

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
------------	------------------	---------------	----------------

Umfrage zur Mediennutzung in der Klasse (Material 1)

Wie viele Stunden nutzt du im Durchschnitt während der Schulzeit die folgenden Medien täglich?

Medium	<i>Weniger als 2 Stunden</i>	<i>2 bis 4 Stunden</i>	<i>4 bis 6 Stunden</i>	<i>Mehr als 6 Stunden</i>
<i>Radio</i>				
<i>Fernsehen</i>				
<i>Internet</i>				
<i>Zeitung</i>				
<i>CD/Kassette</i>				
<i>Bücher</i>				
<i>Zeitschriften</i>				
<i>Smartphone/Tablet</i>				

Wie viele Stunden nutzt du die folgenden Medien durchschnittlich in den Ferien und am Wochenende?

Medium	<i>Weniger als 2 Stunden</i>	<i>2 bis 4 Stunden</i>	<i>4 bis 6 Stunden</i>	<i>Mehr als 6 Stunden</i>
<i>Radio</i>				
<i>Fernsehen</i>				
<i>Internet</i>				
<i>Zeitung</i>				
<i>CD/Kassette</i>				
<i>Bücher</i>				
<i>Zeitschriften</i>				
<i>Smartphone/Tablet</i>				

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

ARD/ZDF-Onlinestudie zur Mediennutzung (Material 2)

Seit 1997 führen verschiedene öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten die ARD/ZDF-Onlinestudie durch. Befragt werden dazu Jugendliche und Erwachsene ab 14 Jahren. Die Studie soll die Veränderung der Mediennutzung abbilden.

Lies dir den abgedruckten Text durch.

ARD/ZDF-Onlinestudie 2014: 79 Prozent der Deutschen sind online – mobiles Internet und TV-Inhalte als Wachstumstreiber im Netz

1 **Die Internetnutzung steigt weiter an: 55,6 Mio. Deutsche ab 14 Jahre und**
damit 1,4 Mio. mehr als 2013 sind online. Jeder zweite Onliner greift
inzwischen auch unterwegs auf Netzinhalte zu. Treiber der mobilen
Nutzung sind mobile Endgeräte und die steigende Nachfrage nach
5 **Fernsehinhalten im Netz. Dies sind die zentralen Ergebnisse der**
ARD/ZDF-Onlinestudie 2014.

Der ZDF-Intendant und Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Thomas Bellut: „Das Internet ermöglicht TV auf unterschiedlichen Zugangswegen. So kommt zu dem täglichen klassischen TV-Konsum noch
10 einmal Fernsehen über eine Vielfalt von internetfähigen Geräten und über unterschiedliche Onlineplattformen komplementär hinzu. Deshalb ist es für das ZDF unerlässlich, seine erfolgreiche Mediathek geräte- und plattformübergreifend anzubieten.“

Der Intendant des Hessischen Rundfunks und stellvertretende Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Helmut Reitze verweist auf die hohe
15 Attraktivität der ARD-Marken im Internet: „Ob ‚Tatort‘ oder ‚Tagesschau‘, ob ARD-Regionalinformation oder ARD-Ratgeber – unsere starken TV- und Radiomarken sind auf allen Auspielwegen besonders gefragt. Und wir bieten, was unser Publikum von uns erwartet: Unsere hochwertigen Inhalte,
20 die auch im Netz zentrale Orientierungspfeiler sind, crossmedial, unentgeltlich, zeit- und ortsunabhängig bereitzustellen.“

79,1 Prozent der Erwachsenen in Deutschland (2013: 77,2 Prozent) sind online. Dies entspricht 55,6 Mio. Personen ab 14 Jahren (2013: 54,2 Mio.). Die höchsten Zuwachsraten gehen weiterhin von den Über-60-Jährigen aus,
25 von denen inzwischen fast jeder Zweite das Internet nutzt (45 Prozent). Bei den 60- bis 69-Jährigen stieg der Anteil der Onliner binnen Jahresfrist von 59 Prozent auf 65 Prozent.

Durchschnittlich ist ein Internetnutzer in Deutschland an 5,9 Tagen wöchentlich online und verbringt täglich 166 Minuten im Netz. Zur Einwahl ins
30 Netz stehen jedem Onliner im Schnitt 2,8 Endgeräte zur Verfügung. Beliebtester Zugangsweg ist 2014 erstmals der Laptop (69 Prozent) vor Smartphone und Handy (60 Prozent) und dem stationären PC (59 Prozent).

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
------------	------------------	---------------	----------------

35 Wachstumstreiber für die mobile Nutzung sind vor allem die Tablet PCs: Der Anteil der Onliner, die über Tablets Internetinhalte abrufen, stieg von 16 Prozent (2013) auf 28 Prozent.

40 Mit der zunehmenden Verbreitung mobiler Endgeräte hat sich die Unterwegs-Nutzung in den letzten zwei Jahren mehr als verdoppelt: Lag der Anteil der Onliner, die unterwegs Netzinhalte abrufen, 2012 noch bei 23 Prozent, stieg er 2013 auf 41 Prozent und liegt aktuell bei 50 Prozent. Dabei sind Personen, die mobile Endgeräte wie Smartphone oder Tablets nutzen, mit 6,3 Tagen wöchentlich deutlich häufiger und länger (195 Minuten) im Netz als Personen, die keine mobilen Geräte nutzen (5,1 Tage wöchentlich; 108 Minuten).

45 Video- und hier vor allem Fernsehinhalte im Netz werden immer beliebter. Die Nutzung der Mediatheken der Fernsehsender stieg von 28 Prozent (2013) auf 32 Prozent (2014). 35 Prozent der Onliner schauen sich Fernsehsendungen im Netz zeitversetzt, 25 Prozent live an. Besonders attraktiv sind das zeitversetzte Fernsehen (53 Prozent) und die Mediatheken der Sender (42 Prozent) bei den 14- bis 29-Jährigen.

50 Bereits heute macht der Fernsehkonsum über das Internet rund acht Minuten der gesamten TV-Nutzung (248 Minuten) aus, das sind drei Prozent des täglichen Fernsehkonsums. 2013 waren es fünf Minuten bei einem Anteil von zwei Prozent.

55 Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014, für die im März und April dieses Jahres bundesweit repräsentativ 1.814 Erwachsene in Deutschland befragt wurden, sind in der neuesten Ausgabe der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ (Heft 7-8/2014) dokumentiert und unter www.ard-zdf-onlinestudie.de abrufbar.

