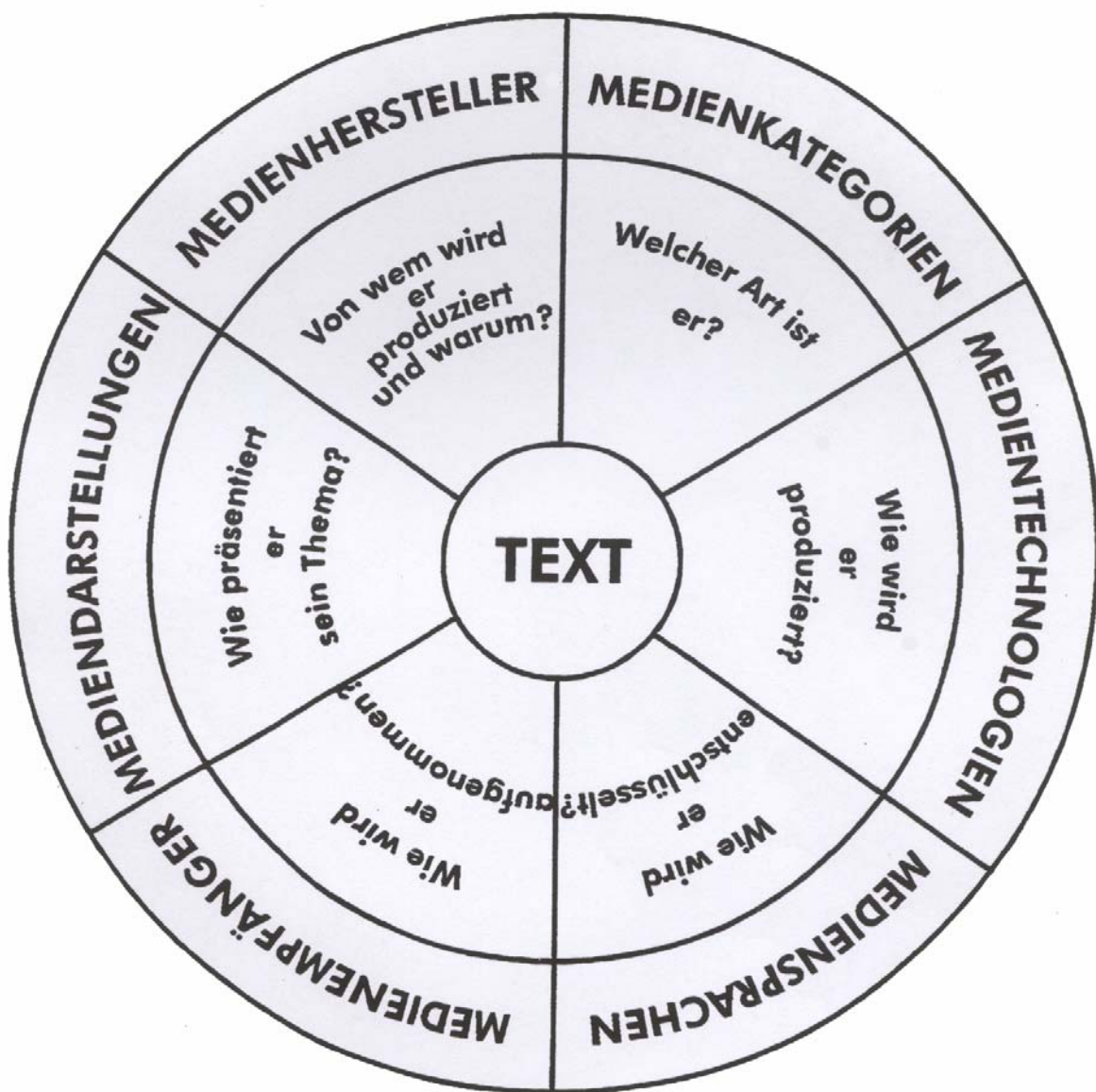


# MATERIALIEN ZUR MEDIENERZIEHUNG

## Bausteine einer Lehrzielbank





Diese Handreichung für Lehrerinnen und Lehrer ist eine Neuauflage des Sonderdrucks aus der Zeitschrift MEDIENIMPULSE – Beiträge zur Medienpädagogik (Heft 6 - 11).

Im Rahmen der Kooperation der Medienabteilung des BMUKK mit dem Österreichischen Buchklub der Jugend, die unter dem Motto „Medien lesen – Lesemedien“ steht, werden bewährte medienpädagogische Materialien neu überarbeitet zur Verfügung gestellt.



# Inhalt

Einleitung		Seite 3
Baustein 1	Medienhersteller	Seite 5
Baustein 2	Medienkategorien	Seite 8
Baustein 3	Medientechnologien	Seite 12
Baustein 4	Mediensprachen	Seite 14
Baustein 5	Medienempfänger	Seite 19
Baustein 6	Mediendarstellungen	Seite 23
Anhang		Seite 33



## Einleitung

Medienerziehung und Lehrzielbank - lassen sich diese beiden Begriffe überhaupt vereinen? „Bildungs- und Lehraufgabe“ - der kategorische Imperativ des Lehrplans - wie kann man sie auf einen Bereich anwenden, der sich überwiegend außerhalb der Schule abspielt?

Die Schule, besonders ist hier die Volksschule angesprochen, solle sich in erster Linie darum kümmern, dass die Kinder ordentlich schreiben und lesen lernen. War da nicht vor kurzem schon wieder das Ergebnis einer Umfrage in den Tageszeitungen, das neuerlich einen alarmierenden Rückgang der Lesefertigkeit vermeldet? Lesen sollten die Kinder in der Schule, **die Fertigkeit fernzusehen, Filme anzuschauen und Videospiele zu spielen** hätten sie ohnehin schon! Haben sie sie wirklich? Sind unsere Kinder, sind wir nicht fast alle **mediale Analphabeten**? **Kann es sich die Schule leisten, „Medienerziehung“ immer noch am Rande, als Belohnung, am Ende des Schuljahres, wenn das „schulisch“ Vermittelbare, das Seriöse, das vom Lehrplan Geforderte, das Messbare und Abprüfbare erledigt ist, zu behandeln?**

Es heißt überall: **Ein Erlass<sup>1</sup> als Aufforderung zur Einbeziehung eines Unterrichtsprinzips in die Unterrichtsgegenstände ist zu wenig**, es ist zu unverbindlich, ist ein Alibi der Verantwortlichen, denen zur Durchführung von Erziehungsaufgaben nichts Weiteres eingefallen ist. Diesen Vorwurf zu mildern, vielleicht gar zu entkräften, ist die Absicht des folgenden Versuchs, Medienerziehung, ganz genau so wie den „richtigen“ Gegenständen Bildungs- und Lehraufgaben zuzuordnen, sie gleichsam mit ihnen zu legitimieren.

**Medienerziehung unterscheidet sich vom „Normalunterricht“ primär dadurch, dass sie wesentlich von dem Wissen, den Erfahrungen abhängt, die die Kinder außerhalb der Schule erworben haben. Daheim, bei Gleichaltrigen und in der Welt als Ganzes. Die schulische Medienerziehung setzt bei diesem Wissen ein und versucht, es zu strukturieren, zu artikulieren, es bewusst und auch vielfältiger zu machen.**

---

<sup>1</sup> Grundsatz'erlass Medienerziehung, BMBWK-Rundschreiben Nr. 64/01, GZ: 48.223/14-Präs.10/01 vom 20. November 2001

Medienerziehung sollte die Beziehung zwischen der Schule und der Welt außerhalb der Schule fördern und vertiefen - die Erfahrungen der Kinder außerhalb („...diese Sendungen gefallen mir...“, „...das sind unsere Urlaubsfotos...“) werden zwanglos in den Unterrichtsprozess eingebaut.

Das zwanglose Einbauen geschieht durch Aktivitäten, die nichtsdestoweniger bestimmte Fähigkeiten und Fertigkeiten, Wissen und Verständnis verlangen. Wir sind damit schon bei der Terminologie von Bildungs- und Lehraufgaben angelangt, sind also schon mitten im Lehrplan. Noch eine kurze Überlegung: Als Strukturleitfaden für die Aktivitäten der Medienerziehung will ich vom einfachen Kommunikationsmodell ausgehen.

**Ähnlich der Textbetrachtung handelt es sich hier auch um eine Betrachtung** - statt eines Textes, den wir als eine Organisation von sprachlichen Zeichen gewohnt sind, steht ein audio-visuelles Medium als Objekt unserer Betrachtungen. Der Einfachheit halber wird also in der Folge das **audio-visuelle Medium** ebenfalls als **TEXT** bezeichnet.

