Medienworkshop

Weltempfänger

Wie Medien unsere Sicht auf die globalisierte Welt prägen

Agenda

Weltempfänger

Wie die Medien unsere Sicht auf die Welt prägen.
Workshop, Zeitumfang: ca. 4,5 Std

hybrid oder analog

- Dies ist eine Zusammenstellung von Methoden mit dem Titel „Weltempfänger – Wie Medien unsere Sicht auf die globalisierte Welt prägen". Die Methoden können in der dargestellten Reihenfolge oder ganz modular als hybrides oder analoges Projekt mit einer Gruppe ab fünf Teilnehmer:innen durchgeführt werden.

1. **Zum Start | 10 min**
   Begrüßung, Kennenlernen & Workshopregeln
2. **Assiziations-Ball | 15 min**
   Du und die Medien
3. **Was sind Medien | 15 min**
   Einführende Informationen zum Begriff „Medien"
4. **Medienkompass | 35 min**
   Reflexion des eigenen Medienkonsums
5. **Glaubwürdigkeit | 15 min**
   Medien und Vertrauen
6. **Mediensystem | 20 min**
   Input zur Funktionsweise der Medien
7. **Reise einer Nachricht | 35 min**
   Der Weg vom Ereignis zur Nachricht
8. **Bericht aus einem „Entwicklungsland"? | 35 min**
   Es ist nicht immer so, wie es scheint
9. **Framing | 20 min**
   Das Gehirn als Mustererkennungsmaschine
10. **Framing mit Sprache | 15 min**
    Mögliche Manipulation durch Worte
11. **Framing mit Bildern | 15 min**
    Mögliche Manipulation durch Bilder
12. **Zusammenfassung | 20 min**
    Wiederholung der Inhalte und Stärkung der Kritikfähigkeit der TN
13. **3-Finger-Abfrage | 15 min**
    Feebackrunde

Zeitumfang ohne Pausen: 245 min (4 Zeitstunden & 25 min)
Bitte planen Sie ausreichend Pausen ein.

Modul 1 | Vortrag

Zum Start

Begrüßung, Kennenlernen & Workshopregeln

10 min

Ziel
Gemeinsamer Start der Veranstaltung

Inhalt
Begrüßung, Technikcheck, Vorstellung Ablaufplan Impulsvortrag

Begrüßung

- Begrüßen Sie die Teilnehmenden (TN) und stimmen Sie diese auf einen spannenden Workshoptag ein. Wenn Sie die Gruppe noch nicht kennen, stellen Sie sich als Workshopleiter:in bitte kurz vor.

Folie 02

Ablaufplan

- Teilen Sie den Ablaufplan des Workshops und die Dauer mit. Wichig ist hier die Pausenzeiten zu besprechen, damit die TN eine klare Struktur des Workshoptages haben. Falls Fragen während des Workshops aufkommen sollten, sind die TN ermutigt, diese sofort zu äußern.

Technikcheck

- Im Rahmen der Begrüßung hat es sich bewährt zu überprüfen, ob jede:r Sie hören kann und ob Sie umgekehrt alle TN verstehen und sehen sowie den Umgang mit den Mikrofonen üben (Stummschaltung und Aufebung der Stummschaltung). Ermutigen Sie die TN dazu, die Videos eingeschaltet zu lassen. Zudem ist es wichtig, dass alle TN visuell in den Galeriemodus (Kachelansicht, z.B. auf der Videoplattform Zoom) gewechselt haben, damit sie sich gegenseitig sehen können. Die Stummschaltung sollte grundsätzlich eingeschaltet sein, wenn nicht gesprochen wird, um Störgeräusche zu vermeiden.

Modul 2 | Spiel

Assoziations-Ball

Du und die Medien – was sind deine jüngsten Erfahrungen & Erinnerungen?

15 min

Ziel
Stärkung der Beziehungsarbeit, positive Lernatomsphäre schaffen

Inhalt
Abfrage: Umgang der TN mit Medien/Informationsbeschafung

Methode
Energizer: Assoziations-Ball

Material
Ball

Hinweis:

- Der Begriff Medien wird an dieser Stelle noch nicht definiert oder erklärt.

Folie 03

Spielanleitung für die Vorstellungsrunde

- Beim Spiel „Assoziations-Ball" werfen sich die TN einen imaginären Ball zu. Wer den „Ball" „gefangen" hat, beantwortet folgende zwei Fragen und „wirft" den „Ball" anschließend an eine beliebige Person.

  › ***Mein Name ist ...***
  › ***Was würde ich heute tun, wenn ich nicht hier wäre?***
  › ***Von welchen Ereignis hab ich zuletzt aus den Medien erfahren?***

- Sie beginnen und „werfen" den „Ball" der ersten Person zu. Anschließend werfen sich die TN den „Ball" gegenseitig zu, bis alle an der Reihe waren und der „Ball" wieder zu Ihnen zurückgeworfen wird.

Modul 3 | Vortrag

Was sind Medien?

Einführende Informationen zum Begriff „Medien"

15 min

Ziel
„Medien" grundsätzlich kennlernen und verstehen

Inhalt
Sachinformationen und Fakten zum Thema „Medien"

Methode
Input in Form eines Kurzvortrages

Material
Methodenpapier mit Hintergrundinformationen

Folie 04

Medium:

- Der Begriff kommt aus dem Lateinischen und bedeutet „Mitte". Unter einem „Medium" versteht man allgemein einen „Vermittler" von Inhalten. Das kann zum Beispiel eine Zeitschrift sein, die Informationen vermittelt, oder die Sprache selbst, durch welche sich Menschen untereinander verständigen.

Massenmedien:

- Sammelbezeichnung für Presse, Rundfunk und Fernsehen (im weiteren Sinne auch für Bücher, CDs, Videos und das Internet) mit denen Nachrichten und Unterhaltung in Schrift, Ton und Bild zu einem breiten Publikum kommen.

Folie 05

Zur Aufgabe der Massenmedien:

- In demokratischen Ländern sollen Massenmedien zur Meinungsbildung der Menschen beitragen. Die Meinungs- und Pressefreiheit ist ein entscheidender Grundsatz der Demokratie. Den Medien kommt dabei auch die Aufgabe der Kontrolle und Kritik zu. So dient der Journalismus – also die Berichterstattung in den Massenmedien – nicht nur der Unterhaltung, sondern er hat auch die Aufgabe, Sachverhalten durch eine gezielte Untersuchung („Recherche") auf den Grund zu gehen. Deshalb wird den Medien auch gern der Name der „vierten Gewalt" gegeben. Das heißt, neben der Judikative, der Exekutive und der Legislative sind die Massenmedien ein wichtiger Bestandteil für eine funktionierende Demokratie. Medien stellen Öffentlichkeit her und bilden die Arena in welcher die Zivilgesellschaft miteinander ins Gespräch kommt. Jürgen Habermas, einer der wichtigsten Medientheoretiker und Philosophen in Deutschland, bezeichnete die Massenmedien als „Diskursarena", in welcher sich idealerweise das bessere Argumente durchsetzt.

Medien sind keine neutralen Vermittler einer vorgegebenen Realität:

- Durch Medien wird die „Wirklichkeit" stets geformt. Zunächst werden von einer Fülle von Ereignissen bestimmte „Nachrichten" ausgewählt. Davon wird wiederum nicht jedes Detail erwähnt, sondern nur gewisse Informationen, die der/die Berichterstatter:in als wichtig erachtet, weiter gegeben. Schon aufgrund dieser ständigen Auswahl können Ereignisse je nach Gewichtung sehr unterschiedlich dargestellt werden. Von den jeweiligen Pressehäusern, Verlagen, Sendeanstalten und Einrichtungen ist zudem abhängig, worüber sie berichten und auf welche Weise sie dies tun. Politische und wirtschaftliche Interessen spielen bei der Berichterstattung ebenfalls eine bedeutende Rolle. So kann es beispielsweise sein, dass eine Zeitschrift direkt von einer politischen Partei herausgegeben wird oder einer Partei nahesteht. Weiterhin wollen die Verlage gute Verkaufszahlen erreichen und richten ihre Inhalte z.T. sehr stark nach dem Publikumsgeschmack aus. Deshalb wird zum Beispiel besonders gerne über Sensationen berichtet.

Modul 4 | Spiel

Medienkompass

Reflexion des eigenen Medienkonsums

35 min

Ziel
Reflexion des eigenen Medienkonsums

Inhalt
Positionierungsmethode zu Fragen des Medienkonsums der TN

Methode
Vier-Ecken-Methode abgewandelt für den digitalen Raum, im Mix aus Mentimeter-Abfrage und Kleingruppenarbeit, inkl. Austausch in Breakout-Räumen

Material
Methodenpapier mit Hintergrundinformationen

Vorbereitung

- Erstellen Sie im Vorfeld eine Mentimeter-Abfrage (siehe Toolbeschreibung im Anhang).

Zugang zu Mentimeter-Abfrage teilen

- Stellen Sie den Link zur Mentimeter-Abfrage in den Zoom-Chat und laden Sie die TN ein, an der Umfrage teilzunehmen, indem sie auf den Link klicken und die Fragen nacheinander beantworten.

Folie 06

› Würdest du sagen, du kannst dich zum Weltgeschehen umfassend und objektiv informieren?