Quelle:

www.ard.de/home/intern/79_Prozent_der_Deutschen_sind_online/1258370/index.html
(5. Januar 2015)

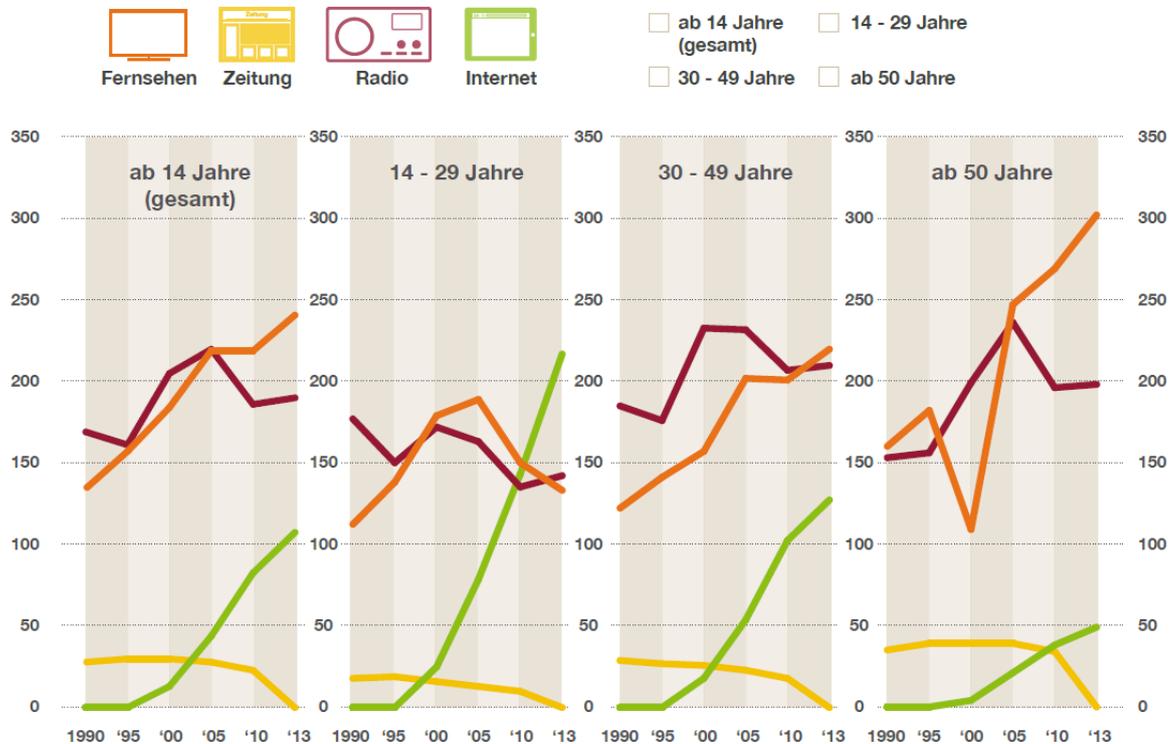


- *Unterstreiche in jedem Absatz die wichtigsten Begriffe und formuliere daraus zu jedem Absatz einen zusammenfassenden Satz.*
- *Vergleiche deine Unterstreichungen und deine Sätze mit deinem Sitznachbarn.*
- *Vergleiche die Ergebnisse der Studie mit eurer Umfrage in der Klasse.*

Entwicklung der Mediennutzung in Deutschland (Material 3)

► Mediennutzung in Deutschland seit 1990

Nutzungsdauer tagesaktueller Medien in Minuten pro Tag



Quelle:

www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/191282/interaktive-grafik-mediennutzung
Lizenz der Grafik: Mediennutzung in Deutschland seit 1990; Lizenz: CC-BY-NC-ND-3.0de



- Betrachte das abgebildete Schaubild und erkläre Inhalt und Aussage. Setze dazu die verschiedenen Grafiken in Bezug zueinander.
- Fertigt arbeitsteilig zu jeder befragten Personengruppe eine Grafikbeschreibung an. Formuliert auch mögliche Gründe und Ursachen für die dargestellte Entwicklung.

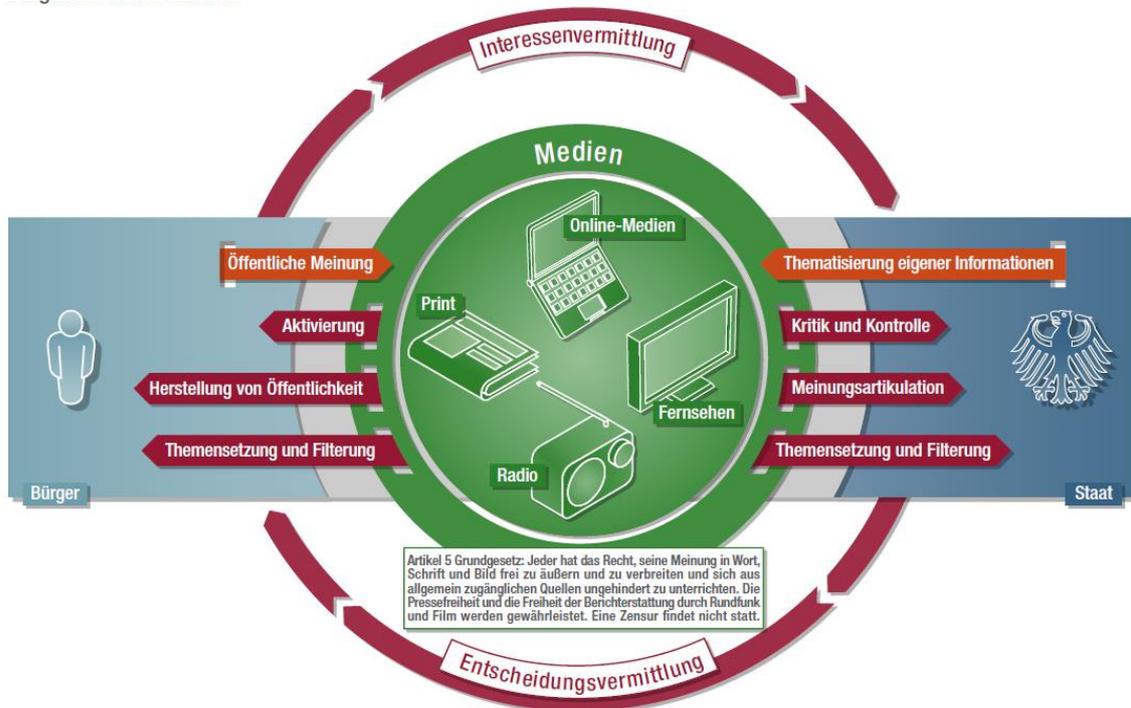
6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Medien – Aufgabe und Funktion (Material 4)



Medien

Aufgaben und Funktionen



Quelle:

www.bpb.de/politik/grundfragen/24-deutschland/40490/medien

Lizenz der Grafik: Medien: Aufgaben und Funktionen Lizenz: CC-BY-NC-ND-3.0de



- Das abgebildete Schaubild verdeutlicht Aufgaben und Funktion der Medien. Überlege dir für jede Aufgabe der Medien eigene Beispiele. Werden die Medien den Aufgaben und Funktionen gerecht? Diskutiert in der Klasse.
- Schreibe einen zusammenhängenden Text, der die Aufgaben und Funktionen der Medien zusammenfasst und mit deinen eigenen Beispielen verdeutlicht.

