

Max Lachner
Theodor-Heuss-Str. 21
96215 Lichtenfels
(09571) 94 89 264
mail@max-lachner.de













Prüfung am
28.03.2011
08:00 – 12:00 Uhr
U7/ 105 (Uni Bamberg)

MEDIENERZIEHUNG

- 1. Erziehungs- und Bildungsaufgaben im Medienbereich**
 1. 1 Definitionen
 1. 2 Lehrplan
 1. 3 Sonstige Bestimmungen
- 2. Medienwelten der Kinder und Jugendlichen**
 2. 1 Nutzungsverhalten
 2. 2 Medienwirkungen und medienpsychologische Grundlagen
 2. 3 Mediensozialisation und Identitätsbildung mit Medien
 2. 4 Neue Medien – Chancen und Probleme
- 3. Medienentwicklungen**
 3. 1 Gesellschaftlicher Wandel durch Medien
 3. 2 Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung
- 4. Schulische Medienerziehung**
 4. 1 Aufgaben
 4. 2 Normative und wertbezogene Grundlagen
 4. 3 Rechtliche Bestimmungen
 4. 4 Tipps zur Umsetzung
- 5. Medienpädagogische Beratungs- und Fortbildungsmaßnahmen**
 5. 1 Planung
 5. 2 Durchführung
 5. 3 Evaluation
- 6. Themen in den Staatsexamen der letzten Jahre**

Die Gliederung orientiert sich an den LPO-Inhalten für das Medienpädagogik-Studium!

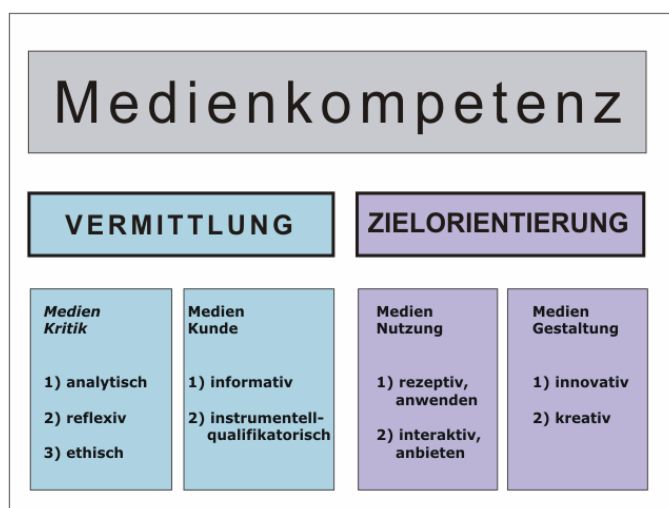
LITERATUR:

-  SKRIPTE „Medienwelten von Kindern und Jugendlichen“
-  SKRIPTE „Psychologische, kommunikationswissenschaftliche und rechtliche Grundlagen der Medienerziehung“
-  JIM-STUDIE 2010
-  SACHER, W. (2003): Neue Medien - neuer Unterricht? Vorschläge für ein didaktisch-methodisches Konzept und praktische Beispiele
-  HERZIG, B. (1999). Neue Lehr- und Lernformen. Lernen zwischen Instruktion und Konstruktion.
-  TULODZIECKI, G. (2001). Medienkompetenz als Aufgabe von Unterricht und Schule.
-  TULODZIECKI, G. (1997). Medien in Erziehung und Bildung. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
-  <http://lehrer-online.de>
-  <http://www.mediaculture-online.de>
-  <http://www.medieninfo.bayern.de>
-  SKRIPTE von www.medpaed.de
-  PRÜFUNGSFRAGEN 2005-2010

