

Didaktisch-methodische Hinweise

Das folgende Kapitel widmet sich dem Zusammenspiel von Medien und Politik – insbesondere der Wandel der beiden Bereiche durch die fortschreitende Digitalisierung steht dabei im Mittelpunkt. Die Schüler*innen lernen dabei zunächst, worum es sich bei „den Medien“ überhaupt handelt, um dann ihren persönlichen Medienkonsum analysieren zu können. Sie verstehen zudem den tiefgreifenden Wandlungsprozess, den die Medienbranche in den letzten Jahrzehnten durchlaufen hat und erkennen im weiteren Verlauf die Wechselwirkung zwischen Politik und traditionellen sowie „neuen“ Medien. QR-Codes unterstützen die Schüler*innen jeweils bei der Internetrecherche.

Unterrichtseinheit 1:



Sachkompetenz, Wahrnehmungskompetenz

Um sich dem Thema „Medien“ anzunähern, erscheint es zunächst sinnvoll, mit dem Begriff als solchem einzusteigen. Zur Aktivierung des Vorwissens, bietet sich Aufgabe 1 an, bei der die Schüler*innen erste Assoziationen äußern können. Anschließend sollen sie eine allgemeine Definition verfassen, wobei sich eine Internetrecherche für den inhaltlichen Input anbietet. Die selbst formulierte Definition hilft den Schüler*innen, konkrete Beispiele für den Begriff „Medien“ zu finden und diese strukturiert in einer Mindmap festzuhalten. Sie müssen sich dabei nicht streng an das vorgegebene Schema halten, sondern können bei Bedarf weitere Arme und Unterarme anfügen. Als Vertiefung können die Schüler*innen im Internet nach konkreten Beispielen suchen und diese ihren Mitschüler*innen präsentieren.

Unterrichtseinheit 2:



Sachkompetenz, Urteilskompetenz, Kommunikationskompetenz

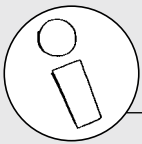
Das Arbeitsblatt „Johannes Gutenberg – ein medialer Revolutionär?“ legt das historische Fundament für das vorliegende Kapitel. Die Schüler*innen erkennen die Relevanz sowie die richtungsweisende Bedeutung der Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern. Dabei machen sie sich zunächst mit dem neu entwickelten Druckverfahren an sich vertraut und erkennen die Auswirkungen der Innovation. In Aufgabe 2 erkennen die Schüler*innen den nachhaltigen Einfluss von Gutenbergs Erfindung auf ihre persönliche Umgebung, um sich im finalen Schritt mit der Frage zu beschäftigen, inwiefern Gutenberg eine Medienrevolution in Gang gesetzt hatte. Dabei bietet es sich an, auf den verändernden Charakter und ggf. auch auf die Nachhaltigkeit anderer Revolutionen (z. B. Frankreich) hinzuweisen. Der Einfluss auf die Gegenwart (aus Aufgabe 2) kann hier noch einmal mit einbezogen werden.

Unterrichtseinheit 3:



Sachkompetenz, Wahrnehmungskompetenz, Urteilskompetenz, Kommunikationskompetenz


Die vorliegende Unterrichtseinheit „Mein persönlicher Nachrichtenkonsum“ setzt sich aus zwei aufeinander aufbauenden Arbeitsblättern zusammen. Ziel der Einheit ist es, die Schüler*innen für ihren persönlichen Nachrichtenkonsum zu sensibilisieren. Zur Vorwissensaktivierung können die Schüler*innen befragt werden, welche Nachrichtenportale ihnen bekannt sind. Daran anknüpfend geben sie in Aufgabe 1 (AB 1) an, welche Nachrichten sie regelmäßig benutzen, und welchen Kanal sie dazu wählen. Für Aufgabe 4 (AB 2) bietet es sich an, alle angegebenen Nachrichtenportale auf Kleingruppen zu verteilen, um die Klasse durch Kurzreferate mit einer Bandbreite an Zeitungen und



Nachrichtenmagazinen vertraut zu machen und diese auch qualitativ einschätzen zu können. Ferner wird der eigene Nachrichtenkonsum mit dem der Eltern bzw. Großeltern verglichen Aufgabe 3, (AB 2), um Veränderungen in Bezug auf die Digitalisierung zu identifizieren. Gegebenenfalls können auch Unterschiede in Bezug auf die Qualität der Medien zwischen den Generationen festgestellt und problematisiert werden. Eine Bildbeschreibung am Ende soll diesen Trend noch einmal verdeutlichen.


