

Nichts als die Wahrheit?

Medienkompetenz umfasst die Fähigkeit, Medien gemäß den eigenen Bedürfnissen nutzen und verantwortungsvoll mit ihnen umgehen zu können.

Dank der vielfältigen Medienlandschaft sind wir – ob wir wollen oder nicht – zu jedem Thema mit einer Vielzahl an Informationen aus verschiedensten Quellen konfrontiert. Eine der wesentlichen Grundlagen zielorientierten, verantwortungsvollen Umgangs mit Medien ist daher die Einschätzung der Glaubwürdigkeit dieser verschiedenen Informationen bzw. Informationsquellen.

Dieses Materialienpaket soll dabei unterstützen, den SchülerInnen das Wissen und die Methoden zur kritischen Bewertung von Informationen und Informationsquellen zu vermitteln.

Die SchülerInnen

- reflektieren ihr eigenes Verhalten in Sachen Informationssuche und werden sich dessen bewusst, dass sie je nach Fragestellung unterschiedliche Informationsquellen nutzen.
- hinterfragen, welchem Medium sie warum wie viel Glaubwürdigkeit zuschreiben.
- lernen aktuelle Studienergebnisse zur Frage der Informationssuche und der Einschätzung der Glaubwürdigkeit von Quellen kennen.
- erarbeiten Kriterien und Vorgehensweisen zur Überprüfung von Quellen und üben deren Anwendung.
- verstehen, dass mit Texten verschiedene Kommunikationsabsichten verfolgt werden.
- üben die unterschiedliche Darstellung von Informationen je nach Textsorte und Kommunikationsabsicht.

Material

Einstieg

Wo suchst du was?	Arbeitsblatt 1	Seite 1
Wo informierst du dich?	Folie 1	Seite 2
Gesucht: Infos	Arbeitsblatt 2a/2b	Seite 3-5
Beauty Report 2016	Folie 2	Seite 6
Wem glaubst du am meisten?	Arbeitsblatt 3	Seite 7
Eine Frage des Glaubens?	Arbeitsblatt 4	Seite 8
Eine Frage des Glaubens?	Folie 3	Seite 9-10

Hauptteil

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser?!	Arbeitsblatt 5a	Seite 11
Gehört, gesehen, gelesen?!	Arbeitsblatt 5b	Seite 12
Was zählt?	Vorlage Tischtuch	Seite 13-16
Stille Post? Laute Post?	Arbeitsblatt 6	Seite 17
Informationsquellen bewerten	Checkliste	Seite 18-19
WWWWW+WW	Arbeitsblatt 7	Seite 20
Wer? Wie? Was?	Arbeitsblatt 8	Seite 21-27

Abschluss

Wie jetzt?	Arbeitsblatt 9	Seite 28
Gewusst wie!	Arbeitsblatt 10	Seite 29-30
Gewusst wie!	Folie 4	Seite 31-32

⇒ Einstieg – Welche Infoquellen werden genutzt?

Arbeitsblatt 1: Wo suchst du was?

Folie 1: Wo informierst du dich?

Die SchülerInnen kreuzen an, welche Infoquellen sie zu welchen Zwecken am häufigsten nutzen. Die Ergebnisse werden ausgewertet und können mit aktuellen Studienergebnissen von saferinternet.at auf Folie 1 verglichen werden.

Arbeitsblatt 2a/2b: Gesucht: Infos

Folie 1: Wo informierst du dich?

Folie 2: Beauty Report 2016

Die SchülerInnen füllen einen Fragebogen zu ihrer Nutzung von Informationsquellen in unterschiedlichem inhaltlichem Zusammenhang aus. Bei Variante 2a handelt es sich um geschlossene Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, bei Variante 2b werden offene Fragen gestellt.

Die Ergebnisse werden ausgewertet und können mit aktuellen Studienergebnissen von saferinternet.at auf Folie 1 verglichen werden.

Im Anschluss an die Auswertung können die SchülerInnen den Auftrag erhalten, ihren Fragebogen bzw. die Liste nochmals durchzugehen und zu bewerten, welche Informationsquelle für sie wie zuverlässig ist. Dazu können die SchülerInnen die Schulnoten von 1 („kann ich vollkommen vertrauen“) bis 5 („gar nicht vertrauenswürdig“) vergeben. Anschließend werden die Fragebögen getauscht und die SchülerInnen markieren jene Punkte, die der/die MitschülerIn ganz anders bewertet hat als sie selbst. Die SchülerInnen erfragen danach bei der/dem TauschpartnerIn deren Argumente für die Bewertung. Abschließend können an der Tafel alle Informationsquellen gesammelt werden, die die Note 1 bzw. die Note 5 bekommen haben. Gemeinsam wird über die Zuordnung reflektiert.

Tipp: Im Zuge des Beauty Reports 2016 wurden 1.000 Personen aus Österreich im Alter von 14 bis 69 Jahren nach ihren wichtigsten Informationsquellen zu Trends bei Beauty-Produkten befragt. Die Ergebnisse dazu sind auf Folie 2 in Diagrammform dargestellt und können mit den Ergebnissen der SchülerInnen bei Frage 2 bis 4 verglichen werden.

Quelle: www.marketagent.com/webfiles/MarketagentCustomer/pdf/fa5ab1d1-19d2-40ad-a23b-db6eae107ab0.pdf

Zusatzinformation zu den Fragen 2 und 4

2016 wurde eine Jugendstudie mit dem Titel „Jugend ungeschminkt“ vom IKW, dem deutschen Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. durchgeführt. Im Rahmen dieser Studie gaben 36% bzw. 32% der befragten Jugendlichen (14-21 Jahre) an, dass Werbung (TV bzw. Print) im Zusammenhang mit der Wirksamkeit von Produkten relevante Informationen und Orientierung bietet. 29% erschien Werbung im TV und Printwerbung unrealistisch und übertrieben.

In den Tiefeninterviews derselben Studie gaben 51% der befragten Mädchen an, sich in Blogs und Tutorials über die richtige Anwendung von Kosmetikprodukten zu informieren und sich an Vorbildern zu orientieren. Anders fiel das Ergebnis bei Verwendung von Fragebögen aus: Hier wurde angegeben, dass Blogs und Tutorials kaum Vorbildfunktion haben.

Weitere Informationen bzw. ein kurzes Video zur Studie finden Sie unter www.ikw-jugendstudie.org, www.youtube.com/watch?v=HbtqsBtVtAk.

⇒ Einstieg – Welche Infoquellen werden warum für glaubhaft gehalten?

Arbeitsblatt 3: Wem glaubst du am meisten?

Die SchülerInnen reihen verschiedene Informationsquellen nach deren Glaubwürdigkeit. Die Ergebnisse werden zusammengeführt und ausgewertet. Anschließend wird ein Brainstorming durchgeführt, welche Maßstäbe die SchülerInnen angesetzt haben bzw. ansetzen, um die Glaubwürdigkeit einer Informationsquelle zu beurteilen.

Arbeitsblatt 4: Eine Frage des Glaubens?

Anhand des Arbeitsblattes setzen sich die SchülerInnen nicht nur mit der Frage auseinander, welche Infomedien sie für besonders glaubwürdig bzw. unglaubwürdig halten, sondern notieren auch die drei Punkte, die ihre Entscheidung über die Glaubwürdigkeit am meisten beeinflusst haben bzw. beeinflussen. Die Einzelergebnisse werden zusammengeführt, ausgewertet und miteinander diskutiert.

Folie 3: Eine Frage des Glaubens?

Nach Bearbeitung und klasseninterner Auswertung und Nachbesprechung von Arbeitsblatt 3 bzw. 4 werden die Klassenergebnisse mit den Ergebnissen einer aktuellen Studie von Saferinternet.at verglichen.

Im Rahmen der Studie „Gerüchte im Netz – Wie bewerten Jugendliche Informationen aus dem Internet“, die im November/Dezember 2016 von Saferinternet.at durchgeführt wurde, wurden 400 Jugendliche im Alter von 14 bis 18 Jahren befragt. Die Studie ist online abrufbar unter: www.saferinternet.at/fileadmin/files/SID_2017/Pr%C3%A4sentation_PK_Safer_Internet_Day_2017.pdf

Anhand eines Analysebogens setzen sich die SchülerInnen mit Werbeanzeigen für Kosmetikprodukte auseinander. Der Fokus der Auseinandersetzung liegt auf den Adjektiven und Attributen, mit denen die Kosmetikprodukte beworben werden.

Als Einstieg kann gemeinsam mit den SchülerInnen ein Brainstorming zur Frage, woran man Werbung erkennt bzw. wo uns Werbung überall begegnet, durchgeführt werden.

Tipp: Zur weiteren Vertiefung kann auch eine umfassende Infografik genutzt werden, die aus den Ergebnissen der Studie erstellt wurde und z.B. auch noch anführt, wie Jugendliche die Zuverlässigkeit von Onlinequellen bewerten: www.saferinternet.at/fileadmin/files/SID_2017/Infografik_Studie_Ger%C3%BCchte_im_Netz_DE.png.

Alternativ kann auch ein Artikel zur Studie der Oberösterreichischen Nachrichten vom 31. Jänner 2017 gelesen und gemeinsam analysiert werden: www.nachrichten.at/oberoesterreich/Neun-von-zehn-Jugendlichen-misstrauen-Sozialen-Medien;art4,2470066.

⇒ Hauptteil – Kriterien zur Bewertung von Quellen bzw. Informationen

Arbeitsblatt 5a (Gruppe 1): Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser?!

Arbeitsblatt 5b (Gruppe 2): Gehört, gesehen, gelesen?!

Die SchülerInnen arbeiten in Zweierteams. Die Hälfte der Teams erhält das Arbeitsblatt 5a (Gruppe 1), die andere Hälfte Arbeitsblatt 5b (Gruppe 2): 5a fragt nach den Möglichkeiten der Überprüfung der Vertrauenswürdigkeit einer Quelle, 5b fragt nach möglichen Informationsquellen zu einem Fachthema. Die Zweierteams haben fünf Minuten Zeit, um ihr Arbeitsblatt mit Ideen zur Aufgabenstellung zu befüllen.

Danach wird gewechselt. Die SchülerInnen gehen zu einem Arbeitsblatt desselben Typs und arbeiten mit einem/r anderen Schüler/in daran. Sie lesen, was das ursprüngliche Zweierteam auf das Arbeitsblatt geschrieben hat, und ergänzen um neue Ideen. Dieser Wechsel kann wiederholt werden.

Nachdem dieses Vorgehen wiederholt wurde, beginnt eine neue Arbeitsphase. Die SchülerInnen bilden Viererteams, die sich aus je einem ursprünglichen Zweierteam und dessen Arbeitsblatt zusammensetzen. In jedem Viererteam gibt es also ein Arbeitsblatt 5a und ein Arbeitsblatt 5b. Nun berichten die SchülerInnen ihren neuen TeampartnerInnen, was sie zuvor ausgearbeitet haben. Sollten noch zusätzliche Ideen entstehen, so werden diese auf den Arbeitsblättern festgehalten. Zum Schluss werden im Plenum beide Arbeitsblätter besprochen und die Ergebnisse festgehalten.

Tipp: Die Ergebnisse zu Arbeitsblatt 5a (Gruppe 1) können abschließend nicht nur gesammelt, sondern auch in eine zeitliche Abfolge gebracht werden.

Die Ergebnisse zu Arbeitsblatt 5b (Gruppe 2) können nach der Vertrauenswürdigkeit der aufgezählten Quellen geordnet werden.

Vorlage Tischtuch: Was zählt?

Anhand von 3 bzw. 4 „Tischtüchern“ erarbeiten die SchülerInnen Bewertungskriterien für die Zuverlässigkeit von Quellen.

Zunächst sollte der Klassenraum so vorbereitet werden, dass in der Mitte vier Tische (jeweils umringt von Sesseln) stehen. Alle anderen Tische sollten an die Wand geschoben werden. Auf jeden Tisch wird eines der vier auf A3 ausgedruckten Blätter gelegt, das sind die „Tischtücher“, („Veröffentlichung“, „AutorIn“, „Sprache im Text“ und „Weiteres“). Anstatt die Blätter auszudrucken, können Sie auch die entsprechenden Schlagworte auf jeweils einen Bogen Packpapier schreiben und diese als „Tischtücher“ verwenden.