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Geschichte des Dualen Systems (Material 5)

Annette Hinz-Wessels

Privatfernsehen

1 In den 1980er Jahren bekommen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF private Konkurrenz. Die Möglichkeit, durch die neuen Übertragungstechniken Breitbandkabel und Satellit mehr Hörfunk- und Fernsehprogramme als auf den herkömmlichen Funkwellen zu verbreiten, führt zu einer Neugestaltung des
5 Mediensystems. 1984 nehmen die ersten Kabelpilotprojekte den Sendebetrieb auf. Drei Jahre später beschließen die Ministerpräsidenten der Länder einen Staatsvertrag über die Neuordnung des Rundfunkwesens, in dem öffentlich-rechtliche Anstalten und Privatsender nebeneinander existieren. Nach zögerlichem Start üben die kommerziellen Anbieter mit Hilfe der fortschreitenden Verkabelung und dem Ausbau
10 der Privatsender bereits Ende der 1980er Jahre einen enormen Druck auf die öffentlich-rechtlichen Anstalten aus. Der Kampf um Einschaltquoten bestimmt von nun an das Programmangebot.

Seit 1982 wird von der Bundespost die großflächige Verkabelung mit Breitbandkabel vorangetrieben. Nachdem die SPD-regierten Bundesländer ihren Widerstand gegen
15 kommerzielle Programmanbieter aufgegeben haben, startet 1984 das erste Kabelfernsehprojekt in Ludwigshafen im Rahmen eines Pilotprojekts. Weitere Versuchsprojekte werden in West-Berlin, München und Dortmund durchgeführt. Ebenfalls 1984 geht als erster privater Anbieter Radio Luxemburg mit RTL plus in der Bundesrepublik auf Sendung, ein Jahr später folgt das kommerzielle
20 Satellitenprogramm SAT 1. Die Umstrukturierung der Fernsehlandschaft ist bereits weit fortgeschritten, als sich die Ministerpräsidenten am 3. April 1987 in einem Staatsvertrag auf eine duale Rundfunkordnung einigen, die sowohl den wirtschaftlichen Interessen der privaten Programmanbieter als auch dem Informations- und Bildungsauftrag der öffentlichen Anstalten gerecht werden soll.

25 Die privaten Anbieter versuchen, mit einem unterhaltungsorientierten Programm möglichst hohe Einschaltquoten zu erzielen, um ihre Werbeeinnahmen zu steigern. Durch die fortschreitende Verkabelung, die Freigabe weiterer terrestrischer Frequenzen und Preissenkungen bei den Satellitenempfängern erreichen die beiden größten Privatsender, RTL plus und SAT 1, 1987 bereits 1,5 Millionen Zuschauer. 1990 erzielen sie zusammen bereits einen Zuschauer-Anteil von 20,3 Prozent. Die
30 öffentlich-rechtlichen Anstalten, die durch den Staatsvertrag weiterhin zu einem qualifizierten Informations- und Bildungsangebot verpflichtet sind, setzen angesichts der Herausforderung der Privatsender auf eine veränderte Programmgestaltung mit eigenproduzierten Unterhaltungsserien.

Hinz-Wessels, Annette: Privatfernsehen, in: Lebendiges Museum Online, Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, URL: www.hdg.de/lemo/kapitel/geteiltes-deutschland-krise-management/bundesrepublik-im-umbruch/privatfernsehen.html Lizenz: CC-BY-NC-SA-4.0



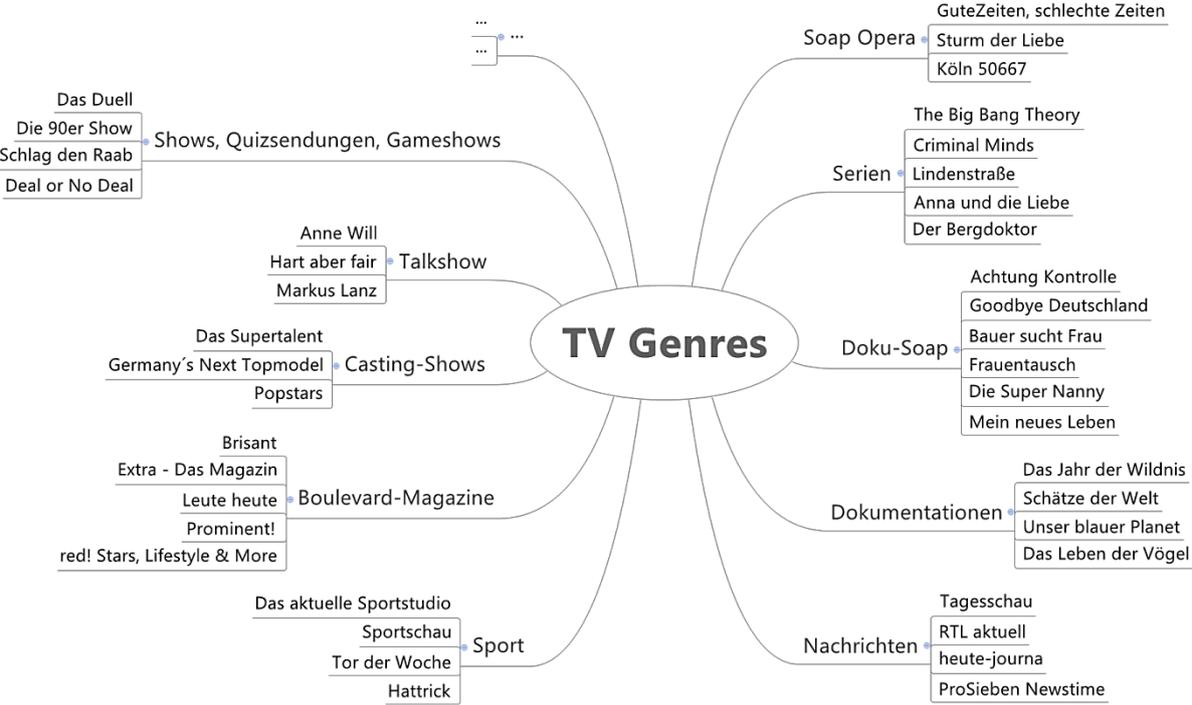
- *Wie ist das Privatfernsehen entstanden?*
- *Was versteht man unter dem Dualen System beim Rundfunk?*

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Arbeitsauftrag: TV-Genres (*Material 6*)

Schaut euch die Programmübersichten durch und schreibt mindestens zehn unterschiedliche Sendungsformen und -typen (TV-Genres) auf Karteikarten.
(Achtung: keine einzelnen Sendungen)

Übersicht über verschiedene TV-Genre/MindMap (Material 7)



6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
------------	------------------	---------------	----------------

Die Sparten: Information, Unterhaltung, Kultur und Bildung/Tafelbild (*Material 8*)

<u>Die Sparten</u>		
Information	Unterhaltung	Kultur und Bildung
Sportschau	Volksstück	Schulfernsehen
Magazin	Kabarett	Dokumentarfilm
Nachrichten	Serie	Theater
	Spielfilm	Fernsehspiel
	Talkshow	
Infotainment		

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Arbeitsauftrag: Programmanalyse (Material 9)



- 1.) Markiert im Programm eures Senders die verschiedenen Sparten farblich.
(Unterhaltung = orange, Information = grün, Bildung und Kultur = blau,
Infotainment = rot)
- 2.) Errechnet den Anteil jeder Sparte an der Gesamtsendezeit (Werbung
berücksichtigen wir nicht) und erstellt ein Kreisdiagramm.
- 3.) Notiert euch Auffälligkeiten bei der Verteilung der Sparten im Tagesablauf.
- 4.) Präsentiert euer Ergebnis vor der Klasse. Heftet dazu euer Kreisdiagramm an die
Tafel und beachtet die Regeln zur Präsentation.