Arbeitsblatt 2 kann ohne Arbeitsblatt 1 bearbeitet werden, wenn unterschiedliche Nachrichtenkanäle im Unterricht vorher eingeführt worden sind.

Unterrichtseinheit 4:

 Sachkompetenz, Wahrnehmungskompetenz, Urteilskompetenz, Kommunikationskompetenz


Das Arbeitsblatt „Digitalisierung der Medien – Qualität vs. Schnelligkeit“ thematisiert die rasante Veränderung der Medienlandschaft der letzten drei Jahrzehnte mit den damit einhergehenden Herausforderungen. Die Schüler*innen nähern sich textanalytisch dem Spagat, den etablierte Medien seit dem Erscheinen der sozialen Netzwerke leisten müssen, dem Dilemma: Schnelligkeit oder Qualität. Dabei erkennen sie, dass sich Ereignisse in sozialen Medien direkt verbreiten und etablierte Nachrichten dadurch unter Zugzwang geraten. Sie werden darüber hinaus für den Umgang mit Nachrichten, die über soziale Netzwerke verbreitet werden, sensibilisiert und erkennen mögliche Gefahren. Zudem erkennen die Lernenden die ökonomischen Herausforderungen, die die fortschreitende Digitalisierung für etablierte Medien mitbringen. Dabei wird die Aufmerksamkeit auf den Prozess des *Clickbaiting* gelenkt. Vertiefend können die Schüler*innen Beispiele bei Nachrichtenportalen im Internet suchen.

Unterrichtseinheit 5:

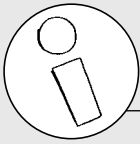
 Sachkompetenz, Wahrnehmungskompetenz, Urteilskompetenz, Deutungskompetenz, Kommunikationskompetenz

Die Unterrichtseinheit „Parteien in den sozialen Netzwerken“ besteht aus zwei zusammenhängenden Arbeitsblättern. Im Fokus steht hierbei die eigenständige Erstellung von Diagrammen. Zunächst befassen sich die Schüler*innen mit den drei führenden sozialen Netzwerken Facebook, Twitter und Instagram, um im Anschluss auf Basis einer selbstständigen Internetrecherche zur medialen Präsenz der Parteien Balkendiagramme anfertigen zu können. Die Schüler*innen nutzen im Anschluss die selbst erarbeiteten Daten und analysieren in Verbindung mit den angegebenen Daten zur Altersstruktur in den sozialen Netzwerken den Erfolg der einzelnen Parteien. In Aufgabe 3 reflektieren die Schüler*innen, welche Vor- bzw. Nachteile einzelne soziale Medien für die Parteien bieten.

Unterrichtseinheit 6:

 Sachkompetenz, Wahrnehmungskompetenz, Kommunikationskompetenz

Das Arbeitsblatt „Politiker online“ bietet für die Lehrkraft die Möglichkeit, die Klasse mit einer großen Anzahl an Politiker*innen vertraut zu machen. Die Schüler*innen sind aufgefordert, einen Steckbrief über eine*n Politiker*in anzufertigen. Die Lehrkraft kann hier selbstverständlich eine Vorauswahl treffen und ausgesuchte Politiker*innen auf die Schüler*innen verteilen. Neben allgemeinen Informationen sollen die Schüler*innen auch die Aktivität ihrer*ihres Politikerin*Politikers in den sozialen Netzwerken ermitteln. Im Anschluss können die Schüler*innen ihre Ergebnisse im Rahmen von Kurzreferaten ihren Mitschüler*innen vorstellen.