1. Erziehungs- und Bildungsaufgaben im Medienbereich

1.1 Definitionen

- **Medien:**
 - Medien sind technische Vermittlungsglieder, die zum Transport einer Botschaft zwischen den Sender und dem Empfänger einer Mitteilung eingesetzt werden. (LUKESCH)
 - Mittler, durch die in kommunikativen Zusammenhängen bestimmte Zeichen mit technischer Unterstützung übertragen, gespeichert, wiedergegeben oder verarbeitet und in abbildhafter oder symbolischer Form präsentiert werden. (TULODZIECKI)
 - Medienmerkmale nach TULODZIECKI:
 - Codierung (auditiv, visuell, audiovisuell)
 - Gestaltungsformen (informierend, kommentierend, lehrerorientiert, unterhaltend, werbend)
- **Medienerziehung (TULODZIECKI):**
 - alle Überlegungen zu einem Problemkreis, welche Ziele im Zusammenhang mit Medienfragen angestrebt werden sollen und wie diese in pädagogisch angemessener Form erreicht werden
- **Medienpädagogik (TULODZIECKI):**
 - Gesamtheit aller pädagogisch relevanten handlungs-anleitenden Überlegungen mit Medienbezug einschließlich ihrer medientechnischen und medientheoretischen Grundlagen
- **Neue Lernkultur (BACHMAIER):**
 - Selbststeuerung (Ziele, Inhalte, Methoden, Sozialformen, offene Aufgaben, Freiräume)
 - Situiertheit (Situationsbezug, konkreter Fall oder Problem, anschauliche Geschichte, authentisch)
 - variierende Kontexte (Rekontextualisierung, Umkontextualisierung, Dekontextualisierung)
 - Vernetzung (mehrperspektivische Sichtweise, Bezüge zu anderen Themen/Fächern/Vorwissen)
 - soziale Einbettung (Verständigung der Schüler und Lehrer, außerschulische Experten)
 - vielfältige Anschlussmöglichkeiten (Differenzierungsmöglichkeiten, Lerntypen, Kontrolle?)
- **Medienkompetenz:**
 - Vermittlung von Medienkompetenz ist die Aufgabe der Medienpädagogik
 - Fähigkeit entscheiden zu können, **wann, wo + wofür** wir **welche** Medien den eigenen Zielen und Bedürfnissen entsprechend nutzen + **wie** wir ihre technischen und praktischen, ihre kommunikativen + kreativen Möglichkeiten einsetzen (BAACKE)
 - umfasst mehrere Fähigkeiten (Medien kennen und nutzen können, Orientierung in der Medienwelt, kritische Distanz zu Medien halten können, selbst kreativ in der Medienwelt tätig zu werden)
 - Erwerb durch aktive + rezeptive Medienarbeit
 - Ziele:
 - Souveräner Umgang mit Medien
 - Kritikfähigkeit / kritische Reflexion
 - demokratische Teilhabe Jugendlicher an Medien
 - Persönlichkeitsbildung (Diskursfähigkeit, Teamfähigkeit usw.)
 - nach BAACKE Medienkompetenz in 4 Bereiche untergliedert (*siehe Grafik*):
 - **Medienkritik** (kritische Reflexion der Medien)
 - **Medienkunde** (Wissen und Fähigkeit der Bedienung der heutigen Medien)
 - **Mediennutzung** (woher bekomme ich Infos?)
 - **Mediengestaltung** (Neues einführen ⇒ Wikipedia, Internetpräsenz)



1.2 Lehrplan Bayern

- **Kap. I: Grundlagen und Leitlinien**
 - Hilfe zur persönlichen Lebensgestaltung ⇒ durch Medien
 - Orientierung in der medialen Informationsflut ⇒ zu überlegter Auswahl befähigen
- **Kap. II.1: Fächerübergreifende Unterrichts- und Erziehungsaufgaben**
 - Erweiterung der eigenen Welterfahrung
 - Risiken und Gefahren erkennen (Angebote kritisch reflektieren)
 - Wirkung, Leistungsfähigkeit und Grenzen kennen,
 - Charakter und Wirklichkeitsgrad beurteilen
 - Interessen der Medienbotschaften einschätzen können
 - Medien sinnvoll nutzen und sich nicht von ihnen beherrschen lassen
- **Kap. II.2: Fachbezogene Unterrichts- und Erziehungsaufgaben (Fachprofile)**
 - Deutsch (Texte, Informationsbeschaffung Internet, Zeitungsanalyse usw.)
 - Religion (Not in den Medien, überlegte Mediennutzung ⇒ gemeinsam auswählen)
 - Kunst (entwerfen, gestalten, ästhetisch bewerten, kritisches Hinterfragen ⇒ Bilder)
 - AWT (wofür gebt ihr Geld aus? Sinn und Zweck von bestimmten Medien usw.)
 - GSE (Gewalt als Folge der Medien? ⇒ Zusammenhänge analysieren)
- Darüber hinaus kann aber in jedem Fach durch die richtige Medienauswahl und Methodik die Intentionalität und Thematik des Unterrichts unter Berücksichtigung der anthropogenen und soziokulturellen Voraussetzungen unterstützt werden und so ein „guter Unterricht“ stattfinden.
- Kinder sollen unterschiedliche Nutzung von Medien erfahren (Unterhaltung, Info, Kommunikation)
- Schule soll nicht nur vor Medien warnen sondern Hilfen zur Einschätzung und Nutzung geben
- man muss sich mit Medienerfahrungen der Schüler kontinuierlich und aktuell auseinandersetzen
- zum einen Vermittlung (Hilfe zur Bewertung und Nutzung) und zum anderen Handlungsorientierung

1.3 Sonstige Bestimmungen

- **KMBek 2009** (was sollen Schüler im Rahmen einer Medienerziehung mitbekommen)
 - Medien analysieren und bewerten können
 - Medien anwenden und reflektieren können
 - Möglichkeiten, Grenzen, Gefahren von Medienangeboten einschätzen können
 - Medien im gesellschaftlichen Zusammenhang sehen
 - Medien zu privaten und beruflichen Zwecken verantwortungsvoll und effizient einzusetzen
 - Medienkunde (Wissen über technischen, juristischen, ökonomischen Bedingungen)
 - Informationstechnische Bildung (Umgang mit IuK Techniken)
 - Mediendidaktik (Theorie und Praxis des Einsatzes von Medien als Hilfsmittel im Unterricht)
 - Medienerziehung (Anregen von selbständigen, kompetenten, rechtlich korrekten Medienumgang)