Die SchülerInnen werden in drei Gruppen geteilt und jeweils einem der Tische „Veröffentlichung“, „AutorIn“, „Sprache im Text“ zugeordnet. Tisch 4 „Weiteres“ bleibt frei.

Nun erhalten die SchülerInnen eine fiktive Aufgabenstellung, in der es darum geht, dass sie selbst recherchieren sollen. (Alternativ können die SchülerInnen auch real recherchieren, dadurch wird die Aufgabe allerdings um einiges zeitaufwändiger.) Mögliche fiktive Aufgabenstellungen könnten so lauten:

- Du musst ein Referat über die Zusammensetzung und Wirkung von Deos halten.
- Du musst für die nächste Stunde eine Nachricht aus dem Bereich Kosmetik für den Unterricht mitbringen. Die Nachricht soll interessant sein und so, dass man darüber diskutieren kann. Du musst den Inhalt der Nachricht in 1 Minute darstellen können.

Mit dieser Aufgabenstellung im Kopf gehen die SchülerInnen die Erarbeitung der Kriterien zur Beurteilung von Quellen, die ihnen bei der Recherche unterkommen könnten, an. In der Kleingruppe

überlegen sie, welche Kriterien ihnen in Bezug auf das Stichwort am Blatt Antworten darauf geben, ob ein Text zuverlässig und für die Erfüllung ihrer Aufgabenstellung geeignet ist. Danach können sich die SchülerInnen individuell frei von Tisch zu Tisch (auch zum vierten Tisch) weiterbewegen. Ihre Aufgabe ist es, alles zu lesen, was auf den Blättern steht, und selbst jeden der Punkte zu ergänzen. Was zusätzlich wichtig sein könnte, aber zu keinem der drei Stichwörter passt, kommt auf Blatt 4 "Weiteres". Im Anschluss werden die Blätter an der Tafel befestigt und gemeinsam besprochen.

Tip: Gerät die Arbeit ins Stocken, so können Sie Hinweise geben, die zu noch fehlenden Kriterien führen. Diese sind auf Arbeitsblatt 7 aufgelistet.

Arbeitsblatt 6: Stille Post? Laute Post?

Checkliste 1: Informationsquellen bewerten, aber richtig!

Die SchülerInnen werden in drei Gruppen eingeteilt: pro, contra und neutral. Jede Gruppe erhält einen der drei Texte zum Thema „Fluorid in Zahnpasten“ zugewiesen:

Pro	Neutral	Contra
www.spiegel.de/gesundheit/diagnose/fluorid-in-zahnpasta-und-mundwasser-schutz-fuer-die-zaehne-a-950415.html	www.dm.de/alverde-magazin/gesund-bleiben/kariesschutz-c738724.html	www.kleiderkreisel.at/foren/beauty-and-wellness/2721742-zahnpasta-ohne-fluorid?page=2
www.spiegel.de/gesundheit/diagnose/wie-gefaehrlich-ist-das-fluorid-in-der-zahnpasta-a-946074.html#js-article-comments-box-pager	www.dentalmagazin.de/praxiszahnmedizin/Prophylaxe/Fluoride-Ja-oder-nein_270008.html	www.efsa.europa.eu/de/press/news/130808
http://kohle-zahnpasta.eu/zahnpasta-ohne-fluorid	www.zentrum-der-gesundheit.de/fluorid.html	www.gesundheitlicheaufklaerung.de/fluorid-und-der-grosse-zahnbetrug

(Alternativ kann auch jedes andere Thema mit dieser Methode bearbeitet werden, das einen positiven, einen negativen und einen neutralen Standpunkt zulässt.)

- Variante 1 – Bildung von Dreiergruppen, Infoaustausch, Glaubwürdigkeitsprobe der Texte**
 Ohne Arbeitsblatt liest jede/r SchülerIn einen Text seiner/ihrer Gruppe und sammelt die im Text vorgebrachten Argumente.
 Anschließend werden Dreiergruppen gebildet. In jeder dieser Gruppen muss jede Position (pro/contra/neutral) zumindest ein Mal vertreten sein. Nun tauschen die SchülerInnen die Informationen bzw. Argumente aus, die sie im Zuge ihrer Textanalyse gesammelt haben.
 Ist jede/r Schüler/in mit allen Standpunkten vertraut, wird Arbeitsblatt 7 ausgeteilt. Jede/r SchülerIn analysiert mit Hilfe des Arbeitsblattes den von ihm/ihr gelesenen Text, um festzustellen, ob dieser die Glaubwürdigkeitsprobe besteht.
 Die Ergebnisse werden im Klassenverband miteinander verglichen.
- Variante 2 – Schlagabtausch, Analyse, Glaubwürdigkeitsprobe der Texte**
 Die Pro- und Contra-Gruppen erhalten jeweils folgende Anweisung: „Euer Text ist der einzig wahre! Es ist eure Aufgabe, die andere Gruppe davon zu überzeugen!“ Sie sammeln Argumente aus dem Text, um ihre MitschülerInnen von dessen Wahrheitsgehalt zu überzeugen.
 Die neutrale Gruppe erhält den Auftrag, herauszufinden, was laut ihrem Text für bzw. gegen Fluorid in Zahnpasten spricht.
 Im Anschluss findet ein „Schlagabtausch“ zwischen der Pro- und der Contra-Gruppe statt. Jeweils ein Mitglied der Gruppe bringt ein Argument vor (max. 30 Sekunden). Danach darf eine Person aus der Gegengruppe darauf reagieren und ebenfalls ein Argument vorbringen. Das geht so lange, bis keine Argumente mehr vorhanden sind.

Die Mitglieder der neutralen Gruppe halten alle vorgebrachten Argumente stichwortartig fest. Ist der Schlagabtausch beendet, erläutern sie die wichtigsten Infos aus ihrem Text und ziehen ein kurzes Resümee zum „Schlagabtausch“.

Nach diesem Resümee werden auch die Mitglieder der Pro- und Contra-Gruppen gefragt, wie es ihnen beim Schlagabtausch ergangen ist:

- o Welche konkreten Infos zu Fluorid hat die andere Gruppe in ihren Argumenten gebracht?
- o Wurden Infos angeführt, die den eigenen Informationen widersprochen haben? Wenn ja – welche waren das?
- o Waren alle Infos zu Fluorid, die die Gegengruppe gebracht hat, den SchülerInnen bekannt? Falls nein – welche waren neu?
- o Welche Argumente der Gegengruppe konnten einfach entkräftet werden?
- o Welche Argumente der Gegengruppe konnten nicht entkräftet werden?
- o Gab es Argumente der Gegengruppe, die den SchülerInnen schlüssig erscheinen?

Durch diese Reflexion sollen die SchülerInnen sich dessen bewusst werden, dass die verschiedenen Texte auf den gleichen Fakten beruhen, aber durch die Bewertung bzw. Darstellung durch die AutorInnen zu unterschiedlichen inhaltlichen Schlussfolgerungen führen.

Anschließend analysieren die SchülerInnen mit Hilfe von Arbeitsblatt 7 die Glaubwürdigkeit des von ihnen gelesenen Textes. Die Analyseergebnisse werden innerhalb der drei Gruppen zusammengeführt und schlussendlich im Plenum besprochen.

Abschließend erhalten die SchülerInnen die Checkliste. Diese kann hinkünftig genutzt werden, um Rechercheergebnisse auf deren Glaubwürdigkeit zu überprüfen.

Tip: Es ist empfehlenswert, den SchülerInnen zum Bearbeiten dieses Arbeitsblatts Internetzugang zur Verfügung zu stellen, weil sie ihren Text so unter „realen“ Bedingungen überprüfen können und sich viele Fragen nur durch Zuhilfenahme der Originalquelle klären lassen.

Tip: Am Arbeitsblatt ist angegeben, dass Internetseiten, die auf eine konkrete Seite verlinken, mithilfe der Eingabe „link: URL“ gefunden werden können. Diese Suchanfragen funktionieren mit Yahoo besser als mit Google, weil Google auch nach Einzelteilen in der URL sucht, was zu vielen unerwünschten bzw. nicht verwertbaren Ergebnissen führt.

⇒ Hauptteil – Kennenlernen der Lasswell-Formel & Analyse von Kommunikationsabsichten

Arbeitsblatt 7: WWWWW+WW

Arbeitsblatt 8: Wer? Wie? Was?

Die SchülerInnen lernen anhand von Arbeitsblatt 7 die Lasswell-Formel für Massenmedienkommunikation kennen und übertragen diese mit Hilfe Arbeitsblatt 8 auf Textsorten bzw. Infomedien, die ihnen aus ihrem Alltag bekannt sind.

Zunächst erhalten sie die Aufgabe, die Lasswell-Formel mithilfe der grafischen Darstellungen auf Arbeitsblatt 7 zu entdecken und in richtiger Reihenfolge festzuhalten.

Anschließend werden die SchülerInnen in Kleingruppen geteilt. Jede Gruppe erhält eine der Textsorten auf Arbeitsblatt 8. Alternativ können die SchülerInnen auch selbst Texte oder Videos mitbringen – die letzte Seite des Arbeitsblattes bietet Vorlagen für deren Analyse.

Abschließend stellt jede Kleingruppe ihren Text und ihre Ergebnisse den anderen Kleingruppen vor.

Tipp: Folgende Videos eignen sich zur Analyse:

- *6 abgefahrene Beauty Hacks, die tatsächlich funktionieren* von aLaeta: Im Video stellt eine junge Vlogerin „verrückte“ Dinge vor, die man mit unterschiedlichen Kosmetika anstellen kann (Augenbrauenbürste und Seife, Kleber und Glitzer für Glitzernagellack, Schmuckreinigung durch Ketchup usw.). (Dauer: 11 Minuten, online abrufbar unter: www.youtube.com/watch?v=GvTyUcjPHtc)
- *Zeitumstellung auf Winterzeit: Was soll das?* von stern: Im Video sprechen zwei Männer darüber, warum, seit wann usw. die Zeit zwei Mal im Jahr umgestellt wird. (Dauer: 2:45 Minuten, online abrufbar unter: www.youtube.com/watch?v=sPLTJOFjpmM)
- *Dein Deo macht dich krank?* von schönschlau: Im Video versucht eine junge Vlogerin, die Forschungslage zu Aluminiumsalzen darzustellen und zu klären, wie bzw. ob sich in Deodorants enthaltene Aluminiumsalze auf den menschlichen Körper auswirken können. (Dauer: 3:10 Minuten, online abrufbar unter: www.youtube.com/watch?v=fTBkfiogFuw)

Zusatzinformation zur Lasswell-Formel

Die Lasswell-Formel wurde 1948 von Harold D. Lasswell, einem Politik- und Sozialwissenschaftler aus den USA, entwickelt. Sie dient zur Analyse der Massenmedienkommunikation und als Grundlage der Medienforschung und ist ein Kommunikationsmodell, wie z.B. auch Karl Bühlers Organon-Modell (1933), das Modell der Sprachfunktionen von Roman Jakobson (1960) oder das Vier-Ohren-Modell von Friedemann Schulz von Thun.

KritikerInnen des Modells weisen darauf hin, dass die Formel Kommunikation sehr vereinfacht darstellt und weder Kommunikationshindernisse noch die Möglichkeit von einer Reaktion seitens derjenigen, die die Botschaft empfangen, berücksichtigt werden.

1958 wurde das Modell von Richard Braddock um zwei Ws erweitert: „Zu welchem Zweck?“ und „Unter welchen Umständen?“. Die Umstände können dabei sehr breit gefächert sein: vom Ort, dem Rahmen (z.B.: Veranstaltung) bis hin zur Frage, ob eine Person/ein Medium eine Aussage freiwillig oder erzwungen tätigt.

