

## 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

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

#### Hauptteil

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

#### Abschluss

<b>Wie jetzt?</b>	Arbeitsblatt 9	Seite 28
<b>Gewusst wie!</b>	Arbeitsblatt 10	Seite 29-30
<b>Gewusst wie!</b>	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](http://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](http://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](http://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](http://www.ikw-jugendstudie.org), [www.youtube.com/watch?v=HbtqsBtVtAk](https://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](http://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](http://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](http://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
<a href="http://www.spiegel.de/gesundheit/diagnose/fluorid-in-zahnpasta-und-mundwasser-schutz-fuer-die-zaehne-a-950415.html">www.spiegel.de/gesundheit/diagnose/fluorid-in-zahnpasta-und-mundwasser-schutz-fuer-die-zaehne-a-950415.html</a>	<a href="http://www.dm.de/alverde-magazin/gesund-bleiben/kariesschutz-c738724.html">www.dm.de/alverde-magazin/gesund-bleiben/kariesschutz-c738724.html</a>	<a href="http://www.kleiderkreisel.at/foren/beauty-and-wellness/2721742-zahnpasta-ohne-fluorid?page=2">www.kleiderkreisel.at/foren/beauty-and-wellness/2721742-zahnpasta-ohne-fluorid?page=2</a>
<a href="http://www.spiegel.de/gesundheit/diagnose/wie-gefaehrlich-ist-das-fluorid-in-der-zahnpasta-a-946074.html#js-article-comments-box-pager">www.spiegel.de/gesundheit/diagnose/wie-gefaehrlich-ist-das-fluorid-in-der-zahnpasta-a-946074.html#js-article-comments-box-pager</a>	<a href="http://www.dentalmagazin.de/praxiszahnmedizin/Prophylaxe/Fluoride-Ja-oder-nein_270008.html">www.dentalmagazin.de/praxiszahnmedizin/Prophylaxe/Fluoride-Ja-oder-nein_270008.html</a>	<a href="http://www.efsa.europa.eu/de/press/news/130808">www.efsa.europa.eu/de/press/news/130808</a>
<a href="http://kohle-zahnpasta.eu/zahnpasta-ohne-fluorid">http://kohle-zahnpasta.eu/zahnpasta-ohne-fluorid</a>	<a href="http://www.zentrum-der-gesundheit.de/fluorid.html">www.zentrum-der-gesundheit.de/fluorid.html</a>	<a href="http://www.gesundheitlicheaufklaerung.de/fluorid-und-der-grosse-zahnbetrug">www.gesundheitlicheaufklaerung.de/fluorid-und-der-grosse-zahnbetrug</a>

(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](http://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](http://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](http://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.