Antwortvorgaben auf dem Meinungsstrahl

- 1 (ja, total) bis 5 (nein, unmöglich)

Folie 07

› Wie erfährst du hauptsächlich von aktuellen Ereignissen?

Antwortvorgaben:

- Soziale Medien (Insta, TikTok, YouTube) & Blogs
- Online-Nachrichtenportale (z.B. tagesschau.de, mz.de)
- Klassische Massenmedien (Zeitung/TV/Radio)
- persönlicher Austausch (Familie, Freunde ...)

Folie 08

› Welche Quelle hältst du für am glaubwürdigsten?

Antwortvorgaben:

- Soziale Medien (Insta, TikTok, YouTube) & Blogs
- Online-Nachrichtenportale (z.B. tagesschau.de, mz.de)
- Klassische Massenmedien (Zeitung/TV/Radio)
- persönlicher Austausch (Familie, Freunde ...)

Ergebnisse teilen

- Präsentieren Sie die Ergebnisse der Mentimeter-Abfrage über die Bildschirmteilung im Zoom. Sollte es Verständnisfragen geben, können diese beantwortet werden. Inhaltliche Diskussionen folgen im nächsten Schritt.

Diskussion der Ergebnisse in Kleingruppen

- Richten Sie Breakout-Räume für jeweils drei bis vier TN ein. Weisen Sie die TN nach dem Zufallsprinzip den Räumen zu. Dort haben die TN 5 min Zeit, um sich über die Ergebnisse der Umfrage auszutauschen.

Gemeinsame Auswertung der Ergebnisse

- Die TN stellen die Ergebnisse aus den Kleingruppen-Diskussionen im Plenum vor und diskutieren diese gemeinsam.

Modul 5 | Vortrag

Glaubwürdigkeit

Medien und Vertrauen

15 min

Ziel
Wie bauen Medien Vertrauen auf

Inhalt
Sachinformationen zum erkennen von Stilmetteln zur Gewinnung von Vertrauen

Methode
Vortrag aus Präsentation

Material
Präsentation

Folie 09

Vorbereitung

- Der Kontext zum Thema Glaubwürdigkeit ergibt sich aus der Methode „Medienkompass" der im besten Falle diesem Input voraus geht. Da die letzte Frage genau auf die Glaubwürdigkeit abgezielt hat, wird genau dieser Kontext in den Diskussionen bereits besprochen sein. Diese Methode jetzt dient also dazu, das bereits vorhandene Wissen der TN weiter zu festigen und mit neuen Aspekten zu erweitern.

Umsetzung

- Wichtig ist hier noch einmal zu betonen, das der Begriff Glaubwürdigkeit ein Containerbegrif ist und jeder Mensch zuerst einmal eigene Kriterien der Glaubwürdigkeit entwickelt. Dies ist vor allem der individuellen Sozialisation jedes Einzelnen geschuldet, was für glaubwürdig gehalten wird und was nicht. Hier spielen Bezugspersonen meist eine große Rolle – sind es Eltern, Großeltern aber auch Lehr:innen oder Freund:innen. Medien spielen aber auch eine wichtige Rolle, da diese auch unser Empfnden von Glaubwürdigkeit seit Kindesbeinen mit prägen. Somit kommt es zu einer Art Vermischung aus persönlicher Sozialisation und medialer Prägung beim Thema der Glaubwürdigkeit und Vertrauen.

- Mit der folgenden Methode wollen wir diese Vermischung etwas ausdifferenzieren und das Thema griffiger machen. Glaubwürdigkeit und Vertrauen wird durch bestimmte Faktoren hergestellt. Damit ist Glaubhaftigkeit keine Eigenschaft die einem Menschen, eine Gegenstand oder einem Ereignis von Natur aus innewohnt, sondern Glaubwürdigkeit wird produziert. Das ist wichtig, gerade im medialen Kontext – denken wir nur an Werbung. Werbung versucht durch die Konstruktion von Glaubwürdigkeit ihren Charakter der Manipulation zu verstecken und Vertrauen zu gewinnen.

Folie 10 & 11

Faktoren der Glaubwürdigkeit:

Echtheit: einer Sache, einer Person wird Authentizität zugeschrieben. Dies geschieht durch die Gestaltung des Fernsehstudios, oder der Gestaltung eines Zeitschriftencovers. (Form, Farbe und Muster der Gestaltung erzeugen Echtheitscharakter***)***

Vertrauenswürdigkeit: Eine Sache ist Vertrauenswürdig, wenn sie bestimmten Erwartungen entspricht. Eine Zeitschrift hat einen bestimmten Gestaltungsaufbau. Wenn wir diesen endecken, empfinden wir die Zeitschrift automatisch für vertrauenswürdiger und für seriöser. Probiert es selbst aus (Folie in der Powerpoint-Präsentation)

Seriosität: Eine Person trägt einen Anzug und wirkt dadurch viel seriöser. Stellt euch vor die Tagesschau würde in Jeans und Hawaiihemd vorgetragen werden. • Fachwissen: Eine Person wirkt glaubwürdig, wenn sie mit Fachwissen komplizierte Sachverhalte erklären kann. Sie gilt dann als Expert:in

Ähnlichkeit: Eine Sache ist für jeden Menschen glaubwürdiger, je näher dieser in seinem Alltagsleben mit dieser Sache vertraut ist. Dementsprechend werden Aussagen über eine Sache als glaubwürdig eingestuft, die das eigene Wissen bestätigen.

Konsistenz: Worte und Handlung einer Person stimmen überein.

Modul 6 | Vortrag

Mediensystem

Input zur Funktionsweise der Medien

20 min

Ziel
Erkennen, wie aus einem Ereignis eine Nachricht in den Medien wird?

Inhalt
Sachinformationen, um die Strukturen und die Selektionsmechanismen des Mediensystems sichtbar zu

Methode
Impulsvortrag

Material
Methodenpapier mit Hintergrundinformationen

Folie 12 & 13

Aus Sicht der Medien und der Rezipient:innen (Hörer:innen, Leser:innen, Betrachter:innen):

- Es fnden vielzählige Ereignisse in Wirtschaft, Gesellschaft, Kunst, Wissenschaft und Politik statt.
- Das komplette Weltgeschehen kann nicht vollständig erfasst werden, Journalist:innen müssen deshalb ständig selektieren. Unter enormen Zeitdruck prüfen sie die eingehenden Meldungen der Nachrichtenagenturen von lokalen und globalen Ereignissen und entscheiden, welche Ereignisse zu konkreten Nachrichten werden.
- Das Selektieren und die Prüfung von Ereignissen geschieht nicht zufällig, sondern in einer standardisierten und routinierten Arbeitsstruktur Diese Struktur besteht zum Beispiel aus Recherchen zu bestimmten Ereignissen, aus Redaktionssitzungen, aus Themenplänen, aus direkten Informationstrefen von Journalisten und zivilgesellschaftlichen Akteur:innen und Politiker:innen.
- Das Resultat dieser Arbeitsstruktur bedeutet, dass Nachrichten in keinem Fall die Realität 1:1 widerspiegeln, sie sind stattdessen das Ergebnis von Selektions- und Filterentscheidungen verschiedener Medienakteur:innen wie, Journalist:innen, Fotograf:innen, Reporter:innen, Redakteur:innen oder Eigentümer:innen.

Folie 14

Selektoren/ Filter

- Medienakteur:innen entscheiden durch die Selektionsentscheidungen, welche Themen und Informationen in Artikeln, Reportagen oder anderen Beiträgen aufgegrifen werden. Dadurch haben sie einen Einfuss auf die Rezipient:innen bzw. Medienkonsument: innen. Diese Selektoren könnte man auch als Aufmerksamkeitsanker bezeichnen, welche die Bedingungen der Wirklichkeitskonstruktion in ihrer spezifschen Selektionsfunktion im Kontext von Themen bilden. Kurz gesagt: Die Medien konstruieren so eine eigene Medienrealität, durch ihre Selektionsentscheidungen.

Folgende Selektoren/ Filter/ Aufmerksamkeitsanker werden für die Erstellung von Medieninhalten herangezogen:

- ***Aktualität:*** eine Information muss neu sein und überraschen, so dass sie bestenfalls mit bestehenden Erwartungen bricht
- (Störfälle, Unfälle, Einfälle, Vorfälle)
- ***Konfikte:*** Konfikte, Krisen, Kriege, Krankheiten und Katastrophen werden bevorzugt in der Themenauswahl
- (Ukrainekrieg, Erdbeben, Finanzkrise, Klimakrise)
- ***Quantitäten:*** alles was zählbar ist kann vergleichen und damit (moralisch) bewertet werden
- (Arbeitslosenzahl, Coronainfzierte)
- ***lokaler Bezug:*** Ereignisse die in der Nähe passieren haben mehr Relevanz auf das alltägliche Leben der Menschen als Ereignisse die weit entfernt sind
- (Bürgermeisterwahl, Schützenfest, Strassensperrung)
- ***Skandale:*** hier Sind Ereignisse gemeint, welche gegen bestimmte Normen und Werte verstoßen oder als unmoralisch eingestuft werden

- Daneben gibt es noch zwei weitere Selektoren/ Filter, die direkten bzw. indirekten Einfuss auf die Berichterstattung haben und die zu Manipulation und Einfussnahme führen:

- ***Public Relation (PR):*** PR-Agenturen versuchen bspw. durch Pressemitteilung/-mappe Journalisten:innen/Medien zu erreichen, mit dem Ziel über bestimmte Themen (z. B. innovatives Produkt eines Unterneh- mens) zu berichten.

