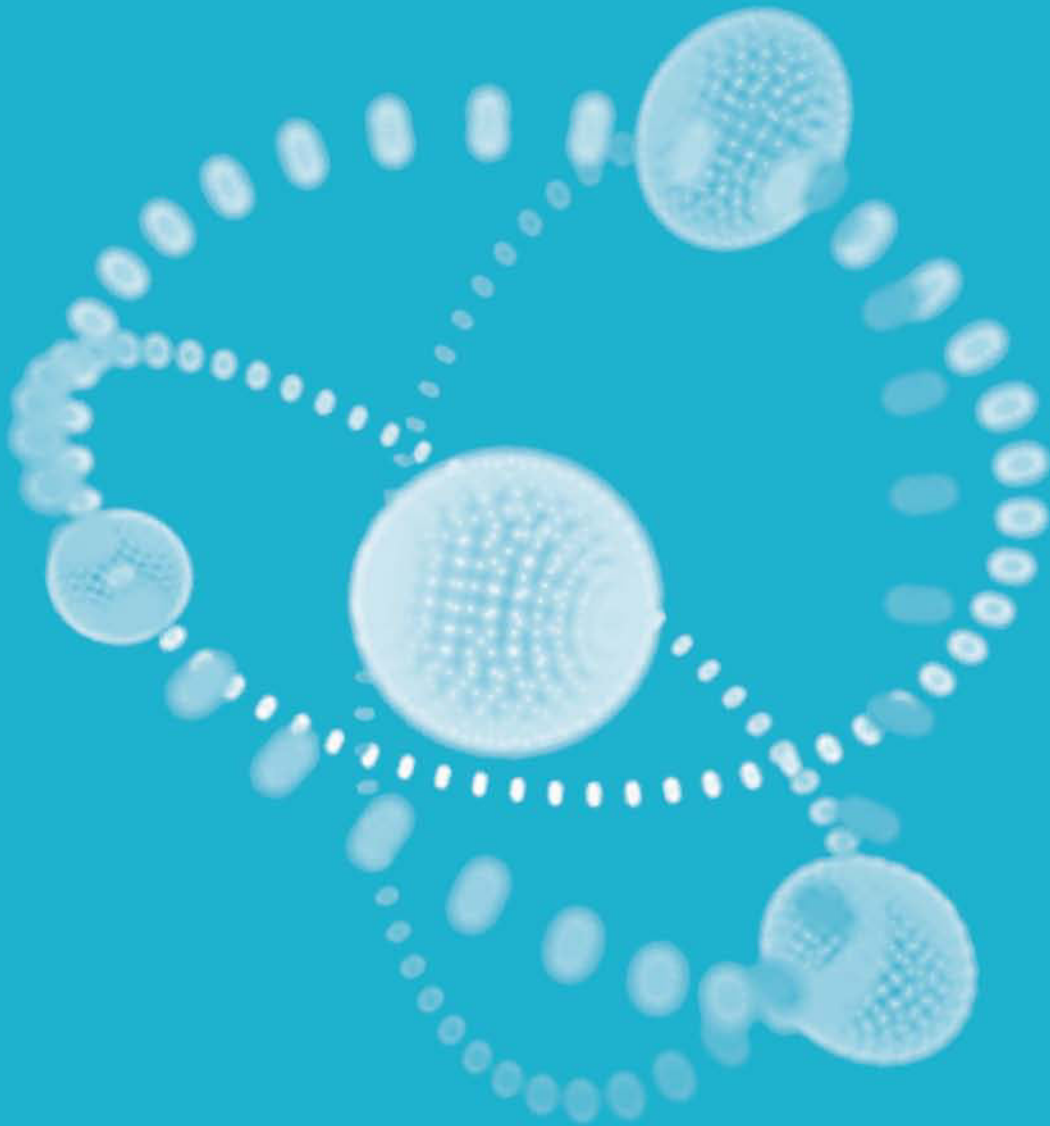


Neue Medien, Gesundheit und Beziehungen



Impressum

Herausgegeben von

Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur, Abt. Erwachsenenbildung II/5

Für den Inhalt verantwortlich

Verein maiz – Autonomes Zentrum von und für Migrantinnen;
4020 Linz, Hofgasse 11, maiz@servus.at, www.maiz.at, ZVR Nr. 374569075

Autorinnen

Kim Carrington, Sandra Hermann

Layout

typothese – M. Zinner Grafik und Raimund Schöftner
1150 Wien, Rosinagasse 19, office@typothese.at, www.typothese.at

Umschlaggestaltung

Adriana Torres, 4020 Linz, Bürgerstraße 39, att@puntos.at, www.puntos.at

Die Verwertungs- und Nutzungsrechte liegen beim BMUKK. Die Beispiele wurden für die Einrichtungen der Erwachsenenbildung, die im Rahmen der Initiative Erwachsenenbildung Maßnahmen durchführen, entwickelt und sind nur mittels Passwort downloadbar. Jegliche kommerzielle Nutzung ist verboten.

Bei der Einholung von Rechten für die Verwendung von Bild- und Textmaterial wurden keine Mühen gescheut. Sollte dennoch jemandes Rechtsanspruch übergangen worden sein, so handelt es sich um unbeabsichtigtes Versagen und wird nach Kenntnisnahme behoben.

Das Unterrichtsbeispiel wurde im Rahmen des Projekts „**Erwachsenengerechter Pflichtschulabschluss**“ erstellt.

Partner_innen: maiz, VHS Linz, BFI OÖ, VHS Wien, MAFALDA, Kunstlabor Graz von uniT

Stand: Oktober 2013, Download: e-psa.at



Wissensturm Linz
Volkshochschule Stadtbibliothek



Inhalt

1.	Thema	4
2.	Notwendiges Vorwissen	4
3.	Überblick	5
4.	(Verordnungsrelevante) Lerninhalte	6
5.	Deskriptoren	7
6.	Mögliche Module	8
	6.1. Einstieg ins Thema	8
	6.2. Modul 1: Neue Medien und Sucht	9
	6.3. Modul 2: Neue Medien, Beziehungen und Kommunikation	11
	6.4. Modul 3: Identität(en) 2.0: Ich online – Ich offline	15
	6.5. Modul 4: Glaubwürdigkeit im Netz	17
	6.6. Modul 5: Werbung beeinflusst	19
7.	Quellenverzeichnis	23
8.	Anhang	24
	8.1. Handouts	
	Handout 1 – Meine Mediengewohnheiten	
	Handout 2 – Persönliche Reflexion meiner Mediengewohnheiten	
	Handout 3 – Ich online – Ich offline	
	Handout 4 – Stellung nehmen	
	Handout 5 – Gewalt in sozialen Netzwerken: Erkennen und beschreiben	
	Handout 6 – Webseitenevaluation Checkliste	
	Handout 7 – Werbeanalyse	

1. Thema

Internet, Handy, Chat, E-Mails und Computerspiele sind Bestandteile des Alltags. Diese sogenannten „Neuen Medien“ haben Eingang in unsere Welt gefunden und sind nicht mehr wegzudenken, weder in der Arbeit, Schule, Ausbildung oder Freizeit. Neben der verbalen tritt die schriftliche Kommunikation immer mehr in den Vordergrund. Diese Veränderung in der Kommunikationsform bewirkt auch Änderungen in unseren Beziehungen. Auch unsere Gesundheit kann durch die übermäßige Nutzung der Neuen Medien beeinflusst werden. Wichtig ist ein kritischer Umgang mit Neuen Medien. Essentiell ist die Entwicklung einer kritischen Medienkompetenz, damit Neue Medien positiv eingesetzt werden und dem persönlichen Erfolg und der Weiterentwicklung dienen.

2. Notwendiges Vorwissen

Kein Vorwissen erforderlich.