Unterrichtseinheit 7:



Sachkompetenz, Wahrnehmungskompetenz, Urteilskompetenz

Das Arbeitsblatt „Medien und Populismus“ fördert die textanalytischen Kompetenzen der Schüler*innen und führt sie in das Phänomen des politischen Populismus ein. Dabei nähern sich die Schüler*innen dem besagten Politikstil, indem sie mithilfe einer Internetrecherche zunächst eine allgemeine Definition formulieren. Ferner beschäftigen sie sich anhand von Beispielen mit dem Umgang populistischer Politiker*innen mit den Medien und verstehen, warum Populist*innen eine ablehnende Haltung gegenüber etablierten Medien einnehmen. Im Rahmen der Unterrichtseinheit empfiehlt es sich, aktuelle oder vergangene Beispiele zu recherchieren. Ausschnitte der Pressekonferenzen des ehemaligen US-Präsidenten Trump auf YouTube sind hier sicher zu empfehlen.

Unterrichtseinheit 8:



Sachkompetenz, Wahrnehmungskompetenz, Urteilskompetenz, Deutungskompetenz

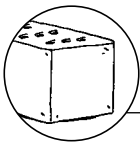
Das Arbeitsblatt „Die Filterblase – eine Gefahr für den demokratischen Diskurs?“ beschäftigt sich mit den verborgenen Funktionsweisen von Algorithmen in sozialen Netzwerken. Dabei sollen die Schüler*innen für einen behutsamen Umgang mit sozialen Medien sensibilisiert werden. Zunächst verstehen die Schüler*innen die Funktionsweise von Algorithmen, um ihre eigenen Social-Media-Accounts auf mögliche Filterblasen zu analysieren. Ferner diskutieren sie, ob Filterblasen eine Gefahr für den politischen Diskurs darstellen. Die Diskussion kann auch in Form einer Pro-Kontra-Debatte durchgeführt werden. In Aufgabe 3 wenden die Schüler*innen ihr erworbenes Wissen an, um das Konzept der Filterblase ermitteln und erklären zu können.

Unterrichtseinheit 9:



Sachkompetenz, Wahrnehmungskompetenz, Urteilskompetenz, Deutungskompetenz

Das doppelte Arbeitsblatt „#DemokratieinGefahr? – Twitter als (gefährliches) politisches Medium?“ thematisiert die mögliche Rolle des weit verbreiteten Kurznachrichtendienstes im politischen Geschäft. Zunächst verstehen die Schüler*innen, warum Twitter für viele Politiker*innen ein solch attraktives Medium ist. Am Beispiel von Donald Trump wird gezeigt, welches gefährliche Potenzial das soziale Netzwerk birgt und die Schüler*innen sind zunächst aufgefordert zu beurteilen, ob die erstmals 2020 eingeführten Gefahrenhinweise des Kurznachrichtendienstes mit dem demokratischen Konzept der Meinungsfreiheit vereinbar sind, um letztlich zu diskutieren, ob soziale Netzwerke Falschbehauptungen konsequent löschen sollten. Hier können Synergieeffekte mit Unterrichtseinheit 8 genutzt werden. Ferner bietet es sich an, mögliche rechtliche Konsequenzen für Donald Trump nach seiner Präsidentschaft in die Diskussion mit einzubeziehen. Der zweite Teil des Arbeitsblatts widmet sich den unmittelbaren Nachwirkungen der Stürmung des Kapitols im Januar 2021. Da die demokratische Sprecherin des Repräsentantenhauses, Nancy Pelosi, ein zweites Amtsenthebungsverfahren u. a. aus Sorge vor einem möglichen nuklearen Angriff begründet hatte, verstehen die Schüler*innen die atomaren Befugnisse des US-Präsidenten. Abschließend untersuchen sie eine thematisch passende Karikatur mit dem Dreischritt: Beschreibung, Analyse und Interpretation.



