

Unterrichtsbeispiel zum Fachlehrplan Deutsch Gymnasium/Fachgymnasium

Themenbereich:

Materialgestütztes Schreiben: Veränderung der
Mediengewohnheiten im digitalen Zeitalter

Schuljahrgang 10

An der Erarbeitung des Unterrichtsbeispiels haben mitgewirkt:

Adelmeyer, Annette	Halle (Leitung der Fachgruppe)
Prof. Dr. Ballod, Matthias	Halle (fachwissenschaftliche Beratung)
Brandt, Grit	Merseburg
Brzezek, Sabine	Köthen
Dönitz, Elke	Halle
Elstermann, Henry	Naumburg
Schmidt, Heike	Zeitz
Dr. Seiler, Kristin	Landsberg



Die vorliegende Publikation, mit Ausnahme der Quellen Dritter, ist unter der „Creative Commons“-Lizenz veröffentlicht.

 CC BY-SA 3.0 DE <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>

Sie dürfen das Material weiterverbreiten, bearbeiten, verändern und erweitern. Wenn Sie das Material oder Teile davon veröffentlichen, müssen Sie den Urheber nennen und kennzeichnen, welche Veränderungen Sie vorgenommen haben. Sie müssen das Material und Veränderungen unter den gleichen Lizenzbedingungen weitergeben.

Die Rechte für Fotos, Abbildungen und Zitate für Quellen Dritter bleiben bei den jeweiligen Rechteinhabern, diese Angaben können Sie den Quellen entnehmen. Der Herausgeber hat sich intensiv bemüht, alle Inhaber von Rechten zu benennen. Falls Sie uns weitere Urheber und Rechteinhaber benennen können, würden wir uns über Ihren Hinweis freuen.

Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkungen.....	4
1.1	Anliegen des Unterrichtsbeispiels	4
1.2	Der Kompetenzaufbau zum materialgestützten Schreiben informierender Texte	5
1.3	Die Lernschleife – Erläuterungen zur Kompetenzentwicklung in einer Unterrichtseinheit	8
2	Erläuterungen zu Aufbau und Durchführung der Unterrichtseinheit	10
2.1	Eröffnung (Motivation und Zielorientierung)	10
2.2	Einstiegsdiagnose.....	11
2.3	Vermittlung (Schwerpunkt Textuntersuchung und -aufbereitung).....	12
2.4	Vermittlung (Textproduktion).....	13
2.5	Zwischendiagnose	13
2.6	Übung.....	14
2.7	Abschlussdiagnose.....	14
3	Material	15
3.1	Eröffnungsphase (M 1)	15
3.2	Einstiegsdiagnose (M 2, M 3, M 4).....	16
3.3	Vermittlung (Schwerpunkt Textuntersuchung und -aufbereitung; M 5, M 6, M 7)	20
3.4	Vermittlung (Schwerpunkt Textproduktion; M 8, M 9).....	26
3.5	Zwischendiagnose (Z 1, Z 2, Z 3, Z 4, Z 5)	28
3.6	Übungsphase (Ü 1, Ü 2, Ü 3,Ü 4)	32
3.7	Abschlussdiagnose (A 1, A 2, A 3, A 4, A 5, A 6).....	37
4	Lösungen	41
4.1	Eröffnungsphase.....	41
4.2	Einstiegsdiagnose.....	41
4.3	Vermittlung (Schwerpunkt Textuntersuchung und -aufbereitung).....	43
4.4	Vermittlung (Schwerpunkt Textproduktion)	46
4.5	Zwischendiagnose	47
4.6	Übungsphase	50
4.7	Abschlussdiagnose.....	53
5	Auswertung.....	55

1 Vorbemerkungen

1.1 Anliegen des Unterrichtsbeispiels

Ausarbeitungen aus verschiedenen Arten pragmatischer Texte unterschiedlicher Medien gehören zu den Grundfertigkeiten wissenschaftlichen Arbeitens. Im Alltag begegnen sie uns bei der Erstellung von Präsentationen oder Zuarbeiten, bei der Gestaltung von Informationsmaterial usw. Auch in der schulischen Arbeit haben sie ihren Platz, sei es als Vorarbeiten zu einem Kurzvortrag, einem Diskussionsbeitrag, einem Referat oder einer Facharbeit bzw. einer schriftlichen Hausarbeit.

Im Gegensatz zum schulischen Kontext ist der Ausarbeitende im Alltag gezwungen, sich die Materialien für seine Ausarbeitung selbst zu organisieren. Er benötigt Suchstrategien und Auswahlkriterien. Diese Fähigkeiten müssen Schülerinnen und Schüler im Unterricht erwerben. Auch eine kritische Sicht auf die Adressatenspezifika und die Intention von Texten sowie der textsortengerechte Umgang mit kontinuierlichen und diskontinuierlichen Texten müssen erlernt werden.

Neben dem rezeptiven Umgang mit unterschiedlichem Textmaterial gehören zur Gestaltung schriftlicher Ausarbeitungen aber auch Fähigkeiten zum Verfassen informierender bzw. argumentierender Texte, Kenntnisse über korrekte Nachweisstrukturen in wissenschaftlichen Texten sowie Strategien zur Überarbeitung eigener Texte.

Das materialgestützte Schreiben stellt mithin eine komplexe Aufgabenart dar, die über einen langen Zeitraum im Unterricht entwickelt werden muss.

Das vorliegende Unterrichtsbeispiel zeigt eine Möglichkeit auf, wie Schülerinnen und Schülern vermittelt werden kann, kriterienorientiert Informationen aus unterschiedlichen Texten auszuwählen und diese zu einem textsortenspezifischen und adressatenorientierten Produkt zu verarbeiten. Das Unterrichtsbeispiel schlägt dazu exemplarisch vor:

- wie Kompetenzentwicklung und Vermittlung grundlegender Wissensbestände verknüpft werden können;
- wie Diagnosephasen in die Kompetenzentwicklung eingefügt werden können;
- wie differenzierte Lernaufgaben zur individuellen Förderung der Kompetenzentwicklung eingesetzt werden können;
- wie das Kompetenzniveau der Schülerinnen und Schüler reflektiert werden kann.

Das Unterrichtsbeispiel bietet Anregungen und versteht sich als Unterstützung für die Unterrichtsgestaltung. Der Vorschlag kann der konkreten Schul- und Klassensituation entsprechend variiert werden. Er eignet sich auch als Teil einer Unterrichtseinheit zu Aufbau, Gliederung und Gestaltungsmitteln der wissenschaftlichen Arbeit (z. B. Vorbereitung einer Facharbeit).

1.2 Der Kompetenzaufbau zum materialgestützten Schreiben informierender Texte

Die folgende Übersicht zeigt in vereinfachter Form, wie sich das materialgestützte Schreiben in die Kompetenzentwicklung im Fach Deutsch einordnet. Sie stützt sich dabei auf die Kompetenzbereiche, auf denen der Schwerpunkt des Aufgabenformats liegt. Dass zur Erfassung von Bedeutungsbeziehungen und Textintentionen Kompetenzen aus dem Bereich *Sprache und Sprachgebrauch untersuchen* unverzichtbar sind, wird als selbstverständlich vorausgesetzt.

	SCHREIBEN	LESEN – SICH MIT TEXTEN UND MEDIEN AUSEINANDERSETZEN
Schuljahrgang 5/6	<p>Zentrale Schreibformen kennen und sachgerecht nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inhalte von Sachtexten mit eigenen Worten wiedergeben 	
Schuljahrgang 7/8	<p>Zentrale Schreibformen kennen und sachgerecht nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pragmatische Texte in ihren Merkmalen und ihrer Gestaltung unterscheiden und gelenkt analysieren - Informationen aus diskontinuierlichen Texten aufgabenbezogen entnehmen und zielgerichtet in die eigene Textproduktion einbinden 	
Schuljahrgang 9	<p>Einen Schreibprozess planvoll gestalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schreibprozesse selbstständig planen, realisieren und das Vorgehen begründen - Zitiertechnik und Quellenangabe weitgehend beherrschen - Texte mithilfe sprachlicher Mittel sowie Mitteln der Satzverknüpfung weitgehend inhaltlich und sprachlich stimmig gestalten - Korrekturstrategien zur Überarbeitung von Texten zielgerichtet anwenden 	<p>Medien verstehen, reflektieren und nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informationen auf Relevanz prüfen und ordnen <p>Pragmatische Texte verstehen, reflektieren und nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inhalte, Strukturelemente und sprachliche Gestaltungsmittel verschiedener Textsorten erschließen - Funktion und Wirkung in pragmatischen Texten unterscheiden - pragmatische Texte als Informationsquelle und zur Problemlösung überwiegend selbstständig nutzen

Formen und Merkmale materialgestützten Schreibens vermittelt werden:

- **pragmatische Texte über komplexe Sachverhalte unter Beachtung gedanklicher Stringenz, sprachlicher Präzision und des Adressatenbezugs selbstständig verfassen**

Das folgende Planungsgitter zeigt, wie sich diese Kompetenz mit dem Kompetenzerwerb in anderen Teilbereichen verbinden lässt, wobei nur neu zu entwickelnde Kompetenzen aufgeführt sind.

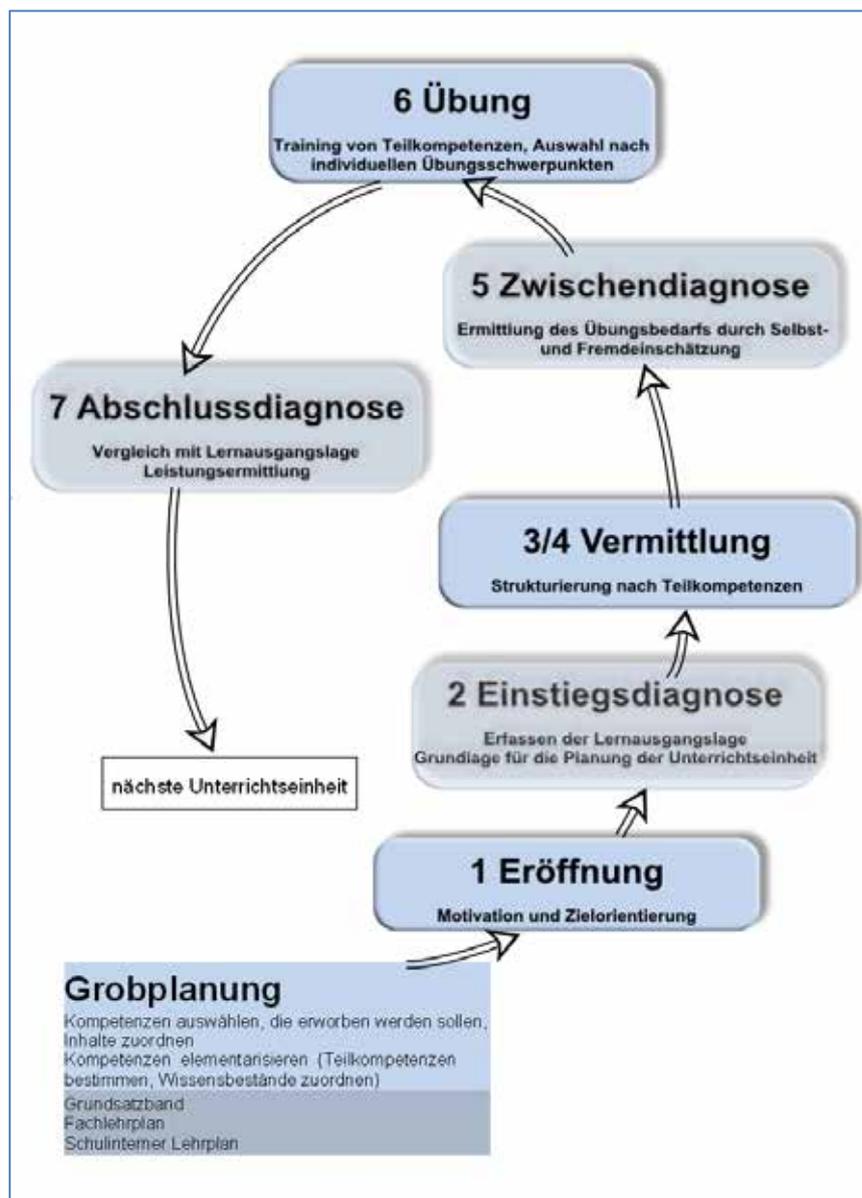
KOMPETENZBEREICH SCHREIBEN		
Einen Schreibprozess planvoll gestalten	Zentrale Schreibformen kennen und sachgerecht nutzen	Normrichtig schreiben
<ul style="list-style-type: none"> - komplexe Schreibprozesse planen, gestalten und reflektieren - prozess- und ergebnisorientierte Schreibformen nutzen - Texte mithilfe von Mitteln der Textverknüpfung stimmig gestalten 	<ul style="list-style-type: none"> - Texte mithilfe wissenschaftspropädeutischer Arbeitsweisen unter Anleitung produzieren 	<ul style="list-style-type: none"> - Regeln der Orthografie und Zeichensetzung beherrschen sowie sicher und selbstständig nutzen
Grundlegende Wissensbestände		
<ul style="list-style-type: none"> - Techniken wissenschaftlicher Informationsaufbereitung: Konspekt und Exzerpt 	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbau, Gliederung und Gestaltungsmittel der wissenschaftlichen Arbeit - Formen und Merkmale materialgestützten Schreibens 	<ul style="list-style-type: none"> - Regeln der Darstellung von Quellenverweisen und des Literaturverzeichnisses

KOMPETENZBEREICH		
LESEN – SICH MIT TEXTEN UND MEDIEN AUSEINANDERSETZEN		
Lesetechniken und Lesestrategien kennen und nutzen	Pragmatische Texte verstehen, reflektieren und nutzen	Medien verstehen, reflektieren und nutzen
- Textinformationen, Textintentionen und Autorpositionen zielgerichtet erschließen	- Funktion und Wirkung pragmatischer Texte erschließen	- Informationen unter Einbeziehung von Sekundärliteratur ziel- und zweckorientiert auswählen - Medienprodukte zielorientiert nutzen
Grundlegende Wissensbestände		
- Klassifizierungsmöglichkeiten von Textsorten	- Merkmale und Funktionen von Textsorten: Werbetext	

KOMPETENZBEREICH	
SPRACHE UND SPRACHGEBRAUCH REFLEKTIEREN	
Grammatische Mittel kennen und funktional verwenden	Lexikalische Einheiten kennen und funktional verwenden
- Texte auf Wort-, Satz- und Textebene kriterienorientiert analysieren und die jeweilige Wirkung reflektieren	- bei Analyse und Gestaltung unterschiedlicher Texte stilistische Mittel sicher unterscheiden, ihre Funktion beschreiben und ihre Angemessenheit reflektieren
Grundlegende Wissensbestände	
- Funktionale Sprachmittel der Verdichtung und Auflockerung: Parataxe, Hypotaxe, Attribuierung, Satzgliedreihung, Ausklammerung sowie Zusammensetzung und Abkürzung	- Begriffsinhalte: Assoziation, Denotation, Konnotation

1.3 Die Lernschleife – Erläuterungen zur Kompetenzentwicklung in einer Unterrichtseinheit

Die Kompetenzorientierung der Bildungsstandards und Fachlehrpläne erfordert die Etablierung einer Unterrichtskultur, die den Lernprozess für Lehrende und Lernende transparenter macht. Das Unterrichtsbeispiel beruht auf dem Modell der Lernschleife¹, in dem Überlegungen zur Planung, Durchführung und Evaluation des Unterrichts integriert werden.



Modell des Unterrichtsbeispiels auf der Grundlage der Lernschleife von Almut Hoppe

¹ vgl. Hoppe, Almut: Kompetenzorientiert arbeiten – mit der Lernschleife. In: Gramzow-Seidel, Angelika, Handke, Ulrike (Hg.): SEMINAR – Lehrerbildung und Schule 2/2011. Inklusion und Lehrerbildung. Hohengehren: Schneider Verlag 2011, S.118 ff.

Sieben Schritte strukturieren danach den Lernprozess.

Die Grundlage für die Planungen bilden die administrativen Vorgaben sowie das Fachwissen zum Unterrichtsgegenstand. Auf dieser Grundlage werden die zu erwerbenden Teilkompetenzen bestimmt.

Diese Analyse wurde im Kapitel 1 vorgenommen.

- (1) Die Gestaltung der Eröffnung baut unmittelbar darauf auf.
- (2) Basis für die konkrete Unterrichtseinheit ist die Lernstandserhebung, die u. a. durch Befragungen, unbenotete Tests, diagnostisches Unterrichten erfolgen kann.
- (3/4) Die Planung und Durchführung der Unterrichtseinheit sieht lehrer- und schülerzentrierte Phasen vor und verdeutlicht Kriterien der Leistungsmessung. Auch die Form der Abschlussdiagnose wird explizit bestimmt.
- (5) Die Zwischendiagnose zeigt Lehrenden und Lernenden den Zuwachs an Kompetenzen. Sie erfolgt ohne Benotung.
- (6) Weitgehend schüler selbstgesteuert schließt sich eine Übungsphase an die Zwischendiagnose an, die Schülerinnen und Schüler zur Weiterentwicklung ihrer Kompetenzen nutzen. Die dafür eingerichteten Aufgaben sind nach Teilkompetenzen differenziert. Im Anschluss an die Übungszeit sollen Schülerinnen und Schüler erkennen, was sie im Unterricht gelernt haben. Beispielsweise kann die Aufgabe der ersten Lernstandserhebung noch einmal bearbeitet werden, um den Lernzuwachs zu verdeutlichen.
- (7) Die Schlussdiagnose ermöglicht den Schülerinnen und Schülern die Ermittlung ihres Lernfortschritts. Die Lernstandserhebung wird auf der Grundlage transparenter Kriterien benotet.

Alle Elemente der Lernschleife werden in den folgenden Erläuterungen zur Unterrichtseinheit themenspezifisch beschrieben und mit den zugehörigen Lern- bzw. Testaufgaben untersetzt. Die Erläuterungen (Kapitel 2) sowie die Materialien (Kapitel 3) und Lösungshinweise (Kapitel 4) folgen der Gliederung der Lernschleife.

2 Erläuterungen zu Aufbau und Durchführung der Unterrichtseinheit

Die vorgeschlagene Unterrichtsgestaltung umfasst etwa 12 bis 14 Unterrichtsstunden.

2.1 Eröffnung (*Motivation und Zielorientierung*)

Die Unterrichtseinheit beginnt mit einer Annäherung an den Themenkomplex. Damit sich die Schülerinnen und Schüler auf den Unterrichtsgegenstand einlassen und Vorwissen aktivieren, ist es notwendig, ihre Aufmerksamkeit zu erregen, Neugier zu wecken und ein Problembewusstsein zu schaffen. Dazu dient beispielsweise eine Bildfolge (M 1), die verbalisiert werden kann, zum Thema der Sequenz hinleitet, die Debatte zu den Auswirkungen der Medienentwicklung thematisiert und den Ausgangspunkt für eine spontane Diskussion zum eigenen Medienverhalten bildet.

Die Diskussion offenbart Vorwissen und lässt ein Meinungsbild in der Lerngruppe entstehen, auf das im Unterricht zurückgegriffen werden kann. Alternativ kann auch eine Datenerhebung zum Medienverhalten der Klasse erfolgen, die direkt auf die Ergebnisse der JIM-Studie (Einstiegsdiagnose) orientiert.

Ausgehend von einer Impulsfrage nach dem Beispiel „Filmkonsum“ können im Anschluss die Medien verglichen werden, über die die Lerngruppe Filme aufnimmt (Kino, Fernsehen, Smartphone/Tablet; über Programm-Angebote, Online-Videotheken, Streaming-dienste). Auf dieser Grundlage wird das Ziel fixiert, die öffentliche Diskussion zur Entwicklung des Fernsehens unter dem Einfluss der veränderten Mediengewohnheiten zu untersuchen und in einem fachlich fundierten informierenden Text zusammenfassend darzustellen und sich auf diese Weise mit den Anforderungen materialgestützten Arbeitens vertraut zu machen:

Im Rahmen einer Facharbeit zum Thema Veränderungen der Mediengewohnheiten im digitalen Zeitalter haben Sie den Auftrag, ein Kapitel des Hauptteils der Arbeit zu erstellen.