Kommunikationsmodell:

WER TEILT SICH MIT - und warum?	MEDIENHERSTELLER
Um WELCHE ART von Text geht es?	MEDIENKATEGORIEN
WIE wird der Text PRODUZIERT?	MEDIENTECHNOLOGIEN
WIE wissen wir, was der Text bedeuten soll?	MEDIENSPRACHEN
WER nimmt ihn auf - und wie erschließt er ihn?	MEDIENEMPFÄNGER
WIE PRÄSENTIERT der Text sein Thema?	MEDIENDARSTELLUNGEN

**Ich wünsche Ihnen viel Erfolg beim Einsatz der folgenden Bausteine, die Ihnen praktische Einstiegsmöglichkeiten in die Thematik bieten wollen.**



Susanne KRUCSAY  
Leiterin der Abteilung Medienpädagogik/Bildungsmedien/Medienservice



## Baustein 1

<b>1. MEDIENHERSTELLER</b>					
--------------------------------	--	--	--	--	--

### Wer teilt sich mit - und warum?

Kleine Kinder sprechen in ihren Unterhaltungen über ihre Medienerlebnisse oft darüber, wie bestimmte Details in ihren Lieblingssendungen wohl zu Stande kommen. „*Wie haben sie das gemacht, dass das Rad durch die Luft fliegt?*“ Ohne zunächst zu wissen, auf wen sich die Kinder mit dem „sie“ beziehen, stellen sie eine Frage nach dem Sender. Ältere Kinder fragen schon genauer: „*Wie haben es die Filmmacher, wie hat es der Regisseur gemacht, dass es aussieht, als ob ...*“

Das Verständnis, dass Medientexte von jemandem produziert, angeboten und gesendet werden, ist die - zunächst recht beschränkte - Vorstellung, die der persönlichen Lebenssphäre der jüngsten ZuschauerInnen entstammt: Das Foto kommt von einem Fotografen, die Filme werden von jemandem mit einer Kamera gemacht.

**Medienerziehung** setzt bei diesem Wissen an, erweitert und vertieft es mit Hilfe von in **eigenen** Produktionsprozessen gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnissen:

#### **z.B.: Fototermin**

#### **z.B.: Kinder produzieren eine einfache Tonaufnahme; sie besprechen die Produktion:**

*Wann wird das Tonband gestartet, wann angehalten?*

*Wer gibt dafür das Zeichen?*

*Ist eine bestimmte Person für die Betreuung des Mikrofons notwendig?*

#### **Durch eigenes Tun lernen die Kinder,**

*dass es in jedem Produktionsprozess eine Reihe von Aufgaben gibt,*

*was jede Aufgabe beinhaltet,*

*welche Rollen jedem/jeder einzelnen zufallen,*

*in welcher Beziehung die verschiedenen Rollen zueinander stehen*

*(Abhängigkeiten, Hierarchien usw.).*

#### **Durch bewusstes Betrachten**

*von Einband -und Titelseiten von Büchern,*

*von Vor- und Nachspann von Filmen und Fernsehsendungen,*

*von Firmenlogos auf Tonbändern und Plattenhüllen,*

*von ersten Seiten von Zeitungen und Zeitschriften*

**bekommt der Sender klarere Konturen.**

Das passive Wissen, *dass viele Menschen an der Entstehung eines Medientextes beteiligt sind*, wird auf diese Art und Weise bewusst gemacht. Ebenso bewusst wird der Umstand, dass diese Menschen Angehörige bestimmter Institutionen (ORF, Filmfirmen usw.) sind. Etwas ältere Kinder erkennen auch, dass es Hierarchien von Rollen und Arbeitsvorgängen gibt.

**Aktives Hinterfragen motiviert zu immer komplexeren Fragen:**

*In welcher Funktion dienen uns und der Gesellschaft die Medien?*

*Wie werden sie finanziert?*

*In welcher Beziehung stehen sie zum Staat und zu anderen Institutionen?*

*Welche Arbeit leisten professionelle Medienanbieter?*

*Wem gehören die Medien?*

*Wer steuert Aspekte der Medienproduktion?*

**Eigene Medienproduktion erleichtert das Erkennen von Zusammenhängen bei professionellen Medienprodukten:**

*Wir machen eine Zeitung: Was kommt hinein, was lassen wir weg?*

*Welche finanzielle und organisatorische Unterstützung haben wir?*

*Wer bestimmt, was wir machen?*

*Welche Auflage streben wir an? Wie erreichen wir unser Publikum?*

Wenn Kinder die professionelle Arbeit anderer aufgrund der eigenen Erfahrungen beurteilen, kann ihnen die Einsicht, dass Medientexte immer *zweckorientiert* sind, nur förderlich sein. Darüber hinaus erkennen sie, dass Produzenten mit ihrer Arbeit Erfolg oder Misserfolg haben, was sich zumeist in Ruhm oder Hohn niederschlägt.

## Vorschläge zur Formulierung von Bildungs- und Lehraufgaben:

Die Kinder sollen **befähigt** werden

- ✓ zum Feststellen der Textquellen und Autoren,
- ✓ zum Beschreiben grundlegender Produktionsrollen,
- ✓ zur Mitarbeit in einer Gruppe unter Aufsicht einer/eines Erwachsenen Medientexte (z.B. Tonaufnahme, Dias, Videos, Zeichentrickfilme) zu produzieren,
- ✓ zur Eigenproduktion eines Medientextes (z.B. Foto, Poster ...),
- ✓ zur Bezeichnung und Beschreibung der Hauptrollen,
- ✓ zur Beschreibung der weniger 'sichtbaren' Produktionsrollen (ProduzentIn, HerausgeberIn),
- ✓ zur Bezeichnung wichtiger Medieninstitutionen (z.B. ORF, Kabelkanäle, Zeitungsverlage, Buchverlage).

Die Kinder sollen **erkennen** und **verstehen**,

- ✓ dass Medientexte von Menschen produziert werden,
- ✓ dass die Medienproduktion viele verschiedene Rollen umfassen kann,
- ✓ dass es verschiedene Wege gibt, wie ein Text Menschen ansprechen kann,
- ✓ dass die von Medieninstitutionen produzierten Texte zahlreiche Produktionsstufen durchlaufen und komplexe Entscheidungsprozesse umfassen,
- ✓ dass es Unterschiede zwischen einer einfachen Produktion (z.B. Bleistift und Papier, Fotos), komplexer Produktion (z.B. Video, Druck) und industrieller Produktion (z.B. Rundfunk, Postwurfsendungen) gibt.

## Baustein 2

1. Medien- hersteller	2. <b>MEDIENKATEGORIEN</b>				
-----------------------------	-------------------------------	--	--	--	--

### Was wird gesendet?

Woran denken wir als erstes, wenn wir den Ausdruck „TEXT“ hören? Sicherlich nicht an Fernsehen, Zeitung, Rundfunk, geschweige denn an noch genauere Unterteilungen der einzelnen Medienarten, wie Zeichentrickfilm, Wildwestfilm usw. *TEXT* wird im allgemeinen Sprachgebrauch immer nur als **Gefüge von sprachlichen Zeichen** verstanden - doch was spricht eigentlich dagegen, auch *Gefüge von audiovisuellen Zeichensystemen* als mit einer bestimmten Bedeutung versehene Mitteilungen zu betrachten und sie ähnlich der bislang herkömmlichen Textbotschaft zu entschlüsseln?

Kleine Kinder verwenden unterschiedliche und oft auch inkonsequente Bezeichnungen, wenn sie **Medientexte** benennen und unterscheiden: Sie sagen: „Zeichentrickfilm“, „Sendung“ oder einfach „Film“ und meinen häufig ein und dieselbe Fernsehsendung. Ausgeprägter ist aber die Unterscheidungsfähigkeit zwischen verschiedenen **Medienarten** wie Fernsehen, Rundfunk, Zeitung.

**Medienerziehung** verbessert die Fähigkeit der Kinder, *Medien-Textsorten* zu unterscheiden und sie Gruppen zuzuordnen, die der Bedeutungserkennung dienen. Warum das so wichtig ist? - Wenn man z.B. erkennt, dass ein Film in die Kategorie „Science Fiction und Fantasy“ fällt, ist es leichter zu verstehen, warum Teile davon unglaublich wirken.

Wie kann man beginnen, Kindern diese Unterscheidungsfähigkeit beizubringen?

Nachdem die Kinder verschiedene Medien bezeichnet haben, z.B. Film, Fernsehen, Rundfunk, Zeitung, Buch, können sie deren spezifischer Eigenart auf den Grund gehen:

*Wie ändert sich eine Geschichte, wenn sie verfilmt wird? (z.B. Harry Potter, Der Herr der Ringe)  
Bringen Fernsehen, Rundfunk und Zeitung die gleichen Aspekte einer Nachricht?*

**Medientexte** können in Untergruppen, auch generische Gruppen genannt, unterteilt werden, so z.B. in die bereits erwähnten

Fantasy- bzw. Science Fiction-Geschichten,  
Soap-Operas,  
Geistergeschichten,  
Abenteuergeschichten  
u.v.m.

An dieser Stelle werden Sie möglicherweise einwenden: „Ist denn das überhaupt wichtig? Werden die Kinder durch derart aufgeschlüsselte Analysen nicht überlastet?“

**Als ein Beispiel** für die Sinnhaftigkeit der Schulung der Unterscheidungsfähigkeit sei der Fall eines Zehnjährigen angeführt, der nicht verstand, was „die Macht“ in dem Film „Der Krieg der Sterne“ bedeutete. Man schlug ihm vor, sich „die Macht“ als Zauberei vorzustellen. Seine Antwort war: „Aha, dann ist Obi von Kenobi so eine Art Zauberer“ und er begann, sinnvolle Überlegungen darüber anzustellen, wie ein Science-Fiction-Film nach den Gesetzen der Märchen ausgelegt werden könnte.