Lösung

- *Arbeitsblatt 7:*
Wer sagt was zu wem auf welchem Kanal mit welchem Effekt?
- *Arbeitsblatt 8:*
 - *Gruppe 1:*

<i>Wer?</i>	Tomisabsi (Mitglieder des Forums)
<i>Was?</i>	Empfehlung für eine Sonnencreme
<i>Zu wem?</i>	Zu anderen Mitglieder des Forums, Reisenden, Indieninteressierten, Sonnenbrandgefährdeten usw.
<i>Auf welchem Kanal?</i>	Forum
<i>Mit welchem Effekt?</i>	Kundenzahlensteigerung, Vermeidung von Sonnenbränden, Mitleidsbekundungen
<i>Zu welchem Zweck?</i>	Warnung, Kaufempfehlung
<i>Unter welchen Umständen?</i>	Persönliche Betroffenheit/Erfahrung
 - *Gruppe 2:*

<i>Wer?</i>	Manuela (Top Moderator)
<i>Was?</i>	Forumsregeln
<i>Zu wem?</i>	Zu Schreibenden/Mitgliedern im Forum
<i>Auf welchem Kanal?</i>	Forum
<i>Mit welchem Effekt?</i>	Vermeidung unerwünschter Äußerungen im Forum
<i>Zu welchem Zweck?</i>	Garantie von Ordnung, Toleranz und Respekt im Forum

Unter welchen Umständen? Professionell dafür zuständig; Grundlage, auf die sie sich im Streitfall berufen kann

- Gruppe 3:

Wer? Möbelhaus
Was? Kaufempfehlung
Zu wem? Zu potentiellen (und bestehenden) KundInnen
Auf welchem Kanal? Werbeschaltung im Internet
Mit welchem Effekt? Erwartet: Kaufanimation
Zu welchem Zweck? Erhöhung der Verkaufszahlen
Unter welchen Umständen? Werbung

- Gruppe 4:

Wer? AutorInnen der Studie/marktagent.com
Was? Verteilung des Zugriffs auf bestimmte Informationsquellen
Zu wem? Zur Presse, zu allen an der Studie/am Thema Interessierten
Auf welchem Kanal? Presseinfo
Mit welchem Effekt? Erwartet: Aufklärung, Verbesserung der Marketingaktivitäten
Zu welchem Zweck? Information
Unter welchen Umständen? Auftrag von an den Ergebnissen interessiertem Verband

- Gruppe 5:

Wer? Chatmitglieder
Was? Frage zu Fotoapparatkauf, Empfehlungen, Zwischenrufe
Zu wem? Zueinander
Auf welchem Kanal? Chat
Mit welchem Effekt (auf frühauf_1)? Einerseits Aufregung, andererseits Information
Zu welchem Zweck (schreiben ohowo99 und strand_bali)? Bewerbung eines bestimmten Fotoapparats
Unter welchen Umständen? Vielleicht berufliche Interessen? Vielleicht privates Interesse?

- Gruppe 6:

Wer? Bonto Tenker
Was? Unfallmeldung
Zu wem? FreundInnen in sozialem Netzwerk
Auf welchem Kanal? Soziales Netzwerk
Mit welchem Effekt? Mitleidsbekundungen?
Zu welchem Zweck? Erklärung, Mitleidserregung, Beweis (für ArbeitgeberIn) usw.
Unter welchen Umständen? Persönliche Betroffenheit

⇒ Abschluss – Praktische Anwendung verschiedener Kommunikationsabsichten in unterschiedlichen Textsorten

Arbeitsblatt 9: Wie jetzt?

Die SchülerInnen erhalten den Auftrag, selbständig Informationen zu einem kontroversiellen Thema zu recherchieren und anschließend entweder einen Zeitungsartikel, einen Kommentar oder eine kurze Analyse zu verfassen. Eine Kurzanleitung, wie die drei Textsorten grundsätzlich aufgebaut sind und worauf sie beim Schreiben achten sollten, finden die SchülerInnen auf dem Arbeitsblatt.

Unabhängig davon, welche Textsorte die SchülerInnen wählen, müssen sie eine Auflistung der verwendeten Informationsquellen beilegen (URLs der verwendeten Internetadressen; bei Zeitschriften/ Zeitungen den Titel, die Ausgabe und die Seitenzahl; bei Büchern den Titel, die/den AutorIn und die Seitenzahl usw.).

Haben die SchülerInnen ihre Texte verfasst, so tauschen sie diese mit einer anderen Person, die zum selben Thema geschrieben hat. Schriftlich beziehen sie kurz Stellung zum Text, indem sie Antworten zu folgenden Fragen stichwortartig festhalten:

- Welche Meinung hat der Autor/die Autorin zum Thema?
- Unterscheidet sich diese von meiner Meinung – wenn ja: in welcher Hinsicht?
- Falls sich die Meinungen unterscheiden: Was könnten mögliche Gründe dafür sein?
- Falls die Meinungen übereinstimmen: Was könnten mögliche Gründe dafür sein?
- Wie ist der Autor/die Autorin zu seiner/ihrer Meinung gekommen?
- Haben wir dieselben oder unterschiedliche Quellen benutzt?
- Usw.

Die Ergebnisse dieser Analysen werden im Klassenverband zusammengeführt und diskutiert. Ziel ist, dass die SchülerInnen erkennen, dass durch unterschiedliche Quellen unterschiedliche Meinungen zu einem Thema entstehen können.

Prinzipiell eignet sich jedes kontroverse Thema zur Bearbeitung. Im Zusammenhang mit Kosmetik wären z.B. folgende Themen möglich:

- Aloe Vera
- Ungeschminkt zur Schule?
- Schönheitsbild in der Werbung
- Sulfate in Haarshampoos
- Krokodilöl
- Hautkrebs & Solarium
- Bart: ja oder nein?
- Kosmetik aus der Apotheke
- DIY: Selbstgemachte Kosmetik
- Amalgam in Plomben

Mögliche Themen aus anderen Lebensbereichen wären z.B. die Handynutzung in der Schule oder der Hunde-Führerschein.

⇒ **Abschluss – Spielerische Wiederholung verschiedener Begriffe rund um Medienkompetenz**

Arbeitsblatt 10: Gewusst wie!

Folie 4: Gewusst wie!

Aufgabe der SchülerInnen ist es, 21 Begriffe, die mit dem Thema Medienkompetenz in Verbindung stehen und eine Rolle bei der Bearbeitung der vorangegangenen Arbeitsblätter gespielt haben, in einem Wortsalat zu entdecken. Die Strichkombinationen auf dem Arbeitsblatt geben vor, wie sich die „verworrenen“ Begriffe durch das Rätsel schlängeln.

Haben die SchülerInnen alle Begriffe gefunden, bleiben 9 Buchstaben übrig, die von oben nach unten gelesen ein Lösungswort ergeben.

Folie 4 liefert auf Seite 1 eine Lösungshilfe mit der genauen Anzahl und Art der Begriffe und Hinweisen, wo diese versteckt sind. Auf Seite 2 ist der Wortsalat mit den markierten Begriffen abgebildet.

Tipp: Geben Sie Ihren SchülerInnen die Aufgabe, mit jeweils zwei der gefundenen Begriffe einen Satz zum Thema "Medienkompetenz" zu bilden. Seite 2 des Arbeitsblattes liefert den SchülerInnen ein Beispiel.

Lösung Wortsalat

Folgende Begriffe sind versteckt:

- Verben: beeinflussen, bewerten, hinterfragen, informieren, prüfen, recherchieren, veröffentlichen;

- Adjektive: begründet, glaubwürdig, kontrovers, nachvollziehbar, objektiv, reißerisch, trügerisch;
- Substantive: AutorIn, Bauchgefühl, Fälschung, Medien, Meinung, Quellen, Werbung.

Das gesuchte Lösungswort ist: Kompetenz.

Lösungsvorschlag Satzbildung

- **OBJEKTIV, AUTOR/IN** – Nicht in allen Texten stellen AutorInnen die Informationen objektiv dar.
- **QUELLEN, PRÜFEN** – Es ist wichtig, die Quellen zu prüfen, und nicht einfach alles zu glauben, was irgendwo geschrieben steht.
- **INFORMIEREN, FÄLSCHUNG** – Nur, wenn ich mich informiere, kann ich mich vor Fälschungen schützen.
- **REISSERISCH, HINTERFRAGEN** – Besonders reißerische Darstellungen von Ereignissen sollten gründlich hinterfragt werden.
- **VERÖFFENTLICHEN, MEINUNG** – Im Internet kann jede Person einfach so die eigene Meinung veröffentlichen.
- **WERBUNG, BEEINFLUSSEN** – Nicht alle Menschen merken, dass sie von Werbung beeinflusst werden.
- **MEDIEN, KONTROVERS** – Gewisse, aber nicht alle Medien bieten viel Raum für kontroverse Diskussionen.
- **GLAUBWÜRDIG, NACHVOLLZIEHBAR** – In glaubwürdigen Quellen ist es einfach nachvollziehbar, woher die verwendeten Informationen stammen.
- **BEGRÜNDET, TRÜGERISCH** – Wenn ich den begründeten Verdacht habe, dass eine Internetseite trügerisch ist, sollte ich mit jemandem darüber sprechen, der sich gut auskennt.

Wo suchst du was?

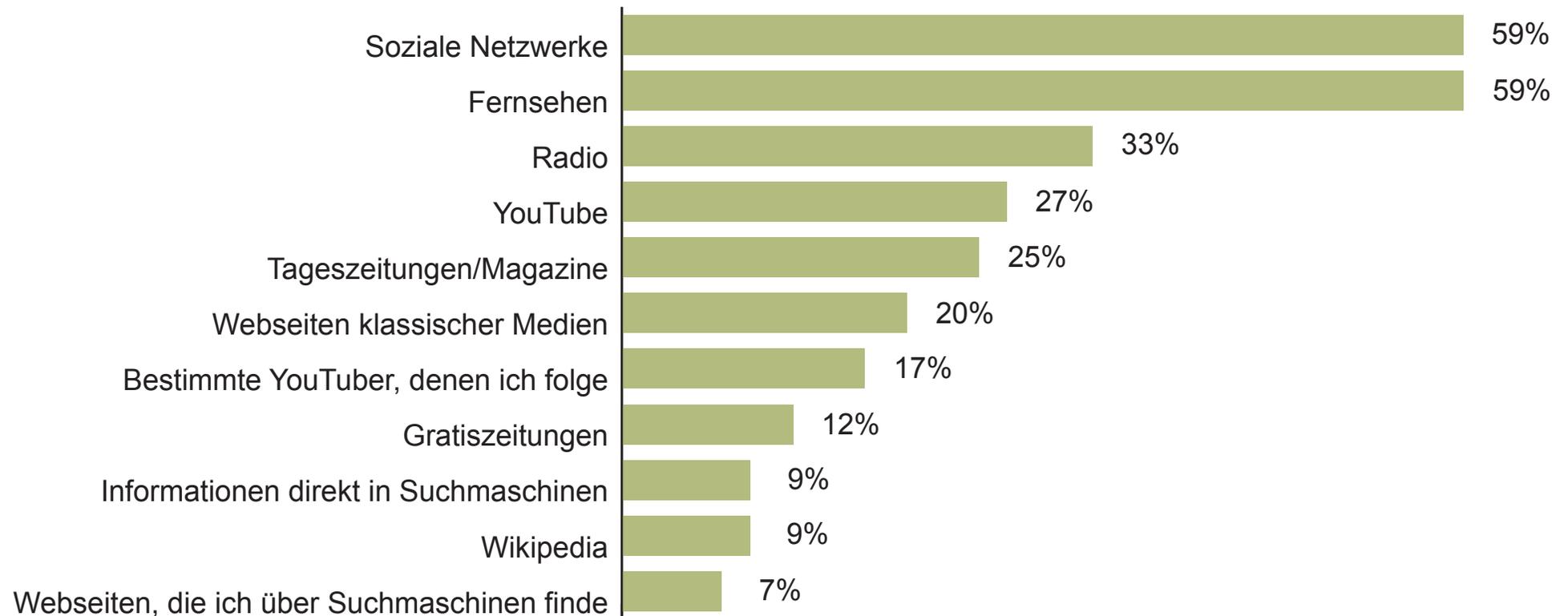
Es ist unmöglich, alles zu wissen. Umso wichtiger ist es, zu wissen, wo du die Informationen findest, die du aktuell brauchst.

Wo findest du Antworten auf deine Fragen? Kreuze an, welche Infoquelle du bei den verschiedenen Fragestellungen am häufigsten benutzt.

	Wo holst du dir Infos zu ...					
	aktueller Politik?	neuen Produkten?	Freizeit-tipps?	Styling-trends?	Promis?	Referats-themen?
Im Fernsehen.						
Im Radio.						
In Tageszeitungen und Zeitschriften.						
In Gratiszeitungen.						
In Büchern und Lexika.						
Im Freundeskreis/bei Geschwistern.						
Bei den Eltern/Erwachsenen.						
Direkt in Online-Suchmaschinen.						
Auf Webseiten, die ich über Online-Suchmaschinen gefunden habe.						
In sozialen Netzwerken.						
In Onlineforen.						
Bei BloggerInnen.						
In Onlineausgaben klassischer Medien.						
Auf Wikipedia.						

