Welche Arten von Gewalt werden gezeigt?
Absichtliche oder unbeabsichtigte Gewalt, physische oder psychische Gewalt, geringfügige, schwere oder extreme Schädigung
- Folgen: Werden die Folgen von Gewalt gezeigt? Welche Folgen werden wie gezeigt? Was löst dies bei den Zusehenden aus?
- Wird reale oder dargestellte (fiktionale) Gewalt gezeigt? – Woran erkennt man das?
- Sanktionen: Werden die Taten verurteilt? Wenn ja, von wem? Werden die (negativ oder positiv dargestellten) Täter/innen verfolgt und bestraft? Welche Sanktionen gibt es und was passiert mit den Täter/innen?
- Welche Rolle nehmen Frauen ein, welche Männer? Wie werden Frauen bzw. Männer als Täter/in bzw. Opfer dargestellt?
- Welche Motive für Gewalt werden gezeigt?
- Wie werden die Opfer von Gewalt dargestellt?
- Wie werden die Täter/innen charakterisiert? (Eher positiv, neutral, negativ)
- Welche Botschaft ist mit der Gewaltdarstellung und ihren Folgen verbunden? (Kritik an Gewalt, Verherrlichung, Legitimierung von Gewalt, mehrdeutige Botschaft)

Auch für Deutsch geeignet

*) Anregung gefunden in: Medien und Gewalt. Herausforderungen für die Schule. Mit Übungen für den Unterricht. Hg.: saferinternet.at/Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation. Wien 2011. S. 43. Quelle: www.saferinternet.at

Ästhetik, Kunst; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen, Medienprodukte analysieren; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die Schülerinnen und Schüler sind ihrem Alter entsprechend zu kritischem und eigenverantwortlichem Denken zu führen. Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

Ästhetik – Kunst und Nichtkunst

Was ist Kunst und was nicht? Diese schwierige Unterscheidung führt zu einem generellen Problem moderner Kunst: „Moderne Kunst wird von vielen Menschen verachtet und nur wenige ‚verstehen‘ sie. Sie spaltet die Gesellschaft in diejenigen, die sie verstehen, und jene, denen das Verständnis verwehrt bleibt. Sie lässt die Massen abblitzen und vermittelt ihnen ein Gefühl der Unwissenheit und Minderwertigkeit.“^{*)}

Die Schüler/innen diskutieren folgende Fragen:

- Warum fällt es sehr vielen Menschen schwer, moderne Kunst zu verstehen? Was macht die moderne Kunst zu einer Kunst der „Minderheit“? Ist dieses Phänomen problematisch? Muss Kunst allen Menschen zugänglich sein?
- Soll Kunst den Betrachtenden intuitiv zugänglich sein? Wie wichtig sind Kunsttheorie und Beschreibungen von Kunstwerken für das interessierte Publikum?
- Womit soll sich Kunst beschäftigen? Soll sie immer nur Schönes darstellen oder auch Hässliches?

Aufgabenstellung:

- Wähle ein Kunstwerk aus (Bildband oder Internet), das dir gefällt und das du auch verstehst. Wähle ein zweites Kunstwerk aus, das berühmt ist, zu dem du aber keinen Zugang findest.
- Frag deine Mitschüler/innen um ihre Meinung. Vielleicht kann dir jemand den Zugang zu diesem Kunstwerk erleichtern. Ist deine Wahl für die anderen Schüler/innen nachvollziehbar?

*) Pauer-Studer, Herlinde; Peinhopf, Andrea: Philosophie in Texten. Hölder-Pichler-Tempsky, Wien 2011. S. 301. Zu den angeführten Anregungen für den Unterricht vgl. S. 302 f.

Psychologie und Philosophie

Internet, Demokratie, digitale Partizipation; Politische Bildung; eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Die Schülerinnen und Schüler sind ihrem Alter entsprechend zu kritischem und eigenverantwortlichem Denken zu führen. Es sind Impulse zu setzen, die die Entwicklung eigener Wert- und Normvorstellungen bei den Schülerinnen und Schülern anregen und fördern.

Liquid Democracy und digitale Partizipation

Die digitale Vernetzung macht vieles möglich – auch eine Verbesserung der Demokratie?

„Liquid Democracy“ steht für die Vision, dass das Internet die Demokratie verändern kann. Die Idee dahinter ist, dass die Bürgerinnen und Bürger im Internet ihr Wissen teilen, darüber diskutieren und abstimmen. Wer will, kann seine Stimme auch delegieren („delegated voting“) und eine kundige Person mit der Wahrnehmung seiner Interessen beauftragen. – Die Grenzen zwischen direkter und indirekter Demokratie werden fließend („*Flüssige* Demokratie“).

Die Schülerinnen und Schüler recherchieren den Begriff und reflektieren ihre Ergebnisse.

Fragestellungen und Diskussionspunkte:

- Was versteht man unter dem Konzept der „Liquid Democracy“?
- Wie wird Liquid Democracy (technologisch) umgesetzt?
- Welches Demokratieverständnis liegt Liquid Democracy zugrunde?
- Was sind die wesentlichen Unterschiede zwischen der bisherigen Form der Demokratie und Liquid Democracy?
- In welchen Bereichen ist die Anwendung von Liquid Democracy denkbar?
- Welche Voraussetzungen muss ein Bürger, eine Bürgerin mitbringen, um sich an dieser Form der direkten Demokratie beteiligen zu können?
- Welche Probleme der digitalen Partizipation werden aktuell im Netz diskutiert? Welche Kritikpunkte an diesem Konzept finden sich? – Wie ist deine Meinung dazu?