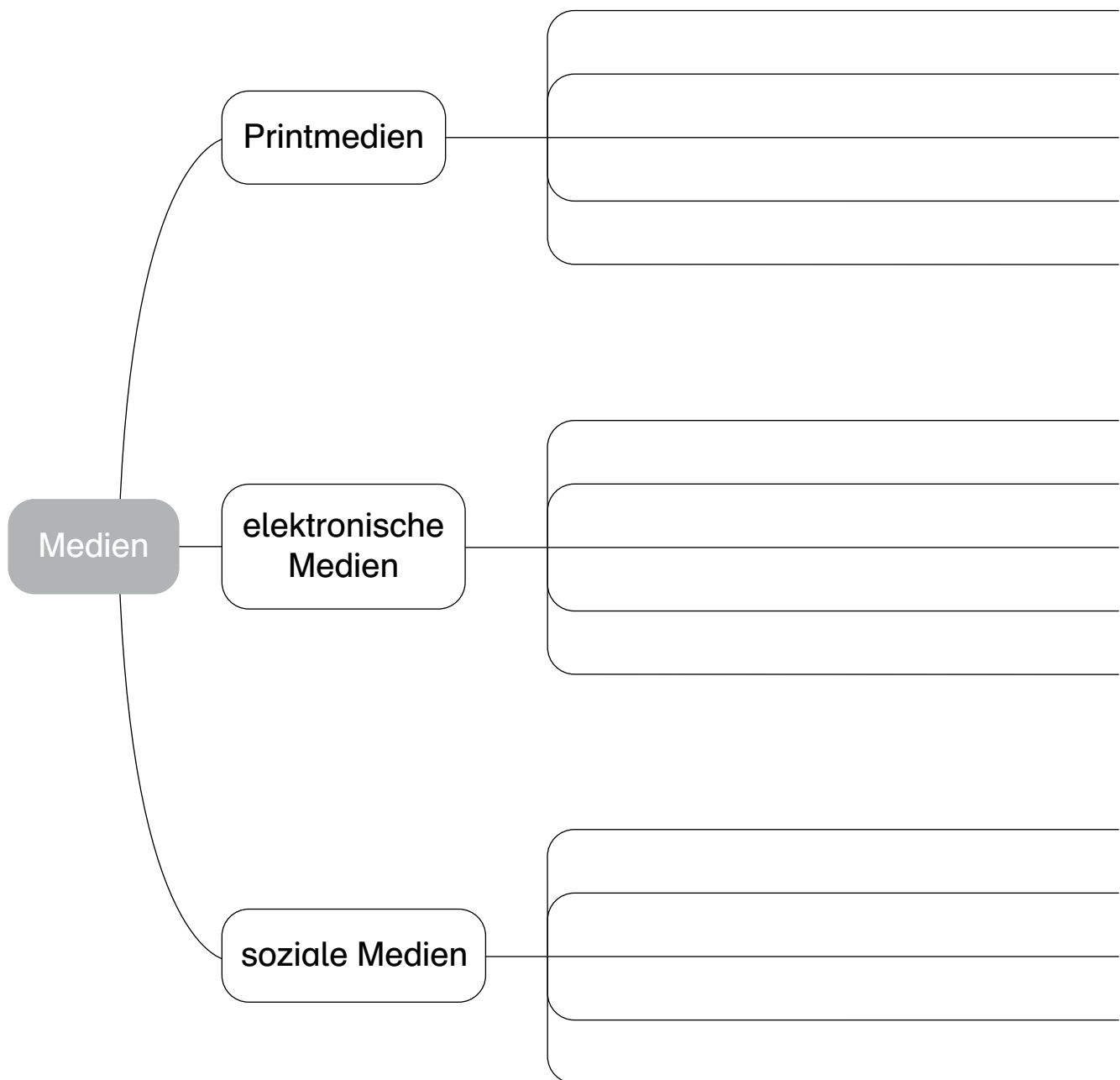
Der Begriff „Medien“

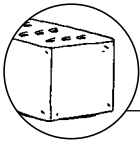


Der Begriff „Medien“ begegnet uns nahezu täglich. Sammle Gedanken, die du mit Medien verbindest und verfasse anschließend eine allgemeine Definition. Der folgende QR-Code kann dir weiterhelfen.