Verfassen Sie auf der Grundlage der vorliegenden Materialien einen informierenden Text, der die öffentliche Diskussion zur Zukunft des Fernsehens unter den Bedingungen der veränderten Medienwelt zusammenfassend darstellt.

2.2 Einstiegsdiagnose

Die Eröffnungsphase führt direkt zur Auseinandersetzung mit Materialien, die zur Ermittlung des Ausgangsniveaus genutzt werden können. Die Schülerinnen und Schüler sollen über die Zielsetzung der Einstiegsdiagnose informiert werden. In dieser Phase haben sie sowohl die Möglichkeit, ihre Diagnosefähigkeit zu trainieren als auch ihren Lernstand zu ermitteln. Für die Lehrkraft sind die Ergebnisse überdies Grundlage für die konkrete Planung der anschließenden Vermittlungs- und Übungsphase.

Mit dem Ende des 9. Schuljahrganges sollten Schülerinnen und Schüler in der Lage sein,

- Inhalte aus kontinuierlichen und diskontinuierlichen Texten zu entnehmen,
- Informationen auf ihre Relevanz zu prüfen und zu ordnen,
- Zitiertechnik sowie Quellenangaben weitgehend sicher anzuwenden.

Die Aufgaben für die Einstiegsdiagnose konzentrieren sich bewusst auf diese Kompetenzen, da die Auswahl, Beurteilung und Aufbereitung der Informationen entscheidende Vorarbeiten für das materialgestützte Schreiben sind, während die Textgestaltung einer der Schwerpunkte der Vermittlung sein wird. Um eine Anpassung an die spezifische Lerngruppe zu ermöglichen, stehen den Lehrkräften verschiedene Aufgabenformate zur Auswahl.

Die Materialgrundlage bilden zwei diskontinuierliche Texte (M 2, M 3) und ein pragmatischer Text (M 4), so dass die Fähigkeiten zur Informationsentnahme aus beiden Textarten geprüft werden können. Auch die Kompetenzen, Informationen auf Relevanz zu prüfen, korrekt zu zitieren und zu paraphrasieren sowie Quellen exakt nachzuweisen, werden diagnostiziert.

Da das materialgestützte Schreiben als Wissensbestand im bisherigen Unterricht noch nicht vermittelt wurde, enthält die Einstiegsdiagnose keine Fragen zum Ausgangswissen bezüglich dieses Aufgabenformats. Um den Lernzuwachs dennoch darstellen zu können, werden die Ergebnisse der Einstiegsdiagnose in Einzelkompetenzen erfasst, die jeder Schüler für sich in der Kompetenzspinne (Bereiche *Informationen aus kontinuierlichen Texten aufgabenbezogen entnehmen*, *Informationen aus diskontinuierlichen Texten aufgabenbezogen entnehmen*, *Informationen auf Relevanz prüfen und ordnen*, *Zitieren sowie Paraphrasieren*) markiert. Zeigen sich hier Schwächen, werden individuelle Übungsschwerpunkte festgelegt, die in der Übungsphase am Ende der Sequenz trainiert werden können.

Sollte das Diagnoseergebnis ein grundlegendes Defizit in der Entwicklung einer Teilkompetenz zeigen, nimmt die Lehrkraft gegebenenfalls Ergänzungen in der Planung der Unterrichtseinheit vor.

2.3 Vermittlung (Schwerpunkt Textuntersuchung und -aufbereitung)

Der erste weiterführende Unterrichtsabschnitt muss von der Aufgabenstellung für das zu schreibende Kapitel der Facharbeit ausgehen. Ziel ist das Verfassen eines informierenden Textes zur Frage, wie die Zukunft des Fernsehens unter den veränderten Medienbedingungen aussehen wird. Neben der bewussten Nutzung unterschiedlicher Recherchewege, auf die in diesem Unterrichtsbeispiel nicht eingegangen werden kann, ist dabei auch die kritische Prüfung jedes Einzeltextes wichtig, dessen Aussagen in die Texte der Schülerinnen und Schüler einfließen sollen. Dies wird an einem Beispiel gemeinsam geübt. Spätestens an dieser Stelle müssen auch Konspekt und Exzerpt als Möglichkeiten der Informationssicherung und -aufbereitung vermittelt werden.

Die erste Vermittlungsphase des vorliegenden Unterrichtsbeispiels zielt demzufolge auf den Umgang mit Texten zur Informationsgewinnung ab. Schwerpunkte wie die Unterscheidungen zwischen Meinungen, die immer auch Wertungen implizieren, und belastbaren Fakten und das damit verbundene Wichten von Textinformationen stehen im Mittelpunkt. Textsorten – auch mit Blick auf journalistische Formate – können hier wiederholt und in ihrer Spezifik betrachtet werden.

Material 5 eignet sich dazu, das Spannungsfeld zwischen Meinung bzw. Interpretation und Fakt zu verdeutlichen. Ziel ist nicht die strikte Grenzziehung, sondern die Diskussion der oft verschwommenen Grenzen zwischen beiden. Die Unterscheidung zwischen Fakt und Meinung/Interpretation muss in ihrer Bedeutung für die Überzeugungskraft von Aussagen reflektiert werden. Schülerinnen und Schülern stellt sich diese Aufgabe sowohl rezeptiv im Zusammenhang mit der Qualitätsbewertung der Informationsquellen als auch produktiv bei der Gestaltung des eigenen Textes, in dem der Grad der Gültigkeit der formulierten Aussagen sprachlich verdeutlicht werden muss. Mit dem Material Ü 1 wird dazu eine zusätzliche Übung angeboten.

Die Aufgaben zu Material 6 sollen das Potenzial des Konspektierens bzw. Exzerprierens herausstellen. Für den Konspekt wurde ein visualisierendes Verfahren (nach Günter Einnecke) gewählt, weil es die Struktur des Textes besser verdeutlichen kann. Alternativ ist auch das Konspektieren in Stichpunkten möglich. Die Materialien Ü 2 und Ü 3 stellen zusätzliche Übungen dazu dar.

Die Präsentation der Arbeitsergebnisse eröffnet den Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit, ihre Erkenntnisse und Erfahrungen zu diskutieren. Dem moderierenden Fachlehrer obliegt es, auf die Relevanz der Textuntersuchungen für den weiteren Umgang mit den Informationen hinzuweisen.

2.4 Vermittlung (Textproduktion)

Die zweite Vermittlungsphase fokussiert die Planung und Erstellung eines Textes nach wissenschaftspropädeutischen Standards. Dazu sollten Anliegen und Formen wissenschaftlichen Schreibens thematisiert werden. Schülerinnen und Schüler formulieren nun die Ergebnisse ihrer sachlichen Analyse als komplexen Text im Umfang von maximal zwei A4-Seiten und unterstützen sich gegenseitig z. B. mithilfe des Verfahrens der Textlupe unter Zuhilfenahme des beiliegenden Kriterienrasters (siehe S. 44) bei der Textüberarbeitung. Jeder Text sollte dabei von mindestens zwei Mitschülerinnen bzw. Mitschülern kommentiert werden. Hilfreich ist die Aufforderung, möglichst Eintragungen in allen drei Spalten vorzunehmen, um die Stärken der Texte nicht zu vernachlässigen. Auch die letzte Zeile sollte von jedem Kommentator ausgefüllt werden.

Ordnen und Wichten der Textaussagen im Vorfeld der Textproduktion wirkt einem additiven Aneinanderreihen der Aussagen aus den Materialien entgegen. Diese Teilkompetenz zu entwickeln ist eine wesentliche Voraussetzung für das materialgestützte Schreiben. Strategien zur Ordnung und Strukturierung von Gedanken (Mindmap, Baumdiagramme, Koordinatensysteme, Gedankenpyramiden u. Ä.) können an dieser Stelle wiederholend genutzt werden. Auch für die Textüberarbeitung sollte genügend Zeit eingeplant werden.

Es ist notwendig, Schülerinnen und Schüler für den Umfang ihrer Texte zu sensibilisieren, da Aufgaben dieses Formats in der Regel eine Beschränkung der Textlänge enthalten. Gegebenenfalls müssen Übungen zur Verdichtung und Auflockerung von Texten angeschlossen werden.

Die Lehrkraft sollte abschließend die Schülertexte einschätzen, jedoch keine Benotung vornehmen.

2.5 Zwischendiagnose

Die Zwischendiagnose testet in stärkerem Maße als die Einstiegsdiagnose die Kompetenz der Schülerinnen und Schüler zur Einordnung und Wichtung von Informationen. Diese sind in einen strukturierten und im Umfang limitierten Text zu überführen. Offensichtliche Verstöße gegen die sprachliche Richtigkeit in den Materialien wurden stillschweigend korrigiert.

In der Zwischendiagnose müssen alle typischen Anforderungen des Aufgabenformats bewältigt werden. Das bedeutet insbesondere, dass der Informationsüberschuss von den Schülerinnen und Schülern auf der Basis der Aufgaben selbstständig gefunden werden muss und nicht in den zu verfassenden Text einfließen darf. Relevant sind die Aussagen, die sich auf die Nutzung von Smartphones beziehen. Überlegungen zu den Folgen von medialem Multitasking sind nicht Schwerpunkt der geforderten Darlegung.

Die Schülerinnen und Schüler planen ihre Arbeit nun weitestgehend selbst. Um in dieser frühen Phase des Umgangs mit dem Aufgabenformat den Druck durch die begrenzte Arbeitszeit noch gering zu halten, kann diese Aufgabe in häuslicher Arbeit erledigt werden. Es empfiehlt sich dann, eine Möglichkeit zur Diskussion eventuell auftretender Probleme einzurichten, bevor der Ergebnistext abgegeben werden muss. Parallel dazu kann bereits die Übungsphase beginnen.

Auch das Ergebnis der Zwischendiagnose wird zunächst durch die Schülerinnen und Schüler als Selbsteinschätzung in die Kompetenzspinne eingetragen und anschließend mit der Einschätzung der Lehrkraft verglichen. Auf der Basis dieser Diagnose erfolgt die Empfehlung bzw. Auswahl konkreter Übungsschwerpunkte für die sich anschließende Phase.

2.6 Übung

In der folgenden Unterrichtszeit sollten die Schülerinnen und Schüler Gelegenheit haben, individuelle Schwächen durch gezielte Übungen abzubauen. Im vorliegenden Material können nur einige der möglichen Übungsschwerpunkte aufgegriffen werden. Je nach Übungsbedarf der Schülerinnen und Schüler muss dieser Fundus um Aufgaben zur Textkohärenz, zum Zitieren und Paraphrasieren, zur gedanklichen Strukturierung eines Textes usw. ergänzt werden. Der thematische Bezug ist dabei nebensächlich. Auch wiederholende Übungen zum selbstständigen Recherchieren relevanter Informationen bieten sich hier an. Dafür bietet das Material Checklisten zur Qualitäts- und Relevanzbewertung von Internetinformationen (Ü 4). Wenn die Textarbeit unter Einsatz von Schreibprogrammen am PC erfolgt, sollte in dieser Phase auch die Erstellung von Fußnoten geübt werden.

2.7 Abschlussdiagnose

In der Abschlussdiagnose werden die entwickelten Kompetenzen in einem neuen Kontext angewendet. Diese komplexe Leistung wird bewertet. Die Materialien sind für diesen Schritt bereits nach inhaltlichen Gesichtspunkten gekürzt worden, um die Übersichtlichkeit zu erleichtern und eine Bearbeitung in ca. 90 min zu ermöglichen.

3 Material

3.1 Eröffnungsphase (M 1)

Material 1

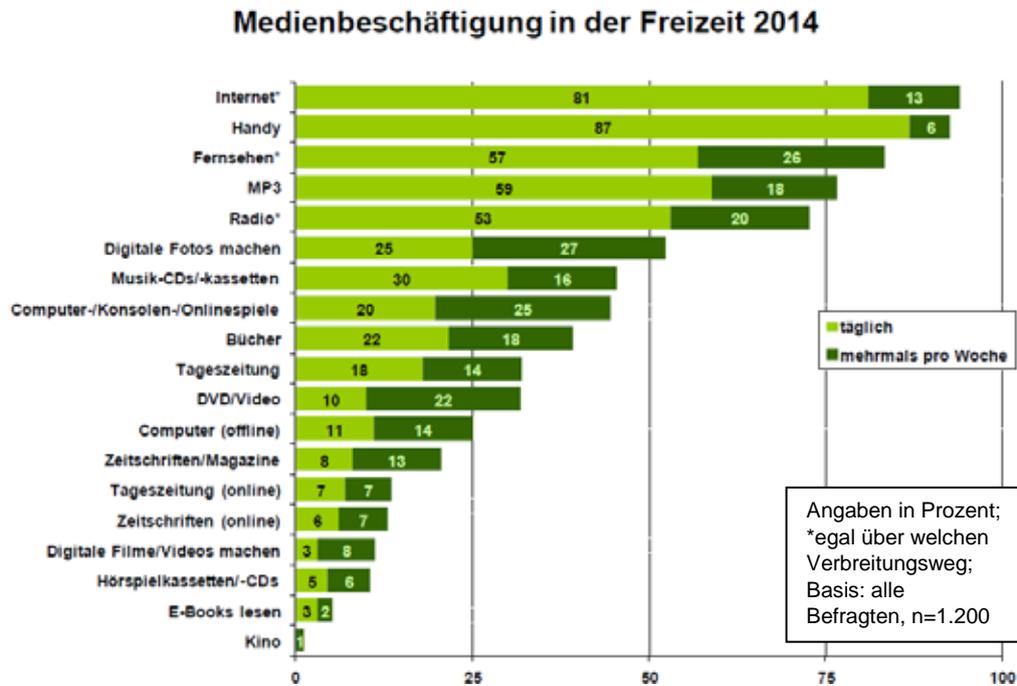


(c) Leremy – Shutterstock

3.2 Einstiegsdiagnose (M 2, M 3, M 4)

Material 2

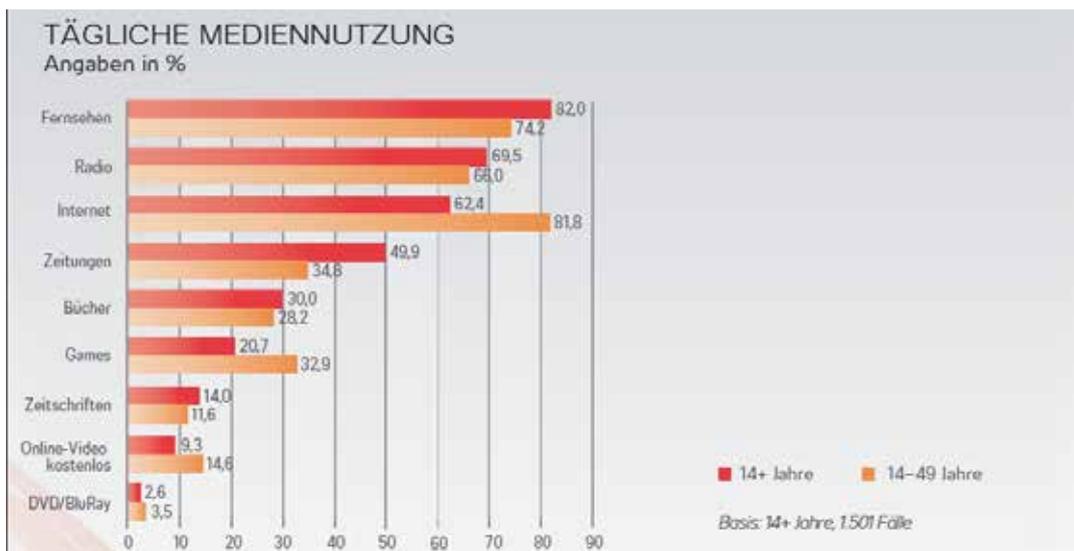
Die Grafik entstammt der Studie *Jugend, Information, (Multi-) Media 2014*, einer Basisuntersuchung zum Medienverhalten 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, herausgegeben vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest.



Feierabend, Sabine u. a.: JIM 2014, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2014, S.11; URL: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf

Material 3

Die Grafik entstammt dem *Media Activity Guide 2014*, einer Studie zur Mediennutzung in Deutschland, herausgegeben von dem Medienunternehmen SevenOne Media GmbH.



Rhody, André u. a.: Media Activity Guide 2014. Unterföhrung: SevenOne Media GmbH 2014, S. 10; URL: <http://viewer.zmags.com/publication/b9c9d2fc#/b9c9d2fc/10>

Aufgaben: (Wahlmöglichkeit 1)

- 1) Stellen Sie tabellarisch die Angaben der Grafiken zur Beschäftigung mit Internet, Fernsehen und Handy gegenüber. Achten Sie auf eine sinnvolle Gestaltung des Tabellenkopfes.
- 2) Setzen Sie die Aussagen zur täglichen Nutzung der genannten Medien in Beziehung zueinander. Formulieren Sie für beide Grafiken einen kurzen zusammenhängenden Text, der mindestens drei Aspekte benennt.
- 3) Markieren Sie in Ihren Texten jeweils die Aussage, die in Bezug auf Ihre Schreibaufgabe die größte Relevanz besitzt.

Aufgaben: (Wahlmöglichkeit 2)

- 1) Formulieren Sie in jeweils einem kurzen Text, worüber die Grafiken Informationen liefern. Geben Sie dabei die jeweilige Datengrundlage an.
- 2) Kreuzen Sie an, welche der folgenden Aussagen richtig sind.

JIM-Studie

a)	Das Diagramm zeigt den Rückgang der Nutzung sogenannter klassischer Medien wie Tageszeitung, Zeitschrift, Radio, Buch und Fernsehen unter jungen Nutzern.	
b)	Das Diagramm zeigt, dass unter Jugendlichen physische Medien (CD, Kassetten, Zeitschriften, DVD) im Vergleich zum Fernsehen weniger häufig genutzt werden.	
c)	Das Diagramm zeigt, dass unter jugendlichen Nutzern Medien in digitaler Form häufiger genutzt werden als in klassischer Form.	
d)	Das Diagramm zeigt, dass klassische Medien unter Jugendlichen überholt sind.	
e)	Das Diagramm zeigt, dass das Fernsehen für 83 % der Jugendlichen zu den drei meistgenutzten Medien zählt.	
f)	Das Diagramm sagt aus, dass das Fernsehen nicht zu den drei Spitzenreitern in der täglichen Mediennutzung von Jugendlichen zählt.	
g)	Das Diagramm sagt aus, dass die beliebteste tägliche Freizeitbeschäftigung der Befragten das Telefonieren ist.	

Media Activity Guide

a)	Das Diagramm zeigt, dass das Internet täglich nahezu genauso häufig genutzt wird wie das Fernsehen.	
b)	Das Diagramm zeigt, dass das Fernsehen unter den Deutschen (Alter über 13 Jahre) das am häufigsten genutzte Medium ist.	
c)	Das Diagramm zeigt, dass die Deutschen (Alter über 13 Jahre) häufiger Bücher lesen als PC- und Online-Spiele zu spielen.	
d)	Das Diagramm lässt erkennen, dass die Häufigkeit der Nutzung des Fernsehens im täglichen Leben abnehmen wird.	
e)	Das Diagramm lässt erkennen, dass die Häufigkeit der Nutzung des Fernsehens im täglichen Leben zunehmen wird.	

- 3) Markieren Sie die zutreffenden Aussagen in den Tabellen, die in Bezug auf Ihre Schreibaufgabe die größte Relevanz besitzen.