3. Überblick

Inhalte	Methoden	Dauer in Minuten	Materialien
EINSTIEG INS THEMA			
Was sind „Neue Medien“?	Mindmap, Kleingruppenarbeit, Gruppenarbeit, Diskussion	45	Schreibmaterialien
MODUL 1: Neue Medien und Sucht			
Meine Mediengewohnheiten	Beobachtung, Journal, Einzelarbeit	45	Schreibmaterial, Handout 1, Geodreieck
Reflexion über meinen Umgang mit Neuen Medien	Selbstreflexion	20	Handout 1, Handout 2
Wenn Medien süchtig machen ...	Brainstorming, Recherche, Plenum	60	Schreibmaterial, Internet
Hilfe finden	Recherche	60	–
MODUL 2: Neue Medien, Beziehungen und Kommunikation			
Technologie und das Sozialleben	Impulsfilm, Reflexion	20	Internet, Beamer, Film „Technology and the Family“ ³ von Eliezer Castillo
Die moderne Familie	Forum Theater, Diskussion im Plenum	160	–
Fortschritt und Entwicklung, oder?	Bildernalyse	15	Beamer
Ich mache das anders!	Rollenspiel und Intervention, Problemdarstellung und Problemanalyse	160	Internet, Beamer, Film „I Forgot My Phone“ ⁴ (Übersetzung: „Ich habe mein Handy vergessen“) von Charlene deGuzman
Krankheiten, verursacht durch Neue Medien	Recherche, Präsentation	30	Internet
Barrierefrei ins Internet	Recherche	30	Internet
MODUL 3: Identität(en) 2.0: Ich online – Ich offline			
Was ist Identität?	Gruppenübung	15	Wollknäuel
Ich online – Ich offline	Selbstreflexion	30	Flipchart, Stifte, Handout 3
Stellung nehmen!	Analyse und Bearbeitung von Fallbeispielen, Diskussion	45	Internet, Beamer, Klebeband, Handout 4 , Post-its, Stifte, Karten, Film „Identität im Netz“ ¹ von Laura Dietrich
Gewalt in sozialen Netzwerken	Bearbeitung und Analyse, Lösungsfindung, Präsentation	45	Karteikarten, Stifte, Handout 5

Inhalte	Methoden	Dauer in Minuten	Materialien
MODUL 4: Glaubwürdigkeit im Netz			
Stimmt alles, was im Netz steht?	Reflexion	20	Beamer, Internet, Flipchart, Stifte
Internetrecherche und Webseitenevaluation	Internetrecherche, Webseitenevaluation	90	Internet, Handout 6
MODUL 5: Werbung beeinflusst			
Rollenbilder in der Werbung	Analyse	30	Werbematerial mit abgebildeten Personen aus Zeitschriften oder dem Internet
Werbeanalyse	Analyse	30	Werbung aus Zeitschriften oder dem Internet, Handout 7
Werbung verdrehen	Kreatives Gestalten	60	Werbeproschüren, Werbung aus dem Internet, Schere, Kleber
Kaufstüchtig – was nun?	Brainstorming, Recherche	30	Internet
Einkaufen im Internet	Brainstorming	15	–
Konsumieren hat seinen Preis	Impulsfilm, Diskussion im Plenum	90	Internet, Schreibmaterial, Kurzfilm "Story of Stuff" (Deutsch) ⁵

4. (Verordnungsrelevante) Lerninhalte

In Hinblick auf die Themenbereiche, die lt. Verordnung (30. August 2012; Nr. 288) des bm:ukk zu Prüfungsgebieten des Pflichtschulabschlusses vorgeschrieben sind, fällt das Unterrichtsbeispiel in folgende Themenbereiche:

Ernährung und Haushalt

- Bedürfnisse, Werte und Normen für die persönliche Lebensgestaltung reflektieren. Einstellungen und Verhaltensweisen, die der sozialen Integration dienlich sind, entwickeln.

Erweiterte Gesundheitslehre

- Hilfsorganisationen und Selbsthilfegruppen. Körperliche und geistige Behinderung.
- Öffentliche Gesundheitseinrichtungen.

Biologie und Umweltkunde

- Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung.
- Soziale Konflikte, ihre Ursachen und Lösungsversuche mit ausgewählten Beispielen.
- Selbstverständnis der Geschlechter (Analyse von unterschiedlichen Zugängen zu Weiblichkeit und Männlichkeit).
- Neue soziale Bewegungen (Umweltbewegung).

5. Deskriptoren

	Einstieg	Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4	Modul 5
Verstehen und wahrnehmen						
3. Situationen anderer Menschen und die Rolle sozialer Arbeit erfassen		✓	✓	✓		✓
Reflektieren und einschätzen						
5. Handlungen und Verhaltensweisen bewerten		✓	✓			✓
6. Sich selbst reflektieren		✓	✓	✓		✓
Interagieren und handeln						
7. Menschen situationsangemessen unterstützen		✓		✓	✓	
8. Mit Menschen in besonderen Lebenssituationen angemessen interagieren					✓	

6. Mögliche Module

6.1. Einstieg ins Thema

Das digitale Zeitalter ist Realität geworden. Zeitungen und Bücher werden heutzutage durch digitale Angebote wie Internetzeitungen und eBooks ergänzt. Fernsehen bekommt Konkurrenz durch das Internet. Filme können „gestreamt“ werden. Versäumte Fernsehsendungen können auch nach ihrer Ausstrahlung im Fernsehen im Internet noch angesehen werden. E-Mails werden anstelle von Briefen verschickt. Neue Technologien ermöglichen es, Informationen zu übermitteln, zu speichern und abzurufen. Die Welt ist vernetzt. Kommunikation kann über weite Entfernungen stattfinden. Durch diese Veränderungen hat sich auch der Umgang mit Zeit verändert. Die ständige Erreichbarkeit durch Handys und Internet führt zu einem ständigen Verfügbarsein.

Ziele

- Den Lernenden wird der Begriff „Neue Medien“ bekannt gemacht. Die Lernenden sollen sich kritisch mit „Neue Medien“ auseinandersetzen.

6.1.1. Arbeitsaufträge

Arbeitsauftrag 1: Was sind „Neue Medien“?

Methoden: Mindmap, Kleingruppenarbeit, Gruppenarbeit, Diskussion

Dauer: 45 Minuten

Material: Schreibmaterial

Ablauf

Die Lernenden erstellen Mindmaps zur Frage: Was genau sind eigentlich „Neue Medien“? Dabei werden Assoziationsketten zu den gefundenen Begriffen gebildet. Im Anschluss werden die Ergebnisse vorgestellt und im Plenum diskutiert. Ebenso werden die zahlreichen Möglichkeiten der Neuen Medien diskutiert und wie diese in vielfältiger Weise genutzt werden können.

6.2. Modul 1: Neue Medien und Sucht

Neue Medien sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Schon viele Kinder wissen, wie sie ihr Handy bedienen. Viele Handys sind ständig mit dem Internet verbunden, und falls nicht, besitzen viele Menschen zu Hause einen Computer, Laptop oder einen Fernseher mit Internetzugang. Informationen sind leicht über das Internet abrufbar. Kommunikation ist ständig möglich. Freundschaften lassen sich über das Internet „pflegen“. Computerspiele werden als Zeitvertreib gespielt. Doch Vorsicht ist geboten, wenn das Leben sich zum größten Teil nur noch in der virtuellen Welt abspielt. Denn Internet und andere Medien können süchtig machen. Die Konsequenz daraus ist eine Abnahme der realen sozialen Kontakte und die damit verbundene Einsamkeit. Wenn der Zugang zur virtuellen Welt verwehrt wird, können sich Entzugserscheinungen bemerkbar machen. Nervosität, Reizbarkeit und üble Laune vermiesen die Stimmung. Sogar Schlafstörungen können auftreten.

Ziele

- Die Lernenden werden dazu aufgefordert, ihre persönlichen Mediengewohnheiten kritisch zu beobachten. Die Lernenden werden Grafiken erstellen, die die Ergebnisse ihrer Analyse der persönlichen Mediennutzung darstellen. Sie werden sich auch damit auseinandersetzen, wie viel Zeit sie für körperliche Aktivitäten im Vergleich zu weniger aktiven und mehr isolierten Aktivitäten verbringen. Ziel ist es, ein erhöhtes Bewusstsein über die eigenen Mediennutzungsgewohnheiten zu schaffen.

6.2.1. Arbeitsaufträge

Arbeitsauftrag 2: Meine Mediengewohnheiten

Methoden: Beobachtung, Journal, Einzelarbeit

Dauer: 45 Minuten

Materialien: Schreibmaterial, **Handout 1: Meine Mediengewohnheiten**, Geodreieck

Ablauf

- Die Lernenden denken über die Vielfalt der medienbezogenen Tätigkeiten nach, denen sie im Laufe eines Tages nachgehen – also vom Aufwachen bis zum Schlafengehen. Sie fertigen eine Liste im Handout 1: „Meine Mediengewohnheiten“ an, die ihre medienbezogenen Aktivitäten inklusive der damit verbrachten Zeit enthält. Aber auch Aktivitäten ohne Medienbezug werden festgehalten. Im Anschluss analysieren sie ihre Listen. Die Aktivitäten werden in Gruppen zusammengefasst (z.B. Computerspielen, soziale Netzwerke benutzen, Fernsehen usw.), die Zeit der Aktivität wird ermittelt und grafisch dargestellt.
- Im nächsten Schritt wird ein Zeitprofil der Mediengewohnheiten der gesamten Gruppe erstellt. Auch dieses Ergebnis wird grafisch dargestellt.
- Im Anschluss werden die Ergebnisse interpretiert. Die persönlichen Mediengewohnheiten werden kritisch hinterfragt. Die Ergebnisse werden gemeinsam diskutiert.