2. Medienwelten der Kinder und Jugendlichen

2.1 Nutzungsverhalten

- KIM-Studie 2010:
 - Besitz: CD-Player, Spielekonsole, Handy – nur wenige haben eigenen Internetzugang (10%)
 - am wenigsten verzichten können sie auf Fernsehen und Computer
 - 57% der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren nutzen zumindest selten das Internet
 - Zunahme der Nutzung sozialer Netzwerke (43% der Internetnutzer)
 - es werden durch Verbreitung von Online-Communities verstärkt persönliche Daten preisgegeben
 - 29 % der Internetnutzenden Kinder haben Fotos oder Filme von sich/Familie eingestellt
 - durchschnittlich 30 Minuten am Tag im Internet (60% der Eltern sagen: So früh wie möglich)
 - durchschnittlich 100 Minuten am Tag Fernsehen
 - über ¾ der Eltern wollen dass Kindern Umgang mit Computern in Schule vermittelt bekommen
 - je älter die Kinder werden, desto stärker wird die Bindung an Internet und Fernsehen
- JIM-Studie 2010:
 - Besitz: Handy, MP3-Player, Computer
 - am wenigsten verzichten können sie auf Internet und Fernsehen
 - beliebteste Freizeitmedien: Handy, Internet, Fernsehen
 - durchschnittlich 138 Minuten am Tag im Internet
 - hauptsächlich zur Kommunikation (Communities, Messenger)
 - 50 % der Jugendlichen loggt sich jeden Tag in Soziale Netzwerke ein
 - 2/3 haben Fotos oder Filme von sich ins Netz gestellt
 - Bereitschaft Daten von sich im Netz zu verbreiten ist rückläufig – Erfolg der Medienerziehung?
 - Auch Verwendung von Privatsphäre-Einstellungen wird häufiger (2/3 der Nutzer)
- BITKOM-Studie Jugend 2.0 (2010):
 - 87 % der Kinder können alleine im Internet surfen 58% selbständig Emails versenden
 - 98% der Jugendlichen sind online
 - beliebteste Tätigkeiten im Netz: Informationssuche, Anschauen von Filmen/Videos, Chat, Musik
 - 74% nutzen aktiv soziale Netzwerke (beliebteste: SchülerVZ und Facebook) – bei Mädchen stärker
 - 4 von 10 Jugendlichen geben ihren echten Namen und Emailadresse an -Mädchen sind vorsichtiger
 - nur jeder zweite Nutzer hat in den Datenschutzeinstellungen schon mal was geändert
 - Positive Erfahrungen im Internet:
 - 64 % der Jugendlichen haben im Internet ihr Wissen verbessert
 - 28% haben neue Freunde über das Internet kennengelernt
 - es überwiegen die positiven Erfahrungen
 - Negative Erfahrungen im Internet:
 - jeder Fünfte ist über das Internet schon einmal beleidigt oder belästigt worden
 - 8 % Opfer übler Nachrede (Lügen)
 - mit zunehmendem Alter mehr sexuelle Anmache, Betrug (Ebay), Cybermobbing
 - Rolle der Eltern
 - 50% der Eltern erklären ihren Kindern, was im Netz erlaubt ist und was nicht
 - 2/3 der Eltern bitten ihre Kinder nicht zuviel Privates online zu stellen
 - 38% der Eltern limitieren die Dauer der Internetnutzung ihrer Kinder
 - Kinderschutzprogramme kommen eher selten zum Einsatz (15%)
 - Erfahrungen der Kinder im Internet thematisieren nur 25%
 - bei jedem 10. Jugendlichen kümmern sich die Eltern nicht darum, was sie im Netz tun
 - Wünsche an die Politik
 - 58% der Jugendlichen wünschen sich einen besseren Schutz ihrer Daten und Fotos
 - 57% fordern einen intensiveren Computereinsatz im Unterricht
 - 40 % wollen besser vor Gewaltdarstellungen im Internet geschützt werden
 - 36 % wollen besser vor sexueller Anmache geschützt werden
- Gefahren der Medien:
 - Internet: Mobbing, Pornographie, Gewalt, unreflektierte/ unbeobachtete Nutzung, Rechtsextreme
 - Werbung: Beeinflussung/ Fernsehen: Identitätsbildung, Gewaltdarstellung,
 - jedoch einfaches Verbot (z.B. nach Amokläufen) keine Lösung – komplexer Sachverhalt