Das Wissen und Verständnis um die Art des Medientextes hat also wesentlichen Einfluss darauf, wie wir ihn „lesen“, interpretieren und Vorhersagen über das Kommende treffen, kurz wie wir ihn, den Medientext, entschlüsseln. Missverständnisse, und sogar die Ablehnung von Medientexten, lassen sich häufig auf einen Mangel an generischem Verständnis zurückführen. Indem wir den Kindern ein breites Spektrum diverser Texte vorlegen und Quervergleiche fördern, helfen wir ihnen, ihr bestehendes Wissen zu organisieren, das neue Material mit mehr Selbstvertrauen zu verarbeiten und auch die Möglichkeiten für eigenes Medienschaffen zu erweitern.



Im Folgenden nun  
zusammengefasst die  
drei Kategorien, die für  
die Entwicklung des  
kindlichen  
Medienverständnisses  
nützlich sind:

**1) Die Medien als solche,**

wie zum Beispiel Kino, Fernsehen usw.

**2) Die Medienformen,**

wie zum Beispiel Nachrichten, Fiktion, Dokumentation, leichte Unterhaltung usw. (diese beziehen sich hauptsächlich auf die Absichten der Produzenten, beeinflussen aber auch unsere Erwartungen und unser Verständnis)

**3) Das Genre,**

wie z.B. Western, Liebesgeschichte, Abenteuergeschichten, Fantasy und Science Fiction-Geschichten usw. (dies bezieht sich hauptsächlich auf die Art und Weise, wie Empfängergruppen einen Text erfahren und aufnehmen)

Fast jeder Medientext vereinigt alle diese Kategorien in sich: Beispielsweise kann

„BUGS BUNNY“ eine Fernsehsendung (Kategorie 1),  
leichte Unterhaltung (Kategorie 2) und  
eine komische Abenteurserie (Kategorie 3) sein.

Aus diesem Beispiel lassen sich aber noch weitere Unterscheidungsmerkmale anderen Sendungen gegenüber ableiten: So ist

„BUGS BUNNY“ eine Serie von in sich abgeschlossenen Episoden (im Gegensatz  
zu Fortsetzungsserien wie z.B. „Lindenstraße“),  
ein Zeichentrickfilm und  
eine Kindersendung.

Das Wissen um diese Kategorien trägt zum größeren Verständnis bei den Adressaten bei und hilft bei der Entschlüsselung.

Natürlich lassen sich nicht alle Texte so einfach in Kategorien einordnen. Wenn ein Film im Fernsehen gesendet wird, ist das dann Film oder Fernsehen? Wenn wir die Videokassette vom Verleih holen und dann daheim spielen, ist das wieder etwas anderes? Bei all den Überlegungen, die wir über Medienkategorien anstellen, sollten wir diese hinterfragen, ihre Grenzen abstecken und neue erfinden.

Konzeptuell wichtig ist in diesem Bereich nicht so sehr das Wissen, in welche Kategorie ein Text eingeordnet werden soll, als das Verstehen, dass die Einordnung sich darauf auswirkt, wie wir den Text aufnehmen und über ihn denken.

## **Vorschläge zur Formulierung von Bildungs- und Lehraufgaben:**

(Welche Lehrziele lassen sich der Frage nach dem TEXT zuordnen?)

Die Kinder sollen **befähigt** werden

- ✓ zwischen Medien (Kino, Fernsehen, Video, Rundfunk, Bücher, Zeitung) zu unterscheiden
- ✓ verschiedene Medienformen (Nachrichten, Fernsehspiel, Fiktion, Werbung, Kommentar, Dokumentarsendung) zu benennen
- ✓ Genres (Seifenoper, Superman-Abenteuer, Geistergeschichte usw.) zu bezeichnen und zeitliche Unterschiede in Texten zu benennen
- ✓ eine Kategorie in eine andere zu übertragen (z.B. eine fiktive Geschichte zu einer Nachrichtensendung umzugestalten, ein Superman-Abenteuer zu einer Komödie umfunktionieren usw.)
- ✓ Medium, Form und Genre für eine Eigenproduktion zu wählen und die Gründe für die Wahl zu benennen.

Die Kinder sollen **erkennen** und **verstehen**

- ✓ dass ein Medientext in drei verschiedene Ebenen eingeordnet werden kann (z.B. „Krieg der Sterne“ ist ein (Kino)Film, eine Fiktion, ein Raumfahrtabenteuer)
- ✓ dass es bestimmte Faktoren gibt, die die Unterscheidung zwischen den Kategorien bestimmen (z.B. Kino unterscheidet sich vom Rundfunk, weil sie unterschiedliche Technologien verwenden und von den Adressaten auf verschiedene Weise genutzt werden; Nachrichten unterscheiden sich von Fernsehspielen, weil sie zeigen sollen, was wirklich geschehen ist, usw.)
- ✓ dass es technologische und institutionelle Unterschiede zwischen den Medien gibt (z.B. Was braucht man für eine Tonbandaufzeichnung in der Schule - und was braucht man für die internationale Übertragung einer Sportveranstaltung?)
- ✓ dass jedes Medium seinen spezifischen Charakter und seine spezifische Sprache aufweist (so ist z.B. ein Film im Fernsehen nicht dasselbe wie im Kino; eine Geschichte im Buch nicht dieselbe wie im Film).

## Baustein 3

1. Medien- hersteller	2. Medien- kategorien	3. <b>MEDIENTECHNOLOGIEN</b>			
-----------------------------	-----------------------------	---------------------------------	--	--	--

### Wie wird der Text gemacht?

Audio-visuelle *Texte* werden *produziert* - wie sie geschaffen werden, unter welchen Bedingungen sie entstehen, all das hat sehr viel mit den **Mediensprachen**, den Textinhalten, den Textaussagen und damit natürlich auch mit den Textwirkungen zu tun. Welche Medientechnologie aber wo angewandt wird, hat sehr viel mit Fragen wie Wirtschaftlichkeit und Macht zu tun.

Wie können wir derart schwierige Begriffe kleinen Kindern begreiflich und verständlich machen? Technologie beginnt nicht erst in technisch hoch entwickelten Bereichen, auch die Frage, ob eine Zeichnung mit Bleistift oder mit Filzstift gemacht wird, kann und soll mit den Kindern diskutiert werden. Ob ein Text mit der Hand oder mit dem Computer geschrieben wird, wirkt sich nicht allein auf sein Aussehen aus, die Unterschiedlichkeit der Technologie wird in der Folge auch ihre Auswirkungen darauf haben, wie die Menschen über den Text denken. *Das Fotokopieren der Klassenzeitung wäre teuer, würde aber eine größere Empfängergruppe erreichen als einige wenige Exemplare.* Wir sehen, Medienerziehung darf sich nicht darauf beschränken, wie teure Geräte wie z.B. Videokameras „richtig“ bedient werden, sie muss das gesamte Spektrum der Medientechnologien vom Einfachen (Tontafeln, Kreide, Schiefertafeln) bis hin zum Industriellen (Fernsehen, Zeitungen) umfassen.

Kehren wir zu den im ersten Absatz erwähnten Begriffen wie Wirtschaftlichkeit und Macht zurück. Diese Begriffe führen zum Bereich der **Medienhersteller und -anbieter**. Wer kann es sich leisten, riesige Kulissen für Familienserien aufzubauen oder Nachrichtenteams in ferne Länder zu schicken?

**Medientechnologien** - wie alle Schlüsselfragen der Medienerziehung - sind auch eng mit den **Mediensprachen** verzahnt. Die Verschiedenheit der Technologien wirkt sich auf die Bedeutung eines Textes aus. **Ein ganz einfaches Beispiel** für die Kinder zum Nachdenken:

*Wie würde ein Fußballspiel ausschauen, wenn es mit einer einzigen Videokamera anstelle eines Teams von fünf oder mehr Kameraleuten und eines Mischpults gefilmt würde?*

Bei Medientechnologien sind wir versucht, an Informationen und technische Fertigkeiten zu denken. Diese sind natürlich wichtig. Aber erst, wenn ein Zusammenhang zu den anderen Bereichen der Medienerziehung aufgezeigt wird, können wir den Kindern die Möglichkeiten der Medientechnologien wirklich veranschaulichen. Dann erkennen die Kinder mühelos die **Medientechnologien** als **Werkzeuge** der **Mediensprachen**.



**Vorschläge zur Formulierung von Bildungs- und Lehraufgaben:**  
(Welche Lehrziele lassen sich aus dem soeben Gesagten ableiten?)

Die Kinder sollen **befähigt** werden (altersmäßig aufsteigend)

- ✓ einfache technologische Unterschiede zwischen und innerhalb der Medienformen (vgl. Kategorien) zu benennen (z.B. Unterscheidung zwischen Kino und Fernsehen sowie zwischen Filmen mit lebendigen Darstellern und Zeichentrickfilmen), Entscheidungen über die Verwendung von verfügbaren Medientechnologien (z.B. Filzstift/Malfarbe, Foto/Zeichnung) zu treffen und die getroffene Wahl besprechen und begründen, grundlegende Geräte zu handhaben (z.B. Pinsel, Audiokassettenspieler, Autofocuskamera, Lochkamera, Videorekorder usw.)
- ✓ unterschiedliche Eigenschaften diverser Medientechnologien (z.B. bei Trickfilmen: gezeichnet, ausgeschnitten, Computergraphik, dreidimensional, auf den Film gemalt) zu benennen.
- ✓ verschiedene Medientechnologien zu handhaben (z.B. Fotoapparat, Computer, Videokamera, Audiorekorder, Filmkamera, Mikrofon)
- ✓ Grafiken für Videos oder einfache Layouts für eine Zeitung oder eine Zeitschrift zu planen und zu gestalten, einfache redaktionelle Zusammenstellungen von Tonbändern, Filmen oder Filmen durchzuführen, aufgenommenes oder gefilmtes Material zu protokollieren sowie Schlussredaktionen zu planen.