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
------------	------------------	---------------	----------------

Regeln zur Präsentation (*Material 10*)

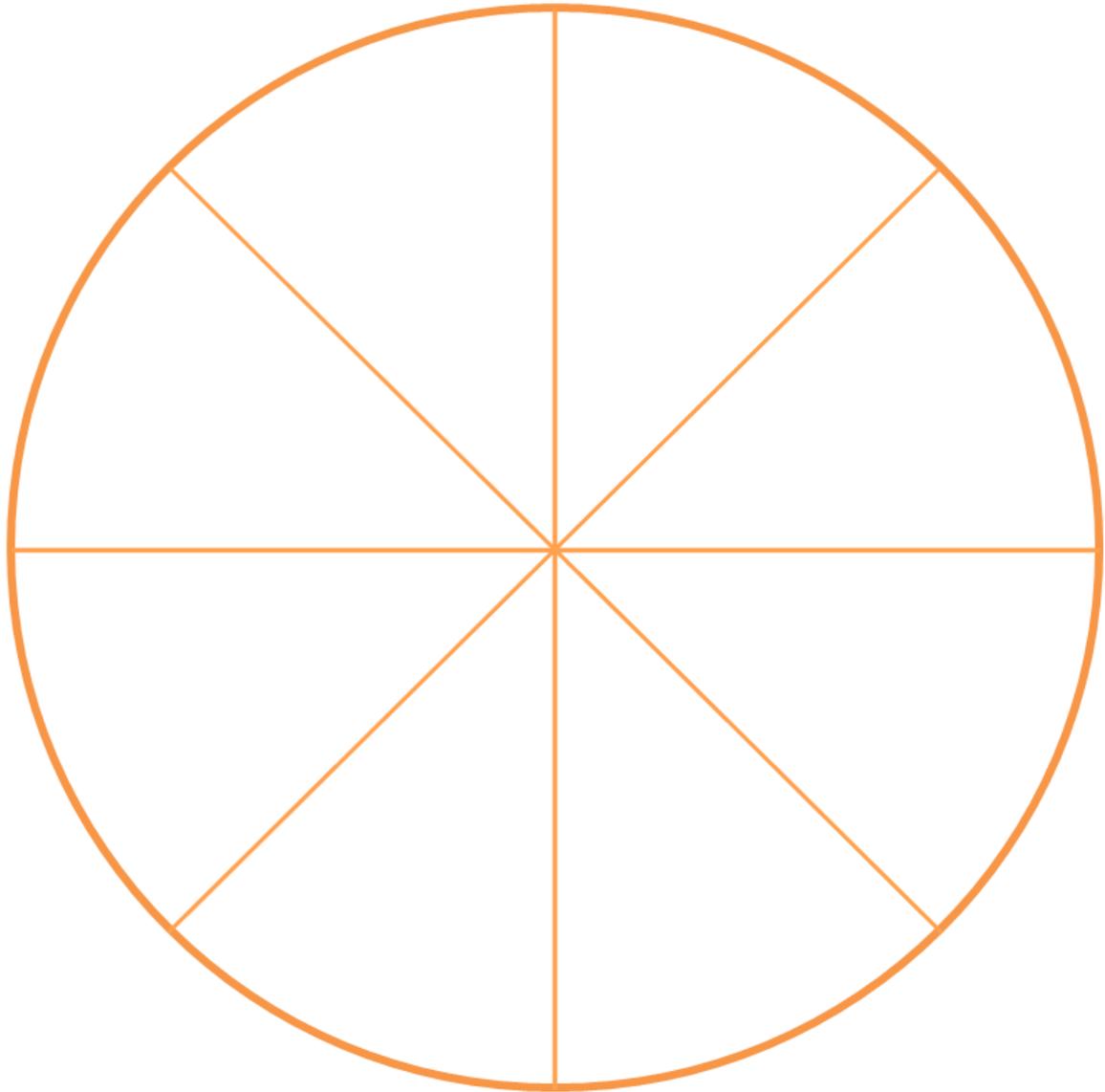


1. Stellt als Einleitung eurer Präsentation euren Arbeitsauftrag und euch (Namensnennung) vor, damit jeder weiß, wer für das Ergebnis verantwortlich ist.
2. Stellt die Verteilung der Sparten im jeweiligen Programm vor. Nennt dabei für jede Sparte typische Beispiele.
3. Benennt Probleme und Schwierigkeiten bei der Erstellung eurer Grafik. Stellt vor, was ihr in eurer Gruppe kritisch diskutiert habt.
4. Stellt gegebenenfalls Beobachtungen vor, die euch bei der Analyse aufgefallen sind.
5. Gebt euren Mitschülerinnen und Mitschülern Zeit für mögliche offene Fragen.

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Arbeitsblatt: Programmanalyse (*Material 11*)

Hier das Senderlogo
aufkleben bzw.
kopieren



Auffälligkeiten bei der Programmanalyse:

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Ergebnis der Programmanalyse/Tafelanschrieb (*Material 12*)

Ergebnis der Programmanalyse

- Der Anteil der Unterhaltung dominiert bei allen Sendeanstalten.
- Es gibt Unterschiede zwischen den Öffentlich-Rechtlichen und den Privaten: Private bieten kaum Bildung und Kultur dazu deutlich weniger Information.
- Es gibt deutliche Ausnahmen: Dritte Programme bieten bis zu 60 Prozent Bildung und Kultur sowie Information. 3sat betont Bildung und Kultur.

Kriterien zur Analyse von Nachrichtensendungen (Material 13)



Seht euch verschiedene Nachrichtensendungen arbeitsteilig an und füllt die abgedruckte Tabelle aus. Präsentiert anschließend vor der Klasse eure Ergebnisse und diskutiert darüber.

Kriterium	ARD TAGESSCHAU	ZDF heute	RTL Aktuell	RTL2 NEWS
<i>Wie ist der Vorspann gestaltet?</i> <i>Werden die Themen der Sendung benannt? Wie?</i>				
<i>Welche Themen werden behandelt?</i> <i>Wie werden die Themen behandelt</i> <i>(Sprechernachricht, Reporter, Beitrag, ...)?</i>				
<i>Welchen zeitlichen Umfang nehmen die Themen ein?</i>				
<i>Wie ist der Hintergrund gestaltet?</i> <i>Wie werden Grafiken und Bilder genutzt?</i>				
<i>Wie seriös bzw. ansprechend findest du die Sendung gestaltet?</i> <i>Wodurch entsteht diese Wirkung?</i>				

Nachrichtentexte und Präsentationsweisen im Vergleich (Material 14)

Hier seht ihr das Nachrichtenstudio des SWR Baden-Württemberg in Stuttgart. Das Studio hat keine reale „Kulisse“, sondern ist ganz in Grün gehalten. Computer rechnen den grünen Hintergrund heraus und fügen Bilder, Grafiken oder Hintergründe ein. Auf diese Weise kann für den Zuschauer der Eindruck eines riesigen Studios entstehen. Im Vordergrund sieht man den Kameraroboter mit Teleprompter. Auf diesem werden die Texte eingeblendet und vom Nachrichtensprecher abgelesen. Vor der Live-Sendung muss die Lesedauer aller Sprechertexte als auch die Spieldauer aller Filmeinspieler genau bemessen und zusammengerechnet werden, damit die Gesamtdauer der Nachrichtensendung eingehalten wird.