2.2 Medienwirkungen und Medienpsychologische Grundlagen

- Medienbotschaften werden nicht als Selbstzweck produziert, sondern um Aussage publik zu machen
- MALETZKE: Versuche der Verhaltensbeeinflussung (pädagogisch, politisch, kommerziell)
- Wirkung von Massenmedien wird heruntergespielt (dann weniger Kontrollen und Einschränkungen)
- Medien haben positiven (Aufklärung, Bewusstseinsbildung) und negativen Einfluss (Gewalt, Identität)
- ein Beispiel für Medienwirkungen ist kein Beweis (Serie „Anna“ – Ballettanmeldungen)
- Medien können Panik auslösen (bei manchen Menschen) oder zu überlegtem Handeln führen
- Unterschiede in der emotionalen Wirkung bei Printmedien und audiovisuellen Medien:
 - Geschriebenes wird besser behalten als Gehörtes
 - Film/Bilder sind in der Fantasie einschränkend, deswegen besser Geschichten oder Bücher
- Definition Medienwirkung:
 - Medien wirken durch ihre Botschaft in vielfältiger Weise auf Betrachter ein
 - Botschaften können sich manifestieren im kognitiven, affektiven und Verhaltensbereich
 - unterschiedliche Wirkung, je nach personalen, situativen und sozialen Bedingungen
- Lasswell-Formel:
 - „Who says what in which Channel to whom with what effect?“
 - Frage nach den Rahmenbedingungen unter denen Medien ihre Wirkung entfalten können
 - Kommunikator, Botschaft, Medium, Rezipient
 - Auswirkung der Botschaft steht im Zentrum des Interesses
- Persuasionsforschung:
 - Fachkompetenz, Vertrauenswürdigkeit, Attraktivität und Macht des Kommunikators
 - vorhandene Einstellungen, Vorwissen und Intelligenz, momentane Verfassung des Rezipienten
 - Anzahl und Qualität der Argumente, einseitige vs. zweiseitige Argumentation
 - explizites vs. implizites Schlussfolgern als Merkmale der formalen Gestaltung einer Botschaft
 - „Testimonials“ bei Werbung: Stars, Experten, typische Konsumenten
- Wissenskluflhypothese:
 - Ausgangsüberlegung: mehr Medien-mehr Information (aber: SELEKTION durch Rezipient)
 - sozioökonomischer Status des Rezipienten entscheidend (mehr Wissen)
 - Personen mit höherer Bildung können Botschaften besser entschlüsseln (nutzen mehr Zeitung)
 - die Zunahme des Medienangebots führt zu einseitigerer Nutzung („leichte Kost“ statt Tagesschau)
- Sozial-kognitive Theorie des Modell-Lernens nach BANDURA
 - nach der Beobachtung von Verhaltensweisen einer Person kann es zu Verhaltensänderung kommen
 - auch Hemmungs- bzw. Enthemmungswirkungen bezüglich bereits vorhandener Verhaltensweisen
 - Voraussetzungen dafür:
 - Aufmerksamkeitsprozesse (Merkmale Modellreiz, Motivation Beobachter)
 - Gedächtnisprozesse
 - motorische Reproduktionsprozesse
 - Motivations- bzw. Verstärkungsprozesse (externe Verstärkung, Selbstverstärkung)

2.3 Mediensozialisation und Identitätsbildung mit Medien

- Menschen reagieren in vielfacher Weise auf mediale Inhalte so, als wären sie real
- Parasoziale Interaktion (Horton und Wohl 1956):
 - Rezipienten reagieren mit medialen Akteuren wie mit Personen von Angesicht zu Angesicht
 - Entstehungsbedingungen:
 - direkte Anrede und Blickkontakt (breaking the fourth wall)
 - regelmäßiges und zuverlässiges Auftreten des medialen Akteurs
- Parasoziale Beziehungen
 - generelle Einstellung eines Rezipienten zum medialen Akteur (Quasi-Freunde)
 - Ursachenforschung ergibt kein klares Bild (pathologisch?)
 - auch keine wissenschaftlichen Erkenntnisse zu negativen Auswirkungen (z.B. Isolation)
- uses and gratifications-Ansatz
 - Was machen die Menschen mit den Medien
 - parasoziale Interaktion da soziale Bedürfnisse als Gründe für den Fernsehkonsum
- Media Equation
 - weiter gefasst als parasoziale Interaktion
 - Menschen handeln im Umgang mit elektronischen Medien nach gleichen Regeln wie in Realität

2.4 Neue Medien – Chancen und Probleme für Lernen, Erziehung und Bildung

- Chancen:
 - vielfältige Möglichkeiten (Lernen, Spiel, größeres Spektrum an Handlungsmöglichkeiten)
 - Internationalisierung (Kennenlernen unterschiedlicher Perspektiven, Wissenserweiterung)
 - neue Handlungsmöglichkeiten (selbständige Dokumentation v. Ergebnissen, Kommunikation)
 - neue Lernchancen (entdeckend, kooperativ, selbstverantwortlich, lebenslang, global)
- Probleme:
 - Überreizung des Seh- und Hörsinns (Verschwinden der Inhalte zugunsten der Form)
 - Überforderung (schnell wechselnde Reize, unterschiedliche Emotionen)
 - Ausweichen vor anstrengenden sozialen Situationen (Identifikation mit Idolen – Entwicklung!)
 - Benachteiligung je nach ökonomischen + sozialen Bedingungen (unterschiedliche Möglichkeiten)
 - neue Fragen im Hinblick auf die öffentliche Meinungs- und Willensbildung
 - Datenschutz, Datensicherheit, Jugendschutz, Urheberrechte

3. Medienentwicklungen

3.1 Gesellschaftlicher Wandel durch Medien

- Wandel der politischen Öffentlichkeit (leichtere, schnellere Informationen über Ziele; Darstellung in Medien)
- Wandel des Umgangs mit Wissen (Wikipedia, Wikileaks, Web 2.0)
- Wandel gemeinschaftlicher Integration
- Wandel der Medien selbst (Fernsehen – Spielshows/Reality TV/ Help-TV – usw.)