Medien lassen sich in mehrere Kategorien unterteilen. Vervollständige die Mindmap mit den verschiedenen Medientypen, die du kennst. Du kannst noch weitere Arme und Unterarme hinzufügen.





In der Mitte des 15. Jahrhunderts entwickelte der Mainzer Johannes Gutenberg eine Technik, die bis heute von vielen Historikern als revolutionär bezeichnet wird: er erfand den Buchdruck mit beweglichen Lettern.

5 Bis ins späte Mittelalter hinein mussten Bücher entweder von Hand abgeschrieben werden oder es kam ein chinesisches Druckverfahren zum Einsatz, bei dem Buchstaben aus Holzplatten herausgeschnitzt wurden, mit denen dann gedruckt werden konnte. Beide Verfahren waren äußerst arbeits- und zeitintensiv.

10 Gutenberg entwickelte Mitte des 15. Jahrhunderts nun ein Verfahren, bei dem mithilfe einer Blei-Zinn-Legierung einzelne Buchstaben bzw. Lettern schnell und in Masse gegossen werden konnten. Mit den einzelnen Lettern
15 konnten nun relativ schnell Druckerplatten gesetzt werden, mit denen man dann mittels einer Druckerpresse Seiten in großer Anzahl drucken konnte. Gutenbergs Verfahren war wesentlich schneller als alle bisherigen Techniken.

Gutenbergs Drucktechnik verbreitete sich innerhalb von
20 wenigen Jahren in ganz Europa. Zunächst wurden weitgehend theologische Schriften gedruckt – das erste von Gutenberg gedruckte Buch war eine Bibel. Nach und nach wurden vermehrt naturwissenschaftliche, historische und philosophische Werke gedruckt. Auch aktuelle Nachrichten konnten nun in Form von Flugblättern verbreitet werden.

Im 15. Jahrhundert wurden europaweit schon knapp 10 Millionen Bücher gedruckt – im
25 16. Jahrhundert waren es über 200 Millionen, im 17. Jahrhundert knapp 700 Millionen und im 18. Jahrhundert eine Milliarde. An dieser exponentiellen Entwicklung lässt sich erkennen, dass Bücher nun erschwinglich wurden, was die Alphabetisierung und damit einhergehend auch die Bildung der Menschen vorantrieb.



(©Juergen – Adobe Stock)



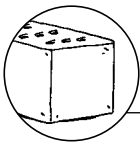
1 Erläutere die Vorteile von Gutenbergs neuer Drucktechnik und wie sie sich von den bekannten Verfahren unterschied.



2 Diskutiere mit deinen Mitschülerinnen und Mitschülern, welchen Einfluss Gutenbergs Erfindung auf euer alltägliches Leben hat.



3 Nimm begründet Stellung, inwiefern man bei der Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern von einer Medienrevolution sprechen kann.



Mein persönlicher Nachrichtenkonsum (1)

Da Medien Informationen verbreiten, werden sie von vielen Menschen auch genutzt, um Nachrichten zu bekommen. Die verschiedenen Nachrichtenportale nutzen unterschiedliche Kanäle, um ihre Informationen zu verbreiten (als Printversion, Onlineangebote, TV-Angebot).



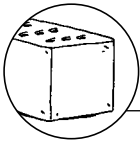
Schau dir die folgenden Nachrichtenportale an und markiere jene, die du selbst mindestens einmal pro Woche nutzt. Gib zudem den Kanal an, über den du das Nachrichtenportal aufgerufen hast: als Printversion (p), online (o) oder im Fernsehen (TV). Vergleiche anschließend deinen Medienkonsum mit dem deiner Mitschülerinnen und Mitschüler.