Foto: A. Vetter

- *Beschreibe die Sprache der Nachrichten, indem du folgende Aussagen den Nachrichtensendungen zuweist. Du kannst natürlich noch weitere sprachliche Auffälligkeiten ergänzen.*

Sprechertext enthält viele Informationen.

seriöse, korrekte Standardsprache

reißerische Sprache

lange Sätze

Erster Satz bringt Informationen auf den Punkt.

auf Fakten beschränken, keine Ausschmückungen

Erster Satz soll neugierig machen, teils durch Übertreibungen.

teils umgangssprachlich

Sprechertext dient besonders Überleitung.

- *„Tagesschau“ und „heute“ haben oft den Ruf, langweilig, aber seriös zu sein, während RTL und RTL2 eher belächelt werden, aber als verständlicher gelten. Überprüfe diese Einschätzung und begründe, ob sie haltbar ist.*

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Redaktionsraum: Infoschild (*Material 15*)

**Nachrichten-
redaktion:
Bitte Ruhe!**

Arbeitsauftrag: Produktion einer Nachrichtensendung (Material 16)**Arbeitsauftrag**

Ihr seid die Nachrichtenredaktion einer Sendung namens „Vormittagsnews“. Ihr habt nur 20 Minuten Zeit, um mehrere Kurznachrichten von insgesamt höchstens drei Minuten Länge inklusive Wetterbericht zu verfassen.

Beachtet folgende Punkte:

- Sucht in den Zeitungen zunächst Themen für eure Sendung.
(Auswahlkriterien: Welche Themen passen in eure Sendung?).
- Überlegt dann, wie ihr die einzelnen Nachrichten aufbaut (Sprecherbeitrag, live gesprochener Filmbeitrag ...) und wer die verschiedenen Teile sprechen soll.
- Konzentriert euch nur auf die Texte, Bilder und Grafiken erscheinen automatisch im Hintergrund!

Die Konkurrenz zwischen Nachrichtenredaktionen ist groß! Arbeitet leise und achtet darauf, dass keine Informationen zur Konkurrenz (zu euren Mitschülerinnen und Mitschülern) gelangen.

Die Uhr tickt - in 20 Minuten geht ihr mit eurer Sendung "on Air!"

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Auswertung der eigenen Nachrichtensendung (Material 17)

Kriterium	Gruppe 1	Gruppe 2	...
<i>Themen der Nachrichtensendung</i>			
<i>Präsentationsformen</i>			
<i>Sprache</i>			
...			



- Fülle in Einzelarbeit für jede Nachrichtenpräsentation die abgedruckte Tabelle aus.
- Vergleiche in Partnerarbeit nach der Präsentation eure Beobachtungen und sprecht darüber.
- Erstelle eine MindMap und ordne die Themen eurer Sendungen den folgenden Begriffen zu: Außenpolitik/Innenpolitik/Wirtschaft/Recht und Ordnung/Kultur/Sport/Prominente/Wetter/Sonstiges
- Welche Themen sollte eine Nachrichtensendung behandeln und wie sollte sie gestaltet sein, dass sie Zuschauer eures Alters anspricht?

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Die Doku-Soap – Eine neue Kunstform im Fernsehen? (Material 18)

1 Ein seit Jahren erfolgreiches Format des Reality-TV im Fernsehen sind
sogenannte Doku-Soaps. Im Gegensatz zur klassischen Dokumentation,
in der zum Beispiel das Leben von Jugendlichen in einem Heim gezeigt
wird, verwendet die Doku-Soap Elemente der TV-Soap (täglich gezeigte
5 Serie meist im Vorabendprogramm). Kennzeichnend für Doku-Soaps ist,
dass Fiktionales mit Realem vermischt wird. Der Kenner spricht hier von
der so genannten „Scripted Reality“ („Realität nach Drehbuch“). Dazu
werden Situationen aus dem Alltag aufgegriffen und häufig mit
Laiendarstellern in oft besonders dramatischer Weise nachgespielt. Auf
10 diese Weise soll der Zuschauer nicht nur informiert, sondern vielmehr
unterhalten werden. Dies wird zudem erreicht, indem in der Regel
Emotionen, persönliche Probleme und Konflikte in den Vordergrund
rücken. In manchen Doku-Soaps bleibt das Ende offen, damit der
Zuschauer auch die nächste Folge anschaut. Diese offenen Enden
15 werden auch als Cliffhänger bezeichnet. Doku-Soaps wollen den
Eindruck von gefilmter Realität erwecken, weshalb sie oft als
Darstellungsmittel Formen des seriellen Erzählens nutzen. Das heißt,
Szenen werden angespielt und dann durch eine zweite Szene
unterbrochen. Auf diese Weise werden mehrere Parallelhandlungen
20 ähnlich einer Soap gleichzeitig gezeigt. Das soll zum einen auf den
Zuschauer interessanter wirken, zum anderen sollen mögliche
Umschaltimpulse vermieden werden. Wichtig ist aber, dass in Doku-
Soaps Unterhaltung mit Information vermischt wird und sie deshalb eine
typische Form des Infotainments ist.

Autor: A. Vetter



- *Welche Doku-Soaps kennt ihr?*
- *Kennst du noch echte Dokumentationen im Fernsehen? Welche?*
- *Informiert euch über die Themen und Probleme, die in aktuellen Doku-Soaps behandelt werden.*
- *Wie erklärt ihr euch den Erfolg von Doku-Soaps?*

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Wirkungsweise von Doku-Soaps/Tafelanschrieb (Material 19)

Gründe für den Erfolg der Doku-Soap:

- *Zuschauer will Wirklichkeit „erfahren“.*
- *Doku-Soaps informieren und unterhalten.*
- *Reißerische Szenen lassen „das Leben“ interessanter wirken.*
- *Wirken vermeintlich realitätsnah.*
- *Zuschauer kann sich mit Darstellern identifizieren, oder sich abgrenzen.*
- ...

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Doku-Soaps in der Kritik (*Material 20*)

Der abgedruckte Text befasst sich kritisch mit der Zunahme an Doku-Soaps im Fernsehen. Erarbeite den Inhalt mit Hilfe der unten abgedruckten Aufgaben. Ihr könnt den Text dazu auch in Gruppen aufteilen.