3.2 Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung

- rechtliche Bedingungen
 - Meinungs- und Pressefreiheit im GG
 - Landespresse und Rundfunkgesetze
 - Jugendschutz, Datenschutz, Urheberrecht
 - Befassen mit interessanten Rechtsfällen aus dem Medienbereich, Situationssimulationen
- ökonomische Bedingungen
 - Vorabendserien lassen Zuschauer vor den Fernseher kommen – Werbung läuft = GELD
 - Werbung wird auf Sendungen zugeschnitten (Bier bei Fussball, Schokolade bei Frauenfilmen)
 - Fallstudie bei Hauptschülern: „Dem Fernsehen gehe es um Wohl der Zuschauer und Unterhaltung“
 - Projekte: Schüler erstellen selbst mediales Produkt und vermarkten dieses; Productplacement
- personale und weitere institutionelle Bedingungen
 - Nachrichtenauswahl (wie kann man Nachrichten verbreiten, gibt es Kontrollgremien)
 - Auseinandersetzung mit Unterhaltungsangeboten (wer entscheidet über Programme?)
 - Wie kann man eigenes mediales Produkt veröffentlichen
 - Jugendschutz und Werbung
 - Wie?: Erkundungen in Medieneinrichtungen, Erarbeitung von Organigrammen
- politische und weitere gesellschaftliche Bedingungen
 - Einfluss politischer Parteien auf Medieninstitutionen (Industrie, Gewerkschaften, Kirche)
 - Untersuchung der aktiven Medienpolitik von Parteien

4. Schulische Medienerziehung

4.1 Aufgaben

- Medien analysieren und bewerten können
- Medien anwenden und reflektieren können
- Möglichkeiten, Grenzen, Gefahren von Medienangeboten einschätzen können
- Medien im gesellschaftlichen Zusammenhang sehen
- Medien zu privaten und beruflichen Zwecken verantwortungsvoll und effizient einzusetzen
- Medienkunde (Wissen über technischen, juristischen, ökonomischen Bedingungen)
- Informationstechnische Bildung (Umgang mit IuK Techniken)
- Mediendidaktik (Theorie und Praxis des Einsatzes von Medien als Hilfsmittel im Unterricht)
- Medienerziehung (Anregen von selbständigen, kompetenten, rechtlich korrekten Medienumgang)

4.2 Normative und wertbezogene Grundlagen

- Was soll Medienerziehung machen? (Normativ=Regeln aufstellend)
- Jugendliche machen viel mit Medien – aber mit welchem Mehrwert?
- Es geht darum, Jugendliche zu einem effektiven Mediennutzen zu bringen
- Wertbezogen sollte eine Medienerziehung sein im Sinne der Werte der Gesellschaft

4.3 Rechtliche Bestimmungen

- **KM-Bek 2009:** Medien, deren Inhalte gegen die Bildungsziele verstoßen dürfen nicht eingesetzt werden
- **VSO (§4):**
 - Schulleiter entscheidet über Verbreitung von Drucksachen, Plakaten, Filmen
- **BayEuG (Art 84/85):**
 - Vertrieb von Gegenständen aller Art und Werbung dazu ist in der Schule verboten
 - politische Werbung im Rahmen von Schulveranstaltungen ist nicht zulässig
 - Datenverarbeitung zulässig im Rahmen der schulischen Aufgabenerfüllung
 - Weitergabe von Daten ist untersagt (außer rechtlicher Anspruch)
- **Jugendschutzgesetz**
 - Computerspiele und Filme müssen mit Altersfreigabekennzeichnung versehen werden
 - schwer jugendgefährdende Medien (Kriegsverherrlichung, Geschlechtsbetonung) verboten
 - bespielte Videokassetten sind nur nach Prüfung der obersten Landesbehörde erlaubt
- **Strafgesetzbuch**
 - Propaganda-Mittel § 86
 - Volksverhetzung in Medium (gegen rassische, ethnische, religiöse Gruppe) §130
 - grausame Gewalt gegen Menschen §131
 - Pornographie im Rundfunk oder durch Teledienste §184d
- **Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV):**
 - gilt für elektronische Informations- und Kommunikationsmedien (Rundfunk und Telemedien)
 - Propagandamittel, Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, Hass gegen Bevölkerung
 - gegen Menschenwürde, Stören des öffentlichen Friedens, grausame Gewalttaten
 - Anleitung zu einer rechtswidrigen Tat, Krieg verherrlichend, Kinderpornos, Sodomie
 - alle Medien die die Entwicklung von Kindern/ Persönlichkeit schwer gefährden
 - Kennzeichnungspflicht bei Medien (Altersstufen)
 - Jugendschutz in der Werbung und im Teleshopping §6:
 - Werbung für indizierte Angebote unter gleichen Bedingungen wie für das Medium
 - Liste der jugendgefährdenden Medien nicht zu Werbezwecken veröffentlichen
 - Werbung darf Kinder weder körperlich noch seelisch beeinträchtigen
 - direkter Aufruf zum Kaufen oder Mieten verboten, die die Leichtgläubigkeit ausnutzen
 - das besondere Vertrauen ausnutzen, das Kinder zu Eltern oder Lehrern haben
 - Werbung darf nicht Kinder ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen
 - keine persönlichkeitsbeeinflussende Werbung während Kinderangeboten
 - darf nicht den Interessen von Kindern schaden oder deren Unerfahrenheit ausnutzen
 - keine Werbung für Alkohol bei Kindern
- **Datenschutz:**
 - Recht am eigenen Bild (Erlaubnis einholen bei Fotos oder Filmen)
 - Datengeheimnis (Daten von Schülern erheben oder zu verbreiten ist verboten)