	Lokale Tageszeitung		Süddeutsche Zeitung		RTL 2 News
	BILD		Welt		Tagesschau
	Frankfurter Allgemeine Zeitung		Spiegel		ZDF heute
	logo!		Phoenix		Stern
	ntv		Die Zeit		Sonstige: _____



Bildet Gruppen aus 2 bis 3 Schülerinnen und Schülern, wählt zwei unterschiedliche Nachrichtenportale aus und informiert euch online über sie. Bereitet ein Kurzreferat vor, bei dem ihr auf folgende Aspekte eingeht:

- Welche Kanäle werden genutzt? (print, online, social media, TV)
- Wer ist die Zielgruppe?
- Wie ist die Qualität der Nachrichten einzuschätzen?
- Würdet ihr die Portale euren Mitschülerinnen und Mitschülern empfehlen? Warum?



Mein persönlicher Nachrichtenkonsum (2)



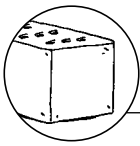
Befrage deine Eltern und/oder Großeltern welche der aufgeführten Nachrichtenportale sie nutzen und über welche Kanäle (print, online oder TV) sie das tun. Vergleiche deinen eigenen Medienkonsum mit dem deiner Eltern bzw. Großeltern und besprecht eure Ergebnisse in der Klasse. Was fällt euch auf in Bezug auf Anzahl und Art der Medien, die genutzt werden, sowie auf die genutzten Kanäle?



Beschreibe und analysiere das Bild in Bezug auf den Begriff „Medienkonsum“. Stimmt die Kernaussage des Bildes mit deiner persönlichen Erfahrung überein?



(©VadimGuzhva – Adobe Stock)



Die Medienlandschaft hat in den letzten 30 Jahren einen tiefgreifenden Wandlungsprozess durchlaufen. In der Zeit, bevor das Internet nahezu jeden Haushalt in diesem Land erreicht hatte, gab es nur relativ begrenzte Möglichkeiten, sich über das tagespolitische Geschäft zu informieren. Man nutzte dazu meist die Tageszeitung, das Radio sowie die traditionellen Nachrichten-
5 richtensendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Mit dem Internet hat sich die Situation grundlegend geändert. Die oben erwähnten Nachrichtenkanäle Zeitung, TV und Radio gibt es zwar noch immer, doch sie haben in den letzten drei Jahrzehnten immer mehr Konkurrenz bekommen. Mitte der 1990er Jahre begannen viele Zeitungen und Zeitschriften, ihr Angebot auf das Internet auszuweiten und etwa zehn Jahre später waren
10 Nachrichten dann auch über die neu entstandenen sozialen Netzwerke, wie zum Beispiel Facebook, verfügbar. Heute konsumieren wir Nachrichten in der Regel also nicht mehr nur ein- oder zweimal am Tag, sondern wir sind durch unser Smartphone live am Weltgeschehen beteiligt. Die sozialen Netzwerke und sogenannte Push-Mitteilungen machen es möglich.

Durch diese Entwicklung können wir zwar im Sekundentakt mit Nachrichten versorgt werden, sie setzt Journalisten jedoch massiv unter Druck. Ereignisse wie der Brand der Kathedrale Notre-Dame in Paris, der Anschlag auf eine Synagoge in Halle an der Saale (beides 2019), die
15 nächtlichen Ausschreitungen und Plünderungen in Stuttgart (2020) u. v. m. verbreiteten sich durch die User schnell in den sozialen Medien, bevor TV- und Printmedien darauf reagieren konnten. Das liegt insbesondere daran, dass Genauigkeit und Richtigkeit zu den wichtigsten
20 Qualitätsansprüchen der journalistischen Arbeit zählen. Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, muss man Recherche betreiben, was wiederum Zeit kostet. So kommt es nicht selten vor, dass sich zunächst einseitige und realitätsverzerrende oder gar falsche Informationen
sowie Gerüchte über die sozialen Medien verbreiten, bevor Journalisten objektive Berichte liefern können. Journalisten sind also gezwungen, den Spagat zwischen Schnelligkeit und
25 Richtigkeit, zwischen Qualität und Aktualität zu leisten.

