

Modul 4

Medien kritisch nutzen

Eine Einführung für Lehrkräfte mit Tipps und zusätzlichen Informationen

Kursive Textstellen sind aus der Online-Toolbox entnommen

*Wir beziehen unsere tagtäglichen Informationen aus vielen Quellen: Dazu zählen die Meinungen unserer Freund*innen und auch die Medien (Radio, Zeitung und Internet – sogar die Werbung). Jeden Tag entscheiden wir uns für ein Medium, dem wir zuhören (oder: auf das wir hören!) und das unseren Blick auf die Welt beeinflusst. Doch manchmal schränken die Medien unseren Blick ein. Schauen wir uns die Blasen an, die wir uns so schaffen. Wie können wir Nachrichten kritisch einordnen?*

Ziele

In diesem Modul werden die Schüler*innen:

- diskutieren, welche Medien sie selbst und ihre Mitschüler*innen nutzen und wie sie das beeinflusst;
- sich mit Stereotypen, Vorurteilen und Diskriminierung auseinandersetzen;
- Stereotype in Zusammenhang mit Werbung untersuchen;
- durch Lesen und Zuhören diskriminierende Bilder über in der Werbung dargestellte Menschengruppen kritisch hinterfragen;
- lernen, welche Mechanismen bei Propaganda angewendet werden.

Aufbau

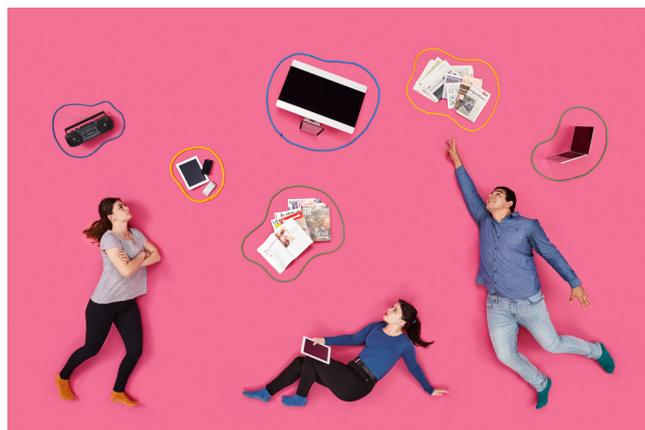
Dieses Modul besteht aus drei Einheiten mit jeweils einigen Übungen.

Einheit 1: Schüler*innen analysieren und vergleichen untereinander, wie sie selbst Medien konsumieren.

Einheit 2: Schüler*innen entdecken wie in den Medien mit Stereotypen gearbeitet wird und wie diese unsere Wahrnehmung von den Menschen um uns prägen.

Einheit 3: Schüler*innen arbeiten mit historischen und aktuellen Beispielen von Propaganda, entdecken deren Mechanismen und stellen sich die Frage, wie sie selbst davon beeinflusst sind.

Die Schüler*innen sollten in jeweils zwei Unterrichtsstunden die Einheiten 1 und 2 vollständig bearbeiten können. Einheit 3 kann in einer Unterrichtsstunde bearbeitet werden.



Im Modul: Sozialformen

Die Schüler*innen arbeiten oft in Zweier- und Kleingruppen oder sie diskutieren ein Thema mit der gesamten Klasse. Folgende Symbole zeigen, mit welcher Gruppengröße eine Übung bearbeitet werden soll:



Die individuelle Beantwortung von Fragen gibt Raum für die Formulierung einer persönlichen Antwort.



Die Diskussion in Zweiergruppen ermöglicht es den Teilnehmenden, ihre Meinung zu äußern und in einem einfachen Format mit einem Gegenüber zu diskutieren.



Die Diskussion in Kleingruppen schafft Raum für mehrere Stimmen und bietet zudem ein angenehmes Format zur Äußerung der eigenen Meinung. Nicht alle Schüler*innen mögen es, sich in einer größeren Gruppe zu äußern.



Klassendiskussionen bieten die Möglichkeit, die Gruppe zusammenzubringen. Zudem geben sie der Lehrkraft eine Gelegenheit, wichtige Ergebnisse zusammenzufassen.