- **Urheberrecht:**
 - Medien dürfen grundsätzlich nur nach den Vorgaben des Herstellers/Verleih eingesetzt werden
 - kleine Teile des Werkes dürfen für den Unterrichtsgebrauch vervielfältigt werden
 - maximal 12 %, nicht mehr als 20 Seiten dürfen kopiert werden
 - für den Unterrichtsgebrauch bestimmte Werke dürfen niemals komplett kopiert werden
 - auch Bereitstellung im Intranet/Internet möglich (Film max. 5 Min., Musik max. 5 Min.)
 - Mitschnitt von Schulfunk- und Schulfernsehen (Löschungsfristen beachten)
- **Rundfunkstaatsvertrag:**
 - Fernsehwerbung explizit auf ARD und ZDF beschränkt
 - ständig verschärfende Konkurrenz engt die Sender ein – wenig Werbung – wenig Geld
 - Finanzierungsanteil durch Werbung bei der ARD unter 5 %
 - Gestaltung von Werbung und deren Einbringung ins Programm genauestens geregelt
 - Verboten: politische, weltanschauliche oder religiöse, irreführende oder schädende Werbung
 - fordert klare Trennung von Werbung und Programm durch optische und akustische Mittel
- **EU-Fernsehrichtlinie:**
 - Werbezeitbegrenzung, Teleshopping (was darf verkauft werden)
 - akustische und optische Begrenzung von Werbung
 - keine unterschwellige Werbung (subliminale Effekte und Techniken)
 - keine Schleichwerbung (eingebettet in Sendungen)
 - keine Werbung für verschreibungspflichtige Medikamente
 - keine Werbung mit Jugendlichen und Alkohol
 - Zigarettenwerbung immer verboten
- **was Lehrkräfte wissen müssen**
 - Schutzvorkehrungen treffen (Filtersysteme, Zugangssperren, Protokollierung, AUFSICHT)
 - grundsätzlich keine Kopien (Ausnahmen: freie Nutzung oder Lizenz eingeholt)
 - in Punkto gestalten, präsentieren, veröffentlichen ist mit „Augenmaß“ fast alles möglich
 - gute links: www.klicksafe.de / www.jugendschutz.net /
- **Argumente für ein generelles Verbot von Medien (von Elternseite)**
 - alles verbieten – dann kann auch nichts schlechtes/gefährliches mehr passieren –aus den Augen...
 - ich kann nicht 24 Stunden aufpassen und kenne mich sowieso nicht aus mit dem Zeug
 - rechtsradikale Medien verharmlosen (das sind doch schöne Lieder...)
- **Argumente gegen ein generelles Verbot von Medien (Gegenargument von Lehrer)**
 - Reaktanz (Reiz des Verbotenen) -man macht genau das was verboten ist noch stärker
 - besser mit Schutzprogrammen und Einstellungen (vom Fachmann) überprüfen lassen
 - geregelte Nutzungszeiten und Regeln im Umgang mit Medien (Internet, Spielekonsole usw.)
 - Verbotsforderungen sind manchmal einfach populistische Reflexe (Amoklauf-Debatte)
 - aus den Augen aus dem Sinn funktioniert nicht – Antrieb und Handlungen analysieren!
 - rechtsextreme Medien verboten, es kann dadurch zu persönlicher Fehlentwicklung kommen

4.4 Tipps zur Umsetzung (nach TULODZIECKI)

- in einzelnen Fächern (Fremdsprachunterricht – welches Bild zeichnen die Medien von dem Land)
- Fächerübergreifend und Kooperativ (Werbung in Deutsch analysieren, in Kunst gestalten)
- Projekte (Filmdreh Biobauernhof, WebQuest Geschichte usw.)
- Arbeitsgemeinschaften (Schul-TV Gruppe, Filmen von Schulveranstaltungen)
- evtl. eigenes Unterrichtsfach?
- Wie kann Medienkompetenz in der Schule erworben werden?
 - Kritische Reflexion von Gefahren der Medien (Internet – Daten)
 - Nur durch Tätigwerden (Praxis) entwickelt sich Kompetenz (also auch konkretes Handeln)
 - kann in allen Fächern stattfinden
 - Medienkonzept an Schule erstellen (wie wird mit digitalen Medien gearbeitet - Steuergruppen)
 - Elternarbeit
 - Elternbrief, Elternabend, Elterngespräche
 - alternative Freizeitaktivitäten erarbeiten
 - wissenschaftliche Information über Medienkonsumgewohnheiten der Kinder – Folgen
 - Eltern hinweisen, das Gespräch mit den Kindern zu suchen (gemeinsam Filme anschauen)
 - Medienbesitz evtl. beschränken (keinen Fernseher, Konsole als Weihnachtsgeschenk)
 - audiovisuelle Medien bei Kindern nicht als Einschlafhilfe benutzen (besser: Geschichte)
 - Belohnungen nicht durch Medien sondern für Reduktion/gezielte Mediennutzung
 - Eltern dazu anhalten, gegen die Verführung der Medien bei sich selbst anzukämpfen