Die Kinder sollen **erkennen** und **verstehen**,

- ✓ dass sich die Wahl der technologischen Mittel auf die Bedeutung eines Textes auswirkt,
- ✓ dass Kategorien und Formen auch unsere Erwartungen und unser Verständnis in Bezug auf einen Text beeinflussen,
- ✓ welchen Unterschied die Wahl der technologischen Mittel für die Bedeutung des Textes macht,
- ✓ dass sich die Technologien im Laufe der Zeit geändert haben und ständig weiteren Änderungen unterworfen sind.

## Baustein 4

1. Medien- hersteller	2. Medien- kategorien	3. Medien- technologien	4. <b>MEDIENSPRACHEN</b>		
-----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	--	--

### Wie wissen wir, was der Text bedeutet?

Auf den ersten Blick, aber nur auf den ersten, erscheinen visuelle Texte transparent - sie sind so durchsichtig, dass sie keine Worte brauchen. In Wirklichkeit jedoch haben alle Medienformen spezielle Regeln der **Bedeutungsverschlüsselung** und **-entschlüsselung** und damit der Bedeutungsvermittlung. Wir wollen sie hier **Konventionen** nennen, und die Kinder lernen viele dieser Konventionen schon lange, bevor sie in die Schule kommen.

So bewies ein Fünfjähriger sein Verständnis über Schnitte zwischen gleichzeitigen Ereignissen mit den Worten: „*Sie kämpfen auf der Erde zur selben Zeit wie im Welt-raum.*“ Gefragt, wie er zu diesem Schluss komme, antwortete er: „*Mitten im Kampf hat es ein anderes Bild gegeben.*“ So hatte er offenbar Einsicht in die Konvention gewonnen, dass Schnitte zwischen Handlungsszenen bedeuten können, dass Dinge gleichzeitig passieren. Mit zunehmendem Alter und zunehmenden Kenntnissen über Mediensprachen wird er lernen, dass diese Konventionen nicht für alle Medien oder Medienformen gelten. In Fernsehnachrichtensendungen oder Dokumentationen können Schnitte etwas ganz anderes bedeuten. Ein Roman hingegen signalisiert Gleichzeitigkeit mit Worten wie „mittlerweile“ oder Gliedsätzen wie „während dies geschah“.

Der Begriff **Konvention** ist breit gefasst und bedeutet eine festgelegte und allgemein anerkannte Art und Weise, wie ein Medientext bestimmte Bedeutungen oder Ideen vermitteln, symbolisieren und zusammenfassen kann. Die Nahaufnahme in Comics, Filmen und Fernsehspielen zwecks dramatischer Emphase ist eine Konvention genauso wie Fettgedrucktes oder Kursivschrift in Druckerzeugnissen. In Hörmedien sind wiederum Wind, Vogelgezwitscher, Kirchenglocken, knarrende Türen häufig gebrauchte Klangeffekte.

Wenn Konventionen zu **klar voraussagbaren Gebrauchsmustern** werden - wie z.B. bei den Schlagzeilen im Fernsehen oder in den Comics für Kinder - dann bezeichnen wir das Zusammengefasste als **Code**. Wir entschlüsseln sie mühelos, aber genau wie beim Lesen von geschriebenen oder gedruckten Texten hängt die Bedeutung, die wir den Codes geben, weitestgehend von dem Wissen ab, das wir dem Text entgegenbringen - von unserem Wissen, von unseren Erfahrungen. Wenn ein Text auf unvorhergesehene Weise funktioniert oder mit Konventionen bricht, können wir trotzdem unser Vorwissen zu Hilfe rufen und einen Sinn daraus *machen*.

Ein zu wörtlicher Vergleich zwischen gesprochener und geschriebener Sprache und den „Sprachen“ der verschiedenen Medien kann unproduktiv sein.

Aber die Einsicht, dass jedes Medium in einer gewissen Weise seine eigene Sprache hat, seine eigene Art, Dinge auszudrücken, ist ein wichtiges, sogar zentrales Prinzip der Medienerziehung.

Wie wir schon im Zusammenhang mit den Medienherstellern und -anbietern gehört haben: Alles in einem Medientext ist zweckorientiert und trägt zur Bedeutung des Textes bei, so wie letzten Endes auch Wörter nicht zufällig auf ein Blatt Papier gelangen.

Genauso wie wir beim Lesen nicht einfach ein Wort nach dem anderen isoliert lesen, sondern ununterbrochen Vermutungen darüber anstellen, wie der Rest des Satzes, Absatzes, Kapitels und des ganzen Buches weitergehen wird, so lesen wir Medientexte nicht Bild für Bild, Ton für Ton, sondern passen sie in unsere sich ständig erweiternden Erwartungen in Bezug auf die spezielle Art von Text ein. Wenn wir Mediensprachen untersuchen, so müssen wir auch die Struktur der Medientexte anschauen:

*Warum folgt diese Einstellung jener?*

*Wird dieser Handlungsträger ein Guter oder ein Bösewicht sein?*

*Wird es ein trauriges oder glückliches Ende geben?*

*Warum wird eine lustige Meldung am Ende der Nachrichtensendung gebracht?*

*Warum ist der Sport auf der (den) letzten Seite(n) platziert?*

*Warum wurde gezeigt, wie die handelnden Personen abfahren und ankamen, aber nicht die Reise dazwischen?*

*Warum hat man diesen Teil in der Rückblende und nicht in der Reihenfolge der tatsächlichen Ereignisse gezeigt?*

Eine Diskussion darüber, wie Medientexte strukturiert sind (sei es die erzählende Struktur einer Geschichte, die Reihenfolge der Meldungen in den Nachrichten oder das Layout einer Zeitungs- oder Werbeseite), hilft den Kindern, über ihre eigenen Produktionen und die anderer Menschen systematisch nachzudenken.

Die meisten Erwachsenen sind so an etablierte Medienkonventionen wie Nahaufnahmen oder den Wechsel zwischen den handelnden Personen gewöhnt, dass sie diese nur mit Mühe als Element einer Sprache betrachten können; dennoch sind die Bedeutungszuweisungen eingelernt.

Kinder zeigen beträchtliche Unterschiede hinsichtlich des Alters, ab dem sie Konventionen verstehen und nutzen lernen. Schließlich und endlich sind auch andere Fähigkeiten, wie die Fertigkeit, Medien lesen zu können, eine Kombination der Intelligenz des Kindes, seiner Erfahrung mit den Medien und seiner Entwicklungsstufe. Wenn es auch schwierig ist, ein genaues Alter zu bezeichnen, ab dem die Kinder in diesem Bereich medienkompetent sind, gibt es zahlreiche Hinweise, wonach die meisten Kinder ab einem Alter von etwa acht Jahren imstande sind, Medienkonventionen zu verstehen, auch wenn sie keinen formellen Unterricht erfahren haben.

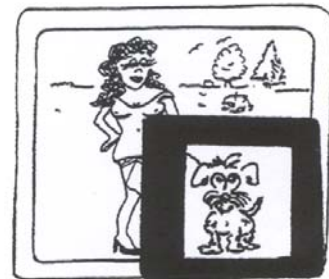
Rahmen oder Masken aus Pappkarton verwenden, um festzustellen, welcher Bildausschnitt der beste für unseren Zweck ist;



Welcher Bildausschnitt ist der beste für unseren Zweck ?

Anm. der Autorin:

Die Illustration zur Wahl der jeweiligen Bildausschnitte kann/soll zu Gesprächen darüber anregen, dass und wie Werbung Abbildungen von attraktiven Menschen (in der Mehrzahl Frauen) für ihre Zwecke verwendet.



...ab 6 Jahren...



...ab 18 Jahren...



...ab 60 Jahren...

Kenntnisse der Kinder in den Mediensprachen können systematisch konsolidiert und erweitert werden, speziell mittels praktischer Arbeit. Wir könnten Kinder anregen, verschiedene Ausdrucksmöglichkeiten für ihre Ideen auszuprobieren und darüber zu entscheiden, was ihrer Meinung nach für den jeweiligen Zweck am wirkungsvollsten ist.

Dazu können wir beispielsweise eine Gruppe von Bildern anordnen, um eine Geschichte zu erzählen; ein Mikrofon an verschiedenen Positionen aufstellen, um einen Sinn für „Entfernung“ bei Tonaufnahmen zu entwickeln; eine Videokamera an einen Monitor anschließen, um einen Kameraschwenk zwischen den DarstellerInnen auszuprobieren und zu diskutieren.

Dabei können die Fragen und Impulse, je nach Alter und Reife variiert werden:

*„Das ist wieder eine Nahaufnahme, nicht wahr?“*

*„Wieso ist dieses Bild eigentlich anders als das vorherige?“*

*„Wenn wir hier nur zuhören, ohne das Bild zu sehen, was sagt uns der Ton?“*

Diese Art von **'Mediensprachbewusstsein'** kann schon sehr früh gefördert werden, wenn LehrerInnen die Tatsache erkennen und nutzen, dass Kinder gerne über Medien reden.