Dieser Spagat wird auch dadurch verstärkt, dass seriöse Nachrichten heutzutage weitgehend kostenlos online verfügbar sind und ein Großteil durch Werbung finanziert ist. Je mehr Klicks ein Artikel generiert, desto mehr Geld wird verdient. Wenn ein Nachrichtenportal also schnell
30 über ein Ereignis berichtet, kann es wesentlich mehr Klicks erzielen als wenn der Artikel erst später erscheint. Dieses Prinzip führt auch dazu, dass oftmals mit reißerischen oder übertriebenen Überschriften und Schlagzeilen gearbeitet wird, um die Klickzahl zu erhöhen und oft werden durch die Überschrift Erwartungen geweckt, die der Artikel nicht erfüllt. Man bezeichnet das als *Clickbaiting*.



1 Erschließe die Vor- und Nachteile der Digitalisierung der Medien innerhalb der letzten drei Jahrzehnte.



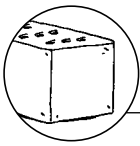
2 Einer deiner Freunde bezieht alle seine Nachrichten ausschließlich über soziale Netzwerke. Scheibe ihm eine WhatsApp-Nachricht, in der du ihn argumentativ überzeugst, etablierte Medien zu verfolgen und auf die Gefahren der Informationsbeschaffung in den sozialen Medien eingehst.



3 Diskutiere mit deinem Partner: Angesichts der Schnelligkeit der sozialen Netzwerke, sollten etablierte Medien ihren Fokus auf Aktualität oder auf Qualität legen? Gelangt abschließend zu einem begründeten Urteil.



4 Suche auf den Internetseiten der Nachrichtenportale nach Beispielen für *Clickbaiting*.



Facebook

Der Vorreiter auf dem Markt der sozialen Medien ist Facebook. Das im Jahr 2004 von Mark Zuckerberg gegründete Netzwerk ermöglicht die Erstellung von privaten Profilen mit persönlichen Daten. Facebook bietet eine Bandbreite an Aktivitäten. Nutzer können ihrem Profil Fotos oder Videos hinzufügen, eigene Beiträge verfassen und Beiträge anderer User „ liken“, kommentieren und teilen. Durch Freundschaftsanfragen kann man sich mit den Profilen von Freunden und Bekannten verbinden. Zudem kann man Nachrichtenseiten, Prominenten usw. folgen, indem man ihre Seiten mit „Gefällt mir“ markiert. Alle Aktivitäten der Freude und „gelikten“ Seiten bekommt man im sogenannten News Feed angezeigt, kann diese wiederum liken, teilen oder kommentieren.

Altersstruktur unter Internetnutzern in Deutschland (2020)

15–25	26–35	36–45	46–55	56+
51 %	69 %	67 %	64 %	61 %

Twitter

Bei dem 2006 gegründeten Unternehmen Twitter handelt es sich um einen Kurznachrichtendienst. Privatpersonen, Unternehmen, Organisationen und Massenmedien können Textnachrichten mit max. 280 Zeichen (Tweets) verfassen, um ihre Follower zu erreichen. Es können auch Bilder und Videos angehängt werden. Im News Feed kann man die Nachrichten der Personen, denen man folgt, lesen.

Altersstruktur unter Internetnutzern in Deutschland (2020)

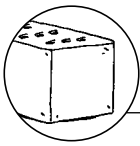
15–25	26–35	36–45	46–55	56+
29 %	34 %	23 %	19 %	16 %

Instagram

Das Social Network Instagram existiert seit 2010. Von der Idee funktioniert es ähnlich wie Facebook, nur dass der Schwerpunkt auf Bildern und Videos liegt, die mit Text versehen werden können. Mit seinem Profil kann man die Bilder der Personen, Organisationen, Parteien, denen man folgt, liken, kommentieren oder teilen. Im Jahr 2012 wurde Instagram von Facebook aufgekauft.