5. Medienpädagogische Beratungs- und Fortbildungsmaßnahmen

5.1 Planung

- Bedarfsanalyse (Welche Fortbildungen werden benötigt?)
 - Bestandsaufnahme vorhandener Kompetenzen
 - Ermittlung fehlender, aber notwendiger Kompetenzen
 - Möglichkeiten: Fragebogen, Vorschlagliste, Input durch Gespräche, Wunschliste, Aushang...
 - Teilweise auch von oben vorgegeben, da aktueller Anlass
 - Erstellung eines Fortbildungsplanes (Grobplanung)
- Fragen auf die im Vorfeld Antworten gefunden werden sollten:
 - Welche **Ziele** verfolgt die Fortbildung? (Was soll erreicht werden, Umsetzbarkeit)
 - Welche **Inhalte** (Inhalte inkl. zeitlicher Koordinierung ausgerichtet an Bedürfnissen)
 - Welche **Anforderungen** (was erwarten sich Teilnehmer, gibt es Vorgaben?)
 - Welche **Mittel** stehen zur Verfügung (zeitlich, finanziell, personell)
 - Welche **Personen** nehmen an der Fortbildung teil
 - **Wo** findet die Fortbildung statt (Ausstattung)
 - **Wann** findet die Fortbildung statt (keine ungünstigen Termine, kein Freitag)
- konkrete Planungsphase:
 - Festlegung der Tagesordnung
 - Kontaktaufnahme mit Referenten (inkl. Vereinbarung über Honorar usw.)
 - Tagungsstätte anfragen
 - Einladung der Teilnehmer
 - Organisation von Materialien (dann Kopieren für angemeldete Teilnehmer)

5.2 Durchführung

- Einstiegsphase (Interesse der Zuhörer gewinnen – wichtigste Phase)
 - Direkte Methode (direkt mit Thema beginnen)
 - Phänomenologische Vorgehensweise (Gegenstand präsentieren der mit Thema in Verbindung ist)
 - Experimentelle Vorgehensweise (z.B. an einem Programm herumspielen lassen)
 - Falldarstellung
 - Assoziative Vorgehensweise (Teilnehmer sollen auf einer Tafel festhalten, was sie erwarten)
- Vortrag (trockene Themen nicht am Schluss, Pausen einplanen, vorgegebene Zeiten einhalten)
 - Kognitiver Lernzielbereich (z.B. Lernprogramme kennen)
 - Instrumenteller Lernzielbereich (z.B. Teilnehmer sollen Lernprogramme anwenden können)
 - affektiver Lernzielbereich (z.B. Teilnehmer sind bereit Lernprogramm in Unterricht einzubauen)
 - verschiedene Sozialformen um Vortrag interessant zu gestalten
 - Theorie und Praxis vernetzen (Infos und Selbsttätigkeit)

5.3 Evaluation

- Lernziele erreicht?
- Evaluationsbögen
- Feedback-Runde (evtl. mit Notizen auf Plakaten)
- Einrichten eines Arbeitskreises zur Nachbesprechung/Supervision (z.B. auch Webforum)
- ca. 2 Monate später nachprüfen, ob sich Verhalten geändert hat (Fragebogen oder Besuche)

6. Themen in den Staatsexamen der letzten Jahre

2005:

- Unterrichtsprojekt zu bewusstem Medienkonsum
 - o Wie Medienkonsum deutlich machen?
 - o Wie Alternativen (Freizeitgestaltung) deutlich machen?
 - o Wie können sich Schüler aktiv mit Thematik auseinandersetzen?
- Beeinflussungstechniken der Medien
 - o Techniken zum Aufbau einer parasozialen Interaktion
 - o Mediengestalterisches Unterrichtsprojekt skizzieren
- Elternabend zum Thema „Gewalt und Medien“
 - o Gewaltangebot in den Medien
 - o Wirkungen aufgrund der Rezeption medialer Gewaltdarstellungen
 - o rechtliche Aspekte des Jugendschutzes im Medienbereich
 - o Kritik von Elternseite und Gegenargumente (Verbot – GG – bewussten Umgang schulen)
- Medien als Mittel zur Identitätsfindung
 - o Medienverwendung von Jugendlichen
 - o Unterrichtssequenz zu Chancen und Gefährdungen der Medienverwendung

2006:

- Computerspiele
 - o Gewalt in Computerspielen (Elternabend vorbereiten)
 - o Argumente Pro und Contra Computerspielen (fachwissenschaftlich und psychologisch belegt)
 - o Wie Eltern von fachlich begründeter Sichtweise überzeugen?
- Menschenbild in Daily Soaps
 - o Unterrichtsprojekt Klasse 9
 - o zentrale Gestaltungs-, Wirkungs- und Aussagekriterien dieses Fernsehformats
- Medienanalyse Familienbilder
 - o Gestaltungs-, Wirkungs- und Aussagekriterien
 - o Wie kann man Medienbotschaften deutlich machen?
 - o Warum ist die Darstellung von Konflikten in einem Bildmedium so attraktiv?
 - o Wie erreicht man kritische Auseinandersetzung mit Medienaussagen?
 - o Kriterien der „Neuen Lernkultur“
- Internet
 - o Medienerzieherische Kriterien für den Umgang von Schülern mit dem Internet
 - o Unterrichtsprojekt (didaktische Planung)
 - o „Neue Lernkultur“