- ***Werbung:*** Darunter ist die Verbreitung von Informationen in der Öfentlichkeit zu verstehen. Gewinnorientierte Unternehmen richten sich mit Werbung an ausgesuchte Zielgruppen mit dem Zweck, Produkte und Dienstleistungen bekannt zu machen oder das Image von Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen zu pfegen.

Was wird wahrgenommen

- Aus allen Ereignissen des Tages und den zur Verfügung stehenden Informationen wird am Ende nur ein Bruchteil dessen wahrgenommen, was wirklich geschehen ist.

- Dementsprechend vermitteln auch Nachrichten nur eine Reihe spezifscher und stereotypischer Realitätsausschnitte. Das ist unvermeidbar im gesamten Selektionsprozess von Informationen und führt zu Verzerrungen der Wirklichkeit auf beiden Seiten.

Journalistische Selektion am Beispiel Afrika

Folie 16

- Der afrikanische Kontinent wird in der medialen Berichterstattung zu 47% über negative Themen wie Krieg, Kriminalität, Krise, Katastrophen oder Krankheit konstruiert. Krieg als Ereignis ist mit 28% das dominierende Thema in deutschen Medien, wenn es um den afrikanischen Kontinent geht. Damit entsteht bei den Rezipient:innen der Eindruck eines chaotischen, zurückentwickelten und unaufgeklärten geografschen Raumes. So werden bestehende Vorurteile bestätigt und Stereotype geformt und gefestigt. Je öfter aber die Stereotypen in der medialen Berichterstattung aktiviert und wiederholt werden, desto unwahrscheinlicher wird eine Rekonstruktion bestehender Selektionsmuster.

- Ähnlich dem Beispiel der Selektion für den afrikanischen Kontinent ist auch die Berichterstattung über den südamerikanischen Kontinent einzuordnen. Wird dieser geografsche Raum von europäischen Medien aufgegriffen, was sehr selten vorkommt, dann überwiegend in Form von Kriegen und Naturkatastrophen.

Modul 7 | Spiel

Reise einer Nachricht

Der Weg vom Ereignis zur Nachricht

35 min

Ziel
Erkennen der spezifschen Struktur des Medien-systems und den Möglichkeiten der Informationsse-lektion

Inhalt
Spielerische Art und Weise, um die Strukturen und die Selektions-mechanismen des Mediensystems sicht-bar zu machen

Methode
Gruppenspiel

Material
Original-Bild, welches die Grundlage der Methode bildet, Stift und A4-Papier bei TN

Folie 17

Vorbereitung

- Drucken Sie im Vorfeld die Druckvorlage „Reise einer Nachricht" aus und legen Sie sie sich für das Spiel bereit.

Gruppenbildung

- Zunächst werden zwei Gruppen gebildet, die anschließend in unterschiedlichen Breakout-Räumen ihre Arbeitsaufträge erhalten.
- Eine Gruppe sind die Journalist:innen. Sie besteht im besten Fall aus fünf TN, die sich freiwillig finden. Die fünf TN werden in einen Breakout-Raum geschickt.
- Die übrigen TN bilden die Gruppe der Beobachter:innen. Die Beobachter:innen verbleiben im digitalen Hauptraum und erhalten ihren Arbeitsauftrag.

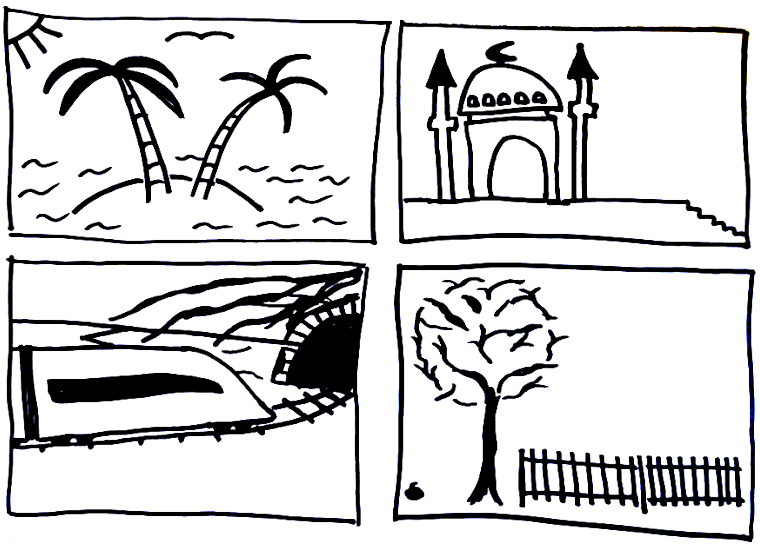
Arbeitsauftrag: Beobachter:innen

- Zeigen Sie den Beobachter:innen das Originalbild. Erklären Sie, dass die Journalist:innen gleich nacheinander den Hauptraum betreten und entsprechend ihrer Anweisungen das Originalbild sprachlich weitervermitteln werden. Bitten Sie die Beobachter:innen, genau zu beobachten, wie sich das Erzählte im Laufe der Wiedergabe verändert ohne dies im Laufe des Spiels zu kommentieren.

Folie 18

Arbeitsauftrag: Journalist:innen

- Legen Sie gemeinsam mit den fünf TN eine Reihenfolge fest, wer wann in den Hauptraum zurückkehrt. Bitten Sie der/die letzte Journalist:in, einen Stift und ein A4-Blatt bereit zu legen. Erklären Sie den Journalist:innen nicht genau, was auf sie zukommen wird! Diese werden lediglich informiert, dass sie nacheinander den Hauptraum betreten werden. Kehren Sie anschließend mit dem/der ersten Journalist:in in den Hauptraum zurück.



Hinweis:

Die Journalist:innen kommen nicht selbstständig zurück in den Raum, sondern werden von Ihnen in der festgelegten Reihenfolge zurück geholt.

Ablauf

- Angekommen im Hauptraum zeigen Sie allen TN das obenstehende Bild. Der/die erste Journalist:in hat nun genug Zeit, sich das Bild einzuprägen. Danach legen Sie das Bild zur Seite und holen den/die zweite Journalist:in hinzu. Nun erklärt der/die erste J,ournalist:in der/dem zweiten Journalist:in, was auf dem Bild zu sehen war. Es darf keine Hilfestellung von den Beobachter:innen geben.

- Danach stellt der/die erste Journalist:in sein/ihr Mikrofon auf stumm und begibt sich ebenfalls in die Beobachter:innen-Rolle.

- Holen Sie nun den dritten Journalsi:in zurück in den Hauptraum. Diese:r bekommt vom Zweiten erklärt, was der/ die erste Journalist:in gesehen hat. Dies wird wiederholt, bis der letzte Journalsit:in zurück im Raum ist und die Informationen über das Bild vom Vorgänger/von der Vorgängerin erhalten hat. Der/die letzte Journalist:in hat die Aufgabe, das erklärte Bild auf Papier zu bringen und dabei zu kommentieren, welche Inhalte er/sie gerade malt.

Hinweis:

- Auch hier darf es keine Hilfestellung von anderen Anwesenden geben. Hat der/die letzte Journalist:in das Bild beendet, können keine weiteren Informationen auf das Blatt Papier gebracht werden.

- Im Anschluss hält er/sie das Bild für alle sichtbar in die Kamera.

Auswertung

- Das Bild, welches der/die letzte Journalist:in gemalt hat, wird nun ausgewertet. Mögliche Fragen können sein:

  › Was ist euch während der Beobachtung aufgefallen?
  › Welche Informationen wurden weitergegeben?
  › Welche Informationen gingen verloren?
  › Gab es ein bestimmtes Muster bei der Informationsübertragung?

- Jetzt folgen Fragen zum konkreten Ablauf:

  › Hattet ihr das Gefühl, dass die Journalist:innen unter Zeitdruck stand?
  › Wenn ja, woher glaubt ihr kommt dieser Zeitdruck?

Hinweis:

- Es wurde in der Spielerklärung nicht explizit gesagt, dass die Informationen in einer bestimmten Zeit weitergeleitet werden müssen.

Überleitung zum Mediensystem:

- Journalist:innen als Menschen sind Filter, genau wie die Redaktion oder auch die Themen selbst. Ein weiterer wichtiger Filter ist der Medienkonzern. Da dieser profitorientiert arbeitet, ist auch die Arbeitszeit einer/eines Journalist:in sehr begrenzt. Die begrenzte Arbeitszeit hat jedoch großen Einfluss auf die Tiefe der Recherche. Hier kommt es oft zu Fehlern, welche den „Fehlern", welche die Beobachter:innen eben miterleben konnte, sehr stark ähneln.

- Sie können die TN abschließend fragen, ob sie den Eindruck hatten, dass die Journalist:innen bewusst Informationen weggelassen oder verändert haben bzw. ob es bewusste Manipulationen gab. Vermutlich war das nicht der Fall. Dieser Vorwurf wird reellen Journalist:innen jedoch häufig gemacht. Hier können Sie mit den TN diskutieren, inwieweit die Erfahrungen aus dem Spiel auf die Realität übertragbar sind.