Material 4

Der Fernseher bleibt!

Berlin, 14. August 2014 – Der Fernseher bleibt für die Mehrheit der Deutschen unverzichtbar. Fünf von sechs Nutzern (86 Prozent) erklären, „gar nicht“ auf ihr TV-Gerät verzichten zu können. Damit sind Fernseher im Vergleich viel wichtiger als andere Heimelektronik-Geräte wie CD-, MP3- oder DVD-Player. Das ergab eine aktuelle Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM¹. „Der Trend zum Streaming auf mobilen Geräten wie Smartphones und Tablet Computern ergänzt den Fernseher, ersetzt ihn aber nicht“, sagt BITKOM-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. Laut Umfrage können nur 2 Prozent der Nutzer „leicht“ auf ihr TV-Gerät verzichten, 3 Prozent „eher“ und 9 Prozent „eher nicht“.

Dabei gibt es kaum Unterschiede zwischen den Altersklassen. So können auch 87 Prozent der Fernseh-Nutzer zwischen 14 und 29 Jahren nicht auf das TV-Gerät verzichten. Der Fernseher wird heute vielseitiger genutzt, nicht mehr nur für den Konsum des klassisch-linearen Fernsehprogramms oder von DVDs und Blu-ray-Discs. Auch Foto- oder Videodateien auf dem Computer können mittlerweile per Funktechnologien wie WLAN einfach und bequem auf vernetzbaren Fernsehern angeschaut werden. Neben Smart TVs, die mit einem direkten Internetzugang ausgestattet sind, können Fernseher auch über Zusatzgeräte wie Set-Top-Boxen, Blu-ray-Player und Spielkonsolen an das Internet angeschlossen werden. Das ermöglicht das direkte Streaming von Sendungen und Videos aus dem Web. Konsumenten machen sich so vom TV-Programm zeitlich und inhaltlich unabhängig. „Der Fernseher wird immer mehr zum allgemeinen Ausgabegerät von Ton und Bildern aller Art“, so Rohleder. [...]

Ein möglicher Verzicht auf CD- oder DVD-Player fällt den Befragten vergleichsweise leicht. Hier macht sich der Trend weg von physischen Ton- und Bildträgern und hin zum Musik- und Videostreaming bemerkbar. Rohleder: „Vernetzbare Fernseher profitieren vom Trend zum Streamen von Inhalten, physische Medien wie CD oder DVD haben es zunehmend schwer.“

Hinweise zur Methodik: Zur Nutzung von Hightech-Geräten hat das Meinungsforschungsinstitut Aris in Zusammenarbeit mit Bitkom Research 1.004 Personen ab 14 Jahren befragt. Die Daten sind repräsentativ.

BITKOM e. V. Presseinformationen 2014: Der Fernseher bleibt!
URL: http://www.bitkom.org/mobile/de/presse/8477_80047.aspx (22.01.2015)

¹ Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien

Aufgaben:

- 1) Nennen Sie Textbeispiele für die veränderte Nutzung des TV-Geräts.
- 2) Notieren Sie die Grundthese des Textes. Beschreiben Sie, wie der Aufbau des Textes die Grundthese stützt.
- 3) Welche der folgenden Aussagen zum Text stimmen:

a)	Der Text sagt aus, dass Fernsehen überholt ist.	
b)	5% der Deutschen könnten auf den Fernseher verzichten.	
c)	87% der Fernseh-Nutzer können nicht auf das TV-Gerät verzichten.	
d)	Smartphones und Tablets können den Fernseher in Zukunft ersetzen.	
e)	Die Konsumenten machen sich vom TV-Programm zeitlich zunehmend unabhängig.	
f)	Der Trend geht weg von physischen Medien.	
g)	Der Fernseher wird nicht mehr für den Konsum des klassisch-linearen Fernsehprogramms genutzt.	
h)	Der Verzicht auf CD- und DVD-Player fällt Jugendlichen schwer.	

- 4) a) Zitieren Sie das Ergebnis der Umfrage bezogen auf die jungen Nutzer.
b) Ergänzen Sie folgenden Satz: *Der BITKOM-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernd Rohleder vertritt die Auffassung, dass ...* (3 Möglichkeiten)
- 5) Hat das Fernsehen eine Zukunft?
Formulieren Sie auf der Grundlage des Textes eine Antwort.

3.3 Vermittlung (Schwerpunkt Textuntersuchung und -aufbereitung; M 5, M 6, M 7)

Texteignung: Meinungen und Fakten

Material 5

Strukturierung des Alltags durch das Fernsehen

Das Fernsehen prägt den Alltag der Menschen vor allem durch eine zeitliche Strukturierung, und zwar des Tages, der Woche und des Jahres. Dies geschieht insbesondere bei Personen, deren Alltag ansonsten schwach strukturiert ist, da sie beispielsweise nicht (mehr) im Arbeitsprozess stehen.

- 5 - Die "Tagesschau" um 20:00 Uhr wird im Schnitt von ca. 9 Mio. Menschen gesehen. Zumindest für diese Menschen ist es ein Fixpunkt im Tag, daran wird sich orientiert. Das "Frühstücksfernsehen" (Sat.1) oder andere fest terminierte Sendungen haben auch eine strukturierende Funktion im Tagesablauf, aber längst nicht die Bedeutung wie die "Tagesschau" um 20:00 Uhr.
- 10 - Für die Strukturierung der Woche sind die Wochenendangebote von zentraler Bedeutung. Hier sind die Sport- bzw. Fußballsendungen am Samstag, die Samstag-Abend-Shows und der "Tatort" am Sonntagabend zu nennen, der im Durchschnitt von 7 bis 12 Mio. Fernsehzuschauern gesehen wird.
- 15 - Für die Strukturierung des Jahresablaufs sind vor allem große Sportereignisse, wie Fußball-WM und -EM oder Olympische Spiele, aber auch der Eurovision Song Contest zu nennen. [...]

Eine inhaltliche Strukturierung der Kommunikation im Alltag geschieht vor allem dadurch, dass das Fernsehen kontinuierlich und in breitem Umfange für »Anschlusskommunikation« sorgt. Dafür ist Fernsehen besonders geeignet, da die Chancen hoch sind, bei anderen auf ein gemeinsames Reservoir von Medienerlebnissen zu treffen. Durch die besondere Überzeugungskraft bewegter Bilder vermag das Fernsehen persuasive (überredende) Qualitäten zu entwickeln und kann nicht nur Fakten, sondern auch Denkmuster vermitteln und damit Einstellungen beeinflussen. Die große Verbreitung und die starke Bindung haben eine Angleichung der Weltbilder zur Folge ("Kultivierung", Gerbner 1969). In welchem Maße das Fernsehen das Wissen, Meinen, Wollen und Reden der Menschen substantiell prägt, kann dadurch belegt werden, dass Fernsehen nach wie vor als wichtigste Informationsquelle genannt wird. [...]

Vowe, Gerhard/ Henn, Philipp: Strukturierung des Alltags durch das Fernsehen. In: Leitmedium Fernsehen? Bundeszentrale für politische Bildung. Dossier Medienpolitik.6.10.2014.
URL: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172063/leitmedium-fernsehen?p=all>
(25.03.2015)

Aufgaben:

- 1) Formulieren Sie das Thema des Textauszuges.
- 2) Markieren Sie die im Text enthaltenen Meinungen und Fakten mit verschiedenen Farben.
- 3) Diskutieren Sie, ob Sie den Text für das Verfassen Ihres informierenden Textes nutzen können. Begründen Sie Ihre Entscheidung, indem Sie den Informationsgehalt des Textes bewerten.

Material 6

Exzerpt und Konspekt

Information:

Exzerpt

Das Exzerpieren ist eine Form wissenschaftlichen Arbeitens. Es dient dazu, Literatur auszuwerten.

Beim Exzerpieren wird ein Text oder Textauszug unter einer bestimmten Fragestellung gelesen. Die Antworten auf diese Fragestellung werden aus dem Text wörtlich oder paraphrasiert herausgeschrieben. Da für wissenschaftliche Arbeiten meist viele Texte zu exzerpieren sind, muss genau vermerkt werden, aus welchem Werk die Informationen stammen und wo sie dort zu finden sind. So kann man sie auch von eigenen Gedanken trennen, die ergänzt werden können.

Beispiel:

Fragestellung: Hat das Fernsehen noch eine Zukunft?

Quelle: Der Fernseher bleibt!

(Artikel des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien)

URL: http://www.bitkom.org/mobile/de/presse/8477_80047.aspx (22.01.2015)

„Der Trend zum Streaming auf mobilen Geräten wie Smartphones und Tablet Computern ergänzt den Fernseher, ersetzt ihn aber nicht“, sagt BITKOM-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder.“ (Z. 5 ff.)

„Der Fernseher wird heute vielseitiger genutzt, nicht mehr nur für den Konsum des klassisch-linearen Fernsehprogramms oder von DVDs und Blu-ray-Discs.“ (Z. 10 ff.)
Streaming, Bild-Ton-Ausgabe

In allen Altersklassen können sich mehr als 85 % der Befragten (*BITKOM-Umfrage unter 1004 Personen über 14 Jahre*) nicht vorstellen, auf ihr Fernsehgerät zu verzichten. (Z. 1 ff.)

Konzept

Das Konспектиert ist eine Form wissenschaftlichen Arbeitens. Es dient dazu, Literatur auszuwerten.

Beim Konспектиert wird ein Text oder Textauszug gelesen, um sich einen Überblick über Inhalte und/oder Form zu verschaffen. Vermerkt werden wesentliche Inhalte in Verbindung mit der Struktur des Textes. Es entsteht ein gedankliches Modell, das den Gewohnheiten des Konспектиert angepasst sein sollte. Es kann in einer Folge von Stichpunkten ⁽¹⁾ bestehen, Hervorhebungen enthalten oder ganz grafisch aufgebaut sein. Da für wissenschaftliche Arbeiten meist viele Texte zu konспектиert sind, muss genau vermerkt werden, welcher Text bearbeitet wurde. Hinzugefügte eigene Gedanken ⁽²⁾ sollten kenntlich gemacht werden.

Beispiel:

Quelle: Der Fernseher bleibt!

(Artikel des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien)

URL: http://www.bitkom.org/mobile/de/presse/8477_80047.aspx (22.01.2015)

¹Fernseher unverzichtbar

86 % der Deutschen können gar nicht, 9 % eher nicht verzichten (Ergebnis einer repräsentativen Umfrage des Hightech-Verbands)

²Absatz entspricht hier nicht Inhalt

kaum Unterschiede in Altersklassen (87 % Jugendliche)

Nutzung des Fernsehens heute nicht nur für klass.-lineares Programm und DVD/Blu-rays

„immer mehr ... allg. Ausgabegerät von Ton und Bildern aller Art“ (BITKOM-Hauptgeschäftsführer Rohleder)

zeitliche und inhaltliche Unabhängigkeit von Programm durch Smart TVs oder Zusatzgeräte für Internet-Anbindung

Trend zu Streaming

Verzicht auf DVD- und CD-Player leicht (Trend gegen physische Medien)

Interessant: Wie wirkt sich Unabhängigkeit vom gestalteten TV-Programm auf Inhalte aus?

Material 7

Agenda 2030

Wollen wir während der "Tagesschau" skypen oder einkaufen? Der Bildschirm bietet zig Möglichkeiten, wie unser Szenario zum Fernsehen der Zukunft zeigt

5 Fernsehen ist in fünf Jahren tot. Bill Gates prophezeite das. Und zwar vor genau fünf Jahren¹. Der Software-Milliardär meinte, das Internet würde die alte Flimmerkiste ins Jenseits befördern. Wie falsch er damit lag, zeigt ein kurzer Blick in die TV-Statistik: 222 Minuten saß der Durchschnittsdeutsche 2012 täglich vor dem Fernseher. Ein Plus von fast 11 Prozent gegenüber 2002.

10 "Fernsehen wird auch in Zukunft noch das Leitmedium sein", glaubt Jürgen Hörner, TV-Chef bei ProSiebenSat.1. Und ARD-Programmdirektor Volker Herres ist sich sicher: "Internet und Mediatheken werden das klassische Fernsehprogramm nicht ersetzen, sondern ergänzen." Wir wagen einen Blick ins nächste Jahrzehnt und zeigen, wie unser TV-Alltag im Jahr 2030 aussehen könnte.

Jan ist Jahrgang 1995. Zu seinem 35. Geburtstag hat ihm seine Freundin Anna einen neuen Fernseher geschenkt – einen Apparat mit Standardausstattung, also Internet, TV-Cam und Second Screen. "Smart-TV" nannte man die Dinger, als sie vor 20 Jahren aufkamen. Im vergangenen Jahr fiel bereits jedes zweite verkaufte Gerät in diese Kategorie.

15 Jans Fernsehtag beginnt jedoch vor dem Badezimmerspiegel. "News" sagt er, während er sich Rasierschaum ins Gesicht pinselt. Im Spiegel springt ein Fenster mit dem "Tagesschau"-Logo auf. "Fernsehinhalte werden linear und non-linear auf verschiedensten Endgeräten verfügbar sein, von mobilen Screens bis zum 2-Meter-Bildschirm, was wir allerdings auch schon heute anbieten", sagt Frank Hoffmann, Programm-Geschäftsführer bei
20 RTL.

Nach Feierabend sind Anna und Jan verabredet, um ihren Urlaub zu planen – an Jans neuem Fernseher. Hier kommen die 3D-Ansichten der Hotelzimmer am besten zur Geltung. "Lean-Back Internet" nennt eine Studie des Medienforschungsinstituts Phaydon den Trend, das Netz nicht am Schreibtisch, sondern auf dem Sofa sitzend zu nutzen. Die
25 Gestensteuerung hat Jan wie immer abgeschaltet – zu nervig. Jan navigiert mithilfe eines kleinen Tablet-PCs durch die Angebote. Der Second Screen hat die klassische Fernbedienung mit Knöpfen ersetzt.

Die Urlaubsbuchung wird vertagt, Jan und Anna wollen fernsehen. Das ist auch im Jahr 2030 immer noch die wichtigste Funktion des Geräts. Doch wie sieht das Programm der Zukunft aus? "Es wird deutlich mehr private Sender geben", sagt Jürgen Hörner. Die großen
30 Sendergruppen haben neben ihren Flaggschiffen Dutzende Spartenkanäle am Start. Videoplattformen wie YouTube mischen mit eigenen TV-Kanälen mit. Und dann sind da noch die Online-Videotheken und Mediatheken, mit denen sich theoretisch jeder sein eigenes Programm zusammenstellen kann. Der härtere Kampf um Aufmerksamkeit treibt grelle
35 Blüten. Jan und Anna sind sich einig, dass Teile des Fernsehens heute trashiger sind als in ihrer Jugend.

¹ Aussage auf dem Wirtschaftsforum in Davos 2007

Die Vernetzung hat den Sendern aber auch neue Einnahmequellen eröffnet. Klassische Spots sind nur noch eine davon. Mindestens ebenso wichtig sind individualisierte Werbeeinblendungen. Eine neue Form von Product-Placement hat sich entwickelt: Die Jacke des Soapdarstellers, die Espressomaschine des Kommissars – mit einem Fingerwisch liegen sie im persönlichen Warenkorb. Außerdem sind viele Sendungen eng mit kostenpflichtigen Zusatzinhalten verzahnt.

Den Privaten stehen die gebührenfinanzierten Sender gegenüber. Sie haben ihr öffentlich-rechtliches Profil geschärft, sind werbefrei und wissen Publikum mit Qualität an sich zu binden. Außerdem haben sie ihr Angebot gestrafft: Mit dem Rückbau der Digitalkanäle hat das ZDF bereits 2013 begonnen. An ihre Stelle sind im Jahr 2030 Webchannels getreten: thematisch gebündelte Mediatheken für verschiedene Zielgruppen und Interessengebiete.

Den Durchblick im TV-Dschungel behalten Jan und Anna mithilfe der TV SPIELFILM-App. Sie listet auf dem Second Screen Programme auf, bietet intelligente Suchfunktionen an und gibt persönliche Empfehlungen. Sendungen lassen sich direkt aus der App aufrufen. Auf der Liste mit Vorschlägen stehen die erste Folge von "DSDShome" bei RTL interactive und eine neue ARD-Serie.

Mit "DSDShome" reanimiert der Mitmach-Kanal von RTL eine fast vergessene Castingshow. Neu ist, dass die Bewerber nicht ins Studio kommen, sondern zu Hause vor dem Fernseher auftreten. "Die Möglichkeiten einer stärkeren Interaktion mit und parallel zu den Inhalten werden weiter zunehmen", sagt Frank Hoffmann voraus. Dabei kommt auch die Webcam zum Einsatz, über die jedes Gerät verfügt. Vor 17 Jahren wurden nach einer Talkshow Tweets vorgelesen. Heute können Zuschauer von zu Hause aus live an Sendungen teilnehmen.

Für die Sender ist Interaktivität ein wichtiges Mittel, um viele Zuschauer simultan ins laufende Programm zu locken. Als sie jünger waren, haben Jan und Anna die Möglichkeiten des Mitmach-Fernsehens ausgiebig genutzt. Mit zunehmendem Alter hat ihr Interesse daran ein wenig nachgelassen. Nur der "Tatort" wird nach wie vor jeden Sonntag live auf der zur Sendung gehörenden Social-TV-Plattform diskutiert. Ist halt Tradition.

"Seltsam, am Abend gucken wir fast genau so fern wie unsere Eltern früher mit ihrer Röhre", sagt Jan, als die Serie zu Ende ist. "Seit Kurzem ertappe ich mich sogar dabei, um 20 Uhr die ‚Tagesschau‘ einzuschalten." "Die Technik verändert sich eben schneller als wir Menschen", antwortet Anna und beißt in einen Kartoffelchip.

Christian Holst: Agenda 2030. TV Spielfilm 2012. URL: <http://www.tvspielfilm.de/news-und-specials/multimedia/fernsehen-der-zukunft-agenda-2030,5366623,ApplicationArticle.html> (22.01.2015)

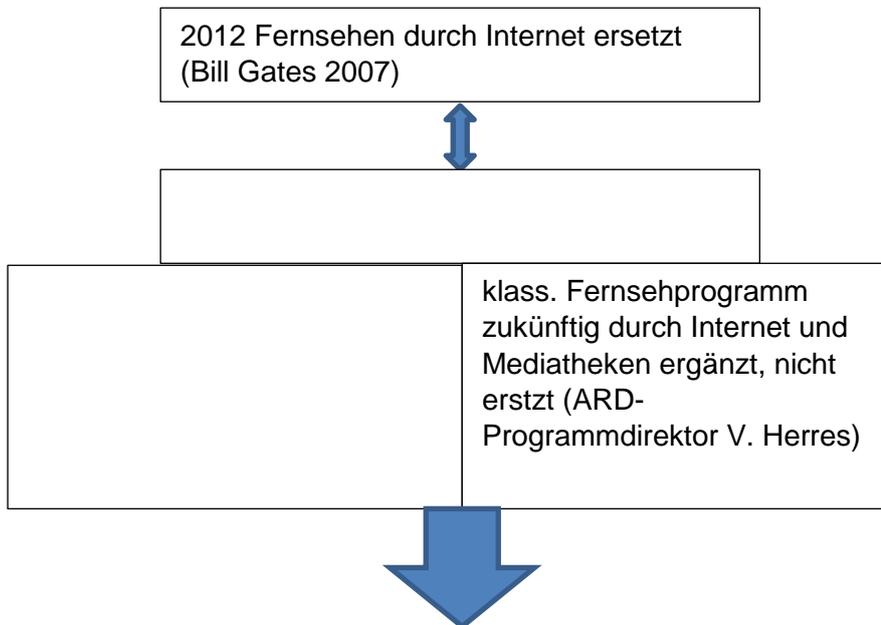
Aufgaben:

- 1) Konspektieren Sie diesen Text.
ODER: Vervollständigen Sie den grafischen Konspekt zu diesem Text.
- 2) Exzerpieren Sie den Text unter der Fragestellung: Welche Möglichkeiten wird das Fernsehen künftig erfüllen.