Auch geeignet für Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung, Ethik, Deutsch

Wahrnehmung, Erkenntnis, Selbstzweifel, Mensch und Gesellschaft; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen; kritisch denken und Probleme lösen

Aus dem Lehrplan der AHS:

*In den Unterrichtsgegenständen ist auf philosophische und religiöse Erklärungs- und Begründungsversuche über Ursprung und Sinn der eigenen Existenz und der Welt einzugehen. Junge Menschen sollen Angebote zum Erwerb von Urteils- und Entscheidungskompetenz erhalten, um ihr Leben sinnerfüllt zu gestalten. Orientierungen zu Lebensgestaltung und Hilfen zur Bewältigung von Alltags- und Grenzsituationen sollen die Schülerinnen und Schüler zu einem eigenständigen und sozial verantwortlichen Leben ermutigen. [...]
Die Verflochtenheit des Einzelnen in vielfältige Formen von Gemeinschaft ist bewusst zu machen; Wertschätzung sich selbst und anderen gegenüber sowie Achtung vor den unterschiedlichen menschlichen Wegen der Sinnfindung sind zu fördern.*

Cogito ergo sum oder video ergo est?

Im Zuge der Behandlung von *Erkenntnistheorien und Wahrheitstheorien* im Philosophieunterricht sollten die Einflüsse der neuen technischen und medialen Entwicklungen auf unsere Vorstellung von der Welt und unsere Wahrnehmung berücksichtigt werden.

Für René Descartes galt als einzige Gewissheit „Cogito ergo sum“. Nur der Akt des (zweifelnden) Denkens beweist meine Existenz, alles andere könnte auch Täuschung sein. Alles, was ich über die Welt denke, was ich für wahr halte, könnte falsch sein.

Mögliche Fragestellungen:

- Inwiefern passt dieses Zitat zu der Tatsache, dass sehr viele Menschen das glauben, was sie sehen (z. B. in den Medien)?
- Können wir unseren Sinnen (noch) trauen?
- Sind unsere Sinne (noch) vertrauenswürdige und zuverlässige Instrumente zur Wahrnehmung der Umwelt?
- Wie können unsere Sinne durch neue technische und mediale Entwicklungen getäuscht werden?
- Was ist Realität, was Fiktion?

Psychologie und Philosophie

Werte, Normen, Ethik; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen; kritisch denken und Probleme lösen; Informationen und Wissen interaktiv nutzen

Aus dem Lehrplan der AHS: Den Fragen und dem Verlangen nach einem sinnerfüllten Leben in einer menschenwürdigen Zukunft hat der Unterricht mit einer auf ausreichende Information und Wissen aufbauenden Auseinandersetzung mit ethischen und moralischen Werten und der religiösen Dimension des Lebens zu begegnen. Die jungen Menschen sind bei der Entwicklung zu eigenverantwortlichen Persönlichkeiten zu fördern und in der Herausforderung, in ihrem Dasein einen Sinn zu finden, zu stützen.

Werte und Normen in unserer Gesellschaft

Im Rahmen des Kapitels *Ethik und Wertvorstellungen* wird über sich ändernde Werte und Normen diskutiert. Zunächst könnten Werte und Normen aus verschiedenen Epochen und aktuelle Wert- und Normvorstellungen aus anderen Kulturkreisen thematisiert werden. Anschließend überlegen sich die Schüler und Schülerinnen, welche Werte und Normen in unserer Gesellschaft vorherrschen.

Mögliche Fragestellungen:

- Was sind Werte?
- Was versteht man unter dem Begriff „Norm“?
- Warum sind Werte und Normen wichtig für unsere Gesellschaft?
- Wie beeinflusst die soziale Zugehörigkeit die Wertvorstellungen?
- Gibt es in unserer Gesellschaft noch unverzichtbare Normen?
- Welche Wertvorstellungen sind dir wichtig?
- Werte können auch aus dem Verhalten geschlossen werden. Nenne einige Beispiele.
- Werte ändern sich: Welche Wertvorstellungen sind in unserer Gesellschaft vorhanden, aber deiner Meinung nach nicht mehr zeitgemäß?
- Unterscheiden sich die Werte der älteren Generation (z. B.: deiner Eltern/Großeltern) von deinen Werten? Wenn ja, wie?
- Unsere Gesellschaft beruht auf dem Wertepluralismus. Was versteht man darunter?
- Haben die modernen Medien einen Einfluss auf unsere Wertvorstellungen? Wenn ja, welchen? Wie nehmen sie Einfluss?

Wie findet man Antworten auf obige Fragen? Wie erfolgt der Meinungsbildungsprozess?

Mögliche Weiterarbeit: Die Schüler/innen untersuchen eine berühmte (historische) Rede im Hinblick darauf, welche Normen angesprochen und vorausgesetzt werden.

Subjektivität, Objektivität, Erkenntnislehre; Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen; Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten; kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen; kritisch denken und Probleme lösen

Aus dem Lehrplan der AHS:

Junge Menschen sollen Angebote zum Erwerb von Urteils- und

Entscheidungskompetenz erhalten, um ihr Leben sinnerfüllt zu gestalten.

Orientierungen zu Lebensgestaltung und Hilfen zur Bewältigung von Alltags- und Grenzsituationen sollen die Schülerinnen und Schüler zu einem eigenständigen und sozial verantwortlichen Leben ermutigen.

Subjektivität/Objektivität

Zuerst kommt es zu einer Begriffsklärung. Die Schüler und Schülerinnen finden selbstständig Definitionen, wobei sie auch versuchen, Beispiele für *Objektivität* und *Subjektivität* zu geben. Bereits bei der Besprechung der ersten Beispiele werden die Schüler und Schülerinnen auf das Problem stoßen, Beispiele für *Objektivität* zu finden. Dies wird zur Fragestellung führen, ob es objektive Erfahrung überhaupt geben kann.

Fragen, die sich für eine Diskussion eignen:

- Was heißt Objektivität?
- Können wir – bzw. irgendeine Form der Kommunikation – objektiv sein?
- Gibt es objektive Medien bzw. Berichterstattung? Begründe ...
- Wie kann größtmögliche Objektivität erzielt werden?
- Neigen wir dazu, vermittelter Erfahrung mehr Objektivität zuzugestehen als unvermittelter Erfahrung?
- Inwiefern spielt mein subjektives Empfinden als Empfänger/in einer Nachricht immer eine Rolle?
- Wie gehe ich um mit Nachrichten zu Themen, über die ich kein oder nur geringes Vorwissen habe?
- Warum gibt es den Begriff *Objektivität*, wenn es Objektivität nicht gibt?

Quellen Lehrplanzitate

Lehrplan der allgemein bildenden höheren Schule

BGBl. II Nr. 277 ausgegeben am 8. Juli 2004

BGBl. II Nr. 290 ausgegeben am 12. August 2008

21 Kompetenzen für Medienbildung

Die vorliegenden Kompetenzen beschreiben, was Schülerinnen und Schüler im Bereich der Medienbildung bis zum Ende der 8. Schulstufe und darüber hinaus wissen und können sollen. Sie stehen in Einklang mit dem Grundsatzterlass für Medienerziehung.

1. Der Schüler/die Schülerin kann
Kriterien der Mediengestaltungen erkennen und benennen.
2. Der Schüler/die Schülerin kann
Informationsquellen erfassen, zitieren, vergleichen.
3. Der Schüler/die Schülerin kann
kommunikatives Handeln reflektiert wahrnehmen, verstehen und gewaltfrei gestalten.
4. Der Schüler/die Schülerin kann
Medienangebote und Informationen auswählen, interaktiv nutzen, kommunizieren und präsentieren.
5. Der Schüler/die Schülerin kann
Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung analysieren.
6. Der Schüler/die Schülerin kann
Medienprodukte vergleichend analysieren.
7. Der Schüler/die Schülerin kann
Medieneinflüsse und Wertvorstellungen erkennen und benennen.
8. Der Schüler/die Schülerin kann
medienrechtliche Aspekte erläutern.
9. Der Schüler/die Schülerin kann
Interessen und Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung aus unterschiedlichen Blickwinkeln beurteilen.
10. Der Schüler/die Schülerin kann
Kreativität in der Gestaltung zeigen.
11. Der Schüler/die Schülerin kann
eigene Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse wahrnehmen.
12. Der Schüler/die Schülerin kann
Medieninhalte und Mediengestaltungen kritisch bewerten.
13. Der Schüler/die Schülerin kann
kritisches und kreatives Denken und Handeln als Grundhaltungen zeigen.
14. Der Schüler/die Schülerin kann
sich als selbstwirksam erleben.
15. Der Schüler/die Schülerin kann
zielgerichtet und weltoffen mit Personen und Systemen kooperieren.
16. Der Schüler/die Schülerin kann
eigene Medienbeiträge und interaktive Anwendungen gestalten und verbreiten.
17. Der Schüler/die Schülerin kann
Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) sicher und kritisch nutzen.
18. Der Schüler/die Schülerin kann
kritisch denken und Probleme lösen.
19. Der Schüler/die Schülerin kann
selbstständig Ziele setzen, auswählen, planen, ausüben und überprüfen.
20. Der Schüler/die Schülerin kann
Informationen und Wissen interaktiv nutzen.
21. Der Schüler/die Schülerin kann
eigene Medienbeiträge und Anwendungen planen, umsetzen, präsentieren und publizieren.

Medienerziehung

GRUNDSATZERLASS

des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur

1 GRUNDSÄTZLICHES

Medienerziehung zielt auf eine umfassende Medienbildung ab.

Medien bestimmen unseren privaten und beruflichen Alltag. Technische Möglichkeiten der Vervielfältigung, Übertragung und Vernetzung spielen in der „natürlichen“ Umgebung der Schüler/innen eine immer größere Rolle, sie sind ein Teil ihrer Wirklichkeit, ihrer Lebenswelten. Erziehung und Bildung sollten Heranwachsende in ihrer Beziehung zur Welt/Wirklichkeit begleiten und fördern.

Der Anteil von Medien an der Welt/Wirklichkeitserfahrung nimmt stetig zu – eine neue Dimension von Wirklichkeit ist mit dem Aufkommen von hoch entwickelten Technologien entstanden. Wenn nun die reflektierende Begegnung und Auseinandersetzung mit Wirklichkeiten ein grundlegender Bestandteil von Pädagogik ist, dann ergibt sich daraus der Schluss, dass Medienpädagogik die gesamte Pädagogik wesentlich stärker durchdringen soll. Pädagogik muss gleichzeitig auch Medienpädagogik sein.

Nun haben mediale Erfahrungen durch Sprache, Bilder, Zeichnungen, Bücher, Theater usw. schon seit jeher die Wirklichkeit des Menschen mitgeformt. Wie stark diese Medien unsere Wirklichkeit/Weltsichten mitprägen, ist aber in der Lehrerbildung wenig berücksichtigt worden. Dass und wie das Basismedium „Sprache“ an der Konstitution von Wirklichkeit mitwirkt, findet erst langsam Eingang in die einzelnen Fachdidaktiken. Genauso gelten diese Überlegungen auch für audiovisuelle und netzwerkbasierte Medien.

Im Kommunikationsprozess mittels Medien ist es möglich geworden, einer unüberschaubaren Menge von Empfängern bei räumlicher und/oder zeitlicher Distanz gleiche Mitteilungen zu vermitteln. Damit eröffnen die Medien einerseits Chancen zu weltweiter Kommunikation, zu Weltoffenheit und zur Weiterentwicklung der Demokratie, andererseits aber bergen sie auch die Gefahr verstärkter Manipulation in sich. Die durch Medien veränderte und sich verändernde Wirklichkeit ist eine Herausforderung und eine Chance. Im Sinne medienpolitischer Bildung ist Medienerziehung die Auseinandersetzung nicht nur mit Ursachen, Wirkungen und Formen medialer Kommunikation, sondern auch mit den verschiedenen Interessen, die die Auswahl und den Inhalt von Informationen und die Form der Vermittlung bestimmen.

Angesichts der Herausforderung durch die elektronischen Medien muss sich die Schule verstärkt dem Auftrag stellen, an der Heranbildung kommunikationsfähiger und urteilsfähiger Menschen mitzuwirken, die Kreativität und die Freude an eigenen Schöpfungen anzuregen und sich im Sinne des Unterrichtsprinzips

„Medienerziehung“ um eine Förderung der Orientierung des Einzelnen in der Gesellschaft und der konstruktiv-kritischen Haltung gegenüber vermittelten Erfahrungen zu bemühen.

Um diese Zielsetzungen von Medienbildung klar herauszuheben, ist es notwendig, im Zug der Begriffsdefinition alle Begriffe, die Medien im schulischen Umfeld bezeichnen, sowie gängige, mit der Medienarbeit verknüpfte Gegenstandsbezeichnungen zu umreißen.

2 BEGRIFFSDEFINITIONEN

Medienpädagogik umfasst alle Fragen der pädagogischen Bedeutung von Medien in Bildung, Freizeit und Beruf. Sie setzt sich mit Inhalten und Funktionen der Medien, ihren Nutzungsformen in den genannten Bereichen sowie ihren individuellen und gesellschaftlichen Auswirkungen auseinander. Angesichts der Komplexität des Begriffes erscheint es angezeigt, den Gesamtkomplex Medienpädagogik zu unterteilen:

Mediendidaktik befasst sich mit den Funktionen und Wirkungen von Medien in Lehr- und Lernprozessen. Der Einsatz von audiovisuellen Medien in ihrer Rolle als Unterrichtsmittel soll in Abstimmung mit der Bildungs- und Lehraufgabe, dem Lehrstoff und den didaktischen Grundsätzen des jeweiligen Unterrichtsgegenstandes erfolgen.

Medien sind Hilfsmittel zur Erreichung gegenstandsspezifischer Ziele (Erziehung durch Medien).

Medienerziehung ist eine Form pädagogischen Umgangs mit Medien, der zur kritisch-reflexiven Nutzung aller Medien heranführen soll. Wo Medien als Mittel der Information, Unterhaltung, Bildung und Alltagsorganisation für die Sozialisation des Menschen Bedeutung erlangen, werden sie zum Gegenstand der Medienerziehung – die Medien sind Gegenstand und Thema des Unterrichts (Erziehung über Medien).

Medienerziehung befasst sich mit allen Kommunikationsmedien und deren netzwerkbasiereten Kombinationen.

Die Kommunikationsmedien sind – unabhängig von der Technologie – konstitutive Bestandteile aller Texte: Wort, gedruckt/gesprochen, und Grafik, Ton, Standbild und bewegtes Bild. Die Neuen Medien dienen der Kommunikation und haben Auswirkungen auf eine Reihe von sozialen Dimensionen. Die kritische Reflexion der möglichen Auswirkungen ist ebenfalls Gegenstand der Medienerziehung.

Durch die Möglichkeit, Daten aller Art zu gewaltigen Informationsnetzen zusammenzufassen und dieses Netz sowohl im Arbeits- als auch im häuslichen Bereich dienstbar zu machen, d. h. verfügbar, abrufbar und bearbeitbar zu machen, verwischen sich die Grenzen zwischen Individual- und Massenkommunikation, zwischen dem Buch- und dem Zeitungsmarkt, zwischen Unterhaltungs- und Geschäftskommunikation.

Besonders im Bereich der sozialen Medien stellen sich der Medienerziehung für einen partizipativen, selbstbestimmten und kritischen Umgang neue Fragen.

3 ZIELSETZUNGEN DER MEDIENERZIEHUNG

Bevor auf einige Arbeitsfelder der Medienerziehung eingegangen wird, erscheint es notwendig, den Begriff „**Medienkompetenz**“ im Sinne dieses Erlasses zu definieren:

Medienkompetenz als Zielhorizont medienpädagogischer Bemühungen umfasst neben der Fertigkeit, mit den technischen Gegebenheiten entsprechend umgehen zu können, vor allem Fähigkeiten, wie Selektionsfähigkeit, Differenzierungsfähigkeit, Strukturierungsfähigkeit und Erkennen eigener Bedürfnisse u.a.m. Insbesondere bei der Nutzung der Neuen Medien stellen sich im medienpädagogischen Zusammenhang – über den Nutzwert der Medien für den fachspezifischen Bereich hinaus – Fragen von individueller und sozialer Relevanz.

Z. B. Was bedeutet die Informationsfülle für die menschliche Informationsverarbeitungskapazität? Welche Selektions-, Strukturierungs- und Professionalisierungsformen müssen geschaffen werden? Welche Möglichkeiten gibt es, um die Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit von Informationen zu sichern? Was sind einige der Implikationen der Medienkonvergenz? Was bedeutet inhaltliche Konvergenz, d. h. Vermischung von Spiel mit Film, sachliche Information mit gefühlsbetonter Komponente etc. für die Verarbeitung? An welchen Bezugsrahmen messen wir Computersimulationen? Welche Folgen hat die Vermischung der Grenzen und Verwischung der Inhalte bei den Begriffen wirklich-virtuell-fiktiv? Welche Möglichkeiten gibt es zur Teilhabe an aktiver Bürgerschaft? Welche persönlichen Risiken entstehen in öffentlicher und netzwerkbasierter Kommunikation?