Alexander Buck:

Gehorsam, Disziplin und körperliche Ertüchtigung: Das Erziehungscamp Wenn die Jugendhilfe zur Doku-Soap instrumentalisiert wird

1 „Wer kämpft, kann gewinnen – wer nicht kämpft, hat schon verloren.“ – Nein, wir befinden uns nicht in einem (zumindest klassischen) Straflager oder bei paramilitärischen Ausbildungen, sondern im Erziehungscamp von Lothar Kannenberg, dem Gesamtleiter der Jugendhilfeeinrichtung Durchboxen im Leben e.V. Die
5 Einrichtung dient seit Dezember 2006 als Kulisse für die RTL2-Doku-Soap Das Erziehungscamp und reiht sich in das Senderschema neben „Frauentausch“ und „Hüllenlos – Auch nackt gut aussehen“ scheinbar nahtlos ein. Wem „Big Brother“ (immerhin sind die dort "Inhaftierten" freiwillig eingezogen) und Konsorten noch nicht „dokumentarisch“ genug sind, der bekommt hier zudem den Thrill der Straße:
10 Ghettokids, Gewalttäter, Drogenabhängige – das gesamte Spektrum soll hier abgebildet werden. In einem Umerziehungslager mit pädagogischem Anstrich. Sieht so Jugendhilfe aus?

„Wir schaffen es!“

Neu ist die Einmischung respektive Pervertierung in die und von der Sozialen Arbeit.
15 Was mit „Die Supernanny“ bereits mehr als fragwürdige Ausmaße erreicht hat, wird im „Erziehungscamp“ auf zwei Ebenen erweitert: Nach amerikanischem Vorbild werden Jugendliche in „Camps“ gesteckt und dort auf gesellschaftliche Eignung getrimmt. Zudem wird suggeriert, nur (noch) so könne man diesen jungen Menschen beikommen. Der Erfolg dieser pädagogischen Arbeit misst sich in der Unterordnung
20 sowie unreflektierten Übernahme von Lebensweisheiten. Das Ganze wird gewohnt reißerisch aufbereitet und in sechs Teilen mit jeweils 60 Minuten dargereicht. Da wird auch gerne mal die „Gruppensitzung“ gefilmt, in der Jugendliche von Kannenberg („Du kapiert es einfach nicht ...“; „Ich hab’ keine Lust mehr, du kannst gehen!“) zum Weinen gebracht werden, der Rest der Gruppe sieht ängstlich zu. Jeder kann der Nächste sein.
25 Den „inhaftierten“ Jugendlichen bleibt kaum eine Wahl: Entweder sechs Monate Drill mit Lagerleiter Kannenberg („... unser Drillinstructor“ – Zitat RTL2) oder in geschlossene Einrichtungen, bzw. ins Jugendgefängnis.

Konzeptionelle Vermischung von Ebenen

Es ist schwierig, bei der vorliegenden Vermischung von Realität und
30 Unterhaltungsfernsehen, wie sie typisch für eine Doku-Soap ist (und meines Erachtens geplant und gewollt), eine differenzierte Kritik zu äußern. Vielleicht so: Ein fragwürdiges

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

pädagogisches Konzept wird medial so aufbereitet, dass es einerseits den exhibitionistischen Gelüsten des Fernsehpublikums gerecht wird, andererseits (und dies ist ebenso fatal) als Blaupause für Korrekturen an gesellschaftlichen Problematiken angewendet werden kann. Erziehung und (sozial-)pädagogische Arbeit wird mit bedingungsloser Unterordnung, extremer körperlicher Betätigung sowie unreflektierter Übernahme von funktionalen Techniken gleichgesetzt. Emanzipatorische Ansätze, Empowerment, Gender, das sind Fremdworte im von Regeln dominierten Konzept, welches von Horst Köhler mit einer Bundesverdienstmedaille versehen wurde.

Aber vielleicht ist dies symptomatisch: Vorbei die Zeiten der Aufklärung, das Ideal des mündigen Bürgers – eine funktionalistische Gesellschaft will ein regelwerkhaftes, zuverlässiges Potenzial von Korrekturwerkstätten. Kollektiver Zwang statt individuelle Einsicht, monotone Vorgaben statt Berücksichtigung von Neigungen und Fähigkeiten.

Geschlechtsspezifisch? Aber sicher!

Da nur männliche Jugendliche von männlichen „Respekttrainern“ (welche mittels Trillerpfeifen kommandieren!) trainiert werden, kann sich das Programm auch geschlechtsspezifisch schimpfen. Der Tagesplan ist auf die Jugendlichen ab-gestimmt (so wie es sich Kannenberg und seine „Respekttrainer“ vorstellen): Von 5.55 bis 22.30 Uhr (außer sonntags) ist der Tag minutiös durchgeplant. Frühsport, Überlebenstraining, 500 (!) Liegestütze, Zehn-Kilometer-Lauf, Respekttraining, Nachtlauf und bis zu dreimal täglich duschen. Ein weiterer, wesentlicher Bestandteil ist das Boxtraining – schließlich sollen sich die Jugendlichen ja „im Leben durchboxen“. Wichtig für die Jugendlichen sind auch klare Hierarchien. Die Jugendlichen durchlaufen drei Phasen, wer sich gut „durchboxen“ kann steigt in den nächst höheren Rang auf. Für das Publikum wird die Rangordnung durch die verschiedenen T-Shirts kenntlich gemacht. Neben der körperlichen Ertüchtigung machen Rituale den Camp-Alltag aus: Hierzu zählen das Willkommens-, Überlebens-, Essens-, Grab-, Kreis-, Tages-, Baum- und Verabschiedungsritual.

Wem allmählich Zweifel aufkommen mögen, der darf sich von Kannenberg beruhigen lassen, schließlich kommt er, wie seine Kombattanten, von „ganz unten“ und Boxen fördert die Disziplin. Jungs boxen eben gerne.

65 Fachpersonal – Fehlanzeige

Sie gehen wegen fundierter Rechtsberatung noch zum Rechtsanwalt oder vertrauen bei gesundheitlichen Fragen einem Facharzt? Wie rückständig und überflüssig: Schließlich kann jeder, der schon einmal rechtliche oder gesundheitliche Probleme hatte, Sie beraten. Diese Analogie vermittelt „Das Erziehungscamp“. Eine pädagogische Leitung ist zwar (noch) nötig, aber sonst können in diesem Betätigungsfeld ebenso gut ehemalige Boxer, Straffällige, NVA-Offiziere ihre Lebensweisheiten weitergeben.

Nun lässt sich (mittlerweile) schwerlich RTL2 der Vorwurf machen, unreflektierte und fragwürdige Formate zu produzieren – zu viele gab es bereits. Und dass Erwachsene

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
------------	------------------	---------------	----------------

75 zu Vielem bereit sind, solange sie ins Fernsehen kommen und der monetäre Aspekt stimmt, ist auch nicht neu.