Wo informierst du dich?

Wo informierst du dich normalerweise über tagesaktuelle Themen (Politik, Sport, Promis, Kultur usw.)?



Quelle: Saferinternet.at, 2016, „Gerüchte im Netz – Wie bewerten Jugendliche Informationen aus dem Internet“
www.saferinternet.at/fileadmin/files/SID_2017/Pr%C3%A4sentation_PK_Safer_Internet_Day_2017.pdf

Gesucht: Infos

Wo findest du Informationen, die du aktuell brauchst? Wo findest du Antworten auf deine Fragen?
 Fülle den Fragebogen aus und kreuze an, welche Infoquelle du wie häufig nutzt!

1. Wo holst du dir Informationen über Politik, Sport, Promis, Kultur usw.?

	immer	häufig	selten	nie
Ich bekomme die Infos automatisch über soziale Netzwerke.				
Ich frage bei meinen FreundInnen/Geschwistern nach.				
Ich frage meine Eltern/erwachsene Verwandte.				
Ich frage meine Lehrerin/meinen Lehrer.				
Ich höre Radio.				
Ich informiere mich auf YouTube.				
Ich lese eine Zeitung/Zeitschrift, die ich oder jemand anders gekauft hat.				
Ich lese Online-Zeitungen/Zeitschriften.				
Ich nutze eine Suchmaschine im Internet.				
Ich poste meine Frage in einem Forum und/oder lese in Foren nach.				
Ich schalte den Fernseher ein.				
Ich schnappe mir eine Gratiszeitung.				
Ich suche in Büchern.				
Ich				

2. In letzter Zeit kämpfst du mit Pickeln. Wo erfährst du, wie das Problem wieder los wirst?

	immer	häufig	selten	nie
Ich achte auf Werbung für Produkte, die mir helfen könnten.				
Ich frage bei meinen FreundInnen/Geschwistern nach.				
Ich frage meine Eltern/erwachsene Verwandte.				
Ich frage meine Lehrerin/meinen Lehrer.				
Ich gehe in eine Drogerie und lasse mich beraten.				
Ich nutze eine Suchmaschine im Internet.				
Ich poste meine Frage in einem Forum und/oder lese in Foren nach.				
Ich wende mich an eine Expertin/einen Experten.				
Ich				

3. Du willst dein Aussehen verändern. Wo erfährst du mehr über die neuesten Frisurentrends?

	immer	häufig	selten	nie
Ich erfahre davon in Zeitschriften.				
Ich folge Blogs/Vlogs, um am Laufenden zu bleiben.				
Ich lasse mich von der/dem Friseur/in beraten.				
Ich nutze eine Suchmaschine im Internet.				
Ich orientiere mich an den Stars.				
Meine FreundInnen/Geschwister erzählen mir davon.				
Sie tauchen in meinen sozialen Netzwerken auf.				
Ich				

4. Du hast in letzter Zeit trockene Haut. Wie findest du das passende Duschgel für dich?

	immer	häufig	selten	nie
Ich achte auf Produktwerbung in meinen sozialen Netzwerken.				
Ich frage Eltern oder andere erwachsene Verwandte.				
Ich frage in der Drogerie/im Geschäft nach.				
Ich frage meine FreundInnen/Geschwister.				
Ich informiere mich in Blogs/Vlogs.				
Ich lasse mich von der Werbung inspirieren.				
Ich nutze eine Suchmaschine im Internet.				
Ich orientiere mich an Vergleichsportalen.				
Ich schaue auf den Internetseiten einiger Herstellerfirmen.				
Ich suche in Zeitschriften nach Tipps.				
Ich				

5. Du schnappst im Bus auf, dass deine Lieblingsband sich angeblich auflösen soll. Wie findest du heraus, ob die Story stimmt?

	immer	häufig	selten	nie
Ich frage in einem Fanforum nach.				
Ich frage meine Eltern oder andere Erwachsene.				
Ich frage meine FreundInnen.				
Ich lese in der Zeitung nach.				
Ich nutze eine Suchmaschine im Internet.				
Ich schaue mir Nachrichten im Fernsehen an.				
Ich werfe einen Blick in meine sozialen Netzwerke.				
Ich				

6. Du suchst nach Ideen für Freizeitunternehmungen in deiner Umgebung. Wo findest du Tipps?

	immer	häufig	selten	nie
Ich frage in einem Forum nach.				
Ich frage meine Eltern oder andere Erwachsene.				
Ich hole mir Tipps von meinen FreundInnen.				
Ich höre Radio.				
Ich lese in der Zeitung nach.				
Ich nutze eine Suchmaschine im Internet.				
Ich werfe einen Blick in meine sozialen Netzwerke.				
Ich				

Gesucht: Infos

Alles zu wissen, ist unmöglich. Was du aber jedenfalls wissen solltest ist, wo du die Informationen findest, die du aktuell brauchst.

Ergänze zu jeder Frage die Quellen, die du am häufigsten nutzt!

1. Wo holst du dir Informationen zu Politik, Sport, Promis, Kultur usw.?

- ⇒
- ⇒
- ⇒

2. In letzter Zeit hast du mit Pickeln zu kämpfen. Wo erfährst du, wie du das Problem los wirst?

- ⇒
- ⇒
- ⇒

3. Du willst dein Aussehen verändern. Wo erfährst du mehr über die neuesten Frisurentrends?

- ⇒
- ⇒
- ⇒

4. Du hast in letzter Zeit trockene Haut. Wie findest du das passende Duschgel für dich?

- ⇒
- ⇒
- ⇒

5. Du schnappst im Bus auf, dass deine Lieblingsband sich auflöst. Wie findest du heraus, ob die Story stimmt?

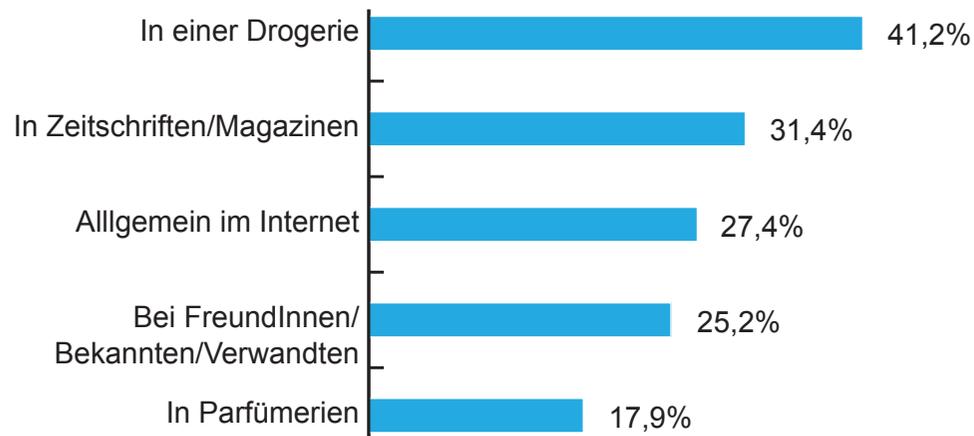
- ⇒
- ⇒
- ⇒

6. Du suchst nach Ideen für Freizeitunternehmungen in deiner Umgebung. Wo findest du Tipps?

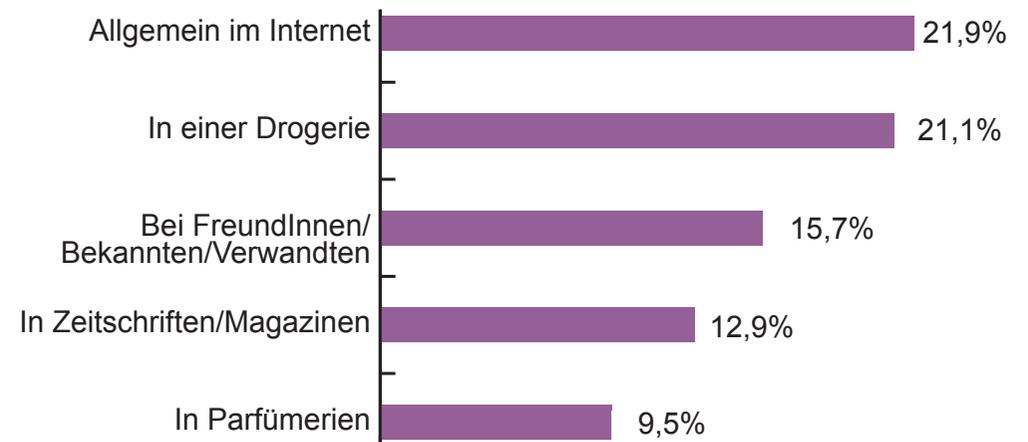
- ⇒
- ⇒
- ⇒

Beauty-Report 2016

Die 5 wichtigsten Informationen zu Trends bei Beauty-Produkten: 503 Frauen



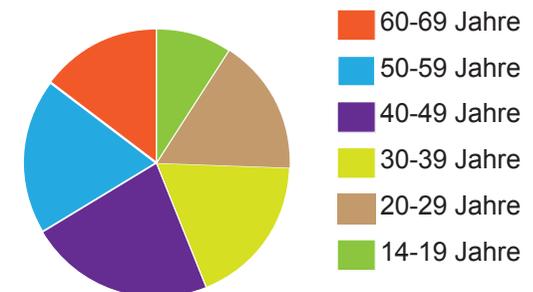
Die 5 wichtigsten Informationen zu Trends bei Beauty-Produkten: 497 Männer



Die dargestellten Informationen sind Teil der Online-Umfrage „Beauty Report 2016“, die marketagent.com von 4. bis 10.3.2016 unter 1.000 Personen aus Österreich im Alter von 14-69 Jahren durchgeführt hat.

Quelle: www.marketagent.com/webfiles/MarketagentCustomer/pdf/fa5ab1d1-19d2-40ad-a23b-db6eae107ab0.pdf

Altersverteilung*



*Die Altersverteilung sieht bei den befragten Männern und Frauen in etwa gleich aus.

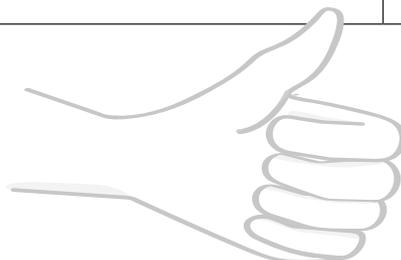
Wem glaubst du am meisten?

Nicht alle Informationsquellen sind glaubwürdig. Welchen Quellen vertraust du am meisten?

Reihe die angeführten Infoquellen nach deren Glaubwürdigkeit:

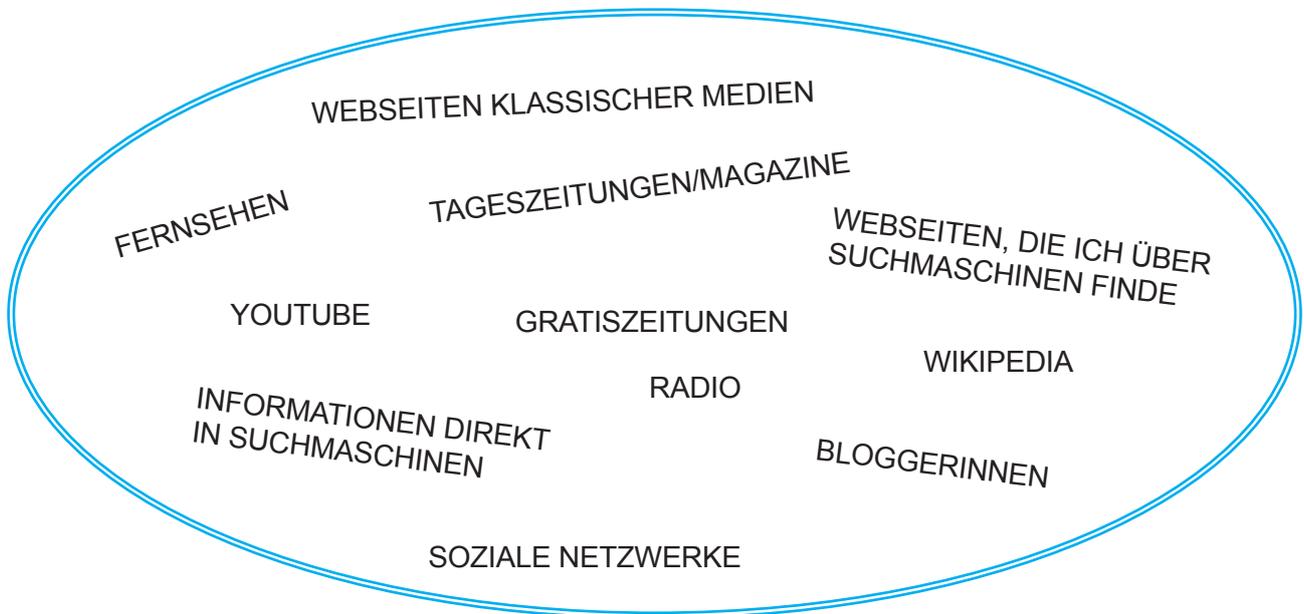
„1“ erhält die für dich glaubwürdigste Quelle, „11“ die für dich am wenigsten vertrauenswürdige.