Vervollständigen Sie den grafischen Konspekt zu M 7

Quelle:

URL: <http://www.tvspielfilm.de/news-und-specials/multimedia/fernsehen-der-zukunft-agenda-2030,5366623,ApplicationArticle.html> (22.01.2015)



Szenario 2030

	überwiegend Smart TV (Internet, TV-Cam, Second Screen) und verschiedene Endgeräte (z. B. im Badezimmerspiegel)
Nutzungsverhalten	

3.4 Vermittlung (Schwerpunkt Textproduktion; M 8, M 9)

Material 8

Information:

Merkmale wissenschaftlichen Schreibens (nach Werner Stangl):

1. Die Sprache sollte knapp, nüchtern, unaufgeregt und sachlich sein. Vermeiden Sie in Ihrer Darlegung Ausschmückungen (Adjektive, Füllsel) und persönlich gefärbte Bewertungen. Vor allem: Beschreiben Sie nicht, was Sie tun, sondern tun Sie es.
Verwenden Sie also nicht Formulierungen wie:
 - "Wir können also festhalten, dass ..."
 - "Ich werde in diesem Kapitel beschreiben, wie ..."
2. In Ihrer Arbeit sollte immer der "rote Faden" erkennbar sein. Was ist Ihre zentrale Fragestellung? Was soll untersucht werden? Inwiefern ist das Problem wichtig? Was ist das Ergebnis Ihrer Arbeit? Fragen Sie sich bei der Verwendung jeder Quelle, aber auch beim Schreiben jedes Absatzes, ob diese/dieser für Ihre Fragestellung überhaupt von Belang ist.
3. Es ist absolut notwendig, dass für den Leser und Prüfer immer deutlich ist, welche Tatsache, Information oder Einschätzung aus welcher Quelle und von wem stammt. Das kann über Klammereinträge oder Fußnoten erfolgen.

Quelle: <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/LITERATUR/WissenschaftlichesSchreiben.shtml>
© [werner stangl]s arbeitsblätter (Auszug, redaktionell bearbeitet)

Aufgaben:

- 1) Ordnen Sie Ihre Erkenntnisse aus der Beschäftigung mit den Materialien zur Zukunft des Fernsehens nach folgenden Kriterien:
 - Aussagen zu Fernsehgerät und Fernsehen
 - Aussagen zu Gegenwart und Zukunft der Fernsehnutzung
 - Hintergründe des Materials (z. B. Autoren/Auftraggeber/Erscheinungsort)
- 2) Wichten Sie die Erkenntnisse und entwickeln Sie einen Schreibplan.
- 3) Schreiben Sie den Text. Achten Sie darauf, dass das Ergebnis folgenden Ansprüchen der wissenschaftspropädeutischen Arbeitsweise entspricht:
 - Unterschiedliche Positionen einschließlich der Autorenschaft werden sachlich-präzise dargestellt.
 - Paraphrasierende und zitierende Passagen werden sinnvoll eingesetzt.
 - Der Stil ist unpersönlich, der Sprachgebrauch differenziert und variabel, Fachtermini werden genutzt.
 - Durchgängig wird eine normgerechte Zitier- und Nachweisteknik verwendet.

Material 9

Zusammenfassung

Vorgehensweise beim materialgestützten Schreiben

- 1. Analysieren** Sie die **Aufgabenstellung** genau.
Wie lautet die Themenfrage? Welche Textsorte soll entstehen? Welche Merkmale hat diese Textsorte?
Wie soll das Material genutzt werden (vollständig/in Auszügen)?
Soll eigenes Wissen zum Thema einbezogen werden?
Ist der Umfang des Textes vorgegeben?
- 2. Lesen und analysieren** Sie die **Materialien** unter Beachtung der Aufgabenstellung.
Markieren Sie die für die Untersuchungsfrage relevanten Informationen oder exzerpieren Sie.
Kennzeichnen Sie in den relevanten Passagen wesentliche Fakten und Meinungen.
- 3. Erstellen** Sie einen **Schreibplan**.
Ordnen Sie die gesammelten Informationen. Ergänzen Sie, wenn es gefordert ist, eigene Positionen oder Erfahrungen.
- 4. Formulieren** Sie den **Textentwurf**.
- 5. Prüfen** Sie, ob Sie die **Untersuchungsfrage** durchgängig berücksichtigt haben.
Überarbeiten Sie den Text sprachlich (z. B. Wortwahl, Satzbau, normsprachliche Richtigkeit).
Kontrollieren Sie die Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens.
Prüfen Sie den Textumfang.
- 6. Schreiben** Sie den **Text**.
Arbeiten Sie die Korrekturen ein und prüfen Sie abschließend nochmals.
Nehmen Sie gegebenenfalls Verbesserungen oder Ergänzungen vor. Achten Sie auf die Lesbarkeit der letzten Überarbeitungen.

3.5 Zwischendiagnose (Z 1, Z 2, Z 3, Z 4, Z 5)

Sie können die Schrittfolge (M 9) bei der Bearbeitung einsetzen.

Schreiben Sie einen informierenden Text (Teil Ihrer Facharbeit) zur Frage, wie die Nutzung von Smartphones unser Hirn beeinflusst.

Nutzen Sie dazu Aussagen aus mindestens vier der nachstehenden Materialien. Ihr Text sollte den Umfang von ca. 300 Wörtern nicht überschreiten.

Material Z 1

Die Faszination von Smartphones

- Ob zu Hause auf der Couch, beim Warten auf den Bus oder kurz vor der Schule – das Smartphone ist bei den meisten Jugendlichen überall mit dabei. Es hat sich zum multimedialen Alleskönner entwickelt und dient lange nicht mehr alleine dem Telefonieren.
- 5 Es vereint in einem Gerät Internetzugang, Musikplayer, Film- und Fotokamera, Notizbuch, Adressbuch und vieles mehr. Mit ihm organisieren die Jugendlichen ihren Alltag, ihre Verabredungen und erhalten die neuesten Infos von ihren Freundinnen und Freunden, aber nicht nur das. Mit dem Smartphone haben sie ihr persönliches „Unterhaltungscener“ immer dabei. Besondere Momente werden mit der Kamera festgehalten, und die „Kids“ setzen sich
- 10 und Freundinnen und Freunde „in Szene“. Durch die mobile Internetanbindung wird es zur mobilen Informationsquelle. Es ist aber auch modisches Zubehör, Ausdruck des Erwachsenwerdens und sichtbares Zeichen der Zugehörigkeit zu ihrer Altersgruppe und immer wieder Gesprächsthema. Daher rührt der Wunsch vieler Kinder und Jugendlicher, immer früher ein Smartphone besitzen zu wollen.
- 15 Da Smartphones in den letzten Jahren immer erschwinglicher geworden sind, hat die Ausstattung der Jugendlichen mit einem Smartphone in den letzten Jahren stark zugenommen. Hatten 2011 nur 25 % der 13-19-Jährigen ein Smartphone, waren es 2013 schon 72% (JIM Studie 2013).

Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz: Smartphones & Kinder und Jugendliche. URL: <http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/smartphones/smartphones-kinderjugendliche> (02.04.2015)

Material Z 2



Smartphone-Besitzer in Deutschland ab 13 Jahren, Stand: August 2013
Quelle: comScore

Material Z 3

Scarlet Löhrke: Wie digitale Medien unser Gehirn verändern (Sendungsmanuskript)

[...] Fünf bis sechs Stunden verbringen wir Deutschen im Durchschnitt jeden Tag mit digitalen Medien. Genau wie Familie Finco¹. Tendenz steigend. Doch welchen Einfluss hat das auf unser Gehirn? Der Göttinger Neurobiologe Gerald Hüther kennt die Antwort – ihm macht der neue digitale Denkstil Sorgen: „Dass man das Wichtige vom Unwichtigen nicht mehr auseinanderhalten kann“, meint Hüther, „das ist das Merkmal der digitalen Medien“. Dem Gehirn könne es folglich durchaus schaden, wenn die Mediennutzung überhandnimmt, warnt er. Besonders bei so genannten „Digital Natives“, „Digitalen Eingeborenen“ also, die – wie Verena und Anna Finco – im Dauerfeuer digitaler Technik aufgewachsen sind.

Die Folge: Ihr Gehirn passt sich diesem Dauerfeuer an. Besonders eine der wichtigsten Kommandozentralen – gleich hinter der Stirn, diagnostiziert Gerald Hüther, sei gefährdet: „Dieser frontale Cortex – das ist die interessanteste Region im menschlichen Hirn überhaupt. Das ist der Bereich im Hirn, wo Netzwerke liegen, mit deren Hilfe wir uns in andere Menschen hineinversetzen können, Handlungen planen, wo wir auch lernen Frustrationen auszuhalten, unsere Impulse, die wir haben, zu kontrollieren. Und da zeigen Untersuchungen immer häufiger, dass diejenigen jungen Leute, die intensiv in diesen Multitasking-Computer-Beschäftigungen unterwegs sind, gewisse Probleme haben, diesen Frontalcortex aufzubauen und zu verschalten.“ Das Stirnhirn leidet also unter der Reizüberflutung und sprunghafter Aufmerksamkeit.

Allerdings registrieren die Forscher in anderen Hirnregionen auch positive Effekte. Manche sprechen sogar von digitaler Intelligenzsteigerung. Zum Beispiel durch SMS-Schreiben. Auch der Neurobiologe Hüther kennt die Effekte, die das suggerieren: „Wir wissen ja schon seit einiger Zeit dass das Gehirn so wird, wie man es benutzt. Wir haben so ein Beispiel seit zehn Jahren, eine Region, die ist ungefähr hier oben², der sensomotorische Cortex, was zuständig ist für die Regulierung der Daumenbewegung. Das ist inzwischen fast doppelt so groß geworden, bei den 15jährigen. Da gehört auch dazu, dass diese jungen Leute viel schneller optische Eindrücke wahrnehmen, dass die viel schneller darauf reagieren, auf das, was da an Bildern vorbeimarschiert.“ Kein Wunder, sollte man meinen. – Schließlich sind sie seit ihrer Kindheit an den rasenden Informationsfluss gewöhnt, der unseren Alltag bestimmt.

Doch verarbeiten die „Digital Natives“ Informationen deshalb tatsächlich schneller? Tochter Anna Finco jedenfalls kann es vor dem PC gar nicht schnell genug gehen: „Also bei uns ist es so, dass der Computer langsamer ist als ich, ich würde gern viel mehr Sachen auf einmal machen noch, obwohl ich schon YouTube, meistens noch ne Word-Datei, ICQ, also sämtliche Chat-Programme und Internetspiele nebeneinander offen habe“, beschreibt sie ihr Mediennutzungsverhalten.

Trotzdem ist sie letztendlich genau so wenig multitaskingfähig wie ihr Vater. Darin unterscheiden sich die „Digital Natives“ nämlich kein bisschen von der Generation ihrer Eltern, meinen die Forscher. Im Gegensatz zu seiner Tochter schätze die Generation der Eltern ihre Fähigkeiten nur etwas realistischer ein. Vater Guiseppa Finco jedenfalls hält nicht viel vom Multitasking: „Ich bin ganz sicher, ich bin nicht multitaskingfähig. In meinem Job bediene ich üblicherweise 3-4 Programme. Die sind zwar gleichzeitig geöffnet, aber ich kann ja nicht mit vier Programmen gleichzeitig arbeiten.“

Dass Vater Finco sicher ist, das nicht zu können, ist kein Wunder. Denn niemand ist wirklich multitaskingfähig, sagen die Gehirnforscher. Eingehende Emails zum Beispiel bringen uns aus dem Konzept, bestätigt auch Gerald Hüther: „Also unser Gehirn funktioniert nicht wie ein Computer. Computer können auch 25 Bilder gleichzeitig aufmachen. Wir müssen uns aber

¹ vierköpfige Testfamilie, die für eine Untersuchung eine Woche lang auf alle modernen Medien verzichtet hat

² Der Neurobiologe zeigt an dieser Stelle ein Modell des menschlichen Gehirns.

mit unserer Aufmerksamkeit immer auf eines fokussieren, und damit man das kann, müssen wir sogar relativ viel Kraft aufwenden alle anderen Störimpulse auszublenden.“

Das überfordert den Arbeitsspeicher jedes Gehirns. Dazu kommt: Wer zu viel Zeit vor dem Bildschirm verbringt, verliert soziale Fähigkeiten. Die Kommunikationskultur hat sich
50 verändert, und das nicht etwa zu ihrem Vorteil, findet zumindest Mutter Bettina Finco: „Wenn wir früher Freunde hatten, dann sind wir rausgegangen, haben uns dort mit denen getroffen, haben von Angesicht zu Angesicht mit denen gesprochen. Heute ist es ja so, was ich ja mitkriege, dass viele Kinder zuhause sitzen für sich alleine und tippen irgendetwas ein.“

Auch die Hirnforscher warnen: Insbesondere wenn Kindern und Jugendliche zu viel Zeit im
55 Chat verbringen, verkümmern Hirnregionen, die Mimik und Gestik entschlüsseln. [...]

Löhrke, Scarlet: Wie digitale Medien unser Gehirn verändern. In: Wie uns die digitale Welt verändert. Odysso. Informationen zur Sendung am 10.3.2011. SWR Fernsehen. URL: http://www.swr.de/-/id=7739666/property=download/nid=1046894/5gfk8v/Odysso_110310.pdf (21.3.2015)

Material Z 4

Andrea Böhnke: Social Media und Gehirn – Wie neue Medien unser Denken beeinflussen

In den vergangenen Jahren haben Wissenschaftler untersucht, ob und wie sich die Nutzung von Social Media auf unser Denken auswirkt. Repräsentative Studien gibt es bislang nicht. Trotzdem meinen viele Forscher, dass sich unsere Einstellungen, unser Gedächtnis und unsere Konzentration durch Social Media verändern.

5 Wer regelmäßig soziale Netzwerke nutzt, beginnt wieder, wie ein Kind zu denken – das behauptet zumindest Hirnforscherin Susan Greenfield. "Wir leben in einer Umgebung, in der wir uns permanent auf Alarmbereitschaft befinden, was andere Menschen machen oder denken", erklärte die Britin 2013 im Telegraph.

10 Nutzer von sozialen Netzwerken seien abhängig von der Aufmerksamkeit und Bestätigung ihrer virtuellen Freunde – ähnlich wie ein Kind von seiner Mutter. Diese definierten ihr Denken und Selbstbild. Das Motto: Nur wenn ein Post viele "Gefällt mir"-Klicks oder Retweets erhält, war das Erlebte etwas wert.

15 Susan Greenfield sieht das kritisch: "Wenn wir uns ständig nur nach den Ansprüchen der Außenwelt richten, wird es schwer, eigene Gedanken zu entwickeln. Unser Verhalten wird kindischer, reaktiver und abhängiger von dem Verhalten und den Gedanken anderer", schrieb sie im Telegraph. Am Ende wisse der User nicht mehr, wie er selbst zu den Dingen steht. Selbst- und Fremdwahrnehmung würden sich vermischen.

20 Twitter-Nachrichten und Statusmeldungen auf Facebook bleiben länger im Gedächtnis als Sätze aus Zeitungsartikeln oder Büchern. Das fanden Forscher der Universität von Warwick und San Diego (USCD) heraus. In einem Experiment präsentierten sie einer Gruppe von 16 Studenten verschiedene Facebook-Posts. 16 weiteren zeigten sie Sätze aus Büchern, etwa aus Romanen. Beiden Gruppen waren die Quellen der Sätze unbekannt. Die Wissenschaftler forderten die Testpersonen dazu auf, die zuvor betrachteten Sätze aus einer Reihe anderer wiederzuerkennen. Das Ergebnis: Am besten erinnerten sich die Studenten
25 an die Facebook-Postings. Ein zweiter, ähnlicher Versuch bestätigte dies.

Die Forscher waren von dem Ergebnis überrascht. "Die Lücke zwischen den Gedächtnisleistungen der Studenten sind vergleichbar mit den Unterschieden zwischen Menschen mit Amnesie und einem gesunden Gedächtnis", betonte die Leiterin der Studie, Laura Mickes, in einem Interview mit den UCSD-News. Als Grund dafür nannte Mickes:
30 "Sätze, die einfach und schnell formuliert wurden, sind auch einfacher zu merken – je zwangloser und weniger professionell ein Text, desto besser bleibt er mit Gedächtnis".

Weiter erklärte Mickes, dass Entwickler diese Erkenntnis nutzen könnten, um bessere Technologien für Schule und Unterricht zu entwerfen. Zudem könne auch die Werbeindustrie davon profitieren.

35 Seit Anfang 2013 arbeiten Mickes und ihr Team an einem weiteren Experiment. Sie suchen nach einer genaueren Erklärung dafür, warum Social-Media-Nachrichten wirksamer sind als andere Schriftformen wie Buchtexte.

Die Nutzung von Social Media verändert nicht nur unser Denken, sondern auch die Strukturen in unserem Gehirn. Das sagen verschiedene Forscher. "Das menschliche Gehirn ist dem anderer Spezies überlegen, da es die einzigartige Fähigkeit hat, sich seiner Umgebung anzupassen – es ist sozusagen formbar", schrieb etwa Susan Greenfield 2013 im Telegraph. Daher passe es sich auch an die neue Medienwelt an. Eine Art Evolutionsprozess käme in Gang: Unser Gehirn verkabelte sich sozusagen neu.

40 Einer, der diese Position auch vertritt, ist der Neurobiologe Gerald Hüther. Er meint, eine intensive Social-Media-Nutzung wirke sich vor allem auf den sogenannten frontalen Cortex aus. "Das ist der Bereich im Hirn, wo Netzwerke liegen, mit deren Hilfe wir uns in andere Menschen hineinversetzen können, Handlungen planen, wo wir auch lernen Frustrationen auszuhalten, unsere Impulse, die wir haben, zu kontrollieren", erklärte Hüther 2012 in einem Interview mit dem SWR. Menschen, die häufig Social Media nutzten, hätten Probleme, diese Gehirnregion zu entwickeln und vernetzen.

50 Laut Edy Portmann, Forscher an der Universität von Berkeley, wirken sich Social Media auch auf den Hormonspiegel ihrer Nutzer aus. Schließlich unterlägen Facebook und Twitter ständigen Veränderungen. Diese reizten das Gehirn ihrer Nutzer, Adrenalin würde freigesetzt. Da Adrenalin süchtig macht, könne der Verzicht auf Social Media zu Entzugserscheinungen führen. Die Betroffenen würden unruhig.

Böhnke, Andrea: Social Media und Gehirn – Wie neue Medien unser Denken beeinflussen.

28.10.2014, URL:

https://www.planet-wissen.de/natur_technik/computer_und_roboter/social_media/vernetztes_gehirn.jsp (02.04.2015)

Material Z 5

Astrid Uhr: Handysucht

Ständiger Blick aufs Display, Nervosität bei schlechtem Netzempfang, Schweißausbruch bei leerem Akku: Diese Symptome können Anzeichen für einen zwanghaften Handy-Gebrauch sein. Schleichend hat das Mobiltelefon in unserer Alltagskommunikation einen zentralen Stellenwert eingenommen, für die Organisation des Abholens, Verabredens, Verspätens.

5 Während Forscher der Universität Florida bereits vom "Mobile and Internet Dependency Syndrome" (MAIDS) sprechen, ist in Deutschland Handysucht aber noch kein anerkanntes Krankheitsbild. Für Dr. Götz Berberich, Psychiater an der Psychosomatischen Klinik Windach in Oberbayern, steht hinter der Handysucht ein komplexes Krankheitsbild, das Ausdruck einer Angststörung oder einer Depression sein kann. Deswegen müsse dieses Suchtverhalten immer im Gesamtkontext anderer Störungen therapiert werden. "Häufig geht es darum, dass das Handy so eine Art dauernder Verbindungsmöglichkeit zur Umwelt ist, quasi eine Art Nabelschnur, über die der Patient immer in direktem Kontakt zu seinen Vertrauten steht", sagt Dr. Götz Berberich. Entscheidend sei dann, die Kommunikation des Betroffenen mit seinem Umfeld zu analysieren und zu verbessern. [...]

Uhr, Astrid: Handysucht. URL: <http://www.daserste.de/information/wissen-kultur/w-wie-wissen/sendung/2010/handysucht-100.html> (21.03.2015)

3.6 Übungsphase (Ü 1, Ü 2, Ü 3, Ü 4)

Material Ü 1

Übung zur Trennung von Meinung und Fakt

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 07.08.2014

Neue Studie über Kinder: Die Generation, die nicht mehr spricht



© picture alliance / JOKER

10

Das Telefon ist out, sogar die E-Mail wirkt altmodisch: Wer im neuen Jahrtausend geboren wurde, kommuniziert ganz anders, zeigt eine Studie aus Großbritannien. 6-Jährige kennen sich demnach besser mit Computern aus als 45-Jährige.

Es gab eine Zeit, da lernten kleine Kinder erst Laufen und Sprechen, später dann irgendwann Schwimmen und Radfahren. Das war normal. Heute ist es genauso normal, dass sie mit dem Laufen auch schon lernen, was ein Smartphone ist und wie man Bilder

weiterblättert.

Und das ist nur einer der Unterschiede. Tatsächlich wächst mit den Kindern, die im neuen Jahrtausend geboren worden sind, eine ganz neue Generation „Digital Natives“ heran, wie eine aktuelle Studie des britischen Office of Communication nahelegt. Ein zentrales Ergebnis lautet: Die Kinder sprechen nicht mehr viel. Wenn sie sich austauschen, dann in der Regel per SMS oder über Soziale Netzwerke: Nur noch 3 Prozent der gesamten Kommunikation von heute Zwölf- bis Fünfzehnjährigen findet noch über echte Telefonanrufe statt.

15

Das ist ein gewaltiger Kontrast im Vergleich zum Telefonverhalten Erwachsener. Sie nutzen das Telefon immerhin noch in einem Fünftel der Zeit, in der sie miteinander kommunizieren. Und wenn Erwachsene Nachrichten schreiben, dann verschicken sie eine E-Mail (darüber wickeln sie laut der Studie immerhin fast ein Drittel ihrer Kommunikation ab). Für Kinder sind E-Mails hingegen heute offenbar so altmodisch wie für junge Erwachsene der klassische Brief. Auch kennen sich 6- und 7-Jährige mit dem Computer und Internet schon besser aus als heute Fünfundvierzigjährige.

20

Dabei verdecken diese Ergebnisse schnell die Tatsache, dass auch Erwachsene immer intensiver moderne Kommunikationsmittel einsetzen und überhaupt mehr Zeit damit verbringen, zu kommunizieren. In Großbritannien, wo die Studie unter insgesamt 2000 Erwachsenen und 800 Kindern durchgeführt wurde, nutzen Erwachsene heute immerhin beinahe 9 Stunden am Tag moderne Medien oder Kommunikationstechniken. Das ist länger als sie durchschnittlich schlafen.

25

30

Auf der anderen Seite bedeutet das zunehmende Interesse an dieser Technik nicht den Untergang der traditionellen Unterhaltung. Im Durchschnitt gehörten einem befragten Briten im April dieses Jahres 86 Bücher, das sind nur drei weniger als noch vor zehn Jahren. Und es sind immerhin sechs Bücher mehr als CDs in einer durchschnittlichen CD-Sammlung. FAZ.NET / ala., URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/neue-studie-ueber-kinder-die-generation-die-nicht-mehr-spricht-13085701.html> (20.01.2015)

Aufgaben

- 1) Formulieren Sie Thema, Textintention und Autorposition des Textes.
- 2) Markieren Sie im Text die Interpretationen der Studienergebnisse (Meinungen) und Ergebnisse der Studie (Fakten) mit verschiedenen Farben.
- 3) Stellen Sie die der Studie entnommenen Aussagen zum Medienverhalten von Kindern und Erwachsenen tabellarisch gegenüber. Prüfen Sie die vorgenommenen Interpretationen.
- 4) Ordnen Sie die Interpretationen der Studienergebnisse nach ihrer Überzeugungskraft, indem Sie kennzeichnen, wie der Autor sprachlich differenziert.
- 5) Bewerten Sie den Anteil von Fakten und Meinungen für die Qualität der Argumentation und das Stützen der Behauptung, die neue Generation sei eine, die nicht mehr spreche.

Material Ü 2

Übung zum Konspektieren

Virtualisierung des Lagerfeuers

- Die Funktion von TV, gemeinschaftliche Lagerfeuer-Erlebnisse mit Freunden und Familie zu schaffen, nimmt ab bzw. wird transformiert in virtuelle Lagerfeuer mit programmbezogener Begleit- und Anschlusskommunikation in den sozialen Netzwerken oder Plattformen der Content- und Markenanbieter. Fernsehnutzung wird fragmentierter und individualisierter,
- 5 viele Teilnehmer nutzen unterschiedliche Endgeräte und beschäftigen sich parallel mit verschiedenen Inhalten. Nicht nur die Sender müssen ihre Inhalte über verschiedene Plattformen ausspielen, auch Markenanbieter müssen zunehmend transmedial denken, d.h. versuchen ihre Nutzer über verschiedene Plattformen hinweg anzusprechen und in ihre Geschichte einzubinden. Marken, die es schaffen, sich positiv über verschiedene
- 10 Touchpoints zu inszenieren, lösen auch in Zukunft Gespräche aus. Verschiedene Endgeräte und flexible Ausspielwege schwächen die Dominanz des Fernsehgeräts als familiäre Schaltzentrale. Second Screen und Social TV befördern die Individualisierung des Fernsehverhaltens, gleichzeitig befeuern sie den Austausch über Inhalte zwischen den Nutzern. [...]
- 15 Die Vernetzung der Geräte schreitet weiter voran und wird zu sehr flexiblen Nutzungsszenarien führen, in denen zwischen lean-back und lean-forward, Erholungs- und Arbeitssituationen hin und hergewechselt wird. Intelligente Such- und Empfehlungssysteme werden die Suche nach passenden Bewegtbildangeboten passend zur jeweiligen Stimmung erleichtern.

Couchpotato 3.0: Das Fernsehen der Zukunft. In: planung & analyse, Fachzeitschrift für Marktforschung 4/2012. URL: <http://www.phaydon.de/fachartikel-couchpotato30-das-fernsehen-der-zukunft.html> (25.03.2015)

Aufgabe:

Konspektieren Sie den Text.

Material Ü 3

Übung zum Exzerpieren

Die Vielzahl einströmender Reize, vor allem aber die Überforderung und Überfrachtung unseres Alltags machen Geschichten immer attraktiver für uns. Geschichten lenken ab, entführen in andere (Phantasie-)Welten und führen auch immer wieder vor Augen, wie das Leben (alternativ) sein könnte. Sie prägen sich dadurch leichter ein und transportieren ihre Bedeutung unwillkürlich, ohne dass man sich mit dem Inhalt intensiv auseinandersetzen müsste. Nicht anders lässt sich erklären, weshalb Landlust mit gefälligen Geschichten über das Kochen, Backen und Gärtnern inzwischen die reichweitenstärkste Zeitschrift noch vor dem News-lastigen Spiegel geworden ist.

Menschen sind täglich gezwungen zwischen Wichtigem und Unwichtigem zu unterscheiden und auszuwählen. Geschichten, die berühren und persönliche Relevanz haben, sind eher in der Lage, dieser Selektion zu entgehen. Auch das Marketing muss in der Lage sein, die Phantasie seiner Nutzer anzuregen, Kreativitätspotenziale anzuzapfen und trotzdem reale Erlebnisse mit der Marke oder dem Produkt zu schaffen.

Menschen finden sich, wenn sie gemeinsame Interessen und Leidenschaften teilen. In Zeiten von Social Media ist Communitybildung immer flüchtiger und einfacher. Geschichten, die involvieren, schaffen temporäre Communities, die sich um das Fortspinnen und Mitmachen kümmern – mit viel Liebe und Leidenschaft, ohne dabei ein bestimmtes Ziel zu verfolgen. Erfolgreiche virale Kampagnen profitieren von diesem Effekt. Geschichten werden nicht gesucht, sondern erreichen uns durch Zufall und Glück – meist mittels unseres Netzwerks. Social Media beschleunigt daher den Trend zum Storytelling, denn Social Media ist angewiesen auf gute und relevante Geschichten, über die verlinkt und berichtet werden kann. Insofern ist Social Media immer nachgelagert und bedient sich aus dem Pool reichhaltiger Geschichten, die über Marken existieren bzw. kreiert werden.

[...]

In Zukunft wird die Quote nicht mehr allein die Wirksamkeit für den Einsatz von Werbebudget bilden. Die Bedeutung kleinerer Fan-Communities als Promotoren wird zunehmen, auch jenseits der Quote. TV-Werbung wird weniger disruptiv und nervend sein. Neue Werbeformen werden entstehen (müssen), in denen die Konsumenten mit relevanten Inhalten und emotionalen Storys angesprochen werden, die involvieren und jenseits der Werbeinsel für Aufmerksamkeit sorgen. Dadurch wird Werbung insgesamt demokratischer: Man entscheidet sich freiwillig, solange sie berührt und relevant ist, und wendet sich ab, wenn nicht. Zudem wird Markenkommunikation stärker mit den Inhalten der Contentanbieter verschmelzen, in Form von Product Placement bis hin zu eigenen Markenkanälen, in denen sich die Marke als Channel für zielgruppengenaues Programm präsentiert (z. B. Red Bull mit seinem Fernsehsender Servus TV) und klare Erlebnisversprechen auch umgekehrt im Hinblick auf selbstproduzierten Content bietet.

Couchpotato 3.0: Das Fernsehen der Zukunft. In: planung & analyse, Fachzeitschrift für Marktforschung 4/2012. URL: <http://www.phaydon.de/fachartikel-couchpotato30-das-fernsehen-der-zukunft.html> (25.03.2015)

Aufgabe:

Exzerpieren Sie Ursachen und Erscheinungen der Veränderung von Fernsehwerbung in der Zukunft.

Material Ü 4

Checkliste zur Bewertung der Qualität und Relevanz von Internetinformationen

Richtiges und schnelles Bewerten ist die nächste Stufe der Informationsanforderung. Ausgangspunkt jeder Bewertung ist der Rückbezug auf den Beginn. Denn: Eine Informationsbewertung muss im Zusammenspiel und kann nur im Rückgriff auf die Intention bzw. die Motivation der Ausgangsfrage erfolgen. Eine generelle Unterscheidung von Informationen mit hoher oder geringer Güte ist daher unzureichend und unzweckmäßig. Denn: Dieselbe Information kann für den Einen wertvoll, für den Anderen wertlos sein. Auch für den Einzelnen kann ein und dieselbe Information zu einem Zeitpunkt nützlich – also von Güte –, zu einem anderen völlig unnützlich sein.

Zur Bewertung von Information empfiehlt sich daher eine zweifache Perspektive:

- 1.) Die *Qualitätsbewertung*, die sich auf die Information selbst bezieht. Hierbei geht es u. a. um die Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit der Informationsquelle.
- 2.) Die *Relevanzbewertung*, die sich auf das aktuelle Informationsbedürfnis und das Rechercheziel bezieht.

Die angemessene Bewertung von Qualität und Relevanz setzt ein hohes Maß an Vor- und Orientierungswissen voraus, denn deren Einschätzung erfordert analytisches und methodisches Vorgehen und viel Erfahrung.

Bewertung: „Qualität“

1.	Aktualität
	Wann wurde die Information erstellt bzw. zuletzt aktualisiert? Gibt es z. B. regelmäßig Ergänzungen: täglich, wöchentlich, monatlich? In welchem Zusammenhang stehen die Informationen bzw. sind sie entstanden?
2.	Autorenschaft
	Wer stellt das Angebot bzw. die Information zur Verfügung? Ist der Urheber des Angebots namentlich ausgewiesen? Was ist über den Autor bekannt: Impressum, Redaktion, „Wir über uns“? Gibt es Referenzen, Expertisen? Kann ein direkter Kontakt hergestellt werden: E-Mail, Forum, Telefon
3.	Zielgruppe
	Welche Intention hat der Informationsanbieter bzw. könnte er haben? Lässt sich eine Zielgruppe dieses Angebots ausmachen? Wenn ja, gehöre ich dazu/nicht dazu, warum?
4.	Textsorte (Sprache/Stil/Funktion)
	Welche Textsorte liegt vor: Meinung, Kommentar, Bericht, wiss. Exposé? Wie ist der sprachliche Stil: klar, anschaulich, einfach, komplex? Welche kommunikative Funktion dominiert: Selbstaussage, Darstellung, Appell? Taucht Werbung auf? Wenn ja, ist sie klar vom Informationsangebot getrennt?
5.	Aufbereitung (Quellennachweise/Korrektheit/Strukturiertheit)
	Werden Querverweise zu weiterführenden oder verwendeten Quellen gegeben? Wird deutlich, in welchen Kontext die Informationen gehören bzw. worauf sie zurückgehen? Sind gewisse Qualitätsmerkmale erkennbar; z. B. mit Blick auf wissenschaftliche (Objektivität, Validität, Reliabilität) oder journalistische (redaktionelle) Ansprüche? Ist das Gesamtangebot strukturiert und aufbereitet: klar, eindeutig? Ist die Navigation einfach: nutzerfreundlich, intuitiv, verschachtelt? Wie sind die Informationen aufbereitet: verständlich, schlüssig, überladen, bunt, laut, diskret, schrill, animiert, mit Werbung gemischt? Werden Informationen eher fragmentarisch oder eher im Überblick dargeboten? Gibt es Orientierungshilfen: Glossar, Site-Map, Hilfefunktion?

Ballod, Matthias: Informationen und Wissen im Griff. Bielefeld: wbv 2011, S. 19 f.

Bewertung: „Relevanz“

1.	Relevanzbewertung
	Grundsätzlich ist eine objektive Relevanzbewertung von Information unmöglich. Sie hängt ja gerade von aktuellen (z. B. Situation und Kontext) und personalen (z. B. Motivation) Merkmalen ab. Die Relevanz und den subjektiven Wert einer Information bestimmen ausschließlich Sie, und zwar immer wieder neu.
2.	Relevanz als Kriterium
	Relevanz als Kriterium erkennen und einschätzen lernen ist der erste Schritt. Nutzen Sie dazu immer den Abgleich mit der ursprünglichen Recherche-Intention. Die gesammelten Erfahrungen – positive wie negative – helfen Ihnen bei der nächsten Relevanzbewertung.
3.	Informationsinteresse
	Relevanzbewertung steht in direkter Verbindung zum Informationsinteresse. Betriebswirtschaftlich betrachtet, gelten Kosten, Zuverlässigkeit, Genauigkeit, Überprüfbarkeit, Verfügbarkeit, Aktualität, Unabhängigkeit und Wahrscheinlichkeit als besondere Relevanzkriterien. In der Theorie wird ein Wert errechnet, der den Aufwand, die Kosten und den Nutzen einer zusätzlichen und relevanten Information in Beziehung setzt. Alltagstauglich ist diese mathematische Annäherung nicht.
4.	Bedingungen
	Wichtig aber ist das Nachvollziehen der Grundbedingung: die Beschaffung von Information bedeutet immer einen Aufwand (Zeit, Geld, Personen). Dieser muss in einem „vernünftigen“ Verhältnis zum angestrebten bzw. tatsächlichen Ergebnis stehen.
5.	Vorgehen
	Elementar ist die Fähigkeit, schnell und zuverlässig Wesentliches von Unwesentlichem zu trennen, um eine sinnvolle Reduktion vorzunehmen. Nützlich ist, sich einen schnellen Überblick zu verschaffen, ob die Quelle überhaupt relevant sein kann: Das Überfliegen des Inhaltsverzeichnisses, der Untergliederungen, Zusammenfassungen, Graphiken etc., um die Hauptgedanken und zentralen Aspekte des Autors zu erfassen.

Ballod, Matthias: Informationen und Wissen im Griff. Bielefeld: wbv 2011, S. 21

3.7 Abschlussdiagnose (A 1, A 2, A 3, A 4, A 5, A 6)

Sie können die Schrittfolge (M 9) bei der Bearbeitung einsetzen.

Schreiben Sie einen informierenden Text (Teil Ihrer Facharbeit) zur Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter.

Nutzen Sie dazu Aussagen aus mindestens vier der nachstehenden Materialien. Ihr Text sollte den Umfang von ca. 300 Wörtern nicht überschreiten.

Material A 1

Christian Meier: Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter

[...] Die erste Zäsur [in der Medienlandschaft] war das Aufkommen des »privat-kommerziellen Rundfunks« in den 80er Jahren und damit die Herausbildung des »dualen Rundfunksystems«. Eine privatwirtschaftlich finanzierte Konkurrenz, die vornehmlich auf populäre Inhalte setzt, führte überhaupt erst

- 5 1. zu einem Wechselspiel aus Wettbewerbsdenken auf der einen Seite (beispielsweise zeigen sowohl öffentlich-rechtlichen wie private Sender Quizshows, Daily Soaps und Sport) und
2. zu einer Erweiterung des verfügbaren Medienangebots auf der anderen Seite (das Programm ist letztlich nicht austauschbar, sondern ergänzt sich).

10 Weil aber die Privaten auch einen bestimmten Anteil an Informationen und Nachrichten senden müssen, stellt sich letztlich die Frage, wie unverzichtbar sich die Öffentlich-Rechtlichen im Angesicht einer wachsenden Zahl kommerzieller Angebote im TV machen können. Heute ist es mehr denn je ihre Aufgabe, ihre Stellung durch ein entsprechend gehaltvolles Programm zu untermauern. [...]

15 Die zweite Zäsur war die Internet-Revolution. [...]

[Es] ist [...] nicht mehr zwingend nötig, einen "Kanal" im konventionellen Sinn zu schauen. Der Slogan "Im Internet wird jeder zu seinem eigenen Programmdirektor" ist vielleicht plakativ, im Kern aber im Prinzip korrekt: Über zahlreiche Plattformen, nicht zuletzt über YouTube, wird das individuelle, nicht an bestimmte Zeiten gebundene Abspielen von

20 Inhalten, anywhere anytime, möglich. [...]

Meier, Christian: Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter. 6.10.2014.
URL: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/171926/einfuehrung-in-die-debatte?p=all>
(26.03.2015)

Material A 2

Marcel Bohnensteffen: ARD, ZDF und der Rundfunkbeitrag: So würde das deutsche Fernsehen ohne Rundfunkgebühr aussehen

Die Diskussion ist Jahrzehnte alt. Seit Jahrzehnten werden dieselben Argumente ausgetauscht. Der Rundfunkbeitrag an ARD und ZDF sichere die Qualität in Fernsehen und Radio, sagen die einen. Ein gebührenfinanziertes öffentlich-rechtliches System sei längst aus der Zeit gefallen, sagen die anderen. [...]

- 5 Journalist und Buchautor Hans-Peter Siebenhaar ("Die Nimmersatten") gilt als großer Kritiker von ARD und ZDF. Er fordert eine radikale Entschlackung des öffentlich-rechtlichen Programms. [...]

Was die unzähligen Spartensender angeht: Sie waren von Anfang an nicht durch Quote gedeckt. Der Marktanteil lag mitunter weit unter einem Prozent, für Marktanalysten kaum messbar.

Die Öffentlich-Rechtlichen hat das lange nicht gekümmert. Es gab ja die GEZ. Sie war und ist eine Art Lebensversicherung für ARD und ZDF. Und seitdem die abgeschafft wurde, ist es der Rundfunkbeitrag.

Eine Leistungskontrolle, das werfen selbst Insider und Mitglieder den Sendeanstalten vor, hat kaum mehr stattgefunden in den vergangenen Jahren. [...]

ARD und ZDF rechtfertigen die Pauschalgebühr derweil mit ihren Inhalten. Informations- und Bildungsprogramme sicherten die Qualität im Rundfunk, so argumentieren viele, die einer öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt entstammen.

Und genau da setzt Siebenhaars Fundamentalkritik an. Er ist der Meinung: "In Zeiten eines Informations-Overkills im digitalen Bereich ist das Argument Grundversorgung von Informationsinhalten völlig absurd. Bei jungen Zielgruppen liegen die Einschaltquoten bei den Öffentlich-Rechtlichen zum Teil im Promille-Bereich."

Auch ein Kollege von Siebenhaar, der Produzent und Medienhistoriker Lutz Hachmeister, kritisiert: "Die verfassungsrechtlich festgelegte Programmauftrag von ARD und ZDF besagt, dass die Einnahmen des Rundfunkbeitrags zuerst für Bildung und Information aufgewendet werden müssen: Reportagen, Korrespondenz, investigative Recherche – das erwartet auch der Gebührenzahler. Das hat in der Vergangenheit nicht in ausreichendem Maße stattgefunden." [...]

Bohnensteffen, Marcel: ARD, ZDF und der Rundfunkbeitrag: So würde das deutsche Fernsehen ohne Rundfunkgebühr aussehen. Huffingtonpost. 13.01.2015.

URL: http://www.huffingtonpost.de/2015/01/13/ard-zdf-rundfunkbeitrag-rundfunkgebuehr_n_6457984.html (30.03.2015)

Material A 3

Lutz Marmor: Die digitale Auferstehung

[...] Der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks leitet sich bekanntlich aus Artikel 5 des Grundgesetzes ab. ARD und ZDF sollen danach die freie Meinungsbildung und kulturelle Vielfalt gewährleisten; ihre Angebote sollen der Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung dienen. Das heißt nichts anderes, als dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk eben kein Lückenfüller für nicht existierende private Angebote ist – etwa im Bereich Kultur/Bildung – sondern einen umfassenden Auftrag hat.

In der Praxis bedeutet das für uns aber genauso wenig, Programm anzubieten, das immer allen gefällt. Es geht darum, im Fernsehen, Radio und online Angebote zu machen, bei denen alle etwas finden können, das sie interessiert. Das kann im Ersten sein, in den Dritten Fernsehprogrammen oder im Hörfunk. Das kann aber auch bei Arte, Phoenix, 3sat oder ARD-Alpha sein.

Wir versuchen mit unserem Gesamtprogramm täglich einen Spagat, der unterschiedlichste Inhalte erfordert: politische Features und Kulturmagazine ebenso wie massentaugliche Unterhaltungssendungen; populäre Moderatoren ebenso wie neue Talente mit Experimentierwillen; Schräges ebenso wie Bewährtes. Dazu gehören auch die Entwicklung und Bewahrung medialer Lagerfeuer wie beispielsweise das sonntägliche »Tatort«-Ritual.

Wenn wir niemanden erreichten, wäre niemandem geholfen. [...] unser Auftrag ist auch in der digitalen Welt unverändert aktuell. So stehen zwar neben den ohnehin zahlreichen etablierten Nachrichtenanbietern inzwischen zahlreiche andere Angebote mit uns im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Nutzer. Ob Twitter, Facebook, Buzzfeed oder Huffington Post – jeder kann posten und Neuigkeiten verbreiten. Das hat viele Vorteile, auch für die Willensbildung in der Demokratie. Die Quantität der Meldungen sagt aber nichts über ihre Qualität aus, die Meinungsvielzahl noch nichts über Meinungsvielfalt. Gerade weil es so

25 einfach geworden ist, Nachrichten zu produzieren und zu verbreiten, müssen professionell-journalistische Medien umso sorgfältiger darauf achten, welcher Nachricht Glauben geschenkt werden kann. Eine Alternative zu verantwortungsvollem, seriösem Journalismus, für den neben den Tageszeitungen und Magazinen auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk steht, ist das Internet nicht. Auch, weil sich genau dieser Journalismus dort bislang eher nicht refinanzieren lässt.

30 Vielmehr ist die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als glaubwürdige Informationsquelle im Vergleich zu den kommerziell geprägten Medienangeboten wichtiger denn je.

Marmor, Lutz: Die digitale Auferstehung. In: Sind wir noch auf Sendung? Politik & Kultur Dossier. Regensburg: Con Brio 2014, S. 7

Material A 4

[...] Auch in der digitalen Welt muss die gesellschaftliche Relevanz von Angeboten das leitende Moment sein. Einschaltquoten oder Klickzahlen sind kein zureichender Maßstab zur Beurteilung eines Angebotes oder dessen Bereithaltung in der digitalen Medienwelt. Es gilt vielmehr die gestalterische, ästhetische und redaktionelle Qualität, den Beitrag zur

5 Aufklärung, Identitätsstiftung und kulturelle Vielfalt sowie die künstlerische Autonomie in den Vordergrund zu rücken. Die bestehenden Angebote müssen mit Blick auf solche Kriterien weitergedacht werden.

Der Deutsche Kulturrat fordert, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht einigen großen Zielgruppen möglichst viel bietet, sondern den vielen Zielgruppen ein möglichst großes

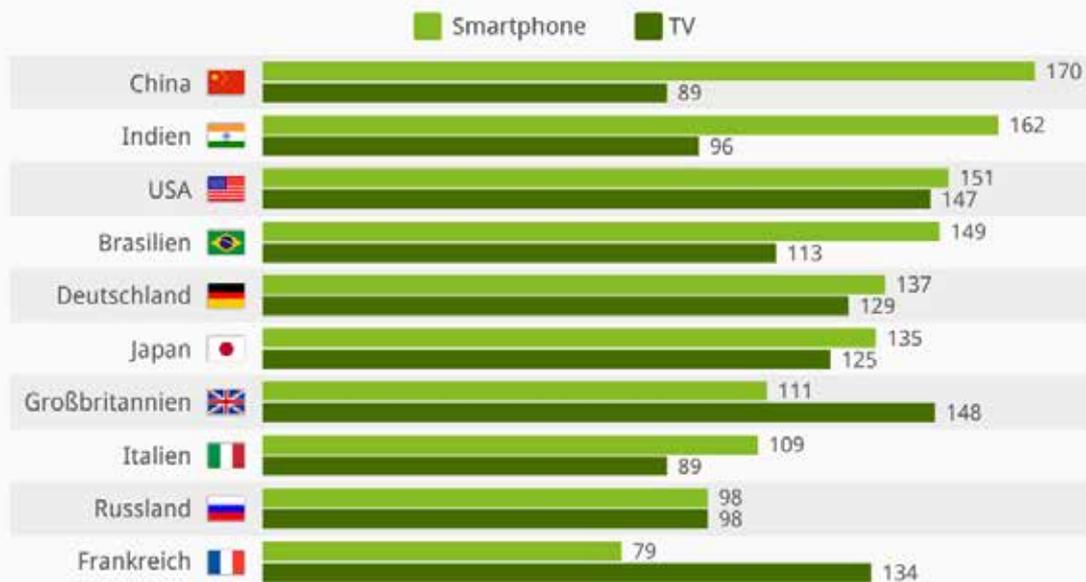
10 Angebot unterbreitet. Sein Angebot prägt Hör- und Sehgewohnheiten der Bürger und der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann sich mit einem qualitativ hochwertigen Angebot ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber seinen Zuschauern und Hörern sichern. [...]

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der digitalen Medienwelt. Stellungnahme des Deutschen Kulturrates 09.02.2015, URL: <http://www.kulturrat.de/detail.php?detail=3049&rubrik=4> (30.03.2015)

Material A 5

Smartphone überholt TV

Täglicher Medienkonsum via Smartphone/TV bei Multiscreen-Nutzern (in Min.)*



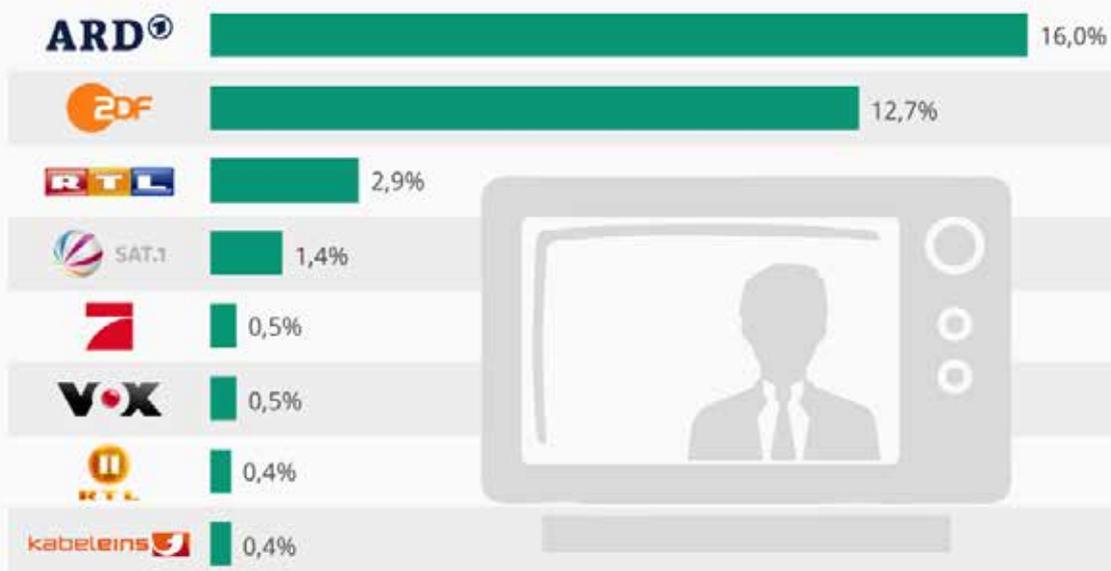
* Je Land ca. 400 Befragte im Alter von 16-44 Jahren, die neben dem TV-Gerät ein Smartphone oder ein Tablet nutzen
Quelle: MillwardBrown AdReaction 2014

statista

Material A 6

Politik im Fernsehen ist öffentlich-rechtlich

Anteil von Politik an der täglichen Gesamtsendezeit ausgewählter TV-Sender



Stichprobe: eine Kalenderwoche im Frühjahr 2013
Quelle: ALM

statista

4 Lösungen

4.1 Eröffnungsphase

Material 1

Aus der Bildfolge kann z. B. abgelesen werden:

- Die Darstellung interpretiert menschliche Entwicklung vor allem im Hinblick auf Mediennutzung.
- Die menschliche Entwicklung ist von technischen Innovationen geprägt.
- Jede (medien)technische Errungenschaft löst eine andere ab.

In der kritischen Diskussion können zum Beispiel folgende Thesen aufgeworfen werden:

- Mediennutzung erfolgt nicht linear, sondern in Teilen parallel.
- Die rasche Folge von technischen Innovationen bringt Erleichterung oder Überforderung in der Bewältigung und Gestaltung des Alltags.
- Medienwandel führt zu veränderten Mediengewohnheiten.

4.2 Einstiegsdiagnose

Material 2/Material 3 (Wahlmöglichkeit 1)

- 1) Die Eintragungen können unterschiedlich aussehen. Nachfolgend wird ein Beispiel ausgeführt. Zu beachten ist, dass der Tabellenkopf die direkte Herkunft der Datenangaben ausweist, um später damit arbeiten zu können. Die Angaben aus den Grafiken müssen unter Verweis auf die jeweilige Bezugsgruppe wiedergegeben werden. Bezüge zwischen den Daten sollten nicht hier hergestellt werden.

	JIM 2014	Media Activity Guide 2014
Internetnutzung 2014	12- bis 19-Jährige: 94 % mehrmals pro Woche 81 % jeden Tag	Deutsche im Alter über 13 Jahre: 62,4 % täglich 14- bis 49-Jährige 81,8 %
Fernsehnutzung 2014	12- bis 19-Jährige: 83 % mehrmals pro Woche 81 % jeden Tag	Deutsche im Alter über 13 Jahre: 82 % täglich 14- bis 49-Jährige: 74,2 % täglich
Handynutzung 2014	12- bis 19-Jährige: 93 % mehrmals pro Woche 87 % jeden Tag	keine Angabe

2) und 3)

Im Schülertext muss eine Verknüpfung der statistischen Angaben erfolgen. Wünschenswert sind wichtige Aussagen. Verbindungen zwischen beiden Statistiken und auch Vermutungen zu Ursachen bzw. Weiterentwicklung müssen hier noch nicht verfasst werden:

In den Erhebungen der JIM-Studie wird deutlich, dass das Internet 2014 das am häufigsten genutzte Medium unter Jugendlichen war. Spitzenreiter in der täglichen Mediennutzung bei Jugendlichen war das Handy; mehr als 8 von 10 der 12- bis 19-Jährigen gebrauchten täglich ihr Handy. Das Fernsehen zählt zwar zu den drei am häufigsten genutzten Medien, wurde jedoch 2014 nur von jedem zweiten Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren täglich genutzt.

Der Media Activity Guide weist das Fernsehen als 2014 meistgenutztes Medium der Deutschen über 13 Jahre aus. Eine ähnlich hohe Quote in der täglichen Nutzung erreichte das Internet bei Menschen zwischen 14 und 49 Jahren. Während sie das Netz weitaus häufiger nutzen als die Generation 50+, liegt ihr Anteil am täglichen Fernsehkonsum signifikant unter dem der Älteren.

(Unterstreichung: Lösung für Aufgabe 3)

Material 2/Material 3 (Wahlmöglichkeit 2)

- 1) Die Grafik aus der JIM-Studie zeigt, wie viel Prozent der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland 2014 mehrmals pro Woche und täglich ausgewählte Medien nutzten. Der Grafik liegen die Angaben von 1200 Jugendlichen zugrunde.

Die Grafik aus dem Media Activity Guide 2014 zeigt, wie viel Prozent der Deutschen ausgewählte Medien täglich nutzen. Sie unterscheidet dabei zwischen der Gesamtzahl der Über-13-Jährigen und der Gruppe der 14- bis 49-Jährigen. Der Grafik liegen die Angaben von 1501 Befragten zugrunde.

2) und 3)

Die Verifizierung der Aussagen verlangt ein sehr genaues Arbeiten. Insbesondere die Angaben e und f scheinen sich zunächst zu widersprechen, da sie auf unterschiedliche Erhebungsgrößen bezogen sind. Hinsichtlich der Relevanz für die Schreibaufgabe können sie jedoch gleich betrachtet werden.

JIM-Studie: richtig sind b, e und f

Media Activity Guide: richtig sind b und c

(Unterstreichung: Lösung für Aufgabe 3)

Material 4

- 1) Folgende Lösungsstrategie ist am effektivsten. Die Aufgabenstellung verlangt jedoch nicht zwingend Zeilenangaben.
(- Z. 11 f. nicht mehr ausschließlich lineare Fernsehprogramme)

- Z. 12 f. Wiedergabe von Foto- /Videodateien
 - Z. 17 f. Streaming via Internet
 - Z. 19 f. Ausgabegerät für Tondateien
- 2) Grundthese: Für die Mehrheit der Deutschen bleibt der Fernseher unverzichtbar.
Mittel:
- Verweis auf Umfrage des Hightech-Verbandes BITKOM mit Angabe von Daten
 - Datenvergleich bezüglich verschiedener Altersgruppen
 - Zitat des BITKOM-Hauptgeschäftsführers
 - Verweis auf vielseitige Nutzung
 - Wiederholung und Verstärkung der These
- 3) richtig sind b, e und f
- 4a) Hierbei geht es um das korrekte wörtliche Zitieren. Die Aufgabenstellung verlangt dabei eine Anpassung. Möglich ist z. B.:
- Es gibt „kaum Unterschiede zwischen den Altersklassen. So können auch 87 Prozent der Fernseh-Nutzer zwischen 14 und 29 Jahren nicht auf das TV-Gerät verzichten.“
(Z. 9 f.)
- ODER
- „[...] 87 Prozent der Fernseh-Nutzer zwischen 14 und 29 Jahren [können] nicht auf das TV-Gerät verzichten.“ (Z. 9 f.)
- 4b) Hier wird das korrekte indirekte Zitieren geprüft.
Der BITKOM-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernd Rohleder vertritt die Auffassung, dass ...
- der Trend zum Streaming auf mobilen Geräten wie Smartphones und Tablet Computern den Fernseher ergänze, ihn aber nicht ersetze,
 - der Fernseher immer mehr zum allgemeinen Ausgabegerät von Ton und Bildern aller Art werde,
 - vernetzbare Fernseher vom Trend zum Streamen von Inhalten profitierten, physikalische Medien wie CD oder DVD es zunehmend schwer hätten.
- 5) Sinngemäß muss Folgendes formuliert werden:
- Als Prognose für die Zukunft des Fernsehens lässt sich aus dem Text entnehmen, dass sich das Fernsehgerät offenbar problemlos in die neue Medienwelt integriert. Eine Aussage über die Zukunft des Fernsehens als Tätigkeit lässt sich nicht entnehmen.

4.3 Vermittlung (Schwerpunkt Textuntersuchung und -aufbereitung)

Material 5

- 1) Beeinflussung der Rezipienten durch das Fernsehen (Tagesstrukturierung, Meinungsbildung)
- 2) gelb: Meinung
grün: Fakt

Strukturierung des Alltags durch das Fernsehen

Das Fernsehen prägt den Alltag der Menschen vor allem durch eine zeitliche Strukturierung, und zwar des Tages, der Woche und des Jahres. Dies geschieht insbesondere bei Personen, deren Alltag ansonsten schwach strukturiert ist, da sie beispielsweise nicht (mehr) im Arbeitsprozess stehen.

- Die "Tagesschau" um 20:00 Uhr wird im Schnitt von ca. 9 Mio. Menschen gesehen. Zumindest für diese Menschen ist es ein Fixpunkt im Tag, daran wird sich orientiert. Das "Frühstücksfernsehen" (Sat.1) oder andere fest terminierte Sendungen haben auch eine strukturierende Funktion im Tagesablauf, aber längst nicht die Bedeutung wie die "Tagesschau" um 20:00 Uhr.
- Für die Strukturierung der Woche sind die Wochenendangebote von zentraler Bedeutung. Hier sind die Sport- bzw. Fußballsendungen am Samstag, die Samstag-Abend-Shows und der "Tatort" am Sonntagabend zu nennen, der im Durchschnitt von 7 bis 12 Mio. Fernsehzuschauern gesehen wird.
- Für die Strukturierung des Jahresablaufs sind vor allem große Sportereignisse, wie Fußball-WM und -EM oder Olympische Spiele, aber auch der Eurovision Song Contest zu nennen. [...]

Eine inhaltliche Strukturierung der Kommunikation im Alltag geschieht vor allem dadurch, dass das Fernsehen kontinuierlich und in breitem Umfang für »Anschlusskommunikation« sorgt. Dafür ist Fernsehen besonders geeignet, da die Chancen hoch sind, bei anderen auf ein gemeinsames Reservoir von Medienerlebnissen zu treffen. Durch die besondere Überzeugungskraft bewegter Bilder vermag das Fernsehen persuasive (überredende) Qualitäten zu entwickeln und kann nicht nur Fakten, sondern auch Denkmuster vermitteln und damit Einstellungen beeinflussen. Die große Verbreitung und die starke Bindung haben eine Angleichung der Weltbilder zur Folge ("Kultivierung", Gerbner 1969). In welchem Maße das Fernsehen das Wissen, Meinen, Wollen und Reden der Menschen substantiell prägt, kann dadurch belegt werden, dass Fernsehen nach wie vor als wichtigste Informationsquelle genannt wird.