2007:

- Sex und Computer (Medienpädagogischer Elternabend)
 - o Zielsetzungen des Elternabends
 - o Medienbezogene Aspekte (Angebote im Internet)
 - o Jugenschutzgesetz / Medienrelevante Aspekte des Strafgesetzbuches
 - o Methodik (mediendidaktische Hinweise auf Selbststeuerung, Situiertheit, Vernetzung und soziale Einbettung)
 - o Wie werden Ergebnisse gesichert bei Eltern?
- Medienpädagogisches Projekt Thema „Mobbing mit Medien“
 - o Was kann vorkommen -was dagegen tun? – Formen und Handlungsanleitungen
 - o Wie Selbsttätigkeit in Auseinandersetzung mit diesem Thema anregen?
 - o Wie Ergebnisse den anderen Schülern zugänglich machen?
 - o sozialpsychologische Befunde aus persuasionsforschung (Überzeugungsarbeit)
- Werbung im Fernsehen
 - o Unterrichtssequenz zur Förderung der Medienkompetenz
 - o Medienerzieherische Ziele und wie Überprüfung des Erreichens dieser Ziele?
 - o Wirkmodelle bei Werbungspots
- Film+Fernsehen können Empathie und Prosozialität fördern
 - o Beispiele von Filmen
 - o Bedingungsgruppen in der sozial-kognitiven Lerntheorie
 - o Neue Lernkultur (Selbststeuerung, Situiertheit...)

2008

- Fernsehen hat Bildungsaufgabe
 - o wissenschaftliche Befunde zu dieser Thematik
 - o Ist Fernsehen eine effektive Bildungsinstitution? (Eingehen auf Wissensklufthypothese)
 - o Gavriel Salomon: „Television is easy, print is tough“
 - o lernwirksame Parallelen und Unterschiede Unterricht (personal) und Fernsehen (medial)
- Jugendgefährdung durch rechtsextreme Medien
 - o Zahlen und wissenschaftliche Erkenntnisse (Nutzung von rechtsradikalen Medien)
 - o rechtliche Möglichkeiten des Jugendschutzes
 - o Worauf müssen Lehrkräfte bei medienerzieherischen Maßnahmen besonders achten um nicht selbst gegen geltendes Recht zu verstoßen?
 - o Argumente die rechtsradikale Medien verharmlosen und dazugehörige Gegenargumente

2009:

- Medienanalyse
 - o Wissen über Gestaltung von Medienbotschaften
 - o Welche Stilmittel in Film und Fernsehen um Illusion der parasozialen Interaktion zu vermitteln
 - o Welche Schüler sind für scheinbare parasoziale Beziehung anfällig? Welche möglichen Fehlentwicklungen dadurch?
 - o Unterrichtsprojekt skizzieren für Medienanalyse (Absichten der Medienmacher durchschauen und gegen solche Einflussnahme wappnen können)
- Computer und Internetkompetenz bei Eltern
 - o Thema für Elternabend auswählen und begründen
 - o Auswahl an Materialien für Elternabend (Texte, Internetadressen, Computerprogramme)
 - o Phasen der Selbsttätigkeit einbauen und begründen
 - o Wie Rückmeldung verschaffen über Lernzuwachs?

2010:

- Werbung im Fernsehen
 - o medienerzieherische Zielsetzungen im Umgang mit Thema (explizit Alkohol, Drogen)
 - o rechtliche Rahmenbedingungen (Rundfunkstaatsvertrag, EU-Fernsehrichtlinie)
 - o Welche Werbeformen sind besonders problematisch?
 - o Unterrichtskonzept skizzieren, das diese Problematik aufgreift
- Internetgefahren
 - o soziales und kommunikatives Potential von Blogs, Chats und Online-Spielen
 - o JIM-Studie mit empirischen Ergebnissen zu Internetnutzung und Gefahren
 - o Bedenken „Soziale Isolation“ und „Sexuelle Notsituationen“ reflektieren
 - o Wie kann die Internetnutzung Jugendlicher in der Schule am erfolgversprechendsten pädagogisch begleitet werden?
- Medienkompetenz
 - o theoretische Ansätze
 - o was zeichnet einen medienkompetenten Jugendlichen aus?
 - o Wie kann der aufbauende Erwerb von Medienkompetenz in der Schule gefördert werden?
- Identitätsbildung durch Medien (Figuren in Medien als attraktive Modelle)
 - o Wie nutzt Medienindustrie die Bedeutung von Medienfiguren für Jugendliche
 - o Unterrichtssequenz zu Chancen und Gefahren von Einfluss auf Identität

Das Skript ist 2011 im Rahmen der persönlichen Vorbereitung auf das Medienpädagogik-Staatsexamen entstanden und stellt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit bezüglich der Inhalte dar. Eventuelle Fehler oder fehlerhafte Angaben bitte ich zu entschuldigen und ggf. mitzuteilen.

Viel Erfolg bei den Prüfungen!