Altersstruktur unter Internetnutzern in Deutschland (2020)

15–25	26–35	36–45	46–55	56+
68 %	56 %	43 %	35 %	25 %

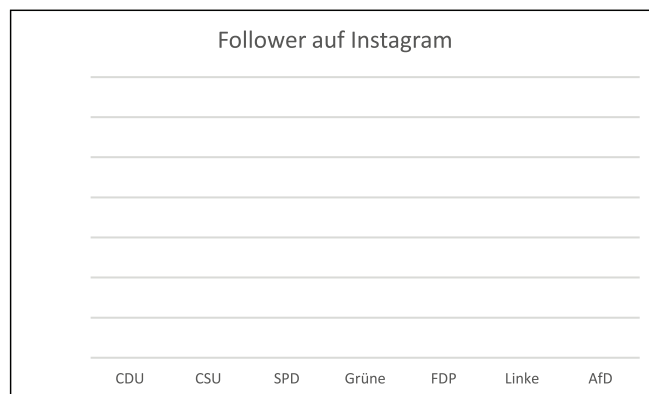
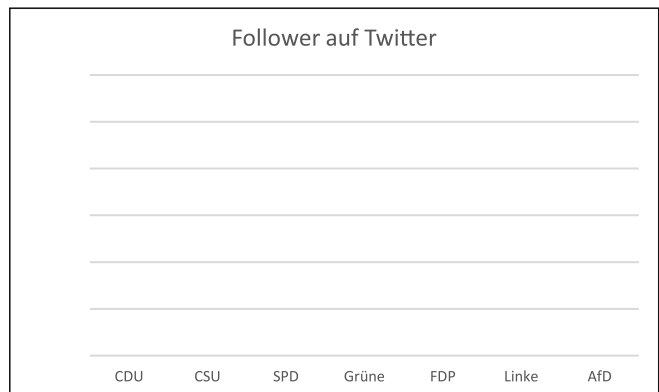
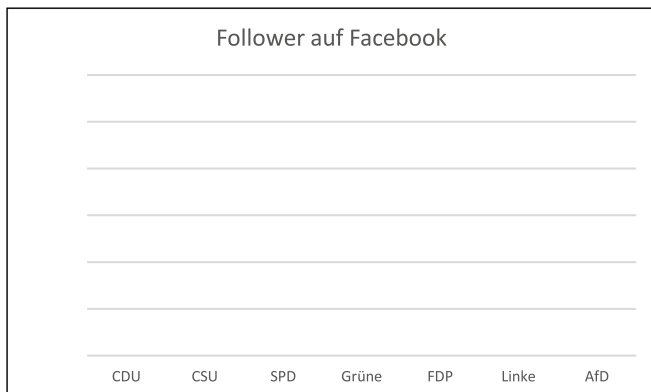


Parteien in den sozialen Netzwerken (2)



Besuche die drei Social-Media-Kanäle Facebook, Twitter und Instagram und finde heraus, wie viele Follower die Bundesverbände der Parteien CDU, CSU, SPD, Grüne, FDP, Linke und AfD haben. Erstelle anschließend jeweils ein Säulendiagramm. Achte dabei auf eine sinnvolle Einteilung der Werte auf der Y-Achse.

Achtung: Die CSU gibt es nur als Landesverband in Bayern und sie bildet zusammen mit der CDU die Union; die SPD verfügt bei Twitter auf Bundesebene nur über einen Account für ihre Bundestagsfraktion.



Analysiere die Alters- und Benutzerstruktur der drei sozialen Netzwerke und überlege dir anschließend mögliche Gründe, warum gewisse Parteien auf manchen Netzwerken erfolgreicher sind als bei anderen.



Stell dir folgende Situation vor: eine Freundin von dir kandidiert für den Stadtrat und möchte dabei aus Zeitgründen nur einen Social-Media-Account einrichten. Sie bittet dich dafür um Hilfe. Schreibe ihr eine WhatsApp-Nachricht, in der du ihr die Vor- und Nachteile der drei Netzwerke erörterst und ihr abschließend begründet eines empfiehlst.