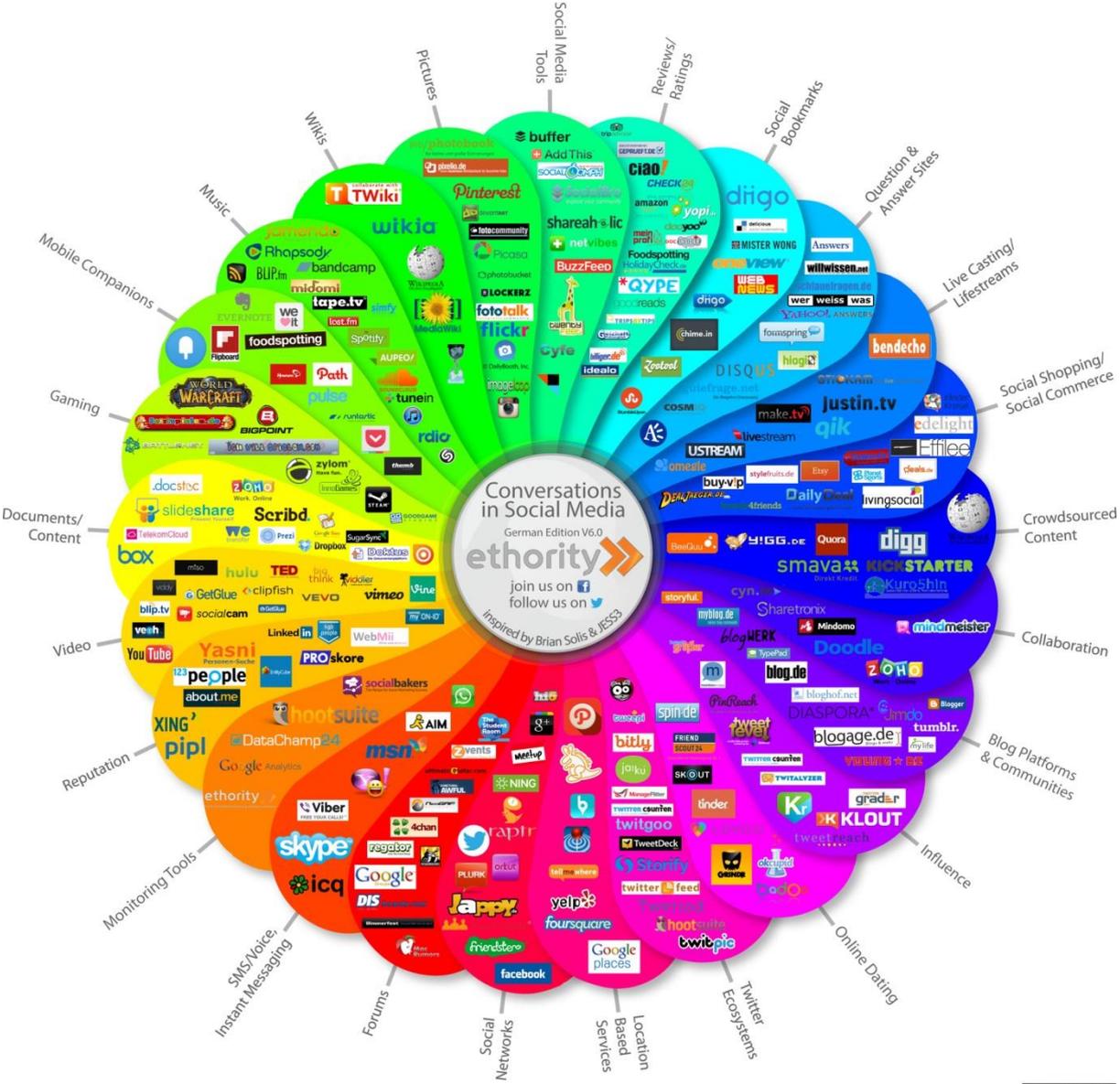
Neu ist die unerträgliche Form der Vermischung von Sozialer Arbeit im Allgemeinen sowie professioneller Jugendhilfe im Speziellen mit einer haarsträubenden Konzeption plus medialer Aufbereitung (selbst die einzige Sozialarbeiterin in Folge sechs ist so
80 klischeehaft dargestellt, dass es schon an Diskreditierung einer Profession grenzt).

Quelle: www.merz-zeitschrift.de/?RECORD_ID=4534 (24.01.2015)



- *Lies dir den Text mehrmals durch und verschaffe dir einen Überblick über den Aufbau.*
- *Unterstreiche alle dir unbekanntes Formulierungen und kläre deren Bedeutung zusammen mit deinem Sitznachbarn oder mit Hilfe eines Wörterbuches.*
- *Welche Aussagen zu Doku-Soaps enthält der Text? Erstelle eine MindMap.*
- *Fasse die Kernaussagen des Textes zusammen und nimm dazu Stellung.*

Sozial Media Prisma (Material 21)



Global Social Media Prism by ethority | <http://www.facebook.com/SocialMediaPrism> | <https://www.twitter.com/SoMePrism> | <http://pinterest.com/someprism> | Contact us for updates: prism@ethority.net



Social Media Prism by ethority; www.facebook.com/SocialMediaPrism; www.twitter.com/SoMePrism; <http://pinterest.com/someprism>;
 Contact us for updates: prism@ethority.net
 Lizenz: CC-BY-SA-3.0

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Was ist eigentlich Social Media? (Material 22)

Frank Rapp hat Medien- und Kommunikationsmanagement studiert und gründete die Netzchampions – eine Agentur für Social Media und Online Marketing. Auf seinem Internetblog unter <http://frankrapp.de> schreibt er über Marketing, Medien und Kommunikation. Der abgedruckte Text, der sich unter anderem mit dem Unterschied zwischen klassischen Massenmedien und Social Media beschäftigt, wurde dort veröffentlicht.

Frank Rapp:

Was ist denn eigentlich Social Media?

- 1 Im Alltag wird Social Media oft auf soziale Netzwerke begrenzt. Jedoch ist die Welt der sozialen Medien viel größer und bunter als nur Facebook, Twitter und Co. In diesem Artikel erfahren Sie, was soziale Medien sind, worin Unterschiede zu klassischen Massenmedien bestehen und welche Anwendungen den sozialen
- 5 Medien zugeordnet werden können.

Social Media oder soziale Medien sind i. d. R. leicht zu bedienende Internet-Anwendungen, die es Nutzern ermöglichen, Informationen auszutauschen, miteinander zu kommunizieren und sich untereinander zu vernetzen. Dabei stellen Anbieter von Social Media-Plattformen eine technische Infrastruktur zur Verfügung,

- 10 die von Nutzern mit selbst erzeugten Inhalten, sogenanntem User Generated Content wie bspw. Videos, Bildern, Texten, Rezensionen oder Podcasts, gefüllt und mit anderen Nutzern geteilt werden.

Während bei klassischen Massenmedien wie Fernsehen oder Radio eine eindimensionale Kommunikation stattfindet (one-to-many-communication) und

- 15 Nutzer somit lediglich Konsumenten der bereitgestellten Informationen sind, ermöglichen soziale Medien eine direkte Kommunikation (many-to-many-communication). Durch einen wechselseitigen Prozess, bei dem die Rollen zwischen Kommunikatoren und Rezipienten ständig wechseln, sind Nutzer sozialer Medien sowohl Produzenten als auch Konsumenten von Informationen. Deshalb
- 20 werden Social Media-Nutzer in der Literatur auch oft als Prosumenten oder Produzenten bezeichnet.

Unterschiede zwischen klassischen Massenmedien und Social Media bestehen außerdem in der Möglichkeit und dem Interesse an der Veröffentlichung von eigenen Inhalten und Beiträgen, sogenanntem User Generated Content.