Unterrichtseinheit 1 - Die Medien und ich

Zeitrahmen: zwei Unterrichtsstunden

Uns steht eine breite Vielfalt an Medien zur Verfügung. Aber welche nutzen wir und wie beeinflussen uns diese? Schauen wir näher hin!

Überblick

In dieser Unterrichtseinheit beschäftigen sich die Schüler*innen mit der vielfältigen und komplexen Welt der Medien. Zuerst schauen sie sich ihre eigene „Medienblase“ an und analysieren ihre Mediennutzung. Dann vergleichen sie ihren individuellen Medienkonsum mit dem anderer Schüler*innen.



Übung 1: Was sehe ich?

Notiere die ersten fünf Dinge, die du im nächsten Bild siehst. Du hast nur 30 Sekunden Zeit.

Beeile dich mit deinen Antworten. Diskutiert in Zweiergruppen, was ihr jeweils gesehen habt. Welche gesellschaftlichen Funktionen haben Bilder? Diskutiert in der Klasse.

Diese Übung setzt auf spontane Reaktionen und zeigt den Teilnehmenden auf, dass unterschiedliche Menschen unterschiedliche Dinge sehen, auch wenn sie auf ein und dasselbe Bild schauen. Die Diskussion soll in Zweiergruppen erfolgen und eine kurze Aufwärmübung sein, die nicht mehr als ein paar Minuten dauert.

Die Frage nach der Funktion von Bildern innerhalb unserer Gesellschaft hat eine philosophische Komponente. Entscheiden Sie in Abhängigkeit vom (vermuteten) Interesse der Gruppe, wie viel Zeit Sie diesem Punkt widmen wollen. Da es sich um den Anfang der Einheit handelt, sollten die Gespräche eher kurz gehalten werden. Die Frage soll den Schüler*innen bewusst machen, auf welch vielfältige Weise Bilder benutzt werden können.



Übung 2: Medienarten

Wir informieren uns alle über unterschiedliche Medien. Und wir verstehen unter „Medien“ alle etwas anderes.

Was verstehst du unter „den Medien“? Vergleiche eure Antworten. Warum gibt es so viele unterschiedliche Beschreibungen in eurer Gruppe? Können wir jetzt „die

Bevor es losgeht

- Informieren Sie die Teilnehmenden darüber, dass ihre individuellen Antworten der Gruppe zugänglich gemacht werden. Austausch und Diskussionen sind zentrale Bestandteile des Lernprozesses. Jedes Mal wenn sich die Schüler*innen einloggen, sehen sie die folgende Nachricht:
*Durch Benutzung der Online-Toolbox Stories that Move erklärst du dich damit einverstanden, dass die von dir gegebenen Antworten mit deinen Lehrkräften und zum Zweck der Gruppenarbeit auch mit deinen Mitschüler*innen geteilt werden.*
- Da persönliche Themen diskutiert werden, sollten Sie überlegen, ob in der Klasse eine sichere, vertrauensvolle Atmosphäre herrscht und die Teilnehmenden einander mit Respekt behandeln. Falls Sie es für notwendig erachten, sollten Sie diesen Punkt offen mit der Klasse diskutieren.
- Oftmals ist in der Online-Umgebung erst dann der nächste Schritt verfügbar, wenn eine oder mehrere Antworten eingegeben wurden. Es gibt in der Online-Umgebung auch Situationen, in denen es erst vorangeht, wenn die gesamte Klasse Antworten eingegeben hat. Darüber sollten die Schüler*innen Bescheid wissen.
- Unter Umständen brauchen die Schüler*innen Richtwerte, um zu wissen, wie viel Zeit sie in die einzelnen Schritte investieren sollten. Berücksichtigen Sie das Niveau der Teilnehmenden sowie die zur Verfügung stehende Gesamtzeit, um ihnen eine zeitliche Orientierung zu geben. Am Anfang der Unterrichtseinheiten stehen kurze Fragen, die als „Aufwärmübungen“ gedacht sind. Achten Sie darauf, sich nicht zu lange bei diesen ersten Schritten aufzuhalten, damit später genügend Zeit für die Diskussion zur Verfügung steht.
- Überlegen Sie, einige Aufgaben als Hausaufgaben aufzugeben (siehe Empfehlung im Modul). Recherchearbeiten und die Vorbereitung von Präsentationen können die Schüler*innen individuell oder als Kleingruppe zu Hause erledigen.

Medien“ definieren? Diskutiert die Schlagwortwolke in eurer Klasse.

Es gibt keine falschen oder richtigen Antworten. Fallen die Antworten der Teilnehmenden sehr unterschiedlich aus, sollten Sie als Lehrkraft die Antworten gruppieren, um den Teilnehmenden auf diese Weise aufzuzeigen, dass der Begriff „die Medien“ sehr komplex ist und unterschiedlich verwendet wird. Die von den Schüler*innen genutzten Medien werden in der nächsten Übung intensiver beleuchtet, sodass an dieser Stelle vermieden werden sollte, näher auf einzelne Beispiele einzugehen.



Übung 3: Was ist in deiner Blase?

Welche Medienarten spielen in deinem Leben eine Rolle? Nenne Beispiele aus den Bereichen Presse sowie audiovisuelle und digitale Medien.

Welche Zeitschriften oder Zeitungen liest du?

Welche Spiele, Apps und Websites nutzt du?

Welche Fernseh- und Radiosendungen – Shows oder Nachrichten – schaust/hörst du dir an?

Pro Kategorie sind fünf Beispiele möglich, aber wir empfehlen, dass Sie nur nach einem oder zwei Beispielen fragen. Sind die Schüler*innen mit dem Konzept der „Medienblase“ nicht vertraut, so sollten Sie ihnen kurz Raum geben, darüber zu diskutieren, was sie darunter verstehen. Anschließend können Sie als Lehrkraft erläutern, dass eine Blase in diesem Kontext den Komfort des Vertrauten und Bekannten bietet und gleichzeitig nur einen begrenzten Blick auf die Welt ermöglicht.



Übung 4: In der Blase

Vergleicht eure Antworten. Achtet auf die Ähnlichkeiten und Unterschiede bei euren Beispielen. Diskutiert die drei Schlagwortwolken. Klickt abwechselnd auf alle Bilder.

Stellen Sie sicher, dass die Schüler*innen warten, bis die gesamte Klasse Antworten abgeliefert hat, um anschließend alle Schlagwortwolken nacheinander oder eine einzelne etwas detaillierter zu besprechen. Fragen Sie die Schüler*innen, welche Elemente in der Schlagwortwolke sie überraschen oder besonders interessieren.



Übung 5: Medienkonsum

Mit welchem Medium verbringst du die meiste Zeit? Gib ein paar Beispiele. Positioniere deine Antworten auf der Grafik.

Blended learning

Blended learning kombiniert Online- und Offline-Unterricht, damit die Schüler*innen den größtmöglichen Nutzen aus beiden Lernumgebungen ziehen können. Aufgaben werden sowohl allein als auch gemeinsam bearbeitet. Der Lernprozess soll einen intensiven Austausch befördern und muss gut begleitet werden.

Es sollte vermieden werden, dass einzelne Schüler*innen dem Rest der Gruppe vorauslaufen. Dazu empfiehlt es sich, einige Texte gemeinsam zu lesen, bzw. von einem Mitglied der Klasse vorlesen zu lassen, und einen Teil der Videoclips im Klassenverband anzusehen. Nehmen Sie sich Zeit für die Gruppenarbeit und die Klassendiskussionen.

Navigation

Die meisten Module beinhalten mehrere Unterrichtseinheiten. Die Lehrkraft legt fest, mit welchen Einheiten und Übungen die Schüler*innen arbeiten. Jede Unterrichtseinheit ist in mehrere Übungen untergliedert. Der Großteil dieser Übungen umfasst eine Reihe von Bildschirmseiten mit Informationen, Fragen und Aufgaben, die allein, in Zweier- oder Kleingruppen bearbeitet werden. Wollen die Schüler*innen zu einer vorherigen Bildschirmseite zurückkehren – beispielsweise um sich eine Frage oder einen Text noch einmal anzusehen – so geht das nur innerhalb einer Übung. Mit dem Zurück-Pfeil kann nicht in eine bereits abgeschlossene Übung zurückgekehrt werden. Falls das nötig sein sollte, steht in der linken oberen Bildschirmcke ein Dropdown-Menü zur Verfügung, mit dem durch die gesamte Unterrichtseinheit navigiert werden kann.

Schlagwortwolken

Es gibt zwei Arten von Schlagwortwolken, in denen die individuellen Antworten der Schüler*innen gesammelt werden. Die „Wortwolke“ sammelt die von den Teilnehmenden eingegebenen Einzelworte. Alle Antworten haben hier den gleichen Status, aber die „Wolke“ zeigt eine zufällige Auswahl an Antworten an. Das bedeutet, dass nicht alle die gleichen Antworten sehen. Normalerweise werden nämlich mehr Worte von der Wolke gesammelt, als auf einer Bildschirmseite angezeigt werden können. Ein guter Ansatz zur Diskussion der Schlagwortwolke besteht in der Frage, ob jemand überrascht von einem bestimmten Wort ist oder sich für eine bestimmte Antwort besonders interessiert. Als Moderator*in

In diesem Schritt beschäftigen sich die Teilnehmenden etwas genauer mit ihrem Medienkonsum. Sie können erst fortfahren, wenn sie alle ihre Beispiele auf der Grafik eingetragen haben.

Geben Sie den Schüler*innen ein paar Minuten Zeit, um zu überlegen, womit sie mehr bzw. weniger Zeit verbringen.



Übung 6: Glaubwürdigkeit

Welchem von dir genutzten Medium misst du am meisten Glaubwürdigkeit zu? Welches ist weniger zuverlässig? Ziehe das Medium, das du am glaubwürdigsten findest, in die Mitte. Warum findest du die eine Medienquelle zuverlässiger als eine andere?

Die Schüler*innen können erst fortfahren, wenn sie alle ihre Beispiele auf der Grafik eingetragen haben. Sie sollen in Zweiergruppen zusammenarbeiten und darüber diskutieren, aus welchem Grund sie bestimmte Medien für glaubwürdiger halten als andere. Der Austausch kann in eine Klassendiskussion münden.



Übung 7: Einfluss

Hör dir an, was Shirel zum Einfluss der Medien sagt. Wie wirst du von den Medien beeinflusst? Gib ein Beispiel. Diskutiert eure Antworten in einer Kleingruppe. Beachtet die Ähnlichkeiten und Unterschiede bei euren Einschätzungen, wie die Medien sowohl unsere Selbstwahrnehmung als auch unseren Blick auf die Welt beeinflussen.

Shirel:

Viele Leute werden von den Medien beeinflusst. Mädchen zum Beispiel müssen eine bestimmte Figur haben. Sie müssen Größe 32 haben und können keine Kohlenhydrate essen. Sie müssen wie ein Model von Victoria's Secret aussehen. Ich finde es schade, wenn die Leute nicht so leben können wie sie wollen. Wenn sie nicht so aussehen können, wie sie wollen. Warum ist das in unserer Gesellschaft Thema?

Man sollte so leben können, wie man will. So wie es einem passt, so lange man niemandem damit schadet.

Als Mädchen werde ich von den Medien sehr stark beeinflusst. Besonders in der heutigen Zeit. Die Medien geben uns so viel vor. Wie hören andauernd, wie wir uns verhalten sollen. Natürlich will ich manchmal wie eine Barbie-Puppe aussehen.

Oder wie die Leute, die man in den Magazinen sieht. Aber manchmal muss man einfach zu dem Punkt kommen... Da kommt man dann oft drauf, wenn man denkt: das ist einfach unmöglich. Ich mag, wie ich bin. Niemand soll mir

können Sie auch zusammengehörende Worte gruppieren.

Manchmal verarbeitet die Schlagwortwolke die eingegebenen Antworten auch in einer Statistik und stellt sie als Diagramm oder als Zahlenmaterial dar. Dadurch werden die unterschiedlichen Meinungen in der Klasse grafisch veranschaulicht und es ergeben sich interessante Diskussionsansätze.

Die Schüler*innen, die als erste ihre Antworten eingeben, werden eine relativ leere Schlagwortwolke vorfinden. Nachdem alle Schüler*innen ihre Antworten eingegeben haben, sollten die Teilnehmenden ihre Bildschirme aktualisieren.

Glossar

Die im Text hervorgehobenen Begriffe werden im Glossar erläutert. Wie intensiv die Schüler*innen das Glossar benutzen, hängt einerseits vom Niveau und Interesse der Klasse, andererseits von der zur Verfügung stehenden Zeit ab. In einigen Übungen müssen die Schüler*innen das Glossar benutzen. Überlegen Sie, welche Begriffe Sie mit der gesamten Klasse diskutieren möchten, um sicherzustellen, dass sie verstanden werden.

Informationen und Anweisungen (i)

In einigen Übungen werden in der rechten oberen Bildschirmecke zusätzliche Informationen oder Anweisungen eingeblendet. Stellen Sie sicher, dass die Schüler*innen darüber Bescheid wissen. Manchmal brauchen Sie diese Informationen, um eine Aufgabe zu bearbeiten.

Untertitel

Vergewissern Sie sich, dass die Untertitel aktiviert sind, bevor Ihre Schüler*innen Videoclips anschauen.



vorschreiben, wie ich auszusehen habe. Wie ich zu leben habe. Es ist egal, ob ich Größe 50 oder 34 habe.

Shirel spricht über den Einfluss der Medien auf das Selbstbild von Frauen. Wir empfehlen, dass die Schüler*innen ihre Antworten in möglichst selbstgewählten Kleingruppen diskutieren. Auf diese Weise haben sie individuell mehr Redeanteile und fühlen sich hoffentlich sicher genug, um persönliche Beispiele einzubringen.



Übung 8: Deine Blase

Jeden Tag suchen wir uns aus den Medien die Informationen aus, die wir relevant finden. Dies prägt unseren Blick auf die Welt. Wir schaffen uns eine Blase, in der wir uns wohlfühlen und auskennen.

Welche Medienarten spielen in deinem Leben eine Rolle?



Übung 9: Reflektion

Sieh dir alle Blasen an. Finde drei Beispiele in anderen Blasen, die dich überraschen, und klicke sie an. Diskutiert in Zweiergruppen. Was hat euch an den Blasen der anderen überrascht?

Warum sind alle Blasen unterschiedlich?

Was könnt ihr von den Blasen der anderen lernen?

Die unterschiedlichen Interessen und Hintergründe der Schüler*innen spiegeln sich in den von ihnen genutzten Medien wider. Falls die gegebenen Beispiele sehr unterschiedlich (oder aber einheitlich) ausfallen, ist eine Diskussion darüber, wie Medien die Weltsicht des Individuums beeinflussen, sicherlich sehr spannend. Vermeiden Sie eine Klassendiskussion, da diese in der nächsten Übung folgt.



Übung 10: Die Blasen platzen lassen

Was wäre schwierig, wenn wir alle in ähnlichen Blasen leben würden? Oder in ganz unterschiedlichen?

Was würde passieren, wenn du eine Woche in einer anderen Medienblase verbringen würdest? Diskutiert in der Klasse.

Zum Abschluss könnten Sie diese Fragen als Grundlage für eine Klassendiskussion nutzen.

Unterrichtseinheit 2 – Analysiere die Werbung

Zeitrahmen: zwei Unterrichtsstunden

Werbung ist überall. Online und offline. Beeinflusst sie unseren Blick auf die Welt und die Menschen um uns herum? Wenn ja, wie?

Überblick

Die Schüler*innen erkunden, wie Stereotype in den Medien benutzt werden und wie diese Stereotype ihre Gedanken über ihre Umwelt beeinflussen. Den Schüler*innen werden verschiedene Werbeanzeigen gezeigt, von denen sie sich eine aussuchen, über die sie mehr erfahren wollen. In allen Werbeanzeigen kommen Stereotype zum Einsatz.



Übung 1: Der natürliche Typ

Hör dir an, was Hilga zum Einfluss der Medien sagt. Diskutiert in Zweiergruppen. Warum ärgert sich Hilga darüber, wie Frauen in manchen Medien dargestellt werden? Stimmt ihr zu?

Hilgas Beispiele sind ein guter Ausgangspunkt, um darüber nachzudenken, wie Stereotype in Werbeanzeigen eingesetzt werden.

Mein Name ist Hilga. Ich komme aus Berlin. Ich bin 16 und in Berlin aufgewachsen. Mir ist aufgefallen, dass vor allem in Filmen der „natürliche Typ“ gefragt ist. Das heißt normalerweise: lange Haare, kleine Brüste und dünn. Meistens sind diese Schauspielerinnen sehr feminin.