## Vorschläge zur Formulierung von Bildungs- und Lehraufgaben:

(Was sollten, könnten Kinder können und wissen)

Die Kinder sollen **fähig** sein,

- ✓ folgende Erscheinungen zu beobachten, zu bezeichnen und zum Teil in eigenen Medientexten zu verwenden:
  - verschiedene Kamerawinkel und Entfernungen
  - Anordnungen von Menschen und Dingen in einer Einstellung
  - Unterschiede im Klang und Verstärkungsgrad
  - Farbe, Schwarzweiß, Unterschiede im Farbton, Hell und Dunkel, Scharfeinstellung und Weichzeichner
  - verschiedene Übergänge zwischen Aufnahmen (z.B. Ausblenden, Schnitt; Wischen)
  - Kamerabewegungen (z.B. Schwenk, Teilbildverzerrung, Zoom)
  - Unterschiede in Schrift, Druckgröße und Schriftart
  - Unterschiede in Papiergröße und -qualität,
- ✓ strukturierende Merkmale wie Musik, Spezialeffekte, Ort, Innen-, Außenaufnahmen, PräsentatorInnen, KommentatorInnen zu bezeichnen und darüber reden,
- ✓ zwischen Präsentieren (z.B. Nachrichten lesen, Programme ansagen) und Spielen (z.B. eine Rolle in einem Fernsehspiel oder Werbespot spielen) zu unterscheiden,
- ✓ den Einsatz von Konventionen in Medientexten zu erklären und darüber zu reden (z.B. Sprechblasen und Rahmen in Comics, Schlagzeilen und Fotos mit Bildunterschriften in Zeitungen: Zoomaufnahmen, Schnitte und Überblendungen im Film und Fernsehen),
- ✓ redaktionellen Verfahren im Film und Fernsehen zu folgen,
- ✓ die Funktion von Raum und Zeit für die Erzählung einer Geschichte zu erkennen,
- ✓ einen audiovisuellen Text zu planen, zu entwickeln und für ein Storyboard zu zeichnen,
- ✓ mit Konventionen zu experimentieren.

Die Kinder sollten **wissen** und **verstehen**

- ✓ dass alle Teile eines Medientextes eine Bedeutung haben und absichtlich hineingegeben wurden (Prinzip der KONSTRUKTION),
- ✓ wie das Konzept der Konvention zu Stande kommt,
- ✓ dass Objekte symbolisch verwendet werden können (z.B. Aussagekraft von Automarken),
- ✓ dass jede Medienform in einem gewissen Maß ihre eigene Sprache hat, die sich im Lauf der Zeit entwickelt und sich weiterentwickeln wird,
- ✓ dass die Bedeutung eines Textes geändert werden kann, indem man Teile löscht / Teile hinzufügt / die Reihenfolge der Teile ändert.

## Baustein 5

1. Medien- hersteller	2. Medien- kategorien	3. Medien- technologien	4. Medien- sprachen	<b>5. MEDIENEMPFÄNGER</b>	
-----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	---------------------------	-------------------------------	--

### Wer empfängt den Text? Wie nehmen wir ihn auf?

Der erste Medienempfänger, dessen sich ein Kind bewusst wird, ist es selbst. Medienerziehung kann also damit beginnen, Kindern die Möglichkeit zu vermitteln und sie dazu zu ermutigen, über ihre eigenen Erfahrungen mit den Medien und ihre Reaktionen darauf zu sprechen:

*Warum mag ich Zeichentrickfilme?*

*Warum finde ich die Nachrichten langweilig?*

*Warum darf ich den Abendfilm nicht sehen, die anderen aber schon?*

Wie aus der letzten Frage ersichtlich, entwickeln Kinder sehr bald einen Sinn dafür, dass es neben ihnen und ihrer unmittelbaren Gruppe noch andere Empfänger gibt. So lernen sie es, sich unterschiedliche Anspruchsgruppen vorzustellen, die einen Text anders auffassen könnten. Damit Hand in Hand kann die Überlegung laufen, wie sie selbst Texte, einfache Texte für Menschen herstellen könnten, die ihnen persönlich nicht bekannt sind. Dazu kann Medienerziehung viel beitragen. Selbst eine ganz kleine Gruppe, die über einen Medientext diskutiert, kann zu einer Reihe von verschiedenen Interpretationen gelangen:

**Darüber, über die Unterschiedlichkeit, nachzudenken und die Herkunft der Unterschiede zu ergründen, ist wesentlich produktiver als die Suche nach der 'richtigen' Antwort. Alter, Geschlecht, soziale Herkunft genauso wie der persönliche Hintergrund beeinflussen die Interpretation.**

Wenn Kinder einen Text für ein reales und spezielles Publikum, wie z.B. noch jüngere Kinder, machen, motiviert sie das zusätzlich und fördert den Prozess der Entscheidungsfindung.

Kinder können so verstehen lernen, wie Texte gemacht werden, damit diese bei verschiedenen Empfängergruppen auch ankommen. Die Betrachtung der Empfängergruppen wiederum dient als Ansatzpunkt, um zum ersten Mal bewusst über **Stereotypisierung** nachzudenken. Hier können wir der Frage nachgehen, was Medienproduzenten geeignet finden könnten für:

*Frauen - Kinder - Männer*

*arme Leute - reiche Leute*

*Ausländer - Inländer usw.*

Wir können die Kinder auch dazu ermutigen, **Fragen der Programmgestaltung** im Fernsehen oder dem Verhältnis zwischen Medienkonsum und anderen Bereichen des Lebens nachzugehen, wie z.B.:

*Warum werden Frauensendungen am Nachmittag ausgestrahlt?*

*Warum werden Kindersendungen zwischen ... und ... Uhr gezeigt? Bist du damit einverstanden?*

*Wer sieht wohl spät in der Nacht/früh am Morgen fern? usw.*

Zur **Frage der Empfängergruppen** gehört auch die Überlegung, wie man die Gruppen erreicht:

*Wie bringen wir Menschen zum Zuhören und Zuschauen?*

*Welche Techniken könnten wir verwenden?*

*Welche Techniken verwenden die Medienproduzenten, um die Aufmerksamkeit zu erregen und sie zu behalten? (z.B. große Schlagzeilenlettern, attraktive Fotos, Musik...)*

Die **Frage der Technologie** führt sodann zu wirtschaftlichen und technischen Fragen:

*Wie kommt man in die Zeitung?*

*Wie erfährt man von einem neuen Buch oder Film?*

In diesem Zusammenhang ergibt sich das Thema „**Werbung und Marketing**“ fast zwangsläufig. Da aber sollten wir nicht allein vom Standpunkt des Medienproduzenten, sondern auch vom Standpunkt des Empfängers sprechen:

*Wie treffen Empfänger Entscheidungen über ihre jeweilige Mediennutzung?*

*Wer bestimmt, was gelesen, gehört, angeschaut wird?*

*Welche Gründe werden da angeführt?*

Gehen wir diesen Fragen nach, indem wir z.B. persönliche Aufzeichnungen lesen oder eine Klassenumfrage studieren, so können wir die Kinder auf Fallen der **Publikumsforschung** hinweisen:

*Was bedeuten Begriffe wie 'zuschauen', 'lesen', 'sehen' oder 'zuhören' eigentlich wirklich?*

*Wer entscheidet daheim, welche Videokassetten ausgeborgt, welche Sendungen angeschaut werden?*

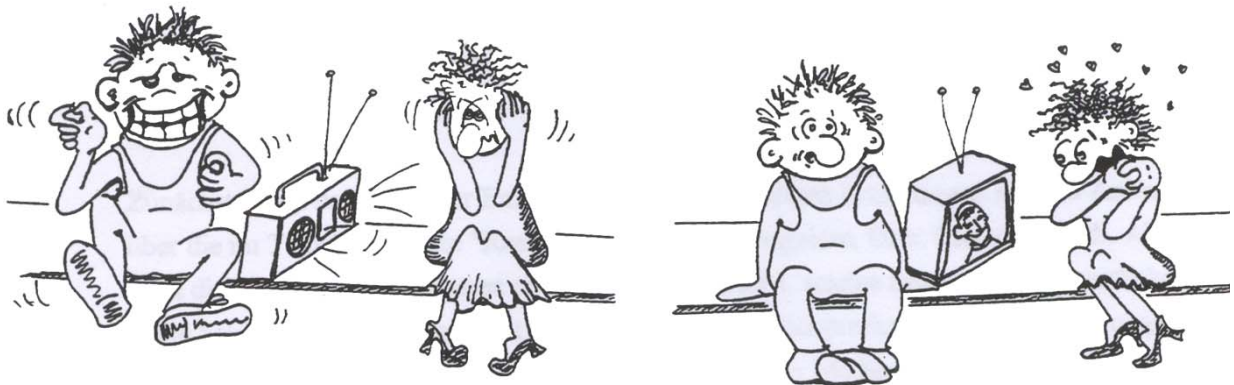
*Welche Seite in der Zeitung/Zeitschrift nehmen wir uns zuerst vor?*

*In welchem Zimmer (oder in welchen Zimmern) steht der Fernsehapparat?*

Mit all diesen Überlegungen können wir die Kinder ermutigen, sich nicht notwendigerweise oder immer als einen undifferenzierten Teil eines Massenpublikums zu sehen, sondern ihre Macht als aktive, kritische Mediennutzer zu erkennen.



Es ist oft nicht ganz leicht sich vorzustellen, dass die Wirkung eines Textes anders ist, als sich das ProduzentInnen vorgestellt haben. **Wir können aber Widerstand leisten, den Text anders verstehen, jede/jeder kann unterschiedlich reagieren und darüber auch sprechen.** Indem Kinder ihre Reaktionen auf ihre eigenen Texte erforschen und die Meinungen darüber den anderen Kindern mitteilen, können sie einen Sinn dafür entwickeln, dass die Resultate nie ganz vorhersehbar und oft schwer zu bezeichnen oder zu beschreiben sind. Damit überprüfen und hinterfragen wir die landläufige Vorstellung von Ursache und einheitlicher Wirkung bzw. überhaupt das einfache Modell des simplen Ursache/Wirkung-Verständnisses, wie z.B. „Fernsehen macht die Menschen passiv/gewalttätig/gut informiert/ängstlich...“



### **Vorschläge zur Formulierung von Bildungs- und Lehraufgaben:**

(Welche Fähigkeiten können wir entwickeln, was sollten Kinder in diesem Bereich verstehen und wissen?)

Die Kinder sollen **fähig** sein,

- ✓ ihre Reaktionen auf Medientexte zu benennen, zu begründen und darüber zu diskutieren, z.B.: Spaß, Langeweile, Ärger, Verwirrtheit, Furcht, Aufregung, Ablehnung, Identifikation...
- ✓ Methoden vorzuschlagen, wie man Medienprodukte bekannt macht, z.B. Ankündigung von 'Fortsetzung folgt nicht'; Nachspann, Verpackung, mündliche Weitergabe, TV- und Filmprogramme...
- ✓ einfache Umfragen über Mediennutzung bei Freunden und Bekannten durchzuführen und die Ergebnisse in Diagrammform zu illustrieren (ev. Projekt mit Mathematikunterricht),
- ✓ einen einfachen Medientext für eine bestimmte Empfängergruppe zu produzieren, z.B. Poster für Eltern, Zeitung für die Klassenzimmerwand...
- ✓ Hypothesen über mögliche Reaktionen einer persönlich nicht bekannten Empfängergruppe anzustellen,
- ✓ Texte, die an unterschiedliche Empfängergruppen gerichtet sind, z.B. 'Zeit im Bild' und 'News-Flash', zu vergleichen und Gründe für die Unterschiede und Ähnlichkeiten zu benennen,
- ✓ verschiedene Rahmenbedingungen (Kontexte) der Mediennutzung zu bezeichnen und sie miteinander zu vergleichen, z.B. Kino, Mediennutzung daheim, in der Schule...

Die Kinder sollen **verstehen**, dass

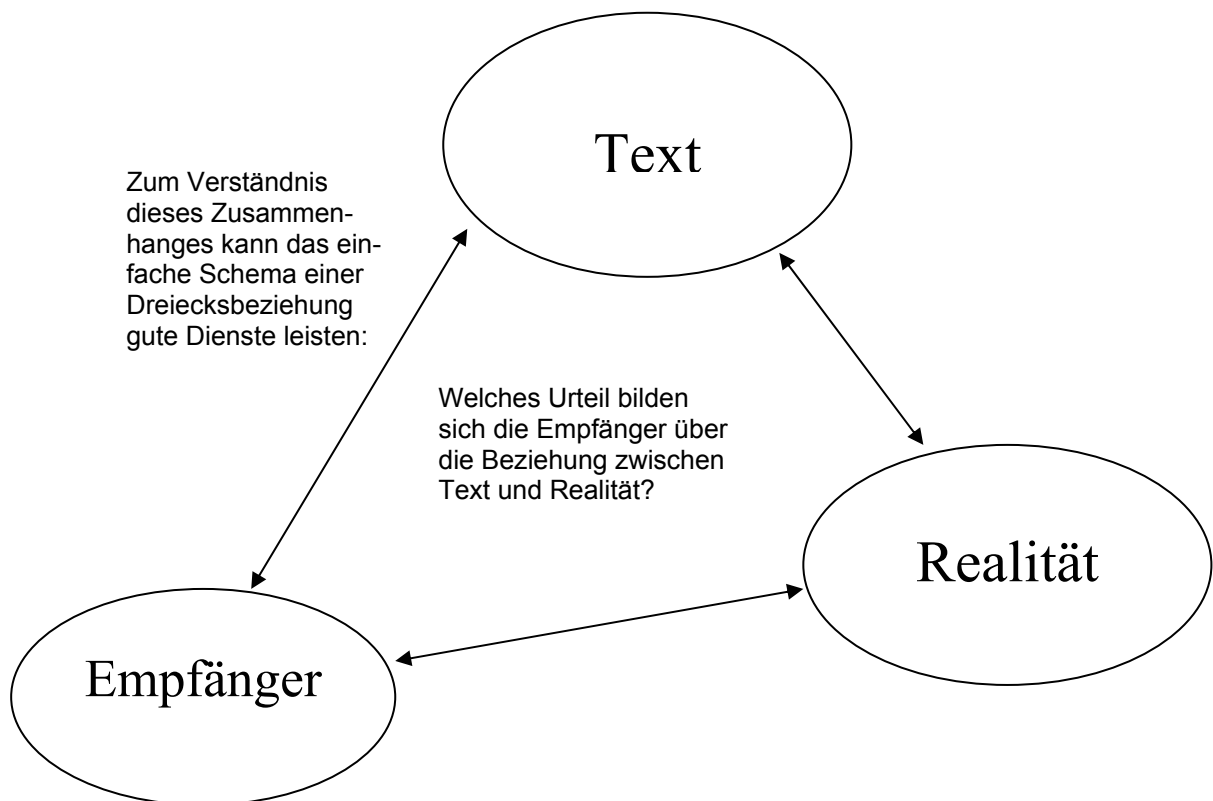
- ✓ verschiedene Leute Texte verschieden verstehen und genießen und dass diese Unterschiede mit Faktoren, wie Alter, Geschlecht, wirtschaftlichem Status, persönlichen Erfahrungen usw. zusammenhängen können
- ✓ die Entscheidung, eine bestimmte Empfängergruppe anzusprechen, Inhalt, Präsentation und Verbreitung des Textes beeinflusst
- ✓ sich Medientexte an eine Empfängergruppe richten, die die ProduzentInnen nicht persönlich kennen und die Auswahl der speziellen Gruppen häufig nach den Angaben der Marktforschung erfolgt
- ✓ verschiedene Rahmenbedingungen der Mediennutzung die Bedeutung eines Textes für die Empfängergruppe beeinflussen können, z.B. wo man den Text sieht/hört, mit wem, wann, in welcher Stimmung

## Baustein 6

1. Medien- hersteller	2. Medien- kategorien	3. Medien- technologien	4. Medien- sprachen	5. Medien- empfänger	<b>6. MEDIENDARSTELLUNGEN</b>
-----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	---------------------------	----------------------------	-----------------------------------

### Wie präsentiert der Text sein Thema?

Die Mediendarstellung kann ein schwieriger und oft auch strittiger Unterrichtsbereich sein. Warum? Häufig ist er zu eng gefasst; Überlegungen, wie ein Text sein Thema präsentiert, Fragen, wie sich Medieninhalte gegenüber der realen Welt verhalten, werden allzu gerne reduziert auf einige sicherlich bedeutende Themen wie Vorurteil, Sexismus usw. Das sind zweifellos wichtige Fragen, aber auch sie müssen in einem breiteren Zusammenhang der Darstellung betrachtet werden.



Zunächst hängt das Urteil der Empfänger von den jeweiligen Erfahrungen und Ansichten über die im Text dargestellte „Realität“ (Menschen, Ereignisse, Orte, Ideen usw.) ab. Aber auch die Umstände, unter denen er wahrgenommen wird, spielen eine nicht unwesentliche Rolle bei der Urteilsbildung, nicht zu vergessen den Medienproduzenten, die Gestaltungsmittel, ob man den Text hört/liest/sieht. Gerade bei der Frage der Mediendarstellung merken wir, wie die Bausteine, oder anders ausgedrückt, die **Schlüsselfragen der Medienerziehung, miteinander verzahnt** sind.

Das bis jetzt Gesagte mag auf den ersten Blick abstrakt erscheinen - einige im Zusammenhang mit Mediennutzung immer wieder fallende geradezu typische Gemeinplätze befassen sich gerade mit der Beziehung des Textes zur jeweiligen Wirklichkeit.

Zur Veranschaulichung einige Beispiele:



*„Auf dem Foto schaue ich entsetzlich aus!“*

*„Also, das war ganz genau wie im wirklichen Leben!“*

*„Ja, ja, ich weiß, die Story war ein Unsinn, aber trotzdem hat mir die XY irrsinnig Leid getan!“*

*„Das wirkt unheimlich gestellt“.*

*„Das Spielzeug sieht doch in der Werbung ganz anders aus!“*

Die Beispielsammlung lässt sich mühelos erweitern; je älter Kinder werden, umso häufiger taucht die Beziehung des Gesehenen/Gehörten mit deren „Wirklichkeit“ auf. Doch auch ganz Kleine können hier ansetzen: die Frage, wie „real“ denn ein Text ist, kann auch junge Kinder außerordentlich beschäftigen.

In der Beurteilung der Mediendarstellung greifen wir alle, auch Kinder, auf einen uns innewohnenden Standard über die Art der Realität in unserer Vorstellung zurück, der auf unserem Wissen, unseren Erfahrungen begründet ist. Eigentlich müsste man an dieser Stelle auch einfügen: gelegentlich ist unser Standard auf dem Mangel an Wissen und/oder Erfahrungen begründet. Meist unbewusst messen wir Mediendarstellungen an dieser Normvorstellung und bewerten sie entweder als überzeugend = „echt“ oder nicht glaubhaft = „gestellt“.

Medienerzieherisches Handeln muss also unweigerlich zur Frage führen, wie gültig unsere eigenen Realitätsstandards eigentlich sind. Stimmt unsere Ansicht von der Welt eher oder weniger mit der Realität überein als die eines jeweiligen Textes? All diese Fragen können dazu dienen, unsere eigene subjektive und beschränkte Wahrnehmung der Realität zu hinterfragen und zu erweitern. Wie wäre es z. B., männliche und weibliche Rollen in Kindersendungen gegen den Strich, d.h. gegen die übliche Stereotypisierung, zu besetzen?

Sobald Kinder von Medien reden, zeigen sie Interesse an der Beziehung zwischen Text und Realität. Der Begriff 'Realität' umfasst hier nicht allein die Wahrnehmung von Vorgängen in der realen Welt, sie schließt auch die emotionale Realität von imaginären Vorgängen mit ein: Was könnte passieren, wie würden wir uns verhalten, wenn diese imaginären Vorgänge stattfänden?



*Das Sterben einer Person in einer Geschichte ist zwar nur „vorgetäuscht“, kann uns aber doch zum Weinen bringen.*

*Die Gremlins sind zwar nur Puppen, lehren uns aber trotzdem das Fürchten. Eine Reportage über einen Unfall in den Nachrichten ist „wahr“, „wirklich“; empfinden wir ähnliche Gefühle wie beim imaginären Sterben einer uns in der Serie liebenswert und vertraut gewordenen Person?*

Wenn wir über verschiedene Realitätsebenen in verschiedenen Texten - oder sogar im selben Text - sprechen, schaffen wir eine gute Grundlage für die später komplexeren und schwierigeren Fragen der Mediendarstellung und Stereotypisierung.

**Wenn wir darüber nachdenken, wer wen darstellt und zu wessen Nutzen, wenn wir darüber nachdenken, wer davon Vorteile hat, wenn wir nachdenken, wer oder was nicht dargestellt wird, bringen wir alle Wissensbereiche, d.h. alle Schlüsselfragen ein, über die wir bis jetzt gesprochen haben.**

Es genügt nicht, bestimmte Bilder, bestimmte Stereotypen und Klischees zu erkennen, die Kinder sollen auch lernen, wie und unter welchen Umständen solche Bilder entstehen. Mit steigendem Alter können sich Kinder schon der Frage zuwenden, was in keinem Text dargestellt werden sollte. Probleme wie Zensur, Geschmack und Propaganda tauchen auf, Fragen über Pressefreiheit, Enthüllungsjournalismus werden relevant.

### **Vorschläge zur Formulierung von Bildungs- und Lehraufgaben:**

(Welche Fähigkeiten können wir entwickeln, was sollten Kinder in diesem Bereich verstehen und wissen?)

Die Kinder sollen **fähig** sein,

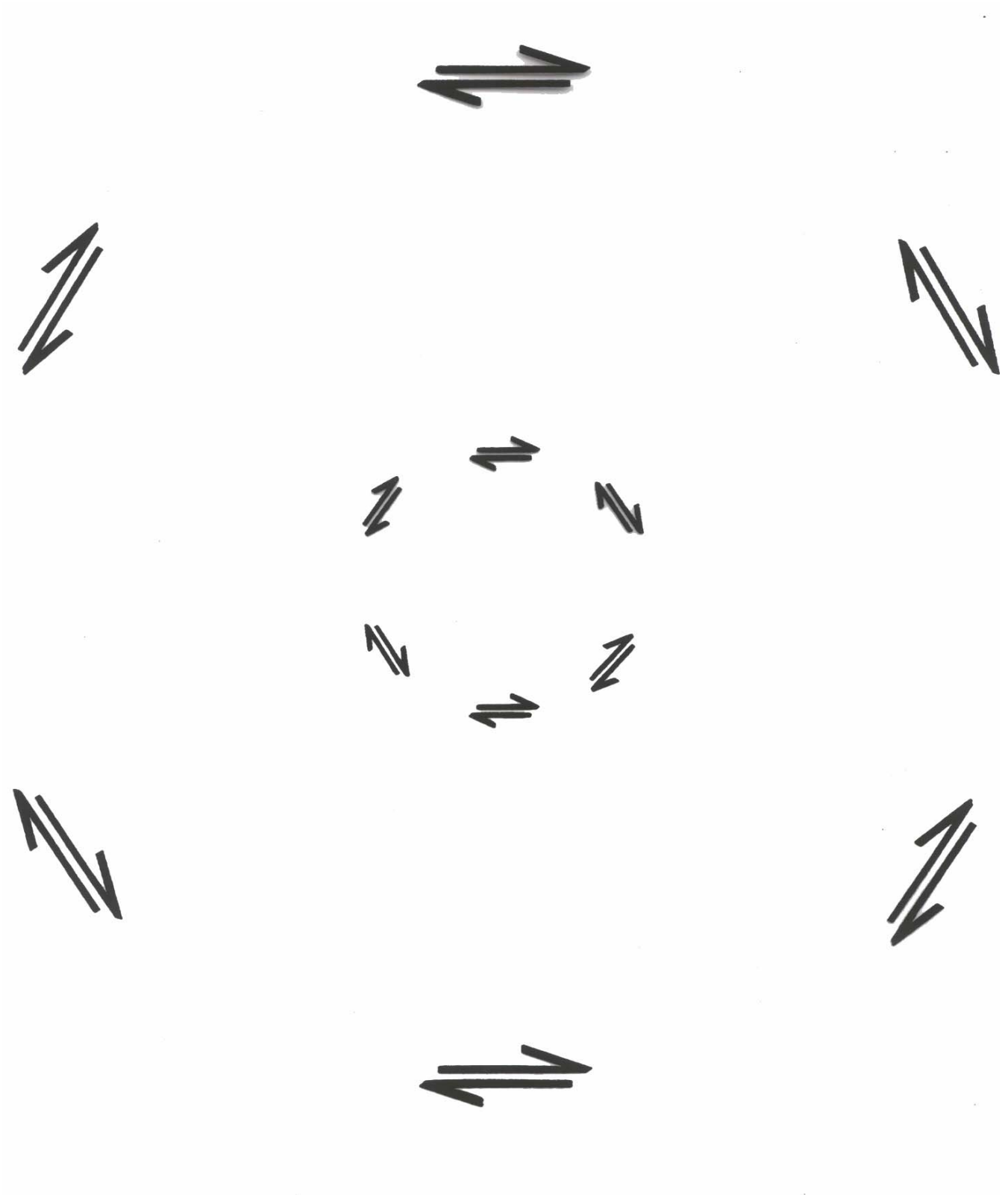
- ✓ die verschiedenen „Realitätsebenen in Medientexten zu beurteilen und nachzudenken, was „real“ bedeutet (so ist z.B. 'Das A-Team' realer als 'Bugs Bunny', weil echte Menschen darin vorkommen, aber nicht so real wie Nachrichten),
- ✓ Unterschiede in der Darstellung derselben Objekte und Menschen in verschiedenen Texten zu erkennen (z.B. eine Katze - im Märchen „Der gestiefelte Kater“ und in einer Folge von „Tom und Jerry“ jeweils in einem anderen Licht),
- ✓ zu entscheiden, wie man sich selbst und andere Menschen in einem Medientext (z.B. Foto) nach folgenden Kriterien darstellt: Größe der Figur im Bild, Kleidung, Hintergrund, Frisur, Kamerawinkel, Ausdruck, Position usw.,
- ✓ Objekte, Menschen oder Ereignisse von verschiedenen Standpunkten unter Verwendung verschiedener Medien darzustellen, verschiedene emotionale Zustände in Medientexten darzustellen,
- ✓ Unterschiede in der Darstellung von Objekten, Menschen und Ereignissen in verschiedenen Texten zu bezeichnen und zu erklären,
- ✓ Argumente gegen allfällige stereotype Darstellungen vorzubringen und Änderungen vorzuschlagen.

Die Kinder sollen **verstehen**, dass

- ✓ sich ein Medientext notwendigerweise von den Orten, Menschen oder Ereignissen, die er darstellt, unterscheidet, dieser Unterschied nach Art und Umfang verschieden ist und die jeweilige Empfängergruppe zu einem jeweils anderen Urteil über den Text gelangen kann,
- ✓ verschiedene Leute Texte verschieden verstehen und genießen und dass diese Unterschiede mit Faktoren, wie Alter, Geschlecht, wirtschaftlichem Status, persönlichen Erfahrungen usw. zusammenhängen können,
- ✓ die Entscheidung, eine bestimmte Empfängergruppe anzusprechen, Inhalt, Präsentation und Verbreitung des Textes beeinflusst,
- ✓ sich Medientexte an eine Empfängergruppe richten, die die ProduzentInnen nicht persönlich kennen und die Auswahl der speziellen Gruppen häufig nach den Angaben der Marktforschung erfolgt,
- ✓ verschiedene Rahmenbedingungen der Mediennutzung die Bedeutung eines Textes für die Empfängergruppe beeinflussen können, z.B. wo man den Text sieht/hört, mit wem, wann, in welcher Stimmung.