- 25 Informationen werden in sozialen Medien i. d. R. ohne vorherige Filterung durch Gatekeeper wie Journalisten, Redakteure oder Verleger veröffentlicht. Ihre Reichweite wird jedoch durch Meinungsführer, den Grad der Nutzer-Vernetzung

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

sowie die Sichtbarkeit innerhalb von Suchmaschinen beeinflusst. Auch im Social Web gilt: Was nicht gefunden wird, das existiert nicht. Hohe Informationsfilter sowie
30 technologische und ökonomische Zugangsbarrieren in klassischen Massenmedien führen zu einer begrenzten Möglichkeit und dadurch zu einem geringen Interesse, eigene Inhalte zu erstellen. Soziale Medien hingegen machen das Erstellen eigener Inhalte leicht und fördern dadurch sowohl das Interesse als auch die Bereitschaft eigene Inhalte zu erstellen. Aufgrund von Aktualität erzielen soziale Medien
35 außerdem eine hohe Sichtbarkeit innerhalb von Suchmaschinen, was das Interesse an der Erstellung und Veröffentlichung von eigenen Inhalten zusätzlich fördert.

Hinzu kommt, dass Endgeräte zum Surfen im Internet in Deutschland weit verbreitet und günstig zu erwerben sind, was zu niedrigen technologischen und
40 ökonomischen Zugangsbarrieren bei sozialen Medien führt. So werden laut ComScore Social Media-Angebote in Deutschland bereits von rund 46 Millionen Menschen mit dem PC oder Laptop genutzt. Auch die Internetnutzung mit mobilen Endgeräten (im Jahr 2012 waren 70 Prozent aller in Deutschland verkauften Handys Smartphones) und Tablet-Computer (im Jahr 2012 wurden 3,2 Mio. Tablets
45 in Deutschland verkauft) setzt sich laut einer Untersuchung der BITKOM immer mehr durch. So nutzen bereits 37 Prozent der Deutschen – rund 26 Millionen Menschen – das Internet mobil. Durch mobile Endgeräte sind soziale Medien orts- und zeitunabhängig verfügbar und werden – laut einer repräsentativen Studie von TNS Infratest – von mehr als der Hälfte der Befragten häufiger als bisher mit PCs genutzt.

Die Welt der sozialen Medien ist groß und bunt

50 Durch dieses zugrunde gelegte Verständnis von Social Media können viele Internet-Anwendungen den sozialen Medien zugeordnet werden. Das sogenannte Social Media Prisma von Ethority visualisiert die in Deutschland relevanten Social Media-Angebote. [...]

55 Wie auf dem Schaubild zu erkennen ist, teilt Ethority die für Deutschland relevanten Social Media-Angebote in 25 Kategorien ein. Die Relevanz einer bestimmten Social Media-Anwendung (z. B. Facebook) innerhalb einer bestimmten Kategorie (in diesem Fall die Kategorie *Social Networks*) nimmt dabei von innen nach außen zu. Ethority versteht relevant als populär bzw. beliebt, d. h. eine Anwendung ist umso relevanter, je mehr Personen sie nutzen. Einige der Kategorien ähneln sich
60 hinsichtlich ihrer Funktionsweise bzw. in der Art und Weise, wie die jeweilige Anwendung genutzt werden kann. So werden bspw. in den Kategorien *Video*, *Documents/Content*, *Music* oder *Pictures* stets Dateien von Nutzern auf einen Server hochgeladen, um diese mit anderen Nutzern zu teilen. Daher können die Social Media-Anwendungen innerhalb des sehr kleinteiligen Social Media-Prismas gebündelt und in den folgenden sieben Social Media-
65 Gruppen zusammengefasst werden:

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

- Soziale Netzwerke** zum Knüpfen und Pflegen von privaten und geschäftlichen Beziehungen sowie zur Kommunikation. Beispiele sind Facebook, Google+ oder Xing.
- 70 **Mobile Communities** sind darauf ausgelegt, von unterwegs genutzt zu werden. Sie werden daher i. d. R. über mobile Endgeräte genutzt und bieten Funktionalitäten wie bspw. standortbezogene Bewertungen von Restaurants, Hotels oder Sehenswürdigkeiten. Beispiele sind Foursquare oder Qype.
- Media-Plattformen** zum Hochladen und Austauschen von Dateien und
75 Dokumenten wie bspw. Fotos, Videos oder Präsentationen. Beliebte Media-Plattformen sind YouTube, SlideShare oder Flickr.
- Foren und Bewertungsportale** zum Meinungs austausch sowie zur Bewertung von Produkten und Dienstleistungen. In Deutschland beliebte Foren und Bewertungsportale sind Ciao oder HolidayCheck.
- 80 **Blogs und Microblogs** zum Erstellen und Verbreiten redaktioneller Inhalte und persönlicher Meinungen wie bspw. WordPress, Twitter oder Tumblr.
- Social Bookmarks** zum Speichern und Austauschen von Internet-Lesezeichen wie z. B. Mister Wong, AddThis oder Delicious.
- Open Source-Plattformen** zum Erstellen und Editieren von öffentlich zugänglichen Internetseiten wie bspw. Wikipedia, MediaWiki oder Wikidot.
- 85 Soziale Medien sind dadurch geprägt, dass sie durch Gemeinschaften zum Leben erweckt und am Leben erhalten werden, d. h. sowohl der inhaltliche Aufbau als auch die Pflege basieren auf einer Vielzahl von Nutzern. Somit haben alle Social Media-Anwendungen einen sozialen Aspekt – was bereits in der Bezeichnung „Social Media“ zum Ausdruck kommt – inne, der für den Erfolg einer jeweiligen
90 Anwendung von wesentlicher Bedeutung ist.

Dieser Artikel basiert auf dem Artikel:
„Was ist denn eigentlich Social Media?“ von Frank Rapp.



- Lies dir den Artikel aus dem Internetblog von Frank Rapp durch.
- Wodurch unterscheiden sich die klassischen Massenmedien von den neuen Medien?
- Gliedere den Text in Sinnabschnitte und formuliere passende Überschriften.
- Unterstreiche die Kernaussagen jedes Sinnabschnittes und stelle diese in einer MindMap zusammen.
- Erstelle eine Textwiedergabe, benutze dazu auch deine MindMap.

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
------------	------------------	---------------	----------------

Musterschreiben für eine Klassenexkursion zum SWR (Material 23)

Briefkopf der Schule

Ort, Datum

Exkursion zum Südwest Rundfunk (SWR)

Liebe Eltern der Klasse ...,

im kommenden Schuljahr wird in der Unterrichtseinheit Medien auch das Thema Fernsehen eine wichtige Rolle im Deutschunterricht spielen. Um die theoretischen Inhalte den Schülerinnen und Schülern auch praktisch nahe zu bringen, planen wir die Teilnahme an einer Führung durch das Stuttgarter Funkhaus des SWR. Hier erhalten ihre Töchter und Söhne Einblick in die Produktionsstätten von Fernsehen und Radio.

Die Exkursion findet statt am:

Tag:

Beginn:

Ende:

Kosten:

Wir würden uns freuen, wenn Sie dieses Vorhaben unterstützen und der Teilnahme Ihrer Tochter/Ihres Sohnes an der Exkursion zustimmen würden.

Mit freundlichen Grüßen

Ich stimme der Teilnahme meiner Tochter/meines Sohnes _____

an der Exkursion zum Südwest Rundfunk am _____ zu.

Ort, Datum:

Unterschrift: