



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Massenmedien im Russischunterricht
Medienpädagogische Ansätze einer kritisch reflektierten Mediennutzung

Verfasserin

Astrid Maria Klemmer

angestrebter akademischer Grad
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 190 362 147

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Unterrichtsfach Russisch

Betreuer:

Ao. Univ.-Prof. Dr. Gero Fischer

D a n k s a g u n g

Ich danke...

... Univ. Prof. Dr. Gero Fischer für die wissenschaftliche Betreuung dieser Arbeit,

... meiner Mutter Maria Anna und Franz für die geduldige und bedingungslose Unterstützung in jeder Hinsicht,

... meinem Freund Michael und meinem Sohn Jakob für ihre liebevolle Begleitung durch mein Studium,

... und allen Personen, die mir bei der Entstehung dieser Arbeit zur Seite gestanden haben.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	6
1. TEIL – THEORETISCHE GRUNDLEGUNGEN UND DEFINITIONEN	10
1.1 DEFINITION UND EINTEILUNG VON MEDIEN	10
1.2 MASSENMEDIEN	11
2. MEDIENPÄDAGOGIK	14
2.1 MEDIENERZIEHUNG	16
2.2 MEDIENDIDAKTIK	17
2.3 MEDIENKOMPETENZ	18
3. GESCHICHTE DER MEDIENDIDAKTIK UND DER MEDIENPÄDAGOGIK	20
4. KONZEPTE DER MEDIENPÄDAGOGIK	26
4.1 ZIELE MEDIENPÄDAGOGISCHER ANSÄTZE	28
4.1.1 Bewahren	29
4.1.2 Informieren	29
4.1.3 Sensibilisieren	30
4.1.4 Aktivieren	30
4.1.5 Emanzipieren	31
4.1.6 Funktionalisieren	31
2. TEIL – MEDIENPÄDAGOGIK UND SCHULE	32
1. DIE BEDEUTUNG VON MEDIEN IM UNTERRICHT	32
1.1 Medien als Unterrichtsmittel	33
1.2 Medien als Unterrichtsgegenstand	35
2. RAHMENBEDINGUNGEN UND GESETZLICHE VORGABEN DER SCHULISCHEN MEDIENERZIEHUNG	35
2.1 Grundsatz erlass Medienerziehung	366
2.2 Gesetzliche Vorgaben der Lehrpläne	37
3. PROBLEMFELD: DER WIRKUNGSBEREICH MEDIENPÄDAGOGISCHER MASSNAHMEN IM SCHULISCHEN UMFELD	39
4. DIE BEDEUTUNG VON MASSENMEDIEN FÜR JUGENDLICHE	41

3. TEIL – EINSATZMÖGLICHKEITEN VON MASSEN MEDIEN IM RUSSISCHUNTERRICHT UNTER DEM ASPEKT EINER KRITISCHEN MEDIENERZIEHUNG **43**

1. VORBEMERKUNGEN	43
2. ZEITUNG	45
2.1 Beurteilen von Zeitungen hinsichtlich Qualität der Berichterstattung	49
2.2 Regelmäßiges Zeitunglesen, Verstehen und Präsentieren der wichtigsten Informationen	51
2.3 Vergleich von Zeitungsnachricht und Fernsehnachricht	51
2.4 Aktive Medienarbeit	52
3. FILM UND FERNSEHEN	53
3.1 Schulung von Analyse- und Kritikfähigkeit	55
3.2 Gewalt in Film und Fernsehen	57
3.3 Fernsehen und Lesen	59
3.4 Aktive Medienarbeit – der Dreh eines Videos	61
4. WERBUNG	62
4.1 Das Thema Werbung im Russischunterricht	65
4.2 Jugendliche als Zielgruppe	65
4.3 Gestaltungsmittel der Werbung	66
4.4 Menschenbilder und Bedürfnisse	67
4.5 Aktive Medienarbeit	699
5. INTERNET	69
5.1 Evaluationskriterien zur Bewertung von Internetseiten und Informationen aus dem Internet	722
5.2 Der reflektierte Umgang mit dem Internet	78
5.3 Identität und Datensicherheit	799

EXKURS: DIE MEDIENSITUATION IN RUSSLAND **82**

1. PRESSEFREIHEIT UND RECHTLICHE GRUNDLAGEN	82
1.1 ZENSUR	83
2. DAS ZUSAMMENSPIEL POLITIK UND MEDIEN	84
3. MEDIENPOLITISCHE ENTWICKLUNGEN SEIT DER PERIODE DES GLASNOST'	86

ZUSAMMENFASSUNG **93**

PE3IOME **977**

LITERATURVERZEICHNIS	109
Grundsatz erlass Medienerziehung	113
Lebenslauf	119

Einleitung

Medien jeder Art begleiten uns tagtäglich. Ihre Intensität hat im Laufe des vergangenen Jahrhunderts immer mehr zugenommen, bestimmte Bereiche unseres Alltags wären ohne Medien nur noch schwer zu bewältigen. In gewisser Weise erleichtern sie das Leben. Sie können als Informationsquelle oder Unterhaltungsmittel genutzt werden und ermöglichen eine Erweiterung unseres geistigen Horizonts.

Genau darin liegen aber auch Gefahren, wenn man bedenkt, dass Massenmedien in vergangener Zeit immer wieder als Manipulationsmittel missbraucht worden sind. Dies wurde den Menschen in besonderem Ausmaß zur Zeit des Zweiten Weltkriegs vor Augen geführt. Aus Entrüstung und Erschrockenheit über die eigene Manipulierbarkeit wurden Rufe nach einer effizienten Medienerziehung laut, die Kinder und Jugendliche zuerst vollständig von negativen Medieneinflüssen abzuschirmen versuchte, dann aber immer mehr in Richtung selbstständige, verantwortungsbewusste und kritische Mediennutzung führte und zum Erreichen dieses Zieles später auch den Aspekt einer aktiven Medienarbeit mit in Betracht zog.

Auch wenn wir heute das Privileg haben, in einer funktionierenden Demokratie leben zu dürfen, darf man nicht vergessen, dass Medien auch zu unserer Zeit *„Kommunikationsmittel, Mittel zum Zweck“* bleiben und *„von personalen Auftraggebern, Urhebern und Interpreten von Informationen und deren Interessen gesteuert“* sind.¹ Nach wie vor ist es möglich – und durch die größere Verbreitung einzelner Medien immer einfacher – Menschen Verhaltensweisen und Einstellungsmuster einzureden. Die Wirklichkeit, wie sie in Medien dargestellt wird, bleibt ein Konstrukt von Wirklichkeit. Jeder sollte daher fähig sein, sich sein eigenes Bild der Wirklichkeit schaffen zu können.

Mediokratie nennt Köck die *„uneingeschränkte und im alltäglichen Leben kaum hinterfragte Herrschaft der Medien“*², der es mit Hilfe medienpädagogischer Maßnahmen in gewissem Maße entgegenzuwirken heißt.

Ähnlich wie in den 70er Jahren erlebt das Schulwesen derzeit einen Medienboom, diesmal im Bereich der „Neuen“, sprich digitalen und multimedialen Medien. Aus dem Schulalltag sind Medien in jeglicher Form nicht mehr wegzudenken.

¹ Köck 2005 / S. 361

² Vgl. Köck 2005 / S. 361

Die Schule ist daher auch ein idealer Ort, um Kindern und Jugendlichen Gefahren, die Medien mit sich bringen, bewusst zu machen und dahinter verborgene Strukturen aufzuzeigen.

Nach dem heutigen Verständnis von Medienpädagogik sollen SchülerInnen den kompetenten Umgang mit Medien erlernen und diese aktiv und passiv nutzen können.

Unter Berücksichtigung medienpädagogischer und mediendidaktischer Grundsätze ist es Hauptziel dieser Arbeit aufzuzeigen, wie man Medien im Russischunterricht einsetzen kann, um das Bildungsziel des kritischen und verantwortungsbewussten Umgangs mit Medien erreichen zu können. Im Speziellen soll dabei das Gewicht auf die Massenmedien Zeitung und Zeitschrift, Film und Fernsehen, Werbung und Internet gelegt werden.

Dafür soll vorerst auf die Begriffe Medien im Allgemeinen und Massenmedien im Speziellen genauer eingegangen werden. Auch wird an dieser Stelle die Funktion von Massenmedien für die heutige Gesellschaft thematisiert. Wie helfen diese dem Menschen in Hinblick auf Information, Orientierung und Kommunikation? Es soll ersichtlich werden, dass Massenmedien im Leben fest verankert sind und, richtig genutzt, sehr wertvoll für jeden Einzelnen sein können.

Weiters sollen zu Beginn der Arbeit Begriffe aus dem Umfeld der Medienpädagogik erklärt werden, wobei an erster Stelle auf den Begriff der Medienpädagogik selbst eingegangen werden wird. Hier soll der Frage nach dem Hauptaufgabengebiet dieser Disziplin nachgegangen werden. Anschließend werden die Teildisziplinen Medienerziehung oder Mediendidaktik definiert und voneinander abgegrenzt. Da es Ziel dieser Arbeit ist, aufzuzeigen, wie im Russischunterricht medienpädagogische Übungen eingebaut werden können, die eine Erhöhung der Medienkompetenz bei den SchülerInnen zur Folge haben, soll an dieser Stelle auch dargestellt werden, wie unterschiedlich der Begriff Medienkompetenz aufgefasst werden kann. Es wird der Frage nachgegangen, welche Fähigkeiten ein Mensch überhaupt erwerben sollte, um als kompetent im Umgang mit Medien zu gelten.

Im Anschluss daran wird die Geschichte der Medienpädagogik thematisiert. Welche Reaktion erfolgte auf das Erscheinen der jeweils neuen Medien? Welche unterschiedlichen Konzepte entstanden im Lauf des vergangenen Jahrhunderts und worin unterschieden sich die einzelnen Positionen?

Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird ersichtlich, dass viele dieser Ansichten zumindest ansatzweise auch heute noch vertreten werden. Zusammenfassend soll dabei auf die Hauptziele eingegangen werden, die die unterschiedlichen medienpädagogischen Ansätze hervorheben.

Bevor im Weiteren auf Einsatzmöglichkeiten von Massenmedien im Russischunterricht eingegangen wird, soll erarbeitet werden, weshalb Medien im Allgemeinen und Massenmedien im Besonderen für den Unterricht, und dabei vor allem für den Fremdsprachenunterricht, von großer Bedeutung sein können. Es wird ersichtlich, dass Medien im Unterricht zahlreiche Aufgaben übernehmen können. Eine Unterscheidung von Medien als Unterrichtsmittel bzw. Unterrichtsgegenstand ist notwendig.

Weiters soll auch die Bedeutung von Massenmedien für Jugendliche kurz thematisiert werden. Auch soll erörtert werden, weshalb die Möglichkeiten schulischer Medienerziehung von vornherein eher eingeschränkt sind. Dies soll aber keine Entmutigung sein, medienerzieherische Methoden, Übungen oder Projekte in den Unterricht zu integrieren.

Anschließend werden Unterrichtsvorschläge präsentiert, die unter anderem dabei helfen, die SchülerInnen auf mögliche Manipulationsversuche hin zu sensibilisieren, ihnen Produktions- und Gestaltungsmittel von Massenmedien näher zu bringen, sowie ihnen Wissen für den verantwortungsbewussten und sinnvollen Umgang mitzugeben.

Der letzte Teil dieser Arbeit thematisiert die Mediensituation in Russland. Dazu werden vorerst Begriffe wie Medienfreiheit und Zensur erläutert, aber auch gesetzliche Bestimmungen, die die Pressefreiheit regeln. Danach wird auf die Entwicklung der Pressefreiheit seit Boris Jelzin eingegangen, wobei das Hauptaugenmerk auf das Zusammenspiel von Politik und Medien gelegt wird.

Als Hauptquellen dienten Publikationen von Medienpädagogen wie Prof. Dr. Gerhard Tulodziecki, Professor für Allgemeine Didaktik und Schulpädagogik an der Universität Paderborn, Prof. Dr. Bernd Schorb, Professor für Medienpädagogik und Weiterbildung an der Universität Leipzig und Prof. Dr. Jürgen Hüther, Professor für Medienpädagogik an der Universität der Bundeswehr München und Leiter des Universitätsmedienzentrums.

Die Unterrichtsvorschläge erstellte ich unter anderem in Anlehnung an Konzepte von Bieger, Tulodziecki und Schell. Diese wurden aber an den Russischunterricht angepasst und durch zahlreiche eigene Unterrichtsvorschläge ergänzt.

Als Quellen für die Mediensituation in Russland dienten die Untersuchung Viktoria Brunmeiers über das Verhältnis von Politik und Runet und Franziska Dzugans Diplomarbeit über die medienpolitischen Entwicklungen in Russland. Weiters lieferte eine rechtswissenschaftliche Publikation, „Medienrecht und Meinungsfreiheit in Russland“ wertvolle Informationen. Werke von langjährigen Moskaukorrespondenten wie Boris Reitschuster beleuchten vor allem die politische Entwicklung.

Es ist nahe liegend, dass in dieser Arbeit die Bezeichnung „russisch“ häufig verwendet wurde. Sofern nicht die russische Sprache gemeint ist, ist diese Bezeichnung als Synonym für „rusländisch“ zu verstehen und daher als sämtliche Völker und Nationalitäten der Russischen Föderation umfassender Begriff.

Häufig wurde bei Wörtern und Bezeichnungen aus dem Russischen die lautgerechte Übertragung (Transkription) angewendet, wenn diese im deutschen Sprachgebrauch sehr geläufig sind. Dies gilt vor allem für Namen aus dem Russischen, weshalb beispielsweise auf die Schreibweise El'cin verzichtet und stattdessen Jelzin verwendet wurde.

Ansonsten wurden Begriffe aus dem Russischen nach den Regeln der wissenschaftlichen Transliteration übertragen, was eine buchstabengetreue Umsetzung der kyrillischen Buchstaben bedeutet.

Berufs- und Personenbezeichnungen wurden in dieser Arbeit so formuliert, dass sie den Prinzipien sprachlicher Gleichbehandlung gerecht werden. Es wurde daher eine Ausdrucksweise gewählt, die Frauen und Männer bzw. Mädchen und Buben im selben Ausmaß sichtbar machen soll.

1. TEIL – Theoretische Grundlegungen und Definitionen

1.1 Definition und Einteilung von Medien

Das Wort Medium stammt aus dem Lateinischen, wo es auf das Subjekt *medium* (Mitte, Mittelpunkt, Zentrum) bzw. auf das Adjektiv *medius* (der mittlere, in der Mitte befindlich, dazwischen liegend...) zurückzuführen ist. Ganz allgemein bezeichnet es einen Überträger von Information und kann daher in vielen unterschiedlichen Zusammenhängen gebraucht werden.

Medien aus medienpädagogischer Sicht werden als Kommunikationsmittel zwischen Menschen verstanden. Neben der Übermittlung von Informationen ermöglichen sie es, sich mitzuteilen und sich selbst darzustellen. Diese Funktionen übernehmen beispielsweise auch die Mimik und Gestik eines Menschen, weshalb auch sie als Medien bezeichnet werden können.

Ebenso vielschichtig wie der Begriff selbst, sind die unterschiedlichen Arten von Medien. Aus diesem Grund wird immer wieder versucht, diese nach bestimmten Kriterien und Merkmalen zu ordnen und zu strukturieren.

Pross etwa unterteilt in **primäre, sekundäre** und **tertiäre Medien**¹. Grundkriterium ist hierbei, ob technische Mittel zur Kommunikation notwendig sind. Primäre Medien bedürfen demnach keiner technischen Geräte, dazu zählen Sprache, Mimik, Körperhaltung etc.

Sekundäre Medien erfordern technische Geräte, um sich mitzuteilen, jedoch nur beim Ersteller der Mitteilung (Rauchzeichen, Printmedien u.v.m.). Für eine gelungene Kommunikation über tertiäre Medien, wie etwa elektronische Massenmedien, bedarf es technischer Mittel sowohl auf der Seite des Produzenten als auch auf jener der Rezipientin/des Rezipienten².

Der Begriff der **Neuen Medien** kam in den 1970er Jahren auf, als auf Grund von einer neuen bzw. besser entwickelten Technologie bisher unbekannte Nutzungsformen von bereits vorhandenen Medien entstanden. Beispielsweise stand das neue Medium Satellitenfernsehen nunmehr zusätzlich zu der bis dahin gebräuchlichen früheren Form des Fernsehens zur Verfügung.

¹ Vgl. Hüther, Schorb 2005/ S. 229

² Vgl. Hüther, Schorb 2005 / S. 229; Pross 1972

Auch heute bestimmt die Entwicklung von Technologien in großem Ausmaß das Begriffsfeld der Neuen Medien. „Aktuell steht der Begriff vor allem als Bezeichnung für die auf digitaler computertechnischer Basis arbeitenden vernetzten Multimediatechnologien“¹. Ihre Merkmale sind Interaktivität, Digitalität und Vernetzbarkeit².

1.2 Massenmedien

Für diese Arbeit relevant ist der Begriff Massenmedien. Diese umfassen eine Fülle von Medien, wie etwa Tageszeitung und Printmedien im Allgemeinen, Film, Werbung, Flugblatt, Radio etc. Ihnen gemeinsam ist die Möglichkeit zur Verbreitung einer Aussage an eine große Anzahl von Menschen.

Fröhlich definiert Massenmedien als „*technische Verbreitungsmittel, die selbst bedeutungstragend sind [...] und die durch ein gesellschaftliches Verteilsystem (Institution) bestimmt sind*“.³ Massenmedien sind also keine technischen Medien und Apparate wie etwa ein Telefon oder Fernsehgerät.

Während Medien über lange Zeit nur eine überschaubare Anzahl von Menschen erreichen konnten, wie etwa ein handgeschriebener Brief, können seit der Erfindung bestimmter Technologien sehr viele Menschen gleichzeitig angesprochen werden. Diese Menge wurde von Gerhard Maletzke als „*dispersedes Publikum*“ bezeichnet⁴ und ist seiner Definition nach nicht mehr überschaubar, heterogen in Hinsicht ihrer sozialen Stellung und anonym⁵.

Von Gerhard Maletzke stammt auch eine häufig zitierte Definition von Massenkommunikation, wonach diese „*eine Form öffentlicher, indirekter und einseitiger Kommunikation, die sich technischer Verbreitungsmittel bedient und sich an ein dispersedes Publikum wendet*“, ist⁶.

Massenkommunikation ist aber den Massenmedien nicht gleichzusetzen. Denn anders als bei der gegenseitigen Kommunikation sind Massenmedien eher Verbreitungsmittel an die Masse. „*Im massenmedialen Kommunikationsprozess würden nicht die Massen kommunizieren, als vielmehr für die Massen kommuniziert*“. Ausschlaggebend für diese Sichtweise war Brecht,

¹ Hüther, Schorb 2005 / S. 347

² Vgl. Köck 2005 / S. 374

³ Fröhlich 1982 / S. 6

⁴ Vgl. Gerhart Maletzke 1963, in: Hüther/Schorb 2005 / S. 228

⁵ Vgl. Michael Meyen, in: Hüther Schorb 2005 / S. 228

⁶ Michael Meyen, in: Hüther, Schorb 2005 / S. 229

der im Rahmen seiner Radiotheorie von einer einseitigen Kommunikation mit Hilfe von Distributionsmitteln sprach.¹

Ich denke, dass diese Aussage nach wie vor Gültigkeit besitzt, im Multimediazeitalter jedoch etwas relativiert werden müsste, denn seit der Erfindung und weitläufigen Verbreitung des Internets kann gegenseitige Kommunikation auf vereinfachte Weise stattfinden. Dennoch bleibt auch das Internet in erster Linie ein Mittel, um Inhalte und Informationen an eine breite Masse zu richten.

Massenmedien sind ein wichtiger Bestandteil der heutigen Gesellschaft und für jeden frei zugänglich. Es sind Mitglieder dieser Gesellschaft, die Massenmedien formen und gestalten, jedoch sind es auch Massenmedien, die großen Einfluss auf die einzelnen Subjekte ausüben und *„zusammen mit anderen gesellschaftlichen Faktoren Sein und Bewusstsein der gesellschaftlichen Subjekte konstituieren und formen.“*²

Medien *„sind Repräsentant subjektiv konstruierter Wirklichkeit und in dieser Funktion Mittel zu weiterer Konstruktion von Wirklichkeit“*³ – sie vermitteln also nicht nur Wirklichkeit, sie definieren diese auch oder konstruieren sie⁴. Dabei muss bedacht werden, dass Medien nicht die ganze Realität wiedergeben können, sondern nur eine selektierte Auswahl, die nach verschiedenen Kriterien (wie etwa zur Verfügung stehender Raum in einer Zeitung oder Zeit, die noch bleibt, den Bericht fertig zu stellen) getroffen wurde. *„Faktoren wie Aktualität, Ereignishaftigkeit oder einfach eigenes bzw. beim Publikum erwartetes Interesse spielen hier eine wichtige Rolle. Auch allgemeine Redaktionslinien oder die Vorgaben der Medienbesitzer haben Einfluss auf die Berichterstattung.“*⁵ Die in Massenmedien präsentierte Wirklichkeit ist also eine vermittelte und interpretierte Realität.

Welche Themen nach welchen Gesichtspunkten auch immer ausgewählt werden, sie sind für das Entstehen einer öffentlichen Meinung von Bedeutung.

In ihrer Funktion dienen Massenmedien der **Orientierung**, der **Unterhaltung** und der **Kommunikation**⁶.

Anhand der laufenden Berichterstattung und Informationsvermittlung über Massenmedien erfährt der/die Rezipient(in) Aktuelles aus seiner/ihrer näheren Umgebung und liest bzw. hört

¹ Vgl. Frühlich 1982 / S. 6

² Schell 1993 / S. 43

³ Köck 2005 / S. 361

⁴ vgl. Hüther, Schorb 2005 / S. 396

⁵ Krempel, Stefan in: <http://viadrina.eu-frankfurt-o.de/~sk/SS00/news/medienrealitaet.html>

⁶ Bieger 1980 / S. 31; Bieger u. a. 1980 / S. 36 ff.

über Ereignisse, die in der Welt vor sich gehen. Diese Mitteilungen helfen ihm/ihr, sich zurechtzufinden. Auch Kindern bzw. Jugendlichen helfen Massenmedien, die Welt kennen und verstehen zu lernen, etwa durch Sendungen im Fernsehen oder Berichte in Jugendzeitschriften. Dabei muss aber gesagt werden, dass Orientierung hier nicht nur in Form von Wissensvermittlung geschieht, sondern auch über die Vermittlung von Wertvorstellungen und Verhaltensmustern.

Weiters ist eine kontinuierliche (und im besten Fall unabhängige) Berichterstattung für eine Meinungsbildung über die politische Situation im eigenen Land und weltweit unerlässlich. Der/die Mediennutzer(in) lernt verschiedene Standpunkte kennen und jene, die sie vertreten. Dadurch erfährt er/sie auch, wer am ehesten die eigene Meinung vertritt.

Orientierung kann aber auch in Hinblick auf Kaufentscheidungen stattfinden, am häufigsten über die Werbung. Durch Anzeigen wird ein Überblick über Wohnungs- oder Arbeitsmarkt geboten. Außerdem kann sich der/die Einzelne ein Gesamtbild von kulturellen Veranstaltungen, Neuerscheinungen auf dem Buch-, Film- oder Musikmarkt machen.

Zugleich bieten Massenmedien auch die Möglichkeit, sich von der Realität zu distanzieren und ihr eine Zeit lang zu entfliehen. Dies ist die Unterhaltungsfunktion der Massenmedien. Man kann an einem Geschehen teilnehmen, ohne dabei Konsequenzen für das eigene Leben befürchten zu müssen und ohne dabei selbst handeln zu müssen. Das Gesehene, Gelesene oder Gehörte lenkt ab und beansprucht die Rezipientin/den Rezipienten nur wenig. Unterhaltung heißt nach Bieger auch „*etwas tun, um nichts tun zu müssen*“¹.

Nutzt man Medien nur zur Unterhaltung, läuft man, so Bieger, Gefahr, das eigene Leben, eigene Interessen und vor allem reelle soziale Kontakte zu vernachlässigen. Andererseits dient die Unterhaltungsfunktion auch dazu, nach Phasen der Anspannung wieder ins Gleichgewicht kommen zu können.

Die Kommunikationsfunktion der Medien offenbart sich einerseits dadurch, dass durch gemeinsame Medienerlebnisse Gespräche hergestellt werden können, wodurch ein Gefühl der Gemeinschaft und der Zusammengehörigkeit entstehen kann.

Andererseits muss die Kommunikation über Medien nicht nur einseitig verlaufen. Der/die Rezipient(in) kann diese Linearität durchbrechen und sich selbst zu Wort melden, etwa indem er Leserbriefe schreibt. Wenn dies auch vergleichsweise selten der Fall sein kann, so fühlt er sich „*als Angehöriger einer bestimmten gesellschaftlichen Gruppe (Partei, Kirche,*

¹ Bieger 1980 / S. 29

Gewerkschaft z. B.) repräsentiert, wenn diese Gruppe durch ihre gewählten Vertreter in den Medien sich äußert.“¹

2. Medienpädagogik

Den Begriff Medienpädagogik zu definieren, ist nicht einfach, da es sich um einen vielschichtigen Begriff handelt, der in seiner Bedeutung oft auch Bereiche aus Teildisziplinen wie der Medienerziehung, Medienkunde oder Mediendidaktik umschließt und damit teils unterschiedliche Interessen und Interpretationsweisen in den Vordergrund rückt. Eine enge Abgrenzung des Begriffs sollte nach Schell und Schorb aber auch nicht erfolgen, wenn man davon ausgeht, dass es sich bei der Medienpädagogik um eine Gesellschaftslehre handelt, sich die Gesellschaft aber laufend verändert und damit auch das Verständnis von Medienpädagogik.² Schell verwendet daher einen sehr weit gefassten Begriff von Medienpädagogik als eine Lehre, *„die sich mit Medien im Gesamtzusammenhang der Erziehung befasst“*.³

Als wissenschaftliche Disziplin wird Medienpädagogik seit Beginn der 1960er Jahre verstanden. Sie fungiert als Schnittstelle zwischen der Pädagogik und der Medienwissenschaften.⁴ Ihr Forschungsauftrag besteht darin,

- *den Medien in ihrer unbestreitbaren Mittlerrolle für Informationsaustausch und Kommunikation – den alters- und entwicklungsentsprechenden Vorgaben der Kinder und Jugendlichen gemäß – ihren klar beschriebenen Platz im Bildungskanon einzuräumen,*
- *die ständig zunehmende vermittelte Begegnung mit der Wirklichkeit über Medien in ihren Entfremdungswirkungen und den dadurch ausgelösten Veränderungen in der Wahrnehmung von Welt zu benennen*
- *und aus beiden aufgeführten Sachverhalten realistische, aber auch einlösbare Handlungskonsequenzen abzuleiten*⁵.

Medienpädagogik konzentriert sich auf die pädagogische Bedeutung von Medien sowohl in Bereichen der schulischen Ausbildung als auch in Freizeit und Beruf. *„Dort, wo Medien als*

¹ Bieger 1980 / S. 39

² Vgl. Schorb 1976 / S. 172 in: Schell 1993 / S. 15

³ Dohmen 1976 / S. 89 in: Schell 1993 / S. 15

⁴ Vgl. Köck 2005 / S. 362

⁵ Köck 2005 / S. 362

Mittel der Information, Beeinflussung, Unterhaltung, Unterrichtung und Alltagsorganisation Relevanz für die Sozialisation des Menschen erlangen, werden sie zum Gegenstand der Medienpädagogik“¹. Letztere soll dabei als Vermittler zwischen dem umfassenden Angebot an unterschiedlichsten Medien im Alltag und der eigenen Handlungsfähigkeit Medien betreffend auftreten. Medienpädagogik umfasst also nicht nur den Umgang mit Medien im schulischen Umfeld, sondern möchte auch positiv auf das Freizeitverhalten Jugendlicher wirken.²

Bieger sieht die Medienpädagogik als „*Kommunikationslehre*“, sowohl die Art der Informationsaufnahme als auch die des sich Ausdrücken- und Mitteilens sollen mit Hilfe der Medienpädagogik bestmöglich erlernt werden.³

So unterschiedlich einzelne Begriffsdefinitionen von Medienpädagogik je nach engerer oder weiterer Auffassungsweise auch ausfallen mögen, das Bild von der Funktion dieser Disziplin fällt einheitlich aus: Der Mensch, und hier in Verbindung mit Schulbildung in erster Linie Kinder und Jugendliche, soll lernen, sich im Medienalltag zurechtzufinden und verantwortungsbewusst und frei mit Medien umgehen zu können. Dabei soll er nicht durch unüberlegten Medienkonsum geleitet werden, sondern durch Medienkompetenz selbstbestimmtes Medienhandeln ausführen können. Weiters ist es Ziel der Medienpädagogik, den Menschen dazu zu befähigen, dass er sich einer Fremdbeeinflussung oder Entmündigung durch Medien entziehen und verborgene (Macht-)Strukturen erkennen kann. Er soll sich im Überangebot der Massenmedien zurechtfinden können und diese aus eigener Sicht und im Kontext seiner persönlichen Erfahrungen und sozialen Stellung beurteilen können.

All dies wird auch durch den Begriff Medienaneignung veranschaulicht, welcher impliziert, dass sich der/die Mediennutzer(in) den Medien nicht bedingungslos unterwerfen soll, sondern sich diese aus eigenen Überlegungen selbst auswählt.

Den Medien kritisch gegenüber eingestellt zu sein, bedeutet aber nicht, ihre Vorteile nicht anerkennen zu wollen bzw. ihre Existenz zu verteufeln. „**Medienkritik** muss nicht ausschließlich Kritik an den Medien bedeuten, sondern Kritik an problematisch gewordenen Sozialisations- und Vergesellschaftungsformen aus der Perspektive des Medienzeitalters“.⁴

¹ Hüther, Schorb 2005 / S. 265

² Vgl. Lutz Küster in Blell, Kupetz 2005 / S. 67

³ Bieger 1980, S. 39

⁴ (Moser 2006 / S. 11)

Neuß sieht die Aufgabe der Medienpädagogik darin, „anzugeben, an welchen Stellen in der Interaktion von Medien und Menschen (hier vor allem: Kindern und Jugendlichen) erziehend und bildend, lehrend und beratend, orientierend und informierend einzugreifen sei“.¹

Im Folgenden sollen nun weitere grundlegende Begriffe aus dem Gebiet der Medienpädagogik erklärt werden.

2.1 Medienerziehung

Nicht selten werden die Begriffe Medienpädagogik und Medienerziehung synonym zur Beschreibung ein und desselben Sachverhaltes verwendet.

Richtiger wäre es, den Terminus Medienpädagogik als eine Art Überbegriff zu verstehen, der sowohl die Medienerziehung als auch die Mediendidaktik miteinschließt.

Die Medienerziehung als Teilgebiet der Medienpädagogik konzentriert sich auf Fragen der Erziehung des Menschen, was seinen Umgang mit Medien betrifft. Der/die Einzelne soll im Laufe der schulischen und auch der weiteren Ausbildung Medienkompetenz erwerben, wobei ein kompetenter Umgang mit Medien hier einerseits ein sachgerechtes Hantieren mit Medien im Form von Medienkunde bedeutet und andererseits die Erziehung zu einer selbstbestimmten Mediennutzung. Hier überschneidet sich die Medienerziehung mit den allgemeinen Zielen einer Medienpädagogik, denn das Grundanliegen von Medienerziehung ist eine selbstständige und dabei aber reflektierte Mediennutzung. Dabei gilt es nicht, gewisse Nutzungsgründe wie etwa Unterhaltung oder Entspannung in den Hintergrund zu stellen – auch diese Aspekte haben ihre Berechtigung. Reflektierte Mediennutzung bedeutet, dass ein Mensch Medien in jeder Hinsicht nutzen kann, sowohl zur Entspannung und Unterhaltung, als auch zu Bildungszwecken, als Informationsquelle und aktiv, etwa um eigene Anliegen zum Ausdruck zu bringen. Es geht darum, die Medien in ihrer Vielfalt nutzen zu können, sodass „die Vorzüge angemessen zur Geltung gebracht und ihre Gefahren vermieden werden“.²

Fröhlich definiert Medienerziehung folgendermaßen: „Medienerziehung ist zu definieren als Pädagogik über Medien im Sinne von Massenkommunikationslehre, indem die Massenmedien zum Gegenstand des Unterrichts gemacht werden. Medienerziehung macht die Mechanismen massenmedial bedingter Kommunikationsprozesse einsichtig, die vermittelten Inhalte werden bezüglich ihrer Medienabhängigkeit erfasst und kritisch hinterfragt, woraus sich sachgemäße

¹ (Norbert Neuß in: Hüther, Schorb 2005 / S. 415)

² Tulodziecki 1985 / S. 171

Verhaltensweisen hinsichtlich des Medienkonsums ableiten lassen. Medienerziehung fragt nach den pädagogisch relevanten Inhalten von Erziehungsprozessen, die Medien zum Gegenstand haben.“¹

Medienerziehung kann aber auch von einem anderen Blickwinkel aus betrachtet werden, nämlich als Erziehung der Menschen durch Medien². Dabei konzentriert man sich auf Fragen des Einflusses einer medialen Umgebung auf den Menschen und damit verbundene „intentionale“ und auch „nichtintentionale“ Medienerziehung.³ Erstere beschreibt die gewollte Erziehung und Wissensvermittlung, etwa durch spezielle Dokumentarfilme, Kindersendungen, Lehrmedien etc., Letztere befasst sich mit der unbeabsichtigten Vermittlung von Wissen, aber auch von Werten, Einstellungen oder Vorurteilen durch Medien wie Filme, Serien oder Zeitschriften.

Medienerziehung kann durch verschiedene Übungsformen und Projekte in den Unterricht integriert werden, mit ausschlaggebend für den Erfolg ist aber auch die Medienerziehung, die das Kind oder der Jugendliche im Elternhaus vermittelt bekommt.

Dabei ist es einerseits wichtig, dass Eltern den verantwortungsbewussten Konsum von Medien vorleben.

Weiters müssen diese aber auch Grenzen in Hinblick auf Auswahl der Programme und zeitliches Ausmaß des Medienkonsums setzen.

*„Erst die Grenzen, die die (Medien-)Erziehung setzt, schaffen die Freiräume, die für den Erwerb von **Medienkompetenz** genutzt werden können. Wenn ein Kind zum Beispiel frühzeitig gelernt hat, zeitliche Grenzen bei der Fernsehnutzung zu beachten, wenn es zudem sich mit den Eltern darüber auseinandergesetzt hat, ob ein Computerspiel oder ein Film für sein Alter geeignet ist oder nicht, sind wichtige Voraussetzungen für den Erwerb von Medienkompetenz geschaffen.“⁴*

2.2 Mediendidaktik

Didaktik ist die Wissenschaft vom Lehren und Lernen. Die Mediendidaktik als Teildisziplin der Medienpädagogik umfasst diese Lehre unter dem Aspekt von Lernprozessen mit Hilfe

¹ Fröhlich 1982 / S. 8

² Vgl. Hüther, Schorb 2005 / S. 242

³ Hüther, Schorb 2005 / S. 242

⁴ <http://www.bundespruefstelle.de/bmfsfj/generator/bpjm/Jugendmedienschutz-Medienerziehung/Erziehung-Medienkompetenz/medienerziehung,did=107156.html>

von Lern- bzw. Unterrichtsmedien. Dabei wird untersucht, wie Unterrichtsmedien am effektivsten genutzt werden können, welche Aufgabe sie im Unterricht übernehmen können und welchen Einfluss sie auf Lernprozesse haben.

Medien sind dabei nicht selbst Thema des Unterrichts, sie sollen die Lehr- und Lernvorgänge lediglich unterstützen und dabei verdeutlichen und veranschaulichen.

*„Mediendidaktik befasst sich mit Fragen der Mediengestaltung und –auswahl. Sie trifft Aussagen über die didaktischen Funktionen, die Medien in Lehr- und Lernsituationen übernehmen können und sie untersucht die unterschiedlichen Formen, in denen Bildungsmedien zum Einsatz kommen. Sie will letztlich die Basis für didaktisch begründete Medienentscheidungen liefern“.*¹

Sacher beschreibt sechs Konzepte einer didaktischen Mediennutzung in Hinsicht ihrer Funktion im Unterricht. Dabei können Medien als „*belohnende Zugabe*“ im Unterricht verwendet werden oder aber ihn anreichern („*enrichment*“-Funktion) und damit zu einer interessanteren Gestaltung beitragen. In ihrer Funktion als Werkzeug sind Medien „*Hilfsmittel zum Zwecke der Demonstration und Veranschaulichung in der Hand des Lehrers oder – seltener – der Schüler*“. Des Weiteren können Medien über einen kurzen Zeitraum hinweg die Funktion der Lehrerin/des Lehrers übernehmen und mit ihrer Hilfe Sachverhalte erklärt werden. Die Lehrperson kümmert sich dabei um die Vor- und Nachbereitung dieser Unterrichtssequenzen.

In diesem Zusammenhang weist Sacher auch auf die in den 1960er und 1970er Jahren sehr üblichen Medienpakete, die die Lehrfunktion auch über längere Strecken hinweg übernehmen konnten.

Weiters können Medien auch aktiv durch SchülerInnen genutzt werden, etwa in Form von Collagen, Wandzeitungen oder Ausstellungen. Hierbei wird bereits Gelerntes angewendet und verarbeitet.²

2.3 Medienkompetenz

Medienkompetenz ist in Summe gesehen ein Übergriff für all jene Fähigkeiten, die ein Mensch erwerben soll, um mit Medien umgehen zu können. Dabei ist der richtige Umgang im Sinne der technischen Handhabung ebenso gemeint wie aktive Medienarbeit und die Fähigkeit, kritisch auswählen und bewerten zu können.

¹ Hüther, Schorb 2005 / S. 237

² Vgl. Apel, Sacher 2005 / S. 401 f.

Schorb unterteilt Medienkompetenz in die drei Bereiche **Medienwissen, Medienbewertung und Medienhandeln**.¹

Medienwissen umfasst u. a. die Fertigkeiten, die dazu nötig sind, ein technisches Gerät bzw. Software bedienen zu können, etwa in Form von Programminstallationen am Computer. Dieses Wissen schließt eine soziale Komponente mit ein, denn wer es nicht besitzt, hat keinen oder nur begrenzten Zugang zu Informationen und ist dadurch in gewisser Weise benachteiligt. Dieses technische Wissen bezeichnet Schorb als *Funktionswissen*.² Als weiteren Unterbegriff des Medienwissens führt Schorb *Strukturwissen*³ an. Das Durchschauen des Mediensystems und das Wissen über die Bedeutung medialer Inhalte helfen dem/der Mediennutzer(in), Medienentwicklungen zu verstehen und Einfluss darauf nehmen zu können.

Weiters soll Medienwissen dazu befähigen, sich innerhalb des riesigen Medienangebots orientieren und zurechtfinden zu können.

Neben dem Medienwissen ist die Medienbewertung ein weiterer wichtiger Teilbereich der Medienkompetenz. Diese „umfasst die Befähigung, Medien in ihrer Struktur, Wirkung und Gestaltung zu durchschauen bzw. meint die Fähigkeit kritischer Reflexion von medientechnischen ebenso wie – inhaltlichen Angeboten“.⁴ Der/die Mediennutzer(in) soll seine/ihre eigene Position und Einstellung definieren können und Medien auswählen können, die für ihn/sie - beispielsweise nach ethischen Überlegungen - vertretbar sind. Diese Überlegungen stehen als Begründung einer eventuellen Abneigung gegen bestimmte Medien bzw. des Nutzens anderer.

Schließlich nennt Schorb den Bereich des Medienhandelns, worunter er einerseits dieses bewusste Auswählen versteht, und andererseits die reflektierte, aktive Medienarbeit. Jede(r) Einzelne kann die Medienkultur mitprägen und mitgestalten, soll dies aber unter Berücksichtigung ethischer Bestimmungen und „sozialer Verantwortung“⁵ tun.

Besonders im Leben der Jugendlichen spielen Medien eine bedeutende Rolle. Durch Medienerziehung von Eltern und Pädagogen sollen diese den kompetenten Umgang mit Medien lernen, denn dann kann das Medienangebot so genutzt werden, dass es das Leben

¹ Vgl. Hüther, Schorb 2005 / S. 259 ff.

² Vgl. Hüther, Schorb 2005 / S. 260

³ ebda.

⁴ ebda. S. 261

⁵ ebda. S. 262

bereichert, anstatt es „zu bestimmen oder es eintöniger zu machen“¹. Auf der Homepage der deutschen Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien wird Medienkompetenz wie folgt beschrieben:

„Zur Medienkompetenz gehört unter anderem,
- die Fähigkeit ein Medium auszuschalten, wenn es nicht mehr gut tut oder wenn es Inhalte wiedergibt, die zu belastend sind
- die Fähigkeit, das richtige Medium auszusuchen, um die Antwort zu bekommen, die man sucht
- das Wissen, welcher Information man mehr, welcher man weniger vertrauen kann
- das Wissen, welche Interessen wer mit der Verbreitung von Medieninhalten verfolgt
- technisches, ästhetisches und rechtliches Wissen, um ein Medium, z.B. eine Homepage, selber zu erstellen“.²

3. Geschichte der Mediendidaktik und der Medienpädagogik

Um die **Anfänge der Mediendidaktik** als solche bestimmen zu wollen, bedarf es einer genauen Überlegung des Medienverständnisses. Spricht man von **Unterrichtsmedien** im Allgemeinen, so fallen darunter unter anderem auch Schrift, Tafel, Modelle oder Skizzen, Kreide oder Mimik und Gestik, denn sie alle dienen dazu, Informationen zu vermitteln und können zur Veranschaulichung und zum Verdeutlichen dieser genutzt werden. Um Unterrichtsmedien zu ordnen, unterscheidet Köck *kommunikative Situationen* sowie *Personen als Unterrichtsmedien*, *technische Unterrichtsmedien* und *Massenmedien als Unterrichtsmedien*, wobei eine weitere Differenzierung in *vortechnische Unterrichtsmedien* und *technische Unterrichtsmedien* (auditive, visuelle und audio-visuelle Unterrichtsmedien) erfolgt.³

Bereits erwähnte Beispiele wie Tafel und Kreide zählen demnach zur Gruppe der „vortechnischen Unterrichtsmedien“. Manche dieser Medien wurden über Jahrhunderte genutzt oder durch modernere ersetzt oder ergänzt.

In Analogie zu einem solchen Medienverständnis kann man den Beginn von Mediendidaktik mit dem des Unterrichtens selbst festlegen, „*denn immer schon sind technische Hilfsmittel zur Kommunikation und Verständigung im Alltag sehr schnell nach ihrem Aufkommen auch zu Zwecken der Belehrung und des Unterrichtens genutzt worden. Das gilt für die verschiedenen*

¹ <http://www.bundespruefstelle.de/bmfsfj/generator/bpjm/Jugendmedienschutz-Medienerziehung/Erziehung-Medienkompetenz/medienerziehung,did=107156.html>

² ebda.

³ Vgl. Köck 2005 / S. 366

*Formen und Entwicklungsstufen der Schrift als zeichenhafte Fixierung der Sprache, für die massenhafte Vervielfältigung und Verbreitung von Worten und Bildern (Buch, Hörfunk, Fernsehen usw.) genauso wie für den computergestützten Wissenstransfer und für bildungsrelevante Online-Angebote im Internet.*¹

Johann Amos Comenius (1592 – 1670) war noch vor Pestalozzi einer der ersten Pädagogen, der sich mit der Verbesserung des Unterrichts durch Medien beschäftigte und in seiner Schrift „Didactica magna“ auch theoretische Grundlagen anführte, die in mediendidaktischen Fragen bis heute relevant geblieben sind. Comenius` Ziel war es, mehr Effizienz im Unterricht mit Hilfe von Unterrichtsmedien, allen voran dem Schulbuch, zu erreichen. Noch beschäftigte man sich nicht mit etwaigen Gefahren, die Medien mit sich bringen könnten.

Dazu bedurfte es der Weiterentwicklung verschiedenster Technologien und der damit verbundenen Entstehung von **Massenmedien**, denn als sich im 18. Jahrhundert Zeitung und Buch als die ersten Formen massenhafter Kommunikation erwiesen, waren die Reaktionen darauf sehr unterschiedlich und reichten von Euphorie bis Skepsis und Irritation.

Nach und nach entwickelten sich neue Formen von Massenmedien wie etwa Film und Hörfunk, als jeweilige Reaktion darauf traten „pädagogisch motivierte und orientierte Bemühungen um die ‚Bewältigung‘ dieser Medien und ihrer individuellen und gesellschaftlichen Folgen“² auf. Hüther/Podehl bezeichnen die **Geschichte der Medienpädagogik** daher als „Geschichte der Reaktion auf die jeweils ‚neuen Medien‘.“³

„Medien wurden Objekt erzieherischer Bemühungen, weil man ihre Wirkungen auf Kinder und Jugendliche feststellte“.⁴

Die vorherrschenden Denkweisen waren oft eng verflochten mit den jeweiligen geschichtlichen Ereignissen einer Epoche, aber auch mit den unterschiedlichen pädagogischen Strömungen. Erst im Nachhinein versuchte man, die jeweils dominierenden Denkrichtungen in einzelne Konzepte einer Medienpädagogik zusammenzufassen, wodurch ein Überblick über die Geschichte der Medienpädagogik herausgearbeitet werden konnte.

Die Medienpädagogik als eigenständige wissenschaftliche Disziplin hat erst in den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts gefestigte Formen angenommen und versteht sich seither als interdisziplinäre Wissenschaft, die nicht nur mit der Erziehungswissenschaft, sondern auch

¹ Jürgen Hüther in: Hüther, Schorb 2005 / S. 234)

² Jürgen Hüther, Bernd Podehl in: Hüther, Schorb 2005 / S. 116

³ Vgl. Hüther, Schorb 2005 / S. 116

⁴ Bieger u.a. 1980 / S. 15

mit den Bereichen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Psychologie und Kunst- und Kulturwissenschaft in Verbindung steht.

Während Bieger die Bewahrende, Kritische und Emanzipatorische Medienpädagogik, sowie Medienpädagogik als Kommunikationspädagogik als bisherige Konzepte anführt,¹ unterscheiden Hüther/Podehl insgesamt sieben Phasen der medienpädagogischen Entwicklung²:

1. *Präventiv-normative Medienpädagogik (Bewahrpädagogik im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts)*
2. *Propagandistisch-indoktrinäre „Medienpädagogik“ im Dritten Reich*
3. *Präventiv-normative Medienpädagogik*
4. *Kritisch-rezeptive und emanzipatorisch-politische Medienpädagogik*
5. *Bildungstechnologisch-funktionale Medienpädagogik*
6. *Reflexiv-praktische Medienpädagogik*
7. *Mit Medienkompetenz zur Medienbildung*

Dabei ist auffallend, dass die Geschichte der Medienpädagogik nicht nur als Reaktion auf das Erscheinen neuer Medien bzw. analog zu dominierenden erziehungswissenschaftlichen Denkrichtungen gesehen werden kann, sondern auch als eine Reaktion vorhergehender Strömungen.

Bewahrpädagogische Tendenzen zeichneten sich bereits seit der stärkeren Verbreitung von Buch und Zeitung ab, verstärkten sich aber mit dem Aufkommen des Films. Kinder und Jugendliche, aber auch Erwachsene, sollten von den verderbenden Einflüssen, die durch diese Medien angeblich verursacht wurden, ferngehalten werden. Vertreter dieses medienpädagogischen Ansatzes warnten in erster Linie vor einem geistigen und kulturellen Verfall durch die triviale Massenunterhaltung.

Neben der strikten Ablehnung der Massenmedien traten in den 1920er Jahren einige diesem Medium gegenüber aufgeschlossenerer Pädagogen wie Hermann Lemke, Adolf Sellmann oder Ernst Schultze zwar weiterhin für ein Verbot der als verderbend empfundenen Filme ein, forderten aber gleichzeitig eine Umorientierung in Richtung pädagogisch wertvoller Filme, da

¹ Vgl. Bieger u.a.1980 / S. 16

² Vgl. Jürgen Hüther, Bernd Podehl in: Hüther, Schorb 2005 / S. 118 – 127

sie das Medium Film zur Verbreitung von Wissen nutzen wollten. Diese als *Kinoreformbewegung* bezeichnete Strömung fand ihre Fortsetzung in der *Schulfilmbewegung* der 20er Jahre, während welcher erste Konzepte einer medialen Unterrichtsdidaktik entstanden.

Zur Zeit des Nationalsozialismus wurden Massenmedien unter staatliche Kontrolle gebracht, die Inhalte dienten der Verbreitung von gefährlichem, politischem Gedankengut. Medien wie Zeitung, Film und Hörbuch wurden hier in erster Linie als Manipulationsmittel und zu Propagandazwecken missbraucht. Literatur von frei bzw. anders denkenden AutorInnen wurde im Rahmen der „Aktion wider den deutschen Geist“¹ 1933 verbrannt. Das NS-Regime wollte eine Steigerung des Medienkonsums, um so möglichst viele Menschen erreichen und manipulieren zu können. Die „*Gleichschaltung und einheitliche ideologische Ausrichtung aller der Erziehung, Information und Unterhaltung dienenden Einrichtungen*“² wurde durch Gesetze, Kontrolleinrichtungen wie der Reichskulturkammer oder dem Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda und staatliche Medienproduktion gewährleistet.

Die propagandistisch-indoktrinäre „Medienpädagogik“ im Dritten Reich kann aus erziehungswissenschaftlicher Sicht nicht als Medienpädagogik gewertet werden, denn weder bewahrende noch kritikfördernde Ansätze wurden zugelassen.

Nach Ende des Zweiten Weltkriegs waren sich viele der eigenen Beeinflussbarkeit durch Massenmedien bewusst, es stellte sich ein großes Misstrauen gegenüber Presse, Film und Hörfunk ein. Die Folge war ein Schritt zurück in Richtung bewahrende Medienpädagogik.

Die präventiv-normative Medienpädagogik unterscheidet sich von dieser aber dadurch, dass sie als Ziel hatte, die MediennutzerInnen und allen voran Jugendliche dazu zu bringen, sich vor negativen Einflüssen selbst zu schützen. Sie ist ihr aber insofern ähnlich, als man Kinder von diesen Medien möglichst fernhalten wollte.

Als in den 1950er Jahren das Fernsehen hinzukam, führten „*empirisch gewonnene Erkenntnisse über Filmwirkungen [...] zur Annahme, dass Kinder und Heranwachsende der Bilderflut und der Illusions- und Manipulationskraft [von Film und Fernsehen] ohne Einleitung entgegenwirkender medienerzieherischer und gesetzlicher Schritte weitgehend*

¹ Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Wolfgang_Herrmann_%28Bibliothekar%29

² Hüther, Schorb 2005 / S. 120

*hilflos ausgeliefert seien*¹ zu diversen Gesetzen und Maßnahmen zum Schutz der Jugend, etwa dem Gesetz zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit (JÖSchG, 1951).

Man glaubte, dass durch eine geringe Nutzung solcher Medien auch die Gefahren eingedämmt werden konnten. Jedoch konnte es nicht gelingen, Jugendliche vollständig von Film und Fernsehen abzuschirmen.

Zur Zeit der **kritisch-rezeptiven und emanzipatorisch-politischen Medienpädagogik** begannen Jugendliche ihre eigene Medienkultur zu entwickeln, denn *„diese auf Selbst-Immunisierung ausgerichtete Medienerziehung und ein übereifriger Jugendmedienschutz wurden [...] als einengende Bevormundungen empfunden. In bewusster Absetzung zur Erwachsenengeneration schuf sich die Jugend eigene Lebensformen und ein eigenes (Medien) Konsumverhalten, bei denen Blue Jeans und Elvis (Presley)-Tolle, die Nachahmung der Leinwandrebell James Dean und Marlon Brando sowie die provokative Begeisterung für Rock'n Roll [...] zu äußeren Zeichen des inneren Protests wurden.*²

Hinzu kam die schnelle Ausbreitung des Fernsehens, eine rein auf Abwehr konzentrierte Medienpädagogik war nicht mehr zeitgemäß.

Darüber hinaus begann man, Medien aus einem anderen Blickwinkel zu sehen und beispielsweise den Film als Kunstrichtung anzuerkennen. Auch wurde *„die Bedeutung der Zeitung und der Funkmedien für das Funktionieren der Demokratie erkannt“*.³

Nach fortwährenden Zugriffsversuchen politischer Kräfte auf den öffentlichen Rundfunk und zunehmende Pressekonzentration rückten die Hintergrundstrukturen von Massenmedien immer mehr ins Blickfeld der Medienpädagogik. Wirtschaftliche und politische Aspekte gewannen an Bedeutung, der/die Mediennutzer(in) sollte diese Hintergründe erkennen können und über Auswirkungen medialer Einflüsse Bescheid wissen.

Eine *„Erziehung zum aufgeklärten Rezipienten und die Anleitung zum ‚sinnvollen‘ Gebrauch der Medien wurden angestrebt.“*⁴

Während bisher beschriebene medienpädagogische Standpunkte ihren Fokus auf Wirkungsweisen und Einflüsse von Massenmedien legten, etablierte sich zeitgleich zur kritisch-rezeptiven und emanzipatorisch-politischen Medienpädagogik die **bildungstechnologisch-funktionale Medienpädagogik**. Man begann den Einsatz von

¹ Hüther, Schorb 2005 / S. 121 f.

² Hüther, Schorb 2005 / S. 122

³ Bieger u.a.1980 / S. 15

⁴ Hüther, Schorb 2005 / S. 123

Unterrichtsmedien als Lehrmittel zu forcieren, ein Medienboom an Schulen und Universitäten war die Folge. Von Medienverbundsystemen erwartete man sich, den Unterricht besser steuern und effektiver gestalten zu können.

Kritisiert wurde dieser medienpädagogische Ansatz vor allem mit den Argumenten, dass eine solche Art von Unterricht kaum Platz für Kommunikation und selbstständiges Lernen biete. Außerdem würden Massenmedien und eine damit verbundene kritische Medienerziehung außer Acht gelassen werden. *„Eine Medienpädagogik, die wie die emanzipatorisch-politische auf der Grundannahme der Interdependenz von Medien und Gesellschaft basiert, sieht keine wesensmäßigen Unterschiede zwischen Massen- und Unterrichtsmedien; beide sind für sie in ihrer Beeinflussungs- und Informationsfunktion gleichermaßen Instrumente gesellschaftlich bedingter Kommunikation in nur verschiedenen Wirkungsbereichen.“*¹

Die beiden Konzepte der 70er Jahre haben eines gemeinsam – sie ordnen dem/der Mediennutzer(in) eine noch relativ passive Rolle zu.

Dies änderte sich mit dem Aufkommen einer **reflexiv-praktischen Medienpädagogik**, wo nicht mehr die Frage der Wirkung von Medien auf RezipientInnen im Mittelpunkt stand, sondern umgekehrt, nämlich was MediennutzerInnen mit Medien machen können. Man begann, aktive Medienarbeit als wichtig und pädagogisch wertvoll anzusehen. Man ging nicht mehr davon aus, dass der/die Rezipient(in) passiv seiner/ihrer Medienumgebung ausgeliefert ist, sondern sich den eigenen Medienalltag überlegen und selbstständig gestalten kann. Dafür bedarf es aber der nötigen Handlungskompetenz, die mit Hilfe einer reflektiert praktischen Medienpädagogik erlernt werden soll. Der/die Mediennutzer(in) soll so die Möglichkeit einer *„korrigierenden Einflussnahme auf Zustände und Prozesse“* erhalten und zu einem *„aktiven Mitgestalter des öffentlichen Mediengeschehens“* werden.²

Mit Medienkompetenz zur Medienbildung könnte als Motto der heutigen Medienpädagogik angesehen werden. Da Medien sowohl aus dem Privat- wie auch aus dem Berufsleben nicht mehr wegzudenken sind, möchte sie einerseits dazu befähigen, sich in der großen Vielfalt an Medien zurechtzufinden und sie sachgemäß gebrauchen zu können und andererseits neben diesen Anwendungskennnissen eine Orientierungshilfe anbieten, die helfen soll, sich in der modernen und komplexen Medienwelt zurechtzufinden. *„Neben der Vermittlung der notwendigen Basiskenntnisse stehen der Aufbau von Kompetenzen zur*

¹ Hüther, Schorb 2005 / S. 124

² Hüther, Schorb 2005 / S. 126

kritischen Medienrezeption und –reflexion, zur Medienanalyse und –erstellung gleichrangig nebeneinander. Die Aufgabe der Medienpädagogik erschöpft sich nicht in der Vermittlung von Medienkompetenz als formale Fähig- und Fertigkeit zur instrumentellen und kognitiven Bewältigung der neuen Medien, sondern sie ist umfassender auf Lebensbewältigung überhaupt [...] gerichtet.“¹

4. Konzepte der Medienpädagogik

Aus diesen unterschiedlichen, teils widersprüchlichen Denkrichtungen ergeben sich diverse medienpädagogische Konzepte, die allesamt ihre Begründung und Berechtigung haben. Eine einzig gültige Sichtweise gibt es nicht. Diverse Ansichten existieren nebeneinander und entwickeln sich teilweise aus den jeweiligen Schwächen einer anderen Position. Die heutigen Prinzipien unterschiedlicher Richtungen stehen nicht im Gegensatz zu jenen, die zu unterschiedlichen Zeiten dominiert haben. Sie können eher als eine Art Fortführung und Weiterentwicklung dieser verstanden werden, angepasst an ein anderes, moderneres technologisches Umfeld und an veränderte politische Bedingungen.

Die Einteilung dieser Konzepte ist der geschichtlichen Entwicklung sehr ähnlich, an sie wird aber von den jeweiligen Autoren auf unterschiedliche Weise herangegangen.

So etwa unterteilen Tulodziecki/Herzog in die fünf medienpädagogischen Konzepte **behütend-pflegendes**, **ästhetisch-kulturorientiertes**, **funktional-systemorientiertes**, **kritisch-materialistisches** sowie **handlungs- und interaktionsorientiertes** Konzept.² Ersteres sieht den Medienkonsumenten als ein Wesen an, das den Medien hilflos ausgeliefert ist und das es vor schlechten Einflüssen zu beschützen gilt. Dafür sollen Gesetze geschaffen werden. Gleichzeitig sollen MediennutzerInnen zu pädagogisch wertvollen Medien hingeführt werden. Kinder und Jugendliche werden hierbei aber als vollkommen unmündig angesehen, eine Chance zur Auseinandersetzung mit bedenklichen Inhalten wird ihnen von Anfang an verwehrt.

Das ästhetisch-kulturorientierte Konzept konzentriert sich vor allem auf das Medium Film. Geschmack und Beurteilungsvermögen der RezipientInnen sollen geschult werden. Der kulturelle Wert von Filmen steht dabei im Vordergrund. Filmerziehung soll weiters helfen, Jugendliche vor den Gefahren ‚schlechter‘ Filme zu schützen.

¹ Hüther, Schorb 2005 / S. 126

² Vgl. Tulodziecki, Herzog 2002 / S. 124 ff.

Auch das funktional-systemorientierte Konzept von Medienpädagogik konzentriert sich in erster Linie auf die Rezipientin/den Rezipienten. Diese(r) soll als mündige(r) Bürger(in) einer Demokratie und durch reflektiertes Umgehen mit Medien zu einer Verbesserung der medialen Situation in seinem/ihrem Umfeld beitragen. Dazu soll er/sie Zusammenhänge verstehen können und Medienangebote selbstständig beurteilen können. Die Wichtigkeit von Massenmedien für die Aufrechterhaltung und das Funktionieren einer Demokratie werden erkannt, Einfluss und Verantwortungsbereich der MediennutzerInnen werden aber überschätzt. Diesen wird nur die Rolle der Rezipientin/des Rezipienten zuteil, das Produzieren von Medien bleibt einem kleinen Anteil der Gesellschaft vorbehalten.

Diese Ansicht ändert sich mit einer kritisch-materialistischen medienpädagogischen Position. Hier werden Medien als Mittel angesehen, das dabei helfen soll, eigene Anliegen und Bedürfnisse zum Ausdruck zu bringen. Gleichzeitig steht die „*Befähigung zur Ideologiekritik*“¹ im Vordergrund. Der/die Medienkonsument(in) soll politische Interessen durchschauen können. Gefahren können laut dieser Position nicht nur für den/die einzelne(n) Mediennutzer(in) auftreten, sondern für die gesamte demokratische Gesellschaft. Des Weiteren soll sich der/die Rezipient(in) darüber im Klaren sein, dass Medien auch als Ware angesehen werden können, die es bei höchstmöglichem Gewinn zu verkaufen gilt.

Die letzte von Tulodziecki/Herzog beschriebene Position ist die handlungs- und interaktionsorientierte Medienerziehung. Hierbei rücken Bedürfnisse, Fähigkeiten und soziale Bedingungen des Einzelnen in den Vordergrund. Mediennutzung wird als soziales Handeln verstanden, das nicht zufällig ist. Ziele dieser Position sind der „*Erwerb von Einsichten in Prozesse medialer Kommunikation, Entwicklung von Rezeptions- und Produktionskompetenz*“ und die „*Befähigung zu selbstbestimmtem und situationsangemessenem Handeln im Medienbereich unter Beachtung sozialer und gesellschaftlicher Zusammenhänge*“.²

Diese von Tulodziecki/Herzog aufgelisteten medienpädagogischen Konzepte entsprechen in mancher Hinsicht jenen von Sacher³, der in **bewahrpädagogischen, behütend-pflegenden, bedürfnisorientierten Ansatz**, in **kritische Medienerziehung, handlungs- und kommunikationsorientierte Medienerziehung** und **integrative Medienerziehung** unterteilt. Auch der bewahrpädagogische Ansatz nach Apel möchte Kinder und Jugendliche vor schädlichen Einflüssen bewahren.

¹ Tulodziecki, Herzog 2002 / S. 133

² Tulodziecki, Herzog 2002 / S. 136 f.

³ Vgl. Apel, Sacher 2005 / S. 400 f.

Der behütend-pflegende Ansatz greift dies auf und erweitert dadurch, dass die MediennutzerInnen zu wertvollen Medien hingeführt werden sollen.

Das bedürfnisorientierte Konzept fragt nach den Gründen bestimmter Nutzungsverhalten, während die kritische Medienerziehung darauf hinzielt, Manipulation zu verhindern und Jugendliche dazu zu befähigen, diverse mediale Machtstrukturen zu erkennen.

Die handlungs- und kommunikationssorientierte Medienerziehung möchte nach Sacher eine qualitative Verbesserung der Kommunikation über Medien erzielen.

Integrative Medienerziehung bezieht sich auf die Medienerziehung im Schulunterricht, wobei möglichst viele unterschiedliche Medienerfahrungen Bestandteil des Unterrichts sein sollen.

Auch Bieger unterscheidet in ähnlicher Weise, wobei er aber nur in vier Konzepte unterteilt. Er nennt die Positionen **bewahrendes, kritisches und emanzipatorisches Konzept** sowie **Medienerziehung durch Medienproduktion**.¹ Erstere stimmt mit den Definitionen anderer Autoren überein und ist für Bieger jene, die sich als erste skeptische Reaktion auf jeweils neue Medien einstellt.

Als kritische Medienpädagogik bezeichnet Bieger jene Tendenz, die Gestaltungsprozesse durchschaubar machen will und zu einer kritischen Mediennutzung anregen will.

Das emanzipatorische Konzept ist vergleichbar mit der weiter unten beschriebenen ideologiekritischen Position nach Schell und stimmt mit Grundprinzipien der von Tulodziecki/Herzog genannten funktional-systemorientierten und kritisch-materialistischen Konzepte überein². Sie ist von einer breiten Medienskepsis gekennzeichnet und möchte vor Manipulation schützen, indem Machtstrukturen erkennbar gemacht werden sollen.

Als letztes Konzept nennt Bieger die Medienerziehung durch Medienproduktion. Durch aktive Medienarbeit sollen Jugendliche Kritik gegenüber medialen Gestaltungsmitteln aufbauen. Auch sollen sie dadurch lernen, die eigene Meinung auf effektive Weise artikulieren zu können.

4.1 Ziele medienpädagogischer Ansätze

So unterschiedlich die Herangehensweise an eine Abgrenzung und Unterteilung einzelner medienpädagogischer Konzepte auch sein mag, sie alle versuchen Leitziele

¹ Vgl. Bieger 1980 / S. 32 ff.

² Vgl. Tulodziecki, Herzog 2002 / S. 130f.

zusammenzufassen, die mit Hilfe einzelner Ansätze bei den MediennutzerInnen erreicht werden sollen. Hüther/Schorb fassen diese Ziele wie folgt zusammen¹:

- Bewahren, Informieren, Sensibilisieren, Aktivieren, Emanzipieren, Funktionalisieren.

Diese Grundprinzipien stehen nicht in Analogie zu einzelnen Konzepten, werden aber durch diese vertreten und stehen je nach Position mehr oder weniger im Vordergrund. Ein Konzept kann dabei mehrere Leitziele verfolgen.

Im Folgenden soll auf diese Ziele zusammenfassend nochmals eingegangen werden:

4.1.1 Bewahren

Die bewahrende Funktion von Medienpädagogik kommt immer dann zum Tragen, wenn man davon ausgeht, dass der Medienkonsument durch die Inhalte von Film, Fernsehen und anderer Massenmedien gefährdet ist. Nicht nur mit dem Aufkommen dieser Medien spielte diese pädagogische Einstellung eine vorherrschende Rolle, auch heute gibt es Diskussionen rund um die Gefahren, die beispielsweise von brutalen Filmen oder Gewalt verherrlichenden Computerspielen ausgehen können. Man ist der Meinung, dass diese Art von Medien einen negativen Einfluss auf das Verhalten Kinder und Jugendlicher ausüben und sie daher vor ihnen abgeschirmt und durch Normen und Gesetze geschützt werden müssen. Eine bewahrende Medienpädagogik soll dabei Präventivcharakter haben.

Wenn eine normative Medienpädagogik heute nicht mehr so stark vertreten wird, hat dies mehrere Gründe. Zum einen ist es in der heutigen Zeit unmöglich, Kinder von Massenmedien fernzuhalten, da diese unser Alltagsleben prägen. Zum anderen stärken strikte Verbote den Anreiz derartiger Medien für Jugendliche. Weiters treten einige Pädagogen dafür ein, nicht allein die beispielsweise gewalttätigen Inhalte der Massenmedien für ein ebensolches Verhalten Kinder und Jugendlicher verantwortlich zu machen, denn dieses lasse sich pädagogisch nur sinnvoll erfassen und aufarbeiten, wenn man sie mit Formen und Ursachen der im Alltag real erlebten Gewalt in Bezug setze.²

4.1.2 Informieren

Grundsätzlich möchte jede Form von Medienpädagogik über Medien – sei es über ihre Handhabung und technische Aufmachung, sei es über Gefahren, Machtstrukturen oder Gestaltungsmittel - informieren. Dies kann in Form von Medienkunde zum Ausdruck

¹ Vgl. Hüther, Schorb 2005 / 269 ff.

² Vgl. Theunert 1996 in: Hüther, Schorb 2005 / S. 270

kommen, die dabei helfen soll, mit dem erworbenen Medienwissen die richtige Handhabung von Medien zu beherrschen.

Es kann aber auch weiterführen und als *„Voraussetzung für kritische Rezeption, Medienanalyse und Medienhandeln genutzt werden, denn nur wer über Medien aufgeklärt ist, kann sie verstehen, hinterfragen und zum eigenen Nutzen handhaben“*¹. In diesem Fall stehen medienpädagogische Ansätze dafür, *„über Organisation, Struktur, politische Bedeutung, Arbeits- und Wirkungsweisen der Medien“* zu lehren.²

4.1.3 Sensibilisieren

Hier steht das Analysieren von Massenmedien im Vordergrund und somit rezeptive Medienarbeit. Durch die genaue Analyse bestimmter Medien soll erkennbar werden, inwiefern etwa Machtstrukturen zum Tragen kommen oder Manipulationsversuche stattfinden. Der/die Medienkonsument(in) soll dabei lernen zu durchschauen, welche eigentlichen Interessen hinter der Gestaltungsform, Aufmachung und dargebrachten Information liegen. *„Ziel dieser Medienpädagogik ist der kritische Rezipient, der die ökonomischen und politischen Implikationen der Massenkommunikation kennt und mit ihnen umzugehen weiß, ohne sich von ihnen manipulieren zu lassen.“*³

4.1.4 Aktivieren

Mit dem Leitziel des Aktivierens verlagert sich die Rolle der Medienrezipientin/des Medienrezipienten hin zu jener des Medienproduzenten. Diese Ansicht vertritt im Wesentlichen die Meinung, dass der/die Einzelne mit seiner Kommunikations- und Artikulationsfähigkeit etwas bewirken kann und auch soll. MediennutzerInnen sollen zwar weiterhin kritische RezipientInnen bleiben, gleichzeitig wird ihnen aber auch mehr Verantwortung zugebracht. Aktivieren bedeutet zwar auch aktive Medienarbeit, mehr noch steht es aber dafür, dass der/die Rezipient(in) in seiner/ihrer Funktion nicht mehr als passive(r) Medienkonsument(in) angesehen wird, sondern als jemand, der aktiv etwas verändern kann. Medien sollen dabei nicht *„Distributionsapparate einiger, sondern Kommunikationsmittel aller“* sein.⁴

„Die Herstellung eigener Medienprodukte wird zum einen als Möglichkeit gesehen, den Gegenstand ‚Medien‘ zu begreifen und zu beherrschen, um so leichter gegen Manipulationen

¹ Hüther, Schorb 2005 / S. 270

² ebda.

³ Hüther, Schorb 2005 / S. 270

⁴ Hüther, Schorb 2005 / S. 271

der Massenmedien gefeit zu sein, zum anderen als Methode, nicht nur Erfahrungen ‚über‘ Medien zu machen, sondern mit ihrer Hilfe auch eigene Interessen bzw. Gruppeninteressen zu eruieren und zu artikulieren und darüber Öffentlichkeit herzustellen.“¹

4.1.5 Emanzipieren

Das Ziel des Emanzipierens der Medienrezipientin/des Medienrezipienten steht in engem Zusammenhang mit dem des Aktivierens. Im Vordergrund steht auch hier aktive Medienarbeit, über die jede(r) Einzelne seinen Standpunkt öffentlich vertreten kann. Ziel ist es, dem/der Mediennutzer(in) zu verstehen zu geben, dass es nicht nur einer relativ kleinen Gruppe von Menschen vorbehalten ist, Medien zu gestalten und ihre Inhalte zu bestimmen, denn jeder soll das Recht und die Möglichkeit haben, über Medien zu kommunizieren. Im Gegensatz zum funktionalisierenden Ziel von Medienpädagogik soll sich der/die Mediennutzer(in) seiner/ihrer Position bewusst werden und von der Haltung des/der Medienkonsumenten/-konsumentin zu einer des/der Medienmitgestalters/-gestalterin gelangen.

4.1.6 Funktionalisieren

„Wenn Medien systematisch und unter Kalkulation ihrer Wirkungen zum Erreichen vorgegebener Ziele eingesetzt werden, die im Bewusstsein oder Verhalten des Rezipienten eine Veränderung im Sinne des Kommunikators erreichen wollen, kann man von einer Funktionalisierung der Mediennutzer sprechen.“² Dies wird am besten am Beispiel der Werbung deutlich, die als Medium dafür verwendet wird, beim Konsumenten Bedürfnisse zu wecken und das Konsumverhalten Einzelner zu beeinflussen.

In Bezug auf medienpädagogische Konzepte kommt dem Ziel des Funktionalisierens vor allem dann eine Bedeutung zu, wenn der Schwerpunkt auf Medienarbeit gelegt wird ohne dabei pädagogische Prinzipien und Ziele zu beachten. Begleitet von einer breiten Medienfaszination wird der Schwerpunkt schulischer Medienpädagogik auf eine möglichst moderne Ausstattung und die damit verbundene kompetente Handhabung reduziert. SchülerInnen werden dann insofern funktionalisiert, als sie zu bloßen Medienkonsumenten degradiert werden (man denke hierbei etwa an Laptop-Klassen).

¹ Schell 1993 / S. 26

² Hüther, Schorb 2005/ S. 272

2. Teil – Medienpädagogik und Schule

1. Die Bedeutung von Medien im Unterricht

Medienkompetenz im Sinne des Wissens über eine fachgerechte Handhabung diverser technischer Medien ist heute oft Voraussetzung für das Berufsleben. Aber auch im Alltag wäre man aus vielen gesellschaftlichen oder kulturellen Bereichen ausgeschlossen, wüsste man nicht mit Medien umzugehen.

Medien haben daher schon seit längerem Einzug in den Unterricht gehalten. Dabei sind Einsatzweise, Funktion und Bedeutung sehr unterschiedlich.

Dieser Aspekt soll an dieser Stelle thematisiert werden, der Fokus soll dabei aber von Beginn an auf Funktion und Nutzen von Massenmedien im Unterricht gelegt werden.

Für den Unterricht sind Medien in zweifacher Hinsicht von Bedeutung:¹ Erstens, weil sie als *„Werkzeug zur Gestaltung von Lernprozessen, von Kommunikation und zur Selbstdarstellung“*² genutzt werden können.

Bezogen auf Massenmedien kann dies etwa in Form einer russischsprachigen Schülerzeitung, oder E-Mailkorrespondenz mit gleichaltrigen SchülerInnen einer russischen Schule der Fall sein.

Zweitens sind Medien und so auch Massenmedien Teil der Realität und *„Kulturgut“*.³ Als Ausdrucksmittel einer Gesellschaft und deren Konventionen und Einstellungen sind es vor allem die Massenmedien, die für den Fremdsprachenunterricht besonders interessant sind, denn sie liefern für den Außenstehenden, der sich mit dieser Gesellschaft und Kultur näher beschäftigt, viele authentische Informationen.

Welche Medien im Unterricht eingesetzt werden und wann, hängt von mehreren Faktoren, wie dem Thema, dem Unterrichtsziel, der Zugänglichkeit zu bestimmten Medien oder der Organisierbarkeit für den Einsatz und die Arbeit mit bestimmten Medien (etwa Verfügbarkeit eines Computerraums für die Arbeit mit dem Internet) ab. Sie müssen dem Lernfortschritt der SchülerInnen angepasst sein und ihre Interessen und Fähigkeiten berücksichtigen. Natürlich werden auch der Aufwand und die Vorbereitungszeit ausschlaggebend für das Einsetzen bzw. Ablehnen eines Mediums sein.

¹ Vgl. Köck 2005 / S. 361ff.

² Köck 2005 / S. 364

³ ebda.

Hilfreich ist der Einsatz von Medien, insbesondere von Massenmedien, auf jeden Fall als Unterstützung für den Erwerb aller Fertigkeiten, die Lernziel des Fremdsprachenunterrichts sind. Erdmenger fasst diese Lernziele in drei Gruppen: *pragmatische Lernziele*, *kognitive Lernziele* und *affektive Lernziele*.¹

Pragmatische Lernziele sind die produktiven und rezeptiven Fähigkeiten: Schreiben, Sprechen sowie Hör- und Leseverstehen, aber auch die in letzter Zeit wieder mehr Beachtung findenden Kenntnisse des Übersetzens und Dolmetschens. Als *kognitive Lernziele* definiert Erdmenger Wissen über Wortschatz, Grammatik und Landeskunde. Zudem führt er als *affektive Lernziele* „Lernbereitschaft, die Bereitschaft, eigene Stereotype zu erkennen, zu überprüfen und zu modifizieren, aktive Toleranz sowie die Bereitschaft zum Verständnis für Ausländer und Angehörige anderer Kulturen und zur Verständigung mit ihnen“² an.

Massenmedien können den Erwerb dieser Fähigkeiten in umfassender Weise unterstützen. So etwa fördert die Arbeit mit Audiofiles, Radioaufnahmen, Filmen oder Fernsehserien das Hörverständnis. Der Einstieg in ein neues Thema über Massenmedien erhöht das Interesse und die Motivation und bietet ausreichend Sprechanlässe für anschließende Diskussionen. Weiters können Nachrichten ins Russische oder in die Muttersprache übersetzt werden oder Fortsetzungen zu vorzeitig abgedrehten Filmausschnitten verfasst werden, um auch das Schreiben zu trainieren. Weiters können Dokumentationen oder Internetrecherchen zur Exploration landeskundlicher Schwerpunkte genutzt werden und mit Hilfe von medialen Beiträgen Wissen über Lebensart, kulturelle Besonderheiten etc. der Zielkultur vermittelt werden, was wiederum auch Verständnis und Toleranz gegenüber dem fremden Land und dessen Kultur stärkt.

Massenmedien, wie auch Medien im Allgemeinen können einerseits **Unterrichtsmittel** als auch **Unterrichtsgegenstand** sein.

1.1 Medien als Unterrichtsmittel

Als Unterrichtsmittel dienen sie der optimalen Gestaltung des Unterrichts und fungieren dazu als Werkzeug. Ihre Einsatzmöglichkeiten wie auch die didaktischen Auswahlkriterien für ein bestimmtes Medium sind sehr vielfältig.

¹ Vgl: Erdmenger 1997 / S. 13f.

² ebda.

„Im Prinzip können Medien alle Funktionen und Ziele des Unterrichts unterstützen und teilweise auch alleine tragen. D. h. sie können motivieren, veranschaulichen, aktivieren, informieren und darbieten, Verstehen anbahnen, Einstellungen aufbauen, Kenntnisse und Fertigkeiten sichern und üben, Lernerfolge kontrollieren und vieles andere mehr. Welche Funktionen ein Medium im Einzelnen erfüllen kann, hängt nicht nur von seinem Design, sondern auch von seiner Verwendung im Unterricht und von der jeweiligen Lehr-Lern-Situation ab.“¹

Im Russischunterricht können Massenmedien unterstützend wirken, wenn man beachtet, dass vieles von dem, was dem Schüler/der Schülerin im Fremdsprachenunterricht beigebracht werden soll, nicht in deren direkten Erfahrungsbereich liegt. Mit Hilfe von Dokumentarfilmen, Reiseberichten und Landschaftsporträts in Zeitschriften bzw. Filmen über gewisse Lebensumstände eines Teiles einer Gesellschaft oder historische Ereignisse etc. können Massenmedien dazu beitragen, den SchülerInnen diese Dinge näher zu bringen und so seinen Horizont als auch interkulturelle Kompetenzen zu erweitern.²

Massenmedien können weiters einen wichtigen Beitrag dazu leisten, den Unterricht weniger lehrerzentriert zu gestalten und damit auch andere Meinungen und Interpretationsweisen als jene der Lehrerin/des Lehrers darzustellen. Beispielsweise existieren verschiedene Dokumentarfilme über die Stadt St. Petersburg, wobei viele davon einen jeweils anderen Blickwinkel beleuchten und andere Themen in den Vordergrund stellen. Die Lehrperson könnte einen davon auswählen, wobei es immer noch möglich ist, seine eigenen Erfahrungen und die Einstellung zu dieser Stadt etwa durch Erzählungen und Reisefotos ergänzend darzustellen.

Weiters helfen Medien und so auch Massenmedien dabei, den Unterricht ökonomischer zu gestalten, da derselbe Inhalt in mehreren Klassen verfügbar gemacht werden kann und dieser somit einer großen Anzahl von SchülerInnen zugänglich ist. Auch können diese Informationen jederzeit wiederholt werden, ohne dass sie dabei verändert werden.

Zudem gibt es Medien, die die SchülerInnen anregen, selbst aktiv zu werden. *„Bestimmte Medien [...] fördern die Eigenaktivität der Schüler und damit ihre Fähigkeit, sich Wirklichkeit langfristig selbsttätig zu erschließen.“³* Dazu zählen beispielsweise Experimentiermaterial oder Medienverbundsysteme. Aber auch Massenmedien können diese Fähigkeit fördern. Etwa könnte ein russischsprachiger Film an einer Stelle gestoppt werden,

¹ Apel; Sacher 2005 / S. 402

² Vgl. Köck 2005 / S. 365

³ Köck 2005 / S. 365

die eine Problemsituation aufwirft, und im Anschluss daran könnte über den weiteren Fortgang der Szene, über eventuelle Handlungsmöglichkeiten etc. diskutiert werden oder es könnten Abschnitte des Dargebotenen in Rollenspielen dargestellt werden. Weiters wären auch Internetrecherchen dafür geeignet.

Ein positiver Aspekt bei der Verwendung von Medien als Unterrichtsmittel liegt auch daran, dass sie auf Jugendliche motivierend und ansprechend wirken.

1.2 Medien als Unterrichtsgegenstand

Als Unterrichtsgegenstand stehen Medien und ihre Bedeutung für den Menschen im Zentrum des Unterrichts. Unterrichtsgegenstand ist im Fremdsprachenunterricht zwar in erster Linie die Fremdsprache selbst, aber um diese anzuwenden, werden weitere Themen (Tagesablauf, Bewerbungsgespräch, Einkaufen, etc.) Gegenstand des Fremdsprachenunterrichts. Auch Medien und ihre Erscheinungsformen, Inhalte und Auswirkungen auf das Leben können als Unterrichtsgegenstand dienen. Dadurch werden einerseits sprachliche Strukturen, Wortschatz etc. erarbeitet, andererseits aber auch das Thema Massenmedien in der Fremdsprache besprochen.

Für eine effektive und umfassende Form von Medienerziehung sollen Medien daher nicht nur Unterrichtsmittel, sondern häufig auch Unterrichtsgegenstand sein.

2. Rahmenbedingungen und gesetzliche Vorgaben der schulischen Medienerziehung

Medienerziehung findet immer mehr auch in schulpolitischen Diskussionen Eingang. Ihr Stellenwert hat sich in den letzten Jahren bedeutend erhöht.

Gesetzliche Vorgaben, wie Medienpädagogik im Schulunterricht in etwa auszusehen hat, finden sich sowohl in den Lehrplänen der Oberstufe als auch im Grundsatzterlass Medienerziehung des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur (BMUKK).

Erlässe sind von einem Ministerium ausgehende Verwaltungsvorschriften, die sich an eine diesem Ministerium unterstellte Behörde oder Institution richten. Sie bestimmen die Organisation der Behörde und deren Handeln. Diese muss sich an die Weisungen halten und diese umsetzen.

2.1 Grundsatzterlass Medienerziehung

Der Grundsatzterlass Medienerziehung stammt aus dem Jahr 1989, die letzte Neuerung aus dem Jahr 2001. Er charakterisiert die moderne Entwicklung der Massenmedien, ihre Bedeutung und ihre Wirkung auf Jugendliche und auf die Gesellschaft. Weiters werden relevante Begriffe aus der Medienpädagogik umrissen. Die elektronischen Medien werden als Herausforderung gesehen, die Schule müsse sich *„verstärkt dem Auftrag stellen, an der Heranbildung kommunikationsfähiger und urteilsfähiger Menschen mitzuwirken, die Kreativität und die Freude an eigenen Schöpfungen anzuregen und sich im Sinne des Unterrichtsprinzips „Medienerziehung“ um eine Förderung der Orientierung des Einzelnen in der Gesellschaft und der konstruktiv kritischen Haltung gegenüber vermittelten Erfahrungen zu bemühen.“*¹

Als Zielsetzung der schulischen Medienerziehung wird Medienkompetenz im Sinne des Wissens über die technische Handhabung, aber auch der *„Selektionsfähigkeit, Differenzierungsfähigkeit, Strukturierungsfähigkeit und dem Erkennen eigener Bedürfnisse“*² angeführt. Der/die Schüler(in) soll zudem lernen, Kommunikationsbedürfnisse aber auch Kommunikationsdefizite zu erkennen.

Im Grunderlass Medienerziehung wird weiters angeführt, Schülerinnen und Schüler auf Begleiterscheinungen aufmerksam zu machen, die sich etwa in Form von erhöhtem Konsumbedürfnis oder einer Mitbestimmung des Freizeitverhaltens durch elektronische Medien manifestieren. In Hinblick auf Medien als Kommunikationsmittel soll den SchülerInnen vermittelt werden, dass Medien nie vollkommen neutral und objektiv sein können, sondern immer etwas darstellen, das von Menschen und deren Blickwinkel geschaffen wurde. Dieselben Informationen können auf sehr unterschiedliche Weise aufbereitet und übermittelt werden und deshalb auf die RezipientInnen unterschiedliche Wirkungen haben. Auch sollen SchülerInnen lernen, Inhalte – beispielsweise einseitig oder klischeehaft dargestellte Rollenbilder – zu hinterfragen. Weiters sollen Medien als Wirtschaftsfaktor ausreichend thematisiert werden.

Zusätzlich zu diesen Zielen sieht der Erlass vor, aktive Medienarbeit in den Unterricht zu integrieren. Gemeint ist aber nicht das bloße Anwenden von Medien, sondern diese verbunden mit einer kritischen Auseinandersetzung über die unterschiedlichen Erfahrungen, die dabei gemacht werden.

¹ Grundsatzterlass Medienerziehung, gesamter Text siehe Anhang

² Grundsatzterlass Medienerziehung, gesamter Text siehe Anhang

Medienerziehung soll sich nicht auf einzelne Gegenstände reduzieren. Der Wahrheitsgehalt, aber auch hinter den Medienprodukten mögliche verborgene Interessen, sollen laufend hinterfragt werden und dies, wenn möglich, in mehreren Gegenständen. Medienerziehung, so der Erlass, muss sich an der geistigen Entwicklungsstufe der SchülerInnen und ihren Erfahrungen mit Medien orientieren.

Für die Durchführung medienerzieherischer Maßnahmen und Übungen im Unterricht werden im Grundsatzterlass Medienerziehung Beispiele angeführt. So etwa wird vorgeschlagen, im Deutschunterricht literarische Werke mit der Verfilmung zu vergleichen, um Unterschiede der Medien herausarbeiten zu können. Das Fach Psychologie und Philosophie würde sich eignen, um über Medienethik oder die Psychologie der Massenkommunikation zu sprechen. Der Fremdsprachenunterricht wird dabei nicht angeführt.

Des Weiteren ist eine enge Zusammenarbeit mit den Eltern anzustreben. *„Im Sinne des SchUG § 62 [...] sollen die Erziehungsberechtigten gerade im Bereich der Medienerziehung zur Erziehungsarbeit eingeladen werden. Medienkonsum, -gewohnheiten, und -wirkungen sollen im Rahmen von Elternabenden behandelt werden; im Schulgemeinschaftsausschuss können weitere Aktivitäten [...] angeregt werden.“¹*

Der Erlass sieht weiters vor, Seminare und Vorträge zu veranstalten, die LehrerInnen auf diesen Bereich der Pädagogik aufmerksam machen und schulen sollen. Medienerziehung sollte bereits Teil der LehrerInnenausbildung sein.

2.2 Gesetzliche Vorgaben der Lehrpläne

Auch in den **Lehrplänen** der einzelnen Schultypen ist Medienerziehung als Bestandteil der schulischen Ausbildung vorgesehen.

So etwa heißt es im Lehrplan der Handelsakademien: *„Im Sinne einer ganzheitlichen Bildung sind der Handelsakademie auch Aufgaben gestellt, die nicht einem Unterrichtsgegenstand oder wenigen Unterrichtsgegenständen zugeordnet werden können, sondern fächerübergreifend zu bewältigen sind. Als solche Bildungsaufgaben (Unterrichtsprinzipien) sind aufzufassen: Gesundheitserziehung, Lese- und Sprecherziehung, **Medienerziehung**, Politische Bildung (einschließlich staatsbürgerlicher Erziehung und Friedenserziehung), Erziehung zur Gleichstellung von Frauen und Männern, Sexualerziehung, Umwelterziehung, Verkehrserziehung, Vorbereitung auf die Arbeits- und Berufswelt sowie Wirtschafts- und*

¹ Grundsatzterlass Medienerziehung des BMUKK, Punkt 4.7

*Konsumentenerziehung.*¹ Für den Pflichtgegenstand Deutsch wird erwartet, dass die SchülerInnen dazu befähigt werden, Informationen aus Nachschlagewerken und elektronischen Medien angemessen zu nutzen und kritisch beurteilen zu können. Medien sollen ausreichend thematisiert werden, sodass Schülerinnen und Schüler diese als *„Institution und Wirtschaftsfaktor sowie deren Bildungs-, Unterhaltungs- und Informationsfunktionen verstehen können, und in ihrem Lebensbereich zu bewusstem, kritischem und mitbestimmendem Umgang mit Medien befähigt sind sowie mögliche Manipulationen durchschauen können.“*² Weiters sollen eigene Medienprodukte erarbeitet und präsentiert werden können. Auch für die Zweite Lebende Fremdsprache sind Internetnutzung und selbstständige Informationsrecherchen vorgesehen.

Im ersten Teil des Lehrplans für die Allgemeinbildende Höhere Schule (Punkt 3: „Leitvorstellungen“) wird ebenfalls auf die Integration von Medienerziehung Bezug genommen: *„Innovative Technologien der Information und Kommunikation sowie die Massenmedien dringen immer stärker in alle Lebensbereiche vor. Besonders Multimedia und Telekommunikation sind zu Bestimmungsfaktoren für die sich fortentwickelnde Informationsgesellschaft geworden. Im Rahmen des Unterrichts ist diesen Entwicklungen Rechnung zu tragen und das didaktische Potenzial der Informationstechnologien bei gleichzeitiger kritischer rationaler Auseinandersetzung mit deren Wirkungsmechanismen in Wirtschaft und Gesellschaft nutzbar zu machen.“*³ Auch unter Punkt 5, „Bildungsbereiche“ wird Medienerziehung als Unterrichtsprinzip angeführt. Ein kritischer Umgang mit und eine konstruktive Nutzung von Medien seien zu fördern und die Erstellung eigenständiger Arbeiten mit Mitteln der Informationstechnologie sei anzuregen.

In Bezug auf Medienerziehung in der Lebenden Fremdsprache (Pflichtgegenstand) gilt es, die Lernenden zur *„gezielten Nutzung fremdsprachlicher Informationsquellen“*⁴ zu befähigen. Es gilt, die neuen Medien häufig in den Unterricht einzubauen und die SchülerInnen anzuleiten, diese selbstständig zu nutzen, etwa bei der Führung eines Portfolios.

¹ http://www.berufsbildendeschulen.at/upload/598_HAK%20LP%202004%20-%20Anlage%201.pdf

² ebda.

³ http://www.bmukk.gv.at/medienpool/11668/lp_ahs_neu_allg.pdf

⁴ http://www.bmukk.gv.at/medienpool/11854/lebendefremdsprache_ost_neu0.pdf

3. Problemfeld: Der Wirkungsbereich medienpädagogischer Maßnahmen im schulischen Umfeld

Es muss bemerkt werden, dass der Wirkungsbereich medienpädagogischen Handelns im schulischen Umfeld nicht überschätzt werden darf, da viele Faktoren und dabei vor allem das Elternhaus mitbestimmend für die Art der Mediennutzung Jugendlicher sind.

Aus diesem Grunde ist es wichtig, eine Zusammenarbeit mit den Eltern anzustreben. Hilfreich könnten Elternabende sein, anlässlich derer dieses Thema angesprochen wird. Die Eltern sollten ausreichend über die Probleme einer falschen oder zu extensiven Mediennutzung informiert werden, aber auch Hilfestellungen dazu erhalten. Diese Themen könnten auch in Form einer Projektarbeit (unabhängig davon, in welchem Schulfach) von den SchülerInnen erarbeitet und den Eltern präsentiert werden. Auch könnte eine aus engagierten LehrerInnen bestehende Arbeitsgruppe eine Informationsbroschüre für die Eltern erstellen. Die Medienerziehung zu Hause spielt eine wichtige Rolle!

Bedacht werden muss auch, dass die durch medienpädagogische Übungen gewünschten Lernprozesse durch Medienpädagogik zwar initiiert, aber nicht vollzogen werden können: *„Die Emanzipation der Jugendlichen besteht als Leitziel des pädagogischen Handelns, eine Operationalisierung dieses Ziels verbietet sich jedoch. Denn die gesellschaftlichen Subjekte können – auch als Adressaten von Lernprozessen – nur selbst gegen ihre Abhängigkeit und Fremdbestimmung angehen und in jedem einzelnen Fall nur selbst die Form von Selbstbestimmung definieren[...]. Die Fähigkeit zur Emanzipation von unzumutbaren Zwängen können die gesellschaftlichen Subjekte nur selbst entwickeln.“¹*

Der Wirkungsbereich medienpädagogischer Arbeit in der Schule ist auch dadurch begrenzt, dass Schule bzw. Lehrpersonen nicht beeinflussen können, zu welchen Medien Jugendliche Zugang haben. Die Schule kann aber Ort für sinnvolle Freizeitaktivitäten sein, in denen die SchülerInnen die Möglichkeit haben sich zu entwickeln und zu entfalten. Die Gründe, weshalb Medien auf Jugendliche eine so große Faszination ausüben, sieht Tulodziecki darin, dass ihre Lebenswelt im Vergleich zu früher *„kaum noch Möglichkeiten unmittelbar sinnhafter Erfahrungen bietet.“²* Deshalb soll die Schule nicht nur Ort der Wissensvermittlung sein, sondern

„verstärkt auch unmittelbare Erfahrungen [...] ermöglichen. Dies kann u.a. geschehen durch - Beobachtungen in der realen Welt, in Form von Erkundungen und Exkursionen

¹ Helga Theunert in: Schell 1993 / S. 52

² Tulodziecki 1985 / S. 165

- *handwerkliche, künstlerische, wissenschaftliche und auf Öffentlichkeit bezogene Projekte, in deren Rahmen auch ein aktiver Mediengebrauch seinen Platz haben kann,*
- *Entwicklung des Schullebens mit Sport, Spiel und Feier“.*¹

Auf diese Art lernen Jugendliche Alternativen kennen und die Schule leistet einen indirekten Beitrag zur Medienerziehung.

Für ein Gelingen von Medienerziehung im Rahmen des Schulunterrichts ist es meines Erachtens wichtig, dass zukünftige Lehrerinnen und Lehrer bereits im Laufe ihrer Ausbildung Kenntnisse im Bereich der Medienpädagogik erhalten. Zwar ist dies an vielen Instituten bereits Teil der Ausbildung, aber nicht alle LehramtsstudentInnen nehmen an medienpädagogischen Seminaren teil. Ich befürworte daher, Medienpädagogik als verpflichtenden Bestandteil der LehrerInnenausbildung einzuführen. Diese Auseinandersetzung mit den positiven und negativen Aspekten von Massenmedien und ihren Funktionen soll auch verhindern, dass der/die angehende Lehrer(in) eine durch und durch negative Einstellung zu Massenmedien aufbaut bzw. beibehält oder vollkommen desinteressiert und unberührt von diesem durchaus wichtigen Thema ist. Denn eine solche Grundhaltung beeinträchtigt die Integration einer kritischen Medienerziehung in den Unterricht. Dazu wäre eine Auseinandersetzung mit den Medieninteressen und dem Medienverhalten der Schülerinnen und Schüler grundlegend. *„Die Analyse des eigenen Medienzugangs und die Bereitschaft sich in die von den SchülerInnen konsumierten Medieninhalte und von ihnen reflektierten Medienthemen zu vertiefen, stellt [...] eine wesentliche Prämisse der Medienerziehung dar.“*²

Im Allgemeinen ist es für PädagogInnen wichtig zu wissen, dass Medienpädagogik im Leben eines Jugendlichen nur eine kleine Größe ist und nur in beschränktem Rahmen wirken kann. *„Medienpädagogen müssen sich deshalb bewusst machen, auf welche Schwierigkeiten ihre Bemühungen - wie im übrigen alle pädagogischen Versuche – stoßen und ihre Anspruchshaltung von vornherein relativieren“.*³

Baacke versucht auch an anderer Stelle zu relativieren. *„Nichts ist falscher als eine euphorische Überschätzung der Möglichkeiten von Medien und Medienpädagogik.“*⁴

¹ ebda./S. 166

² Jurina 1998 / S. 147

³ Schell 1993 / S. 51

⁴ Baacke; Kluth 1980 / S. 12

Für sinnvolle und auch wirkungsvolle medienpädagogische Maßnahmen im Unterricht ist es also wichtig, sich dieser begrenzten Möglichkeiten bewusst zu sein.

4. Die Bedeutung von Massenmedien für Jugendliche

Dass Massenmedien (Fernsehen, I-Pod, Computerspiele, Internet, Kinofilme, Jugendzeitschriften...) im Alltag Jugendlicher von großer Bedeutung sind, ist unumstritten. Schell führt sieben Funktionen an, die Medien für die Jugendlichen erfüllen.¹ Es sind dies die Informationsfunktion, die Unterhaltungs- und Entspannungsfunktion, die Integrations- und Meinungsbildungsfunktion, die Zeitfüllerfunktion, die Qualifikationsfunktion, die Funktion, soziales Prestige herzustellen oder zu festigen und die Funktion, interpersonale Kommunikation zu ersetzen.

Die *Informationsfunktion* ist identisch mit der Beschreibung Biegers. Massenmedien übertragen Informationen an eine breite Masse. Sie berichten über Ereignisse, die dann von der Rezipientin/vom Rezipienten aufgenommen werden. Die Tageszeitung ist dabei für Jugendliche von geringerer Bedeutung, vorrangig sind Fernsehen, Internet und Radio. Informiert wird häufig nebenbei, etwa durch Kurznachrichten beim Radiohören.

Ihre *Unterhaltungs- und Entspannungsfunktion* erfüllen Massenmedien insofern, als Jugendliche sie zur Ablenkung nutzen. Massenmedien erlauben es, den Anforderungen des Alltags für eine gewisse Zeit zu entfliehen und abzuschalten. Diese Funktion ist jene, die bei Jugendlichen überwiegt.

Die *Integrations- und Meinungsbildungsfunktion* ist stark von den vorherrschenden Meinungen innerhalb einer sozialen Gruppe abhängig. Je weniger jemand in eine solche integriert ist, desto mehr übernimmt er die in den Massenmedien vorgegebene Meinung. Sind die Meinungen eines Mediums mit denen einer Gruppe identisch, können diese einen starken Einfluss ausüben. Am deutlichsten trifft dies beim Medium Musik zu. So etwa kleiden sich Jugendliche, um zu zeigen, dass sie eine bestimmte Musik hören, auch werden Ansichten vertreten, die von Musikern in ihren Texten ausgedrückt werden.

Auch nehmen Jugendzeitschriften und Magazine im Fernsehen einen hohen Stellenwert als Meinungsbildungsfaktor ein.

Die *Zeitfüllerfunktion* von Medien nahm insofern zu, als viele Medien kompakter, einfacher zu handhaben und transportabel geworden sind. So etwa wird der Schulweg durch das

¹ Vgl.: Schell 1993 / S. 113 – 121

Musikhören über I-Pod und Handy weniger langweilig, Computerspiele am Handy oder Gameboy verkürzen die Wartezeit auf den Bus. Die Medien wurden zu „*Accessoires des Alltags*.“¹

Die *Qualifikationsfunktion* steht in Bezug zu Aus- und Weiterbildung. Jedoch haben Medien, abgesehen vom Buch, laut Schell dafür eher wenig Bedeutung.

Zugenommen haben jedoch, bedingt durch die technologische Entwicklung, Lernsoftware- und Computerprogramme. Das Fernsehen wird kaum mehr zur Bildung genutzt.

Die Funktion, soziales Prestige herzustellen oder zu festigen, vollzieht sich einerseits dadurch, dass Jugendliche versiert im Umgang mit Geräten wie dem Computer sind und dadurch Anerkennung erhalten. Doch auch die Informationen, welche über Massenmedien vermittelt werden, sind dafür wichtig. An einem Gespräch über Inhalte von Fernsehsendungen oder Kinofilmen kann nur teilgenommen werden, wenn man diese kennt und informiert ist.

Meines Erachtens wird Prestige aber auch durch das bloße Besitzen von Massenmedien erlangt. Für Jugendliche ist es nicht nur wichtig, dass sie beispielsweise ein Mobiltelefon besitzen, sondern auch mit welchen Funktionen es ausgestattet ist.

Die *Funktion, interpersonale Kommunikation* zu ersetzen, gewinnt dort an Bedeutung, wo Jugendliche wenig soziale Kontakte und Ansprechpersonen haben. Dies hängt aber auch von Kommunikationsfähigkeit, Bildung und Interesse ab.

¹ Bernd Schorb in: Schell 1993 / S. 116

3. TEIL – Einsatzmöglichkeiten von Massenmedien im Russischunterricht unter dem Aspekt einer kritischen Medienerziehung

1. Vorbemerkungen

Diverse Massenmedien wie Filme, Dokumentationen, Zeitungsartikel oder Werbebeiträge in einer Fremdsprache stellen für den Sprachunterricht eine wertvolle, da authentische Materialquelle dar und werden immer wieder gerne im Unterricht eingesetzt. Vorrangig dabei ist bisher aber vor allem der Aspekt der Motivation und wie diese Materialien sprachlich erarbeitet werden können. In erster Linie soll eine Verbesserung der kommunikativen Fähigkeiten bei der Arbeit mit Massenmedien erreicht werden.

Zusätzlich sollte aber medienpädagogischen Zielen auch im Fremdsprachenunterricht immer wieder Raum gelassen werden. Diese können auch in wenigen eingebauten Sequenzen dem/der Schüler(in) dabei helfen, Medien kritischer gegenüberzutreten und vor allem auch das eigene Medienhandeln zu hinterfragen.

Medienerziehung ist grundsätzlich nicht an ein bestimmtes Schulfach gebunden, lässt sich in einige Fächer aber besser integrieren als in andere. So etwa ist Deutsch ein Gegenstand, in welchem die Thematik Medien sowie Übungen, die die kritische und selbstbestimmte Medienhaltung der SchülerInnen fördern sollen, sehr leicht mit einzubeziehen sind und Medienpädagogik auch am einfachsten zu begründen ist. Denn die Arbeit mit Sprache und sprachlichen Symbolen ist wichtig, möchte man sich aktiv über Medien in das soziale Leben einbringen und sich auf ordentliche Weise artikulieren. Auch ist es wichtig, Gedanken, Gefühle und Erfahrungen in der Muttersprache ausdrücken und Argumente auf- und vorbringen zu können.

Ähnlicher Kompetenzen bedarf es in der Fremdsprache, wenn man mit authentischem Medienmaterial der Zielkultur umgehen können möchte, weshalb Medienerziehung auch in diesen Fächern seine Berechtigung hat. Der Fremdsprachenunterricht bietet reichlich Gelegenheit auf diese auch für das Alltagsleben der SchülerInnen sehr wichtige Thematik einzugehen. Werden die Medienkompetenz fördernde Unterrichtssequenzen in den Fremdsprachenunterricht integriert, müssen diese aber an den fachlichen Kontext angepasst werden.

Die nachstehend dargebotenen Unterrichtseinheiten verstehen sich als Vorschläge und Anregungen und müssen selbstverständlich an die Lerngruppe (Sprachniveau, Alter,

Interesse, Erfahrungen, intellektuelle, aber auch moralische Entwicklung, Mediengewohnheiten etc.) angepasst werden.

Es wurde versucht, sämtliche Aufgabenbereiche der Medienerziehung zu berücksichtigen, die Tulodziecki und andere wie folgt beschreiben:¹

- *Medieneinflüsse erkennen und aufarbeiten*
- *Medienbotschaften verstehen und bewerten*
- *Medienangebote unter Abwägung von Handlungsalternativen auswählen und nutzen*
- *Medien selbst gestalten und verbreiten*
- *Medien hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Bedeutung analysieren und beeinflussen.*

Die nachfolgend beschriebenen Übungen sollen den SchülerInnen also die Gelegenheit geben, Einflüsse, die diverse Medien auf ihre Gefühle, ihre Handlungen oder ihren Tagesablauf haben, zu erkennen und diese aufzuarbeiten, egal ob es sich dabei um positive oder negative Auswirkungen handelt. Zudem sollen die Lernenden die unterschiedlichen Macharten von Medien und ihre spezifischen Charakteristika kennen lernen, um diese in der Folge auch besser einschätzen zu können. Weiters sollen sie befähigt werden, Programme nach vernünftigen Gesichtspunkten auszuwählen bzw. die Medien auf positive Art zur Befriedigung diverser Bedürfnisse wie auch Entspannung oder Unterhaltung zu nutzen. Sie sollen lernen, den vermittelten Informationen, wenn nötig, distanzierter und kritischer entgegenzutreten.

Im Sinne einer umfassenden Medienerziehung wurden immer wieder auch Übungen erarbeitet, die die Schülerinnen und Schüler im aktiven Umgang mit Medien ermutigen sollen. Dies erhöht ihre Medienkompetenz nicht nur im technischen Bereich.

Ein wichtiger Aspekt in der Auswahl und Erarbeitung der Übungen war auch, den SchülerInnen aufzuzeigen, welche Interessen hinter medialen Aussagen stecken können und inwieweit ihre eigenen Bedürfnisse in der Medienwelt berücksichtigt werden.

Wichtig bei der Durchführung der Übungen sind genaue Anweisungen der Lehrerin/des Lehrers. Nur so kann ein genaues und zielstrebiges Arbeiten der Lernenden erreicht werden. Andernfalls würden sie vor allem bei der Nutzung des Internets sehr schnell das Ziel aus den Augen verlieren. Lernerfolge stellen sich nicht von selbst ein, auch wenn beispielsweise beim

¹ Vgl: Tulodziecki u.a.1995 / S. 23ff.

Lernen mit dem Internet mehrere Sinne gleichzeitig angesprochen werden und die Arbeit gleichsam informativ und abwechslungsreich ist. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Übungen klar zu strukturieren.

Eine anschließende Nachbesprechung etwa in Form einer abschließenden Diskussion über die Ergebnisse ist aber ebenso ausschlaggebend für den Erfolg einer Übung.

Besonders Erfolg versprechend scheint die aktive Medienarbeit zu sein, bei der die SchülerInnen selbstständig Medienprodukte herstellen und so den Umgang mit Medien erlernen. Dies wirkt einerseits motivierend, gleichzeitig lernen die SchülerInnen aber auch viel über die Gestaltungstechniken und Prozesse der Medienproduktion. Die zunehmende Sicherheit im Umgang mit Medien verhilft zudem zu mehr Selbständigkeit und Emanzipation.

2. Zeitung

Die Zeitung ist ein Massenmedium, das täglich erscheint und über aktuelle Ereignisse berichtet. Ihre Charakteristika sind Aktualität, Periodizität, Universalität, Publizität und ein begrenzter Umfang.¹ Nach dem Fernsehen und dem Hörfunk ist die Zeitung das Medium, das am häufigsten in Haushalten zu finden ist, sie ist für Kinder und Jugendliche daher leicht zugänglich.²

Das Leseverhalten hängt in nicht zu unterschätzendem Ausmaß auch von der sozialen Stellung ab. Personen, die einer mittleren oder oberen Gesellschaftsschicht angehören, lesen häufiger und regelmäßiger Zeitung als jene einer unteren.³ Auch die Qualität der gewählten Zeitung variiert häufig nach sozialen Kriterien, da Zeitungen dem/der Leser(in) ein gewisses „Abstraktionsvermögen“⁴ abverlangen und Boulevardzeitungen durch einfache Sprache, Bilder und Fotos etc. demjenigen/derjenigen mehr entgegenkommen, der/die diese Fähigkeit nicht so ausgeprägt besitzt bzw. jenem/jener, der/die eher Unterhaltung und Ablenkung als Information sucht.

Je weiter unten man in der Gesellschaftsstufe steht, desto öfter wird das Fernsehen dem Zeitungslernen vorgezogen, jedoch unterscheiden sich die darin dargebotenen Nachrichten in Präsentationsform, Aufmachung und technischen Möglichkeiten von den Zeitungsmeldungen. Während der/die Fernsehzuseher(in) dem Programm folgt, das hintereinander abläuft, kann der/die Zeitungslernende selbst entscheiden, wo er zu lesen beginnt. Weiters werden

¹ Vgl. Bieger u.a 1980 / S. 69

² Vgl. Tulodziecki u.a.1995 / S. 152

³ Vgl. Bieger 1980 / S. 55

⁴ Bieger u. a. 1980 / S. 70

Nachrichten im Fernsehen in einer viel komprimierteren Form dargeboten als in einer Zeitung und können durch Musik ergänzt werden. In Fernsehnachrichten muss versucht werden, die Spannung und damit die Konzentration der ZuseherInnen aufrecht zu erhalten, aus diesem Grund wird vieles nur kurz angeschnitten. Die Zeitung informiert umfangreicher, versucht aber ebenfalls das Interesse der LeserInnen zu lenken, etwa durch Überschriften, Headlines, Titelseiten, Illustrationen, Karikaturen etc.

Ein Vorteil der Zeitung ist u. a. die Möglichkeit, einen Artikel mehrmals lesen zu können. Viele Zeitungen bieten sehr umfangreiche Hintergrundinformationen und Beiträge – der/die Leser(in) entscheidet selbst, wie viel er/sie davon aufnimmt.

Für BürgerInnen eines Staates sind Zeitungen des Weiteren wegen ihrer *kritischen* und *meinungsbildenden Funktion* von Bedeutung.¹ Zeitungen erfüllen ihre kritische Funktion, wenn sie unabhängig über bestimmte Vorkommnisse, Entscheidungen, Persönlichkeiten etc. berichten. Obwohl Pressefreiheit in den meisten Staaten der Erde verfassungsrechtlich gesichert ist, ist es in vielen Ländern nicht möglich, wirklich unabhängig zu berichten. Dies unterbinden nicht nur Regierungen, auch anders ist es möglich auf Zeitungen bzw. einzelne Journalisten Druck auszuüben. Große Unternehmen etwa üben über Anzeigenaufträge Einfluss aus und können so das Fortbestehen einer wirtschaftlich schwächeren Zeitung gefährden. Für den/die Einzelne(n) ist es wichtig, unabhängig informiert zu werden, denn *„der Bürger würde bevormundet, würde er von der Regierung, der Partei, der Gewerkschaft ... informiert. Diese würden nur das mitteilen, was in ihrem Interesse ist. Erst unabhängige Medien gewährleisten, daß der Bürger auch das erfährt, was z. B. die Regierung lieber verschweigen würde. Weil die Presse auch über Vorgänge berichtet, die Regierungen, Parteien, Firmen, Gewerkschaften, Kirchen, Verbände lieber geheimhalten würden, hat sie notwendig eine kritische Funktion.“*²

Otto Depenheuer führt drei Faktoren an, die in großem Ausmaß mitbestimmend sind, ob frei und unabhängig berichtet werden kann. Dies sind nicht nur negative, politische Druckmittel, auch wirtschaftliche Faktoren spielen dabei natürlich eine Rolle³:

1. *Die Abhängigkeit vom Eigentümer*
2. *Die Abhängigkeit von der Politik* und
3. *Die Abhängigkeit vom Geld.*

¹ Vgl. Bieger u. a. 1980 / S. 72 f.

² Bieger u. a. 1980 / S. 73

³ Otto Depenheuer in: Nussberger u. a. 2005 / S. 55 - 59

Der erste Punkt bezieht sich auf die Freiheit von RedakteurInnen und JournalistInnen gegenüber dem/der Eigentümer(in) oder Verleger(in) eines Mediums. JournalistInnen können, rein rechtlich gesehen, über prinzipiell alles berichten, was ihrer Meinung, Einstellung oder Grundauffassung entspricht. Jedoch richtet sich beispielsweise eine Zeitschrift nach einem bestimmten Profil und vertritt somit auch bestimmte politische Ausrichtungen. Diese inhaltlichen Rahmenbedingungen werden vom Eigentümer oder der Eigentümerin vorgegeben und der/die Journalist(in) muss sich danach richten. Das Recht auf Meinungsfreiheit bedeutet also nicht, dass ein(e) bei einer Zeitschrift beschäftigte(r) Journalist(in) über andere Dinge berichtet, als von diesem Medium vorgegeben ist, und dieses damit wirtschaftlich schädigt.

Der zweite Punkt bezieht sich auf das Zusammenwirken von Politik und Medien. Unabhängige Medien sind von großer Bedeutung für freien Informationsfluss und Meinungsbildung einer un gelenkten Demokratie: *„Die Unabhängigkeit der Medien ist unverzichtbare Bedingung ihrer Bedeutung für eine freiheitliche Demokratie. Eine staatlich gelenkte oder staatsnah agierende Medienlandschaft führt allenfalls zu einer „gelenkten“ Demokratie, die aber mit einer „Herrschaft des Volkes“ wenig zu tun hat. Die Unabhängigkeit der Medien ist daher zu Recht ein hohes Gut, dessen Tangierung sensibel beobachtet werden muss.“¹*

Als Beispiele des Missbrauchs nennt Depenheuer die Hugenberg-Presse der Nazi-Zeit und Berlusconi's Medieneinfluss in Italien.

Depenheuer verweist auch auf kleinere Formen der *„Zusammenarbeit von Politik und Medien“²*, beispielsweise enge Kontakte von PolitikerInnen und JournalistInnen, die wechselwirkend mit Information versorgt werden bzw. an die Öffentlichkeit treten können.

Die Abhängigkeit vom Geld offenbart sich in der grundlegenden Tatsache, dass sich Medien – und so auch Zeitungen – selbst erhalten und finanzieren müssen. Zu einem großen Teil kann dies über Anzeigen und Werbeeinschaltungen geschehen, aber auch die Leseranzahl und damit die Auflagenstärke sind mitbestimmend für den Fortbestand und Umsatz einer Zeitung oder Zeitschrift. Dass sich eine Zeitung daher an den Interessen der Leserschaft orientiert, um sich am Markt zu behaupten, ist an sich nichts Verwerfliches. Problematisch wird es dann, wenn *„die Phänomene der billigen Bedienung des Massengeschmacks durch Sex, Crime und Sensationshascherei, aber auch die mangelnde Sorgfalt der journalistischen Recherche“³* deshalb bei der Berichterstattung und Artikelwahl im Vordergrund stehen. Dies wiederum ist

¹ Otto Depenheuer in: Nussberger u. a. 2005 / S. 56

² ebda. / S. 57

³ ebda. / S. 58

die Chance für qualitätsvolle Medien, die sich durch ein bestimmtes Profil von der Boulevardpresse abheben wollen.

Doch dass Medien unabhängig berichten, bedeutet nicht, dass nicht oft dennoch aus einem einseitigen – weil für richtig gehaltenen - Blickwinkel berichtet wird.¹

In ihrer meinungsbildenden Funktion üben Zeitungen großen Einfluss auf die Sichtweise bestimmter Ereignisse aus. Dass die Presse in ihrer meinungsbildenden Funktion bedeutender ist als Funkmedien, führt Bieger auf zwei Gründe zurück: Erstens, weil Zeitungen ergänzend zu Fernsehen und Radio genutzt werden und ausführlicher berichten und zweitens, weil sich auch JournalistInnen an den Berichten großer, einflussreicher Zeitungen wie „Le Monde“ oder „New York Times“ orientieren und sich Meinungsbildung daher auch innerhalb der Medien vollzieht.²

Die Forderung nach „objektiver Berichterstattung“³ ist daher kaum zu realisieren, schließlich werden die Nachrichten, wie sie der/die Rezipient(in) am Ende empfängt, von jemandem produziert, der die Ereignisse subjektiv wahrnimmt. Je mehr JournalistInnen über ein und denselben Vorfall berichten, desto unterschiedlicher fallen die einzelnen Berichte schlussendlich aus, wenngleich die Fakten auch dieselben sein mögen. Was aber von JournalistInnen erwartet werden muss, sind *„intellektuelle Redlichkeit sowie handwerklich bestmögliche Recherche“*.⁴

Vor allem in Hinblick auf eine umfassende politische Bildung des Jugendlichen soll regelmäßiges Zeitungslesen eingeübt werden. Dieses muss nicht unbedingt anstelle des Fernsehens treten, soll dazu aber eine wertvolle Ergänzung sein. Vor allem Bieger tritt dafür ein, denn Fernsehnachrichten vermitteln Realität anders als Zeitungen. *„Die Zeitung ist unentbehrlich, um das vom Fernsehen vermittelte Bild zu ergänzen und zu korrigieren“*.⁵

Für den Russischunterricht sowie den Fremdsprachenunterricht im Allgemeinen sind Zeitungen wertvoll, weil es sich um *„authentische Texte“* handelt und diese *„viel aktueller*

¹ Bieger führt hierbei das Beispiel des Vietnamkrieges an, von dem lange so berichtet wurde, als befänden sich die USA auf der Gewinnerseite. Zudem wurden Gräueltaten der amerikanischen Armee verschwiegen. Einzig die französische Zeitung „Le Monde“ berichtete aus der Sicht der vietnamesischen Armee. Als dies von anderen bedeutenden Zeitungen übernommen wurde, geriet die amerikanische Regierung zunehmend unter Druck. Ein Sieg wurde als nicht mehr wahrscheinlich hingestellt.

² Vgl.: Bieger u. a. 1980 / S. 73

³ Vgl.: Krempel, Stefan in: <http://viadrina.eu-frankfurt-o.de/~sk/SS00/news/medienrealitaet.html>

⁴ Siegfried Schmidt in: Merten u.a. 1994 / S. 18

⁵ Bieger 1980 / S. 54

*sind, als es ein Lehrbuch jemals sein kann.*¹ Aktuelle Meldungen eignen sich hervorragend für den Fremdsprachenunterricht – sprachliche Ausdrücke, grammatikalische Phänomene etc. können herausgearbeitet werden und das unter dem Aspekt der Aktualität und Realität des Ziellandes. Mit Zeitungen zu arbeiten *„fördert in erster Linie die Lesefertigkeit, bietet in zweiter Instanz Sachinformationen dar und übt in der nachfolgenden Arbeit die Schreib-, Sprech- und Hörverstehensfertigkeiten.“*²

Doch lassen sich auch in den Fremdsprachenunterricht Übungen einbauen, um dem/der Schüler(in) qualitative Unterschiede einzelner Zeitungen bewusst zu machen und auch, um ihnen die Wichtigkeit des Zeitungslesens vermitteln zu können.

Wichtige Voraussetzung für alle nachstehend beschriebenen Übungen ist aber, dass einzelne Artikel durch den/die Lehrer(in) sorgfältig ausgewählt werden und diese(r) ihre Adäquatheit hinsichtlich Sprache, Thema etc. überprüft. Diese Aspekte sind wichtig für das Gelingen einer Übung.

2.1 Beurteilen von Zeitungen hinsichtlich Qualität der Berichterstattung

2.1.1 Zeitungsvergleich

Ein Zeitungsvergleich kann helfen, das eigene Leseverhalten zu hinterfragen, andere Zeitungen kennen zu lernen und sie in Hinsicht auf ihre Qualität einschätzen zu lernen.

Eine diesbezügliche Übung lässt sich auch im Russischunterricht einbauen. Ein Zeitungsvergleich kann dabei, je nach Lernniveau, unterschiedlich erfolgen.

- Im Anfängerunterricht kann es schon sehr aufschlussreich sein, den SchülerInnen authentische russischsprachige Zeitungen vorzulegen, die dann gemeinsam in Hinblick auf ihre Aufmachung analysiert werden. Der bloße Vergleich der Titelseiten wird bereits einiges an Information preisgeben. Einfache Fragen können gemeinsam besprochen und auf Russisch beantwortet werden, wie zum Beispiel:
- Wie lautet der Titel der Zeitschrift?
- Wann ist sie erschienen?
- Weckt diese Zeitschrift dein Interesse? Warum?
- Mit welcher österreichischen Tageszeitung könnte man diese Zeitung vergleichen?

¹ Erdmenger 1997 / S. 98

² Erdmenger 1997 / S. 95

Die Schülerinnen und Schüler lernen dabei verschiedene russische Tageszeitungen kennen und vergleichen, analysieren und untersuchen sie aktiv im Unterricht.¹

- Ein tieferes Eindringen in Aufbau und Struktur der Zeitungen wird möglich, wenn die SchülerInnen sich auf die Gewichtung einzelner Berichte konzentrieren. Dabei ist noch kein genaues Durchlesen der Artikel gefragt, sondern allein ihre Zuteilung in einzelne Sparten. Die Schülerinnen und Schüler werden erkennen können, welche Zeitung ihren Schwerpunkt auf Politik, Wirtschaft oder Sport etc. legt.

- Diese Übung empfiehlt sich auch für fortgeschrittene Russischlernende. Des Weiteren kann der Fokus auf einzelne Berichte verschiedener Tageszeitungen zu ein und demselben Thema gelegt werden, wobei nun näher an Sprache und Ausdrucksmitteln gearbeitet wird.² Welcher Artikel hebt welche Aspekte des Ereignisses hervor? Wird die Nachricht im Vergleich zu einer anderen durch Weglassen einzelner Informationen verfälscht oder können gar Manipulationsversuche erkannt werden? Welcher Eindruck über das Ereignis entsteht, je nachdem, welcher Artikel gelesen wird?

- Ein Zeitungsvergleich kann auch dann sehr interessant sein, wenn die Berichterstattung in Tageszeitungen des Ziellandes mit jener von inländischen verglichen wird. Dies kann als Anlass zu einer Diskussion über verschiedene Einstellungen, Sichtweisen und kulturelle Unterschiede genommen werden. Dabei muss nicht unbedingt ein politisches Ereignis zum Thema gemacht werden. Ein Vergleich der Artikel und Beiträge, die etwa anlässlich des Weltfrauentages am 8. März erscheinen, wird sehr aufschlussreich sein, da diesem in Russland mehr Bedeutung beigemessen wird als in Österreich.

2.1.3 Umschreiben von Meldungen

- Dafür muss ein anspruchsvoller russischsprachiger Artikel ausgewählt und gemeinsam erarbeitet werden. Im Anschluss daran werden die SchülerInnen aufgefordert, diesen Text umzuschreiben, ihn also zu vereinfachen, zu sensationalisieren und eventuell zu kürzen.³ Diese Übung kann auch so gestaltet werden, dass ein Umschreiben eines Fernsehbeitrages in einen Artikel für eine Zeitung erfolgt. Die SchülerInnen lernen damit Unterschiede von Präsentationsformen kennen.

¹ adaptiert nach Bieger u. a. 1980 / S. 74

² adaptiert nach Bieger u. a. 1980 / S. 74

³ adaptiert nach Erdmenger 1997 / S. 99

2.2 Regelmäßiges Zeitungslesen, Verstehen und Präsentieren der wichtigsten Informationen

- Die SchülerInnen einer Russischklasse können dazu angehalten werden, regelmäßig das Geschehen über russische Kultur, Politik, Gesellschaft etc. zu verfolgen. Dazu können beispielsweise je zwei SchülerInnen ausgewählt werden, die sich über russischsprachige Zeitungen (auch über das Internet) über aktuelle Ereignisse aus dem Zielland informieren, diese zusammenfassen und den MitschülerInnen in angemessener Form präsentieren. Dabei entscheiden die SchülerInnen, welche Ereignisse sie besonders interessieren. Diese Themen können anschließend als Anlass zu einer Diskussion verwendet werden. Es kann auch darüber gesprochen werden, über welche Medien sie zu diesen Informationen gelangt sind, weshalb sie diese Medien ausgewählt haben, wo ihnen Schwierigkeiten begegnet sind etc.

Diese Übung ist nicht nur hinsichtlich medienpädagogischer Aspekte relevant, sondern dient auch der Verbesserung kommunikativer Fähigkeiten in der Fremdsprache. Der/die Schüler(in) muss Informationen aus einem breiten Angebot filtern, diese entsprechend aufbereiten und präsentieren. Durch das regelmäßige Informieren bzw. Informiertwerden durch MitschülerInnen werden landeskundliche Kenntnisse laufend erweitert, den SchülerInnen werden wichtige Personen oder Ereignisse Russlands geläufig.

Auch sonst kann bei der Vermittlung von kulturellem Wissen über das Zielland immer wieder mit Hilfe authentischen Zeitungsmaterials gearbeitet werden. Wird beispielsweise ein politisches Ereignis zum Thema im Russischunterricht, können die Schülerinnen und Schüler aufgefordert werden, Zeitungsartikel jeglicher Art, die über dieses Thema erscheinen, zu sammeln und ev. an der Wand aufzuhängen.

2.3 Vergleich von Zeitungsnachricht und Fernsehnachricht

Durch folgende Übungen beschäftigt sich der/die Schüler(in) mit den Unterschieden medialer Berichterstattung, sie verlangen dem Russischlernenden aber bereits ein gewisses Maß an rezeptiven und produktiven Fertigkeiten in der Fremdsprache ab.

- Als Basis dient ein Ausschnitt einer Nachrichtensendung, der mit einem Zeitungsartikel über dasselbe Ereignis verglichen wird. Bevor mit dem Artikel gearbeitet wird, soll intensiv über den Inhalt des Fernsehbeitrags gesprochen werden. Die SchülerInnen stellen sich folgende Fragen: Worüber wurde ich informiert? Welche Informationen hätte ich gerne noch bekommen? Reicht mein Vorwissen über das Ereignis aus, um alle Zusammenhänge

verstehen zu können? Erst im Anschluss daran erhalten die Schülerinnen und Schüler den Zeitungsartikel, der wiederum genau erarbeitet wird, um sicherzugehen, dass sie sämtliche Informationen verstanden haben. Danach kann über die Unterschiede diskutiert werden. Welche Form der Berichterstattung war informativer?

2.4 Aktive Medienarbeit

- Aktive Medienarbeit kann in der Fremdsprache mittels einer selbst gestalteten Zeitung erfolgen.

Da es sich häufig nur um SchülerInnen einiger weniger Klassen handelt, die an österreichischen Schulen Russisch lernen, könnte sich der Verkauf einer russischsprachigen Zeitung als schwierig erweisen. Als Alternative dazu böte sich eine zwei- oder mehrsprachige Schulzeitung an, die auch von mehreren Klassen oder Vertretern einzelner Klassen gemeinsam gestaltet bzw. übersetzt werden kann.

- Man könnte aber auch eine Zeitung in der Fremdsprache gestalten, um russischsprachige SchülerInnen über das eigene Alltags- und Schulleben zu informieren, bzw. auf dem Laufenden zu halten. Gemeinsam wird an einer Klassenzeitung gearbeitet, die dann als „Präsent“ an die russische Partnerschule gesendet wird.

Die SchülerInnen werden hierbei am besten merken, dass das Gestalten einer Zeitung häufig innerhalb einer Zeitfrist geschieht und für den Druck finanzielle Mittel notwendig sind. Eventuell müssen sie dafür um Sponsorgelder ansuchen, beispielsweise bei einer Bank in der Stadt. Meist findet sich dann ein Logo der Bank oder eine Werbeeinschaltung in der Schülerzeitung. Weiters müssen die Schülerinnen und Schüler Arbeitseinteilungen treffen, um zu organisieren, wer welche Aufgaben übernimmt und welche Themen bzw. Artikel bearbeitet.

Durch die Arbeit an der Zeitung mit Hilfe eines Computers werden die SchülerInnen weiters die Erfahrung machen, dass es am Anfang etwas länger dauern kann, einen russischen Text zu tippen und dies einiges an Übung und Ausdauer erfordert. Bei dieser Gelegenheit kann den SchülerInnen auch das Umstellen von Sprach- und Tastatureinstellungen am Computer gezeigt werden.

- Auch Unterschiede in der Aufbereitung von Nachrichten je nach Medium lassen sich durch aktive Medienarbeit herausarbeiten, indem unterschiedliche Kurznachrichten selbst gestaltet

und dann verglichen werden. Dazu können zwei oder mehrere Gruppen gebildet werden, die zu einem bereits behandelten und vorentlasteten Ereignis Nachrichten erstellen. Das jeweilige Medium, mit Hilfe dessen die Information dann dargeboten wird, ist aber von Gruppe zu Gruppe verschieden.

Demnach erarbeitet eine Gruppe die Nachricht für eine fiktive russische Tageszeitung und stellt Überlegungen hinsichtlich Überschrift, Headline, Länge der Nachricht, Aufbereitung, Beifügen eines Bildes oder Fotos usw. an. Nach der Korrektur des verfassten Textes durch den/die Lehrer(in) wird am Computer ein Layout erstellt und der Artikel den MitschülerInnen ausgefertigt. Es können auch Vorgaben getroffen werden, um welche Art von Tageszeitung es sich handeln soll, was ihre Qualität betrifft.

Eine weitere Gruppe verfasst die Nachricht, um sie dann auf Video aufzuzeichnen. Auch hier muss der von den SchülerInnen geschriebene Text vor der Präsentation von der Lehrperson korrigiert werden. Für die Länge der Aufzeichnung könnte den SchülerInnen ein Limit vorgegeben werden, wie es auch in den Fernsehnachrichten der Fall ist. Weiters können die Schülerinnen und Schüler, sofern es die vorhandenen technischen Mittel auch erlauben, aufgefordert werden, die selbst gestaltete Nachrichtensendung mit Hilfe von Musik möglichst ansprechend zu gestalten.

- Eine weitere Möglichkeit wäre, die Nachricht auf ähnliche Weise für den Hörfunk aufzubereiten.

In der Nachbereitung wird über Schwierigkeiten und Komplikationen gesprochen, die sich den SchülerInnen bei der Nachrichtenproduktion in den Weg gestellt haben. Unterschiede sollen besprochen werden, so etwa wie einzelne Personen, die am fiktiven Ereignis beteiligt waren, in den einzelnen Produktionen zu Wort gekommen sind etc. In einem Gespräch können Erfahrungen und Meinungen ausgetauscht werden. Worin liegen ihrer Meinung nach Vor- und Nachteile einzelner Textsorten?

3. Film und Fernsehen

Wiedemann beschreibt die ersten Filmvorführungen, die 1895 mit der Erfindung des Kinematographen der Brüder Lumière in Paris und Berlin stattfanden, als Einleitung in eine neue Ära – dem „visuellen Zeitalter“, dem von vielen auch als „Abschied von der Lesekultur“ entgegen gesehen wurde.¹

¹ (Vgl. Dieter Wiedemann in: Hüther, Schorb 2005 / S. 96)

Seither haben sich das Medium Film und die Fernsehtechnik laufend verändert und weiterentwickelt. Seinen Status als Massenmedium hat der Film aber bereits Anfang des 20. Jahrhunderts erhalten, als in großen Städten immer mehr Kinos entstanden.

Waren es zuerst bis heute bekannte Filmregisseure wie Sergej Eisenstein oder Charles Chaplin, die mit Stummfilmproduktionen Aufsehen erregten, konnte der Tonfilm den Stummfilm in den 1930er Jahren sehr schnell verdrängen. Danach nahm die Bedeutung des staatlichen Fernsehens zu, das zunehmend auch wichtiger Auftraggeber für Filmproduktionen wurde.

Mitte der 1960er Jahre verlagerte sich der Konsum von Film und Fernsehen immer mehr in private Haushalte.

Mehr „Autonomie“ erhielten KonsumentInnen in den 80er Jahren, als ein neues Trägermedium Bedeutung erlangte – das Video. Nun war es ihnen möglich, bei der Auswahl der Filme mit zu entscheiden und auch zu bestimmen, wann und wie oft sie sie abspielten. Auch hatten sie von nun an die Möglichkeit, Fernsehsendungen und Filme, die im Fernsehen ausgestrahlt wurden, aufzuzeichnen und zu einem späteren Zeitpunkt anzusehen. Dies brachte auch Vorteile für Lehrende, die für den Unterricht geeignete Sendungen und Filme selbst aufnehmen bzw. mit Lehrfilmen arbeiten konnten.

Ähnlich wie diese Abschnitte in der Geschichte des Films hier skizziert wurden, unterteilt auch Wiedemann nach technologischen Entwicklungsschritten in die folgenden Epochen: „*Epoche des Stummfilms im Kino*“, „*Epoche des audio-visuellen Films im Kino*“, „*Epoche des Films im Fernsehen*“, „*Epoche des Films auf Video*“ und „*Epoche des digitalen Films*“.¹

Die letztgenannte Epoche umfasst die aktuelle, digitale Erscheinungsform des Films auf DVD. Vorteile der DVD im Vergleich zur Videokassette liegen unter anderem darin, dass sie eine größere Speicherkapazität aufweist und einfach in mehreren Sprachen bzw. mit Untertiteln angesehen werden kann.

Mit der Entwicklung digitaler Technik vereinfachte sich aber auch die Erstellung von Raubkopien. Ähnlich wie der illegale Musikdownload per Internet, stellt der Download von Filmen für viele Jugendliche kein Problem dar. „*Für die heutige Generation von DVD-Kopisten [ist] die illegale Filmbeschaffung zu einer spannungsarmen Routinetätigkeit geworden, wobei ihnen ihre wachsende Kompetenz gerade im Umgang mit Computer und Internet durchaus entgegenkommt.*“²

¹ Dieter Wiedemann in: Hüther, Schorb 2005 / S. 97

² Iris Eisenbürger, Waldemar Vogelgesang in: Hüther, Schorb 2005 / S. 405

Die JIM-Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest¹ aus dem Jahr 2007 zeigt, dass das Fernsehen die Freizeitbeschäftigung ist, die am häufigsten und regelmäßigsten ausgeführt wird. Unterschiede zwischen Mädchen und Buben gibt es nicht, was die Dauer des Fernsehkonsums betrifft, jedoch aber in der Programmauswahl. Das Ansehen von Videos ist zwar beliebt, andere Freizeitbeschäftigungen wie *„Fernsehen, Musik, Computer und Internet, aber auch das Lesen von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern werden von den Jugendlichen bevorzugt“*².

3.1 Schulung von Analyse- und Kritikfähigkeit

Die ersten Bemühungen, RezipientInnen zur Urteilsfähigkeit zu erziehen, entstanden beinahe zeitgleich mit dem Aufkommen des Mediums Film selbst. Am Anfang dominierten allerdings, bis auf wenige Ausnahmen, bewahrpädagogische Ansichten, denen zu Folge es galt, RezipientInnen vor vermeintlichen schädlichen Einflüssen zu schützen. Als dann der Film als eigene Kunstform entdeckt bzw. anerkannt wurde, begann man Medienerziehung auch als Form der Medienkunde zu verstehen. Das Wissen über Gestaltungsmittel wie Kameraeinstellungen, Licht, Ton etc. sollte das nötige Rüstzeug dafür sein, Filme überlegt auszuwählen bzw. sie nach ästhetischen Kriterien beurteilen zu können. Kritik daran wurde insofern laut, als man bemängelte, reines Wissen hätte keinen Einfluss auf das Rezeptionsverhalten und erreiche nur diejenigen, die gewissen Filmen gegenüber bereits kritisch eingestellt seien.³

Filmanalysen und –kritiken bzw. –interpretationen sind aber dennoch empfehlenswert, um SchülerInnen vermitteln zu können, dass auch Filme Ansprüche an den Zuseher stellen und nicht nur der Unterhaltung dienen. Nicht nur, welchen Inhalt und welche Kernaussagen ein Film beinhaltet, kann besprochen werden, sondern auch, wie diese mit bestimmten Gestaltungstechniken dargestellt wurden und stimmig sind. Ähnlich einem literarischen Werk können diese Gestaltungsmittel Basis der Interpretation sein und Aufschluss über die künstlerische Bedeutung eines Filmes geben.

- Um die Aufmerksamkeit der SchülerInnen beispielsweise auf die Kameraführung zu lenken, kann eine Szene des ausgewählten Filmes ohne Ton vorgespielt werden.⁴ Wie unterstreicht diese die Handlung? Wird die handelnde Person von jemandem verfolgt, wird diese häufig

¹ Vgl. JIM-Studie, S. 25-29 <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf07/JIM-Studie2007.pdf>

² Iris Eisenbürger, Waldemar Vogelgesang in: Hüther, Schorb 2005/ S. 401

³ Vgl. Bieger 1980 / S. 33

⁴ adaptiert nach Bieger 1980 / S. 118

von hinten gefilmt. Soll eine Person mächtiger erscheinen, kann dies erzielt werden, indem man von unten filmt. Ebenso kann man mit der Kameraeinstellung Nähe und Distanz erzeugen oder die Aufmerksamkeit auf bestimmte Details lenken (Gesichtsausdruck, für die Handlung wichtiger Gegenstand, etc.).

- Als weitere Übung können Filmkritiken als Unterrichtsmaterial dienen und einzeln besprochen bzw. miteinander und mit der eigenen Meinung verglichen werden. Wird ein Vergleich mehrerer Filmkritiken angestrebt, ist es ratsam, sehr unterschiedliche Kritiken auszuwählen, beispielsweise eine aus einem Filmmagazin, in dem der zu besprechende Film so dargestellt wird, dass das Interesse darauf geweckt wird, und eine aus einer unabhängigen Zeitung, die nach anderen Gesichtspunkten beurteilt und eventuell weniger positiv ausgefallen ist. So werden auch die unterschiedlichen Interessen der Medien deutlich. Nach der sorgfältigen Erarbeitung und Erschließung der Texte in der Fremdsprache wird erörtert, inwieweit die Meinung in den Medien der eigenen ähnlich ist bzw. sich unterscheidet.

- Falls man Zugang dazu hat, könnten auch Teile eines Drehbuchs für den Unterricht herangezogen werden, um anschließend zu untersuchen, wie diese in der Filmproduktion realisiert worden sind und welche Gestaltungsmittel verwendet wurden. Möglich wäre auch, die SchülerInnen selbst eine Szene spielen zu lassen, die ihren Sprachkenntnissen entspricht. Diese kann auf Video aufgenommen und mit dem Filmprodukt verglichen werden.¹

- Spannend kann weiters die Arbeit mit einem russischsprachigen Film sein, wenn man auch die deutschsprachigen Untertitel mitlaufen lässt. Es ist auch ausreichend, eine Szene oder kürzere, zusammenhängende Filmsequenz zu zeigen, dabei muss den SchülerInnen Inhalt und Personenkonstellation aber verständlich sein. Der Vergleich des Originaltons mit den Übersetzungen bringt Erkenntnisse über die Art und Richtigkeit der Übersetzung, ob gekürzt wurde und der Inhalt übereinstimmt. Häufig ist auch zu beobachten, dass im Original verwendete niedrige Sprachregister in den Untertiteln durch entsprechende Wörter eines höheren Registers ersetzt werden. Auch kann im Anschluss daran diskutiert werden, ob Untertitel als hilfreich oder störend empfunden werden.

Die Übersetzung der Untertitel ist weiters auch ein Qualitätsmerkmal einer Filmproduktion.

¹ adaptiert nach Bieger 1980/ S. 118

- Beim Durchsehen von russischsprachigen Fernsehprogrammen kann zusätzlich noch viel an landeskundlicher Information herausgearbeitet werden. So etwa können die Sendezeiten Auskunft über einen anderen Lebens- und Arbeitsrhythmus des Ziellandes geben. Weiters erfährt man, welche Sendungen dominieren und ob manche mit dem Programm in Österreich übereinstimmen. Den Namen amerikanischer Soap Operas in kyrillischen Lettern zu entschlüsseln, kann eine Auflockerung für den Unterricht darstellen.

3.2 Gewalt in Film und Fernsehen

Gewaltszenen in Film und Fernsehen üben auf Jugendliche eine gewisse Faszination aus. Als jugendgefährdend können sie bezeichnet werden, wenn die Gewalt an anderen Menschen als gerechtfertigt dargestellt wird, etwa weil der Täter Selbstjustiz ausübt, um sich an jemandem zu rächen. Die gewaltvolle Handlung erscheint dabei als einziger Handlungsweg als unerlässlich. Zudem werden Organe der Justiz häufig als unfähig hingestellt. Auch wird die Gewalt in solchen Filmen so dargestellt, dass man Partei für den Täter anstatt für das Opfer ergreift. Man bekommt das Gefühl, als verdiene ein Mensch, aus welchen Gründen auch immer, dass ein Verbrechen an ihm begangen wird. Gewalt wird in derartigen Filmen zum zentralen Bestandteil und wird möglichst ausführlich und genau dargestellt.

Darüber, ob Gewalt in den Medien auch gewalttätiges und aggressives Verhalten der MedienrezipientInnen fördert, gibt es in der Forschung unterschiedliche Theorien.

Die „*Stimulationshypothese*“ und die „*Erregungshypothese*“ vertreten die Ansicht, dass ein Zunehmen der Gewaltbereitschaft durch das Ansehen von Filmen mit hohem Gewaltanteil zumindest kurzfristig gegeben ist. Vertreter der „*lerntheoretischen Position*“ verweisen darauf, dass durch den Konsum solcher Filme gewalttätiges Verhalten als geeignet und nachahmenswert erscheint, um sich in Konfliktsituationen durchsetzen zu können.

Die „*Katharsishypothese*“ und die „*Inhibitionshypothese*“ stehen dafür, dass durch das Ansehen derartiger Filme die Gewaltbereitschaft verringert wird, dass sich der/die Rezipient(in) abreagieren kann (Katharsishypothese), oder dass er/sie sich mit dem Opfer identifiziert und daher Gewalt ablehnt (Inhibitionshypothese).

Die „*Habitualisierungshypothese*“ nimmt an, dass durch das häufige Ansehen von Gewalthandlungen in Filmen ein Abstumpfen die Folge ist.¹

¹ Vgl: Tulodziecki u.a. 1995 / S. 136f.

Wie Gewaltdarstellungen auf jemanden wirken, muss meiner Meinung nach immer in Bezug auf den einzelnen Menschen gesehen werden und kann nicht generalisiert werden. So etwa ist von Bedeutung, ob ein Mensch von Natur aus eher aggressiv ist oder ob er Gewalt als Mittel der Konfliktlösung akzeptiert. In diesem Zusammenhang spielt auch eine Rolle, wie der Umgang mit Gewalt im sozialen Umfeld vorgelebt wird.

Aus Studien, die untersuchen, inwieweit medienpädagogische Maßnahmen Einfluss auf die Einstellung Jugendlicher zu Gewalt haben, lassen sich vor allem folgende Erkenntnisse herauslesen¹:

1. Medienpädagogische Übungen zeigen dann Wirkung, wenn sie die „Analyse- und Kritikfähigkeit“² der Jugendlichen schulen. Sie sollen dazu angeregt werden, sich eingehender mit dem Thema Gewalt in Film und Fernsehen zu beschäftigen und lernen, „Helden“ oder „Heldinnen“, die Gewalt als Mittel der Konfliktlösung vorzeigen, als HeldInnen anzuzweifeln.
2. Die Beschäftigung mit dem Thema sollte immer wieder in kürzeren Einheiten erfolgen.
3. Medienpädagogische Übungen können die SchülerInnen anleiten, Gewaltdarstellungen in Filmen und im Fernsehen anders zu beurteilen und somit als weniger nachahmenswert zu erleben. Diese werden aber weiterhin eine gewisse Faszination auf sie ausüben und daher auch weiterhin angesehen werden. Soll der Konsum eingeschränkt werden, kann das nur in Zusammenarbeit mit den Eltern geschehen.

- Gewalt in Kriminalfilmen endet meist mit der Aufdeckung des Verbrechens und der Überführung des Täters. Eine Möglichkeit über die Gewalttat zu diskutieren und sie zu reflektieren, wäre die Simulation einer Gerichtsverhandlung (*adaptiert nach Tulodziecki 1985, S. 148 ff*). Dabei nehmen die SchülerInnen unterschiedliche Positionen ein und vertreten somit jeweils andere Sichtweisen und Begründungen für ein bestimmtes Verhalten. Ausgangspunkt ist das gemeinsame Ansehen eines oder mehrerer Filmausschnitte in der Fremdsprache. Die SchülerInnen müssen die Tat und die einzelnen Motive verstanden haben, um darüber diskutieren zu können. Kennen sie die Hauptpersonen, nehmen sie deren Positionen ein. In Gruppenarbeit werden die jeweiligen Argumente des Täters/der Täterin, der Mittäter(in), des Richters/der Richterin, der Anwälte/Anwältinnen etc. erarbeitet. Dies könnte

¹ Vgl: <http://www.bundespruefstelle.de/bmfsfj/generator/bpjm/Jugendmedienschutz-Medienerziehung/film-fernsehen,did=106682.html>

² ebda.

auch als Hausarbeit geschehen, sodass die SchülerInnen mit den bereits korrigierten Texten arbeiten können.

Möglich wäre auch das Verfassen von Schlussplädoyers, wobei die SchülerInnen versuchen müssen, den Richter/die Richterin in der Fremdsprache zu überzeugen.

- Auch könnte die Literatur als Grundlage für eine Diskussion über Gewalt als Reaktion auf eine Beleidigung oder Erniedrigung dienen. Das bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts gebräuchliche Duell zur Wiederherstellung der Ehre bzw. als Genugtuung liefert dafür ausreichend Gesprächsstoff. In der russischen Literatur finden sich dazu ausreichend Beschreibungen von Duellen, die wohl bekanntesten sind das Duell zwischen Pečorin und Grušnickij in „Ein Held unserer Zeit“ (Герой нашего времени) von Michail Lermontov und jenes zwischen Lenskij und Onegin in „Eugen Onegin“ (Евгений Онегин) von Alexandr Puškin.

Nachdem die literarische Beschreibung eines Duells besprochen wurde, können unter anderem folgende Fragen thematisiert werden: Waren Duelle geeignete Lösungen zur Beseitigung eines Konfliktes? Inwieweit konnte man daran „freiwillig“ teilnehmen (gesellschaftliche Konventionen)? Was geschah, wenn man ein Duell verweigerte?

In diesem Zusammenhang müssen aber auch andere Konfliktlösungsstrategien herausgearbeitet werden. Auf Basis des zuvor erarbeiteten literarischen Auszugs sollen die SchülerInnen andere Reaktionsmöglichkeiten ausarbeiten. Auch könnten die SchülerInnen gebeten werden, eine Fortsetzung des Romans zu schreiben, worin eine als geeignet erscheinende Reaktion beschrieben wird.

3.3 Fernsehen und Lesen

Filme scheinen auf den ersten Blick jede Menge Vorteile gegenüber dem Buch zu haben. Zwar sind diese in der Anschaffung etwas teurer, sofern sie nicht kopiert wurden, stellen im Allgemeinen aber weniger Ansprüche an die RezipientInnen, schon allein deshalb, weil die Konsumdauer weit unter der Lesedauer eines Buches liegt.

Bewegte Bilder, Dialoge und Musik vermitteln das gedruckte Wort in einer Weise, die mehrere Sinne anspricht. Vor allem dann, wenn ein Buch in der Fremdsprache bereits ein gewisses Niveau an Sprachkenntnissen erfordert, helfen diese zusätzlichen Eindrücke, den Inhalt besser zu verstehen. Gesagtes wird durch Gestik und Mimik der Schauspieler sowie eventuell durch Musik verstärkt und deshalb deutlicher.

Ein Werk zu lesen, erfordert mehr Zeit, fördert aber Lese- und Abstraktionsfähigkeit. Zudem wird durch regelmäßiges Lesen die sprachliche Ausdrucksfähigkeit verbessert.

- Um im Unterricht auf die einzelnen Merkmale dieser Medien eingehen zu können, eignet sich der Vergleich eines literarischen Werkes mit der Verfilmung. Normalerweise erstreckt sich diese Arbeit aber über einen längeren Zeitraum hin, vor allem dann, wenn man das gesamte Werk und den gesamten Film besprechen will. Es kann aber auch nach der gemeinsamen und in Etappen vorgenommenen und besprochenen Lektüre der Vergleich mit einigen wenigen Filmausschnitten ausreichend sein, um über Vor- und Nachteile der einzelnen Produkte diskutieren zu können. Wird nur ein Teil des Buches gelesen und mit der entsprechenden Stelle im Film verglichen, muss auf jeden Fall zuvor auf den gesamten Inhalt des Buches, aber auch auf seine Bedeutung eingegangen worden sein.

Wichtig ist auch, ein Werk und dessen Verfilmung auszuwählen, die in beiden Medien geeignet für das Sprachniveau der Lernenden sind.

Als Einstieg in einen solchen Vergleich könnten die SchülerInnen aufgefordert werden, über ihre Eindrücke zu berichten. Waren sie von einem Film schon einmal enttäuscht, nach dem sie das Buch gelesen hatten? Oder erschien ihnen der Film besser? Wie sehr unterschied sich die Handlung im Film von jener im Buch? Diese Film- und Leseerlebnisse können schriftlich oder mündlich geschildert werden.

Danach erfolgt die Beschäftigung mit den beiden Medien Buch und Film, die von der Lehrperson für den Unterricht ausgewählt wurden.

- Eine weitere Möglichkeit, das Interesse am Lesen zu fördern, ist meines Erachtens eine gut ausgestattete Schulbibliothek. Dabei sollten dem Alter und Interesse der SchülerInnen entsprechende Bücher vorhanden sein, aber auch qualitative Lexika, die den SchülerInnen bei der Recherche zu bestimmten Themen (Stoffgebiete, Referate,...) unterstützen. Gerne wird die Informationsbeschaffung mit Hilfe des Internets erledigt, weil dies Zeit und Kosten erspart. Schließlich ist es aufwändiger, die Stadtbibliothek aufzusuchen, als den Suchbegriff zu „googlen“.

Zudem empfiehlt es sich, die Schulbibliothek mit Selbstlernwerken auszustatten, die den SchülerInnen bei der Aufarbeitung bzw. Vertiefung der im Unterricht behandelten Gebiete helfen können. Dazu sollten ausreichend Arbeitsplätze vorhanden sein.

Den SchülerInnen sollte der Zugang zur Schulbibliothek durch zu wenig ausreichende Öffnungszeiten nicht versperrt bleiben. Dies erfordert einerseits die freiwillige Mitarbeit von

LehrerInnen, jedoch könnten sich auch SchülerInnen zu Bibliotheksdiensten eintragen, wodurch diese die Arbeit in einer Bibliothek kennen lernen, gleichzeitig aber auch die Bücher, die man dort vorfindet.

3.4 Aktive Medienarbeit – der Dreh eines Videos

Die Analyse eines Filmes ist zwar lehr- und aufschlussreich, gleichzeitig aber auch abstrakt.

- Zur Ergänzung und Bereicherung ist es ratsam, den Schülerinnen und Schülern im Unterricht Gelegenheit zu geben, selbst an der Gestaltung eines Videos zu arbeiten und sie zur Videoproduktion zu ermutigen.

Dies kann, wie bereits erwähnt, im Rahmen einer Filmbesprechung geschehen, bei der die SchülerInnen ein Drehbuch für die Fortsetzung entwerfen, ohne zu wissen, wie der Film tatsächlich weitergeht. Anhand dieses Szenarios nehmen die SchülerInnen anschließend eine Szene auf, die ihre Version des weiteren Filmverlaufs darstellt.

- Auch kann die Produktion eines Dokumentarfilmes ins Auge gefasst werden. Möglich wäre es, beispielsweise eine Präsentation bzw. einen Werbefilm für die eigene Stadt zu produzieren, nachdem im Unterricht bedeutende Städte Russlands durchgenommen wurden. Anhand der Erarbeitung dieses Themas verfügen die SchülerInnen bereits über das nötige Vokabular und kennen Satzstrukturen, die bei der Verfassung eines informativen Textes über die Stadt hilfreich sind. Die Heimatstadt soll im Video möglichst positiv dargestellt werden. Die Schülerinnen und Schüler entscheiden selbst, welche Bauwerke und Besonderheiten sie beschreiben und hervorheben möchten.

- Eine Dokumentation könnte auch nach der eingehenden Beschäftigung mit einem Thema erarbeitet werden. Dazu müssen die SchülerInnen aber über ausreichend Hintergrundinformationen verfügen, positive und negative Aspekte kennen sowie Argumente von BefürworterInnen bzw. GegnerInnen (soziale Probleme, ein Bauprojekt, ein Umweltschutzproblem, politische Debatten,...). Anschließend wird wiederum ein Szenario ausgearbeitet. Die Dokumentation soll die Beschreibung des Sachverhaltes bzw. der Ausgangssituation beinhalten und in das Thema einführen. Auch sollen Vertreter bestimmter Positionen – von den SchülerInnen dargestellt – in Interviews zu Wort kommen. Dabei werden die SchülerInnen in Gruppen eingeteilt, wobei sie sich als Befürworter oder Gegner ausgeben müssen (*adaptiert nach Tulodziecki u.a., S. 76-82*). Die Gruppe der Befürworter erstellt eine Dokumentation, in der der Sachverhalt möglichst positiv ausfällt, die der Gegner

konzentriert sich auf die negativen Aspekte und versucht, den Zuseher zu überzeugen und ihn kritisch zu stimmen. Da die SchülerInnen die ganze Thematik mit all ihren positiven und negativen Seiten kennen, wird ihnen bewusst werden, wie einfach man durch das Weglassen bestimmter Informationen und das nicht zu Wort-kommen-lassen betroffener Personen eine Dokumentation verfälschen kann.

Auch könnte darüber gesprochen werden, wie ein Dokumentationsbeitrag aussehen müsste, der möglichst neutral gehalten ist und Vertreter aller Seiten ausreichend und in gleichem Ausmaß zu Wort kommen lässt.

- Die Übung lässt sich auch ausführen, indem man eine Konfliktsituation auswählt, die der direkten Erfahrungswelt der SchülerInnen entspricht. Dies erhöht auch die Motivation der Schülerinnen und Schüler, Argumente zu finden. So etwa könnte man nach Argumenten suchen, die samstägigen Ausgehzeiten zu verlängern. Nach dem Sammeln von Für- und Gegenargumenten und der Ausarbeitung eines kurzen Drehbuches werden wieder zwei Arten von Dokumentationen geschaffen – eine, die die Position der Eltern als richtig erscheinen lässt und eine, die die Meinung der Jugendlichen ins rechte Licht rückt. Natürlich könnte eine dritte Gruppe ein Video drehen, in dem beide Anschauungen und ihre Vertreter ausreichend dargestellt werden, sodass sich der Zuseher anhand der dargebotenen Informationen ein unabhängiges Urteil bilden kann.

4. Werbung

Anders als das Internet ist die Werbung keine Erfindung des 20. Jahrhunderts, sondern sie begleitet die Menschheit schon seit der Antike, als Ankündigungen für Theater, Gladiatorenkämpfe oder Aufrufe zu Wahlen auf Mauern oder Holztafeln geschrieben wurden. Andere Formen der Werbung, die uns auch aus dem Mittelalter bekannt sind, sind beispielsweise Marktschreier oder kunstvoll geschmiedete Zunfttafeln.

Einer der ersten, der für Werbung riesige Summen aufwendete, war der Zirkusdirektor Phileas Taylor Barnum, der Ende des 19. Jahrhunderts dank großflächig angelegter Werbeaktionen einen beträchtlichen Umsatz erzielte.¹

Auch heute ist ein hoher finanzieller Aufwand für Werbung allgemein üblich, doch diese schlagen sich später vor allem bei Markenprodukten im Verkaufspreis nieder.

¹ Vgl. Bieger u.a. 1980 / S. 139f.

Im Grunde dient die Werbung dazu, über ein Produkt oder eine Dienstleistung zu informieren. Produkte werden präsentiert, indem die besten Eigenschaften hervorgehoben werden. Dies hilft dem Konsumenten einerseits sich zu orientieren und zurechtzufinden, andererseits kann er sich dieser Werbeaktionen kaum entziehen. Sie sind allgegenwärtig, denn das Medium Werbung bedient sich selbst wiederum zahlreicher Medien wie Fernsehen, Hörfunk, Printmedien, Plakatwand, um nur einige wenige zu nennen. Für diese Medien stellt die Werbung wiederum eine wichtige Einnahmequelle dar und hilft, ihr Fortbestehen zu sichern. *„Gerade vom gleichzeitigen Einsatz mehrerer Medien [...] versprechen sich die Werbefachleute den größten Erfolg.“*¹

Worin liegt aber dieser Erfolg? Schließlich weiß der Konsument prinzipiell, dass er beeinflusst wird und dass ihn die Werbung verleiten möchte, etwas zu kaufen. Bieger nennt dafür vier Gründe²: Erstens reicht oft schon die einfache Präsentation des Produkts, egal ob gut oder schlecht gemacht, um den Menschen die Existenz eines Produkts oder einer Dienstleistung einzuprägen. Zudem wird ein „Lerneffekt“³ erzielt, da der Konsument etwas über bestimmte Eigenschaften erfährt und einzelne Markennamen mit einem dazugehörigen Erzeugnis verbindet. Als dritten Punkt nennt Bieger den Einfluss durch Freunde, Verwandte etc. *„Werbung wäre beim Einzelnen lange nicht so erfolgreich, wenn sie nicht durch das Kaufverhalten der Nachbarn und Bekannten unterstützt würde. Ein neues Auto in der Nachbarschaft, ein neues Kleid, Erzählungen über die Urlaubsreise lösen ähnliche Kaufwünsche bei anderen aus.“*⁴

Schließlich arbeitet die Werbung stark mit der Verbreitung von Wünschen und Bedürfnissen, indem Wertvorstellungen genau untersucht und erforscht werden und diese dann gezielt angesprochen bzw. geweckt werden. Die Werbung verspricht, diese Ziele und Wünsche durch den Kauf spezieller Produkte erreichen zu können. Auch wird genau untersucht, welche Zielgruppe für welches Produkt in Frage kommt, um die Werbung dann gezielt und effektiv verbreiten zu können. Die Manipulation geschieht mittels ständiger Wiederholung, sodass man sich einem bestimmten Thema, das durch die Werbung aufgeworfen wird, am Ende nicht mehr entziehen kann, etwa der Frage, ob die eigenen Hemden einen Grauschleier hätten, das Geschirr auch wirklich glänze oder ob einem eine neue Gesichtscrème nicht doch zu einem

¹ Bieger u.a. 1980 / S. 141

² Vgl. Bieger 1980 / S. 70 f.

³ ebda.

⁴ ebda.

strahlenderen Aussehen ver helfe. Ohne Werbung hätte man sich über den Grauschleier der Hemden wohl kaum Gedanken gemacht.¹

Problematisch ist meines Erachtens, dass sich Werbung nicht nur an erwachsene Konsumenten richtet, sondern sehr oft an Kinder und Jugendliche. Sie wird gezielt in Jugendzeitschriften, Kinderfernsehprogrammen etc. eingesetzt, um so die besten Erfolge erzielen zu können. Dabei ist es eine bewährte Strategie, Kinder und Jugendliche in Werbespots mitwirken zu lassen, die Kinder und Jugendliche (Jugendliche orientieren sich stark an Gleichaltrigen), aber auch Erwachsene ansprechen sollen. *„Sie werden benutzt, um die Werbebotschaft zu übermitteln, sei es direkt, indem sie das Produkt anpreisen, oder als Symbolfiguren, auf die Erwachsene erfahrungsgemäß besonders ansprechen, z. B. als Objekte der Sorge und Vorsorge, deren sichere Zukunft den Eltern am Herzen liegt. Deshalb werben Versicherungen oft mit Kindern!“*²

Medienpädagogische Studien beschäftigten sich vor allem in den 1990er Jahren besonders mit Arten der Werbung für Kinder und deren Wirkung³. Dabei wurde die unzureichende Trennung von Programm und Werbung als besonders problematisch angesehen. Je jünger das Kind ist, das fernsieht, desto weniger kann es Werbung von Programm unterscheiden und ist der Fernsehwerbung somit ausgeliefert. In der medienpädagogischen Arbeit mit Kindern sei es wichtig, so Neuß, die Eigenkompetenz von Kindern zu fördern, aber auch Werbewelten zu entmythologisieren.⁴

Dass Werbung Kinder sehr stark beeinflusst, liegt unter anderem auch an der *„einfachen Sprache, den einprägsamen Slogans“* und der *„Simplifizierung der Welt durch Klischees“*⁵. Ähnliches gilt auch für Jugendliche, die durch Werbung stark angesprochen werden.

Bieger u. a. bringen das Hauptproblem der Werbung auf den Punkt: *„Werbung erzieht zum Konsum. Kaufen wird zu etwas Selbstverständlichem, Wichtigem. Es erhält fast die Qualität von Lebenssinn. Daraus ergibt sich die Gefahr, menschliche Grundwerte wie Liebe, Zuneigung, Freundschaft, Hilfsbereitschaft u. a. durch Konsumartikel zu ersetzen [...] Das führt zu einer Einstellung des praktischen Materialismus. Der Mensch richtet sein Handeln*

¹ Vgl. Bieger 1980 / S. 71

² Bieger u.a. 1980 / S. 149

³ Vgl. Baacke/Sander/Vollbrecht 1993, Charlton/Neumann-Braun/Aufenanger u.a. 1995

⁴ Norbert Neuß in: Hüther, Schorb 2005 / S. 417

⁵ Bieger u. a. / S. 149

darauf aus, sich etwas leisten zu können. Er arbeitet für den Konsum und unterwirft sich den Zwängen der Mode, des Status und des Prestiges. Er ist letztlich nicht mehr frei.“¹

Diesen Zwängen sind Jugendliche meines Erachtens besonders unterworfen, da sie sich nicht selten über Mode und Kleidung, technische Geräte etc. definieren und so ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe zeigen. Sie sind einem stärkeren Druck ausgeliefert, bestimmte Dinge einfach haben zu „müssen“. Daher erachte ich medienpädagogische Arbeit in der Schule hinsichtlich Werbung und Konsumverhalten als sehr wichtig.

4.1 Das Thema Werbung im Russischunterricht

Im Unterricht werden verschiedene Arten von Werbung gerne eingesetzt, üblicherweise aber deshalb, weil sie für die SchülerInnen eine interessante Abwechslung darstellen und weil man mit Werbematerial im Fremdsprachenunterricht auf verschiedenste Weise arbeiten kann. Sowohl Fernsehwerbung als auch Werbung in Printmedien und Hörfunk ist kurz und leicht zu beschaffen. Nur selten steht dabei aber die Erziehung zu einer kritischen Medienhaltung im Vordergrund.

Schwieriger ist es, medienpädagogische Aspekte in den Unterricht mit einzubeziehen, denn die bloße Analyse und die Interpretation einer Werbung reichen nicht aus, das komplexe System Werbung als Wirtschaftsfaktor durchschaubar zu machen.

Die nachstehenden Übungen sollen dabei helfen, der Werbung kritisch gegenüberzutreten zu lernen und das eigene Kaufverhalten zu reflektieren.

4.2 Jugendliche als Zielgruppe

- Die Lehrperson bringt mehrere russische Zeitschriften und Journale mit, die unterschiedliche Personen ansprechen, beispielsweise ein Jugendjournal, ein Wirtschaftsjournal (The chief – „Шеф“) ein Frauenmagazin („Натали“) ein Anglerfachmagazin („РыбалкаPlus“), etc. Diese teilt sie an die SchülerInnen aus, die sie in Gruppenarbeit untersuchen. Welche Werbung findet sich in welchem Journal? Jede Gruppe präsentiert anschließend ihre Ergebnisse auf Russisch und nennt zusätzlich den Namen der Zeitschrift, Erscheinungsdatum und –häufigkeit. Anschließend werden die Schülerinnen und Schüler gefragt, weshalb sich ihrer Meinung nach in bestimmten Zeitschriften bestimmte Werbebeiträge finden. Welche

¹ Bieger u. a. 1980 / S. 147

wirtschaftlichen Aspekte sprechen dafür? Warum wird Werbung überhaupt in Magazinen und Tageszeitungen platziert? Was bringt dies den Printmedien?

Bei dieser Arbeit lernen die SchülerInnen nebenbei russischsprachige Zeitschriften kennen, blättern diese durch und lesen sie. Sie werden erkennen, dass sie selbst als Zielgruppe in bestimmten Magazinen angesprochen werden.

Als Alternative dazu kann auch mit dem Internet gearbeitet werden, denn die meisten Journale sind im WorldWideWeb vertreten. Auf www.jur-jur.ru¹ beispielsweise findet sich eine umfangreiche Übersicht russischer Zeitschriften zu den unterschiedlichsten Themen und den entsprechenden Links.

Das Ansehen einer Zeitschrift im Internet kann in Hinblick auf Werbung sehr interessant sein und bietet den Vorteil, dass fremdsprachige Magazine so leichter zugänglich sind. Das ukrainische, russischsprachige Frauenmagazin „Натали“ (Natali) etwa ist auch im Internet reich an Werbung, die die Zielgruppe Frauen anspricht. (Stand Juli 2008).

- Eben dieses Werbeangebot könnte zum Unterrichtsthema gemacht werden. Dazu werden die SchülerInnen wiederum in Gruppen aufgeteilt und erhalten den Auftrag, bestimmte Homepages von russischsprachigen Magazinen auf das Werbeangebot hin zu untersuchen. Dazu sollten Magazine gewählt werden, die sich in Hinblick auf die angesprochene Zielgruppe unterscheiden, sodass auch die Werbebeiträge sehr unterschiedlich ausfallen. Die Ergebnisse sind Ausgangspunkt für eine anschließende Diskussion.

4.3 Gestaltungsmittel der Werbung

- Den SchülerInnen wird ein russischer Fernsehwerbespot vorgespielt, allerdings zuerst ohne Bild – sie sollen selbst erkennen, dass es sich um einen Werbespot handelt, und werden dies auch bei einem Spot in der Fremdsprache leicht erkennen können. Vorerst sollen sie auf die Stimme, (Hintergrund-)Musik und allgemeine Atmosphäre achten und können anschließend Tipps abgeben, welches Produkt beworben wird.

Danach wird der ganze Werbebeitrag mit Bild angesehen. Wie passen Bild und Ton zusammen? Haben sich die SchülerInnen die Werbung so vorgestellt? Warum wurden gerade diese Personen ausgewählt, das Produkt zu präsentieren? Was bewirkt die Musik?

¹ zuletzt zugegriffen am 17. 7. 2008

- Über diese Aspekte der Werbegestaltung kann auch bei Spots im Hörfunk oder bei Werbebeiträgen in Zeitungen und Zeitschriften diskutiert werden. Bei der Werbung in Printmedien empfiehlt es sich, auf die Schrift näher einzugehen.¹ Welche Schrift wird verwendet und warum? Welche Schriftgröße? Wo wurde der Werbetext platziert?

Aufschlussreich und auch im Fremdsprachenunterricht leicht anwendbar wäre eine Übung, bei der die Schülerinnen und Schüler selbst mit der Schrift arbeiten² und somit auch ihre Kreativität zum Ausdruck kommt. Den SchülerInnen werden russische Wörter vorgegeben, etwa *элегантность* (Eleganz) oder *богатство* (Reichtum). Diese sollen durch Verwendung einer bestimmten Schrift und Farbe passend dargestellt werden, was mittels Computer oder einer Zeichnung geschehen kann. Die SchülerInnen werden möglicherweise versuchen, das Wort Eleganz mit langen, schlanken, zierlichen Buchstaben darzustellen, für das Wort Reichtum wird eventuell die Farbe Gold verwendet werden.

Anschließend begründen die Schülerinnen und Schüler ihre Wahl. Auch können diverse Werbebeispiele in Printmedien gesammelt werden und es kann über die unterschiedlichen verwendeten Schriftarten diskutiert werden.

4.4 Menschenbilder und Bedürfnisse

- Auch für diese Arbeit werden verschiedene russischsprachige Werbebeiträge benötigt. Am einfachsten ist es, diese aus verschiedenen Zeitschriften auszuschneiden, der Vergleich lohnt sich aber auch mit unterschiedlichen Fernsehspots.

Bei dieser Übung sollen die SchülerInnen auf die in der Werbung dargestellten Menschentypen achten und versuchen, diese nach Alter, Aussehen, Geschlecht, soziale Stellung etc. zu charakterisieren. Welche Menschen wurden für welche Werbung gewählt? Welche Bedürfnisse versucht diese Werbeeinschaltung zu wecken und welchen Zweck erfüllen dabei die Personen in der Werbung? Welche Zielgruppe wird angesprochen? Entstehen stereotype Vorstellungen? Werden Rollenbilder untermauert oder durchbrochen (etwa Männer in der Werbung für Waschmittel)?

Interessant wäre dabei auch ein Vergleich von Inseraten über eine einzige Produktgruppe - wie wird für ein wendiges Stadtauto geworben, wie für ein geräumiges Familienauto, wie für einen Luxuswagen?

¹ Vgl. Bieger u. a. 1980 / S. 150

² Vgl. ebda.

Da hier weniger auf den Text eingegangen wird, eignet sich diese Übung auch für den Anfängerunterricht.

- Vor allem in der Arbeit mit Jugendlichen ist der Einsatz von Werbematerial sinnvoll, das diese Zielgruppe anspricht, etwa Markenmode oder Kosmetikartikel für reine Haut. Hier kann wiederum diskutiert werden, welche Bedürfnisse geweckt werden sollen und ob diese überhaupt in Zusammenhang mit dem Produkt stehen. Hat das selbstbewusst wirkende Auftreten eines Jugendlichen in einem Fernsehspot wirklich etwas damit zu tun, dass seine Haut rein und klar ist? Ist er von so vielen Freunden umgeben, weil er Jeans einer bestimmten Marke trägt? Auf diese Art soll den Jugendlichen bewusst werden, dass andere Werte immer noch im Vordergrund stehen sollten.

- Auch können die SchülerInnen über einen Entscheidungsprozess, weshalb sie ein bestimmtes Produkt kaufen bzw. kauften, befragt werden. Um welches Produkt handelte es sich? Wo wurde überall für dieses Erzeugnis geworben und wie? Wie wurden die positiven Eigenschaften des Produktes hervorgehoben? Warum wurde gerade dieses Produkt gekauft und nicht ein anderes, ähnliches? Welche Rolle spielten Freunde beim Kauf? Besitzen diese ein ähnliches oder dasselbe Produkt?

Haben sie schon einmal etwas gekauft, ohne es wirklich zu brauchen? Waren sie von einem Produkt, das sie sich geleistet haben, enttäuscht? Warum? Welche Erwartungen wurden nicht erfüllt?

Selbstverständlich muss auch diese Übung entsprechend vor- und nachbereitet und den Sprachkenntnissen der Schülerinnen und Schüler angepasst werden.

Fröhlich schlägt auch vor, Werbung in direkten Zusammenhang mit übermäßigem Konsum und Umweltverschmutzung zu bringen¹. Auch im Russischunterricht kann mit den SchülerInnen erarbeitet werden, welche Auswirkungen es hätte, wenn jeder Mensch weniger kaufen würde. (Dabei sollte man aber auch auf negative Aspekte wie weniger Produktion, Arbeitslosigkeit, schwächere Wirtschaft etc.) eingehen. Den SchülerInnen wird dadurch bewusst werden, dass eine plötzliche Umstellung des Kaufverhaltens wohl auch

¹ Fröhlich 1982 / S. 197

Komplikationen nach sich ziehen würde, dennoch aber jeder zu einer Umstellung und zu aktivem Umweltschutz beitragen kann.

- Im Zuge dessen kann die Verpackung einzelner Produkte, im Idealfall russischer, untersucht werden. Ist es wirklich notwendig, ein Produkt gleich zweimal oder öfter zu verpacken? Wird nicht häufig zu viel Verpackungsmaterial verwendet?

Da landeskundliche Aspekte, die im Fremdsprachenunterricht behandelt werden, meiner Meinung nach auch weniger positive Themen sein können, kann dieses Thema auch in Zusammenhang mit dem (im Vergleich zum österreichischen) fehlenden Umweltbewusstsein in Russland sein. (Verschmutzte Wälder durch Abfälle, verschmutzte Seen durch die Industrie etc.) Allerdings erfordert dies bereits eine höhere Sprachkompetenz.

4.5 Aktive Medienarbeit

Bei der aktiven Medienarbeit mit Werbung geht es darum, dass Jugendliche selbst ansprechende Werbespots oder Inserate gestalten und so Mechanismen anwenden, die sie in den vorangegangenen Unterrichtsstunden kennen gelernt haben.

- Bei der folgenden Übung ist es ratsam, auf Basis von Projektarbeit in Gruppen zu arbeiten. Jede Gruppe wählt ein (tatsächlich existierendes oder fiktives) Produkt, eventuell eines, das in Russland hergestellt wurde oder typisch für dieses Land ist. Man kann die Gruppe entscheiden lassen, in welchem Medium die Werbung präsentiert werden soll. Die SchülerInnen sollen nun Slogans in der Fremdsprache entwickeln, bei der Kreation einer Werbung für Printmedien mit entsprechenden graphischen Komponenten arbeiten und beim Dreh eines Fernsehspots oder der Aufnahme einer Werbeeinschaltung für den Hörfunk Musik und Sprache unterstützend einsetzen.

Abschließend werden die Ergebnisse vorgeführt und über bestimmte Aspekte wie Gestaltung und Wirkung gesprochen.

5. Internet

Das Internet wurde in den 1960er Jahren für militärische Zwecke entwickelt. Als Massenmedium etablierte es sich vor allem in den 90er Jahren, als Browseroberflächen wie Netscape und Internet Explorer und schnellere Übertragungsmöglichkeiten die Nutzung vereinfachten. Seither steigt die Anzahl der InternetnutzerInnen stetig an.

Das Internet ist somit das jüngste der Massenmedien. Seine Bedeutung für die Gesellschaft wuchs innerhalb kürzester Zeit und ist heute unumstritten. Es hat Arbeits- und Lernformen maßgeblich verändert und neue virtuelle Lebenswelten geschaffen, die vor allem von Jugendlichen sehr häufig genutzt werden.

Volkmannt nennt vier Merkmale des Internets:¹

- Das Internet ist ein „interaktives Massenmedium“², das es ermöglicht, sofort mit beliebig vielen Personen zu kommunizieren und zu interagieren. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, sich nach unterschiedlichen (politischen, religiösen,...) Interessen zu gruppieren.
- Mit Hilfe des Internets hat man stets unbegrenzten, weltweiten Zugang zu Information. Es „macht Wissen transparent und demokratisiert es“³.
- Durch geringe Kosten und wenig technischen Aufwand sind die Zugangsbarrieren gering.
- „Das Internet ist ein dezentrales, sogar ein radikal dezentralisierendes Medium“⁴, da es anders, als es bei den Massenmedien Fernsehen, Radio und auch Presse der Fall ist, die Kommunikation aller mit allen ermöglicht und nicht einiger weniger mit der breiten Masse.

„Das Internet gilt als eine der bedeutendsten Technologien auf dem Weg von der Industrie zur Informationsgesellschaft.“⁵ Allein für den Fremdsprachenunterricht bietet es unzählige Gestaltungsmöglichkeiten. Ähnlich wie fremdsprachige Zeitungen und Zeitschriften bieten Internetseiten uneingeschränkt authentisches Material, das nicht für den Unterricht aufbereitet wurde und daher für Jugendliche oft besonders interessant ist.

Fremdsprachige Websites werden so zu einer „globalen Spielwiese“⁶, auf der die Schülerinnen und Schüler auch selbständig Erfahrungen in der Fremdsprache sammeln können.

Genau darin liegen aber auch Gefahren, denn „zugleich liefert es eine Informationsflut, die nicht mehr durch traditionelle Raster der Buchkultur gefiltert oder geordnet wird. Strukturbildende Elemente, etwa in Form einer Netz-Ethik oder „Netiquette“, entwickeln sich erst.“⁷ Jeder Mensch kann die von ihm gewünschten Inhalte ins Internet stellen und so für jedermann zugänglich machen.

¹ (Vgl. Volkmannt in: Blell; Kupetz 2005 / S. 45):

² (ebda.),

³ Vgl. Volkmannt in: Blell; Kupetz 2005 / S. 45

⁴ Vgl. Volkmannt in: Blell; Kupetz 2005 / S. 45

⁵ Eibl; Podehl in: Hüther; Schorb 2005 / S. 170

⁶ Volkmannt in: Blell / Kupetz 2005 / S. 46

⁷ Volkmannt in: Blell; Kupetz 2005 / S. 45

Ähnlich wird dieser Aspekt auch auf einer von der University of Berkeley betriebenen Website beschrieben: *“In the general World Wide Web there are no editors (unlike most print publications) to proofread and “send it back” or “reject it” until it meets the standards of a publishing house’s reputation.”*¹

Jugendliche navigieren sozusagen durch ein Chaos von Informationen, deren Wahrheitsgehalt sie nur schwer überprüfen können. Viele der im Internet veröffentlichten Websites enthalten zudem jugendgefährdendes Material, das ebenfalls einfach und problemlos erreichbar ist.

Ähnlich wichtig wie für die Bildung im Allgemeinen ist das Internet auch für viele andere Bereiche, wie Wirtschaft, Demokratie etc. geworden. So etwa haben Unternehmen im Internet eine zusätzliche, riesige Präsentations- und Werbefläche und über die Möglichkeit online einzukaufen, kann ein breiterer Kundenkreis erreicht werden. Aber auch jede Privatperson kann eine persönliche Website erstellen und sich so der ganzen Welt präsentieren.

Diese zahlreichen Möglichkeiten werden aber häufig zur Verfolgung krimineller Ziele missbraucht und stellen so eine Gefährdung dar, insbesondere von Kindern und Jugendlichen. Häufig werden leichtfertig persönliche Daten eingegeben, die dann von anderen eingesehen und zweckentfremdet werden können.

Nach Thomas Erkert zählen folgende Gefahren zu den derzeit bekanntesten und am häufigsten auftretenden:

- *Datenspionage durch trojanische Pferde und damit verbunden offene Ports*
- *Virus- bzw. Wurm-Befall/Missbrauch des eigenen PCs durch Eingriffe von außen*
- *Missbrauch von persönlichen Daten (und/oder Kreditkartennummern)*
- *Identitätsdiebstahl durch Spyware-Programme oder durch Phishing-Attacken*
- *Datenmissbrauch für unerwünschte Werbung (Spam-Mail)*
- *Technische Manipulationen am PC durch Eingriffe von außen*
- *Vermögensschäden bei Online-Geschäften (betrügerische Auktionen, fragwürdige Abonnements auch beim Handy)*²

Pornographische Inhalte, Viren, terroristisches, rassistisches Gedankengut etc. können weiters problemlos im Internet verbreitet werden. Zum Schutz Jugendlicher existieren zwar Filtermaschinen, diese können aber nicht zu 100% alle ungeeigneten Internetseiten kennen und filtern. Zudem wäre dies ein Schritt in Richtung Bewahrpädagogik, die den SchülerInnen

¹ <http://lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Evaluate.html>

² http://www.verbraucherbildung.de/projekt01/media/pdf/UE_Internet%20aber%20sicher.pdf

erst gar nicht die Möglichkeit bietet, sich auch mit negativen Aspekten der Welt auseinanderzusetzen. Eine vollständige Abschirmung Jugendlicher von bedenklichen Inhalten im WorldWideWeb kann daher nicht Ziel medienpädagogischer Bemühungen im Unterricht sein.

Aufgabe der Schule ist es daher auch, SchülerInnen die Gefahren bewusst zu machen und sie in einem kritischen, verantwortungsbewussten Umgang mit dem Internet zu stärken.

5.1 Evaluationskriterien zur Bewertung von Internetseiten und Informationen aus dem Internet

Am häufigsten wird das Internet für schulische Zwecke gebraucht, um Informationen zu bestimmten Themenbereichen zu suchen. Dabei sind die SchülerInnen mit Homepages bestens vertraut, mit Hilfe derer man eigene Referate ins Netz stellen kann, vollständige Referate aber auch einfach herunterladen kann. Die Folge sind nicht selten Plagiate, bei denen der/die Schüler(in) Inhalte zu Themen präsentiert, mit denen er/sie sich kaum auseinandergesetzt hat. Der Lerneffekt ist dementsprechend gering. Dies wird auch dadurch unterstützt, dass es relativ einfach ist, einen fremden Text mittels „Copy and Paste – Prinzip“ in den eigenen zu übernehmen.

Mitunter handelt es sich bei diesen Plagiaten um Kopien qualitativ minderwertiger Texte, welche von SchülerInnen gedankenlos übernommen wurden und deren Wahrheitsgehalt und Glaubwürdigkeit nicht überprüft wurden.

Wenngleich Printmedien wie Fachzeitschriften, Fachbücher etc. zwar vertrauenswürdiger sind als die meisten Internetquellen, ist es durchaus möglich auch im Internet qualitative hochwertige Informationen zu finden. Immer öfter digitalisieren Verlage oder Bibliotheken ganze Bücher oder Facharbeiten bzw. Auszüge davon und stellen diese im Netz zu Verfügung. Auch verbreiten viele engagierte und qualifizierte Privatpersonen Fachwissen in ansprechender Form im Internet.

Schon aus diesen Gründen empfiehlt es sich, das Internet in einigen wenigen Einheiten zum Gegenstand des Unterrichts zu machen, um die SchülerInnen so aufmerksam auf eventuelle Gefahren machen zu können. Bezogen auf Internetrecherchen ist es wichtig, sie über Autorenrechte (auch in Zusammenhang mit illegalem Musik- und Filmdownload) und das Verbot, bestimmte Internetseiten zu konsultieren, zu informieren.

Weiters sollen mit den SchülerInnen Evaluierungskriterien erarbeitet werden, die ihnen helfen, Internetseiten hinsichtlich Qualität und Vertrauenswürdigkeit selbständig überprüfen zu können.

Über hilfreiche Techniken und notwendige Fragestellungen dies betreffend, wird man im Internet vor allem auf Websites amerikanischer Bildungseinrichtungen wie Universitäten, Colleges etc. unter Eingabe des Suchbegriffs „Evaluating Websites“¹ fündig.

So etwa bietet die UC (University of California) Berkeley online umfangreiche Hilfestellungen an, die im Umgang mit Suchmaschinen und beim Beurteilen der angegebenen Seiten helfen sollen. Zwei Grundmerksätze werden angegeben:

*„Train your eye and your fingers to employ a series of **techniques** that help you quickly find what you need to know about web pages; train your mind to think critically, even suspiciously, by **asking a series of questions** that will help you decide how much a web page is to be trusted“².*

Die Fragestellungen beziehen sich im Wesentlichen auf die Überprüfung von URL, Autor(in), Referenzen, Quellenangabe und Aktualität und sollen hier zusammenfassend dargestellt werden³:

5.1.1. Welche Auskunft gibt die URL?

Gibt man einen Suchbegriff ein, findet sich im Anschluss daran eine Liste von Suchergebnissen, deren URL angegeben ist. Bereits vor dem Öffnen eines Links sollten diese überblicksmäßig begutachtet werden.

Endungen wie .gov, .edu, oder .org weisen auf offizielle Websites von Regierungen, Bildungsservern oder Non-Profit-Organisationen hin. Sind in der Adresse Personennamen oder Wörter wie „members“ oder „users“ enthalten, deutet dies auf Privatpersonen hin.

Zwar sind private Homepages nicht zwangsläufig schlechter, sollten jedoch genauer hinterfragt werden.

Erst nach Überprüfung der Adresse sollte ein Link ausgewählt werden, der am ehesten relevant und vertrauenswürdig erscheint.

¹ Vgl. Volkmann in: Blell; Kupetz 2005/ S. 60

² <http://lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Evaluate.html>

³ Vgl. dazu auch: <http://www.lehrer-online.de/dyn/bin/370810-371185-1-beurteilungskriterien-internetquellen.rtf> (Autor: Markus Dange)

5.1.2. Wie ist die Seite strukturiert?

Dange empfiehlt folgende Fragen zu stellen, um weiter Aufschluss über die Qualität der Website zu erhalten:

„Wie ist der Internetauftritt insgesamt gestaltet? Sind die Informationen in eine sorgfältig erstellte, benutzerfreundliche Webseite eingebunden? Verzögern Grafiken oder Animationen den Aufbau der Seite erheblich? Lenken sie womöglich von (fehlenden oder oberflächlichen) Inhalten ab? Wie stark ist der Anteil von Werbung, kostenpflichtigen Inhalten oder Popups?“¹

5.1.3. Wer ist der/die Autor(in) der Website?

Auch hier sollte hinterfragt werden, ob es sich um eine Privatperson handelt und ob diese einen fachspezifischen Hintergrund zum recherchierten Thema hat. Ist er aufgrund seines Backgrounds und seiner Bildung qualifiziert genug, über dieses Thema zu schreiben?

Informationen über den/die Autor/in finden sich häufig im Anschluss an den Text. Sollte dies nicht der Fall sein, können ein Impressum oder Links wie „About us“ bzw. „über uns“, „Biographie“ etc. über den Betreiber der Seite bzw. Verfasser eines Textes Auskunft geben. Werden Name und Hintergrundinformation der Autorin oder des Autors, der Organisation, Institution etc. angegeben? Wer zeichnet sich für den Inhalt verantwortlich?

Der/die Schüler(in) sollte ihm/ihr bekannte Betreiber wie Zeitungen oder Museen eher bevorzugen und hinterfragen, inwieweit dieser in Zusammenhang mit dem Thema steht.

Ist man sich nicht sicher, was von dem Betreiber zu halten ist, kann auch über ihn via Suchmaschinen recherchiert werden.

5.1.4. Weshalb existiert diese Homepage? Was möchte der Betreiber damit erreichen?

Das Internet ist ein öffentlicher Bereich und für jedermann zugänglich. Jeder, der möchte, kann Daten im Internet veröffentlichen, tut dies aber mit einem bestimmten Ziel. *“Web pages are all created with a purpose in mind by some person or agency or entity. They do not simply "grow" on the web like mildew grows in moist corners”²*

Deshalb sollte man sich die Frage nach dem Grund für das Existieren einer Homepage stellen. Was möchte der/die Betreiber(in) damit bezwecken? Möchte er/sie etwas verkaufen, über etwas aufklären und informieren, sich präsentieren, sich artikulieren und öffentlich

¹ <http://www.lehrer-online.de/dyn/bin/370810-371185-1-beurteilungskriterien-internetquellen.rtf>

² <http://www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Evaluate.html>

kommunizieren oder von etwas überzeugen? Sollen Fakten präsentiert werden? Möchte man etwas aufdecken oder jemanden verleiten, etwas zu tun oder zu kaufen?

5.1.5. Wie ist der Inhalt zu bewerten?

Handelt es sich in diesem Artikel eher um die Meinung der Autorin/des Autors? Wenn ja, wird übertrieben oder handelt es sich um sehr extreme Ansichten? Worauf beruht diese Meinung, wie wird sie begründet und argumentiert?

Oder handelt es sich um einen wissenschaftlichen Artikel? Wurden Referenzen angegeben und Zitate verwendet? Wird auf andere Autoren verwiesen, die diese Aussagen bestätigen? Woher stammen die Informationen, Angaben, Fakten, Statistiken etc.?

Weiters sollte auf den Umfang eines Artikels zu einem Thema geachtet werden.

Kommen Rechtschreibfehler darin vor, sollte eher auf eine andere Quelle zugegriffen werden. Dange empfiehlt weiters auf „*Brüche im Satzbau oder in der Logik*“¹ zu achten. Diese können darauf hindeuten, dass einfach nur „zusammenkopiert“ wurde.²

5.1.6. Welche Links werden angeführt?

Es sollte darauf geachtet werden, welche Links zu dieser Seite führen und auf welche die Seite selbst verweist. Sind diese vertrauenswürdig oder eher abzulehnen? Funktionieren sie? Wie sind sie strukturiert und stehen sie überhaupt in Zusammenhang mit dem Thema?

Seriöse Internetseiten bieten Links zu anderen ähnlichen Seiten, die zum Vergleichen der Informationen bzw. zum Vertiefen einladen. Oft wird auch auf Vertreter gegensätzlicher Positionen verwiesen.

5.1.7. Wie aktuell ist die konsultierte Internetquelle?

Wie aktuell die Informationen sein müssen, hängt auch vom Thema ab, das bearbeitet werden soll. Es empfiehlt sich jedoch, die Seite auf ihre Aktualität hin zu kontrollieren. Das Datum der letzten Überarbeitung ist meist zum Schluss einer Internetseite angegeben. Vor allem Faktenwissen und Statistiken müssen unbedingt datiert sein.

Zusammenfassend soll gesagt werden, dass das Internet zu einem wertvollen Medium geworden ist, mit Hilfe dessen es einfach ist, an Informationen jeglicher Art zu kommen. Da es aber für jede(n) Einzelne(n) möglich ist, Daten ins Internet zu stellen, die dann von

¹ <http://www.lehrer-online.de/dyn/bin/370810-371185-1-beurteilungskriterien-internetquellen.rtf>

² ebda.

niemandem kontrolliert bzw. verwaltet werden, ist es wichtig, SchülerInnen, die mit dem Internet arbeiten sollen, zu einer gewissen Skepsis anzuleiten.

„*The web needs to be free like that!!*“ schreibt man auf der Website der University of Berkeley. „*And you, if you want to use it for serious research, need to cultivate the habit of healthy skepticism, of questioning everything you find with critical thinking.*“¹

- Im Unterricht kann dieser Fragenkatalog auch selbst erarbeitet werden, etwa in Form eines Brainstormings, bei dem die SchülerInnen Kriterien für eine Evaluierung erarbeiten. Bei fortgeschrittenen Lernenden kann dies auch auf Russisch geschehen.

- Besonders deutlich werden Qualitätsunterschiede sichtbar, wenn man zwei oder mehrere Websites zu einem Thema vergleichen lässt. Dazu muss aber der/die Lehrer(in) Vorarbeit leisten und Internetseiten auswählen, die erstens zu einem Thema passen, das im Russischunterricht bereits erarbeitet worden ist oder erarbeitet werden kann (ein(e) Autor(in), eine Stadt, etc.) und die zweitens erhebliche qualitative Unterschiede aufweisen. Auch müssen die Anforderungen dem Sprachniveau der SchülerInnen entsprechen. Ist dies gering, kann der Vergleich von Struktur und Aufmachung, angegebenen Links und Popups etc. schon sehr aufschlussreich sein, bei besseren Sprachkenntnissen kann mehr auf den Inhalt eingegangen werden. Im Anschluss daran diskutieren die SchülerInnen über die Unterschiede, die ihnen aufgefallen sind und darüber, welche Seite sie zum Einholen von Informationen heranziehen würden, und begründen dies.

- Im Zusammenhang mit Internetrecherchen im Russischunterricht ist auch Wissensvermittlung in zweierlei Hinsicht von Bedeutung: Einerseits soll der/die Schüler(in) mit russischen Suchmaschinen vertraut werden und andererseits muss er/sie den Umgang mit der kyrillischen Schrift auf Tastatur und Computer erlernen. Letzteres ist besonders zeitaufwändig, wenn die SchülerInnen Texte in russischer Sprache tippen sollen. Es empfiehlt sich daher, Hausübungen oder andere Texte in russischer Sprache, die von den SchülerInnen erarbeitet wurden, regelmäßig am Computer schreiben zu lassen. Dies ist für einige SchülerInnen eine unterhaltsame Abwechslung, wird von anderen vor allem zu Beginn aber oft als mühsam und anstrengend empfunden, weshalb die Texte auch eher kurz sein sollten.

¹ <http://www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Evaluate.html>

Namen russischsprachiger Suchmaschinen sind den SchülerInnen nicht so geläufig wie etwa Google und müssen daher im Unterricht angesprochen werden. Es ist daher empfehlenswert, zumindest eine Unterrichtsstunde dafür aufzubringen, um den SchülerInnen Namen und URLs empfehlenswerter Suchmaschinen zu nennen und diese fürs Erste von der Lehrperson ungelenkt entdecken zu lassen. Letztere soll dabei mit Rat und Tat zur Seite stehen und allfällige Fragen beantworten.

Aufbau und Layout dieser Internetseiten werden den SchülerInnen geläufiger werden und sie verlieren die Scheu, auch im russischsprachigen Internet zu navigieren und die Hilfe von Suchmaschinen in Anspruch zu nehmen, auch wenn vor allem anfangs nur sehr wenig verstanden werden wird. Im Anschluss an diese Stunde(n) kann über die Erfahrungen und Schwierigkeiten diskutiert werden.

Kennen die SchülerInnen russische Suchmaschinen wie rambler.ru, yandex.ru, google.ru oder altervista.ru und sind sie mit der russischen Tastatur vertraut, können die ersten Rechercheversuche im russischsprachigen Internet in Angriff genommen werden. Die SchülerInnen sollten dabei aber nicht auf sich allein gestellt sein, sondern stets genaue Anweisungen erhalten. Die Lehrperson könnte dazu eine Unterrichtsstunde gestalten, in der die SchülerInnen gezielt nach einfachen Informationen suchen müssen, beispielsweise dem Geburtsjahr Puškins, dem Vor-, Vaters- und Familiennamen des russischen Präsidenten oder nach Werken Dostojewskijs. Diese Übung fördert zusätzlich auch das Leseverständnis und die Fähigkeit, selektiv und überblickend zu lesen und sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Konzipiert als Offenes Lernen oder als Quiz wecken die Suchanweisungen den Ehrgeiz der SchülerInnen und fördern deren Motivation. Während der Recherchetätigkeit bewegen diese sich mehr oder weniger ungelenkt im russischsprachigen Netz, denn es bleibt ihnen überlassen, welche Suchmaschine sie auswählen, welche Suchbegriffe und am Ende auch welche Information.

- Die Internetrecherche kann auch so gestaltet werden, dass man mehr auf Inhalt und Aufbau des Textes eingeht. Sucht man beispielsweise nach Informationen über das Zielland, kann einerseits untersucht werden, wie einfach man Wissenswertes darüber findet, wie übersichtlich die Seiten aufgebaut sind, wie glaubhaft der Internetauftritt im Allgemeinen gestaltet ist, aber auch welche Sprache(n) verwendet wird (werden). Ähneln der Text einem Werbetext, oder ist er sachlich oder kritisch? Welchen Zweck verfolgt die Präsentation des Ziellandes im Internet (sachliche Information, Bericht über zu verurteilende Zustände, Tourismuswerbung, etc.)? Für den Fremdsprachenunterricht in Hotelfachschulen kann es

auch zielführend sein, über Vor- und Nachteile von Reiseführern im Vergleich zur Information im Internet zu sprechen und so auch Grenzen und Möglichkeiten zweier unterschiedlicher Medien aufzuzeigen, die im Grunde dasselbe erfüllen möchten, nämlich über ein Land zu informieren.

An dieser Stelle soll angemerkt werden, dass für die Arbeit mit dem Internet klare Anweisungen und Zielvorgaben von Seiten der Lehrperson notwendig sind. *„Als oberflächlich spielerisches Angebot mit Surfausflügen ins Internet wirkt es sich wegen des reduzierten Durchhalteappells in künftigen Lernsituationen eher nachteilig auf den Lernprozess aus“*.¹ Die SchülerInnen würden voraussichtlich von ihren Aufgaben abkommen und ziellos durch das Internet navigieren.

Zu beachten sei auch, dass der Umgang mit dem Computer bereits eingeübt worden sein sollte, um sich auf den eigentlichen Lerninhalt konzentrieren zu können.

5.2 Der reflektierte Umgang mit dem Internet

Gleichzeitig mit der Erarbeitung von Vokabeln, die in Verbindung mit dem Internet stehen, kann auch der eigene Umgang mit diesem Medium reflektiert werden. Schon die einfache Frage „Was machst du mit dem Internet“ kann im Russischunterricht ein geeigneter Sprechanlass sein, um über das persönliche Nutzungsverhalten zu sprechen. Tätigkeiten wie Chatten, Schreiben von E-Mails oder Recherchieren werden sicher genannt werden.

In Ergänzung dazu kann besprochen werden, was sonst noch mit Hilfe des Internets gemacht werden kann, und dabei das Vokabular gesammelt werden. Hier werden auch Möglichkeiten wie Musikdownloads oder Hacken zur Sprache kommen.

Im Folgenden soll auf Gefahren eingegangen werden, die mit den einzelnen Nutzungsmöglichkeiten einhergehen.

Markus Dange hat einen Fragebogen zusammengestellt, der die SchülerInnen zur Reflexion über das eigene Verhalten als auch über weitere Nutzungsmöglichkeiten und deren Vor- und Nachteile anleitet, und diesen auf www.lehrer-online.de veröffentlicht². Er führt folgende Tätigkeiten an: Internetseiten aufrufen, Musik herunterladen und anhören, Filme und Bilder herunterladen und ansehen, Software herunterladen, E-Mails lesen und schreiben, Spielen, Hacken, Chatten, eigene Seiten ins Internet stellen, Informationen suchen, und er nennt

¹ Köck 2005 / S. 377f.

² <http://www.lehrer-online.de/370810.php?sid=13816163471981124621620302030660>

weitere Aspekte Gesundheit, Kosten und Online-Sucht. Er schlägt vor, die Schülerinnen und Schüler ankreuzen zu lassen, für wie gefährlich sie diese Beschäftigungen mit dem Internet halten, und dies zu begründen. Im Weiteren fragt er nach Vorschlägen, diese Gefahren zu vermeiden.

Übersetzt ins Russische kann dieser Fragebogen auch für den Russischunterricht sehr wertvoll sein, um einerseits mit dem Vokabular zum Thema konfrontiert zu werden und andererseits über Vor- und Nachteile nachzudenken.

5.3 Identität und Datensicherheit

- Weiters kann folgende Karikatur von Peter Steiner Ausgangspunkt für eine Diskussion sein, die das Thema „Internet und Identität“ in den Mittelpunkt stellt. Im Russischunterricht kann sie auf sehr vielfache Weise eingesetzt werden – der Kreativität der Lehrperson ist dabei keine Grenze gesetzt.



Quelle: ww.unc.edu/depts/jomc/academics/dri/idog.html

Diese Karikatur kann auf mehrere Arten interpretiert werden. So können dem Hund positive Eigenschaften zu Grunde gelegt werden und er als ein Individuum angesehen werden, dem es durch das Internet ermöglicht wird sich auszudrücken, Gesprächspartner oder Personen gleicher Ansichten zu finden bzw. sich Gehör zu verschaffen, denn durch die Anonymität im Internet wird dies für jeden möglich, auch für sozial benachteiligte Menschen.

Das Internet ist in diesem Fall ein wertvolles Medium, das Gleichberechtigung bietet und die Möglichkeit, weltweit schnell und unkompliziert zu kommunizieren.

Andererseits kann man mit Hilfe des Internets auch sehr einfach eine falsche Identität annehmen und sich als jemand ausgeben, der man nicht ist. Dies ist in erster Linie in Chatrooms der Fall, aber auch bei der Kommunikation über E-Mail. Der/die Internetnutzer(in) kann nie hundertprozentig sicher sein, dass die angegebenen persönlichen

Daten der Gesprächspartnerin/des Gesprächspartners auch der Wahrheit entsprechen und muss sich auch dessen bewusst sein, dass Daten und Informationen, die er/sie von sich preisgibt, missbraucht werden können und zu einer unerwünschten Kontaktaufnahme durch fremde Personen führen kann. In diesem Kontext steht der schwarze Hund für Unseriösität, seine Absichten müssen als zweifelhaft angesehen werden.

Somit erhält der Slogan „On the internet, nobody knows you’re a dog“ mehrere Interpretationsmöglichkeiten. Für den Russischunterricht könnte er ins Russische übersetzt werden und dann über die verschiedenen Bedeutungen gesprochen werden.

- Folgende Übungen helfen weiters, über Sicherheit bzw. Datensicherheit zu reflektieren. Die SchülerInnen erhalten Sticker in den Farben grün, gelb und rot. Ein zuvor gemeinsam erarbeiteter Gefahrenkatalog in russischer Sprache soll damit bewertet werden. Im Idealfall befinden sich die möglichen Gefahren aufgelistet an der Tafel oder an einer Flipchart, die Schülerinnen und Schüler werden nun aufgefordert mit Hilfe ihrer Bewertungsmöglichkeiten den Gefahrengehalt einzelner Punkte einzuschätzen (grün – weniger gefährlich, gelb – mittel, rot – sehr gefährlich).

Es könnte sich dabei unter anderem um folgende Punkte handeln: Viren, Spam, Hoaxes, Phishing, Würmer, Trojaner, teure Downloads, ungeeignete Inhalte, unerwünschte Kontakte etc.¹

Im Anschluss daran werden die Ergebnisse diskutiert.

- In diesem Zusammenhang könnte auch über Passwörter gesprochen werden, natürlich ohne dass die SchülerInnen ihre eigenen verraten. Die Kreation sicherer Passwörter kann im Russischunterricht sehr unterhaltsam sein. Wichtig ist es, die SchülerInnen zuerst darauf hinzuweisen, dass Geburtsdaten, Namen von FreundInnen oder Verwandten, einfache Zahlenkombinationen wie 1234567 und dergleichen relativ einfach geknackt werden können und daher nur wenig Schutz bieten. Besser ist es, eine Kombination zu wählen, die aus Klein- und Großbuchstaben, Zahlen und Sonderzeichen besteht, jedoch ist es im Normalfall schwierig, sich diese zu merken. Dazu gibt es aber eine einfache Merkhilfe, indem man mit Hilfe kurzer Fragen und Sätze arbeitet², beispielsweise:

MZftu7:17 **Mein Zug fährt täglich um 7:17**

¹ Vgl: Thomas Erkert, „Internet – aber sicher“ auf: http://www.verbraucherbildung.de/projekt01/media/pdf/UE_Internet%20aber%20sicher.pdf

² Vgl: ebda.

Ebenso kann man mit russischen Fragen und Buchstaben verfahren, und damit schon im Anfängerunterricht spielerisch Passwörter kreieren, wie etwa:

Стл?18 Сколько тебе лет? 18.

Ктр?01121981г Когда ты родилась? Первого декабря тысяча девятсот восемьдесят
первого года.

Шнв8:00ч Школа начинается в 8:00 часов.

- Eine weitere Möglichkeit, das Internet im Russischunterricht sinnvoll einzusetzen, wäre, wenn eine Klasse mit SchülerInnen deutscher Muttersprache regelmäßig per E-Mail mit einer russischsprachigen Partnerklasse kommuniziert. Dies kann der Austausch über vorgegebene Themen sein, etwa darüber, wie man in Österreich Weihnachten verbringt oder ein Kurzporträt einer/eines österreichischen Autorin/Autors. Im Gegenzug berichten die russischen SchülerInnen über das russische Weihnachtsfest, eine(n) russische(n) Autor(in) etc. Zielführend wäre es, jeden in seiner Muttersprache schreiben zu lassen, sodass die PartnerschülerInnen einen Text in der Fremdsprache erhalten, den sie im Unterricht weiter besprechen und erarbeiten können. Voraussetzung ist aber, dass die Texte in der Muttersprache sorgfältig verfasst werden und frei von Fehlern sind. Zusätzlich zu einer Erweiterung des Wortschatzes und des Kennenlernens von Phrasen und Redewendungen ermöglicht diese Art der Internetnutzung eine Verbesserung interkultureller Kompetenzen. Der regelmäßige Austausch führt dazu, das Zielland und seine kulturellen Besonderheiten und Bräuche besser kennen zu lernen.

- Schwieriger zu organisieren ist diese Art der Kommunikation über Chatrooms, da das Internetgespräch dann simultan abläuft und beide Partner zur gleichen Zeit im Internet sein müssen. Außerdem muss für das Gelingen der Kommunikation ein höheres Maß an Sprachkenntnissen vorhanden sein und auch das Tippen der fremdsprachigen Texte sollte schon einigermaßen beherrscht werden. Um die Inhalte zu lenken, sollten die Themen für die Konversation aber von den LehrerInnen vorgegeben worden sein. Sollten die Rahmenbedingungen dafür geschaffen sein, empfiehlt es sich, einen privaten Chatroom einzurichten, sogenannte IMs (Instant Messaging). Zu diesen haben nur autorisierte Teilnehmer Zugang, weshalb sie auch sicherer sind als öffentliche.

Exkurs: Die Mediensituation in Russland

Eng im Zusammenhang mit dem Thema Medienpädagogik im Russischunterricht steht das Problem zunehmender Beschränkungen der Meinungs- und Informationsfreiheit in Russland, das spätestens seit dem Mord an der Journalistin Ana Politkovskaja seine drastischen Ausläufe zeigt.

Für RussischlehrerInnen, die auch im Bereich der Medienpädagogik engagiert sein möchten, ist es unumgänglich über die aktuellen Entwicklungen Bescheid zu wissen. Aus diesem Grund war es mir ein Anliegen, auch dieses Thema in die vorliegende Diplomarbeit zu integrieren.

Dieser Exkurs soll einen Überblick über die Mediensituation in Russland schaffen. Dazu sollen vorerst Begriffe wie Pressefreiheit und Zensur erläutert werden und auf rechtliche Grundlagen eingegangen werden. Auch soll das Verhältnis Medien und Politik thematisiert werden.

Im Anschluss daran wird auf die Entwicklung der Medienlandschaft und der Mediensituation seit der Periode des Glasnost' eingegangen werden und die heutige Situation dargestellt.

1. Pressefreiheit und rechtliche Grundlagen

Die Freiheit der Presse ist ein in vielen Verfassungen verankertes Grundrecht. Nach der Definition des International Press Institute (IPI) beinhaltet Pressefreiheit „*the free flow of information, [...] and the free flow of ideas by word and image at the international, as well as national levels.*“¹ Es bedeutet, dass alle Medien, etwa Printmedien, Hörfunk oder Internetjournale, das Recht haben, Informationen und Meinungen uneingeschränkt und unzensuriert zu publizieren. Jeder Mensch kann sich aus allgemein zugänglichen Quellen informieren.

Zusätzlich regeln nationale Medien- bzw. Pressegesetze die Rechte der Medien.

Auch in Russland besagt der Artikel 29 (Absätze 1, 4 und 5) der im Dezember 1993 verabschiedeten Verfassung der Russischen Föderation, dass jeder Bürgerin/jedem Bürger das Recht auf Freiheit der Gedanken und des Wortes garantiert wird². Weiters hat jede(r) das

¹ www.freemedia.at/cms/ipi in: Dzigan 2007 / S. 2

² Vgl.: www.constitution.ru/10003000/10003000-4.htm Der Artikel auf Russisch lautet wie folgt:

1. Каждому гарантируется свобода мысли и слова.

4. Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом.

Recht, Information zu suchen, zu erhalten, weiterzugeben und zu verbreiten. Die Freiheit der Massenmedien wird garantiert, Zensur wird verboten.

Zusätzlich bildet das 1992 in Kraft getretene Gesetz „Über die Massenmedien“ einen gesetzlichen Rahmen, der beispielsweise auch die Rechte von Journalisten regelt.

1.1 Zensur

Durch Zensurmaßnahmen wird die Möglichkeit, sich zu informieren, eine Meinung zu bilden und diese frei zu äußern, stark eingeschränkt. In der Rechtswissenschaft wird der Zensurbegriff als etwas gesehen, was in anderen Disziplinen nur als ein Teilbereich von Zensur verstanden wird, nämlich als Vorzensur, im Rahmen derer Medieninhalte vor der Veröffentlichung durch staatliche Institutionen überprüft werden und dann nicht publiziert werden dürfen. Die Folge ist, dass die Berichterstattung einseitig ausfällt, die Regierung positiv dargestellt wird und somit kaum oppositionelle Meinungen auftreten. Das geistige Leben eines Landes wird eingedämmt, die Menschen werden falsch oder unzureichend informiert.

Im Journalismus umfasst der Zensurbegriff aber mehr als die soeben beschriebene Vorzensur, die Auswirkungen sind jedoch dieselben. Für Hannes Heer beinhaltet Zensur *„alle Maßnahmen, die auf die Unterdrückung oder Behinderung von Meinungsäußerungen vor oder nach ihrer Veröffentlichung abzielen und dazu staatliche oder private Machtmittel einsetzen“*.¹ Zensur kann somit auch eine nicht-staatliche Einrichtung sein. Diese Definition umfasst auch Aspekte wie Nachzensur oder Selbstzensur. Muss ein(e) Journalist(in) oder Buchautor(in) damit rechnen, dass sein/ihr Werk nach der Veröffentlichung kontrolliert wird, spricht man von einer Nachzensur. Problematisch ist aber auch die Selbstzensur, wo aus Angst vor möglichen Strafen oder auch zum Schutz des eigenen Lebens und des der Angehörigen bestimmte Inhalte und Meinungen erst gar nicht geschrieben bzw. veröffentlicht werden, dies aber in der (nicht ganz freien) Entscheidung des Verfassers liegt. *„Während bei allen anderen Zensurformen nachgeprüft werden kann, was der Schere zum Opfer fiel, bleibt bei der Selbstzensur das Entscheidende ungesagt, ungeschrieben, ungedruckt.“*²

Die Gründe von Zensurmaßnahmen liegen meist in der Absicht einer Regierung, ihre Herrschaft zu festigen und zu sichern und Anfechtungen und Kritik derselben nicht

5. Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается.

¹ Hannes Heer in: Dzigan 2007 / S. 9

² Peter Dittmar in: Dzigan 2007 / S. 9

aufkommen zu lassen. Dabei wird versucht, von Missständen abzulenken oder diese verschönert wiederzugeben. Motive können aber auch von Medienunternehmen ausgehen, weil beispielsweise der wirtschaftliche Erfolg im Vordergrund steht oder weil Intoleranz gegenüber AutorInnen anderer Herkunft, politischer Einstellung, sexueller Orientierung, etc. vorliegt.¹

2. Das Zusammenspiel Politik und Medien

Massenmedien und Politik stehen miteinander eng in Verbindung. Für die Politik dienen die diversen Medien als Sprachrohr, mit Hilfe dessen sie politische Ideen verbreiten können und, je nachdem an welches Medium sie sich wenden, sehr viele Menschen oder eine bestimmte Zielgruppe erreichen können. Die Medien können zu einer Bekanntheitssteigerung maßgeblich beitragen, aber auch über Popularität oder Antipathie mitentscheiden. Gleichzeitig können PolitikerInnen den Medien entnehmen, wie ihre Vorschläge, Meinungen oder politischen Entscheidungen von der Öffentlichkeit bewertet werden. Diese ständige Kommunikation und Vermittlung zwischen Staat und Volk ist Grundlage der Demokratie, kann aber, im Falle einer einseitigen Berichterstattung, manipulierend wirken und eine gelenkte Demokratie mitbewirken. Daher ist ein gewisses Gleichgewicht wichtig. Ein die Regierung kritiklos unterstützender Journalismus ist für die Aufrechterhaltung des politischen Systems ebenso schlecht wie ein ausnahmslos kritisierender.

Dazu charakterisiert Sarcinelli drei Bedingungen von Politikvermittlung²: Politische Berichterstattung muss erstens inhaltlich vielfältig sein und verschiedene politische Richtungen widerspiegeln. Weiters sollen durch unterschiedliche Vermittlungsniveaus möglichst unterschiedliche AdressatInnen erreicht werden und drittens soll Politikvermittlung auf gegenseitiger Kommunikation beruhen. Es soll also auch den BürgerInnen die Möglichkeit eingeräumt werden, mit PolitikerInnen zu kommunizieren.

Massenmedien bestimmen durch Publikationshäufung und Aufmachung ferner mit, welche Themen in einer Gesellschaft besondere Beachtung finden und welche nicht. So können die Medien *„die Entscheidungs- und Durchsetzungsinstanzen des politischen Systems beeinflussen. Daraufhin bringt auch das politische System ein immer aufwändigeres*

¹ Stephan Buchloh in: Dzigan 2007 / S. 10 - 12

² Sarcinelli 1987 / S. 23

*Gegensystem der politischen Public Relations hervor*¹, denn PolitikerInnen versuchen ihrerseits das Mediensystem zu beeinflussen und für Selbstzwecke geschickt zu nutzen.

Medienpolitik wiederum *„umfasst im weitesten Sinne alle Handlungen, die auf die Realisierung und die Veränderung der gesellschaftlichen Kommunikation (Strukturen, Anbieter und Angebote, Prozesse, Inhalte) gerichtet sind. Aufgabe von Medienpolitik ist die Gewährleistung und Sicherung öffentlicher Kommunikation.“*² Wenn Gesetze und Erlässe auch dazu dienen, die öffentliche Kommunikation zu regeln und zu gewährleisten, schließt diese Definition nicht aus, dass auch Medienpolitik in eine falsche Richtung gehen kann und in die öffentliche Diskussion eingreift (Zensur etc.), um eigene Interessen zu wahren.

Dass es Regierungen immer wieder gelingt, Meinungsfreiheit und –vielfalt einzudämmen und scheinbar auch zu rechtfertigen, liegt meiner Meinung nach auch darin, wie Meinungsfreiheit definiert wird, denn rein rechtlich gesehen, waren sowohl Meinungsfreiheit als auch Pressefreiheit sogar in der so genannten Stalinverfassung von 1936 als Recht eines jeden Bürgers genannt. Allerdings wurde zwischen guten und bösen Meinungen unterschieden³ und letztere rigoros verboten.

Nun ist es aber so, dass eine derartige Unterscheidung grundsätzlich notwendig und auch in anderen europäischen Staaten verfassungsrechtlich geregelt ist. Auch demokratische Staaten können nicht jede Meinung tolerieren⁴. Entscheidend ist meiner Meinung nach, wo diese Unterscheidung gemacht wird - wird jemand strafrechtlich verfolgt, weil er/sie die Ansichten des/der amtsführenden Präsidenten/-in nicht teilt, oder weil er/sie Deportationen, Konzentrationslager und antisemitische Grundansichten eines Diktators des 20. Jahrhunderts gutheißt und öffentlich diese Meinung bekundet und verbreitet. Letztere kann Auslöser einer Welle der Gewalt und für eine Demokratie gefährlich sein. Erstere kann nur für jemanden gefährlich werden, der Gegenmeinungen fürchtet.

¹ Dzugan 2007 / S. 14

² Ottfried Jarren und Patrick Donges in: Dzugan 2007 / S. 19

³ Vgl.: Angelika Nussberger in: Nussberger u.a. 2005 / S. 14

⁴ Vgl. dazu die Kriterien der Europäischen Menschenrechtskonvention in: Nussberger u.a. 2005 / S. 16:

„Da die Ausübung dieser Freiheiten Pflichten und Verantwortung mit sich bringt, kann sie bestimmten, vom Gesetz vorgesehenen Formvorschriften, Bedingungen, Einschränkungen oder Strafdrohungen unterworfen werden, wie sie vom Gesetz vorgeschrieben und in einer demokratischen Gesellschaft im Interesse der nationalen Sicherheit, der territorialen Unversehrtheit oder der öffentlichen Sicherheit, der Aufrechterhaltung der Ordnung und der Verbrechensverhütung, des Schutzes der Gesundheit und der Moral, des Schutzes des guten Rufes oder der Rechte anderer, um die Verbreitung von vertraulichen Nachrichten zu verhindern oder das Ansehen und die Unparteilichkeit der Rechtsprechung zu gewährleisten, unentbehrlich sind.“

3. Medienpolitische Entwicklungen seit der Periode des Glasnost'

Gorbačevs Forderung nach mehr Transparenz und Offenheit wird gemeinhin als großer Entwicklungsschritt in Richtung Demokratie gewertet. Dieser Abschnitt in der Geschichte Russlands gilt auch als jene Periode, in der der Befreiungsprozess der Medien ins Rollen gebracht wurde. Inwiefern die Massenmedien zu dieser Zeit aber wirklich frei waren, beschreibt Michail Fedotov folgendermaßen¹:

„ [...] „Glasnost“ war nicht jedermann als ein Recht eingeräumt, sondern wurde kraft Entscheidung der Behörden dem jeweiligen Medienunternehmen gewährt. Darüber hinaus war dieses Privileg zuweilen lediglich im Hinblick auf ein konkretes Thema, einen Autor oder sogar nur einen Artikel wirksam. Dies sah in der Praxis folgendermaßen aus: Der Chefredakteur von „Moskovskie Novosti“ rief beispielsweise beim ZK der KPdSU an – oder er schrieb – und kündigte an, einen bestimmten Artikel drucken zu lassen [...] und bat, den jeweiligen Artikel drucken zu lassen, die jeweilige Diskussion zu eröffnen bzw. das jeweilige „Thema aufzuwerfen“. Der große „Načalnik“ (Boss) im ZK der KPdSU² (ihm sei gedankt dafür!) sagte „genehmigt“. So sah also „Glasnost“ in der Zeit von 1985 bis 1989 aus. Rechtsreformen haben dagegen zu dieser Zeit noch nicht stattgefunden.“

Die rechtliche Basis für freie Meinungsäußerung wurde, wie weiter oben bereits erwähnt, in den Jahren 1990 bis 1993 geschaffen. Diese drei Jahre können auch als Zeit der tatsächlichen Pressefreiheit (vor allem im Bereich der Printmedien) angesehen werden. Es erfolgte die Privatisierung und rechtliche Sicherstellung von Verlagen und Medienunternehmen.

Schon 1993 aber konnte eine Kehrtwendung bemerkt werden, die zurück in alte Strukturen zu führen schien. Aufgrund von Preissteigerungen waren viele Medienunternehmen auf Sponsorgelder angewiesen, um überleben zu können. *„Kapitalstarke Großfirmen und Banken stiegen zu dieser Zeit groß in den Medienmarkt ein. [...] Die meisten Medien nahmen diese Tatsache in Kauf, es war immer noch besser, im Besitz eines großen Konzerns zu sein als im Besitz des Staates unter der KPdSU wie früher. Die Interessen von AnlegerInnen waren sowohl politischer als auch ökonomischer Natur[...]. Politisch wurden Medien als Instrumente für Lobbying und für den Kampf gegen KonkurrentInnen eingesetzt.“³*

Auch waren es diese neu entstandenen Medienimperien, die Jelzin 1996 eine Wiederwahl ermöglichten. Jelzins Konkurrent bei dieser Wahl, Gennadij Zjuganov, favorisierte den Kommunismus und war gegen die marktwirtschaftlichen Reformen. Dies fand vor allem bei PensionistInnen und älteren Menschen Anklang, denen zu kommunistischen Zeiten zumindest ein geringes Einkommen beschert war und die unter Jelzin aber völlig verarmt waren. Aber

¹ Michail Fedotov in: Nussberger u.a. 2005 / S. 67

² ZK der KPdSU – Zentralkomitee der Kommunistischen Partei der Sowjetunion (ЦК КПСС)

³ Dzugan 2007 / S. 53

auch andere Bevölkerungsschichten waren von Armut betroffen. Etwa ein Viertel der Bevölkerung lebte unter dem Existenzminimum und war auf die Hilfe von Verwandten oder auf Zweit- und Drittjobs in der Schattenwirtschaft angewiesen. Auch stiegen Kriminalität und Korruption stark an. Die Chance auf eine Wiederwahl Jelzins war daher gering.

Die Oligarchen aber, die großteils aus Jelzins Umfeld stammten (daher der Name „Semja“, zu deutsch Familie oder Clan) und sich unter dem Deckmantel „Privatisierung“ unglaublich bereichern konnten, unterstützten die marktwirtschaftlichen Entwicklungen, um bei ihren Reichtümern bleiben zu können.

Zwar gab es unter Jelzin durchaus noch kritische Medien, vor allem im Bereich der Printmedien, der Fernsehkanal ORT aber beispielsweise, der damals vom heute im englischen Exil lebenden Oligarchen Boris Beresovskij geführt wurde, gestaltete seine politische Berichterstattung eindeutig für Boris Jelzin. Auch der Sender RTR geriet zunehmend unter staatliche Kontrolle. Dies war umso wirksamer, als vor allem die großteils arme Bevölkerung am Land auf Informationen aus dem gebührenfreien Fernsehen angewiesen war.

Beide, sowohl die politische Führung des Landes als auch die Oligarchen, waren auf eine gute Zusammenarbeit angewiesen. Die Oligarchen profitierten durch Steuervergünstigungen und Subventionen und wurden teils in den „Staatsapparat“¹ integriert, auf der anderen Seite wurden politische Ansichten wirksam von großen Fernsehkanälen verbreitet, allerdings nicht jene der Opposition. Jedoch konnten genau jene „Steuervergünstigungen“ probates Druckmittel sein, um Medienkonzerne zu steuern, etwa um eine(n) Leiter(in) eines Medienunternehmens wegen Steuerhinterziehung vor Gericht zu bringen und damit auszuschalten. Auch können der Entzug von Subventionen und anderer ökonomischer Mittel sowie der Entzug von Lizenzen zur Zerschlagung von Medienkonzernen beitragen.

Brunmeier beschreibt diese „Zusammenarbeit“ folgendermaßen:

„Die Botschaft lautete ‚Wer nicht mit uns ist, ist gegen uns‘ und muss mit Sanktionen rechnen. Die Tatsache, dass die großen Finanzmagnaten in den ‚wilden‘ Jahren der Privatisierung der El’cin-Ära durch dubiose Geschäfte und korruptes Zusammenspiel mit dem Staat zu ihrem Reichtum gekommen waren, macht sie besonders angreifbar. Da die Oligarchie ihr Vermögen der unmittelbaren Nähe zur Politik verdankt, erwartet diese als Gegenleistung absolute Loyalität, die sich unter anderem darin ausdrückt, dass die von den Magnaten kontrollierten Medien auf Kreml-Kurs gebracht werden. Wird die Loyalität aufgekündigt, kann der Staat jederzeit die ‚Ergebnisse‘ und den ‚Verlauf‘ der Privatisierung von neuem überprüfen lassen und ein Strafverfahren einleiten. [...] Das Abhängigkeitsverhältnis der großen Medieninvestoren von der Politik bietet eine sehr elegante Lösung des Widerspruchs zwischen dem Wunsch nach absoluter Kontrolle und der

¹ Michail Fedotov, in: Nussberger u.a. 2005 / S. 67

Wahrung des Anscheins eines demokratischen Systems mit den freien Medien. So sind die privatisierten Medienunternehmen in Russland alles andere als vom Staat unabhängig.“

Es kann also gesagt werden, dass Jelzin und seine Regierung maßgeblich an der Entstehung der Oligarchie beteiligt waren und die Entwicklung in Richtung Medienvielfalt und –freiheit ab 1993 sukzessive eingedämmt wurde. Allerdings gab es unter Jelzin auch im Bereich des Fernsehens noch Medien, die kritisch berichten konnten. Der Sender NTV, dessen Inhaber der neben Berezovskij wohl bekannteste „Medienzar“ Vladimir Gusinkij war, zeigte beispielsweise erschütternde Bilder aus dem Ersten Tschetschenienkrieg, wodurch die Akzeptanz der Bevölkerung gegenüber dem Krieg stark abnahm. Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass die Medien unter Jelzin freier waren und prinzipiell noch die Rede von Meinungsvielfalt sein konnte. Jelzin war es aber auch, der die Ausgangsbedingungen für Putins restriktive Medienpolitik schuf.

Auch an Putins Aufstieg war das russische Fernsehen maßgeblich beteiligt. In den Sendern ORT und RTR war er ständig präsent, kritische Beiträge gab es in den landesweiten Sendern kaum. Diese fanden sich anfangs noch in Beiträgen des Senders NTV, als aber klar wurde, dass Putin die Präsidentschaftswahlen des Jahres 2000 gewinnen würde, wurden die Beiträge zunehmend positiver.¹ Dennoch erfolgte 2001 die Zerschlagung von Gusinskis Medienkonzern Mediamost'. Diesem Konzern gehörten neben dem Sender NTV auch noch mehrere Tageszeitungen, ein Radiosender und ein Verlagshaus. Übernommen wurde der Konzern von Gazprom, einem Gaskonzern, *„dessen Leitung unter Putin einem Regierungsbeamten übertragen wurde“*.² Es folgte die Schließung der privaten Sender TV-6 und TVS. Putin hatte somit alle Fernsehsender mit überregionaler Reichweite unter (zumindest indirekte) staatliche Kontrolle gebracht, die Pressefreiheit und die Rechte der JournalistInnen wurden immer weiter beschnitten.

Die 1985 in Paris gegründete Organisation „reporters sans frontières“ (Reporter ohne Grenzen) erstellt jährlich ein Ranking zur Pressefreiheit. Kriterien dafür sind die Freiheit von Reportern bzw. der Grad ihrer Bedrohung, Verfolgung, Einschüchterung etc. und daraus resultierende Formen der Selbstzensur oder der Zensur durch den Staat. Auch die rechtliche Situation sowie illegale gerichtliche Maßnahmen und Strafverfolgungen, die Öffentlichkeit von Fernsehstationen, Hörfunk und Presse, der wirtschaftliche Druck, aber auch die Freiheit neuer Medien wie dem Internet finden darin Beachtung.

¹ Vgl. Dzigan 2007 / S. 66

² Informationen zur politischen Bildung Nr. 281 / 2003: S. 39

Der Index des Jahres 2007¹ listet Russland auf Platz 144 einer 167 Länder umfassenden weltweiten Rangliste. Dieser Platz liegt hinter fast allen ehemaligen Sowjetrepubliken und auch nur zwei Ränge vor Afghanistan. Dieses Ergebnis ist sehr ernüchternd, wenn man bedenkt, dass Putin bei Amtsantritt als Hoffnungsträger einer freien Demokratie in Russland galt.

Tatsächlich aber müssen jedes Jahr JournalistInnen in Russland ihre engagierte Tätigkeit mit dem Leben bezahlen. Eine Auflistung (bekannt gewordener) Mordfälle findet sich auf der Website des Internationalen Presseinstituts² (IPI). 2008 starben vier Journalisten. Der wohl bekannteste Fall, der auch im Westen für Aufhorchen sorgte, ist der Mord an Ana Politkovskaja - einer engagierten Journalistin der Novaja Gazeta, die im Oktober 2006 im Aufzug ihres Wohnhauses erschossen wurde. Als Hauptmotiv für den Mord wird ihre Arbeit angesehen. Sie hatte an kritischen Artikeln über die Regierung, den Tschetschenienkrieg und Folter in Tschetschenien gearbeitet.

Um die aktuelle Mediensituation zu beschreiben, zitiert Reitschuster Igor' Aleksandrovič Jakovenko, Mitarbeiter des Russischen Journalistenverbandes: *„Die Medien in Russland haben aufgehört, ein Platz für den Meinungs austausch und öffentliche Debatten zu sein, für Auseinandersetzungen und Kritik, sie bieten den Menschen keine Möglichkeit, die Meinung der Opposition zu erfahren“*³.

Margareta Mommsen beschreibt die Situation wie folgt: *„Aufgrund des Mitte 2003 vollzogenen Übergangs aller nationalen Fernsehkanäle in staatliche Hand war das kostbare Gut der Meinungsfreiheit in grundsätzlicher Weise bedroht. Nunmehr war die gesellschaftliche Kontrolle der Medien über die Politik klar beeinträchtigt und die Meinungsvielfalt drastisch reduziert. Die zivilgesellschaftliche Funktion der Medien hatte schweren Schaden genommen.“*⁴

Die Einstellung ranghoher PolitikerInnen zur Meinungsfreiheit zeigt folgende Tendenz: Das Recht auf freie Meinungsäußerung und freien Informationsfluss wird zwar grundsätzlich verteidigt und als wichtig erachtet, die Auslegung dieses Rechts sollte aber auf eingeschränkte Weise erfolgen, da die JournalistInnen eine hohe gesellschaftliche Verantwortung tragen und

¹ http://www.rsf.org/article.php3?id_article=24046

² <http://www.freemedia.at/cms/ipi/deathwatch.html?year=2008>

³ Reitschuster 2007 / S. 77

⁴ Margareta Mommsen in: Nussberger u.a. 2005 / S. 113

„Stabilität in der Gesellschaft“ sowie „Schicksal des Volkes“¹ davon abhängen, wie bestimmte Ereignisse dargestellt werden.

Putin selbst meinte, Pressefreiheit sei nur dann möglich, wenn die Medienorgane wirtschaftlich unabhängig sind, und sagte an anderer Stelle auch, er könne nicht verstehen, was er behindern solle, wo es in Russland doch noch nie Meinungsfreiheit gegeben habe². Zur ökonomischen Unabhängigkeit bleibt zu sagen, dass die Regierung eine Entwicklung in diese Richtung aber nicht unterstützt.

Freiräume für kritische Meinungen sind in Russland heute fast nur noch das Internet und einige Zeitungen, wobei die größten und bekanntesten wie die Izvestija oder Argumenty i Fakty bereits kremlnah berichten. Zu den wichtigsten kritischen Printmedien zählen die Zeitungen: Kommersant', Gazeta, Novaja Gazeta, Vedomosti, Nezavisimaja Gazeta und die Wochenzeitung Moskovskije Novosti. Einige davon, wie die Nezavisimaja Gazeta und der Kommersant' sind in Besitz von mittlerweile heftigen Kremlkritikern, in diesem Fall Boris Berezovskij, und damit zwar kritisch, aber auch nicht wirklich politisch unabhängig.

Die Wochenzeitung Moskovskije Novosti wurde von Michail Chodorkovskij gegründet, was zeigt, dass auch diverse kapitalstarke Firmen an der Erhaltung einer gewissen Meinungsvielfalt interessiert sind. Chodorkovskij, der auch oppositionelle Parteien wie Jabloko finanziert hatte, wurde wegen Steuerhinterziehung angeklagt und ist inzwischen inhaftiert. Der Prozess gegen ihn und andere Führungsmitglieder des Ölkonzerns JUKOS ist noch nicht beendet, die Firma selbst ging in Konkurs. Wie die Zeitung in Zukunft berichten wird, hängt auch vom Ausgang des Gerichtsverfahrens ab.

Als liberaler Radiosender gilt Echo Moskvy: *„Das größte Renommee unter den Hörfunksendern, aber auch innerhalb der gesamten russischen Medienlandschaft, besitzt zweifellos Echo Moskvy. [...] Echo Moskvy stand seit seiner Gründung auf der Seite der demokratischen Bewegung und gilt als eine zuverlässige Informationsquelle.“*³

Eine weitere Möglichkeit der freien Meinungsäußerung ist bisweilen noch das Internet. Dieses ist vor allem für Oppositionsparteien von Bedeutung, die in den nationalen Rundfunkkanälen nicht zu Wort kommen können. Allerdings ist die Reichweite dieses Mediums, abgesehen von den großen Städten⁴, noch sehr gering. Insgesamt erreicht das Internet bisher 16% der russischen Bevölkerung⁵, die Tendenz ist steigend, auch deshalb, weil

¹ Mommsen zitiert Michail Kas'janov (von 2000 bis 2004 russ. Premierminister) in: Nussberger u.a. 2005/S. 122

² Vgl. Margareta Mommsen in: Nussberger u.a. / S. 121

³ Brunmeier 2005 / S. 29

⁴ Vgl. Interview mit Susanne Scholl in: Dzugan 2007 / S. F1

⁵ Brunmeier 2005 / S. 68

es von Seiten der Regierung Bemühungen gibt, die Ausbreitung des Internets in Russland zu fördern. Das staatliche Förderprogramm „Elektronnaja Rossija“¹ trat 2002 in Kraft.

Versuche, die Rechte zu beschneiden, gibt es aber auch in Bezug auf das Internet, wie die Untersuchung von Brunmeier zeigt. Dabei sorgten vor allem Gerichtsbeschlüsse und die Installation von SORM-2 für Aufregung.

In Bezug auf Gerichtsverfahren beschreibt Brunmeier Folgendes: *„Dabei bleibt der internationalen Gemeinschaft, deren Blick sich stets auf die Hauptstadt fokussiert, die besorgniserregende Entwicklung in den russischen Provinzen weitgehend verborgen. Dort haben die regionalen Machthaber auch ohne ein spezielles Internet-Gesetz ein wirksames Kampfmittel gegen unbotmäßige Internet-Seiten entdeckt: Vor den Gerichten, die in einem Abhängigkeitsverhältnis zur örtlichen Exekutive stehen, lässt sich mühelos und ganz legal die Schließung jeder Website erwirken.“*²

SORM (Sistema operativno-rozysknych meroprijatij) ist ein Gesetz, das die Überwachung von Kommunikation (Telefon, briefliche Mitteilungen, etc.) regelt. Mit einer gerichtlichen Genehmigung kann der FSB (Inlandsgeheimdienst) beispielsweise Telefongespräche kontrollieren. SORM-2 ist die Ausweitung dieses Gesetzes auf das Internet. Alle Datenflüsse (Kreditkartentransaktionen, E-Mailkorrespondenz, konsultierte Webseiten,...) können seither vom Geheimdienst nachverfolgt werden. Die Kosten für die technische Durchführung, also die Installation geeigneter Überwachungsgeräte, müssen vom Internetprovider getragen werden. Zwar wurden diese Gesetze geschaffen, um die Effektivität der Terrorismusbekämpfung zu steigern und die Kriminalitätsrate zu senken, Menschenrechtsorganisationen berichten aber, dass diese Maßnahmen auch dann eingesetzt wurden und werden, um beispielsweise politische Gegner zu überwachen³.

Ein Internet-Gesetz, das regelt, was geschrieben werden darf und was nicht, gibt es aber auch in Russland nicht. Für derartige regulierende Maßnahmen treten ranghohe Politiker, wie der Moskauer Bürgermeister Jurij Luškov⁴ ein, wobei als Argument in erster Linie angeführt wird, dass das Internet die Jugend verderbe und Ort für Menschenhandel, Pornographie, Terrorismus, Rassismus etc. geworden sei.

Dass es aber bisher noch nicht zu derartigen Maßnahmen kam, liegt einerseits wohl am Charakter des Internets selbst, welches als interstaatliche Einrichtung von einem Staat nur

¹ Vgl. Brunmeier 2005 / S. 71 - 90

² Brunmeier 2005 / S. 151

³ Vgl. Brunmeier 2005 / S. 151

⁴ Der genaue Wortlaut Luškovs findet sich im Artikel „O temnoj storone interneta“. Erschienen am 16.5.2004 in der Tageszeitung Izvestija

schwer zu kontrollieren ist. Würde dies eintreten, könnten Internet-UserInnen bei einer Kontrolle des Runets auf ausländische Provider ausweichen. Andererseits liegt dies an den immer wieder laut werdenden Protesten der Bevölkerung, der nennenswerteste ist der von Anatolij Levenčuk, Gründer von Moskovskij Libertarium.¹

„Der gewichtigste Grund, der gegen jede Form von Regulierungsmaßnahmen spricht, ist jedoch die Gefahr, sich durch ein offensichtlich repressives Gesetz auf der Bühne der internationalen Politik zu isolieren. Die Verabschiedung eines Internet-Gesetzes, das die Zensur im Runet legalisierte, riefte bei der internationalen Gemeinschaft berechtigte Zweifel am Reformkurs des Kreml hervor und schadete dem ohnehin nicht makellosen Renommee des Landes.“²

¹ Moskovskij Libertarium wurde 1994 als Internetprojekt gegründet. Seit einigen Jahren stehen das Internet und seine Entwicklung, sowie Regulierungsversuche der russischen Politik im Zentrum der Thematik. Gründer und Leiter dieses Projekts ist der Wirtschaftsanalyst Anatolij Levenčuk, der sich öffentlich für Pressefreiheit im Internet und gegen Kontrollmechanismen einsetzt, Vgl: www.libertarium.ru (23.9.08)

² Brunmeier 2005 / S. 150

Zusammenfassung

Medien sind Kommunikationsmittel, die der Übertragung und Vermittlung von Informationen dienen. Sie ermöglichen, sich mitzuteilen und selbst darzustellen. Ihre Einteilung erfolgt auf unterschiedliche Weise.

Von Massenmedien im Besonderen spricht man, wenn eine Information über ein Medium an eine nicht mehr überschaubare Anzahl von Menschen vermittelt werden kann. Dazu zählen u.a. Zeitung, Zeitschrift, Flugblatt, Buch, CD, DVD, Film und Hörfunk.

Massenmedien werden von Menschen geformt und gestaltet, gleichzeitig gestalten Massenmedien aber auch das Alltagsleben mit und prägen Einstellungsmuster und Haltungen sowie die öffentliche Meinung. In ihrer Funktion dienen Massenmedien der Unterhaltung, der Orientierung und der Kommunikation.

Die Medienpädagogik ist ein Teilgebiet der Pädagogik. Hauptgegenstand sind die Medien und ihr Einfluss auf Menschen und dabei vor allem auf Kinder und Jugendliche. Mediendidaktik und Medienerziehung stellen Teilgebiete der Medienpädagogik dar.

Medienkompetenz ist wohl das Hauptanliegen, das Medienpädagogik bei den MediennutzerInnen erreichen möchte, und bedeutet den fachgerechten Umgang mit Medien im Sinne einer kompetenten, technischen Handhabung sowie einer kritisch distanzierten, verantwortungsbewussten und reflektierten Mediennutzung.

Die Geschichte der Medienpädagogik wird von manchen AutorInnen als die Geschichte der Reaktion auf die jeweils neuen Medien gesehen. Meist waren diese Reaktionen anfangs von bewahrpädagogischen Tendenzen begleitet.

Bewahrpädagogische Haltungen und Maßnahmen setzten bereits mit der Verbreitung von Buch und Zeitung ein. Von diesen Medien und später vom Film befürchtete man einen Sittenverfall und schlechte Einflüsse, weshalb man RezipientInnen davon möglichst fernzuhalten versuchte. Man glaubte, sie beschützen zu müssen.

Zur Zeit des Nationalsozialismus waren die von den Massenmedien dargebotenen Inhalte staatlich kontrolliert. Eine Hinführung der Menschen zu diesen Medien war zur Erreichung politischer Ziele erwünscht. Massenmedien dienten zu dieser Zeit als Manipulationsmittel.

Als Reaktion darauf machte sich nach dem Zweiten Weltkrieg eine Medienskepsis breit. Bewahrende Ansätze kamen wieder zum Tragen, jedoch wollte man RezipientInnen nun dazu

befähigen, sich selbst zu schützen. Jugendliche RezipientInnen und Kinder wollte man mit Hilfe von Jugendschutzgesetzen vor negativen Medieneinflüssen schützen.

In den 70er Jahren richtete man den Blick verstärkt auf Interessen der Medienhersteller und Manipulationsversuche, auch versprach man sich von Medien und Medienverbundsystemen zahlreiche Vorteile für den Unterricht.

Eine aktive Rolle wurde dem/der Mediennutzer(in) in den 80er Jahren zuteil. Man begann aktive Medienarbeit als wichtigen Teilaspekt in der Medienerziehung zu sehen, um das Ziel Medienkompetenz in jeder Hinsicht bestmöglich erreichen zu können.

Sowohl bewahrpädagogische Ansichten als auch emanzipatorische, kritisch-reflexive und handlungsorientierte Ansätze findet man in heutigen Formen der Medienpädagogik. Zusammenfassend können die Leitziele von medienpädagogischen Bemühungen heißen: Bewahren, Sensibilisieren, Informieren, Emanzipieren, Aktivieren und Funktionalisieren.

Massenmedien können den Unterricht in vielfacher Weise bereichern, jedoch müssen sie sorgfältig ausgewählt werden. Vor allem in Bezug auf den Einsatz im Fremdsprachenunterricht können Massenmedien als Kulturgut und Ausdrucksmittel einer Gesellschaft weit mehr als nur der Erarbeitung sprachlicher Ausdrucksformen dienen. Sie sind authentisches Material, das landeskundliche, politische, kulturelle Informationen etc. des Ziellandes in sich vereint. Zudem wirken sie motivierend, dienen der Veranschaulichung und Verdeutlichung von im Unterricht thematisierten Inhalten, regen zur Eigenarbeit an und können Einstellungen und Haltungen aufbauen. Weiters können Lerninhalte mit Hilfe von Massenmedien geübt und gefestigt werden. Mit ihrer Hilfe können dem/der Schüler(in) Sachverhalte näher gebracht werden, die nicht in seinem/ihrem direkten Erfahrungsbereich liegen. Die Arbeit mit Massenmedien wie Film, Internet, Hörfunk oder Zeitung und Zeitschrift ist dem Erreichen sowohl pragmatischer als auch kognitiver und affektiver Lernziele zweckdienlich. Produktive und rezeptive Fähigkeiten im Umgang mit der Sprache werden gefördert, auch das Wissen über Grammatik und Landeskunde sowie die Toleranz und das Verständnis gegenüber der Zielkultur.

Für eine effektive und umfassende Form von Medienerziehung sollen Massenmedien aber nicht nur Unterrichtsmittel sein, sondern häufig auch zum Unterrichtsgegenstand gemacht werden. Medienpädagogische Übungen müssen dem/der Schüler(in) Gelegenheit geben, seine/ihre eigenen Erfahrungen und Erlebnisse zu reflektieren und zu erkennen, wie sehr Medien auf sein/ihr Leben wirken. Die SchülerInnen sollen Hilfestellungen erhalten,

Medieninhalte korrekt zu verstehen, um dabei auch im Verborgenen liegende Interessen und eventuelle Manipulationsversuche zu erkennen. Auch sollen sie lernen, das Medienangebot abschätzen zu können und daraus vorteilhaft auszuwählen. Aktive Medienarbeit soll ihnen dabei helfen, Prozesse in der Mediengestaltung kennen zu lernen, sich aber auch über Medien zu artikulieren und keine Angst davor zu haben, ihre Meinung bzw. Interessen über Medien kundzutun.

Der medienerzieherische Einfluss der Schule ist bedeutend, darf aber auch nicht überschätzt werden. Wichtig ist in erster Linie auch die Zusammenarbeit mit den Eltern. Auch darf man sich von einer einzigen in den Unterricht integrierten, kurzen Übung noch keinen lang anhaltenden Erfolg versprechen. Besser ist es, Arbeiten mit verschiedenen Methoden immer wieder einzubauen. Zudem kann der Umgang mit Medien auch in Form einer Projektarbeit thematisiert werden und fächerübergreifend stattfinden.

In der vorliegenden Arbeit wurden Übungen und Unterrichtsvorschläge präsentiert, die diesen Aspekten Rechnung tragen und sich positiv auf die Medienkompetenz der SchülerInnen auswirken können. Thematisiert wurden die Massenmedien Zeitung und Zeitschrift, Film und Fernsehen, Werbung und Internet. Die Übungen wurden so gestaltet, dass sie für den Russischunterricht anwendbar sind.

Am Ende dieser Arbeit findet sich ein Exkurs, der die aktuelle Mediensituation in Russland thematisiert. Dieser zeigt auf, dass Meinungsfreiheit unterschiedlich definiert werden kann und auch als Gradmesser von Rechtsstaatlichkeit dienen kann.

Meinungs- und Pressefreiheit sind grundlegende Rechte in einer Demokratie. Werden diese nicht gewährt oder eingeschränkt, kann nur noch von einer gelenkten Demokratie gesprochen werden, in der die Regierung die Massenmedien unter ihre Führung bringt und sich ihrer bedient, um Sachverhalte verfälscht oder verschönert darzustellen, von Missständen abzulenken oder um Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad eines Politikers/einer Politikerin so zu steigern, dass diese(r) problemlos Wahlen gewinnen kann. Die Bewohner eines Landes werden somit falsch oder nicht ausreichend informiert, wie dies auch in Russland der Fall ist, wo die wichtigsten Medien im Besitz großer, kremlnaher Konzerne sind.

Dies ist beispielsweise der Fall bei allen überregionalen Fernsehsendern (RTR, ORT, NTV, TV-6 und TV5 etc.) sowie den auflagenstarken Zeitungen Izvestija und Argumenty i Fakty.

Als kritisch gelten die Zeitungen Kommersant', Gazeta, Novaja Gazeta, Vedomosti, Nezavisimaja Gazeta und die Wochenzeitung Moskovskije Novosti. Auch der Radiosender Echo Moskvy gilt als zuverlässige Informationsquelle.

Ort für freie Meinungsäußerung ist auch das Internet, das aber in Russland, außer in großen Städten, noch nicht sehr stark verbreitet ist. Versuche und Gesetzesentwürfe, dieses zu regulieren, gibt es aber auch in Bezug auf das Internet.

Резюме

Предметом этой дипломной работы является медиа-педагогика (на русском часто употребляется слово «медиаобразование») и ее внедрение на уроках русского языка в австрийских школах.

Медиаобразование – дефиниция слова и теоретические объяснения

Способность компетентного использования СМИ чрезвычайно важна не только для трудовой, но и для повседневной жизни. Средства массовой информации окружают нас и определяют нашу современную жизнь, современный мир трудно представить без медиа. В некотором отношении они облегчают наше существование, но одновременно и осложняют его. Существует большое количество продуктов СМИ, поэтому трудно ориентироваться и выбрать необходимую информацию.

Главная характеристика СМИ – возможность передавать одно сообщение большой, необозримой публике, названная Малецким (Maletzke) «дисперсная публика».

Функции СМИ – ориентирование, развлечение и коммуникация.¹ С помощью средств массовой информации реципиент информируется о том, что происходит в его окружении и узнает, когда что-то важное случилось в мире. Таким образом, можно ориентироваться в общественных нормах, ценностях и точках зрения других людей. Кроме того, регулярные сообщения СМИ важны для формирования политического мнения и, что касается сохранения демократической системы, свободная пресса необходима.

СМИ также предоставляют возможность для отдыха и развлечения, и получения информации о происшествиях. Благодаря СМИ любой человек может выразить свою точку зрения, это функция коммуникации, но чаще всего коммуникация проходит односторонне и линейно.

Проблемное поле медиа-педагогике охватывает широкий круг вопросов, поэтому разграничение и определение этой дисциплины непростое. Во-первых, под этим подразумевается исследование влияния средств массовой информации и коммуникации на реципиента, в частности на ребенка и на подростка, знание правильного

¹ Bieger 1980 / S. 31; Bieger u. a. 1980 / S. 36 ff.

использования и навыков работы с техническими средствами коммуникации, воспитание активного участника массовых коммуникативных процессов, часть медиа-педагогика. Но эта научная дисциплина содержит в себе и использование технических средств коммуникации для оптимизации педагогического процесса, обучение способности реципиента критической и самостоятельной оценке продуктов массовой информации, и др.

Целью медиа-педагогика является положительное влияние на взаимодействие реципиентов со средствами массовой информации. Для Ноиса (Neuß) медиа-педагогика должна определить, в какой момент в течение интеракции со СМИ необходимо вмешиваться, используя воспитательные, образовательные, обучающие, рекомендательные, ориентировочные и информативные способы.

Цель медиа-педагогических мероприятий - самостоятельный и сознающий свою ответственность человек, который критично и свободно выбирает из огромного предложения средств массовой информации, который способен распознавать качественные сообщения и который узнает тенденции манипуляции.

Таким образом, можно сказать, что медиапедагогика занимается медиа в контексте воспитания и понимается как широкий спектр учебных занятий, связанных с медиа.

Медиадидактика - подчиненная дисциплина медиапедагогика и области дидактики, которая занимается медией в рамках обучения. Главный вопрос – какие медиасредства, когда и как должны использоваться для достижения оптимизации в процессе обучения. В центре внимания методические аспекты для улучшения качества обучения.

Медиавоспитание также область медиапедагогика, хотя эти понятия часто употреблены как синонимы. Медиавоспитание рассматривает вопросы воспитания человека на медиакомпетентность (или медиаграмотность). Аспекты для формирования критического мышления относительно СМИ стоят на переднем плане.

Медиавоспитание содействует глубокому пониманию процессов и структур массовой коммуникации. Медиаобразование также необходимо для активного участия в демократическом процессе и помогает человеку анализировать и осмысливать медиатексты, определять их политические, социальные или коммерческие интересы и отделять качественную информацию от некачественной.

Первые формы медиапедагогика возникли в то время, когда возникли средства массовой коммуникации – в 18-ом веке. История педагогика СМИ следовательно тесно связана с историей СМИ и с тем, как реагировало общество на появление новых медиа.

Педагоги заявляли о влиянии средств массовой коммуникации на детей и на реципиентов в общем и искали формы преодоления влияния новых медиа на общество.

Медиаобразование как научная дисциплина появилась только в 60-ых годах 20-ого века.

Ютер/Подел¹ различают семь фаз развития медиаобразования:

- превентивно-нормативная медиапедагогика (в первой половине 20ого века)
- пропагандистско-индоктринерская медиапедагогика
- превентивно-нормативная медиапедагогика
- критически-рецептивно и эмансипаторски -политическая медиапедагогика
- научно-техническая и функциональная медиапедагогика
- практическая медиапедагогика размышления
- медиаобразование благодаря медиаграмотности

Во время зарождения медиапедагогических движений педагоги придерживались взгляда, что детей надо ограждать от отрицательных влияний книг и журналов (защитная теория медиапедагогики). Эти тенденции усилились с появлением кинематографа (превентивно-нормативная медиапедагогика), но в то же время некоторые педагоги выступили и за использование кинематографа в учебном процессе, если содержание фильмов подходит для детей.

Превентивно-нормативные тенденции снова приобрели значение после эпохи гитлеровского фашизма, когда медиа были превращены властями в послушный инструмент пропаганды. Люди были в ужасе еще и от того факта, в каком мере нацистская пропаганда в СМИ их манипулировала. Но в этот раз целью стала самозащита молодых людей от отрицательных продуктов СМИ.

Установка общества и медиапедагогов изменилась с расширением телевидения. Фильм признали как направление в искусстве. От анализа фильмов ожидали улучшение способности к критическому подходу. Значение медиапедагогики возрастало, потому что узнали значение средства массовой информации для демократии. Образование молодежи во всех формах, в том числе и средствами медиа стало более важным.

¹ Vgl. Jürgen Hüther, Bernd Podehl in: Hüther, Schorb 2005 / S. 118 – 127

В 70-ых годах последовал бум медиатехнологий в школах, надеясь, что учебный процесс улучшится. Медиасистемы переняли в значительной степени функции преподавателя, но вскоре медиапедагоги подвергли критике дефицит коммуникации.

С 80-ых годов, активная медиаобразовательная деятельность приобретала значение. И современные медиапедагоги выступают, прежде всего, за активную, развернутую и многообразную работу с медиасредствами. Медиаобразование в школе должно помогать молодежи приобретать медиаграмотность и, таким образом, стать способными анализировать, оценивать и создавать медиатексты и понимать социокультурный и политический контекст СМИ.

В принципе все эти направления и тенденции продолжают существовать и сегодня, и из них берут начало современные теории.

Цели медиапедагогических позиций следующие:

- защищать, информировать, активизировать, эмансипировать, функционализировать, сенсibiliзировать.

СМИ и их значение для преподавания русского языка

СМИ - составная часть культуры каждой страны, поэтому они имеют большое значение для преподавания иностранных языков. Они содержат аутентичную информацию о других культурах.

Кроме того, использование СМИ способствует приобретению прагматических, когнитивных и аффективных способностей, то есть повышает продуктивные и рецептивные навыки изучения иностранного языка, увеличивают знания грамматики, лексики и страноведения и повышают толерантность и понимание в отношении иностранных культур.

Медиа средства, как и СМИ, могут выполнять функции преподавания или преподавателя, в том числе, например, мотивировать, информировать, наглядно объяснять, активизировать, делать установку и.т.д.

СМИ и медиа средства имеют также практическое применение, так как с их помощью преподавание станет более экономичным.

Но медиа не только средство оформления и организации уроков, они могут стоять в центре внимания, в виде предмета преподавания. Тогда содержание СМИ, их разные формы появления и их влияние на реципиентов и на демократию станет темой уроков. Одновременно можно говорить о проблемах отрицательных аспектов СМИ, как

нарушение свободы печати, цензура, жажда сенсации и фальсифицированная газетная информация.

Законная регламентация медиаобразования в австрийских школах

Можно наблюдать, что значимость медиапедагогики в школьно-политических дискуссиях значительно повышалась в течение последних десятилетий.

Медиапедагогические проекты и меры, предписанные и по учебной программе, и по указу о медиавоспитании федерального министерства просвещения Австрии (Grundsatzertlass Medienerziehung).

Указ о медиавоспитании характеризует развитие СМИ и их значение для детей. Там особенно подчеркнуто, что обязанностью школы является содействие в медиавоспитании учеников, и, таким образом, поддержание их способности к коммуникации и их критического мышления относительно СМИ. Медиаграмотность там определена как способность отбора и дифференцирования и способность распознавать собственные потребности.

В этом указе также считают важным, обращать внимание учеников на угрозы исходящие из продуктов СМИ (тенденции политической и экономической манипуляции и др.).

Критическое и активное рассмотрение СМИ должно бы постоянной частью преподавания и может иметь место в рамках всех школьных предметов.

В учебной программе разных типов школы медиаобразование тоже предусмотрено.

Пределы медиапедагогической работы в школе

Возможности медиаобразовательной работы в школе ограничены. Это связано со следующими причинами и обстоятельствами. Во-первых, установка родителей к СМИ оказывает влияние на поведение детей, поэтому необходимо хорошее сотрудничество с родителями. Например, в рамках вечеров с родителями можно им дать информацию об опасностях слишком интенсивного и неправильного пользования СМИ.

Также преподаватели и педагоги не могут проследить, к каким СМИ молодежь имеет доступ. Но они могут давать советы относительно положительного использования СМИ и предупреждать учеников о возможном негативном влиянии СМИ.

Кроме того, педагоги не могут приводить в исполнение медиаобразовательный учебный процесс, а только давать толчок. Каждый индивидуум может самоопределиваться только сам.

В общем, медиапедагогика играет только незначительную роль в жизни молодежи. Поэтому медиапедагогические старания (как и все педагогические старания) часто сталкиваются с трудностями¹. Возможности СМИ и медиасредства в общем, но и возможности медиапедагогика не надо переоценивать.²

Применение средств массовой коммуникации в уроках русского языка под аспектом критического медиавоспитания

Средства массовой информации, такие как фильмы, документации, газетные статьи или реклама часто используются на уроках русского языка, но прежде всего для работы над такими языковыми феноменами как лексика, грамматика, фразеология и.т.д. Медиапедагогические стремления только на заднем плане.

Поэтому я хотела бы показать, как можно употреблять СМИ на уроках и одновременно способствовать медиаграмотности учеников. Я учитывала круг задач медиавоспитания, определенных Тулодцицким³:

- узнать и анализировать влияния медиа
- понимать и оценивать послания медиа
- выгодно выбирать и использовать предложения медиа
- изготовить и распространять медиа
- анализировать влияние медиа на общество

Газета

Важная функция газет состоит в том, что они необходимы для формирования общественного и политического мнения, но они только могут соответствовать этому назначению, если они независимы от правительства страны. В странах, где свобода печати гарантирована, регулярное чтение газет вносит важный вклад в политическое и общее образование. Для реципиента, однако, важно, чтобы он мог отличить хорошую газету от плохой. Часто молодежь знает и читает те же газеты, которые читают их родители. В принципе, в этом нет ничего плохого, но в школе должна быть возможность заниматься с другими газетами и анализировать собственное поведение. Некоторые медиапедагогические упражнения нужны для того, чтобы ученикам было легче оценить качество разных газет. В рамках уроков русского языка можно,

¹ Schell 1993 / S. 51

² Baacke; Kluth 1980 / S. 12

³ Vgl: Tulodziecki u.a.1995 / S. 23ff.

например, работать с различными русскими газетами и журналами. Ученики листают и сравнивают их. На курсах для начинающих сравнение первых страниц достаточно поучительно. Ученики на продвинутом этапе обучения могут сосредоточиться на содержании статей. Какие статьи серьезнее?

Интересно также сравнение статей на актуальные темы, когда молодежь сравнивает газетную корреспонденцию иностранных газет и журналов с местными. Таким образом, можно анализировать культурные различия и различные точки зрения.

Кроме того газеты и журналы чаще всего и зависимы от собственника и/или от необходимости получать доходы. Учеников нужно информировать и об сыгранности СМИ и политика, и об экономической зависимости. Знания об этом помогают понимать, почему газеты иногда пишут неправду, почему журналисты порой забывают о правилах этики или почему объявления и реклама обеспечивают дальнейшее существование газеты.

Активное занятие с медиа позволяет ученикам критически оценивать закулисные стороны производства газет.

Фильмы и телевидение

С 1895-ого года и первых демонстраций фильмов братьями Люмьер (Lumière), медиасредство кинематограф быстро развивалось и расширялось. В начале 20-ого века, кинотеатры играли важную роль, потому что люди туда ходили, чтобы посмотреть известия и новейшие фильмы, но в 60-ых годах телевизоры появились постепенно в каждом доме.

В течение 80-ых годов возникла следующая проблема - появились видеокассеты с аморальным содержанием. Царил настоящий бум фильмов «Sex and Crime» и фильмов ужасов, следовательно, требовалась эффективная медиапедагогика. Но с другой стороны, появление видеокассет и видеомagneтофонов приносило и выгоду для учебных занятий, так как стало возможным хранить фильмы и документацию и использовать учебные фильмы на занятиях.

Польза современной техники, как например DVD, заключается в том, что она имеет большую емкость памяти и что можно смотреть, например, фильмы на многих языках или с субтитрами.

Другая проблема состоит в том, что посредством цифровых технологий не сложно делать нелегальные копии найденных в интернете фильмов. Молодежь тем временем так компетентно обращается с интернетом, что производство таких копии для них не

составляет проблемы. Поэтому очень важно говорить о запрещении копировать фильмы без авторизации и без авторских прав.

Согласно исследованию в свободное время молодежь чаще всего смотрит телевизор. Поэтому важно развивать способность анализа и способность к критическому подходу. С этими умениями некоторые телевизионные передачи и телевидение в общем пожалуй появляются менее интересно. Но надо и сказать, что возможности медиапедагогики несомненно ограничены.

Но анализ фильмов, их критика и интерпретация важна, потому что это показывает учащимся, что фильмы имеют не только функцию развлечения.

В принципе, анализ фильма может быть организован как анализ и интерпретация художественного произведения, но фильм очень многогранен, поэтому и возможности работы с этим средством многообразны. Преподаватель может показать сцену фильма без звука, чтобы управление камерой, жесты и мимики или другие выразительные средства находились в центре внимания. Затем рекомендуется дискуссия, подходят ли друг к другу эти аспекты или нет.

Часто сравнение критических статей о фильмах может привести к интересным результатам, так как в разных газетах и журналах один и тот же фильм описан по-разному в зависимости от целевой аудитории. Это особенно интересно, если ученики знают этот фильм и могут таким образом сравнивать мнение СМИ со своим собственным.

Проблема насилия в фильмах – очень спорная. Известно, что насилие в фильмах влияет на молодежь. Такие сцены проблематичны, прежде всего, когда применение силы показано как необходимая и как единственная возможность действия. Часто создается впечатление, что сила - лучшее средство решения проблем. Герой, применяющий силу, представлен как достойный подражания, иногда зритель целиком разделяет мнение преступника и считает, что жертва заслуживает, что кто-либо совершал насилие над ней. Затем, органы правосудия нередко производят смешное впечатление, потому что они представлены недееспособными.

Некоторые фильмы особенно успешные, потому что применение силы является центральным компонентом и потому что жестокие сцены показаны очень детально.

О том, как агрессия и насилие в фильмах влияют на молодежь, существуют несколько теорий. Я согласна с мнением, что воздействие таких сцен на человека зависит от установки и характера каждого.

Для противодействия медиапедагогические мероприятия имеют смысл только, когда они тренируют способность к критическому подходу и способность анализа. Также целесообразно, проводить много коротких единств, чтобы заниматься этой темой вместо одной долгой работы проекта. Сверх этого, педагог должен иметь ясное представление о том, что насилие в фильмах остается интересным для большинства молодежи. Не возможно полностью запретить показывать такие фильмы молодежи.

Одно интересное упражнение, которое обратит внимание учеников и на точку зрения героя и жертвы, было бы симуляция судебного процесса. Одна группа готовит аргументы против увиденного действия на русском языке, другая его поддерживает. Все приводят аргументы, а один ученик, исполняющий роль судьи, пробует вести дискуссию.

Возможность работы с СМИ, связанная с фильмами, была бы подготовкой к съемке собственного видео. Для этого подходит, например тема «наш город». Ученики снова работают в двух группах. Одна группа производит рекламный фильм и представляет свой город как можно лучше. Другая группа сосредоточивается на отрицательных аспектах города. Таким образом, ученики узнают больше о производстве фильма или документации, и тоже, что всегда и обратная сторона медали.

Реклама

Понятие реклама существует со времен античности, но новый аспект состоит в том, что сегодня на рекламу тратят огромные суммы. Кроме того, сейчас есть больше возможностей распространения рекламы.

Целью рекламы является проинформировать потенциального покупателя о продукте на рынке или услуге и побуждать покупателя к приобретению товара. В принципе, с одной стороны, она помогает потребителю ориентироваться, но, с другой стороны, мероприятия по вербовке такие назойливые, что он больше не может от этого уклоняться. Реклама окружает нас везде, так как она задействует различные СМИ в рекламных кампаниях.

Хотя потребитель знает, что он находится под влиянием рекламы, она все-таки эффективна, так как целенаправленно действует на предварительно исследованные

потребности и желания покупателей. Также под воздействием рекламы могут появиться потребности, которых до этого у покупателя не было.

Чаще и интенсивнее всего такие рекламные кампании направлены на молодежь и детей. Чтобы рекламные лозунги легко запечатлелись в памяти, используется простой язык. Кроме того, дети и молодежь часто и исполнители в рекламных роликах. Это проблема связана с тем, что реклама и программа телепередач для детей часто не достаточно разделены. Очень многие молодые телезрители еще не могут отличить программу от рекламы. Поэтому медиаобразование относительно рекламы стремится, прежде всего, укрепить компетентность детей и молодежи относительно рекламы.

Обычно, преподаватели иностранного языка с удовольствием работают с рекламой на занятиях, так как она может использоваться с начинающими, также она многообразна, интересна и несложна в понимании. Однако было бы желательно, чтобы медиапедагогические упражнения чаще выступали на передний план, такие как рассмотрение смысла рекламы и ее значения для других медиа. Для этого учитель может приносить с собой разные журналы на русском языке. Ученики их просматривают и анализируют, в каком виде журнала какая находится реклама, и объясняют почему, по их мнению, это так. После этого следует дискуссия, какая реклама и с помощью каких средств выражения обращается к молодежи. Кроме того, на занятии необходимо обсуждать, как образ «покупки» действует на нас, и насколько мы можем быть подвержены манипулированию.

Интернет

Интернет - самый быстро растущий сегмент рынка СМИ. Хотя это самое новое средство массовой информации, тем не менее, его значение для общества огромно. Еибл, Подел пишут, что «интернет считается одним из самых значительных технологий на пути от промышленного к информационному обществу».

Для занятия иностранных языков интернет предлагает огромные возможности оформления. Как иноязычные газеты и журналы, интернет-страницы имеют содержание, которое не подготавливается к занятию и которые поэтому часто особенно интересно для молодых людей.

Благодаря интернету многое стало проще, но нельзя забывать про минусы, связанные с интернетом. Каждый может опубликовывать в интернете, что он хотел бы, не имея ничего-то вроде оценки. Поэтому кроме многих высококачественных веб-страниц, также

существуют многие, содержащие аморальный, расистский, криминальный, порнографический материал и т. д.

Чтобы защитить молодых людей существует фильтры, но они действуют не на 100% корректно. Кроме того, это было бы шагом в направлении защитной педагогики. А это могло бы лишить молодежь возможности борьбы с негативными аспектами современного мира. Поэтому учащиеся также должны научиться оценивать веб-сайты. Беседа на занятиях русского языка об использовании интернета помогает не только выучить слова и применять их, но и отражать собственное поведение (выразить свою точку зрения).

Ситуация средств массовой информации в России

Для преподавателей русского языка, которые хотели бы интегрировать педагогику средств массовой информации в занятие, необходимо разбираться в актуальных изменениях, из-за чего я приобщил эту тему к работе. Свобода печати зафиксированная во многих странах, как основное право, так и в России, где это прописано в конституции. Но, к сожалению, реальность в России отклоняется от законного регулирования.

В моей работе я поступил также на определении цензуры и свободы средств массовой информации, а также согласованность политики и средств массовой информации. Здесь я хотел бы обратиться только к актуальной ситуации, т.е. на развитии со времен гласности.

Фактический размер в свободы печати во время Горбачева часто переоценивается. Федотов пишет, к примеру: «Гласность не каждый раз была предоставлена как право, а предоставлялся в силу решения органов власти соответствующему органу средств массовой информации. Сверх того, эта привилегия эффективно была иногда, лишь принимая во внимание конкретную тему, автора или даже только статью.»¹

Но развитие во время Горбачева было шагом в направлении демократии и сдвинуло с мертвой точки освобождение средств массовой информации.

Как действительно свободные можно было рассматривать СМИ, прежде всего печатные средства массовой информации, с 1990 по 1993. Происходила приватизация и законное обеспечение издательств и предприятий средств массовой информации. Уже в 1993, однако, мог замечаться разворот, который, кажется, вел назад в старые

¹Vg.: Michail Fedotov in: Nussberger u.a. 2005 / S. 67

структуры. На основе повышения цен и инфляции предприятия средств массовой информации находились под угрозой разорения. Сильные капиталом фирмы под руководством олигархов, которые происходили из близкой социальной среды Ельцина и могли невероятно наживаться под прикрытием приватизации, входили в концерны средств массовой информации.

Олигархи были обязаны своими богатствами Ельцину, и Ельцин был обязан им и их средствам массовой информации, чтобы он мог оставаться у власти. Следовательно обе стороны были предоставлены на хорошее сотрудничество. (Налоговые льготы и интеграция в государственный аппарат с одной, распространение политических представлений по средствам массовой информации с другой стороны.)

При Ельцине имелись также критически сообщающие средства массовой информации. Однако время Ельцина это было отправной эпохой, которая создала условия для ограничительной политики средств массовой информации Путина.

Можно говорить, что Ельцини и его правительство существенно участвовали в начале олигархии и постепенно ограничивалось развитие в направлении разнообразия и свобода СМИ с 1993.

Русское телевидение значительно участвовало и в подъеме Путина. На программах по всей стране он постоянно присутствовал.

Путин носил под одеждой все телекомпании с надрегиональной дальностью действия (по меньшей мере, косвенный) государственный контроль, свобода печати и права журналистов все дальше обрезались. Оставались несколько газет, которые пишут критически, к примеру «Московские новости» или «Ведомости». Кроме того, радиостанция «Эхо Москвы» считается либеральным.

По этим причинам Россия находится только на 144-ом месте размещения по степени свободы печати, по результатам исследования организации «reporters sans frontières» , которое проводится каждый год.

Место для свободного выражения мнения - это в России интернет. Но интернет есть у немногих людей и преимущественно в больших городах.

Literaturverzeichnis

Medienpädagogik

Apel, Hans Jürgen / **Sacher**, Werner (Hrsg.): Studienbuch Schulpädagogik, Bad Heilbrunn 2005

Baacke, Dieter / **Kluth** Theda (Hrsg.): Praxisfeld Medienarbeit. Beispiele und Informationen, München 1980

Bachmair / **Neuß** / **Tilemann** (Hrsg.): Fernsehen zum Thema machen. Elternabende als Beitrag zum Jugendmedienschutz, München 1997

Bauer, Thomas A.: Medienpädagogik III, Einführung und Grundlegung, Unterhaltung durch Massenmedien, Graz 1980

Beer, Ulrich: Umgang mit Massenmedien, Berlin 1964

Bieger, Eckhard: Praxis der Medienpädagogik, Düsseldorf 1980

Bieger / **Grüner** / **Lübtow** / **Roßkopf** / **Thewalt**: Medienpädagogik. Ein praktischer Leitfaden, Köln 1980

Blell, Gabriele / **Kupetz**, Rita (Hrsg.): Fremdsprachenlernen zwischen Medienverwahrlosung und Medienkompetenz. Beiträge zu einer kritisch-reflektierenden Mediendidaktik, Frankfurt am Main, 2005

Blömeke, Sigrid (Hrsg.): Medienpädagogische Kompetenz. Theoretische und empirische Fundierung eines zentralen Elements der Lehrerbildung, München 2000

Erdmenger, Manfred: Medien im Fremdsprachenunterricht. Hardware, Software und Methodik, Braunschweig 1997

Fröhlich, Arnold: Handlungsorientierte Medienerziehung in der Schule. Grundlagen und Handreichung, Tübingen 1982

Hengst, Heinz: Kinder und Massenmedien – Denkanstöße für die Praxis. Heidelberg 1981

Hüther, Jürgen / **Schorb**, Bernd (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik, München 2005

Jurina, Monika: Medienpädagogik, -erziehung, Freizeitpädagogik an Ganztagschulen. Prämissen, Möglichkeiten und Realisation der Medienpädagogik/-erziehung, Freizeitpädagogik an Wiener Ganztagschulen, Diplomarbeit, 1998

Köck, Peter: Handbuch der Schulpädagogik für Studium – Praxis – Prüfung, Donauwörth 2005

Kron, Friedrich: Grundwissen Didaktik, München 1994

- Merten/Schmidt/Weischenberg** (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien, Opladen 1994
- Moser**, Heinz: Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter, Wiesbaden 2006
- Pross**, Harry.: Medienforschung. Film – Funk – Presse – Fernsehen. Darmstadt 1972.
- Sarcinelli**, Ulrich (Hrsg.): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur, Stuttgart 1987
- Schell**, Fred: Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Theorie und Praxis, München 1993
- Schaar**, Erwin (Red.): Von der Filmerziehung zur Medienkompetenz, München 1999
- Schorb**, Bernd: Medienalltag und Medienhandeln. Medienpädagogik in Geschichte, Forschung und Praxis, Opladen 1995
- Sowinski**, Bernhard: Werbung, Tübingen 1998
- Spanhel**, Dieter: Medienerziehung in der Hauptschule. Ein Entwicklungsprojekt auf der Grundlage responsiver Evaluation; München, 1999
- Theunert**, Helga: Gewalt in den Medien. Gewalt in der Realität. Gesellschaftliche Zusammenhänge und pädagogisches Handeln, München 2000
- Tulodziecki**, Gerhard: Unterrichtskonzepte für die Medienerziehung, Köln 1985
- Tulodziecki**, Gerhard / **Herzig**, Bardo: Computer & Internet im Unterricht. Medienpädagogische Grundlagen und Beispiele, Berlin 2002
- Tulodziecki**, Gerhard / **Herzig**, Bardo: Handbuch Medienpädagogik, Band 2 – Mediendidaktik. Medien in Lehr- und Lernprozessen, Stuttgart 2004
- Tulodziecki / Schlingmann / Mose / Mütze / Herzig / Hauf-Tulodziecki**: Handlungsorientierte Medienpädagogik in Beispielen. Projekte und Unterrichtseinheiten für Grundschulen und weiterführende Schulen, Bad Heilbrunn 1995

Mediensituation in Russland

- Berger**, Roman: Russland hinter den Schlagzeilen. Erfahrungen eines Moskau – Korrespondenten, Zürich 2001
- Brunmeier**, Viktoria: Das Internet in Russland. Eine Untersuchung zum spannungsreichen Verhältnis von Politik und Runet, München 2005
- Dzigan**, Franziska: Pressefreiheit in Russland? Medienpolitische Entwicklungen und journalistische Arbeitsbedingungen von 1996 bis 2006. Diplomarbeit. Wien 2007
- Nussberger**, Angelika / **Schmidt**, Carmen (Hrsg.): Medienrecht und Meinungsfreiheit in Russland, Berlin 2005

Reitschuster, Boris: Putins Demokratie. Wie der Kreml den Westen das Fürchten lehrt, Berlin 2007

Broschüren

Grundsatzterlass Medienerziehung (2001). Erlasstext des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur

Integrative Medienerziehung, Band 3 für 14 – 18 Jährige, Broschüre des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur. Erstellt von Mag. Elisabeth Halmer, Wien 2002

Integrative Medienerziehung, Band 4 für 14 – 19 Jährige, Broschüre des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur. Erstellt von Dr. Eva-Maria Rieder, Wien 2002

Informationen zur Politischen Bildung Nr. 281/2003, Hrsg: Bundeszentrale für politische Bildung in Bonn (bpb), München 2003

Internetseiten

- http://www.paed2.ewf.uni-erlangen.de/lehrveranstaltungen/ergebnisse/vorl_medpaed_03/12_integrat/neulernchancen.pdf

Spanhel, D.: Neue Medien – neue Lernchancen. Ein integratives Konzept für die Medienerziehung in Grund- und Hauptschulen (23.6.2008)

- http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_FroehlichArnold.pdf

Frohlich, A.: Das allmähliche Verschwinden der Medienpädagogik. Postulate für die Medienbildung von Lehrpersonen (14.7.2008)

- <http://www.dr-toman.de/DefMedienwiss.PDF>

Dr. rer. soc. Hans Toman, Professor der Universität Flensburg, Begriffe der Medienwissenschaft - Definitionsversuche (14.7.2008)

- <http://www.lehrer-online.de/umgang-mit-internet.php>

Beiträge zu einem kritischen Umgang mit dem Internet, Unterrichtsvorschläge von Markus Dange (18.9.2008)

- http://www.verbraucherbildung.de/projekt01/media/pdf/UE_Internet%20aber%20sicher.pdf

Thomas Erkert, „Internet – aber sicher!“, Unterrichtseinheit (18.9.2008)

- <http://www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Evaluate.html>

Website der Bibliothek der University of Berkeley, Hinweise zur Beurteilung von Websites
 “Evaluating Webpages – Techniques to apply & questions to ask” (9.9.2008)

- <http://www.bundespruefstelle.de/bmfsfj/generator/bpjm/Jugendmedienschutz-Medienerziehung/Erziehung-Medienkompetenz>

Website der deutschen Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (18.9.2008)

- <http://viadrina.euv-frankfurt-o.de/~sk/SS00/news/medienrealitaet.html>

Kremppl, Stefan: Das Netz und die News. Nachrichtenverbreitung im Internet – Medienrealitäten (1.12.2008)

- <http://www.bleyenberg.de/kultfilme/11.htm>

Bleyenberg, Daniel: Die Geschichte des Films (14.7.2008)

- <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf07/JIM-Studie2007.pdf>

JIM-Studie 2007 (Jugend, Information, Media) des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest, Basisuntersuchung zum Medienumgang 12 – 19jähriger (18.9.2008)

- <http://www.bmukk.gv.at>

Homepage des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur (4.10.2008)

- http://www.bmukk.gv.at/medienpool/11668/lp_ahs_neu_allg.pdf

Lehrplan AHS (4.10.2008)

- http://www.berufsbildendeschulen.at/upload/598_HAK%20LP%202004%20-%20Anlage%201.pdf

Lehrplan HAK (4.10.2008)

- <http://www.constitution.ru/10003000/10003000-4.htm>

Verfassung der Russischen Föderation (10.9.2008)

- http://www.rsf.org/article.php3?id_article=24046

Homepage der Organisation Reporter ohne Grenzen, Index zur Pressefreiheit 2007 (19.9.2008)

- <http://www.freemedia.at/cms/ipi/deathwatch.html?year=2008>

Homepage des Internationalen Presseinstituts (19.9.2008)

GRUNDSATZERLASS MEDIENERZIEHUNG

1. GRUNDSÄTZLICHES

Medien bestimmen unseren privaten und beruflichen Alltag. Technische Möglichkeiten der Vervielfältigung, Übertragung und Vernetzung spielen in der "natürlichen" Umgebung der Schüler/innen eine immer größere Rolle, sie sind ein Teil ihrer Wirklichkeit, ihrer Lebenswelten. Erziehung und Bildung sollten Heranwachsende in ihrer Beziehung zur Welt/Wirklichkeit begleiten und fördern.

Der Anteil von Medien an der Welt/Wirklichkeitserfahrung nimmt stetig zu – eine neue Dimension von Wirklichkeit ist mit dem Aufkommen von hoch entwickelten Technologien entstanden. Wenn nun die reflektierende Begegnung und Auseinandersetzung mit Wirklichkeiten ein grundlegender Bestandteil von Pädagogik ist, dann ergibt sich daraus der Schluss, dass Medienpädagogik die gesamte Pädagogik wesentlich stärker durchdringen soll. Pädagogik muss gleichzeitig auch Medienpädagogik sein.

Nun haben mediale Erfahrungen durch Sprache, Bilder, Zeichnungen, Bücher, Theater usw. schon seit jeher die Wirklichkeit des Menschen mitgeformt. Wie stark diese Medien unsere Wirklichkeit/Weltsichten mitprägen, ist aber in der Lehrerbildung wenig berücksichtigt worden. Dass und wie das Basismedium „Sprache“ an der Konstitution von Wirklichkeit mitwirkt, findet erst langsam Eingang in die einzelnen Fachdidaktiken. Genauso gelten diese Überlegungen auch für die audio-visuellen Medien.

Im Massenkommunikationsprozess mittels Massenmedien ist es möglich geworden, einer unüberschaubaren Menge von Empfängern bei räumlicher und/oder zeitlicher Distanz gleiche Mitteilungen zu vermitteln. Damit eröffnen die Medien einerseits Chancen zu weltweiter Kommunikation, zu Weltoffenheit und zur Weiterentwicklung der Demokratie, andererseits aber bergen sie auch die Gefahr verstärkter Manipulation in sich. Die durch Medien veränderte und sich verändernde Wirklichkeit ist eine Herausforderung und eine Chance. Im Sinne medienpolitischer Bildung ist Medienerziehung die Auseinandersetzung nicht nur mit Ursachen, Wirkungen und Formen medialer Kommunikation, sondern auch mit den verschiedenen Interessen, die die Auswahl und den Inhalt von Informationen und die Form der Vermittlung bestimmen.

Angesichts der Herausforderung durch die elektronischen Medien muss sich die Schule verstärkt dem Auftrag stellen, an der Heranbildung kommunikationsfähiger und urteilsfähiger Menschen mitzuwirken, die Kreativität und die Freude an eigenen Schöpfungen anzuregen und sich im Sinne des Unterrichtsprinzips „Medienerziehung“ um eine Förderung der Orientierung des Einzelnen in der Gesellschaft und der konstruktiv kritischen Haltung gegenüber vermittelten Erfahrungen zu bemühen.

Um diese Zielsetzungen von Medienerziehung klar herauszuheben, ist es notwendig, im Zug der Begriffsdefinition alle Begriffe, die Medien im schulischen Umfeld bezeichnen, sowie gängige mit der Medienarbeit verknüpfte Gegenstandsbezeichnungen zu umreißen.

2. BEGRIFFSDEFINITIONEN

2.1. Medienpädagogik umfasst alle Fragen der pädagogischen Bedeutung von Medien in Bildung, Freizeit und Beruf. Sie setzt sich mit Inhalten und Funktionen der Medien, ihren Nutzungsformen in den genannten Bereichen sowie ihren individuellen und gesellschaftlichen Auswirkungen auseinander. Angesichts der Komplexität des Begriffes erscheint es angezeigt, den Gesamtkomplex Medienpädagogik zu unterteilen, und zwar in

2.1.1. **Mediendidaktik:** befasst sich mit den Funktionen und Wirkungen von Medien in Lehr- und Lernprozessen. Der Einsatz von audiovisuellen Medien in ihrer Rolle als Unterrichtsmittel soll in Abstimmung mit der Bildungs- und Lehraufgabe, dem Lehrstoff und den didaktischen Grundsätzen des jeweiligen Unterrichtsgegenstandes erfolgen.

Medien sind Hilfsmittel zur Erreichung gegenstandsspezifischer Ziele (Erziehung durch Medien).

2.1.2. **Medienerziehung:** ist eine Form pädagogischen Umgangs mit Medien, der zur kritisch-reflexiven Nutzung aller Medien heranführen soll. Wo Medien als Mittel der Information, Unterhaltung, Bildung und Alltagsorganisation für die Sozialisation des Menschen Bedeutung erlangen, werden sie zum Gegenstand der Medienerziehung – die Medien sind Gegenstand und Thema des Unterrichts (Erziehung über Medien).

Medienerziehung befasst sich mit allen Kommunikationsmedien, und deren durch die so genannten Neuen Medien ermöglichten Kombinationen. Diese Kommunikationsmedien sind – unabhängig von der Technologie – konstitutive Bestandteile aller Texte:

Wort, gedruckt/gesprochen und Graphik, Ton, Standbild und bewegtes Bild. Die so genannten Neuen Medien – auch das Internet – sind im Wesentlichen als Weiterentwicklungen und Zusammenfügungen der soeben genannten Bausteine Technologien, die der Verbreitung dienen und Auswirkungen haben auf eine Reihe von sozialen Dimensionen. Die kritische Reflexion der möglichen Auswirkungen ist ebenfalls Gegenstand der Medienerziehung.

Durch die Möglichkeit, Daten aller Art zu gewaltigen Informationsnetzen zusammenzufassen und dieses Netz sowohl im Arbeits- als auch im häuslichen Bereich dienstbar zu machen, d.h. verfügbar, abrufbar und bearbeitbar zu machen, verwischen sich die Grenzen zwischen Individual- und Massenkommunikation, zwischen dem Buch und dem Zeitungsmarkt, zwischen Unterhaltungs- und Geschäftskommunikation. Besonders im Segment Neue Medien stellen sich der Medienerziehung für einen selbstbestimmten kritischen Umgang neue Fragen.

3. ZIELSETZUNGEN DER MEDIENERZIEHUNG

Bevor auf einige Arbeitsfelder der Medienerziehung eingegangen wird, erscheint es notwendig, den Begriff „Medienkompetenz“ im Sinne dieses Erlasses zu definieren:

Medienkompetenz als Zielhorizont medienpädagogischer Bemühungen umfasst neben der Fertigkeit, mit den technischen Gegebenheiten entsprechend umgehen zu können, vor allem Fähigkeiten, wie Selektionsfähigkeit, Differenzierungsfähigkeit, Strukturierungsfähigkeit und Erkennen eigener Bedürfnisse u.a.m. Insbesondere bei der Nutzung der sog. Neuen Medien stellen sich im medienerzieherischen Zusammenhang – über den Nutzwert der Medien für den fachspezifischen Bereich hinaus – Fragen von individueller und sozialer Relevanz.

Z.B. Was bedeutet die Informationsfülle für die menschliche Informationsverarbeitungskapazität? Welche Selektions-, Strukturierungs- und Professionalisierungsformen müssen geschaffen werden? Welche Möglichkeiten gibt es, um die Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit von Informationen zu sichern? Was sind einige der Implikationen der Medienkonvergenz? Was bedeutet inhaltliche Konvergenz, d.h. Vermischung von Spiel mit Film, sachliche Information mit gefühlbetonter Komponente etc. für die Verarbeitung? An welchen Bezugsrahmen messen wir Computersimulationen? Welche Folgen hat die Vermischung der Grenzen und Verwischung der Inhalte bei den Begriffen wirklich-virtuell-fiktiv?

3.1. Mediennutzung: Medienerziehung soll die Schüler/innen durch Vermittlung kritischer Einsicht in die Kommunikationsphänomene zu einem in ihrem jeweiligen Lebensbereich bewussten und mitbestimmenden Medienhandeln führen. Medienhandeln setzt voraus, dass Menschen in jeder Kommunikationssituation mit Medien aktiv sind. Das bedeutet, dass sie im Rahmen der Mediennutzung ihre eigene Bedeutung in der Interaktion mit dem jeweiligen Medium aushandeln. Daher soll Medienerziehung, ausgehend von der persönlichen Disposition des Schülers/der Schülerin unter Berücksichtigung der sprachlichen Voraussetzungen, neben dem kognitiven auch den affektiven Bereich mit einschließen. Sie soll dem Schüler/der Schülerin helfen, die eigenen Rollenerwartungen zu überdenken und seine/ihre eigenen Kommunikationsbedürfnisse und -defizite zu erkennen.

Die Schüler/innen sollen weiters erkennen und erleben, dass Massenmedien gezielt Bedürfnisse zu konsumorientiertem Verhalten wecken. Sie sollen erkennen, dass neue Formen der Individual- und Massenkommunikation ihre Möglichkeiten zur aktiven Beteiligung am wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Leben erweitern. Ferner sollen sie erkennen und erleben, dass die elektronischen Medien Freizeitgestaltung und Freizeitverhaltensweisen wesentlich mitbestimmen. In diesem Bereich soll auf die enge Verzahnung der Freizeit- und Unterhaltungsindustrie mit den Massenmedien zur Schaffung von typischen Verhaltensmustern hingewiesen werden.

3.2. Kommunikation mit und durch Medien: Die Schüler/innen sollen durch Medienerziehung befähigt werden, sich in einer Welt zurechtzufinden, über die sie zum großen Teil durch Medien informiert werden. Es soll ihnen bewusst gemacht werden, dass die Medien beträchtlich zu ihrer politischen Urteilsbildung beitragen. Sie sollen erkennen, dass die Expansion von Kommunikationstechniken den Menschen erhöhte Ausdrucks- und Partizipationschancen am politischen Leben durch „direkte“ Demokratie per Knopfdruck, bessere politische Information, bessere Information durch Behörden ermöglicht, gleichzeitig sollen sie aber erfahren, dass ebenso durch Kommunikationsmedien Menschen durch zunehmende Passivität von einer direkten Beteiligung am politischen Leben abgehalten, von politischen Konflikten abgelenkt und durch finanzkräftige Interessengruppen

politischen Manipulationen ausgesetzt werden können. Sie sollen lernen, wie sie selbst Medien zu kritischer Urteilsbildung nutzen und dadurch ihre Handlungskompetenzen stärken.

Sie sollen erfahren, dass die Medien nicht nur als Vermittler fiktiver Welten, sondern auch in der Abbildung der Wirklichkeit eine eigene Wirklichkeit schaffen. Die Schüler/innen sollen aber erkennen, dass diese gestaltete Wirklichkeit nicht wertneutral sein kann. Sie sollen die Struktur, die Gestaltungsmittel und die Wirkungsmöglichkeiten der einzelnen Medienarten wie Film, Dia etc. erkennen und sollen verstehen, welche Inhalte vorwiegend von welchen Medienarten vermittelt werden. Dabei soll ihnen bewusst gemacht werden, dass identische Inhalte unterschiedlich präsentiert werden und folglich unterschiedliche Wirkungen haben.

Medienerziehung soll das Bewusstsein für die vielfach einseitige und klischeehafte Darstellung von sozialen und geschlechtsspezifischen Rollen durch die Medien wecken. Schüler/innen sollen für die Frage sensibilisiert werden, inwiefern die Medien den vielfältigen Lebensalltag (z.B. Verhältnis Frau - Mann, Untergebene(r) – Chef/in, Jugendliche - Ältere u.ä.) realitätsgerecht vermitteln. Sie sollen erkennen, dass soziale und geschlechtsspezifische Rollen der Stereotypisierung unterliegen.

Können die Medien allein auch nicht unbedingt einen Wandel bezüglich der Auffassung von der Rollenverteilung in unserer Gesellschaft bewirken, so kommt ihnen dennoch eine bedeutsame Rolle in der Beeinflussung und Aufklärung der Öffentlichkeit zu. Indem sie bestimmte Wertvorstellungen reflektieren, tragen sie zur Aufrechterhaltung herrschender Vorstellungen bei und können gewisse Ideen, Leitbilder und Anschauungen noch verstärken bzw. abschwächen.

3.3. Medien als Wirtschaftsfaktor oder Massenmedien als Institution:

Die Schüler/innen sollen erkennen, dass wirtschaftliche, technische, gesellschaftliche und ideologische Voraussetzungen sowie unterschiedliche Organisationsformen (öffentlich rechtliche oder privatwirtschaftliche) ganz bestimmte Formen der Herstellung, Verteilung und auch bestimmte Kriterien zur Auswahl und Darstellung der vermittelten Inhalte bedingen. In diesem Zusammenhang kann auf die Arten der Nachrichtenbeschaffung, die Finanzierung durch Seher- und Hörergebühren und durch Werbung sowie auf das Spannungsverhältnis zwischen importierten und heimischen Medienprodukten hingewiesen werden. Auch die Rolle fortschrittlicher Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations, PR) als Partner und Informationslieferant der Medien soll behandelt werden. Moderne Public Relations stellen u.a. den offenen, langfristigen Dialog zwischen den Gruppen der Gesellschaft (Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Sozialbereich, Sport usw.) und den Medien her. Dabei sollen Begriffe wie Unabhängigkeit, Objektivität, Glaubwürdigkeit, Meinungsvielfalt, Manipulation usw. kritisch durchleuchtet werden.

3.4. Eigene Medienschöpfungen:

Im Sinne von Handlungs- und Erfahrungslernen sollen die Schüler/innen im Rahmen der Medienerziehung zur Herstellung von eigenen Medienprodukten ermutigt werden. Medienmachen allein ist jedoch – so verdienstvoll es auch für eine Reihe von Lernzielen sein mag – noch keine Medienerziehung. Erst wenn die praktische Tätigkeit mit einer kritischen Reflexion über den Herstellungsprozess gekoppelt wird, kann von einer medienpädagogischen Arbeit gesprochen werden. Die Reflexion kann sich u.a. beziehen auf die Erfahrungen, die im sozialen Bereich gesammelt werden, auf die Produktion von Bedeutung, die die Grundlage von Medienmachen ist u.v.m. Damit soll sichergestellt werden, dass das Medienmachen in einen bewussten Erkenntnisgewinn mündet.

4. DURCHFÜHRUNG

4.1 Allgemeines

Da die in den Medien behandelten Themen alle Bereiche des Erkennens und Handelns berühren, ist die Medienerziehung nicht auf einzelne Unterrichtsgegenstände oder bestimmte Schulstufen beschränkt. Jeder Lehrer/ jede Lehrerin ist vielmehr verpflichtet, auf sie als Unterrichtsprinzip, wie es in den einzelnen Lehrplänen verankert ist, in allen Unterrichtsgegenständen fachspezifisch Bedacht zu nehmen.

Für diesen Bereich bieten sich projektorientierte Unterrichtsformen an.

Die Integration der Massenmedien in das Unterrichtsgeschehen darf dabei nicht als eine bloße Verwendung der Medien, als Impuls für den Fachunterricht oder als Illustration der Stoffdarstellung verstanden werden. Beim Einsatz und bei der Betrachtung der Medien ist vielmehr die Beeinflussung des Weltbildes und deren Rückwirkung auf gesellschaftliche und politische Entscheidungen bewusst zu machen.

Gerade weil Medien die Welt so spontan und natürlich abzubilden scheinen, sollte Folgendes immer mitbedacht werden:

Medien sind nie neutrale Behälter von Informationen. Die Bilder, die wir für Abbildungen der Wirklichkeit halten, sind gestaltet, sie sind professionell konstruiert – deshalb wird gerade hier bei der Dekodierung ein hohes Potential an Medienkompetenz benötigt. Auch im naturwissenschaftlichen Bereich, dem im herkömmlichen

Diskurs ein hoher Grad an Objektivität zugeschrieben wird, sind die Schlüsselfragen (Wer teilt wem was mit, in welcher Absicht?), mit denen wir mediale Texte zerlegen, von eminenter Wichtigkeit - sie sollten genauso angewendet werden wie bei Medientexten, deren „Gemachtheit“ deutlicher ins Auge sticht.

Kritische Medienanalyse behindert nicht – wie oft von Fachdidaktikerinnen und –didaktikern befürchtet wird - die fachspezifischen Aussagen der jeweiligen Medien. Im Gegenteil – gerade das Eingehen auf die Schnittstellen zwischen fachspezifischen Inhalten und der Vermittlungsleistung des jeweiligen Mediums bringt einen merklichen Zuwachs nicht nur an Medienkompetenz, sondern auch an fachimmanentem Ertrag mit sich. Die Erkenntnis, dass auch speziell für den Unterricht konzipierte audio-visuelle Medien nicht objektiv sein können, bringt den Glauben an die Richtigkeit und Wahrheit anderer Medien, wie zum Beispiel Schulbücher, ins Wanken. Die Beschäftigung mit Begriffen wie Wahrheit, Richtigkeit wird zur Hinterfragung der scheinbaren Natürlichkeit und Selbstverständlichkeit so mancher Bilder führen, die eine authentische Wirklichkeit suggerieren.

Auch der für eine moderne und effektive Gestaltung des Unterrichts unbedingt notwendige Einsatz von audio-visuellen Unterrichtsmitteln kann nicht zur Medienerziehung gerechnet werden, es sei denn, dass über die fachdidaktische Verwendung hinaus auch medienspezifische Eigenheiten des Dargebotenen angesprochen werden. So soll z.B. neben und zu dem fachspezifischen Informationsgehalt des Mediums überlegt werden, ob und inwieweit Interessen der Medienproduzenten den Inhalt und die Gestaltung des Dargebotenen beeinflussen. Die Medienerziehung hat grundsätzlich auf allen Schulstufen der geistigen Entwicklung der Schüler/Schülerinnen entsprechend zu erfolgen.

4.2. Beispiele für die Durchführung

4.2.1. Verknüpfung mit dem Lehrplan

Der Lehrplan 99 (Hauptschule) geht bereits in der Präambel auf den Stellenwert von Medien in der Welt von heute ein: „Innovative Technologien der Information und Kommunikation sowie die Massenmedien dringen immer stärker in alle Lebensbereiche vor.“

Darüber hinaus bieten die Einteilung in Bildungsbereiche, die Betonung von fächerverbindendem und fächerübergreifendem Unterricht sowie der Bedeutung von lebensweltlichen Bezügen eine Reihe von Ansatzpunkten für die Realisierung von Medienerziehung:

„Der Unterricht hat sich entsprechend § 17 des Schulunterrichtsgesetzes sowohl an wissenschaftlichen Erkenntnissen als auch an den Erfahrungen und Möglichkeiten, die die Schülerinnen und Schüler aus ihrer Lebenswelt mitbringen, zu orientieren.“ und

„Im Sinne der gemeinsamen Bildungswirkung aller Unterrichtsgegenstände hat der Unterricht die fachspezifischen Aspekte der einzelnen Unterrichtsgegenstände und damit vernetzt fächerübergreifende und fächerverbindende Aspekte zu berücksichtigen. Dies entspricht der Vernetzung und gegenseitigen Ergänzung der einzelnen Disziplinen und soll den Schülerinnen und Schülern bei der Bewältigung von Herausforderungen des täglichen Lebens helfen.“

Bei den Bildungsbereichen sei explizit auf den Bereich „Sprache und Kommunikation“ sowie „Kreativität und Gestaltung“ verwiesen:

„In jedem Unterrichtsgegenstand sind die Schülerinnen und Schüler mit und über Sprache – zB auch in Form von Bildsprache – zu befähigen, ihre kognitiven, emotionalen, sozialen und kreativen Kapazitäten zu nutzen und zu erweitern.“ und „Gedanken und Gefühle verbal und nonverbal zum Ausdruck zu bringen, ist eine wesentliche Lebensform der Menschen. Den Schülerinnen und Schülern ist Gelegenheit zu geben, selbst Gestaltungserfahrungen zu machen und über Sinne führende Zugänge mit kognitiven Erkenntnissen zu verbinden.“

4.2.2. Exemplarische Vorschläge

4.2.2.1. Vorschulstufe, 1. 4. Schulstufe

Für die Integration des Unterrichtsprinzips bietet sich über den Kernbereich der Unterrichtsgegenstände Deutsch und Bildnerische Erziehung sowie Sachunterricht hinausgehend der gesamte Lehrplan an. Durch die Thematisierung und den Vergleich von eigenen Erlebnissen und Erfahrungen der Kinder mit durch Medien vermittelten Sekundärerfahrungen können die spezifischen Eigenschaften einzelner Medienarten und die daraus resultierenden Wirkungen bewusster erfahren werden. An Sachbereichen werden sowohl Medienprodukte, die sich speziell an Kinder im Grundschulalter richten (z.B. Kindersendungen des Fernsehens, Kinderzeitschriften, "Kinderseiten" aus Zeitschriften, Comics, Internetseiten für Kinder, Computerspiele bzw. Lernsoftware), als auch solche, die nicht speziell für Kinder dieser Altersstufen produziert, aber tatsächlich von diesen konsumiert werden, zu berücksichtigen sein. Durch Förderung der Selbsttätigkeit und Einsicht in die charakteristischen

Eigenschaften der Medien sollen, wenn möglich, eigene Erfahrungen in der Herstellung von Medien gemacht werden.

4.2.2.2. Sonderschule, 1. 9. Schulstufe

In den Sonderschulen kommt der Medienerziehung besondere Bedeutung zu: Einerseits sind die Möglichkeiten der Kinder zum Sammeln unmittelbarer Erfahrungen durch Behinderungen häufig eingeschränkt, was durch den Einsatz von Medien zumindest ansatzweise kompensiert werden soll. Andererseits kommt bei vielen Behinderungen den Medien eine bedeutsame Funktion bei der Überbrückung von Kommunikationsbarrieren zu (z.B. bei sinnes- und körperbehinderten Kindern). Medienerziehung in dieser erweiterten Sicht verknüpft damit sonderpädagogische Aufgaben und Zielsetzungen mit jenen Anliegen der Medienerziehung, die die behinderten Schüler/innen selbst als Medienkonsumenten zu Adressaten haben.

In den Lehrplänen der Sonderschulen finden sich zahlreiche konkrete Ansatzpunkte zur Berücksichtigung beider Aspekte. Diese reichen von Teilbereichen einzelner Unterrichtsgegenstände (z.B. der Bereich Fotografie und Film/ Video in der Bildnerischen Erziehung) bis zu detaillierten Lehrstoffangaben (z.B. Zeitung, Film und Fernsehen in Geschichte und Sozialkunde).

4.2.2.3. Hauptschule, Allgemein bildende höhere Schule 5. 8. Schulstufe

In den Lehrplänen für Deutsch und Bildnerische Erziehung (Hauptschule, allgemein bildende höhere Schule) wird Medienerziehung explizit angegeben. Als weitere Einstiegsmöglichkeiten bieten sich Beobachtungen über die Ausdruckswerte von sprachlichen und nichtsprachlichen Ausdrucksformen, Schulung der Kompetenz, sich selbst und den anderen Kenntnis von Tatsachen zu verschaffen, sowie Rollenspiele an.

An dieser Stelle sei noch einmal darauf hingewiesen, dass Medienerziehung auch und besonders in dieser Altersgruppe bei den persönlichen Medienerfahrungen, erlebnissen und -gewohnheiten der Schüler/innen ansetzen und zur Selbstreflexion führen soll.

4.2.2.4. Mittlere und höhere Schulen, Polytechnische Schule und Berufsschule 9.-12./13. Schulstufe

An Polytechnischen Schulen scheint Medienerziehung in den Lehrplänen der Unterrichtsgegenstände Berufsorientierung und Lebenskunde, Deutsch, Projektorientierter Unterricht und in Wahlpflichtgegenständen auf. Die Lehrstoffangaben der Lehrpläne der mittleren und höheren Schulen enthalten zahlreiche Hinweise auf Sachgebiete der Medienerziehung. Die Rolle und der Stellenwert der Medien können in den jeweiligen Unterrichtsgegenständen vor allem im (fächerübergreifenden) Projektunterricht (z.B. Medien als Wirtschaftsfaktor, Werbung als Wirtschaftsfaktor, Ästhetik der Werbung, Sprache der Werbung, Öffentlichkeitsarbeit-Public Relations als Dialoginstrument, wirtschafts- und gesellschaftspolitische Funktionen und Rolle von PR, Chancen und Gefahren strategischer PR für die Bildung der veröffentlichten und öffentlichen Meinung, Konzepte und Instrumente der PR) in den Unterrichtsgegenständen Deutsch, Bildnerische Erziehung sowie des Bereiches Wirtschaftskunde beleuchtet werden. Im Deutschunterricht kann die vergleichende Betrachtung von literarischen Werken und ihren Verfilmungen die Möglichkeiten und Grenzen der beiden Kunstformen aufzeigen. Die Unterrichtsgegenstände der Bereiche Geschichte und Sozialkunde sowie Zeitgeschichte ermöglichen beispielsweise nicht nur die Betrachtung von audiovisuellen Medien hinsichtlich ihrer Rolle als Quellenmaterial, sondern auch ihrer Entwicklung und ihres Einflusses auf die Gesellschaft. In den Unterrichtsgegenständen der Bereiche Psychologie und Philosophie können Fragen der journalistischen Ethik, die Psychologie der Massenkommunikation, wahrnehmungspsychologische Fragen, Vorgänge der Meinungsbildung und Manipulation erörtert werden. In den Unterrichtsgegenständen der Bereiche Physik und Chemie können die technischen Grundlagen der Phonographie und Photographie, von Rundfunk und Fernsehen sowie Probleme der Nachrichtentechnik behandelt werden.

4.3. Medienkunde im eigentlichen Sinn steckt einen Teilbereich der Medienerziehung ab, der Wissen über Medien, deren Entstehung, Organisation und Strukturen vermittelt. Bezogen auf das Schulwesen ist sie die Bezeichnung für eine Unverbindliche Übung, die z.B. an Allgemein bildenden höheren Schulen geführt wird. Nähere Angaben hinsichtlich der Inhalte sind der jeweils gültigen Fassung der betreffenden Lehrpläne zu entnehmen.

4.4. Mediendidaktik ist im Sinne des Studienplanes der Pädagogischen, Berufs- und Religionspädagogischen Akademien auch die Bezeichnung für einen Unterrichtsgegenstand, der Ziele der Mediendidaktik (vgl. 2.1.1.) und Medienerziehung (vgl. 2.1.2.) vereinigt.

4.5. Unterrichtstechnologie dient laut Lehrplan der Pädagogischen Akademien der Vermittlung von Fertigkeiten und technischem Grundwissen zur Handhabung audiovisueller Geräte und Systeme, verbunden mit Hinweisen zum richtigen Einsatz der Medien Hard- und Software im Unterricht. Die hier vermittelte Fertigkeit ist eine Voraussetzung zur Gestaltung von Medien.

4.6. Der mit der Verwaltung der audiovisuellen Unterrichtsmittel betraute Kustos sollte über Verantwortung, Initiative, Vorschläge für den Aufbau und die Ausstattung der ihm übertragenen Materialien (SchUG § 52) hinaus auch Projekte auf dem Gebiet der Medienerziehung fachlich unterstützen.

4.7. Im Sinne des SchUG § 62 (enge Zusammenarbeit von Lehrern/Lehrerinnen und Erziehungsberechtigten in allen Fragen der Erziehung und des Unterrichtes) sollen die Erziehungsberechtigten gerade im Bereich der Medienerziehung zur Erziehungsarbeit eingeladen werden. Medienkonsum, -gewohnheiten und -wirkungen sollen im Rahmen von Elternabenden behandelt werden; im Schulgemeinschaftsausschuss können weitere Aktivitäten (Schulveranstaltungen etc.) angeregt werden.

4.8. Im außerschulischen Bereich ist die Hinführung zu verantwortlichem Medienkonsum eine wesentliche Aufgabe im Zusammenwirken von Erziehern/Erzieherinnen und Schülern/Schülerinnen.

4.9. Schulveranstaltungen auch unter Mitwirkung außerschulischer Organisationen können entsprechend der Schulveranstaltungsverordnung durchgeführt werden. Die durch diese Schulveranstaltungen den Schülern erwachsenden Kosten (z.B. Eintrittsgebühren, Fahrtkosten) müssen dem Grundsatz der Sparsamkeit und Angemessenheit entsprechen. Dabei haben die finanziellen Erwägungen stets hinter den pädagogischen Gesichtspunkten zurückzustehen: Es dürfen z.B. finanzielle Erwägungen nicht dazu führen, dass für bestimmte Altersgruppen geeignete Spielfilme aus Kostengründen auch anderen, zumeist jüngeren, Schülern und Schülerinnen vorgeführt werden.

4.10. Die zuständige Schulbehörde hat im Rahmen der Lehrerfortbildung für Seminare und Vorträge (Vorführungen) sowohl über den Einsatz audiovisueller Unterrichtsmittel als auch über die Probleme der Medienerziehung für die Lehrer/innen aller Fächer und Schularten vorzusorgen. Um eine möglichst intensive Schulung der Lehrer/innen zu erreichen, wird empfohlen, die Medienerziehung in den Pädagogischen Instituten schwerpunktmäßig zu behandeln.

Dieser Erlass tritt mit 20. November 2001 in Kraft. Mit dem Inkrafttreten dieses Erlasses tritt der Erlass ZL 33.223/14-V/13b/94 vom 20. April 1994 außer Kraft.

Die Bundesministerin:
Gehrer

Wien, 20. November 2001

Erlass des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur
GZ 48.223/14 -Präs.10/01, Rundschreiben Nr.64/01
Für den Inhalt verantwortlich: Susanne Krucsay

LEBENS LAUF

Astrid Maria Klemmer

geb. am 1. Dezember 1981

in Tulln, NÖ

ledig, 1 Sohn

Bildungsweg

seit 2003

Studium Russisch und Französisch / Lehramt

1995 – 2000

Höhere Bundeslehranstalt für Tourismusberufe in
Krems/Donau, Zweig: Europäische Tourismuskasse

1991 – 1995

Hauptschule Fels/Wagram

Berufserfahrung

seit Oktober 2008

Assistentin der Geschäftsleitung, StepChange
Consulting, 1060 Wien

Oktober 2005 – April 2006

Fremdsprachenassistentin an den Lycées Camille
Claudel, 77347 Pontault-Combault, und Charles le
Chauve, 77680 Roissy en Brie, Frankreich

Juni 2001 – Oktober 2001

Servicemitarbeiterin, Kurkonditorei Ehrenberger, 3571
Gars am Kamp

September 2000 – April 2001

Servicemitarbeiterin, Restaurant Hunter`s Grill,
Disneyland Paris, 77777 Marne la Vallée, Frankreich

studienbegleitende Tätigkeiten

seit Februar 2007

Nachhilfeinstitut IFL, 3500 Krems/Donau (Fächer
Französisch und Russisch)

seit November 2007

Cateringaushilfe, Fa. Mörwald, 3473 Feuersbrunn

August 2005

Teilnahme am Tandem, Nižnij Novgorod

Juli 2004

Aupair in Moskau

Qualifikationen

Fremdsprachen

Russisch, Französisch, Englisch

EDV

MS-Office