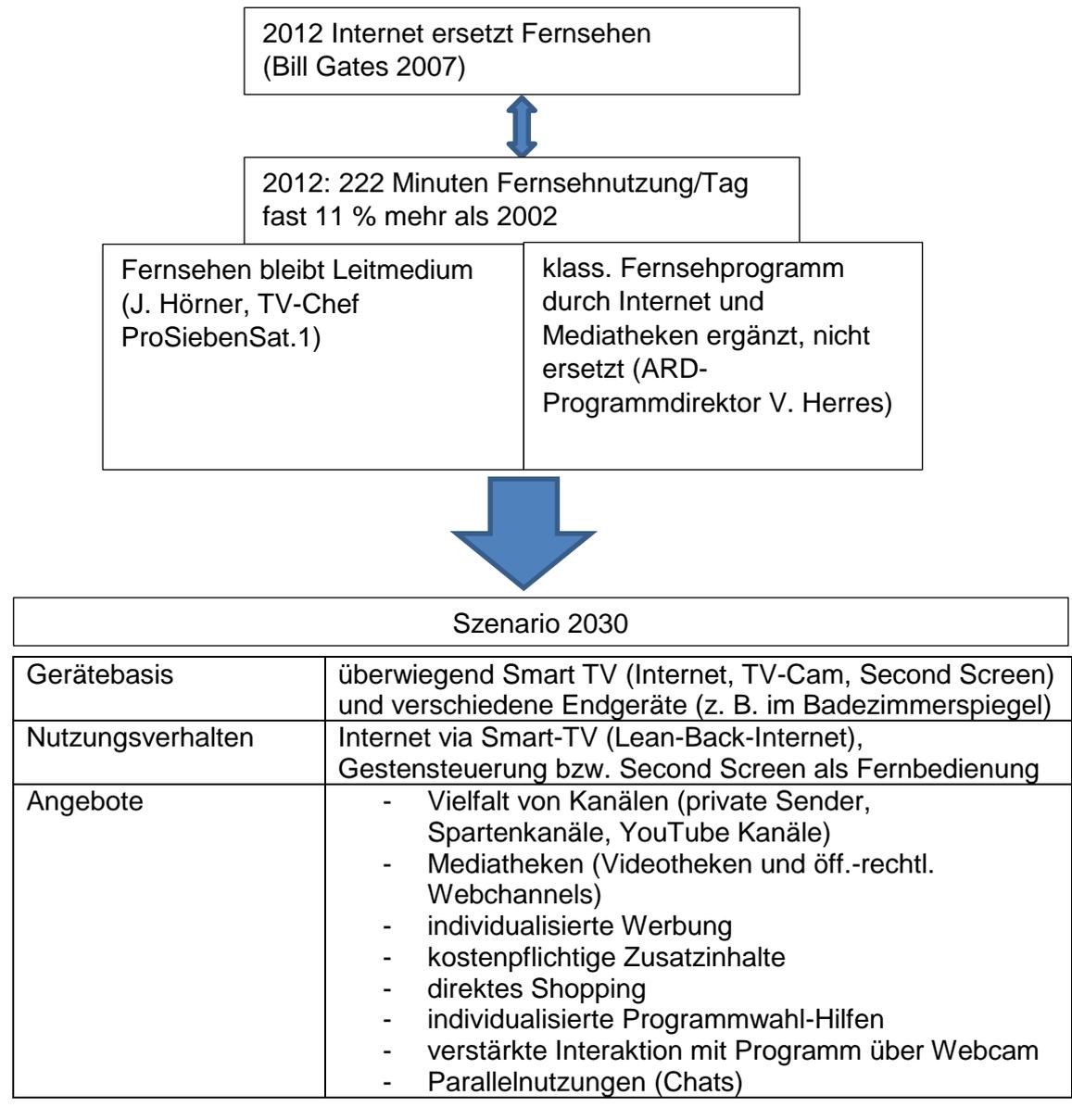
[...]

- 3) Der Text lässt sich nutzen, um die prägende Kraft des Fernsehens in der Gegenwart zu belegen. Unklar bleiben die Bezugsgruppen, da der Text keine Informationen über die Altersstruktur der Rezipienten enthält. Die Übertragbarkeit der Aussagen auf junge Nutzer, demzufolge auch auf die Zukunft des Fernsehens, ist nicht problemlos möglich.

1) **Vervollständigen Sie den grafischen Konspekt zu M 7**

Quelle: Christian Holst: Agenda 2030

<http://www.tvspielfilm.de/news-und-specials/multimedia/fernsehen-der-zukunft-agenda-2030,5366623,ApplicationArticle.html> (22.01.2015)



2) herausgeschrieben wird z. B. Folgendes:

- Versorgung verschiedener Endgeräte
- enge Verzahnung mit dem Internet
- klassisches Fernsehen auf zahlreichen privaten und Spartenkanälen
- Interaktion

4.4 Vermittlung (Schwerpunkt Textproduktion)

Kriterienraster

Kriterien	Das hast du angemessen umgesetzt.	Das hast du nicht durchgängig umgesetzt.	Das hast du nicht umgesetzt.
Thema der Facharbeit - <i>Es wird deutlich, dass veränderte Fernsehnutzung nur als ein Symptom der Veränderung verstanden wird.</i>			
Schreibform - <i>knappe und prägnante Darlegung</i>			
- <i>Verwendung von Fachsprache</i>			
- <i>widerspruchsfreie Darstellung</i>			
- <i>Nachweise der Herkunft der aufgeführten Informationen und Einschätzungen</i>			
- <i>durchgängiger Bezug zum Thema</i>			
sprachliche Darstellung - <i>Klarheit und Treffsicherheit im Ausdruck</i>			
- <i>variantenreiche Lexik</i>			
- <i>abwechslungsreiche Satzstrukturen</i>			
- <i>sprachlich schlüssige Verknüpfung von Gedanken</i>			
grammatische Korrektheit - <i>korrekte Satzkonstruktionen</i>			
- <i>korrekte Flexion</i>			
orthografische Korrektheit - <i>sicherer Umgang mit den Normen der Rechtschreibung und</i>			
- <i>Zeichensetzung</i>			
leserfreundliche Form - <i>übersichtliche äußere Gliederung</i>			
- <i>gut lesbares Schriftbild</i>			
- <i>saubere Korrekturen</i>			
- <i>sauber angefügte Ergänzungen und Verweise</i>			
Das ist mir aufgefallen/hat mich gestört/möchte ich Dir raten.			

4.5 Zwischendiagnose

Folgende Elemente können den Materialien entnommen werden:

- Z 1** informierender Text auf Basis der JIM-Studie zu Nutzung und Verbreitung von Smartphones
- Smartphone ist medialer Alleskönner
 - Gerätebesitz unter Jugendlichen ist zwischen 2011 und 2013 um ca. 50 % auf 72 % gestiegen
- Z 2** Angaben des Statista-Portals zu den täglichen Smartphone-Nutzungs-Aktivitäten der Deutschen (Alter über 13 Jahre)
- v. a. Kommunikationsmittel (26-35 %)
 - auch Informations- und Unterhaltungsmittel
- Z 3** Manuskript zu einer Informationssendung, informiert über Veränderungen am Hirn durch Nutzung digitaler Medien im Allgemeinen, von Mündlichkeit geprägt, folgt Experteneinschätzung durch Gerald Hüther, Neurobiologe aus Göttingen
- durchschnittliche Dauer der täglichen Mediennutzung: 5-6 Stunden
 - Vermischung von Unwichtigem und Wichtigem führt zu Reizüberflutung, Hirn braucht Fokussierung, passt sich v.a. bei Digital Natives an
 - Bsp.: Frontalcortex (Zentrum für Empathie, Planung, Frustrationstoleranz und Impulskontrolle) wird im Aufbau beeinträchtigt
 - Bsp.: sensorischer Cortex (Regulierung der Daumenbewegungen) hat seine Größe bei 15-Jährigen verdoppelt (bspw. durch SMS-Schreiben)
 - verstärkte Nutzung digitaler Medien verändert Kommunikationskultur: Hirnregionen, die Gestik und Mimik entschlüsseln, verkümmern (ohne konkreten Expertennachweis)
- Z 4** informierender Text zur Beeinflussung des Denkens durch neue Medien (v. a. soziale Netzwerke), informiert über Untersuchungsergebnisse
- Funktionsweise des Gehirns (Einstellungen, Gedächtnis, Konzentration) wird durch Nutzung sozialer Netzwerke verändert
 - Bsp: Vermischung von Selbst- und Fremdwahrnehmung, Abhängigkeit von Bestätigung = kindliches Denkmuster (britische Hirnforscherin Susan Greenfield)
 - Veränderung im Hormonhaushalt (Adrenalinausstoß) bei Netzwerknutzung: Suchtgefahr (Edy Portman, Berkeley)
 - Gedächtnis wird leicht durch Postings und Kurznachrichten belegt (sind einfacher zu merken als professionelle Formulierungen) (Laura Mickes, Berkeley)
- Z 5** informierender Text zu Rundfunksendung über Handysucht, ähnlich Lexikoneintrag
- zwanghafter Handygebrauch ist komplexe Krankheit, eventuell Ausdruck einer Angststörung oder Depression (Dr. Götz Berberich, Psychiater in Oberbayern)
 - Abhängigkeit von permanenter Verbindung zu anderen
 - Mobile and Internet Dependency Syndrome (MAIDS) in Deutschland noch kein anerkanntes Krankheitsbild

Folgendermaßen könnte ein Lösungstext aussehen. Die Formulierung einer Überschrift kann freigestellt werden. Die Herkunftsnachweise können dabei auch als Langform in Fußnoten stehen (Variante 2, S. 47). Da dem Leser des Textes die grundlegenden Materialien nicht zugänglich sind, ist der Verweis auf „Z 1, ...“ nicht zulässig.

Variante 1 (Nachweise in Kurzform)

(Beeinflussung des Hirns durch die Nutzung von Smartphones)

Im Durchschnitt beschäftigt sich jeder Deutsche täglich über fünf Stunden mit digitalen Medien (Löhrke 2011). Jugendliche nutzen dafür insbesondere das Smartphone (LMK Rheinland-Pfalz o. J.), das als Informations- und Unterhaltungsmedium, vor allem aber als Kommunikationsmedium gebraucht wird (Statista 2013).

Forschungen ergaben, dass die mediale Reizflut bereits spürbare Auswirkungen in Einstellungen, Gedächtnis und Konzentration und sogar in den Strukturen unseres Gehirns zeigt (Böhnke 2014).

Die häufige Nutzung sozialer Netzwerke – durchschnittlich 26 % des Umgangs mit dem Smartphone (Statista 2013) – führt nach Überzeugung der britischen Hirnforscherin Susan Greenfield zu einem Rückfall in kindliche Denkmuster. Diese ergeben sich aus der wachsenden Abhängigkeit von Fremdwahrnehmungen, wie sie sich im Wunsch nach Reaktionen bzw. „Gefällt mir“-Klicks ausdrücken (Böhnke 2014). Der mit der Netzwerkaktivität verbundene Adrenalinausstoß birgt überdies Suchtgefahr, wie der Forscher Edy Portsmann aus Berkeley feststellte (Böhnke 2014). Auch wenn Mobile and Internet Dependency Syndrome (MAIDS) in Deutschland noch nicht als Krankheit anerkannt ist, gilt zwanghafter Handygebrauch als ernstzunehmende Störung. Der Psychiater Götz Berberich sieht darin den Ausdruck einer Angststörung oder Depression (Uhr 2010).

Der Göttinger Neurobiologe Gerald Hüther bestätigt, „dass das Gehirn so wird, wie man es benutzt.“ (Löhrke 2011) Das bedeutet, dass die veränderten Kommunikationsgewohnheiten auch anatomische Veränderungen im Gehirn mit sich bringen. So habe sich der sensomotorische Cortex, der die Daumenbewegung reguliert, bei heute 15-Jährigen nahezu verdoppelt. Die größere Gelenkigkeit ihrer Daumen im Vergleich zur Elterngeneration ist unbestreitbar. Die schnellere Aufnahme optischer Reize kennzeichnet die Digital Natives ebenfalls. Ein Indiz für raschere Informationsverarbeitung ist das jedoch nicht. Hüther stellt fest, dass trotzdem die Aufmerksamkeit fokussiert und Störimpulse mit „relativ viel Kraft“ ausgeblendet werden müssen. (Löhrke 2011)

Gerald Hüther meint, dass das Stirnhirn, der frontale Cortex, sogar gefährdet sei. Dieser Teil der Hirnrinde ist für unsere Empathiefähigkeit, Frustrationstoleranz, Impulskontrolle und Handlungsplanung zuständig. Bei jungen Menschen könne es zu Problemen kommen, diesen Frontalcortex aufzubauen und zu vernetzen. Auch Hirnregionen, in denen Mimik und Gestik entschlüsselt werden, verkümmerten. Das Hirn leide unter medialer Kommunikation und Reizüberflutung (Löhrke 2011), doch bleibt es gleich, ob diese durch übermäßige Smartphone- oder PC-Nutzung entsteht.

Variante 2 (Nachweise in Langform)

(Beeinflussung des Hirns durch die Nutzung von Smartphones)

Im Durchschnitt beschäftigt sich jeder Deutsche täglich über fünf Stunden mit digitalen Medien¹. Jugendliche nutzen dafür insbesondere das Smartphone², das als Informations- und Unterhaltungsmedium, vor allem aber als Kommunikationsmedium gebraucht wird³.

Forschungen ergaben, dass die mediale Reizflut bereits spürbare Auswirkungen in Einstellungen, Gedächtnis und Konzentration und sogar in den Strukturen unseres Gehirns zeigt⁴.

Die häufige Nutzung sozialer Netzwerke – durchschnittlich 26 % des Umgangs mit dem Smartphone⁵ – führt nach Überzeugung der britischen Hirnforscherin Susan Greenfield zu einem Rückfall in kindliche Denkmuster. Diese ergeben sich aus der wachsenden Abhängigkeit von Fremdwahrnehmungen, wie sie sich im Wunsch nach Reaktionen bzw. „Gefällt mir“-Klicks ausdrücken⁶. Der mit der Netzwerkaktivität verbundene Adrenalinausstoß birgt überdies Suchtgefahr, wie der Forscher Edy Portsman aus Berkeley feststellte⁷. Auch wenn Mobile and Internet Dependency Syndrome (MAIDS) in Deutschland noch nicht als Krankheit anerkannt ist, gilt zwanghafter Handygebrauch als ernstzunehmende Störung. Der Psychiater Götz Berberich sieht darin den Ausdruck einer Angststörung oder Depression⁸.

Der Göttinger Neurobiologe Gerald Hüther bestätigt, „dass das Gehirn so wird, wie man es benutzt.“⁹ Das bedeutet, dass die veränderten Kommunikationsgewohnheiten auch anatomische Veränderungen im Gehirn mit sich bringen. So habe sich der sensomotorische Cortex, der die Daumenbewegung reguliert, bei heute 15-Jährigen nahezu verdoppelt. Die größere Gelenkigkeit ihrer Daumen im Vergleich zur Elterngeneration ist unbestreitbar. Die schnellere Aufnahme optischer Reize kennzeichnet die Digital Natives ebenfalls. Ein Indiz für raschere Informationsverarbeitung ist das jedoch nicht. Hüther stellt fest, dass trotzdem die Aufmerksamkeit fokussiert und Störimpulse mit „relativ viel Kraft“ ausgeblendet werden müssen.¹⁰

Gerald Hüther meint, dass das Stirnhirn, der frontale Cortex, sogar gefährdet sei. Dieser Teil der Hirnrinde ist für unsere Empathiefähigkeit, Frustrationstoleranz, Impulskontrolle und Handlungsplanung zuständig. Bei jungen Menschen könne es zu Problemen kommen, diesen Frontalcortex aufzubauen und zu vernetzen. Auch Hirnregionen, in denen Mimik und Gestik entschlüsselt werden, verkümmerten. Das Hirn leide unter medialer Kommunikation und Reizüberflutung¹¹, doch bleibt es gleich, ob diese durch übermäßige Smartphone- oder PC-Nutzung entsteht.

¹ vgl. Lührke, Scarlet: Wie digitale Medien unser Gehirn verändern. In: Wie uns die digitale Welt verändert. Odysso. Informationen zur Sendung am 10.3.2011. SWR Fernsehen. URL: http://www.swr.de/-/id=7739666/property=download/nid=1046894/5gfk8v/Odysso_110310.pdf (21.03.2015)

² vgl. Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz: Smartphones & Kinder und Jugendliche. URL: <http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/smartphones/smartphones-kinderjugendliche> (02.04.2015)

³ vgl. ebd. sowie Statista: Dafür nutzen die Deutschen ihr Smartphone täglich. comScore 2013

⁴ vgl. Böhnke, Andrea: Social Media und Gehirn – Wie neue Medien unser Denken beeinflussen. 28.10.2014. URL: https://www.planet-wissen.de/natur_technik/computer_und_roboter/social_media/vernetztes_gehirn.jsp (02.04.2015)

⁵ Statista, a. a. O.

⁶ vgl. Böhnke, a. a. O.

⁷ vgl. ebd.

⁸ vgl. Uhr, Astrid: Handysucht. URL: <http://www.daserste.de/information/wissen-kultur/w-wie-wissen/sendung/2010/handysucht-100.html> (21.03.2015)

⁹ Lührke, a. a. O.

¹⁰ vgl. ebd.

¹¹ ebd.

4.6 Übungsphase

Übung zur Trennung von Meinung und Fakt

- 1) Thema des Textes ist der Rückgang der mündlichen Kommunikation unter Kindern
Textintention: Information über die Ergebnisse einer Studie des britischen Office of Communication
Autorposition: Warnung vor Rückgang der Sprachfähigkeiten, aber Panik vermeiden
- 2) **Neue Studie über Kinder: Die Generation, die nicht mehr spricht**

Meinung/Interpretation **Fakt**

Das Telefon ist out, sogar die E-Mail wirkt altmodisch: Wer im neuen Jahrtausend geboren wurde, kommuniziert ganz anders, zeigt eine Studie aus Großbritannien. 6-Jährige kennen sich demnach besser mit Computern aus als 45-Jährige.

Es gab eine Zeit, da lernten kleine Kinder erst Laufen und Sprechen, später dann irgendwann Schwimmen und Radfahren. Das war normal. Heute ist es genauso normal, dass sie mit dem Laufen auch schon lernen, was ein Smartphone ist und wie man Bilder weiterblättert.

Und das ist nur einer der Unterschiede. Tatsächlich wächst mit den Kindern, die im neuen Jahrtausend geboren worden sind, eine ganz neue Generation „Digital Natives“ heran, wie eine aktuelle Studie des britischen Office of Communication nahelegt. Ein zentrales Ergebnis lautet: Die Kinder sprechen nicht mehr viel. Wenn sie sich austauschen, dann in der Regel per SMS oder über Soziale Netzwerke: Nur noch 3 Prozent der gesamten Kommunikation von heute Zwölf- bis Fünfzehnjährigen findet noch über echte Telefonanrufe statt.

Das ist ein gewaltiger Kontrast im Vergleich zum Telefonverhalten Erwachsener. Sie nutzen das Telefon immerhin noch in einem Fünftel der Zeit, in der sie miteinander kommunizieren. Und wenn Erwachsene Nachrichten schreiben, dann verschicken sie eine E-Mail (darüber wickeln sie laut der Studie immerhin fast ein Drittel ihrer Kommunikation ab). Für Kinder sind E-Mails hingegen heute offenbar so altmodisch wie für junge Erwachsene der klassische Brief. Auch kennen sich 6- und 7-Jährige mit dem Computer und Internet schon besser aus als heute Fünfundvierzigjährige.

Dabei verdecken diese Ergebnisse schnell die Tatsache, dass auch Erwachsene immer intensiver moderne Kommunikationsmittel einsetzen und überhaupt mehr Zeit damit verbringen, zu kommunizieren. In Großbritannien, wo die Studie unter insgesamt 2000 Erwachsenen und 800 Kindern durchgeführt wurde, nutzen Erwachsene heute immerhin beinahe 9 Stunden am Tag moderne Medien oder Kommunikationstechniken. Das ist länger als sie durchschnittlich schlafen.

Auf der anderen Seite bedeutet das zunehmende Interesse an dieser Technik nicht den Untergang der traditionellen Unterhaltung. Im Durchschnitt gehörten einem befragten Briten im April dieses Jahres 86 Bücher, das sind nur drei weniger als noch vor zehn Jahren. Und es sind immerhin sechs Bücher mehr als CDs in einer durchschnittlichen CD-Sammlung.

- 3)

Vergleichsaspekt	Kinder	Erwachsene
Kommunikationsform	i. d. R. per SMS oder über Soziale Netzwerke	E-Mail (fast ein Drittel der Kommunikation)
Dauer der mündlichen Kommunikation	Telefonanrufe: nur noch 3 Prozent der gesamten	Telefon: ein Fünftel der Kommunikationszeit

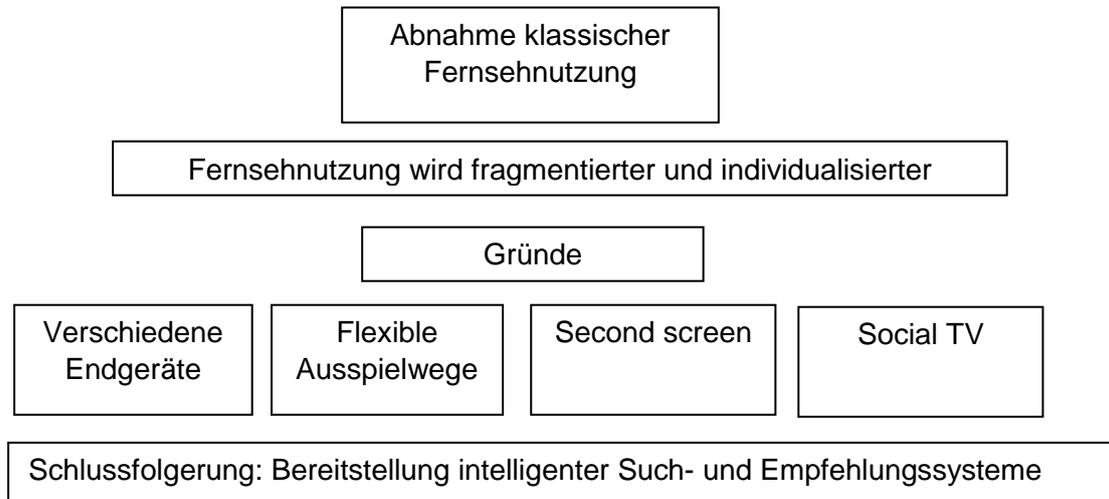
	Kommunikation von heute Zwölf- bis Fünfzehnjährigen	
Dauer der Mediennutzung		beinahe 9 Stunden am Tag

Gegenübergestellt sind die Zeiten für Telefongespräche: 1/5 sind etwa 20 %. Das ist deutlich mehr als 3 %. Unklar bleibt, ob damit nur der private Gebrauch des Telefons erfasst wird. Unklar ist auch der Bezugsrahmen: Ist die gesamte zwischenmenschliche Kommunikation oder nur die mediale Kommunikation gemeint.

- 4) „Wer im neuen Jahrtausend geboren wurde, kommuniziert ganz anders“ (weitgehend nicht per Telefon) („zeigt eine Studie“)
 „6-Jährige kennen sich demnach besser mit Computern aus als 45-Jährige“ („demnach“)
 „[...] bedeutet das zunehmende Interesse an dieser Technik nicht den Untergang der traditionellen Unterhaltung.“ (keine sprachliche Kennzeichnung, nachgestellter Fakt)
 „sogar die E-Mail wirkt altmodisch“ („wirkt“)
 „Für Kinder sind E-Mails hingegen heute offenbar so altmodisch wie für junge Erwachsene der klassische Brief.“ („offenbar“), „Heute ist es genauso normal, dass sie mit dem Laufen auch schon lernen, was ein Smartphone ist und wie man Bilder weiterblättert.“ (keine sprachliche Kennzeichnung, Alltagswissen)
- 5) Studienergebnisse und deren Interpretation halten sich im Artikel die Waage. Die Behauptung wird jedoch trotzdem nicht überzeugend untersetzt, da nicht stringent zu diesem Thema argumentiert wird. Parallel wird die E-Mail-Nutzung und die Computerkenntnis bewertet. Der Text differenziert nicht ausreichend zwischen mündlichen und schriftlichen Kommunikationsweisen. Unklar bleibt der Bezugsrahmen „gesamte Kommunikation“.

Übung zum Konspektieren

Quelle: Couchpotato 3.0: Das Fernsehen der Zukunft. In: planung & analyse, Fachzeitschrift für Marktforschung. URL: <http://www.phaydon.de/fachartikel-couchpotato30-das-fernsehen-der-zukunft.html> (25.03.2015)



Übung zum Exzerpieren

Fragestellung: Warum und wie wird sich die Fernsehwerbung in der Zukunft ändern

Quelle: Couchpotato 3.0: Das Fernsehen der Zukunft. In: planung & analyse, Fachzeitschrift für Marktforschung 4/2012. URL: <http://www.phaydon.de/fachartikel-couchpotato30-das-fernsehen-der-zukunft.html> (25.03.2015)

- Alltagsflucht mit Hilfe von Geschichten wird immer beliebter
- berührende Geschichten sind weniger gefährdet, vom menschlichen Bewusstsein als unwichtig aussortiert zu werden
- Social Media baut auf Geschichten auf, über die diskutiert wird
- Werbebudgets werden daher künftig weniger an Quote geknüpft sein
- Werbung muss in neuen Formen zielgruppenspezifisch agieren und sich an Anbieterinhalten orientieren

4.7 Abschlussdiagnose

Folgende Elemente können den Materialien entnommen werden:

Material 1 informierender Text, beschreibt die Debatte um den öffentlich-rechtlicher Rundfunk

- öffentlich-rechtlicher Rundfunk konkurriert seit 80er Jahren mit privaten Anbietern
- Internet gibt Möglichkeit zur individuellen Programmzusammenstellung; stellt Notwendigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Frage

Material 2 informierender Text, beschreibt Kritik am öffentlich-rechtlichen Rundfunk, stark gekürzt, zitiert Meinungen von Kritikern wie Journalist Siebenhaar und Medienhistoriker Hachmeister; Quelle wird von Vertretern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als qualitativ schlechtere Konkurrenz gesehen (s. M 3)

- Spartensender werden kaum genutzt (Marktanalyse)
- trotz öffentlicher Finanzierung in den letzten Jahren keine Kontrolle der Leistung
- Rechtfertigung der Gebühren durch Beteiligte: Sicherung der Qualität im Rundfunk durch Informations- und Bildungsprogramme
- Aber:
junge Zielgruppen nutzen das öffentlich-rechtliche Angebot nahezu gar nicht (Meinung Siebenhaar);
öffentlich-rechtlicher Rundfunk investierte bislang zu wenig in Bildung und Information (Meinung Hachmeister)

Material 3 informierender Text, Selbstdarstellung öffentlich-rechtlicher Rundfunk

- Auftrag (Art. 5 GG): Gewährleistung von freier Meinungsbildung und kultureller Vielfalt; Angebote zur Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung
- d. h., Angebot muss nicht allen gefallen, sondern vielen etwas Interessantes bringen
- öffentlich-rechtlicher Rundfunk bewältigt „Spagat“ in Geschmack und Anspruch; Zuschauer müssen erreicht werden
- Konkurrenz durch weitere Anbieter besteht, öffentlich-rechtlicher Rundfunk ist aber Qualitätsgarant und damit von erhöhter Wichtigkeit

Material 4 appellativer Text, offizielles Dokument

- Qualität ist Hauptkriterium für die Beurteilung medialer Angebote
- Forderung des Deutschen Kulturrates: öffentlich-rechtlicher Rundfunk soll breites Angebot für viele Zielgruppen liefern, da er eine Hör- und Sehgewohnheiten prägende Wirkung hat

Material 5 Angaben des Statista-Portals zum Vergleich des Medienkonsums über Smartphone bzw. TV und zur Präsentation politischer Inhalte in verschiedenen TV-Kanälen

- Medienkonsum erfolgt zunehmend über das Smartphone
- öffentlich-rechtlicher Rundfunk bietet gegenüber den bekannten privaten Fernsehkanälen den größten Anteil an politischen Sendungen

Folgendermaßen könnte ein Lösungstext aussehen:

(Der Einfluss der Veränderung der Mediengewohnheiten auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk)

Die Veränderung der Mediengewohnheiten im digitalen Zeitalter bringt auch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Rechtfertigungszwänge (Meier 2014). Dessen auf dem Grundgesetz basierender Auftrag, mit Hilfe eines breiten Angebotes zur Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung die freie Meinungsbildung und kulturelle Vielfalt zu gewährleisten (Marmor 2014), wird von Kritikern wie dem Journalisten Hans-Peter Siebenhaar und dem Medienhistoriker Lutz Hachmeister als nicht mehr zeitgemäß betrachtet (Bohnensteffen 2015).

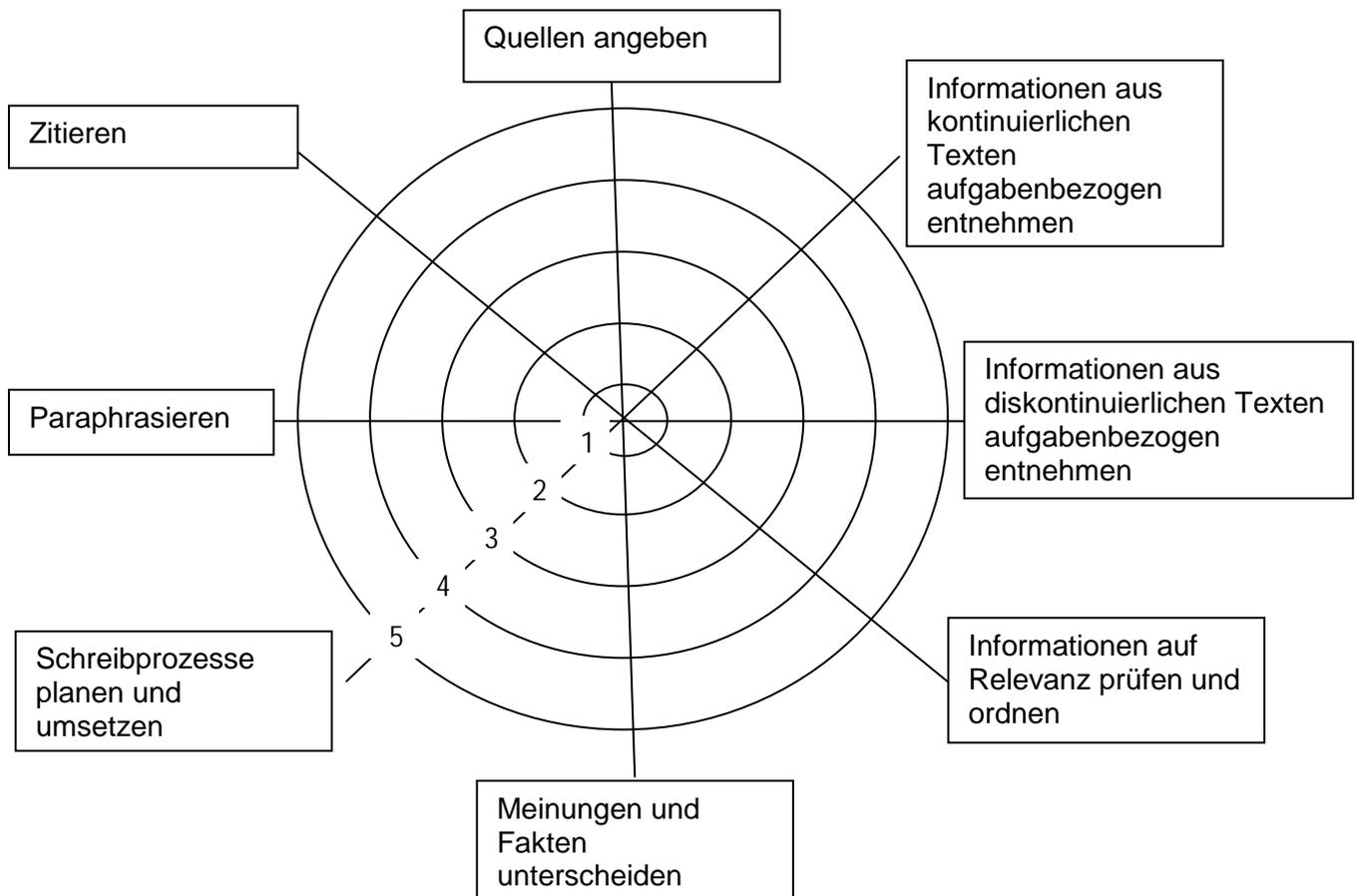
Privat finanzierte Fernsehkanäle und Angebote im Internet ermöglichen den Nutzern eine individuelle Auswahl an Inhalten und garantieren die Verfügbarkeit einer Vielzahl von Meinungen (Meier 2014). Die zunehmende Nutzung des Smartphones (Statista 2014) unterstützt diese individuelle Programmgestaltung. Im Selbstverständnis des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stärkt das jedoch seine Bedeutung als Qualitätsgarant. Eine vergleichbare Verlässlichkeit der journalistischen Angebote könne von Internetanbietern nicht gewährleistet werden, was auch an der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks durch Gebühren liege (Marmor 2014).

Die Sicherung der Qualität medialer Angebote für vielfältige Zielgruppen ist auch die Forderung des Deutschen Kulturrates an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Dabei wird davon ausgegangen, dass so die Hör- und Sehgewohnheiten der Bürger geprägt würden (Deutscher Kulturrat 2015). Kritiker und Marktforscher verweisen jedoch darauf, dass die für verschiedene Zielgruppen eingerichteten Spartenkanäle bislang kaum Zuschauer binden konnten. Junge Zielgruppen, so der Journalist Siebenhaar, nutzten das öffentlich-rechtliche Angebot überhaupt kaum noch (Bohnensteffen 2015). So bleibt die Frage offen, ob sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk selbst bei Realisierung der von den Kritikern geforderten größeren Investitionen in qualitativ hochwertige Bildungs- und Informationsformate (Bohnensteffen 2015) in Zukunft behaupten wird.

5 Auswertung

Kompetenzspinne zum materialgestützten Schreiben

Markieren Sie mit Kreuzen auf den Linien Ihre Leistung. Verbinden Sie die Kreuze und schraffieren Sie die Fläche um den Mittelpunkt. Die übrig gebliebenen weißen Flächen zeigen Ihnen, wo Sie noch üben müssen.



1 Punkt	2 Punkte	3 Punkte	4 Punkte	5 Punkte
Die Grundlagen müssen noch einmal wiederholt werden.	Dieser Aspekt muss verstärkt geübt werden.	Diese Kompetenz ist im Allgemeinen entwickelt. Um sie weiter ausprägen, sollte in nächster Zeit noch einmal wiederholt werden.	Diese Kompetenz ist gut entwickelt.	Diese Kompetenz ist sehr gut entwickelt.

Verzeichnis der Materialien

Seite	Name des Materials	Ursprung	Lizenz
15	Medienentwicklung	http://image.shutterstock.com/z/stock-vector-man-human-evolution-technology-stick-figure-pictogram-icon-115439452.jpg	
16	Medienbeschäftigung in der Freizeit	Feierabend, Sabine u. a.: JIM 2014, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2014, S.11; URL: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf	
16	Tägliche Mediennutzung	Rhody, André u. a.: Media Activity Guide 2014. Unterföhring: SevenOne Media GmbH 2014, S. 10; URL: http://viewer.zmags.com/publication/b9c9d2fc#/b9c9d2fc/10	
18	Der Fernseher bleibt!	BITKOM e. V. Presseinformationen 2014: Der Fernseher bleibt! URL: http://www.bitkom.org/mobile/de/presse/8477_80047.aspx	
20	Gerhard Vowe, Philipp Henn: Strukturierung des Alltags durch das Fernsehen	Leitmedium Fernsehen? Bundeszentrale für politische Bildung. Dossier Medienpolitik.6.10.2014. URL: http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172063/leitmedium-fernsehen?p=all	
23	Christian Holst: Agenda 2030	http://www.tvspielfilm.de/news-und-specials/multimedia/fernsehen-der-zukunft-agenda-2030,5366623,ApplicationArticle.html	
26	Merkmale wissenschaftlichen Schreibens	http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/LITERATUR/WissenschaftlichesSchreiben.shtml © [werner stangl]s arbeitsblätter	CC BY-NC
28	Die Faszination von Smartphones	Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz: Smartphones & Kinder und Jugendliche. URL: http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/smartphones/smartphones-kinderjugendliche	
28	Dafür nutzen die Deutschen ihr Smartphone täglich	comScore 2013	
29	Scarlet Lührke: Wie digitale Medien unser Gehirn verändern	Wie uns die digitale Welt verändert. Odysso. Informationen zur Sendung am 10.3.2011. SWR Fernsehen. URL: http://www.swr.de/-/id=7739666/property=download/nid=1046894/5gfk8v/Odysso_110310.pdf	
30	Andrea Böhnke: Social Media und Gehirn – Wie neue Medien unser Denken beeinflussen	https://www.planet-wissen.de/natur_technik/computer_und_roboter/social_media/vernetztes_gehirn.jsp	

31	Astrid Uhr: Handysucht	http://www.daserste.de/information/wissen-kultur/w-wie-wissen/sendung/2010/handysucht-100.html	
32	Neue Studie über Kinder: Die Generation, die nicht mehr spricht	http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/neue-studie-ueber-kinder-die-generation-die-nicht-mehr-spricht-13085701.html	
33	Die Virtualisierung des Lagerfeuers	Couchpotato 3.0: Das Fernsehen der Zukunft. In: planung & analyse, Fachzeitschrift für Marktforschung 4/2012. URL: http://www.phaydon.de/fachartikel-couchpotato30-das-fernsehen-der-zukunft.html	
34	Das Fernsehen der Zukunft	planung & analyse, Fachzeitschrift für Marktforschung 4/2012. URL: http://www.phaydon.de/fachartikel-couchpotato30-das-fernsehen-der-zukunft.html	
35	Checkliste zur Bewertung der Qualität und Relevanz von Internetinformationen	Ballod, Matthias: Informationen und Wissen im Griff. Bielefeld: wbv 2011, S. 19 f.	
37	Christian Meier: Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter	http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/171926/einfuehrung-in-die-debatte?p=all	
37	Marcel Bohnensteffen: ARD, ZDF und der Rundfunkbeitrag	http://www.huffingtonpost.de/2015/01/13/ard-zdf-rundfunkbeitrag-rundfunkgebuehr_n_6457984.html	
38	Lutz Marmor: Die digitale Auferstehung	Sind wir noch auf Sendung? Politik & Kultur Dossier. Regensburg: Con Brio 2014, S. 7	
39	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der digitalen Medienwelt. Stellungnahme des Deutschen Kulturrates	http://www.kulturrat.de/detail.php?detail=3049&rubrik=4	
40	Smartphone überholt TV	https://de.statista.com/infografik/2023/taegliche-nutzung-von-smartphone-und-tv-fuer-medieninhalte/	CC BY-ND
40	Politik im Fernsehen ist öffentlich-rechtlich	https://de.statista.com/infografik/2097/anteil-von-politik-an-der-taeglichen-sendezeit-im-fernsehen/	CC BY-ND