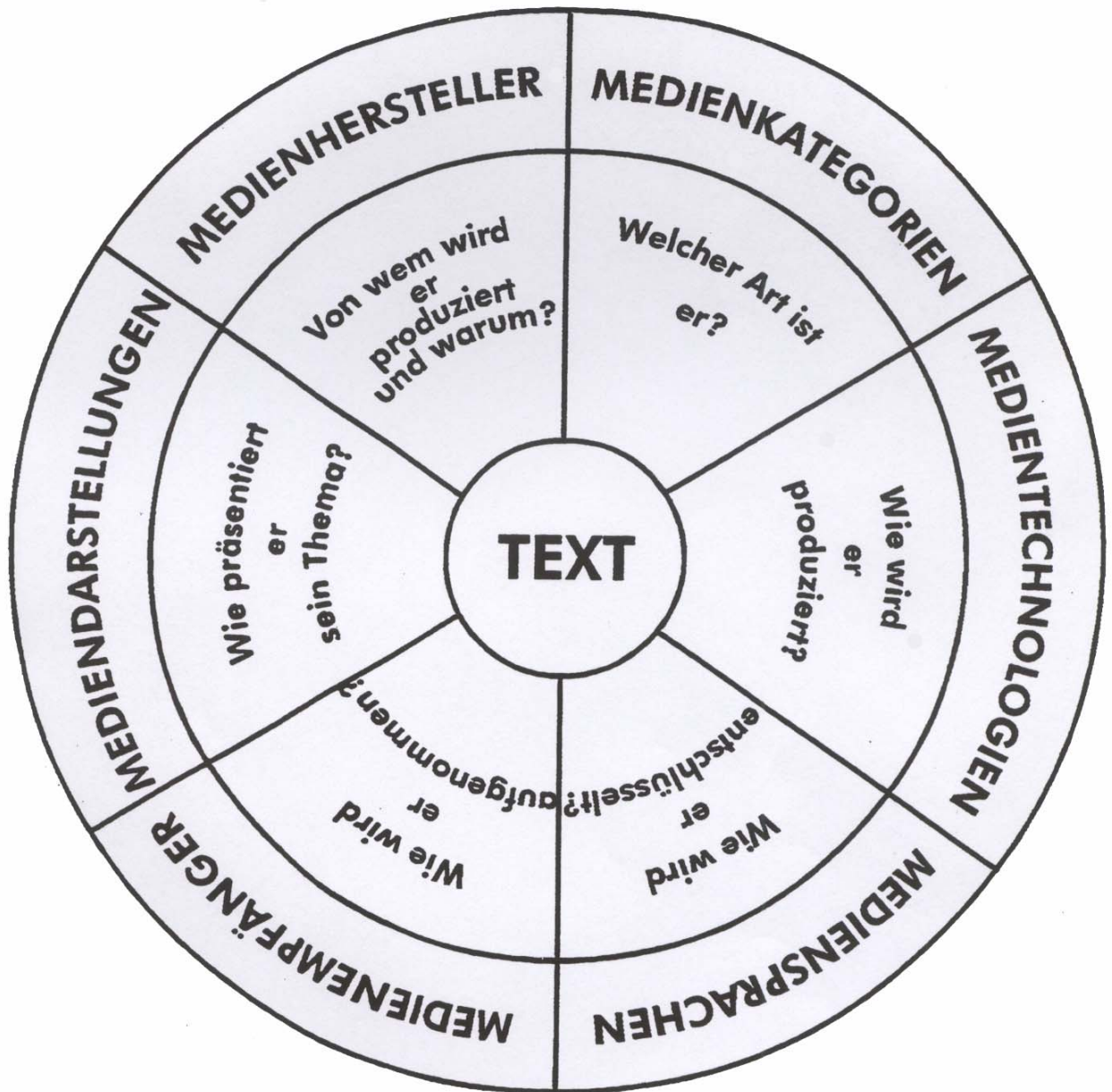








## Kommunikationsmodell / Kopiervorlage



Die Vernetzung der Bausteine kann durch Einzeichnen von Pfeilen auf einer Überlappungsfolie klar herausgearbeitet werden.



## Anhang

**Aktuelle Informationen zur Medienpädagogik finden Sie auf [www.mediamanual.at](http://www.mediamanual.at) sowie in der Vierteljahresschrift MEDIENIMPULSE (geht in einem Exemplar an alle Schulen Österreichs!)**

**Weitere Anregungen zur Medienerziehung finden Sie in unseren bewährten schriftlichen Arbeitsmaterialien.**

### Für die Grundstufe

- Heft 1:** ÜBERS FERNSEHEN REDEN - Anregungen zur Vor- und Nachbereitung von Fernsehangeboten; Vorschläge für Projekte mit und über Medien
- Heft 2:** HELDEN, HELDEN? - Medienfiguren als Identifikationsangebote – Medienerziehung zur Stärkung und Unterstützung des Selbstbewusstseins
- Heft 3:** AUS DER MEDIENWERKSTATT - mediale Alphabetisierung mit dem Ziel, aus passiven Medienkonsumenten aktive Mediennutzer zu machen
- Heft 4:** SCHÜLERZEITUNG - SchülerInnen machen eine Zeitung; Umgang mit Printmedien im Unterricht
- Heft 5:** ELTERNABEND - Anregungen zur Einbeziehung der Eltern in den Medienerziehungsprozess
- Heft 6:** SPASS MIT FERNSEHEN - Tipps zur Auf- und Verarbeitung von Fernsehsendungen



## **Ab der 5. Schulstufe**

**Heft 1:** IDENTIFIKATION - Stärkung und Annahme der eigenen Identität durch Hilfestellung bei der Einordnung der Medien in den Alltag

**Heft 2:** INFORMATION/DOKUMENTATION - Bewusstmachung des Umstandes, dass die Medien die Wirklichkeit nicht "abbilden" können, sondern dass sie eine eigene "Medien-Wirklichkeit" schaffen

**Heft 3:** GEWALT UND HORROR IN DEN MEDIEN - Anregungen zur Thematisierung und Aufarbeitung des Medienumganges, ausgehend von der Gewalt in Fiktion, Nachrichten und Dokumentation; Erweiterung des Medienbegriffes auf Literatur, auch in historischen Dimensionen

**Heft 4:** GESCHLECHTERIDENTITÄT IN DEN MEDIEN - vor dem Hintergrund einer theoretischen Erklärung des Themas aus soziologischer, psychologischer und strukturalistischer Sicht wird eine Reihe von praxisorientierten Anregungen geboten.

## **SOAP OPERAS UND SITCOMS – Familienserien im Unterricht**

**MEDIENERZIEHUNG - WARUM UND WIE?** - Medienerziehung an Pädagogischen Akademien: Begründung der Medienpädagogik; Leitfaden zur Verknüpfung von Mediendidaktik und Medienerziehung

## **INTEGRATIVE MEDIENERZIEHUNG** in vier Bänden

1. Band 6 – 10 Jahre

2. Band 10 – 14 Jahre

3. Band 14 – 18 Jahre

4. Band 14 – 19 Jahre

Für Fragen zur Realisierung von Medienprojekten stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Kontaktieren Sie uns unter [medienservice@bmbwk.gv.at](mailto:medienservice@bmbwk.gv.at)





Das



des BMUKK bietet zum Thema Medienlandschaft folgende CD-ROM an:

### **MASSEN MEDIEN IN ÖSTERREICH**

#### **Zahlen - Daten - Fakten**

Die Massenmedien bestimmen in zunehmendem Maß unser Leben im Beruf und in der Freizeit. Die meisten Menschen glauben, „was in der Zeitung steht“, ohne die Mechanismen ihrer Entstehung oder die Menschen dahinter zu kennen. Die CD-ROM bietet eine Power-Point-Präsentation, die auf 23 Folien die wichtigsten Zahlen, Daten und Fakten zur österreichischen Medienlandschaft und zum Mediennutzungsverhalten liefert. Ein Begleitheft liefert zusätzliche Informationen. (Reg.Nr. 12999/1). Die CD-ROM ist zum Preis von € 7,20 (exkl. Porto) erhältlich.

Ihre Bestellung von Broschüren oder Medien richten Sie bitte an:

Amedia GesnbR  
1141 Wien, Sturzgasse 1a  
Tel. 01/982 13 22/310  
Fax 01/982 13 22/311  
E-Mail [office@amedia.co.at](mailto:office@amedia.co.at)

**BESUCHEN SIE UNS AUCH ONLINE UNTER**

**[www.bmukk.gv.at/medienservice](http://www.bmukk.gv.at/medienservice)**

**und**

**[www.mediamanual.at](http://www.mediamanual.at)**



## **Impressum**

### **Für den Inhalt verantwortlich**

Mag. Susanne Krucsay

### **Grafische Gestaltung und Redaktion der überarbeiteten Neuauflage**

Manuela Andert, Mag. Barbara Petzel

### **Grafiken**

Gabriele Zuna-Kratky

### **Lektorat**

Andrea Bannert

## **Nachdruck 2008**

### **Herausgeber und Medieninhaber**

Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur

Abteilung Präs. 8

1014 Wien, Minoritenplatz 5