Arbeitsauftrag 3: Wenn Medien süchtig machen ...

Methoden: Brainstorming, Recherche

Dauer: 60 Minuten

Materialien: Schreibmaterial, Internet

Ablauf

Zunächst wird ein Brainstorming zum Thema „Sucht“ in Kleingruppen mit maximal vier Personen durchgeführt. Im Anschluss daran werden die Ergebnisse des Brainstormings vorgestellt. Die Frage „Wo beginnt Sucht?“ wird im Plenum gemeinsam diskutiert.

Im zweiten Schritt wird die Mediensucht und ihre verschiedenen Ausprägungen genauer erläutert. Dazu werden die unten angeführten Fragen von Kleingruppen bearbeitet. Es kann auch ein_e Experte_Expertin zum Thema „Sucht“ eingeladen werden.

Fragen

- Was genau ist Mediensucht?
- Wie viel Zeit verbringt ein_e Mediensüchtige_r im Internet und Co?
- Woran erkennt man Mediensucht/Medienabhängigkeit/Internetsucht?
- Was können Folgen dieses Suchtverhaltens sein?
- Wer ist gefährdet?
- Wo können Betroffene Hilfe finden?

Die Ergebnisse werden im Plenum präsentiert und gemeinsam diskutiert.

Hinweis

Information zum Thema „Mediensucht“ ist auf der Webseite des Bundesministeriums für Gesundheit zu finden.²

Arbeitsauftrag 4: Die Sucht

Methoden: Recherche, Präsentation

Dauer: 60 Minuten

Materialien: Internet

Ablauf

Nicht nur Medien können süchtig machen. Die Sucht kann auch andere Bereiche des Lebens betreffen. Die Lernenden finden sich in Kleingruppen zusammen. Jede Kleingruppe informiert sich über eine der angeführten Süchte genauer und erstellt daraus eine kurze Präsentation.

Folgende Punkte werden behandelt

- Ursache der Sucht
- Wo finden die Betroffenen Hilfe?
- Wege aus der Sucht

Im Anschluss werden die einzelnen Punkte gemeinsam diskutiert.

Folgende Süchte werden bearbeitet

- Drogen
- Alkohol
- Spielsucht
- Mediensucht
- Kaufsucht

Arbeitsauftrag 5: Hilfe finden

Methode: Recherche

Dauer: 60 Minuten

Materialien: Internet

Ablauf

Ein_e Familienangehörige_r ist von der Mediensucht bzw. Internetsucht betroffen. Wo findet diese Person Hilfe? In Kleingruppen wird im Internet nach Möglichkeiten gesucht, dieser Person zu helfen. Dazu werden verschiedene Selbsthilfegruppen und Beratungsstellen gesammelt und deren Tätigkeiten kurz beschrieben. Es ist auch möglich, eine dieser Selbsthilfegruppen oder Hilfsorganisationen zu besuchen, um einen besseren Einblick in ihre Tätigkeitsbereiche zu bekommen.

Im Anschluss daran werden weitere Selbsthilfegruppen gesucht und beschrieben. Auch Beratungsstellen in der Umgebung werden ausfindig gemacht und deren Aufgabenbereiche kurz umrissen. Die Recherche wird in einer kurzen Präsentation dem Plenum vorgestellt.

6.3. Modul 2: Neue Medien, Beziehungen und Kommunikation

Neue Medien beeinflussen uns und unseren Alltag. Handys ermöglichen die ständige Erreichbarkeit. Internet ist am Handy verfügbar und kann uns unabhängig von unserem Standort mit der ganzen Welt verbinden. Kommunikation ist immer möglich. Einkäufe können mit Hilfe des Internets von zu Hause aus erledigt werden. Neue Medien verändern unsere Kommunikation. Die Kommunikation findet zu einem großen Teil in der virtuellen Welt statt. Eine Folge davon kann eine Minimierung der persönlichen Kontakte in unserer Umgebung sein. Dadurch können sich Beziehungen zu anderen Menschen ändern. Wie Beziehungen und die Kommunikation durch die Neuen Medien beeinflusst werden, ist Inhalt dieses Moduls.

Ziele

- Die Lernenden werden sich der Auswirkungen der steigenden Nutzung Neuer Medien auf die Gestaltung ihres Soziallebens bewusst.
- Die Lernenden entwerfen mögliche Strategien, um die übermäßige Nutzung von Neuen Medien einzubremsen.

6.3.1. Arbeitsaufträge

Arbeitsauftrag 6: Technologie und das Sozialleben

Methoden: Impulsfilm, Reflexion

Dauer: 20 Minuten

Materialien: Internet, Beamer, Film „Technology and the Family“ von Eliezer Castillo³

Ablauf

- Die Lernenden erörtern den Einfluss von Neuen Medien auf ihr soziales Leben. Dabei kann der Fokus auf ihr Familienleben gerichtet sein, aber auch die Auswirkungen auf andere soziale Kontakte können behandelt werden. Es können Kontakte zu Menschen in der unmittelbaren Umgebung, aber auch in geografisch entfernten Regionen reflektiert werden. Der kurze Filmbeitrag „Technology and the Family“³ eignet sich als Impuls, um an die Thematik heranzuführen. Die Lernenden schreiben ihre Impressionen im Anschluss an den Film auf. Gemeinsam werden die Impressionen gelesen. Danach werden die Auswirkungen von Neuen Medien auf das Familienleben und auf andere soziale Beziehungen diskutiert.
- Die Diskussion kann auch folgende Frage behandeln: „Fördern Neuen Medien (Computerspiele, soziale Netzwerke ...) die soziale Integration oder die Vereinsamung?“

Arbeitsauftrag 7: Die moderne Familie

Methoden: Forum Theater, Diskussion im Plenum

Dauer: 160 Minuten

Materialien: —

Ablauf

- Mit der Methode des Forum Theaters lassen sich Situationen verändert darstellen. Dadurch können alternative Handlungsmöglichkeiten erprobt werden.
- Als Einstieg kann die Szene aus dem Film „Technology and the Family“ von Eliezer Castillo³ von den Lernenden nachgestellt werden. Die Lernenden können aber auch eine Ausgangsszene selbst generieren. Der übrige Teil der Gruppe bildet das Publikum. Die Szene beginnt. Das Publikum beobachtet und sagt „Stopp“, wenn etwas stört oder nicht passt. Nun darf diese Person, die die Szene gestoppt hat, auf die Bühne treten und die Szene weiterspielen. Diese Person spielt nun die neue Lösung, die sie gefunden hat. Die Szene wird gespielt, bis sie wieder vom Publikum angehalten wird.
- Im Anschluss findet eine Diskussion über die Szenen bzw. Lösungen/Alternativen statt. Es besteht die Möglichkeit, eine Szene in Form einer Fotostory zu erstellen.

Arbeitsauftrag 8: Fortschritt und Entwicklung, oder?

Methode: Bilderanalyse

Dauer: 15 Minuten

Materialien: Beamer

Ablauf

Das Bild „Evolution“ wird als Impulsbild an die Wand projiziert. Anhand des Bildes wird eine Diskussion initiiert, die sich mit der Thematik „Fortschritt und Entwicklung, oder?“ beschäftigt.

Folgende Fragen können als Diskussionsanregung gestellt werden:

- Wie wird der Mensch dargestellt? (Beachten Sie die Werkzeuge sowie die Haltung der Menschen.)
- Was bedeuten die Begriffe „aktiv – interaktiv“?
- Welches Menschenbild zeigt sich in dieser Darstellung?
- Ist Fortschritt immer Fortschritt? Welche Vorteile ergeben sich durch die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte? Welche Nachteile sind zu beobachten?

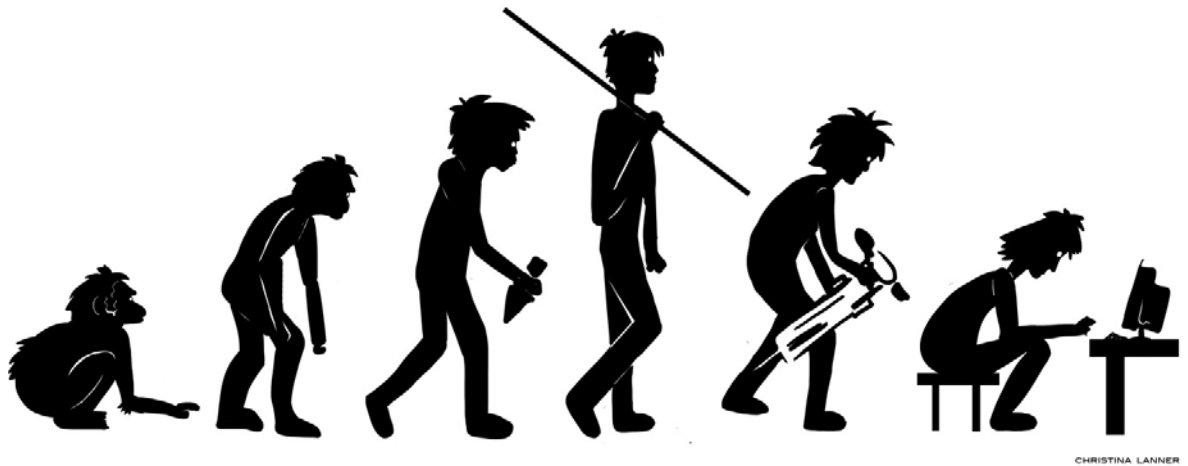


Abbildung: Die Evolution

Arbeitsauftrag 9: Ich mache das anders!

Methoden: Rollenspiel und Intervention, Problemdarstellung und -analyse

Dauer: 160 Minuten

Materialien: Internet, Beamer, Film „I Forgot My Phone“⁴ (Übersetzung: „Ich habe mein Handy vergessen“) von Charlene deGuzman

Ablauf

Durch die Methode des Rollenspiels lassen sich Situationen verändert darstellen, wodurch alternative Handlungsmöglichkeiten erprobt werden können.

- Die Lernenden werden in Kleingruppen aufgeteilt, in denen sie sich eine Szene zum Thema „Neue Medien und Kommunikation“ überlegen. Die Szene soll ein Problem darstellen, das durch die Verwendung der Neuen Medien entsteht. (Ideen: eine Gruppe von Freund_innen sitzt zusammen, und alle schauen auf ihre Handys; ein Mann im Bus redet sehr laut in sein Handy; etc.).

- Die jeweiligen Gruppen präsentieren ihre kleinen Szenen im Plenum. Danach wird eine Szene bestimmt, die nochmals gespielt wird. Jetzt darf das Publikum intervenieren, wenn es eine alternative Handlungsmöglichkeit oder die Lösung eines Problems darstellen will. Die Intervention erfolgt, indem eine Person „Stopp“ sagt und die „Bühne“ betritt, um die Szene mit dem neuen Ausgang weiter zu spielen. So werden verschiedene Handlungsmöglichkeiten zu diesem Problem ausprobiert und dargestellt. Die Szene wird immer wieder wiederholt, bis es keine weiteren Lösungsvorschläge mehr gibt. Es gibt keine richtigen oder falschen Lösungen, sondern es geht hier darum, Fantasie einzubringen und neue Perspektiven zu schaffen. Erst nachdem alle Möglichkeiten ausgeschöpft sind, soll eine Diskussion über die Szenen bzw. Lösungen und Alternativen stattfinden.

Als Impuls kann auch das Video „I Forgot My Phone“⁴ von Charlene deGuzman gezeigt werden.

Erweiterung

Es besteht die Möglichkeit, eine Szene in Form einer Fotostory (sechs bis acht Bilder) zu erstellen.

Arbeitsauftrag 10: Krankheiten, verursacht durch Neue Medien

Methoden: Recherche, Präsentation

Dauer: 30 Minuten

Materialien: Internet

Ablauf

Die Lernenden führen eine Internetrecherche zu Krankheiten durch, die durch übermäßige Nutzung von Neuen Medien verursacht werden. Den Lernenden wird bewusst gemacht, dass Neue Medien sich negativ auf die Gesundheit auswirken können, z.B. Schädigung der Augen durch Bildschirme.

Die Ergebnisse werden auf einem Plakat präsentiert.

Arbeitsauftrag 11: Barrierefrei ins Internet

Methode: Recherche

Dauer: 30 Minuten

Materialien: Internet

Ablauf

- Es werden Kleingruppen gebildet. Jede Gruppe überlegt sich, wie Menschen mit Beeinträchtigung mit Neuen Medien umgehen können. Welche Erleichterungen ergeben sich durch Neue Medien? Welche Probleme finden Menschen mit Beeinträchtigung im Umgang mit Neuen Medien vor? Wie kann ihnen der Internetzugang ermöglicht werden? Die Ideen dazu werden notiert und gemeinsam besprochen.
- Alternativ kann auch diese Frage bearbeitet werden: Wie können technische Hilfsmittel das Leben von Menschen mit Beeinträchtigung erleichtern? Was ermöglichen technische Hilfsmittel für Menschen mit Beeinträchtigung? Dazu wird eine Internetrecherche durchgeführt und die recherchierten Hilfsmittel der gesamten Gruppe vorgestellt (z.B. Assistenzroboter, Sprachausgabe, Vergrößerung des am Bildschirm Dargestellten)

6.4. Modul 3: Identität(en) 2.0: Ich online – Ich offline

Das Internet liefert eine Möglichkeit, sich selbst zu präsentieren. Menschen können sich entscheiden, sich virtuell so darzustellen, wie sie das im realen Leben außerhalb des Internets ebenfalls tun. Das heißt, sie geben ihren echten Namen, ihre Fotos und andere persönliche Informationen preis und teilen diese Informationen mit anderen im Internet. Im Gegensatz dazu ist auch die Annahme einer ganz anderen Identität im Internet sehr einfach. Das wird durch die weitgehende Anonymität im Internet ermöglicht. So kann jede_r Nutzer_in Name, Alter, Aussehen, Interesse etc. selbst bestimmen und eine Online-Rolle erfinden und spielen.

Ziele

- Die Lernenden setzen sich mit den Vorteilen und Risiken des Internets auseinander.
- Die Lernenden reflektieren ihre Art und Weise, sich online zu präsentieren.
- Die Lernenden reflektieren Gefühle, Motivationen, Kontexte und mögliche Folgen, die in Zusammenhang mit der Annahme verschiedener Online-Identitäten stehen.

6.4.1. Arbeitsaufträge

Arbeitsauftrag 12: Was ist Identität?

Methode: Gruppenübung

Dauer: 15 Minuten

Materialien: Wollknäuel

Ablauf

- Zuerst klären die Lernenden ihr Verständnis des Begriffs „Identität“. Was bedeutet Identität? Was beinhaltet Identität? Welche Synonyme verbinden sie mit Identität?
- Danach stellen sich die Lernenden im Kreis auf. Eine Person wirft das Wollknäuel zu einer anderen Person im Kreis und behält das Ende des Wollknäuels in der Hand. Die Schnur ist nun zwischen den beiden Lernenden gespannt. Während des Wurfs des Wollknäuels wird ein Merkmal der persönlichen Identität (z. B. Haarfarbe, Name, Geburtsdatum, Charaktereigenschaft, Bildung, Herkunft, Familie, Wunsch ...) gesagt. Auf diese Weise entsteht ein Netz von Identitäten. So wird die Vielfalt des Themas „Identität“ sowie die Verschränkung der Identitätsmerkmale sichtbar.

Arbeitsauftrag 13: Ich online - Ich offline

Methode: Selbstreflexion

Dauer: 30 Minuten

Materialien: Flipchart, Stifte, **Handout 3: Ich online – Ich offline**

Ablauf

Virtuelle Identität, Online-Identität, digitale Identität: Sind diese ident mit meiner „wahren“ Identität? Auf Facebook, in Chatrooms und in anderen Internetforen legen wir viel von unserer Identität offen. Wir können uns aber auch wie hinter Masken verstecken. Es ist völlig normal, verschiedene Identitäten online auszuprobieren. Doch welche Motivation steckt dahinter? Wie präsentieren wir uns im Internet?

Die Lernenden überlegen, was sie normalerweise online veröffentlichen und schreiben ihre Antworten in das Handout 3: „Ich online – Ich offline“. Weiters sollen die Lernenden auch überlegen, was es bedeutet, eine andere Online-Identität anzunehmen. Die Handouts dienen als Denkanstoß für die weitere Diskussion. Die Handouts dienen der Selbstreflexion der Lernenden und sollen privat bleiben.

Arbeitsauftrag 14: Stellung nehmen!

Methoden: Analyse und Bearbeitung von Fallbeispielen, Diskussion

Dauer: 45 Minuten

Materialien: Internet, Beamer, Klebeband, **Handout 4: Stellung nehmen!**, Post-its, Stifte, Karten, Film „Identität im Netz“¹ von Laura Dietrich

Ablauf

In diesem Arbeitsauftrag setzen sich die Lernenden mit der Übertreibung und Täuschung im Internet in Zusammenhang mit virtuellen Identitäten auseinander. Zunächst werden verschiedene Fallbeispiele über die Online-Präsentation von Menschen im Plenum vorgelesen. Die Lernenden reflektieren diese Fallbeispiele und entscheiden, ob das Verhalten für sie unbedenklich oder bedenklich ist.

- Im Schulungsraum soll Platz (Tische und Stühle werden auf die Seite geräumt) geschaffen werden, so dass genug Platz vorhanden ist, sich frei zu bewegen. Ein Klebeband wird in der Mitte des Raums auf den Boden geklebt. Links vom Klebeband ist „unbedenklich“, rechts davon bedeutet „bedenklich“. Die Szenarien im Handout 4: „Stellung nehmen!“ werden laut gelesen. Die Lernenden nehmen Stellung zu den einzelnen Szenarien. Dazu bewegen sie sich an die Stelle im Raum, welche dieses Verhalten als „unbedenklich“ oder „bedenklich“ bewertet.
- Nach jedem Szenario wird der Fall diskutiert. Die Aussagen werden dann auf Karten oder Post-its geschrieben und auf das „UNBEDENKLICH-BEDENKLICH“ Spektrum geklebt, um die Argumentationen sichtbar zu machen.
- Als Einstieg kann der Kurzfilm „Identität im Netz“¹ von Laura Dietrich gemeinsam angesehen werden.

Hinweis

Falls es an Platz mangelt, kann man das Klebeband an der Wand anbringen und mit Post-its arbeiten.

Arbeitsauftrag 15: Gewalt in sozialen Netzwerken

Methoden: Bearbeitung und Analyse, Lösungsfindung, Präsentation

Dauer: 45 Minuten

Materialien: Karteikarten, Stifte, **Handout 5: Gewalt in sozialen Netzwerken: Erkennen und beschreiben**

Ablauf

In fünf Kleingruppen wählen die Lernenden eines der folgenden Formen sozialer Netzwerk-Tools aus

- E-Mail
- Instant Messaging
- SMS (Short Message Service) und MMS (Multimedia Messaging Service)
- Blog
- Chatroom

Die Gruppen sollen eine Analyse der Merkmale der einzelnen sozialen Netzwerke im Handout 5: „Gewalt in sozialen Netzwerken: Erkennen und beschreiben“ durchführen. Weiters sollen sie überlegen, wie die einzelnen sozialen Vernetzungsformen zu Mobbing und sexueller Belästigung beitragen und andere gewalttätige Handlungen ermöglichen. Die Ergebnisse werden mit Stichwörtern auf Karteikarten festgehalten und im Plenum präsentiert. Die Karteikarten sollen so geordnet werden, dass folgende Unterteilungen ersichtlich sind: Medienform, Definition, Funktionen, Merkmale und Gewaltdarstellungen.

Folgende Fragen werden im Anschluss gemeinsam besprochen:

- Was sind einige der Probleme, womit Menschen in sozialen Netzwerken konfrontiert sind?
- Wie wird Gewalt in einigen dieser sozialen Netzwerke dargestellt?

6.5. Modul 4: Glaubwürdigkeit im Netz

Wie können Sie sicher sein, dass die Informationen, die Sie online gefunden haben, glaubwürdig sind? Wie können Sie Online-Informationen authentifizieren? Das Internet ist ein einzigartiges Medium, indem jede_r - nicht nur Expert_innen - zu einem beliebigen Thema schreiben kann. Im Gegensatz zu Lehrbüchern oder Sachbüchern, die einer rigorosen Korrektur unterzogen werden, sind viele Webseiten „unkontrollierte“ Kreationen. Es liegt dann an den Internet-Nutzer_innen, unzuverlässige Informationen zu identifizieren. Die erste Faustregel ist, bei Online-Informationen skeptisch zu sein. Es gibt dazu auch einige Kriterien, die auf den fünf W-Fragen (wer, was, wann, wo, warum) basieren. Sie sind bei der Evaluierung einer Webseite anwendbar und helfen, die Informationen aus dem Internet kritisch zu hinterfragen.

Ziele

- Die Lernende erarbeiten Kriterien, um die Glaubwürdigkeit von Webseiten zu bestimmen.

6.5.1. Arbeitsaufträge

Arbeitsauftrag 16: Stimmt alles, was im Netz steht?

Methode: Reflexion

Dauer: 20 Minuten

Materialien: Beamer, Internet, Flipchart, Stifte

Ablauf

Eine Webseite von z.B. einer Online-Zeitung (z.B. derstandard.at/, www.falter.at/ etc.) wird mit dem Beamer projiziert. Dabei sollen die Lernenden spontan äußern, was ihrer Meinung nach Merkmale sind, die auf die Glaubwürdigkeit einer Webseite hinweisen.

Als Anstoß für Ideen können die folgenden Fragen behilflich sein:

- Was können wir über eine Webseite lernen, wenn wir die Autor_innen der Webseite anschauen?
- Spielt dabei Werbung auf der Webseite eine Rolle? Sind manche Werbungen akzeptabler als andere?
- Was ist der Unterschied zwischen einer „.gv“, „.com“, „.edu“, und „.net“ Webseite?
- Wie können Sie feststellen, was der Zweck einer Webseite ist?
- Funktioniert die Webseite? Was kann es bedeuten, wenn Links nicht mehr funktionieren?
- Ist das Datum auf der Webseite wichtig?

Ideen und Ergebnisse werden auf einem Flipchart festgehalten und gemeinsam besprochen.

Arbeitsauftrag 17: Internetrecherche und Webseitenevaluation

Methoden: Internetrecherche, Webseitenevaluation

Dauer: 90 Minuten

Materialien: Internet, **Handout 6: Webseitenevaluation Checkliste**

Ablauf

1) Analyse der Webseite

Die Lernende bilden Kleingruppen. Für verschiedene Themen überlegen die Lernenden passende Suchwörter und suchen damit zwei Webseiten. Jede Gruppe analysiert nun mit Hilfe des Handouts 6: „Webseitenevaluation Checkliste“ die Webseiten. Dabei tragen die Lernenden in der Webseitenevaluation Checkliste ihre Beobachtungen über die Webseite ein. Am Ende entscheidet die Gruppe, welche Webseite ihnen qualitativ besser gefällt.

2) Vorstellung der Ergebnisse

Jede Gruppe stellt ihre Analyse der beiden Webseiten vor. Sie begründet mithilfe ihres Auswertungsbogens ihre Entscheidung für die als qualitativ besser empfundene Webseite.

6.6. Modul 5: Werbung beeinflusst

Überall ist sie zu sehen, auch wenn wir sie nicht sehen wollen. Ständig sind wir der Werbung ausgeliefert, ob in der Zeitung, beim Abrufen der E-Mails oder wenn wir die riesigen Werbeplakate auf der Straße sehen. Werbung suggeriert uns, gewisse Dinge zu brauchen. Die Werbung will uns glaubhaft machen, durch den Erwerb der angepriesenen Produkte wären wir schöner, anziehender und glücklicher. Werbung versucht, unser Kaufverhalten zu beeinflussen. Das Ziel der Werbung ist, uns zum Erwerb des angepriesenen Produkts zu motivieren. Werbung beeinflusst nicht nur das Kaufverhalten, sondern auch die Vorstellung über die Welt. Die in der Werbung vermittelten Rollenbilder und Stereotype beeinflussen unbewusst unser Bild von Frauen bzw. Männern.

Ziele

- Die Lernenden setzen sich kritisch mit den unterschiedlichen Werbestrategien auseinander.
- Den Lernenden wird die Wirkung von Werbung bewusst.
- Die Lernenden erkennen, dass Werbestrategien Rollenstereotype reproduzieren.

6.6.1. Arbeitsaufträge

Arbeitsauftrag 18: Rollenbilder in der Werbung

Methode: Analyse

Dauer: 30 Minuten

Materialien: Werbematerial mit abgebildeten Frauen oder Männern aus Zeitschriften oder dem Internet

Ablauf

Die in der Werbung vermittelten Frauen- und Männerbilder werden untersucht und analysiert. Die Absichten der Werbestrategien werden beleuchtet und analysiert.

- Die Lernenden durchsuchen Werbung im Internet oder in Zeitschriften, auf denen Frauen oder Männer abgebildet sind. Die Personen in der Werbung werden dabei genauer beschrieben und zwar nach folgenden Kriterien: Geschlecht, Alter, Statur, Aussehen, Kleidung, geografischer Hintergrund, Familienstand, Ausdruck (worauf wird die Aufmerksamkeit gelenkt?), Beruf, den Bezug der Person zu dem beworbenen Produkt ...
- Im nächsten Schritt werden die gewählten Werbungen hinsichtlich der jeweiligen Frauen- und Männerbilder (z.B. Karrierefrau, Hausfrau, Handwerker, Geschäftsmann, ...) miteinander verglichen. Inwieweit sich die Werbung Geschlechterrollenstereotypen bedient, wird ermittelt und in der gesamten Gruppe diskutiert. Die verwendeten Stereotype werden dabei benannt.

Arbeitsauftrag 19: Werbeanalyse

Methode: Analyse

Dauer: 30 Minuten

Materialien: Werbung aus Zeitschriften oder dem Internet, **Handout 7: Werbeanalyse**

Ablauf

Die Lernenden bilden Gruppen zu je drei Personen. Jede Gruppe wählt eine Werbung und analysiert sie. Im Handout 7: „Werbeanalyse“ ist die genaue Vorgangsweise beschrieben. Die Fragen helfen, die Werbung genau zu analysieren. Die einzelnen Analysen werden dem Plenum vorgestellt und miteinander verglichen.

Arbeitsauftrag 20: Werbung verdrehen

Methode: Kreatives Gestalten

Dauer: 60 Minuten

Materialien: Werbebroschüren, Werbung aus dem Internet, Schere, Kleber

Ablauf

In der Werbung wird eine Vielzahl an Stereotypen verwendet, z.B. eine Hausfrau wirbt für ein Putzmittel. Durch eine Veränderung der Werbung sollen diese Stereotypisierung erkannt werden.

- 1) Im ersten Schritt wird Werbematerial nach verschiedenen Stereotypen gesichtet.
- 2) Im nächsten Schritt werden diese Werbungen verändert, sodass die Werbung in einem anderen Kontext erscheint. So können Geschlechterklischees umgedreht werden, neue Geschlechterentwürfe entwickelt oder Werbebotschaften verändert werden. Dabei können Texte verändert, Gesichter ausgetauscht oder sonstige Veränderungen vorgenommen werden.
- 3) Die Resultate werden im Gruppenraum ausgestellt und gemeinsam besprochen.

Arbeitsauftrag 21: Kaufsüchtig – was nun?

Methoden: Brainstorming, Recherche

Dauer: 30 Minuten

Materialien: Internet

Ablauf

Einkaufen gehört zu unserer Welt. Doch was versteckt sich hinter der Kaufsucht?

- 1) Zunächst wird ein Brainstorming zum Thema „Kaufsucht“ durchgeführt.
- 2) Selbstreflexion zum Thema „Kaufsucht“
Die Lernenden sehen sich das recherchierte Material genauer an und versuchen einen Bezug zu ihrem persönlichen Kaufverhalten herzustellen. Wie sieht das persönliche Kaufverhalten aus? Werden Einkaufs-

touren unternommen, um unangenehme Gefühle zu kompensieren? Werden die neu gekauften Sachen wirklich benötigt? Wie fühlen sie sich nach einer „erfolgreichen“ Einkaufstour?
Die Selbstreflexion erfolgt schriftlich. Die einzelnen Berichte können anonym vorgelesen und gemeinsam besprochen werden.

3) Im Anschluss daran wird im Internet nach folgenden Punkten in Kleingruppen recherchiert

- Ursachen der Kaufsucht
- Betroffene der Kaufsucht
- Auswirkungen der Kaufsucht auf das persönliche Leben
- Hilfe für Kaufsüchtige

4) Das recherchierte Material wird im Anschluss im Plenum besprochen. In der Diskussion soll auch darauf hingewiesen werden, wo die Betroffenen Hilfe finden können.

Arbeitsauftrag 22: Einkaufen im Internet

Methode: Brainstorming

Dauer: 15 Minuten

Materialien: —

Ablauf

- In einem kurzen Brainstorming fertigt jede Person eine Liste von Dingen an, die sie in der letzten Woche gekauft hat. In einem zweiten Durchgang wird die Liste nochmals genau betrachtet. Gekennzeichnet werden jene Einkäufe, die im Internet getätigt wurden. Diese Listen werden in der gesamten Gruppe besprochen.
- Im nächsten Schritt werden die Vorteile und die Nachteile des Online-Shoppens notiert. Dazu werden Kleingruppen gebildet. In der anschließenden Diskussion wird vor allem auf die Gefahr des Verschuldens eingegangen und die Kaufsucht besprochen.

Arbeitsauftrag 23: Konsumieren hat seinen Preis

Methoden: Impulsfilm, Diskussion im Plenum

Dauer: 90 Minuten

Materialien: Internet, Schreibmaterial, Kurzfilm "Story of Stuff" (Deutsch)⁵

Ablauf

Als Impuls wird der Kurzfilm "Story of Stuff" (Deutsch)⁵ gezeigt. Der Film zeigt, woher die Güter, die wir konsumieren, stammen und wo sie, nachdem wir sie nicht mehr brauchen, landen. Im Anschluss notieren sich die Lernenden ihre Impressionen. Folgende Fragen werden gemeinsam besprochen

- Wie fühlen Sie sich nach diesem Film?
- Was haben Sie durch den Film gelernt?
- Regt Sie der Film an, etwas in Ihrem Leben zu verändern oder zu überdenken?

Danach wird in Kleingruppen weiter reflektiert. Dazu werden folgende Punkte näher betrachtet:

- Die Rolle des Konsums in unserer Gesellschaft
- Die Rolle der Konsument_innen
- Die Rolle der Wirtschaft
- Die Umwelt und die Produktion von Gütern
- Die Verantwortung der Konsument_innen

7. Quellenverzeichnis

Bildnachweis

Alle Grafiken von Christina Lanner

Fußnoten

- 1) „Identität im Netz“ von Laura Dietrich ist unter: www.youtube.com/watch?v=8W9kUEbShAc (Stand: 10.08.2013) zu finden.
- 2) Informationen zum Thema „Mediensucht“ siehe: www.bmg.gv.at/home/Schwerpunkte/Drogen_Sucht/Verhaltenssuechte/Mediensucht/ (Stand: 25.09.2013).
- 3) Der Filmbeitrag „Technology and the Family“ von Eliezer Castillo befindet sich unter: www.youtube.com/watch?v=37OLJPjoews (Stand:25.09.2013).
- 4) Der Film „I Forgot My Phone“ von Charlene deGuzman ist unter: www.youtube.com/watch?v=OINa46HeWg8 (Stand 30.08.2013) zu finden.
- 5) Der Kurzfilm „Story of Stuff“ befindet sich unter: vimeo.com/2416832 (Stand 12.04.2013).

8. Anhang

8.1. Handouts

Handout 1 zu Modul 1 – Meine Mediengewohnheiten

Handout 2 zu Modul 1 – Persönliche Reflexion meiner Mediengewohnheiten

Handout 3 zu Modul 3 – Ich online – Ich offline

Handout 4 zu Modul 3 – Stellung nehmen

Handout 5 zu Modul 3 – Gewalt in sozialen Netzwerken: Erkennen und beschreiben

Handout 6 zu Modul 4 – Webseitenevaluation Checkliste

Handout 7 zu Modul 5 – Werbeanalyse



Handout 1 – Meine Mediengewohnheiten

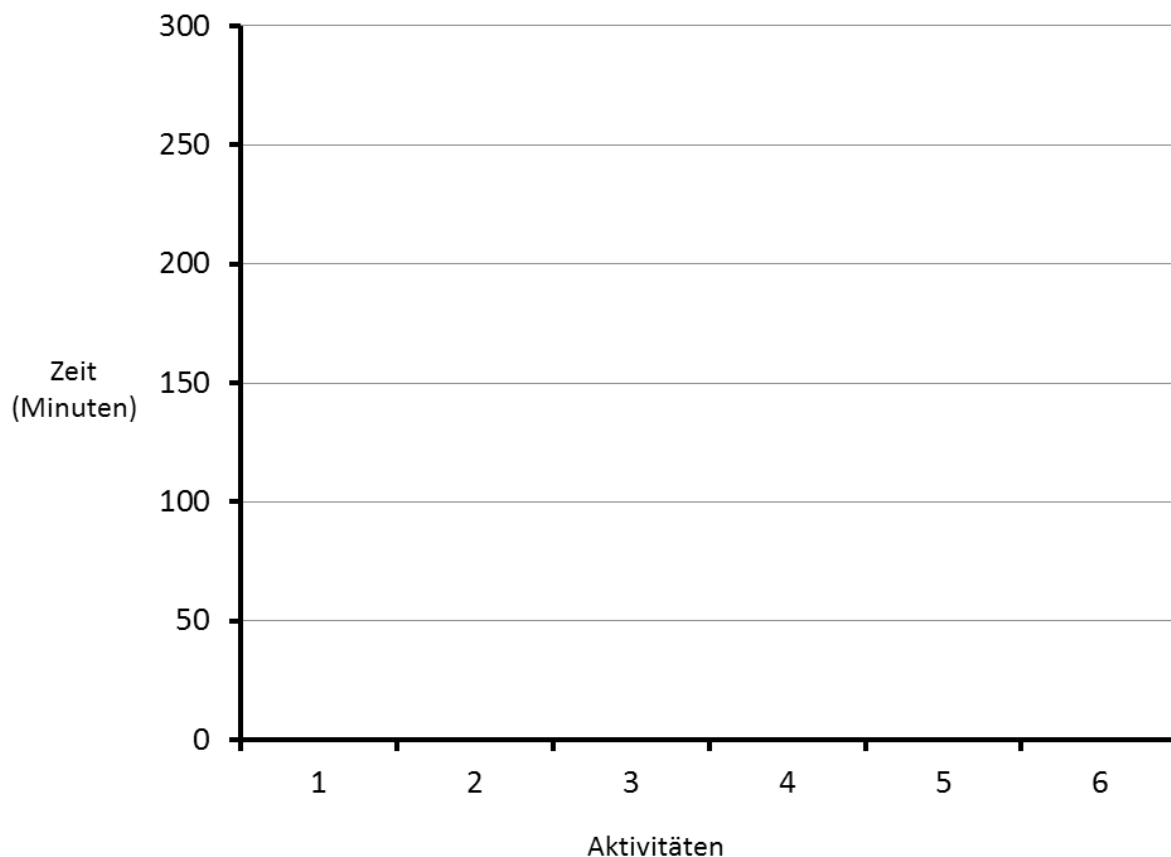
1) Überlegen Sie: Wie viel Zeit verbringen Sie täglich im Internet, mit Fernsehen, mit dem Ansehen von Filmen, mit Telefonieren, mit Facebook, mit SMS Schreiben, mit online Spielen, mit Computerspielen ...?

Beobachten Sie sich einen Tag lang. Notieren Sie Ihre Aktivitäten auf der Liste. Halten Sie auch die Zeit fest, die Sie für diese Aktivität benötigen.

Aktivität	Zeit in Minuten
Gesamtzeit	

2) Sehen Sie sich Ihre Liste genau an. Zu welchen Gruppen lassen sich Ihre Aktivitäten zusammenfassen? Ordnen Sie Ihre Aktivitäten diesen Gruppen zu und berechnen Sie die Zeit, die Sie insgesamt mit dieser Aktivität verbracht haben.

Stellen Sie Ihre Ergebnisse anhand eines Diagramms dar! Verwenden Sie die Diagrammvorlage. Beschriften Sie die Aktivität 1 bis 6.



3) Durchschnittliche Aktivität der gesamten Gruppe:

Tragen Sie in die Tabelle die Zeit ein, die jede Person in Ihrer Gruppe mit der Aktivität verbringt. Berechnen Sie im Anschluss daran die durchschnittliche Zeit. Stellen Sie das Ergebnis grafisch in Form eines Diagrammes dar.

	Zeit pro Aktivität					
Aktivität	Gruppe 1	Gruppe 2	Gruppe 3	Gruppe 4	Gruppe 5	Gruppe 6

Gesamtzeit						



Handout 2 – Persönliche Reflexion meiner Mediengewohnheiten

1) Reflektieren Sie ihre persönlichen Mediengewohnheiten. Die im Anschluss gestellten Fragen können Ihnen dabei helfen:

- Wie viel Zeit verbringen Sie in der virtuellen Welt?
- Mit welcher Aktivität verbringen Sie die meiste Zeit? Und warum?
- Welche Gewohnheiten erkennen Sie in Bezug auf Ihre Mediengewohnheiten?
- Welche Aktivitäten bevorzugen Sie?
- Wie viel Zeit verbringen Sie mit zwei oder mehr medienbezogenen Tätigkeiten gleichzeitig?
- Wie viel Zeit verbringen Sie alleine mit einer medienbezogenen Aktivität?
- Können Sie sich einen Tag ohne Medien (Internet, Fernsehen, Handy, ...) vorstellen? Wie würden Sie sich fühlen?
- Ändert sich Ihr Wohlbefinden, wenn Sie Ihr Handy zu Hause vergessen haben? Beschreiben Sie, wie Sie sich dabei fühlen.
- Wie oft überprüfen Sie, ob Sie neue Nachrichten erhalten haben?
- Welche Tipps würden Sie Ihren Freund_innen geben, die möglicherweise Probleme mit ihren Mediengewohnheiten haben?

2) Beurteilen Sie sich selbst. Schreiben Sie einen kurzen Text über Ihren Umgang mit Neuen Medien wie z.B. Handy, Internet, Fernsehen usw. Beschreiben Sie auch, wie Sie sich ohne diese Medien fühlen.



Handout 3 – Ich online – Ich offline

Beantworten Sie bitte die Fragen. Die Fragen helfen Ihnen, Ihren Internetauftritt zu reflektieren.

1) Welche Dinge (Text, Fotos, Videos ...) veröffentlichen Sie online?

.....

.....

2) Wie viele Gedanken machen Sie sich darüber, was Sie online veröffentlichen?

.....

.....

3) Was würden Sie nicht online schreiben oder posten?

.....

.....

4) Wie entscheiden Sie, was, wann und wie Sie etwas online veröffentlichen?

.....

.....

5) Haben Sie eine andere Persönlichkeit oder Identität auf verschiedenen Webseiten oder bei Internetdiensten? Wenn ja, warum und wie unterscheidet sich diese andere Persönlichkeit von Ihnen?

.....

.....

.....



6) Wie denken Sie, dass Sie online wahrgenommen werden? Begründen Sie Ihre Annahme.

.....

.....

.....

.....

7) Was ist die Folge, wenn Sie sich in unterschiedlicher Weise online präsentieren?

.....

.....

.....

.....

Diskussionsfragen

- Glauben Sie, dass Menschen Teile ihrer Identitäten online (im Internet) preisgeben, jedoch diese nie offline ausdrücken würden?
- Kennen Sie Menschen, die sich online besser darstellen als sie sind?
- Kennen Sie Menschen, die andere täuschen, indem sie vorgeben, eine andere Person (im Internet) zu sein?
- Wenn ja, wo hat das stattgefunden (welche Webseite oder Online-Community)?
- Warum glauben Sie, stellen sich Menschen im Internet besser dar als sie sind? Finden Sie dies in Ordnung? Warum? Warum nicht?



Handout 4 – Stellung nehmen

Diese Fallbeispiele beschreiben Situationen, in denen Menschen sich in unterschiedlicher Weise online präsentieren. Beurteilen Sie die Fallbeispiele. Sind die beschriebenen Beispiele unbedenklich oder bedenklich?

Fallbeispiele

1. Paul chattet gerne auf einer Webseite für Sportfans. Menschen, die ebenfalls diese Seite besuchen, kennen ihn nur über seinen Chat-Namen. Dadurch kennt niemand seine wahre Identität. Paul liebt es, Diskussionen in Chatrooms zu starten. Dabei reagiert er auf andere Beiträge über die besten Mannschaften und Spieler_innen. Manchmal sagt er Dinge, die er offline niemals sagen würde. Es kann auch vorkommen, dass er Menschen beleidigt, die ihm widersprechen.
2. Lisa will gute Bewertungen für ihre eigenen YouTube Videos. Auch die Kommentare dazu sollen gut sein. Daher verwendet sie mehrere Benutzernamen. Mit diesen schreibt sie zu ihren eigenen Videos gute Kommentare.
3. Jan mag seine Arbeitskollegin Claudia sehr. Er weiß, in welchem Forum sie online zu finden ist. In diesem Forum gibt er vor, eine junge Frau namens Michaela aus einer anderen Stadt zu sein. Er täuscht gleiche Interessen wie Claudia vor, damit er ihrer Online-Community beitreten kann. Auch befreundet er sich als Michaela mit Claudia online an, um mehr über sie zu erfahren.
4. Sabine ist 14 Jahre alt und erstellt ein gefälschtes Profil mit einem anderen Namen und einem Alter von 18 Jahren. Sie verwendet ein Foto, auf dem sie stark geschminkt ist und Sonnenbrillen trägt. Auf diesem Foto sieht sie viel älter aus, als sie tatsächlich ist. Sie beginnt eine Online-Beziehung mit einem älteren Mann. Er mag sie sehr und will sie persönlich treffen.
5. Halim besucht eine Webseite, auf der sich andere über eine Schulkollegin lustig machen. Auch er meldet sich unter einem falschen Namen an und schreibt gemeine Kommentare über die Schulkollegin.



6. Fatima spielt gerne Online-Spiele. Bei diesem Spiel schlüpfen die Spieler_innen in männliche oder weibliche Rollen. Sie gibt vor, ein Junge zu sein und nutzt einen männlichen Charakter. Sie nimmt an, dass sie nun von den anderen Spieler_innen akzeptiert wird. Mit Hilfe ihres Charakters interagiert sie mit anderen Spieler_innen im Spiel. Durch dieses Spiel hat sie nun ein paar wirklich enge Freundschaften geschlossen.

7. Im wirklichen Leben ist Fernando ein ruhiger, schüchterner Kerl. Aber wenn er SMS schreibt, fühlt er sich aufgeschlossener. Manchmal schreibt er Dinge, die er persönlich niemals so sagen würde.

Bemerkungen

.....

.....

.....

.....

.....

Diskussionsfragen

- Was motiviert Menschen, sich online mit einer anderen Identität zu präsentieren? Wollen sie sich schützen, andere täuschen oder nur Spaß haben?
- Welche Konsequenzen – positive oder negative – könnte es geben, wenn Menschen sich online anders präsentieren?
- Was können die Auswirkungen auf andere Leute sein, wenn man sich online anders präsentiert?
- Ist es Ihrer Meinung nach in Ordnung, in einer bestimmten Situation eine andere Identität anzunehmen? Warum? Warum nicht?
- Glauben Sie, dass sich Menschen durch die Anonymität im Internet freier fühlen? Sind die Menschen dort offener und teilen leichter ihre Gedanken und ihre Interessen mit anderen?
- Glauben Sie, dass sich Menschen durch die Anonymität im Internet freier fühlen, um Gewalt (rassistische oder diskriminierende Kommentare, Cyberbullying oder Mobbing etc.) im Internet auszuüben?



Handout 5 – Gewalt in sozialen Netzwerken: Erkennen und beschreiben

Kreuzen Sie Ihr Untersuchungsobjekt an.

Wir untersuchen:

- E-Mail
- SMS und MMS
- Instant Messaging
- Chatroom
- Blog

1) Auf Basis Ihrer gemeinsamen Kenntnisse erstellen Sie eine Definition dieser Medienform.

.....

.....

2) Listen Sie alle Funktionen und Merkmale, die ein_e Nutzer_in in dieser Medienform verwenden kann, auf.

.....

.....

3) Wie ist Gewalt in dieser Medienform dargestellt? Wie sieht das aus?
Wie fühlt sich das an?

.....

.....

4) Wie kann diese Medienform zu Mobbing und sexueller Belästigung beitragen?
Wie können andere gewalttätigen Handlungen ermöglicht werden? Schreiben Sie die Ergebnisse mit Stichwörtern auf Karteikärtchen. Präsentieren Sie diese im Plenum.

5) Welche Lösungen fallen Ihnen ein, um Mobbing und andere Belästigungen zu vermeiden? Schreiben Sie die Lösungsansätze mit Stichwörtern auf Karteikärtchen. Präsentieren Sie diese im Plenum.



Handout 6 – Webseitenevaluation Checkliste

1) Tipps zur Internetrecherche

- Ein Stichwort für die Suche ist nicht genug. Mit mehr als einem Stichwort werden bessere Ergebnisse erzielt.
- Verwenden Sie Anführungszeichen, wenn sie eine bestimmte Wortkombination suchen z.B. „Krankheiten“
- Verwenden Sie mehr als eine Suchmaschine. Einige Beispiele sind:
www.google.com, www.yahoo.com, www.bing.com, www.ecosia.org, www.lycos.at
- Überprüfen Sie die von einer Webseite erhaltene Information anhand anderer verlässlicher Quellen.

2) Webseitenevaluation

Suchen Sie eine Information mit Hilfe der Suchmaschinen. Wie können Sie die Information, die sie auf einer Webseite erhalten, überprüfen? Verwenden Sie dazu die Webseitenevaluation in der Tabelle. Vergleichen Sie dies mit der Information auf einer anderen Webseite.

Webseitenname:
URL oder Internetadresse:
Evaluiert von:

1. WER hat die Information online gestellt?
Wer ist für den Inhalt verantwortlich? Gibt es ein Impressum und einen Kontakt?
Wer hat den Inhalt geschrieben? Wer ist der _die Autor_in?
Gibt es Informationen über den _die Autor_in oder die Organisation?
Ist der _die Autor_in bekannt?
Können Sie bestätigen, dass das Unternehmen oder der _die Autor_in eine glaubwürdige Quelle für Informationen ist?
Ist der _die Anbieter_in der Information vertrauenswürdig?

2. WAS?
Was ist der Zweck der Informationsquelle?
Zu informieren? Zu berichten? Zu unterrichten? Zu überzeugen? Zu verkaufen?
Geht es um Fakten oder Meinungen?
Ist die Hintergrundbotschaft unproblematisch?
Ist die Werbung auf der Webseite deutlich zu erkennen?
Wie ist die Information von der Werbung auf der Seite beeinflusst?
Stimmen die Informationen auf der Seite?



Stehen die Informationen im Widerspruch zu Informationen von einer anderen Seite?
Hat die Webseite Links oder Quellenangaben und Verweise zu anderen Seiten?
Ist die Seite übersichtlich und organisiert aufgebaut? Gibt es eine Sitemap?
Ergänzen Bilder, Grafiken, Sounds, Video den Inhalt der Seite?
Verwenden Sie Ihre eigene Erfahrung und Ihren gesunden Menschenverstand. Fragen Sie sich „Kann das wirklich wahr sein“?
Wie bewerten andere Nutzer_innen die Information?
Gibt es Verweise von anderen Webseiten auf diese Seite? Ein Backlink ist ein Link auf diese Webseite, der auf einer anderen Webseite steht. Um Backlinks zu Ihrer Webseite zu finden, machen Sie folgendes: Im Suchfeld einer Suchmaschine tragen Sie „link:“ gefolgt von der URL der Webseite ohne Leertaste dazwischen ein. Zum Beispiel: Backlinks zu www.bmukk.gv.at werden mit „link:www.bmukk.gv.at“ gesucht.
Überprüfen Sie die von einer Webseite erhaltenen Informationen anhand anderer verlässlicher Quellen. Stimmen die Informationen?

3. WANN?
Wann wurde die Webseite veröffentlicht oder zuletzt aktualisiert?
Gibt es ein Datum, das zeigt, wenn das Material online gestellt worden ist?
Sind die Informationen aktuell?
Funktionieren die Links? Sind sie aktuell?

4. WO sind Sie?
Woher stammen die Informationen? Was ist die Domain der Webseiten? .gv, .org, .com?
<ul style="list-style-type: none"> • Webseite einer staatlichen Institution (Regierung, Behörde ...) • Kommerzielle_r Anbieter_in (z.B. amazon.de ...) • Zeitung, Zeitschrift, Nachrichtenagentur • Universität, wissenschaftliche Einrichtung • Homepage einer Schule • Private Internetseite

5. WARUM sind Sie da?
Ist die Webseite für Sie relevant und hilfreich für Ihre Zwecke?
Ist die Information in einer Form, die für Sie nützlich ist? (z.B. Leseniveau ...)
Warum ist diese Webseite besser als andere?
Können Sie die Seite weiter empfehlen? Begründen Sie Ihre Antwort.



Handout 7 – Werbeanalyse

1. Name des beworbenen Produktes

.....

2. Beschreibung der Werbung in kurzen Sätzen

.....

.....

.....

3. Analyse des Bildes

Betrachten Sie die Werbung als ein Bild und analysieren Sie die Einzelheiten dazu. Die Fragen in der Tabelle unterstützen Sie dabei, die Werbung genauer zu analysieren.

Welche Farben sind dominant?	
Welcher Werbespruch wird verwendet?	
Welches Produkt wird beworben?	
Welche Behauptungen über das Produkt werden gemacht?	
Was ist das Ziel der Werbung?	
Welche Emotionen werden ausgelöst oder sollen ausgelöst werden? Wodurch werden diese Emotionen ausgelöst?	
Welches „Problem“ will das Produkt lösen?	
Welche Assoziationen will die Werbung machen?	



4. Analyse der Personen

Betrachten Sie die in der Werbung dargestellten Personen und beschreiben Sie diese genauer. Mit Hilfe der Fragen in der Tabelle können die Personen beschrieben werden.

Wie sind die Personen dargestellt?	Die Personen sind ... (glücklich deprimiert wütend gelangweilt begeistert aufgeregt angespannt ...).
Wie werden die Personen wahrgenommen?	
Welche Stereotype stellen sie dar?	
Werden Gender-Stereotype zur Darstellung der Personen verwendet (typische Frauen- oder Männerrollenbilder)?	
Was fällt Ihnen bei den Personen noch auf?	

5. Analyse der Werbung

Was ist die Botschaft, die die Werbung überbringen soll?	
Wer soll von der Werbung angesprochen werden? Wer ist die Zielgruppe der Werbung? Begründen Sie Ihre Antwort.	
Welche Aussagen werden gemacht?	
Welche Assoziationen regt die Werbung an?	
Welches „Problem“ will das Produkt lösen?	
Welche Gefühle und Emotionen löst Werbung aus?	
Wovon will die Werbung Sie überzeugen?	

6. Zusammenfassung

Fassen Sie in wenigen Sätzen Ihre Analyse zusammen.