BloggerInnen	
Fernsehen	
Gratiszeitungen	
Infos direkt in Suchmaschinen	
Radio	
Soziale Netzwerke	
Tageszeitungen/Magazine	
Webseiten klassischer Medien	
Webseiten, die ich über Suchmaschinen finde	
Wikipedia	
YouTube	



Eine Frage des Glaubens?

Nicht alle Medien bzw. Informationsquellen sind glaubwürdig. Welchen Quellen vertraust du?



1. Markiere jene Infoquelle grün, die für dich am glaubwürdigsten ist. Begründe deine Wahl!

Meine Nummer 1 ist/sind, weil

.....

2. Markiere jene Infoquelle rot, die für dich am unglaubwürdigsten ist. Begründe deine Wahl!

Meine Nummer 11 ist/sind, weil

.....

3. Bringe die anderen Medien in eine Reihenfolge von glaubwürdig zu nicht glaubwürdig. Nummeriere sie mit den verbleibenden Zahlen von 2 bis 10!

4. Welche Voraussetzungen muss eine glaubwürdige Quelle erfüllen?

Führe zumindest drei Voraussetzungen an.

-

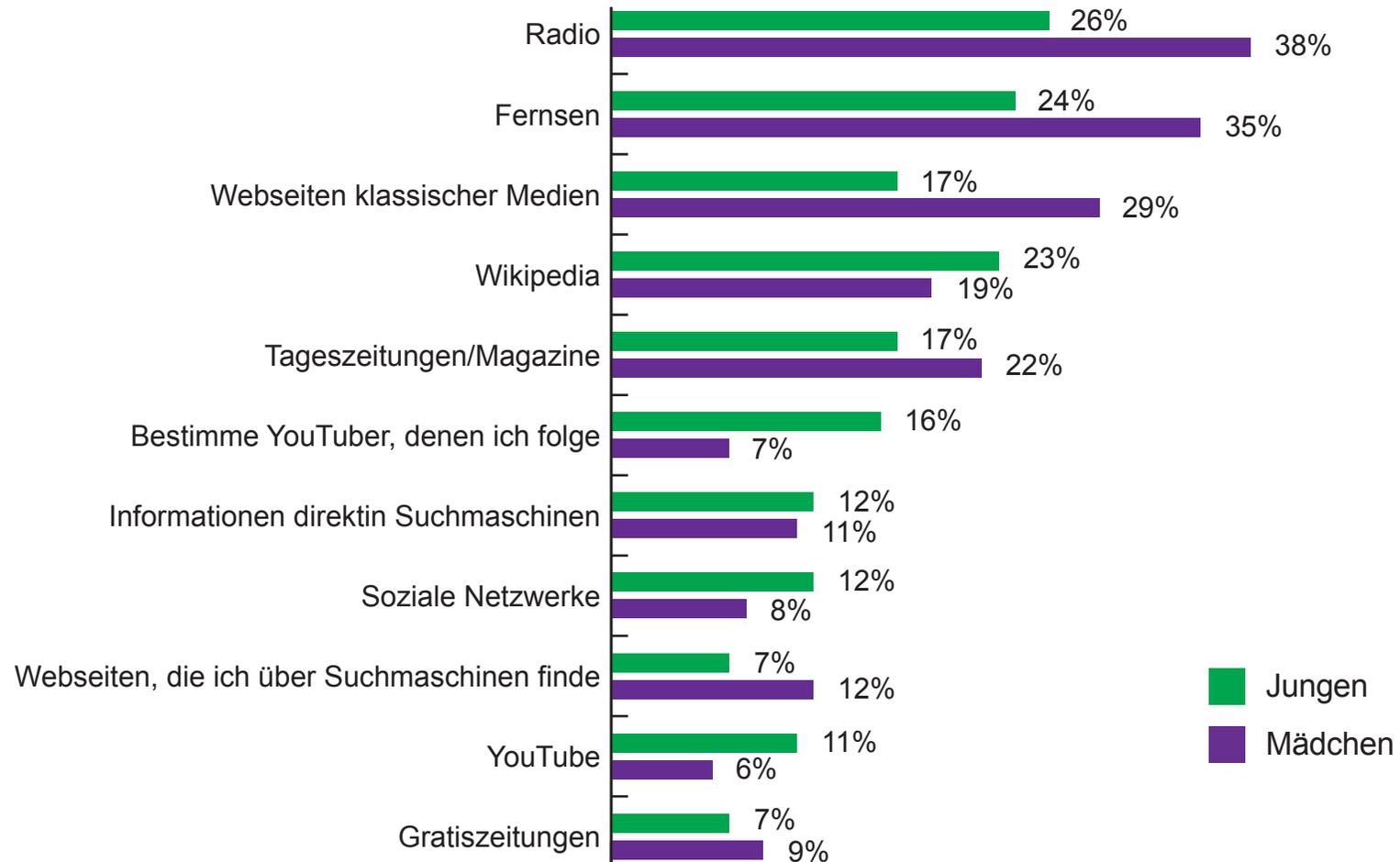
-

-

-

Eine Frage des Glaubens?

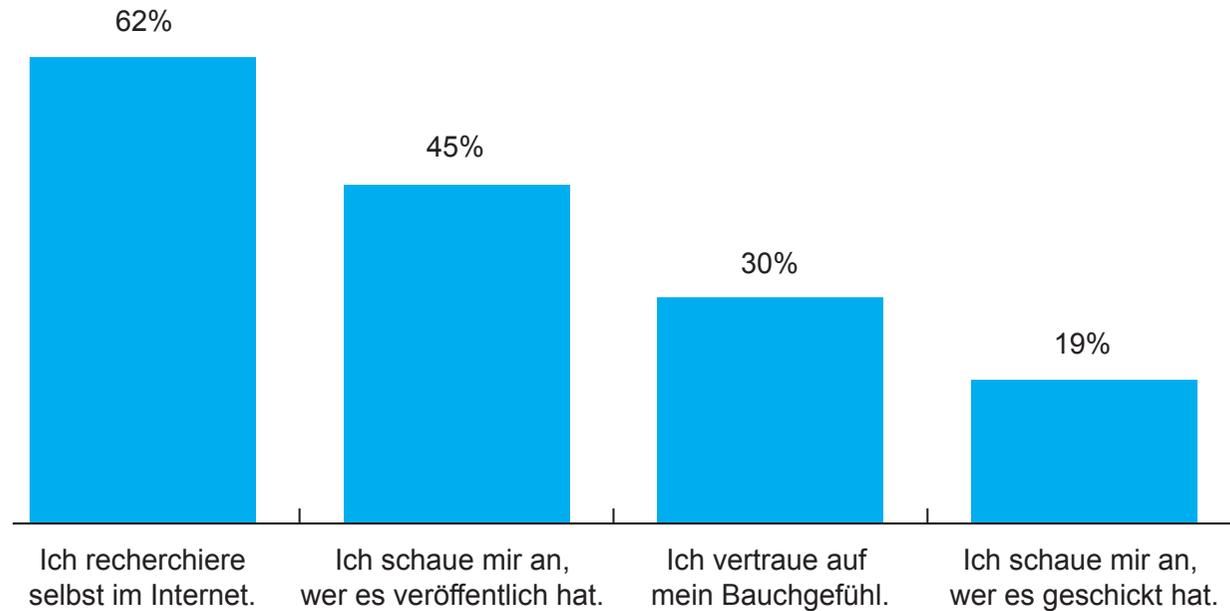
Diese Informationsquelle finde ich sehr glaubwürdig.



Quelle: Saferinternet.at, 2016, „Gerüchte im Netz – Wie bewerten Jugendliche Informationen aus dem Internet“.
www.saferinternet.at/fileadmin/files/SID_2017/Pr%C3%A4sentation_PK_Safer_Internet_Day_2017.pdf

Eine Frage des Glaubens?

Wie bewertest du, ob eine Information, die du im Internet findest, glaubwürdig ist oder nicht?



Quelle: Saferinternet.at, 2016, „Gerüchte im Netz – Wie bewerten Jugendliche Informationen aus dem Internet“. www.saferinternet.at/fileadmin/files/SID_2017/Pr%C3%A4sentation_PK_Safer_Internet_Day_2017.pdf

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser?!

Eine Bekannte schickt euch einen Screenshot von folgender Nachricht:

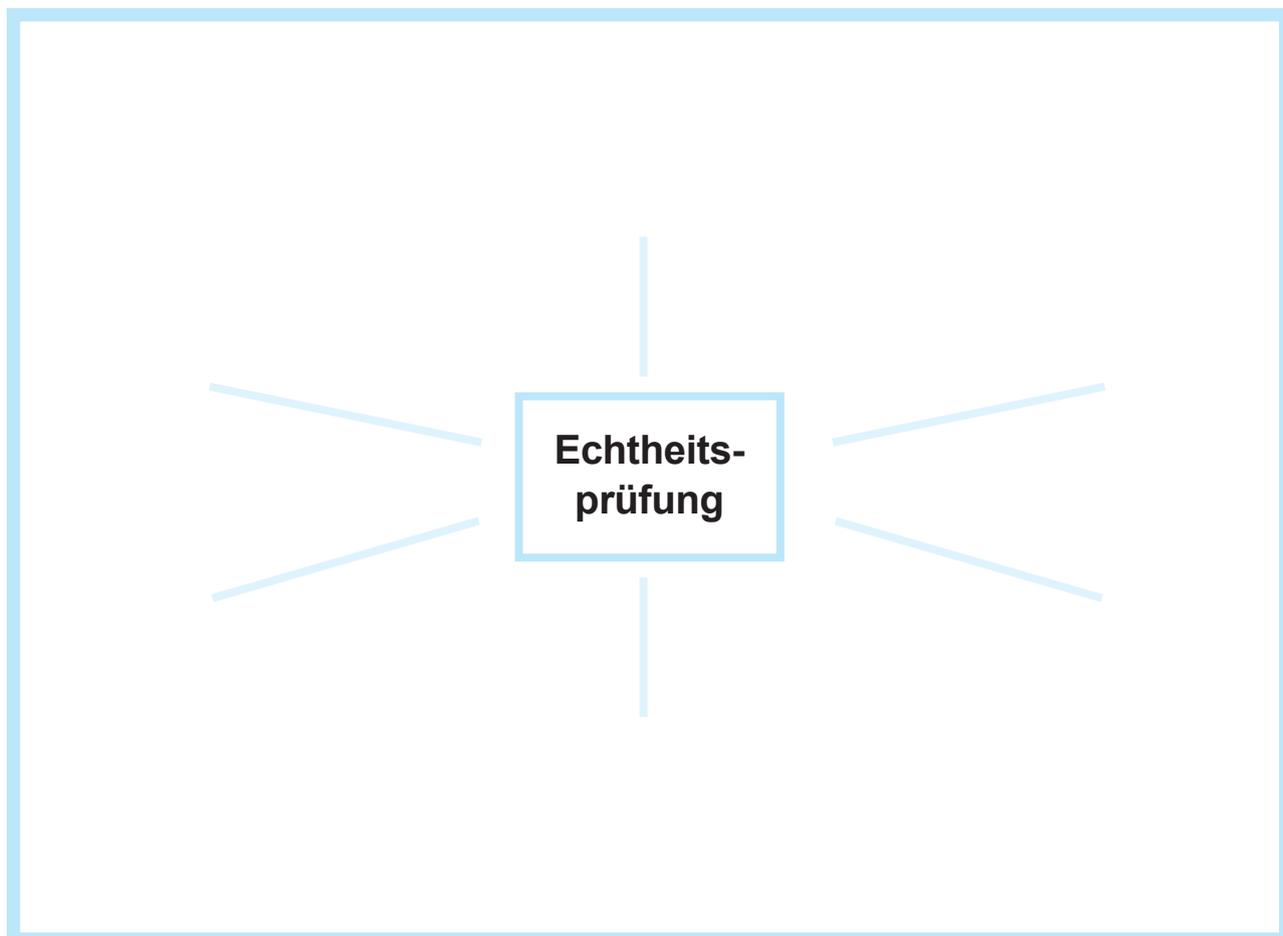
„27.3.2017. **Wien. Im ORF-Studio tauchte vor laufender Kamera ein wütender älterer Herr auf und brachte den TV-Moderator in Verlegenheit. Wie konnte das passieren? Müssen die Sicherheitskontrollen nun auch beim ORF verstärkt werden?“**

+++ Zu den Hintergründen: +++

<http://dietagespresse.com/sicherheitspanne-wuetender-pensionist-dringt-in-orf-studio-ein-und-bedroht-armin-wolf/>

Wie könnt ihr feststellen, wie vertrauenswürdig diese Meldung ist?