3.1 Aktive Teilhabe an Kommunikationsnetzen

Demokratie erfordert die aktive Teilhabe der Bürger und Bürgerinnen. Freie digitale Informations- und Kommunikationsnetze bieten dazu weitreichende kommunikative, soziale und kreative Möglichkeiten. Neben den Chancen birgt hier die Verarbeitung personenbezogener Daten in Informations- und Kommunikationsnetzen auch Risiken und Gefahren für die Einzelnen.

Medienkompetenz ist daher für die Teilhabe im gesellschaftlichen und bürgerschaftlichen Leben, für die Wahrnehmung der Meinungsfreiheit als grundlegendes Menschenrecht eine wesentliche Voraussetzung. Im Sinne einer Stärkung der Meinungs- und Wertevielfalt sollte Medienkompetenz umfassend gefördert werden, um analytische Fähigkeiten zu entwickeln, die ein besseres Verständnis von Demokratie und Meinungsfreiheit sowie die aktive Teilhabe an netzwerkbasierter, medial vermittelter Kommunikation ermöglichen.

3.2 Mediennutzung

Medienerziehung soll die Schüler/innen durch Vermittlung kritischer Einsicht in die Kommunikationsphänomene zu einem in ihrem jeweiligen Lebensbereich möglichen bewussten und

mitbestimmenden Medienhandeln führen. Medienhandeln setzt voraus, dass Menschen in jeder Kommunikationssituation mit Medien aktiv sind. Das bedeutet, dass sie im Rahmen der Mediennutzung ihre eigene Bedeutung in der Interaktion mit dem jeweiligen Medium aushandeln. Daher soll Medienerziehung, ausgehend von der persönlichen Disposition des Schülers/der Schülerin unter Berücksichtigung der sprachlichen Voraussetzungen, neben dem kognitiven auch den affektiven Bereich mit einschließen. Sie soll dem Schüler/der Schülerin helfen, die eigenen Rollenerwartungen zu überdenken und seine/ihre eigenen Kommunikationsbedürfnisse und -defizite zu erkennen.

Die Schüler/innen sollen weiters erkennen und erleben, dass Massenmedien gezielt Bedürfnisse zu konsumorientiertem Verhalten wecken. Sie sollen erkennen, dass neue Formen der Netzwerk- und Massenkommunikation ihre Möglichkeiten zur aktiven Beteiligung am wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Leben erweitern. Ferner sollen sie erkennen und erleben, dass die elektronischen Medien neue Formen der Mitbestimmung ermöglichen und eine Erweiterung der Handlungsräume eröffnen.

3.3 Kommunikation mit und durch Medien

Die Schüler/innen sollen durch Medienerziehung befähigt werden, sich in einer Welt zurechtzufinden, über die sie zum großen Teil durch Medien informiert werden. Es soll ihnen bewusst gemacht werden, dass die Medien beträchtlich zu ihrer politischen Urteilsbildung beitragen. Sie sollen erkennen, dass die Expansion von Kommunikationstechniken den Menschen erhöhte Ausdrucks- und Partizipationschancen am politischen Leben durch „direkte“ Demokratie per Knopfdruck, bessere politische Information, bessere Information durch Behörden ermöglicht, gleichzeitig sollen sie aber erfahren, dass ebenso durch Kommunikationsmedien Menschen durch zunehmende Passivität von einer direkten Beteiligung am politischen Leben abgehalten, von politischen Konflikten abgelenkt und durch finanzkräftige Interessengruppen politischen Manipulationen ausgesetzt werden können. Sie sollen lernen, wie sie selbst Medien zu kritischer Urteilsbildung nutzen und dadurch ihre Handlungskompetenzen stärken. Sie sollen erfahren, dass die Medien nicht nur als Vermittler fiktiver Welten, sondern auch in der Abbildung der Wirklichkeit eine eigene Wirklichkeit schaffen. Die Schüler/innen sollen erkennen, dass diese gestaltete Wirklichkeit nicht wertneutral sein kann. Sie sollen die Struktur, die Gestaltungsmittel und die Wirkungsmöglichkeiten der einzelnen Medienarten erkennen und sollen verstehen, welche Inhalte vorwiegend von welchen Medienarten vermittelt werden. Dabei soll ihnen bewusst werden, dass identische Inhalte unterschiedlich präsentiert werden und folglich unterschiedliche Wirkungen haben.

Medienerziehung soll das Bewusstsein für die vielfach einseitige und klischeehafte Darstellung von sozialen und geschlechtsspezifischen Rollen durch die Medien wecken. Schüler/innen sollen für die Frage sensibilisiert werden, inwiefern die Medien den vielfältigen Lebensalltag (z. B. Verhältnis Frau – Mann, Untergebene(r) – Chef/in, Jugendliche – Ältere) realitätsgerecht vermitteln. Sie sollen erkennen, dass soziale und geschlechtsspezifische Rollen der Stereotypisierung unterliegen.

Können die Medien allein auch nicht unbedingt einen Wandel bezüglich der Auffassung von der Rollenverteilung in unserer Gesellschaft bewirken, so kommt ihnen dennoch eine bedeutsame Rolle in der Beeinflussung und Aufklärung der Öffentlichkeit zu. Indem sie bestimmte Wertvorstellungen reflektieren, tragen sie zur Aufrechterhaltung herrschender Vorstellungen bei und können gewisse Ideen, Leitbilder und Anschauungen noch verstärken bzw. abschwächen.