Und oft sind das ziemlich konventionelle Charaktere. Die meisten weiblichen Hauptrollen sehen großartig aus. Ich denke, dass unsere Gesellschaft bestimmten Schönheitsidealen hinterherrennt. Wir versuchen alle, „perfekt“ zu sein, obwohl niemand perfekt sein kann. In Modemagazinen sieht man magere Mädchen mit langen Haaren und großen Augen. Wir wissen alle, dass diese Fotos bearbeitet worden sind. Aber trotzdem wollen wir so aussehen. Ich denke, dass wir von den Medien stark beeinflusst werden. Zumindest von Filmen und den Fotos von attraktiven Frauen. Wir versuchen immer, so wie sie zu sein.



Übung 2: Das Date

Schau dir den Werbespot über das niederländische Paar an, das sich bei Mc Donald's zu einem Date trifft.

Music: *I do not know much ... but I know I love you. And let me be all I need to know.*

Man: *Hey! You still owe me money. For the burger. Look!*

Voiceover: *Go Dutch with our new "Dutch deluxe" - cheese lettuce and tomato on a tasty brown bun.*

Man: *Perfect!*

Voiceover: *It's as Dutch as it gets.*

What stereotype have the makers of the advert used?

Falls Ihre Schüler*innen das Klischee nicht kennen, dass Niederländer*innen „geizig“, sparsam oder besonders vorsichtig mit Geld sind, hören Sie sich an, was sie dazu sagen. Verschiedene englische Ausdrücke gründen auf dieses Klischee: „Going Dutch“, „a Dutch treat“ oder „a Dutch date“ sagen aus, dass jede*r für sich selbst bezahlt. Bei einer „Dutch party“ zum Beispiel bringen die Gäste ihre eigenen Drinks mit.

Diese spielerische Einführung soll zeigen, wie in der Werbung mit auf Nationalitäten basierenden Stereotypen „gespielt“ wird.

Übung 3: Die Werbemacher*innen

Im folgenden Clip erklären die Macher*innen des Werbespots ihren Ansatz.

Voiceover: *Niemand hat den Niederländern zu erzählen, dass sie sparsam sind. Schon gar nicht jemand außerhalb der Niederlande. Das war unser Ausgangspunkt, um einen neuen Burger von McDonald's vorzustellen, den Dutch Deluxe.*

Voiceover: *Wir produzierten den Werbeclip in zwei Sprachen, Englisch und Niederländisch, und verbreiteten ihn dann im Internet mit der Behauptung, er sei aus den USA. Es gab hitzige Reaktionen, die Emotionen kochten hoch. Nach ein paar Tagen haben wir die Wahrheit enthüllt: Der Werbeclip war letzten Endes gar nicht aus den USA, sondern aus den Niederlanden.*

Mann: *Du schuldest mir noch Geld. Für den Burger. Echt niederländisch ...*

Voiceover: *Die Reaktionen haben sich sofort verändert. Ein ganz simpler Schritt führte zu hunderttausenden Clicks und jeder Menge extra Publicity. Das Beste an der Sache war für uns allerdings, dass es uns fast nichts gekostet hat. Viel niederländischer geht es fast nicht mehr.*



Übung 4: Die Zuschauer*innen

Die Macher*innen erzählen, wie sich die Meinungen zu ihrem Werbespot veränderten als die Zuschauer*innen erfuhren, dass dieser von Niederländer*innen produziert worden war. Wenn „Außenstehende“ Stereotype verwenden, wird darauf oft sensibel reagiert.

Diskutiert in Zweiergruppen

Warum fühlen sich die Leute eher angegriffen, wenn „Außenstehende“ Stereotype verwenden? Was ist anders, wenn man Stereotype auf die eigene Gruppe anwendet?

Warten Sie mit der Klassendiskussion bis zur nächsten Übung. Mit dem zweiten Videoclip wird herausgestellt, dass Stereotype oft sensible Themen ansprechen und dass es auf die Umstände und die Frage, wer sie anwendet, ankommt.