Sammelt eure Ideen als Mindmap!

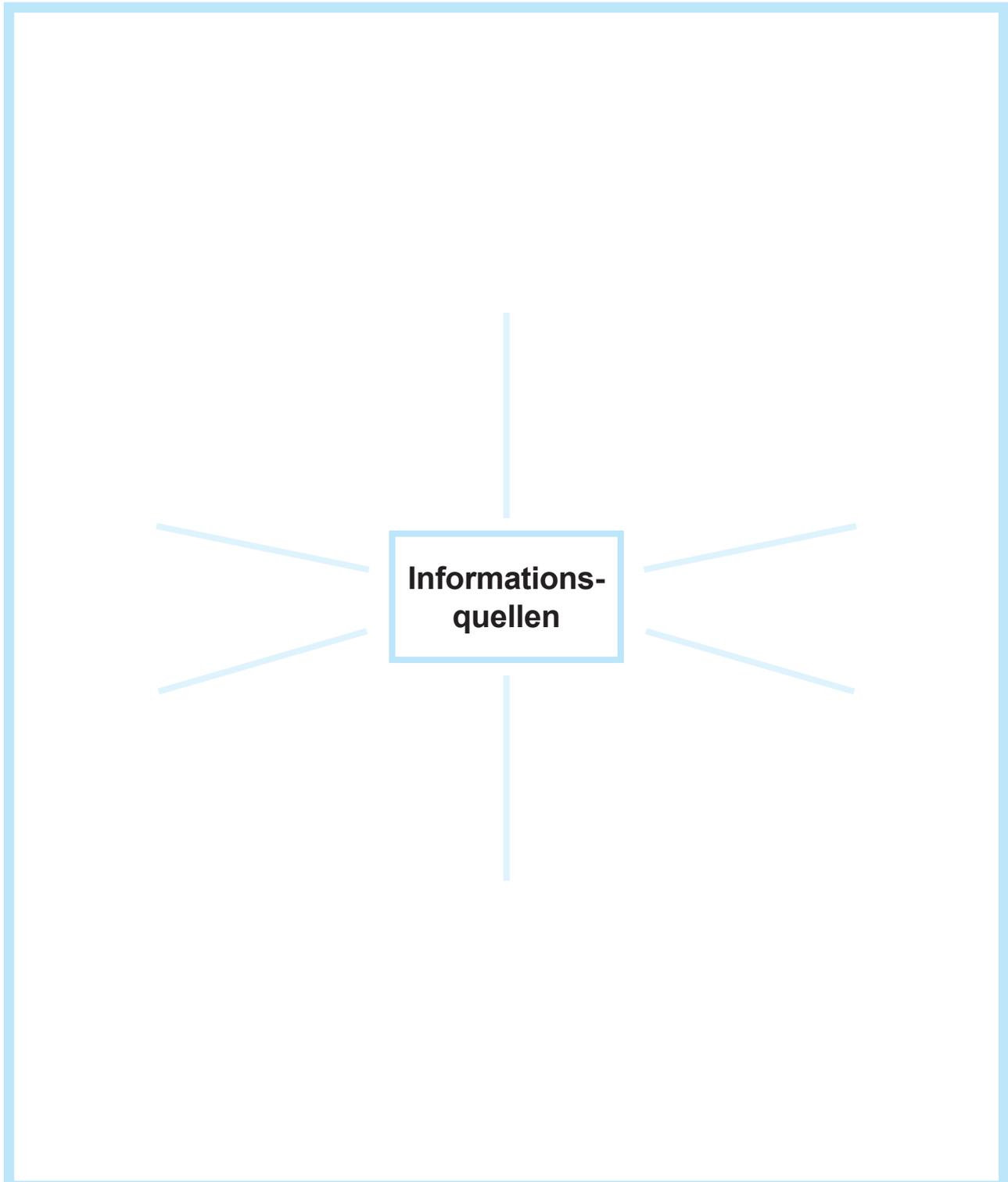


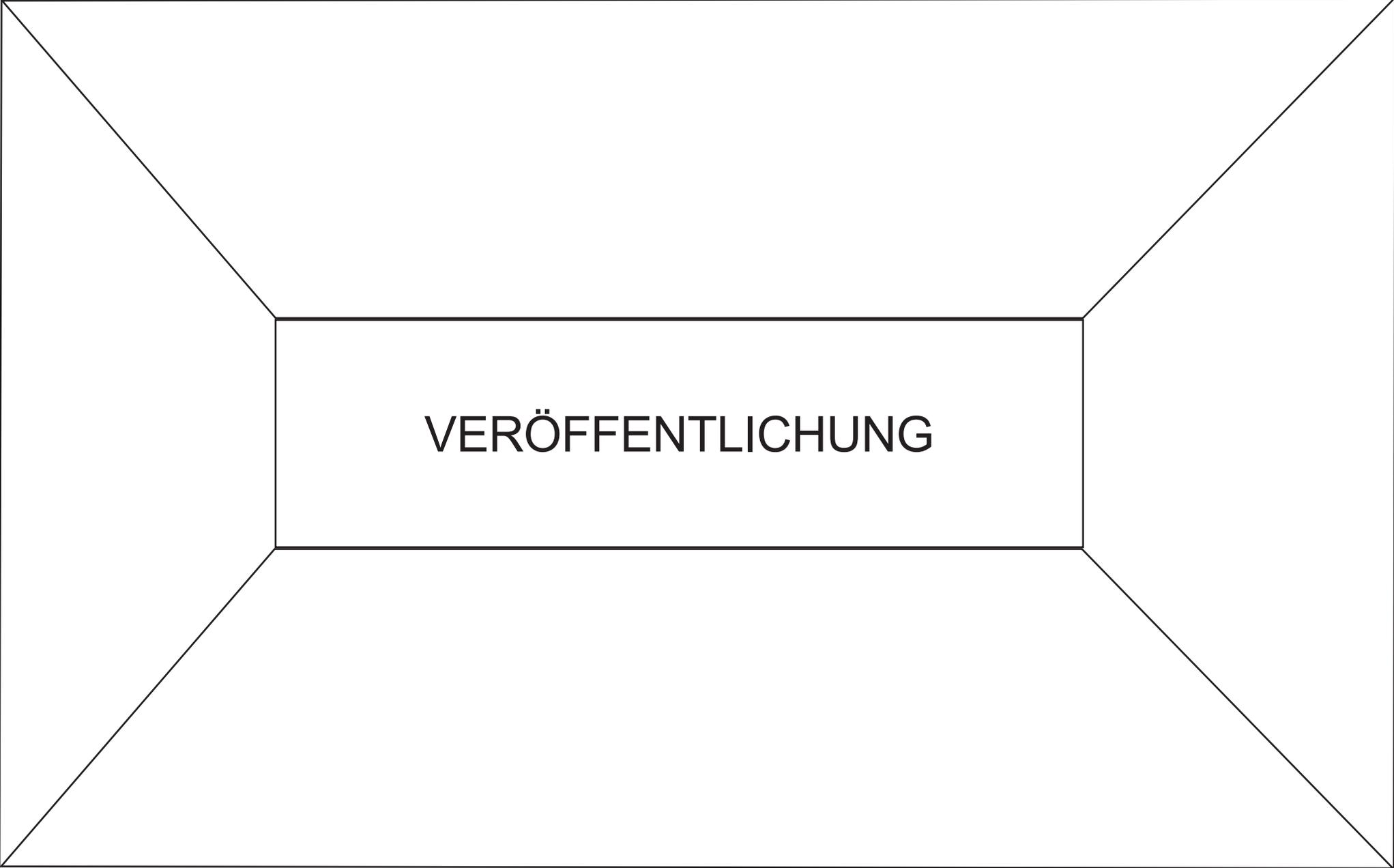
Gehört, gesehen, gelesen?!

Eure Chemielehrerin gibt euch die Aufgabe, bis zur nächsten Chemiestunde herauszufinden, wie sich Aluminium auf den menschlichen Körper wirkt, und eine kleine Präsentation dazu vorzubereiten.

Wie informiert ihr euch? Welche Informationsquellen gibt es?

Sammelt eure Ideen als Mindmap!

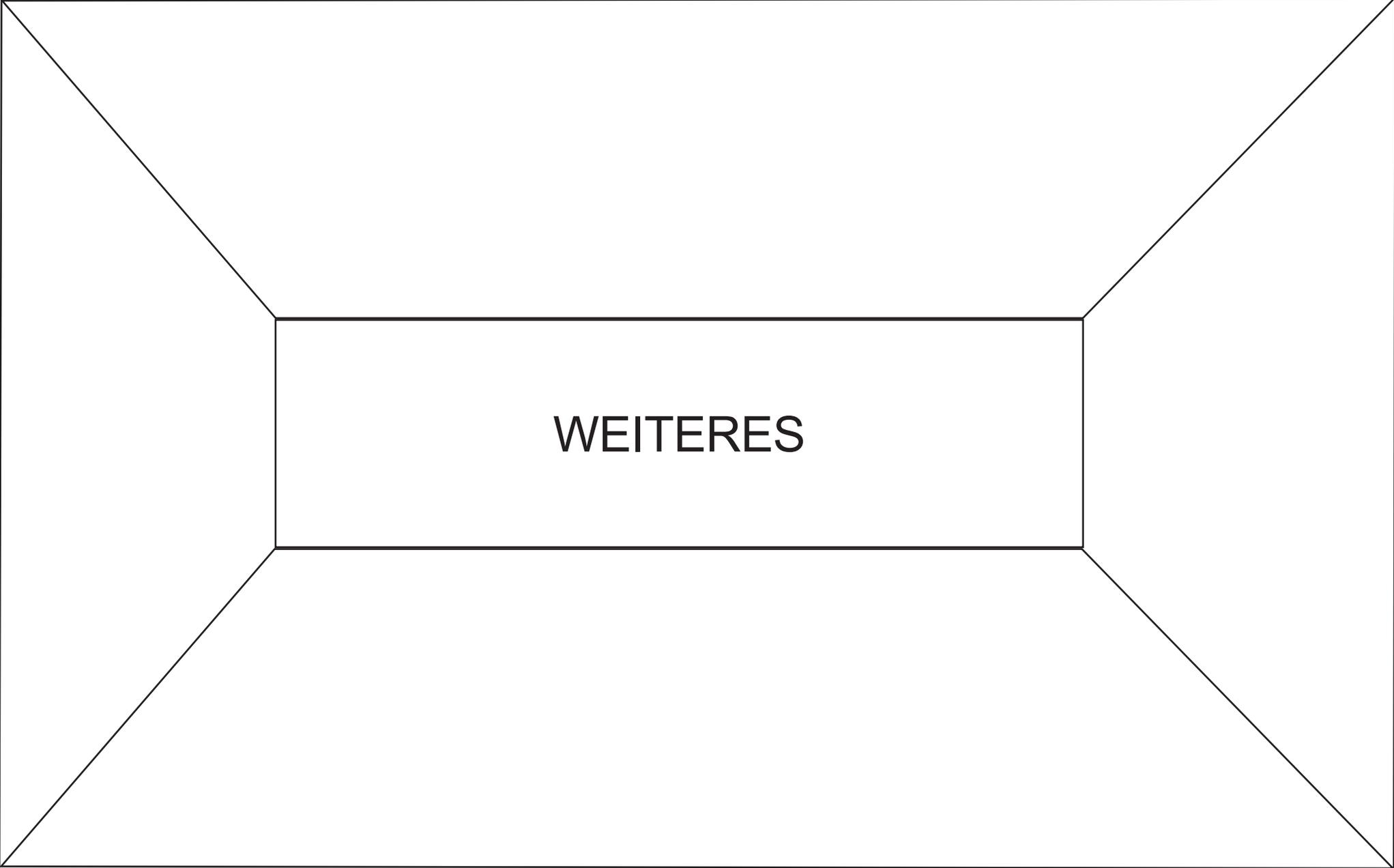




VERÖFFENTLICHUNG

AUTOR/IN

SPRACHE IM TEXT



WEITERES

Stille Post? Laute Post?