3.4 Medien als Wirtschaftsfaktor oder als Institution

Die Schüler/innen sollen erkennen, dass wirtschaftliche, technische, gesellschaftliche und ideologische Voraussetzungen sowie unterschiedliche Organisationsformen (öffentlich-rechtliche oder privatwirtschaftliche) ganz bestimmte Formen der Herstellung, Verteilung und auch bestimmte Kriterien zur Auswahl und Darstellung der vermittelten Inhalte bedingen. In diesem Zusammenhang kann auf die Arten der Nachrichtenbeschaffung, die Finanzierung durch Seher- und Hörergebühren und durch Werbung sowie auf das Spannungsverhältnis zwischen importierten und heimischen Medienprodukten hingewiesen werden.

Auch die Rolle der Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations, PR) als Partner und Informationslieferant der Medien soll behandelt werden. Public Relations stellen unter anderem den offenen, langfristigen Dialog zwischen den Gruppen der Gesellschaft (Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Sozialbereich, Sport usw.) und den Medien her.

Dabei sollen Begriffe wie Unabhängigkeit, Objektivität, Glaubwürdigkeit, Meinungsvielfalt, Manipulation usw. kritisch durchleuchtet werden.

3.5 Eigene Medienschöpfungen

Im Sinne von Handlungs- und Erfahrungslernen sollen die Schüler/innen im Rahmen der Medienerziehung zur Herstellung von eigenen Medienarbeiten und netzwerkbasierter Medienprojekten ermutigt werden. Medienmachen allein ist jedoch – so verdienstvoll es auch für eine Reihe von Lernzielen sein mag – noch keine Medienerziehung. Erst wenn die praktische Tätigkeit mit einer kritischen Reflexion über den kreativen Herstellungsprozess und das Produkt selbst gekoppelt wird, kann von einer medienpädagogischen Arbeit gesprochen werden. Die Reflexion kann sich u.a. beziehen auf die Erfahrungen, die im sozialen Bereich gesammelt werden, auf die Produktion von Bedeutung, die die Grundlage von Medienmachen ist, u.v.m. Damit soll sichergestellt werden, dass das Medienmachen in einen bewussten Erkenntnisgewinn mündet.

4 DURCHFÜHRUNG

4.1 Allgemeines

Da die in den Medien behandelten Themen alle Bereiche des Erkennens und Handelns berühren, ist die Medienerziehung nicht auf einzelne Unterrichtsgegenstände oder bestimmte Schulstufen beschränkt. Jeder Lehrer/jede Lehrerin ist vielmehr verpflichtet, auf sie als Unterrichtsprinzip, wie es in den einzelnen Lehrplänen verankert ist, in allen Unterrichtsgegenständen fachspezifisch Bedacht zu nehmen. Für diesen Bereich bieten sich projektorientierte Unterrichtsformen an.

Die Integration der Massen- und netzwerkbasierter Medien in das Unterrichtsgeschehen darf dabei nicht als eine bloße Verwendung der Medien, als Impuls für den Fachunterricht oder als Illustration der Stoffdarstellung verstanden werden.

Bei der Arbeit mit Medien im Unterricht sind vielmehr die Weltbilder und deren Rückwirkung auf gesellschaftliche und politische Entscheidungen bewusst zu machen.

Die lustvolle und reflektierte Herstellung und Präsentation eigener kreativer und kritischer Medienprojekte trägt dazu bei, dass Kommunikationsbereitschaft, Kommunikationskompetenz und aktive bürgerschaftliche Teilhabe gefördert werden.

Gerade weil Medien die Welt so spontan und natürlich abzubilden scheinen, sollte Folgendes immer mitbedacht werden: Medien sind nie neutrale Behälter von Informationen. Die Bilder, die wir für Abbildungen der Wirklichkeit halten, sind gestaltet, sie sind konstruiert – deshalb wird gerade hier bei der Dekodierung ein hohes Potenzial an Medienkompetenz benötigt. Auch im naturwissenschaftlichen Bereich, dem im herkömmlichen Diskurs ein hoher Grad an Objektivität zugeschrieben wird, sind die Schlüsselfragen (Wer teilt wem was mit, in welcher Absicht?), mit denen wir mediale Texte zerlegen, von eminenter Wichtigkeit – sie sollten genauso angewendet werden wie bei Medientexten, deren „Gemachtheit“ deutlicher ins Auge sticht.

Der Einsatz von audiovisuellen Unterrichtsmitteln soll Schülerinnen und Schülern Gelegenheit für eine eigenständige Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Thema geben.

Der bloße Einsatz von audiovisuellen Unterrichtsmitteln kann nicht zur Medienerziehung gerechnet werden, es sei denn, dass über die fachdidaktische Verwendung hinaus auch medienpezifische Eigenheiten des Dargebotenen angesprochen werden.

So soll z. B. neben und zu dem fachspezifischen Informationsgehalt des Mediums überlegt werden, ob und inwieweit Interessen der Medienproduzenten den Inhalt und die Gestaltung des Dargebotenen beeinflussen.

Die Nutzung netzwerkbasierter Medien im Unterricht soll den Schülerinnen und Schülern weitreichende Möglichkeiten zur Partizipation eröffnen.

Die Medienerziehung hat grundsätzlich auf allen Schulstufen – der geistigen Entwicklung der Schüler und Schülerinnen entsprechend – zu erfolgen.