- Jetzt wird das Ausgangsbild mit dem produzierten Bild verglichen:

  › ***Was fällt euch auf? Gibt es Unterschiede?***
  › ***Was ist gleich?***

Hinweis:

- Diese Frage ist wichtig und die Antworten sind sehr gruppenabhängig. Die Erfahrung zeigt, dass bestimmte Gegenstände wie Palme, Kirche oder Insel meist in der Form wiedergegeben werden, wie auf dem Originalbild, ohne aber z.B. die Palme im Detail zu beschreiben (Anzahl der Blätter, Beschaffenheit des Stammes etc.)

  › ***Wieso kommt es dazu, dass sich die Gegenstände ähneln, ohne jedoch im Detail beschrieben worden zu sein?***

Hinweis:

- Wichtig für die Diskussion als Ergebnis ist, dass es bestimmte Vorstellungen gibt, welche kollektiv geteilt werden. Diese sind oft schemenhaft, also verkürzend gegeben, wie eben die Kirche oder die Palme. Wichtig dabei auch: meist werden diese Vorstellungen medial verbreitet.

- Hier können Sie eine kleine Umfrage starten:

  › ***Wer hat schon einmal eine Palme in der Natur gesehen?***
  › ***Wie viele Palmensorten gibt es? (Antwort: bis zu 2600 Arten)***
  › ***Wieso wurde dann genau diese Palme gezeichnet?***

- Die Medien bestimmen die Art und Weise, wie wir auf die Welt schauen. Dabei spielt die kulturelle Herkunft ebenso eine große Rolle wie unsere Sprache, die durch Verkürzungen unsere Sicht auf die Welt bestimmt. Wir wissen, was mit den fünf Buchstaben P A L M E gemeint ist, wir können darüber sprechen und uns austauschen. Dieser Austausch funktioniert aber immer nur, weil wir uns miteinander auf bestimmte Verkürzungen oder auch Abkürzungen der Realität verständigen. Als Ergebnis müssen wir nur ein Wort sagen und es eröffnen sich direkt große Räume der Vorstellung, sogenannte Deutungsrahmen. Dies passiert automatisch. Dabei spielt die Auswahl der Worte eine wichtige Rolle, denn Worte sind nicht nur Begriffe, sondern der Schlüssel für eine gemeinsam geteilte Welt.

Modul 8 | Spiel

Bericht aus einem „Entwicklungsland"?

Es ist nicht immer so, wie es scheint

35 min

Ziel
Wahrnehmungs-verzerrungen erkennen

Inhalt
Möglichkeiten der Wahrnehmungsverzerrungen durch Sprache

Methode
Wahrnehmungs-spiel, Abfrage und Diskussion

Material
Hör-Video „Bericht aus einem ‚Entwicklungsland'?" (3:16) / Teilnehmende brauchen eigenes Smartphone

Folie 19

Vorbereitung

- Erstellen Sie im Vorfeld die oncoo-Umfrage (siehe Toolbeschreibung im Anhang).

Input zur Einführung in die Methode

- Die folgende Methode dient als Einführung in den großen Bereich des Umgangs mit Sprache. Das Spiel „Reise einer Nachricht" hat bereits sichtbar gemacht, dass Sprache das Instrument ist, mit welchem sich die Gesellschaft auf bestimmte Realitäten einigt.
- Ein Beispiel war das Wort „Palme". Viele haben ein ähnliches Bild im Kopf, wenn sie an eine Palme denken. Fängt man jedoch an, die Palme genauer zu beschreiben (klein, groß, dick, dünn..) merkt man, dass sich das Bild verändert und stellt fest, dass Sprache unsere Vorstellung von Gegenständen oder Ereignissen formt. Vorstellungen sind Ideen in unserem Kopf, die wir mit Sprache beschreiben können.
- Da wir nicht in der Lage sind, in den Kopf des oder der anderen zu sehen (und nicht wissen, welche Erfahrungen und Werte die andere Person gesammelt hat bzw. in sich trägt), können wir auch nicht wissen, ob sie das selbe Bild im Kopf hat, wie wir. Wir können unserem Bild lediglich einen Rahmen geben, um es der anderen Person verständlich zu machen. Diese Umrahmung einer Vorstellung, eines Gegenstandes oder Ereignisses nennt man „Framing". In der nächsten Methode werden wir herausfnden, wie Framing funktioniert und was es mit unserer Vorstellung von etwas macht.

Folie 20

Ablauf

- Die TN hören dem folgenden Hör-Video aufmerksam zu und erhalten die Aufgabe, herauszufnden, von welchem Land die Rede ist.
- Stellen Sie während des Hör-Videos den Zugangs-Link zur oncoo-Umfrage im Chat bereit.
- Bitten Sie die TN ihre Antwort einzugeben

Folie 21

Aufösung

- Präsentieren Sie die Antworten der TN und kommen Sie darüber kurz ins Gespräch. Greifen Sie häufg genannte Länder auf und fragen Sie die TN, wie sie darauf kamen. Besprechen Sie, ob es Regionen gibt, die eher nicht genannt wurden (z.B.: Europa) und was die Gründe dafür sind.
- Nun lösen Sie auf. Die richtige Antwort ist: die USA.

- Besprechen Sie mit den TN, was diese Information in ihnen auslöst. Falls TN die USA als Antwort in oncoo eingetragen haben, fragen Sie diese erst jetzt nach den Gründen. Besprechen Sie mit den TN folgende Fragestellungen:

  › Was ist euch bei dem Video aufgefallen?
  › Wieso ist die USA so überraschend als Ergebnis?
  › Welche Rolle spielt die Sprache in dem Video?
  › Welche Begriffe haben euch Hinweise gegeben?
  › Welchen Bedeutungsrahmen lösen Begrife aus, wie: Stamm, Ritual, Waschtempel, Häuptling etc.?
  › Wie können die Begrife in eine moderne Sprache übertragen werden? z.B. Waschtempel = Badezimmer

Reflexion zur gezeigten Weltkarte & dem Begrif „Entwicklungsland"

- Die Darstellung der Weltkarte mag für die TN ungewöhnlich erscheinen, ist jedoch bewusst gewählt. Die Länder des Südens sind hier oben auf der Weltkarte zu sehen, die Länder des Nordens unten. Gemeinhin werden nördliche Länder mit reicheren Menschen, höherem Bruttoinlandsprodukt (BIP) und höherer Bildung in Verbindung gebracht. Länder des Südens werden meist mit ärmeren Menschen, billigeren Preisen und geringerer Bildung assoziiert. In unserer Kultur steht zudem „oben" oft für erfolgreich und angesehen, „unten" eher für abgehängt und unwichtig. Kurz gesagt: oben = gut und unten = schlecht.

- In der Realität schwebt die Erde im endlosen Weltraum und dreht sich um die Sonne. Hier gibt es kein „oben" und kein „unten", trotzdem wird die Anordnung der Länder auf der Weltkarte oft gleich dargestellt, so dass der Eindruck entsteht, dass bestimmte Länder „oben" und andere „unten" lägen. Diese o.g. Zuschreibungen können bewusst oder unbewusst auf die verschiedenen Länder übertragen werden. Dies kann mit den TN reflektiert werden.

- Auch der Begrif „Entwicklungsland" kann vor diesem Hintergrund kritisch reflektiert werden. „Entwicklung" wird häufig mit dem Wachstum des BIP gleichgesetzt und uneingeschränkt positiv bewertet. Mit diesem „Entwicklungsbegriff" wird einerseits ausgeblendet, dass der materielle Wohlstand und die Höhe des BIP in den frühindustrialisierten Staaten auf der geschichtlichen und gegenwärtigen Ausbeutung von Menschen und Umwelt basiert. Andererseits werden alternative Verständnisse gesellschaftlicher Entwicklung abgewertet.

Erkenntnis

- Wichtig ist es zu erkennen, dass unsere Sprache kein starres Instrument ist, sondern sich ganz flexibel anpassen kann. Es geht immer darum, wie etwas gesagt wird und welche Begriffe verwendet werden. Es fällt auf, dass wir für ein und denselben Gegenstand verschiedene Begriffe verwenden können. Der Gegenstand bleibt zwar derselbe, aber die Art und Weise, wie wir darüber denken, verändert sich. Unsere Vorstellungen und Ideen über den Gegenstand ändern sich. Hören wir „Waschtempel", so denken wir vermutlich an etwas Altes, vielleicht vor langer Zeit Existierendes. Hören wir „Badezimmer", so erinnern wir uns vielleicht selbst an unser eigenes morgendliches Zähneputzen darin. Der Gegenstand bleibt gleich, nur unsere Beziehung bzw. unsere Bewertung des Gegenstandes ändert sich. Das nennt man Framing.

Modul 9 | Vortrag

Framing

Das Gehirn als Mustererkennungsmaschine

20 min

Ziel
Hintergründe zum Phänomen „Framing" und dessen psychologische Aspekte erkennen

Inhalt
Geschichte des Framing, Wirkungsweise von Frames, Strukturierung von Informationsprozessen und (unbewusste) Selektion

Methode
Bilder werden gezeigt und mit gezielten Fragestellungen werden Mechanismen sicht-/erlebbar gemacht

Material
Methodenpapier mit Hintergrundinformationen

Folie 22

Input zum Thema Framing I

- Der Terminus „Framing" geht auf den US-amerikanischen Soziologen Erving Gofman (1922-1982) zurück, der diesen erstmals 1974 einführte. Beliebt ist Framing vor allem deshalb, weil es eine mächtige Terminologie zur Beschreibung des Einfusses von Medien liefert, auf Mikro- wie Makroebene.

- Das sogenannte Kippbild beschreibt die Wirkungsweise von Frames sehr gut. Man sieht zwei weiße Profile und einen schwarzen Kelch.

Fragen an die TN

Folie 23

› Wer sieht beide Figuren zur gleichen Zeit?

- Wahrscheinlich werden zuerst einmal viele TN sagen, dass sie beide Figuren sehen können, eventuell auch zur gleichen Zeit.
- Nun können Sie noch einmal fragen:

› Kann man wirklich beide Figuren zur gleichen Zeit sehen?

Auflösung

- Man kann den schwarzen Kelch sehen – dann ist dieser im Vordergrund und die weißen Profile verschwinden als weißer Hintergrund und werden quasi unsichtbar. Wenn wir den schwarzen Kelch betrachten, wissen wir zwar aus der Erfahrung heraus, dass auch die Profile wahrnehmbar sind, unser kognitives System kann diese aber nicht zeitgleich visuell wahrnehmen.
- Das nennt man Selektion. Selektion ist die Auswahl bestimmter Aspekte einer wahrgenommenen Realität. Durch Selektion ist es unserem Gehirn möglich, Formen in unserer Umwelt wahrzunehmen.
- Wir merken, dass Wissen und Wahrnehmen verschiedene Phänomene sind.

Input zum Thema Framing II

- Framing bezeichnet das Einbetten eines Themas in ein bestimmtes Bedeutungsumfeld. Laut Goffman (2003) sind Frames grundlegende kognitive Strukturen, die die Wahrnehmung und Widerspiegelung von Realität lenken.

- Im Allgemeinen werden Frames nicht bewusst erzeugt, sie werden jedoch unbewusst während des kommunikativen Prozesses übernommen.

- Vereinfacht lässt sich sagen, dass Frames durch eine bestimmte Themenstrukturierung die Blickrichtung des Informationsprozesses vorgeben und regeln, welche Teile einer dargebotenen Realität wir mit hoher Wahrscheinlichkeit bemerken.

- Dieser Kontext wird im folgenden Beispiel sichtbar:

Hinweis:

- Es bedarf der dargestellten Chronologie der Arbeitsschritte, um das Prinzip wirkungsvoll darzustellen.

Fragen an die TN

- Bevor Sie das Bild der Gruppe zeigen, stellen Sie den TN folgende Frage:

Folie 24

› Wie viele Delfine sind auf dem folgenden Bild zu sehen?

Die Antworten der TN werden zwischen sechs bis neun Delfinen sein. Eventuell gibt es einzelne TN, welche keine Delfine sehen können.

Hinweis:

- Es muss nicht gewartet werden, bis alle TN eine Lösung gefunden haben. Es kann zügig weiter gefragt werden:

Folie 25

› Wer von euch hat sieben Delfine gesehen? Wer acht? etc.
› Wer von euch hat bereits Delfine gesehen (eventuell in freier Wildbahn oder im Zoo)?

- Ganz im Sinne der Aufgabenstellung suchen die TN nun nach Mustern und Ideen von Formen, welche einem Delfin entsprechen könnten. Es entsteht eine soziale Situation, welche Ihre ausgesprochene Erwartungshaltung („Delfine sehen") auf die TN überträgt. Sie können nun fragen:

  › Sehen Delfine wirklich so aus?

- Die Reaktion der TN wird jetzt ein Schmunzeln sein. Das Argument wird kommen, dass Sie ja die Frage nach den Delfinen zuerst gestellt haben. Sie haben also durch das Aussprechen des Wortes „Delfiin" einen bestimmten Vorstellungsraum bei den TN aktiviert, ähnlich der „Palme" oder der „Kirche" beim Spiel „Reise einer Nachricht". Um diese (automatische) sprachliche Aktivierung des Gehirns zu verdeutlichen, können Sie folgende Aussage tätigen:

› Denkt jetzt bitte nicht an einen rosa Elefanten!

- Die TN werden jetzt wieder schmunzeln. Ist dies doch genau nicht möglich.

- Jetzt wird eindrucksvoll sichtbar, wie bildaktivierend Sprache auf unser Gehirn wirkt. Wir müssen uns unser Gehirn als große Bildmaschine vorstellen. Ständig werden neue Bilder produziert.

Um die Betrachtung dieses Bildes abzuschließen, können Sie nach der Frau und dem Mann auf dem Bild fragen. Lassen Sie sich die Frau und den Mann sowie die Delfine auf dem Bild zeigen. Erklären Sie abschließend, wie Sie die Aufmerksamkeit der TN durch die Fragestellungen gelenkt haben.

Folie 26

Input zum Thema Framing (Fortsetzung 2)

- Der Politik- und Kommunikationswissenschaftler Robert Entman (1993) erforschte die politische Berichterstattung in den Nachrichtenmedien und beschrieb mittels Frames, wie diese durch Wortwahl und Kontextualisierung die Meinungsbildung und das Weltbild der Rezipient:innen maßgeblich prägen.

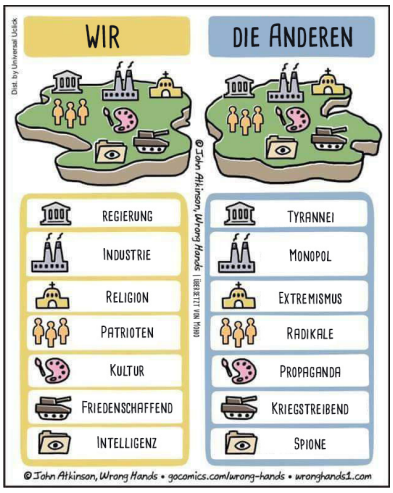
- Dies wird auch beim nächsten Bild sichtbar.

- Hier wird auf eindrückliche Weise sichtbar, wie stark der Selektionsprozess des Framings für die Konstruktion von Weltbildern verantwortlich ist. Es fällt auf, dass wir die selben Formulierungen verwenden können, sich jedoch je nach Standpunkt der Eindruck, der vermittelt wird, komplett unterscheiden kann.

- Nur unsere Vorstellungen und Ideen über den Gegenstand ändern sich und damit auch die Art und Weise, wie über den Gegenstand moralisch normativ geurteilt wird.

- Eindrucksvoll wird dies auch an folgenden Formulierungen sichtbar.

Folie 27



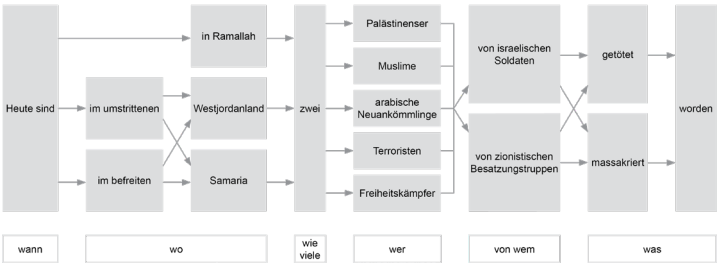
Funktionen von Frames

- **Sie...**
  › definieren Probleme
  (meist hinsichtlich bestimmter kultureller Normen und Werte)
  › diagnostizieren die Ursachen
  › werten moralisch
  › schlagen Lösungen vor und
  › legen Bezugsgrößen fest

Folie 28

- Diese Funktionen sind besonders gut in der Betrachtung der Sprache sichtbar. Wie wir gesehen haben, gleicht die Sprache nicht einem Feininstrument, sondern eher einem Holzhammer. Das heißt, dass unsere Sprache gleich unserer Wahrnehmung eher schemenhaft und kategorisch wirkt. Sprache ist also immer in Kategorien eingepasst.

Folie 29



- Das obige Schema zeigt wie ein Satz, der durch verschiedene Begriffe die selbe Aussage trifft, je nach Formulierung, eine komplett andere Wirkung auf uns hat.

- Die TN sehen in der Präsentation einen entsprechenden Text. Lassen Sie den TN einen Moment Zeit, um die Folie auf sich wirken zu lassen. Besprechen Sie ggf. die unterschiedliche Wirkung der verschiedenen Möglichkeiten.

- Die positiv-Bewertung eines Begriffes nennt sich Euphemismus, die negativ-Bewertung wird als Dysphemismus bezeichnet. Die nächste Folie zeigt Bewertungsräume auf, die sich aus den Worten „Wirtschaftsflüchtlinge" und „Auswanderer" ergeben.

Aufgabe

- Die beiden folgenden Bilder sollen je der Kategorie Auswanderer oder Wirtschaftsflüchtlinge zugeordnet werden.

Folie 30 - 33

Aufösung:
Wirtschaftsfüchtlinge?

Aufösung:
erfolgreiche Auswanderer?

Mögliche Fragen könnten sein:

› Worin gleichen sich die Bilder?
› Worin unterscheiden sich die beiden Bilder?
› Wieso habt ihr die Bilder so zugeordnet?
› Auf welches Wissen habt ihr zurückgegrifen?
› Wie stark ist dieses Wissen medial bedingt?

Folie 34

Gegenstand/Inhalt	Menschen im Umbruch	
Begriffe zum Beschreiben des Gegenstandes/Inhaltes	„Auswanderer"	„Wirtschaftsflüchlinge"
Assoziationen zu den Begriffen	»Hoffnung »Wohlstand »Wachstum »Neuanfang »neue Perspektive »Weiterentwicklung »Glück	»Krise »Hilfe »Armut »soziales System »Eskalation »Chaos »Verfolgung »letzter Ausweg
Bewertungs-Raum	positiv	negativ

- Das ist bereits ein Hinweis auf unser eigenes eingebautes Muster, denn sobald wir die Worte hören/lesen werden verschiedene Bedeutungsräume in unserem kognitiven System aktiviert, welche mit weiteren positiven Begrifen verknüpft sind. Die Dimension und Tiefe der Verknüpfung sind ausschlaggebend für die Wirkung des Ursprungsbegrifes.

Modul 10 | Vortrag

Framing mit Sprache

Mögliche Manipulation durch Worte

15 min

Ziel
Verständnis für Manipulationsmöglichkeiten durch Begriffe und Wörter

Inhalt
Es werden bestimmte Kategorien der Beeinflussungsmöglichkeiten mit Begriffen und Wörtern gezeigt

Methode
Vortrag

Material
Methodenpapier mit Hintergrundinformationen

Folie 35 & 36

Euphemismenen und Dysphemismen

- Wie an den Beispielen gezeigt, beschreiben Euphemismen Sachverhalte beschönigend und Dysphemismen eher abwertend.

Folie 37

Entmenschlichung

- Sprache kann einem Menschen den Subjektstatus entziehen und diesen so zum Objekt macht. Damit ist dem Menschen als Objekt tendenziell Autonomie und Selbstbestimmung entzogen. Von hier aus ist der Weg nicht weit, dem objektivierten Menschen auch gedanklich jegliche Rechte zu entziehen, welche als Menschenrechte formuliert sind z.B. Artikel 1 des GG „Die Würde des Menschen ist unantastbar.". Wenn jemand beispielsweise einen anderen Menschen „Bulle" oder „Zecke" nennt, wertet man diese Person damit sprachlich ab.

Fragen an die TN

- Auch hier können eigene Beispiele der TN die Diskussion und das Verständnis anregen.

Solidarisierung

- Sprache kann ebenfalls ein Instrument sein, um das Gemeinschaftsgefühl von Menschen zu stärken. Hier spricht man von Solidarisierungsefekten, welche gerade in Zeiten von Krisen eine wichtige Rolle spielen. Im demokratischen Gesellschaftssystem, welches auf mehrheitliche Überzeugungslagen der Bevölkerung aufgebaut ist, sind somit Solidarisierungen immer auch ein Instrument der Machterhaltung bzw. der Legitimation von Entscheidungen. Beispiele hierfür sind: „Unsere Soldaten im Krieg gegen den Terror" oder „Wir schaffen das!".

Folie 38

Trennung „und"

- Mit Sprache kann also nicht nur beschönigt oder verurteilt werden, sie kann auch Bedeutungsräume auftrennen. Sichtbar wird dies durch das Wort „und". So werden beispielsweise Drogen und Alkohol sprachlich getrennt, obwohl Alkohol auch eine Droge ist.

Fragen an die TN

- Eventuell haben die TN eigene Beispiele für „und" als Trennung, diese können gemeinsam besprochen werden.

Schlagwörter

- Bei Schlagwörtern meist um Begriffe bzw. Worthülsen, welche je nach Weltbild und Perspektive anderes aktiviert und interpretiert werden können. Beispiele sind „Demokratie" oder „Freiheit", welche gern auch von Diktatoren verwendet werden.

Modul 11 | Vortrag

Framing mit Bildern

Mögliche Manipulation durch Bilder

15 min

Ziel
Verständnis für Manipulationsmöglichkeiten durch Bildbearbeitung erlangen

Inhalt
Es werden bestimmte Kategorien der Beeinflussungsmöglichkeiten mit beispielhaften Bilder gezeigt.

Methode
Vortrag

Material
Methodenpapier mit Hintergrundinformationen

Folie 39

Input Framing mit Bildern

- Wie eben gezeigt werden konnte, funktioniert das Framing in Bezug auf Sprache über eine Installation von dichotomen Kategorien (gut/böse, wahr/unwahr, falsch/richtig). Bei der medialen Vermittlung von Bildern funktioniert das Framing ebenfalls über bestimmte Kategorien bzw. kann bestimmten Kategorien zugeordnet werden. In der folgenden Methode sollen nun diese Kategorien mit konkreten Beispielen vorgestellt werden.

Folie 40

Klischeebild

- Hier werden ganze Gegenstände, Personen oder Landschaften abgebildet, welche scheinbar eine bestimmte Realität widerspiegeln, weil die Blickrichtung des /der Betrachter:in in eine bestimmte Struktur gelenkt wird. Damit wird eine bestimmte Realität wahrscheinlicher und plausibler als eine andere und unterstützt somit die dargestellte Aussage des Bildes. Gerade im Tourismusmarketing sieht man Klischeebilder sehr oft.

Folie 41

Antiklischeebild

- Anti-Klischeebilder spielen oft mit den kognitiven Mustern der Rezipient:innen, weil sie gegensätzlich, deswegen „Anti-", zur Erwartungshaltung stehen. So wird der bestehende, gefestigte Bedeutungsrahmen durch neue Erkenntnisse dekonstruiert und es können neue Muster entstehen. An dieser Stelle setzen dann Konzepte wie die kulturelle Kompetenz an.

Folie 42

Gestellte Bilder

- Gestellte Bilder sind im direkten Sinne konstruierte Bilder, sie bilden eine Realität ab, die nur für das Bild hergestellt wurde und die nur im Bild existiert. Meist wird das verwendete Foto-Set nach dem Fotoshooting wieder abgebaut. Am gestellten Bild kann man immer den medialen Produktionsprozess erkennen. Man kann auch von inszenierten Bildern sprechen, gleich einer Theatervorstellung. Wichtig ist, dass gestellte Bilder Authentizität produzieren sollen. Dies geschieht durch das entsprechende Set-Up, die Maske und das Styling der Bildinhalte. Gestellte Bilder täuschen also Echtheit vor um Glaubwürdigkeit und Vertrauen zu erreichen

Melania Trump im Kinderheim „The Nest" in Limuru, Kenia.

Beispielhafte Erklärung zum Bild

- Das im Vorfeld sorgfältig durchdachte Styling sowie der Presseauftritt in einem Kinderheim in Afrika, bei dem die Person einen Zug Waisenkinder lächelnd anführt, aktivieren einen bestimmten Bedeutungszusammenhang, der bei der dargestellten Person Kompetenzen plausibilisiert – hier könnte das sein:

  • die Person setzt sich für Kinder ein und hat ein großes Herz
  • ist nahbar, bodenständig und empathisch
  • hilft Menschen in Not
  • ist souverän, selbstbewusst und weltoffen

Folie 43

Retusche

- Bildretuschen können die Wirkung von Bildern sehr stark beeinfussen.

- Bei gestellten Bildern wird das Set-Up des Bildes im Vornherein konstruiert. Im Gegensatz dazu, wird bei der Bildretusche das fertige Bild oder Foto im Nachhinein, in der sogenannten Post-Produktion, den Wirkungs-Erfordernissen entsprechend bearbeitet und manipuliert. Damit entspricht der abgebildete Inhalt des Bildes nicht mehr der ursprünglichen Szene. Das Bild ist jetzt wiederum Träger einer eigenen Realität, die keine äußere Entsprechung mehr hat.

- Medien in Deutschland kaufen von Fotograf:innen nur noch unbearbeitete Fotos (Rohmaterial), um sicherzustellen, dass Fotos nicht manipuliert sind. Früher wurden Fotos von Fotograf:innen oft bearbeitet, um die Wirkung des Fotos zu verstärken, und die Verkaufschancen bzw. den Verkaufspreis des Fotos an Zeitungen zu erhöhen.

Beispielhafte Erklärung zum Bild

- Im Beispielbild sieht man rechts die Retusche und links das Original. Sowohl in klassischen Medien (Magazinen, Fernsehen, ...) als auch in Sozia-

Thumbnail eines YouTube-Tutorials zur Gesichts-Retusche.

len Medien werden vor allem Porträtaufnahmen retuschiert – Hautunreinheiten, Rötungen, usw. werden im Nachhinein entfernt. Bei POCs wird in der Fotonachbearbeitung oft noch ein entscheidender Faktor verändert, die Hautfarbe. Diese wird in vielen Fällen über die Belichtungskorrektur hinausgehend aufgehellt. Zu fnden sind solche Retuschen praktisch überall – die Haut von Models und Celebrities in Zeitschriften und Magazinen wird in der Postproduktion aufgehellt, es gibt zahlreiche Tutorials zu Auffellung der Haut in eigenen Bildern und auch Filter in Apps wie Instagram, TikTok oder Snapchat verändern den Hautton der Nutzer oft automatisch. Die Masse der Bilder bei denen ebendiese Bearbeitung vorgenommen wurde entziehen der bereits unterrepräsentierten Gruppe von Menschen mit Dunkler Haut Repräsentation in der medialen Welt und reproduzieren das in Rassismus und Klassismus verwurzelte Schönheitsideal „helle Haut = schön, vornehm".

Wegschneiden

Folie 44 & 45

- Das sogenannte Wegschneiden ist ebenfalls eine Methode, um die Blickrichtung der Betrachter:innen zu leiten und zu lenken. Wenn Bildinhalte weggeschnitten werden, können verbleibende Inhalte eine neue Wirkung erzielen. Das Bild ordnet sich somit neu und gibt neue Deutungsmöglichkeiten frei, indem es eine andere bildeigene Realität schaft. Diese Deu-

tungsmöglichkeiten werden nun wiederum mit bestehenden Mustern im kognitiven System abgeglichen.

- Das Beispiel soll verdeutlichen, wie stark die Bildaussage durch Wegschneiden von Informationen verzerrt werden kann.

Fragen an die TN

- Aktivieren Sie die TN mit folgenden Fragen:

  › Was ist auf dem ersten Bild zu sehen? Welche Situation wird abgebildet?
  › Welche Assoziationen kommen euch in den Sinn?
  › Ist das Foto positiv oder eher negativ assoziiert?

  › Was ist auf dem zweiten Bild zu sehen?

  › Welche Wirkung hat das auf euch?

- Wie im Beispiel sehr gut sichtbar wird, unterscheidet sich die Wirkung des ersten Bildausschnitts von der des zweiten Bildausschnitts.

  › Worin unterscheidet sich die Wirkung der beiden Bilder?

Unberührte Wildnis oder moderne Großstadt?

Das Bild zeigt Zebras in Kenia, im Hintergrund ist die Hauptstadt Nairobi zu sehen.

› Beschreiben die beiden Bilder ein und dasselbe Ereignis, wenn man sie isoliert betrachtet?
› Denkt noch einmal an das Sprachframing zurück – welchen der beiden Begrife „moderene Großstadt" oder „unberührte Wildnis" bringt ihr eher mit dem Kontinent Afrika in Verbindung?

Modul 12 | Spiel

Zusammenfassung

Wiederholung der Inhalte und Stärkung der Kritikfähigkeit der TN

20 min

Ziel
Zusammenfassung der Inhalte, Stärkung der Kritikfähigkeit und Reflexion der TN.

Inhalt
Reflexion und Evaluation der Veranstaltung

Methode
Gespräch

Folie 46 & 47

Zusammenfassung

- Leiten Sie nach dem Abschluss des Thema „Framing von Bildern" in eine Zusammenfassung des gesamten Gesamtworkshops über. Widerholen Sie noch einmal kurz alle Module gemeinsam mit den TN. Legen Sie dabei Fokus auf die Ziele der einzelnen Module. Diese können Sie in der jeweiligen ZIM noch einmal nachlesen. Kommen sie dabei ins Gespräch mit den TN und Fragen sie wichtige Momente ab.

- Wichtig ist hier neben den rationalen Ebene (Fakten, Wissen etc.) auch die emotionale Ebene (Gefühle, Ängste, Überraschung etc.) mit einzubeziehen.

- Mögliche Fragen sind:

  › Was hat mich überrascht?
  › Wie geht es mir nach diesem Workshoptag?
  › Welches ist meine wichtigste Erkenntnis?
  › Welcher Aspekt war mir besonders wichtig?
  › Was werde ich in Zukunft anders machen?
  › Was ist mir noch unklar?
  › Welche Frage habe ich noch?

Modul 13 | Spiel

3 Finger-Abfrage

Feedback-Runde

15 min

Ziel
Reflexion der TN

Inhalt
Abfrage der TN

Methode
3-Finger-Abfrage

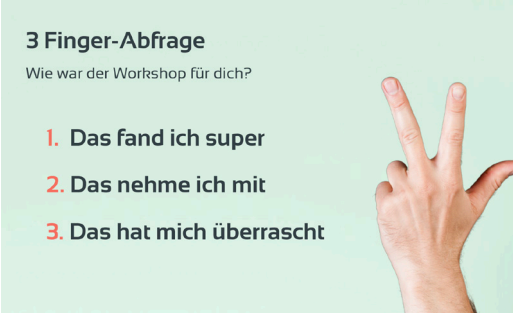
Material
Präsentation

Folie 48

Regeln

- Für die finale Feedbackrunde wird die 3-Finger-Abfrage empfohlen. Jeder TN soll nun anhand von drei Fingern den Workshop reflektieren. Die Punkte sind:

  › Daumen: Das fand ich gut
  › Zeigefinger: Das nehme ich mit
  › Mittelfinger: Das ist mir noch unklar



- Geben sie den TN einige Augenblicke zum reflektieren und starten sie am besten mit einem Freiwilligen. Geben sie folgenden Input:

  › die Redebeiträge sind kurz gehalten
  › Feedback ist am besten sachlich, konstruktiv und in die Zukunft gerichtet

Anhang

Quellen- & Literaturverzeichnis

• Autoren der Baumschule Horstmann (2019): Palmenartige, Baumschule Horstmann, [online] https://www.baumschulehorstmann.de/ordnung/palmenartige [abgerufen am 26.10.2021]

• Beck, Klaus (2018): Das Mediensystem Deutschlands: Strukturen, Märkte, Regulierung (Studienbücher zur Kommunikations und Medienwissenschaft), 2., überarbeitete und aktualisierte Auf. 2018, Wiesbaden, Deutschland: Springer VS.

• Blog, Author Canmas (2017): Man kann Fakten nicht rein faktisch kommunizieren – Canmas Blog, Canmas Blog, [online] https://blog.canmas.biz/2017/02/23/kommunikation-frames/ [abgerufen am 26.10.2021]

• Blum, Roger (2005): Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme, Zürich, 2005: SGKM.

• DER SPIEGEL (2008): A-4f5abf0-0001-0013-0000-000000107186, DER SPIEGEL, Hamburg, Germany, [online] https://www.spiegel.de/fotostrecke/manipulierte-bilder-fotostrecke-107186.html [abgerufen am 26.10.2021]

• Drewanz, Janina (2018): Die Gesellschaft prägt die Medien, nicht umgekehrt, KATAPULT-Magazin, [online] https://katapultmagazin.de/en/article/die-gesellschaft-praegt-die-medien-nicht-umgekehrt [abgerufen am 26.10.2021]

• Entman, R. (1993): Framing: Toward clarifcation of a fractured paradigm., in: Journal of Communication, Bd. Autumn, S. 43.

• Fischer, Andreas (2011): Lexikon: Pressefreiheit, (c) 2006–2021 Cosmos Media, [online] https://www.helleskoepfchen.de/artikel/3080.html [abgerufen am 26.10.2021]

• Gofman, E. (2003): Wir alle spielen Theater.: Die Selbstdarstellung im Alltag. , München, Deutschland: Piper.

• Goodman, N. (1990): Weisen der Welterzeugung, Frankfurt/ Main, Deutschland: Surkamp.

• Kuhnhenn, M. (2017). Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Sprache in den Public Realations. In: C. Christoph, A. Schach (Hrsg.). Handbuch Sprache in den Public Relations, Springer Reference Sozialwissenschaften, DOI 10. 1007/978-3-658-15750-0 6-1

• Kroll, Aleksandra (2014): Afrika in den Medien: Bad News dominieren, IHK Subsahara-Afrika-Blog, [online] https://www.subsahara-afrika-ihk.de/blog/2013/07/29/afrika-bild-in-den-medien/ [abgerufen am 26.10.2021].

• Luhmann, N. (1996): Die Realität der Massenmedien, Wiesbaden, Deutschland: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

• Schmidt, S.J. (1985): Das Konstruieren einer Wirklichkeit, in: H Förster (Hrsg.), Der Diskurs des radikalen Konstruktivismus, Frankfurt/Main, Deutschland: Suhrkamp, S. 133–158.

• Siebert, Fred/Theodore Peterson/Wilbur Schramm (1956): Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of what the Press Should be and Do, Illiois, USA: University of Illinois Press.

• Stern, Claudia (2012): Italiens Medien unter Berlusconi: Zwischen Fußballschlachtrufen, kommunistischen Verschwörungstheorien und Mediendiktatur, in: Klaus-Dieter Altmeppen/Regina Greck (Hrsg.), Facetten des Journalismus.
Theoretische Analyse und empirische Studien, Wiesbaden, Deutschland: Springer Fachmedien, S. 171.

• Thurich/Eckart (2011): Demokratie in Deutschland: pocket politik, Bonn, Deutschland: Bundeszentrale für politische Bildung.