Dieses Arbeitsblatt hilft dir bei der Analyse deines Textes.

1. Wo wurde der Text publiziert?	
a. Wem gehört dieses Medium?	
a. Gibt es die Möglichkeit, diese Person (per Mail oder Telefon) zu erreichen?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
a. Was ist das Ziel dieses Mediums?	
2. Wann wurde der Text geschrieben?	
a. Sind die Informationen aktuell?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
b. Wurde der Text bereits aktualisiert?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
3. Wer hat den Text geschrieben?	
a. Was kann man über die Autorin/den Autor herausfinden?	
a. Was hat die Autorin/der Autor noch geschrieben?	
a. Wie ist der Schreibstil? (wissenschaftlich, journalistisch, informativ, reißerisch, ...)	
a. Gibt es Rechtschreib- oder Grammatikfehler im Text?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
a. Sind Layout und Grafik gut gemacht?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
a. Was will die Autorin/der Autor mit diesem Text erreichen?	
a. Wie ist die Sprache? (einfach für Kinder, mit Fachwörtern für ExpertInnen, ...)	
4. Woher stammen die Informationen im Text?	
a. Werden ExpertInnen zitiert?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
b. Wer sind diese ExpertInnen	
c. Werden Quellen angegeben?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
i. Sind diese vertrauenswürdig?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
ii. Entsprechen die Infos im Text den Infos in den Quellen?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
d. Enthält der Text Werbung?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!
e. Kann man erkennen, welche Teile zum Text gehören und was Werbung ist?	<input type="checkbox"/> Ja!	<input type="checkbox"/> Nein!

Gib in eine Suchmaschine „link:“ und anschließend die Webadresse der Seite ein, auf der du einen Text gefunden hast. Die Suchmaschine zeigt dir an, welche anderen Seiten auf diese Seite verlinken. So kannst du prüfen, ob, wie viele und welche Seiten diese Seite als Quelle verwenden bzw. empfehlen.

Tip: Wenn sich im Vorder- oder Hintergrund einer Webseite ständig Fenster öffnen, so ist das ein Zeichen dafür, dass die Seite nicht seriös ist!

Informationen bewerten

Nicht jede Information ist zuverlässig. Diese Checkliste hilft dir, zuverlässige von unzuverlässigen Informationen zu unterscheiden. Um Informationen mit der Checkliste zu überprüfen, solltest du die einzelnen Punkte durchgehen und jedes Mal ein Häkchen machen, wenn der Punkt zutrifft. Je mehr Punkte der Checkliste du abhaken kannst, desto vertrauenswürdiger ist deine Informationsquelle.

1. Wo wurde die Information veröffentlicht?

✓	Ich weiß, wem das Medium (Buch, Internetseite, ...) gehört, in dem ich die Information gefunden habe.
✓	Diese Person hat eine Telefonnummer oder E-Mail-Adresse angegeben, unter der ich sie erreichen kann.
✓	Ich weiß, warum dieses Medium existiert bzw. welche Ziele es erreichen will.
✓	Das Medium hat keine schlechten Absichten.

Viele Häkchen? – Die Info wurde in einer vertrauenswürdigen Quelle veröffentlicht. 😊

2. Wann wurde die Information veröffentlicht?

✓	Die Informationen sind erst vor kurzem veröffentlicht worden (oder es gibt zu diesem Thema keine aktuelleren Informationen).
✓	Die Informationen wurden vor kurzem aktualisiert.

Viele Häkchen? – Die Infos sind auf dem neuesten Stand. 😊

3. Was weiß ich zum Autor/zur Autorin?

✓	Ich weiß, wer diesen Text geschrieben hat.
✓	Der Autor/die Autorin hat noch weitere Texte zu diesem Thema veröffentlicht.
✓	Der Autor/die Autorin ist ExpertIn auf einem Gebiet, das für die Info wichtig ist.
✓	Der Text ist professionell geschrieben. Ich kann einen roten Faden im Text erkennen.
✓	Es gibt (fast) keine Rechtschreib- und Grammatikfehler.
✓	Der Schreibstil passt zum Thema bzw. zum Medium. (Der Text ist wissenschaftlich, informativ oder journalistisch geschrieben.)
✓	Layout und Grafik sind gut gemacht. Sie passen zum Medium.
✓	Die Autorin/der Autor versucht nicht, andere Meinungen zum Thema schlecht zu machen. Er/Sie diskriminiert niemanden.

Viele Häkchen? – Ein/e Expert/in hat den Text sachlich und professionell verfasst. 😊

4. Woher stammen die Informationen im Text?

✓	Im Text werden ExpertInnen zitiert, die sich in diesem Bereich auskennen.
✓	Im (oder nach dem) Text sind die Quellen angegeben, aus denen der Autor/die Autorin seine/ihre Informationen hat.
✓	Die angegebenen Quellen sind vertrauenswürdig. (Seriose Quellen bestehen diesen Checklisten-Test.)
✓	Die Informationen im Text passen zu den Informationen in den Quellen.
✓	Wenn der Text Werbung enthält, kann man klar und einfach unterscheiden, welche Inhalte zur Werbung gehören und welche nicht: Die Werbung ist eindeutig als Werbung gekennzeichnet.

Viele Häkchen? – Die Informationen sind stichhaltig. 😊

5. Zusätzliche Punkte für Informationen aus dem Internet

✓	Wenn Links vorhanden sind, funktionieren sie und verweisen auf seriöse Internetseiten. (Seriose Internetseiten bestehen diesen Checklisten-Test.)
✓	Andere seriöse Internetseiten haben Links zu der Internetseite, auf der ich die Informationen gefunden habe. (Mit der Eingabe „Link: URL“ in einer Suchmaschine findest du diese Seiten.)

Viele Häkchen? – Die Internetseite wird professionell betrieben. 😊



WWWWW+WW

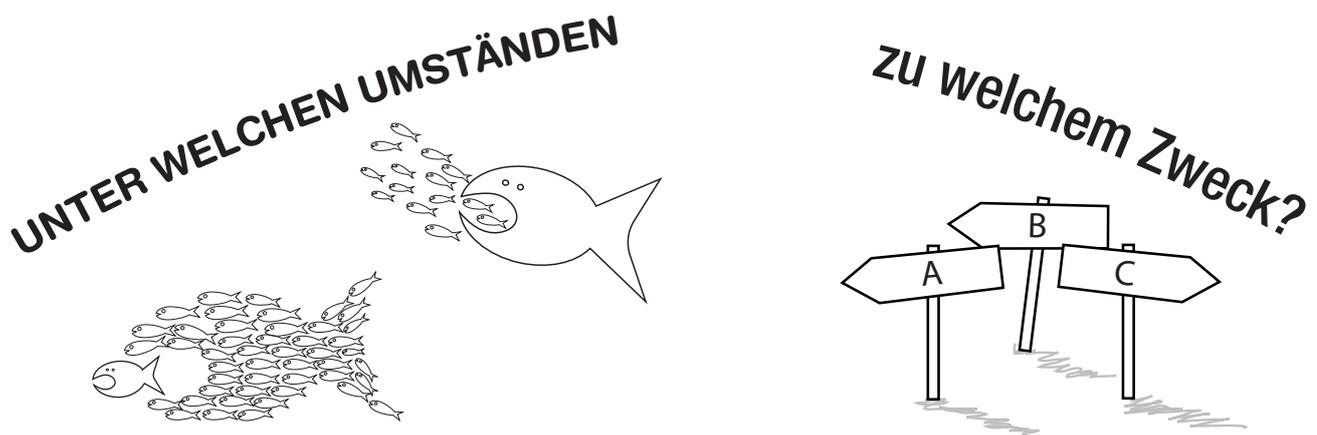
Massenmedien sind Medien, die viele Menschen gleichzeitig erreichen können. Die 5 Ws stehen für eine Formel, die Harold D. Lasswell, ein Politik- und Sozialwissenschaftler aus den USA, 1948 entwickelt hat. Diese Formel hilft zu verstehen, wie Massenmedien Informationen weitergeben.

Indem du die Grafiken in die richtige Reihenfolge bringst, erhältst du den Wortlaut der Formel!

„-----“
-----“?



1958 wurde die Formel um zwei weitere Punkte ergänzt:



Wer? Wie? Was?

Nutze die erweiterte Formel von Lasswell und analysiere das Beispiel!

OLO REISECOMMUNITY

REISEBERICHT

Bester Strand ever

Empfehlung für Indien



Verfasst von tomisabsi
Gepostet am 04.03.2017

Im Februar 2017 waren wir zum zweiten Mal in Indien. Beim ersten Mal hatten wir ein bisschen Pech mit unserem Strand ... da lag ziemlich viel Müll und Schwemmgut herum. Wenn man nach dem Schwimmen aus dem Wasser kam, klebten eklige Plastiksackerl überall am Körper :-(. Diesmal wollte ich mir nicht wieder den Urlaub verderben lassen. Deswegen hab ich mich schon vor dem Urlaub bei Bekannten umgehört, aber da wusste niemand so recht Bescheid. Und im Internet gab's zwar jede Menge Infos zu Indien, aber den ultimativen Strandtipp hab ich nicht gefunden. Und dann habe ich am Flughafen den Taxifahrer und Tourguide Amar kennengelernt. Zuerst war ich ja skeptisch, weil ich dachte, er wäre einer dieser „Touristenfänger“, aber: sein Tipp war THE BEST! Ich bin an einem richtig traumhaften Strand gelandet! Amar kennt sich echt gut aus und ist super nett. Nachdem wir am Strand gewesen sind, haben wir noch eine Tour bei ihm gebucht und waren super zufrieden! Meine wärmste Empfehlung!

Wer?

Was?

Zu wem?

Auf welchem Kanal?

Mit welchem Effekt?

Zu welchem Zweck?

Unter welchen Umständen?

Wer? Wie? Was?

Nutze die erweiterte Formel von Lasswell und analysiere das Beispiel!

RELIGIONSFORUM

Forumsregel: Mission



Manuela

Top Moderator



Beiträge: 13.206

Themen: 179

Registriert seit: 03/2007/

Über dieses Forum wollen wir Standpunkte, Wissen, Einblicke, usw. diskutieren und miteinander in Kontakt treten (Dialog). Daher empfinden wir Predigten, Monologe und Werbung jeglicher Art, insbesondere für eine bestimmte Weltanschauung oder Gemeinschaft als unangebracht. Alle Nutzer*innen haben das Recht, eigene Meinungen zu vertreten. Sie sollen dies sachlich und in angemessener Weise tun. Diese Regel ist uns besonders wichtig. Wir sichern damit die Meinungsfreiheit all unserer Nutzer*innen und schützen einander vor Diskriminierung.

Wer?

Was?

Zu wem?

Auf welchem Kanal?

Mit welchem Effekt?

Zu welchem Zweck?

Unter welchen Umständen?

Wer? Wie? Was?

Nutze die erweiterte Formel von Lasswell und analysiere das Beispiel!



Wer?

Was?

Zu wem?

Auf welchem Kanal?

Mit welchem Effekt?

Zu welchem Zweck?

Unter welchen Umständen?