4.2 Beispiele für die Durchführung

Verknüpfung mit dem Lehrplan

Der Lehrplan 2000 (Hauptschule, Allgemein bildende höhere Schule) geht bereits in der Präambel auf den Stellenwert von Medien in der Welt von heute ein:

„Innovative Technologien der Information und Kommunikation sowie die Massenmedien dringen immer stärker in alle Lebensbereiche vor.“

Darüber hinaus bieten die Einteilung in Bildungsbereiche, die Betonung von fächerverbindendem und fächerübergreifendem Unterricht sowie der Bedeutung von lebensweltlichen Bezügen eine Reihe von Ansatzpunkten für die Realisierung von Medienerziehung:

„Der Unterricht hat sich entsprechend § 17 des Schulunterrichtsgesetzes sowohl an wissenschaftlichen Erkenntnissen als auch an den Erfahrungen und Möglichkeiten, die die Schülerinnen und Schüler aus ihrer Lebenswelt mitbringen, zu orientieren.“

„ Im Sinne der gemeinsamen Bildungswirkung aller Unterrichtsgegenstände hat der Unterricht die fachspezifischen Aspekte der einzelnen Unterrichtsgegenstände und damit vernetzt fächerübergreifende und fächerverbindende Aspekte zu berücksichtigen. Dies entspricht der Vernetzung und gegenseitigen Ergänzung der einzelnen Disziplinen und soll den Schülerinnen und Schülern bei der Bewältigung von Herausforderungen des täglichen Lebens helfen.“

Bei den Bildungsbereichen sei explizit auf den Bereich „Sprache und Kommunikation“ sowie „Kreativität und Gestaltung“ verwiesen:

„In jedem Unterrichtsgegenstand sind die Schülerinnen und Schüler mit und über Sprache – zB auch in Form von Bildsprache – zu befähigen, ihre kognitiven, emotionalen, sozialen und kreativen Kapazitäten zu nutzen und zu erweitern.“

„Gedanken und Gefühle verbal und nonverbal zum Ausdruck zu bringen, ist eine wesentliche Lebensform der Menschen. Den Schülerinnen und Schülern ist Gelegenheit zu geben, selbst Gestaltungserfahrungen zu machen und über Sinne führende Zugänge mit kognitiven Erkenntnissen zu verbinden.“

Exemplarische Vorschläge

Vorschulstufe, 1. - 4. Schulstufe

Für die Integration des Unterrichtsprinzips bietet sich über den Kernbereich der Unterrichtsgegenstände Deutsch und Bildnerische Erziehung sowie Sachunterricht hinausgehend der gesamte Lehrplan an. Durch die Thematisierung und den Vergleich von eigenen Erlebnissen und Erfahrungen der Kinder mit durch Medien vermittelten Sekundärerfahrungen können die spezifischen Eigenschaften einzelner Medienarten und die daraus resultierenden Wirkungen bewusster erfahren werden. An Sachbereichen werden sowohl Medienprodukte, die sich speziell an Kinder im Grundschulalter richten (z. B. Kindersendungen des Fernsehens, Kinderzeitschriften, Kinderseiten aus Zeitschriften, Comics, Internetseiten für Kinder, Computerspiele bzw. Lernsoftware), als auch solche, die nicht speziell für Kinder dieser Altersstufen produziert, aber tatsächlich von diesen konsumiert werden, zu berücksichtigen sein. Durch Förderung der Selbsttätigkeit und Einsicht in die charakteristischen Eigenschaften der Medien sollen eigene Erfahrungen in der Herstellung von Medien gemacht werden.

Sonderschule, 1. - 9. Schulstufe

In den Sonderschulen kommt der Medienerziehung besondere Bedeutung zu:

Einerseits sind die Möglichkeiten der Kinder zum Sammeln unmittelbarer Erfahrungen durch Behinderungen häufig eingeschränkt, was durch den Einsatz von Medien zumindest ansatzweise kompensiert werden soll.

Andererseits kommt bei vielen Behinderungen den Medien eine bedeutsame Funktion bei der Überbrückung von Kommunikationsbarrieren zu (z. B. bei sinnes- und körperbehinderten Kindern).

Medienerziehung in dieser erweiterten Sicht verknüpft damit sonderpädagogische Aufgaben und Zielsetzungen mit jenen Anliegen der Medienerziehung, die die behinderten Schüler/innen selbst als Medienkonsumenten zu Adressaten haben.

In den Lehrplänen der Sonderschulen finden sich zahlreiche konkrete Ansatzpunkte zur Berücksichtigung beider Aspekte. Diese reichen von Teilbereichen einzelner Unterrichtsgegenstände (z.B. der Bereich Fotografie und Film/Video in der Bildnerischen Erziehung) bis zu detaillierten Lehrstoffangaben (z.B. „Sich in Zeitschriften und Zeitungen orientieren“, „moderne Kommunikationsmedien nutzen“ in Deutsch).

Hauptschule, Allgemein bildende höhere Schule 5. - 8. Schulstufe

In den Lehrplänen für Deutsch und Bildnerische Erziehung (Hauptschule, allgemein bildende höhere Schule) wird Medienerziehung explizit angegeben. Als weitere Einstiegsmöglichkeiten bieten sich Beobachtungen über die Ausdruckswerte von sprachlichen und nichtsprachlichen Ausdrucksformen, Schulung der Kompetenz, sich selbst und den anderen Kenntnis von Tatsachen zu verschaffen, sowie Rollenspiele an.

An dieser Stelle sei noch einmal darauf hingewiesen, dass Medienerziehung auch und besonders in dieser Altersgruppe bei den persönlichen Medienerfahrungen, -erlebnissen und -gewohnheiten der Schüler/innen ansetzen und zur Selbstreflexion führen soll.