• Unsöld, Daniel (2021): 10 Energizer für virtuelle Meetings, Daniel Unsöld, [online] https://www.danielunsoeld.de/2020/05/19/energizer-fuer-virtuelle-meetings/ [abgerufen am 26.10.2021]

• Wikipedia-Autoren (2003a): Erving Gofman, Erving Gofman, [online] https://de.wikipedia.org/wiki/Erving_Gofman [abgerufen am 26.10.2021]

• Wikipedia-Autoren (2003b): Realität, Wikipedia-Eintrag Realität, [online] https://de.wikipedia.org/wiki/Realit%C3%A4t [abgerufen am 26.10.2021]

Bildnachweise in der Präsentation

Folie 1	Titelbild | Image by Gerd Altmann from Pixabay | https://pixabay.com/illustrations/abstract-lines-head-woman-social-1231870/
Folie 3	Hello | https://www.canva.com/
Folie 7	Medienmix | https://www.canva.com/
Folie 9	Titelseite „Die Welt" | https://en.wikipedia.org/wiki/Die_Welt#/media/File:Die_Welt_front_page.jpg
Folie 9	Titelseite „Bild" | https://ibooks.to/bild-zeitung-vom-03-januar-2023/
Folie 17	Koffer | https://www.canva.com/
Folie 18	Reise einer Nachricht 2 | Quelle: mohio
Folie 19	Mikrofon | https://www.canva.com/
Folie 20+21	Weltkarte | https://www.canva.com/
Folie 22	Bilderrahmen | https://www.canva.com/
Folie 23	Rubinsche Vase | Original von Edgar Rubin (1886-1951) | https://katapult-magazin.de/de/artikel/am-anfang-war-das-wort
Folie 25	Stilisierung von „Message de Amour des Dauphins" | Original von Sandro Del-Prete (*1937) | Grafik: mohio | https://www.ersilias.com/sandro-del-pretepoeta-visual/
Folie 26	Hund und Katze | Grafik: mohio
Folie 27	Selbst- und Fremdwahrnehmung | Original John Atkinson, wrong hands | Grafik übersetzung: mohio
Folie 30+31	Auswanderer vs. Wirtschafsflüchtlinge, Familie in Namibia | Goodbye Deutschland, RTL https://www.tvnow.de/shows/goodbye-deutschland-184/2019-08/episode-24-heute-u-a-mit-familie-reinhardt-namibia-1676498
Folie 32+33	Auswanderer vs. Wirtschafsflüchtlinge, Quelle: Unbekannt, Internationales Stadtfest Weimar
Folie 35	Megafon | https://www.canva.com/
Folie 39	Fernglas | https://www.canva.com/
Folie 40+41	Klischee & Antiklischee | https://www.canva.com/
Folie 42	Gestelltes Bild – Melania Trump in Kenia | Quelle: Carolyn Kaster/AP | https://www.spiegel.de/stil/melania-trump-mit-tropenhelm-in-afrika-jenseits-von-angemessen-a-1231906.html
Folie 43	Nachbearbeitung | Quelle: Somnath Photographie | https://www.youtube.com/watch?v=8leYrtjx2VQ
Folie 44+45	Zebras bei Nairobi | Quelle: AP | https://www.zdf.de/kinder/logo/kenia-108.html
Folie 48	Drei-Finger-Abfrage | https://www.canva.com/

Toolbeschreibung

Mentimeter

Digitale Tools für Online- und Hybridveranstaltungen:
Mentimeter

- Mit Mentimeter können Antworten, Ideen und Feedback gesammelt und in Echtzeit dargestellt werden. Mit Mentimeter können Sie eine gesamte Präsentation erstellen, in die Sie Werkzeuge, wie Wortwolken, Quizfragen oder Rankings einbetten. Mit einem Code wird das Werkzeug den TN zugänglich gemacht. Als Moderator:in brauchen Sie für die Nutzung von Mentimeter einen kostenlosen Account. Um den TN die Darstellungen zu zeigen, muss immer Ihr Bildschirm geteilt werden.

Mentimeter vorbereiten

- Um Mentimeter nutzen zu können, müssen Sie sich einen kostenlosen Account anlegen: https://www.mentimeter.com/signup?referral=homepage. Nach dem Login erscheint „ihre Präsentationen". Wählen Sie „New Presentation" und geben Sie der Präsentation einen Namen. Wählen Sie an der rechten Seite aus, welche Art von Mentimeter Sie nutzen wollen. In diesem Fall wählen Sie „Multiple Choice". Geben Sie unter „Content" ihre Frage und die Antwortmöglichkeiten ein.

- Wenn Sie runterscrollen können sie einstellen:
  › in welcher Form die Antworten gezeigt werden (Balkendiagramm, Donut, Kreisdiagramm, Punktediagramm).
  › ob es eine richtig Antwort gibt, die markiert werden soll (Quizmodus).
  › ob die Ergebnisse in Prozent angezeigt werden sollen.
  › ob die TN mehrere Antwortmöglichkeiten auswählen dürfen.

- Anschließend können Sie weitere Folien mit weiteren Fragen erstellen. Diese können später wie bei einer Powerpoint Präsentation abgespielt werden.

Mentimeter aufrufen

- Teilen Sie Ihren Bildschirm. Es erscheint das Feld, in dem später das Balkendiagramm zu sehen ist. Um das Mentimeter aufzurufen müssen die TN auf www.menti.com gehen und den Code eingeben.

Mentimeter durchführen

- Starten Sie die Präsentation, indem Sie oben rechts auf „Present" klicken. Die TN haben nun die Möglichkeit, die Frage an ihrem Gerät zu beantworten. Um den TN das in Echtzeit wachsende Balkendiagramm zu zeigen, müssen Sie Ihren „Bildschirm teilen". Weitere Fragen können erst von den TN beantwortet werden, wenn Sie die Folie weiterklicken. Der Code bleibt bestehen.

Toolbeschreibung

Oncoo

Digitale Tools für Online- und Hybridveranstaltungen:
Oncoo

- Oncoo bietet verschiedene Werkzeuge, um Methoden aus dem Bereich des kooperativen Lernens online zu nutzen: Kartenabfrage, Helfersystem, Lerntempoduett, Placemat und Zielscheibe. Der Vorteil des Systems liegt vor allem darin, dass keine Registrierung oder Installation, weder für Referierende noch für TN, erfolgen muss. Nach der Auswahl eines Werkzeuges wird ein einmaliger Code erstellt, mit dem die TN auf das Werkzeug zugreifen können.

Los gehts

- Besuchen Sie die Seite https://www.oncoo.de/ und klicken Sie auf die „gelbe Sprechblase". Nun haben Sie die Auswahl zwischen fünf Werkzeugen. Klicken sie das Werkzeug „Kartenabfrage" an.

Kartenabfrage wählen

- Das Werkzeug Kartenabfrage ist eine virtuelle Tafel. Die TN können Karten beschriften und zur virtuellen Tafel senden. Gemeinsam werden die Karten in der Tafelansicht dann sortiert und strukturiert. Die Kartenabfrage ist kompatibel mit: Laptop und PC, Smartphone, Tablet, Smartboard.

Kartenabfrage vorbereiten

- Vergeben Sie ein Passwort, wenn die TN nicht eigenständig auf die Tafelansicht zugreifen sollen. Andernfalls lassen Sie das Feld frei. Schreiben Sie die „Aufgabenstellung in das Textfeld". Anschließend erscheinen optionale Felder für Beispiele. Diese werden im Schritt „Kartenabfrage aufrufen" erscheinen, um den TN zu zeigen, wie eine mögliche Antwort aussehen könnte. In dieser Abbildung wurden die Felder freigelassen. Mit einem Klick auf „Erstellen" generiert sich der Code zum Aufrufen der Kartenabfrage

Kartenabfrage aufrufen

- Teilen Sie Ihren Bildschirm. Nun haben die TN drei Möglichkeiten, die Kartenabfrage aufzurufen:

  › Die Seite https://www.oncoo.de/ aufrufen, den Code eingeben und auf „Schüler*in" klicken
  › Die Seite https://www.oncoo.de/gd4l aufrufen
  › Den QR-Code scannen

- Mit einem Klick auf „Los gehts" schließt sich das Fenster und es ist nur noch die virtuelle Tafel zu sehen. Notieren Sie sich vorher den Code, um später auf die Kartenabfrage zugreifen zu können.

Kartenabfrage durchführen

- Nachdem die TN die Kartenabfrage aufgerufen haben, erscheint ein Textfeld, in das sie Ihre Antwort eingeben. Die Antwortkarte kann nun auf den Stapel verschoben werden, sodass das Textfeld wieder frei für eine weitere Antwort wird. Auf dem Stapel erscheint neben der Antwort ein „Mülleimer" (Antwortkarte löschen) und eine „Rakete" (Antwortkarte an die virtuelle Tafel schicken). Mit dem Klick auf „Alle an die Tafel" werden alle Antwortkarten vom Stapel an die Tafel geschickt. Damit sind sie auf dem Gerät der TN nicht mehr sichtbar.

Kartenabfrage auswerten

- Alle Antwortkarten der TN erscheinen nun auf der virtuellen Tafel. „Teilen" Sie Ihren Bildschirm, damit auch die TN die Tafelansicht sehen können. Die Zahl an der rechten Ecke zeigt an, wie oft die Antwort von den TN angegeben wurde. Nun kann sortiert und diskutiert werden.

Impressum

Herausgegeben von:

mohio
Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)
0345 - 61 41 59 93
www.mohio.org
kontakt@mohio.org

Autoren: Amanda Groschke, Josephiene Kursawe, Fabian Kursawe, Nina Richter, Danny Schmidt
Gestaltung u. Layout: Henriette Dieckhoff

Gefördert durch:

ENGAGEMENT GLOBAL
Service für Entwicklungsinitiativen

Mit Mitteln des:

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global gGmbH und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

creative commons | CC BY-SA 4.0

creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de