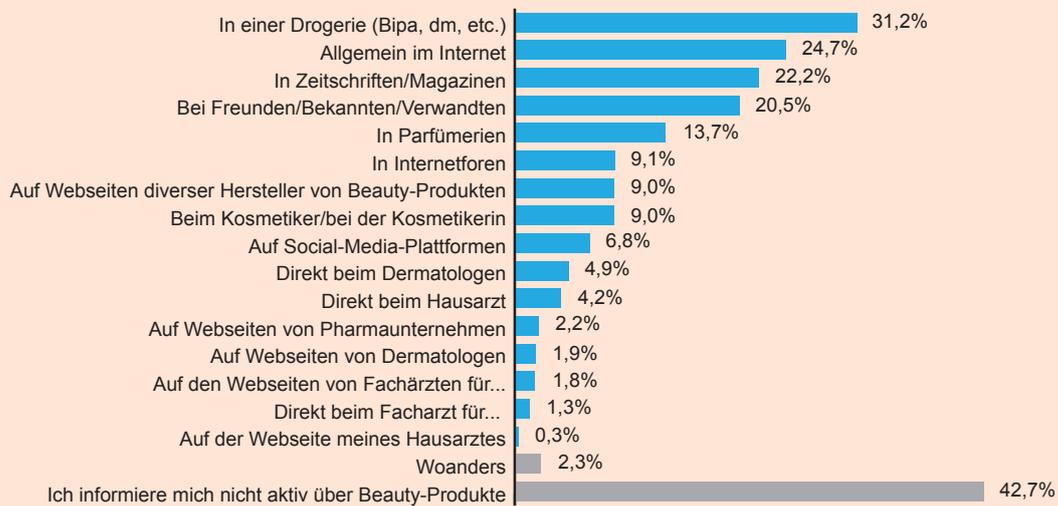
Wer? Wie? Was?

Nutze die erweiterte Formel von Lasswell und analysiere das Beispiel!

Beauty Report 2016

1.000 Menschen in Österreich haben wir im Auftrag von Kosmetik transparent folgende Frage gestellt: Wo informieren Sie sich über neue Trends in Bezug auf Beauty-Produkte? Das sind ihre Antworten.

Informationen für neue Trends in Bezug auf Beauty-Produkte



Presseinfo

Mehr Infos unter

www.marketagent.com/webfiles/MarketagentCustomer/pdf/fa5ab1d1-19d2-40ad-a23b-db6eae107ab0.pdf

Wer?

Was?

Zu wem?

Auf welchem Kanal?

Mit welchem Effekt?

Zu welchem Zweck?

Unter welchen Umständen?

Wer? Wie? Was?

Nutze die erweiterte Formel von Lasswell und analysiere das Beispiel!



frühauf_1 Hallo! Ich versuche das jetzt mal hier... Ich suche einen einfachen Fotoapparat. Soll kompakt sein und nicht leicht kaputt gehen (ich fahre gerne Moped). Er muss nicht unbedingt neu sein. Hat wer eine Idee oder einen Tipp für mich? Ach so, ich weiß nicht, wie viel ich dafür ausgeben will. Danke schon mal für eure Hilfe!



kleo.patra Hier suchst du? Hier einen Fotoapparat???



ohowo99 Ja, hat er doch eindeutig geschrieben...



kleo.patra Wer weiß, was er hier wirklich sucht? :-D



frühauf_1 Hey! Ich suche wirklich einen Fotoapparat...



ohowo99 Hast du schon mal online geschaut? Ich würde dir eine M*** /Markenname aus dem Chat entfernt! Verkaufsverdacht!/ empfehlen. Die geht recht gut und ist einfach zu bedienen. Der einzige Nachteil ist, dass sie halt mit Batterien läuft, nicht mit einem aufladbaren Akku.



strand_bali Also ich hab eine wasserfeste Kamera von A*** /Markenname aus dem Chat entfernt! Verkaufsverdacht!/. Ich mag sie gern, sie war auch nicht teuer, ich hab aber schon bessere Bilder auch gemacht.



frühauf_1 Danke @ohowo99 und @strand_bali für die Hinweise! Habt ihr eure Kameras gebraucht oder neu gekauft?

Wer?

Was?

Zu wem?

Auf welchem Kanal?

Mit welchem Effekt?

Zu welchem Zweck?

Unter welchen Umständen?

Wer? Wie? Was?

Nutze die erweiterte Formel von Lasswell und analysiere das Beispiel!



Bonto Tenker

@ BontoTenker

Heute Morgen das Bein verstaucht. Aussch! 2 Stunden im Krankenhaus gewesen.

Wer?

Was?

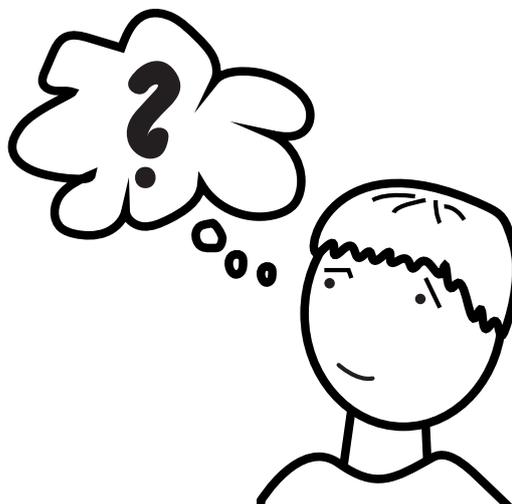
Zu wem?

Auf welchem Kanal?

Mit welchem Effekt?

Zu welchem Zweck?

Unter welchen Umständen?



Wer? Wie? Was?

Nutze die erweiterte Formel von Lasswell und analysiere das Beispiel!

Wer?

Was?

Zu wem?

Auf welchem Kanal?

Mit welchem Effekt?

Zu welchem Zweck?

Unter welchen Umständen?



Wer? Wie? Was?

Nutze die erweiterte Formel von Lasswell und analysiere das Beispiel!

Wer?

Was?

Zu wem?

Auf welchem Kanal?

Mit welchem Effekt?

Zu welchem Zweck?

Unter welchen Umständen?

Wie jetzt?

✓ Schreibhilfe Zeitungsartikel

Lass dir eine Überschrift einfallen! Sie soll deine LeserInnen dazu bewegen, deinen Artikel zu lesen. Eine gute Überschrift ist spannend und gleichzeitig informativ.

Eine Unterüberschrift klärt schnell das Wichtigste rund um deinen Artikel.

Fasse in 3-4 Zeilen die wichtigsten Eckdaten zusammen, bevor der eigentliche Artikel beginnt.

Hier folgt der eigentliche Text. Dein Zeitungsartikel sollte die **8 W-Fragen** beantworten:
Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Weshalb? Wie viel? Woher (stammen die Informationen)?

Zwischenüberschriften geben deinem Text Struktur und helfen beim Lesen.

✓ Schreibhilfe Kommentar

Beschreibe kurz, um welches Thema es geht, und **erkläre, warum** du diesen Kommentar schreibst.

Schreibe so, dass dein Kommentar für deine LeserInnen interessant ist.

Stelle **deine Position** dar. Nutze Argumente, um überzeugender zu sein! Achte darauf, dass deine Argumente logisch zusammenpassen und du keine Gedankensprünge machst, sonst können dir deine LeserInnen nicht folgen. Versuche, die LeserInnen von deiner Meinung zu überzeugen!

Fasse zum Schluss das Wichtigste noch einmal kurz zusammen und nenne noch einmal die wesentlichen Argumente, mit denen du deine Meinung untermauert hast. So kannst du noch einmal die Chance nutzen, die LeserInnen von deiner Meinung zu überzeugen.

Unterschreibe mit deinem Namen (oder deinem Nicknamen).

✓ Schreibhilfe Analyse

Lass dir eine Überschrift einfallen! Sie soll deine LeserInnen dazu bewegen, deine Analyse zu lesen.

Beschreibe dein Thema von **unterschiedlichen Positionen** aus. Stelle die verschiedenen Aspekte des Themas dar, erkläre Zusammenhänge. Nenne Quellen!

Versuch alles, was wichtig ist, abzudecken, damit deine LeserInnen einen umfassenden Eindruck vom Thema bekommen.

Achtung: Wenn du deine eigene Meinung darstellen willst, ist die Analyse nicht die passende Textsorte!

Gewusst wie!

In diesem Wirrwarr der Informationen verstecken sich 7 Verben, 7 Adjektive und 7 Substantive, die alle etwas mit Informationen zu tun haben. Finde die Begriffe. und verfasse mit je zwei Begriffen einen Satz zum Thema „Medienkompetenz“.

Achtung: Die Begriffe können in alle Richtungen geschrieben sein!

	K	G	L	A	U	B	W	Ü	R	D	I	G	
O	B	J	E	K	T	I	V		A	T	R	Ü	
			F	R		W	E	R	B	U	N	G	E
	H	O	Ä	E	C	H	R	C	H	C	H	E	F
	I		L	I	E	R	Ö	H	E	S	I	R	Ü
	N	E	S	S	U	L	F	N	I	E	E	B	H
	T	R	C		M		F		Z	R		E	L
	E	I	H		Q	U	E	L	L	E	N	W	P
	R	S	U		R	I	N	P	L	E		E	
	F	C	N	K	O	N	T	R	O	V	E	R	S
	R	H	G		T	E	L	Ü	V		T	T	
	A		E		U	I	I	F	H	E	R	E	I
	G			N	A	D	C	E	C	N		N	M
	E				E	H	N	A					R
	N				Z	M	E	I	N	U	N	G	O
		B	E	G	R	Ü	N	D	E	T	I	N	F

Hast du alle Wörter gefunden? Dann bleiben neun Buchstaben übrig.

Wenn du diese Buchstaben von oben nach unten liest, erhältst du das Lösungswort!

Lösungswort: _____

Verfasse mit je zwei Begriffen einen Satz zum Thema „Medienkompetenz“.

Beispiel: BEWERTEN, BAUCHGEFÜHL – Wenn ich einen Text bewerte, sollte ich mich nicht nur auf das eigene Bauchgefühl verlassen.

1.
.....
2.
.....
3.
.....
4.
.....
5.
.....
6.
.....
7.
.....
8.
.....
9.
.....
10.
.....
11.
.....

Gewusst wie!

Suche nach 3 Substantiven und 4 Adjektiven, die von **links nach rechts** geschrieben sind.



Suche nach 1 Verb, das von **rechts nach links** geschrieben ist.



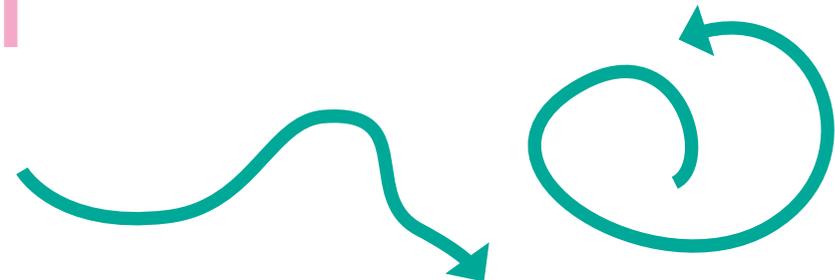
Suche nach 1 Substantiv und 3 Verben, die von **oben nach unten** geschrieben sind.



Suche nach 1 Substantiv und 1 Adjektiv, die von **unten nach oben** geschrieben sind.



Suche nach 1 Substantiv, 2 Verben und 2 Adjektiven, die wie eine Schlange geschrieben sind.



Gewusst wie!

	K	G	L	A	U	B	W	Ü	R	D	I	G	
O	B	J	E	K	T	I	V		A	T	R	Ü	
			F	R		W	E	R	B	U	N	G	E
	H	O	Ä	E	C	H	R	C	H	C	H	E	F
	I		L	I	E	R	Ö	H	E	S	I	R	Ü
	N	E	S	S	U	L	F	N	I	E	E	B	H
	T	R	C		M		F		Z	R		E	L
	E	I	H		Q	U	E	L	L	E	N	W	P
	R	S	U		R	I	N	P	L	E		E	
	F	C	N	K	O	N	T	R	O	V	E	R	S
	R	H	G		T	E	L	Ü	V		T	T	
	A		E		U	I	I	F	H	E	R	E	I
	G			N	A	D	C	E	C	N		N	M
	E					E	H	N	A				R
	N				Z	M	E	I	N	U	N	G	O
		B	E	G	R	Ü	N	D	E	T	I	N	F

- **von links nach rechts:**
3 Substantive (Meinung, Quellen, Werbung) und 4 Adjektive (begründet, glaubwürdig, kontrovers, objektiv)
- **von rechts nach links:**
1 Verb (beeinflussen)
- **von oben nach unten:**
1 Substantiv (Fälschung) und 3 Verben (hinterfragen, prüfen, veröffentlichen)
- **von unten nach oben:**
1 Substantiv (Medien) und 1 Adjektiv (nachvollziehbar)
- **wie eine Schlange:**
1 Substantiv (AutorIn), 2 Verben (informieren, recherchieren),
2 Adjektive (reißerisch, trügerisch)