Mittlere und höhere Schulen, Polytechnische Schule und Berufsschule 9.-12./13. Schulstufe

An Polytechnischen Schulen scheint Medienerziehung in den Lehrplänen der Unterrichtsgegenstände Berufsorientierung und Lebenskunde, Deutsch, Projektorientierter Unterricht und in Wahlpflichtgegenständen auf. Die Lehrstoffangaben der Lehrpläne der mittleren und höheren Schulen enthalten zahlreiche Hinweise auf Sachgebiete der Medienerziehung. Die Rolle und der Stellenwert der Medien können in den jeweiligen Unterrichtsgegenständen vor allem im (fächerübergreifenden) Projektunterricht (z. B. Medien als Wirtschaftsfaktor, Werbung als Wirtschaftsfaktor, Ästhetik der Werbung, Sprache der Werbung, Öffentlichkeitsarbeit – Public Relations als Dialoginstrument, wirtschafts- und gesellschaftspolitische Funktionen und Rolle von PR, Chancen und Gefahren strategischer PR für die Bildung der veröffentlichten und öffentlichen Meinung, Konzepte und Instrumente der PR) in den Unterrichtsgegenständen Deutsch, Bildnerische Erziehung sowie des Bereiches Wirtschaftskunde beleuchtet werden. Im Deutschunterricht kann die vergleichende Betrachtung von literarischen Werken und ihren Verfilmungen die Möglichkeiten und Grenzen der beiden Kunstformen aufzeigen.

Die Unterrichtsgegenstände der Bereiche Geschichte und Sozialkunde sowie Zeitgeschichte ermöglichen beispielsweise nicht nur die Betrachtung von audiovisuellen Medien hinsichtlich ihrer Rolle als Quellenmaterial, sondern auch ihrer Entwicklung und ihres Einflusses auf die Gesellschaft.

In den Unterrichtsgegenständen der Bereiche Psychologie und Philosophie können Fragen der journalistischen Ethik, die Psychologie der Massenkommunikation, wahrnehmungspsychologische Fragen, Vorgänge der Meinungsbildung und Manipulation erörtert werden. In den Unterrichtsgegenständen der Bereiche Physik und Chemie können die technischen Grundlagen der Phonographie und Fotografie, von Rundfunk und Fernsehen sowie Probleme der Nachrichtentechnik behandelt werden.

4.3 Medienkunde im eigentlichen Sinn steckt einen Teilbereich der Medienerziehung ab, der Wissen über Medien, deren Entstehung, Organisation und Strukturen vermittelt. Bezogen auf das Schulwesen kann sie als unverbindliche Übung z. B. an allgemein bildenden höheren Schulen geführt werden. Nähere Angaben hinsichtlich der Inhalte sind der jeweils gültigen Fassung der betreffenden Lehrpläne zu entnehmen.

4.4 Mediendidaktik ist im Sinne der in der Hochschul-Curriculaverordnung 2006 definierten Allgemeinen Ausbildungsziele in den Studienplänen für die einzelnen Lehrämter zu berücksichtigen.

4.5 Unterrichtstechnologie dient der Vermittlung von Fertigkeiten und technischem Grundwissen zur Handhabung audiovisueller Geräte und Systeme, verbunden mit Hinweisen zum richtigen Einsatz der Medien-Hard- und Software im Unterricht. Die hier vermittelte Fertigkeit ist eine Voraussetzung zur Gestaltung von Medien.

4.6 Der mit der Verwaltung der audiovisuellen Unterrichtsmittel betraute Kustos sollte über Verantwortung, Initiative, Vorschläge für den Aufbau und die Ausstattung der ihm übertragenen Materialien (SchUG § 52) hinaus auch Projekte auf dem Gebiet der Medienerziehung fachlich unterstützen.

4.7 Im Sinne des SchUG § 62 (enge Zusammenarbeit von Lehrern und Erziehungsberechtigten in allen Fragen der Erziehung und des Unterrichtes) sollen die Erziehungsberechtigten gerade im Bereich der Medienerziehung zur Erziehungsarbeit eingeladen werden. Mediengebrauch, Medienkonsum, Mediengewohnheiten und -wirkungen sollen im Rahmen von Elternabenden behandelt werden; im Schulgemeinschaftsausschuss können weitere Aktivitäten (Schulveranstaltungen etc.) angeregt werden.

4.8 Im außerschulischen Bereich ist die Hinführung zu verantwortlichem Medienkonsum eine wesentliche Aufgabe im Zusammenwirken von Erzieher/innen und Schüler/innen.

4.9 Schulveranstaltungen auch unter Mitwirkung außerschulischer Organisationen können entsprechend der Schulveranstaltungsverordnung durchgeführt werden. Die durch diese Schulveranstaltungen den Schüler/innen erwachsenden Kosten (z. B. Eintrittsgebühren, Fahrtkosten) müssen dem Grundsatz der Sparsamkeit und Angemessenheit entsprechen. Dabei haben die finanziellen Erwägungen stets hinter den pädagogischen Gesichtspunkten zurückzustehen:

Es dürfen z. B. finanzielle Erwägungen nicht dazu führen, dass für bestimmte Altersgruppen geeignete Spielfilme aus Kostengründen auch anderen, zumeist jüngeren, Schülern und Schülerinnen vorgeführt werden.

4.10 Die zuständige Schulbehörde hat im Rahmen der Lehrerfortbildung für Seminare und Vorträge (Vorführungen) sowohl über den Einsatz audiovisueller Unterrichtsmittel als auch über die Chancen der Medienerziehung für die Lehrer/innen aller Fächer und Schularten vorzusorgen. Um eine möglichst intensive Schulung der Lehrer/innen zu erreichen, wird empfohlen, die Medienerziehung an den Pädagogischen Hochschulen im Bereich Fort- und Weiterbildung schwerpunktmäßig zu behandeln..

Dieser Erlass tritt mit 31. Jänner 2012 in Kraft. Mit dem Inkrafttreten dieses Erlasses tritt der Erlass GZ 48.223/14 -Präs.10/01 vom 20. November 2001 außer Kraft.

Erlass des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur
GZ 48.223/6 –B/7/2011, Rundschreiben Nr. 4/2012