Übung 5: Stereotype erkennen

Diskutiert mit der gesamten Gruppe

Wir benutzen ständig und überall Stereotype. Um ein bestimmtes Land schnell beschreiben zu können, greifen wir auf Landschaften, Kleidung oder Verhaltensweisen zurück, die als Stereotype bekannt sind. Überlegt euch ein Beispiel.

Fordern Sie vor der Diskussion alle Schüler*innen auf, sich ein Beispiel zu überlegen. An diesem Punkt ist es wichtig, die Beispiele auf Nationalitäten/Länder zu begrenzen und nicht auf Minderheiten auszuweiten, da die Schüler*innen nicht dazu angeregt werden sollen, Diskriminierungen zu reproduzieren.

Stereotype sind vereinfachte Vorstellungsbilder. Der Übergang vom Stereotyp zum Vorurteil ist fließend. Diskutiert, ab wann ein Stereotyp beleidigend oder verletzend wird.

Diese Unterrichtseinheit konzentriert sich auf Stereotype. Stereotype sind nicht immer mit Diskriminierung verbunden. Um diskriminierend zu sein, muss eine (historische) Machtungleichheit bestehen. Ein Beispiel dafür: Es gibt zwar das Stereotyp, dass Niederländer*innen »geizig« seien, sie werden aber nicht als Niederländer*innen verfolgt oder unterdrückt. Trotzdem können solche Stereotype als verletzend empfunden werden. Bezogen auf Antisemitismus, Rassismus und Feindlichkeit gegenüber LGBT+ gibt es eine Geschichte und Gegenwart von Verfolgung und Unterdrückung. Daher sind Stereotype über Jüd*innen, Sinti*zze und Rom*nja, Schwarze und People of Color, Muslim*a und LGBT+ diskriminierend.



Übung 6: Akzeptabel oder nicht?

Bildet Kleingruppen und schaut euch die folgenden Werbeanzeigen genauer an. Einige sind aktuell, andere historisch. Sucht euch pro Kleingruppe eine Anzeige aus.

Die Werbeanzeigen arbeiten mit sexistischen, antisemitischen, rassistischen, und gegen Sinti und Roma sowie LGTB+ gerichteten Bildern. Es ist wichtig, herauszustellen, dass einige dieser Bilder verletzend sein können und dass es Schüler*innen geben kann, die sich viel früher als andere davon angegriffen fühlen. Diese Diskrepanz kann man zum Thema machen und den Gründen dafür vorsichtig nachspüren.

Welches Stereotyp wird in diesem Bild verwendet? Wie wird das Stereotyp eingesetzt? Beschreibt das Bild.

Wortspiel - Eine Handelskammer spielt mit „Business as Jewsuall“ auf die Verbindung zwischen Handel und Juden an. (USA)

Hier wird das antisemitische Stereotyp von handelnden und reichen Jüd*innen bedient.

*Geld zählen - Ein polnischer Ladenbesitzer benutzt das Bild eines wohlhabenden Juden als Symbol für seinen Erfolg. Hier wird das antisemitische Bild aufgerufen, dass Jüd*innen reich seien.*

Verkleidet - Werbeanzeige für die britische TV-Serie „Big Fat Gypsy Weddings“ aus dem Jahr 2012. In der Kleidung und dem Wohnwagen werden Klischees über Sinti und Roma aufgerufen.

Breites Lächeln - Tschechischer Zahnpasta-Werbeslogan: „Weiße Zähne und lockiges Haar – so sieht ein hübscher Zigeuner aus.“

Das rassistische Wort »Zigeuner« wird benutzt und Stereotype über Sinti und Roma verbreitet.

Ressourcen - Eine Werbeanzeige von Intel aus dem Jahr 2007: „Maximieren Sie die Leistungskraft Ihrer Angestellten“. Hier werden rassistische Bilder von weißer Überlegenheit und Schwarzer Unterlegenheit und Naturverbundenheit aufgerufen: Der Chef ist weiß und gut gekleidet. Er hat Schwarze, sportliche, halbnackte Angestellte, die sich vor ihm hinknien.

Sauber machen - Seife und Hautfarbe stehen bei dieser französischen Werbeanzeige aus dem 19. Jahrhundert im Mittelpunkt.

Hier werden rassistische Bilder bedient, in denen Schwarze als schmutzig dargestellt werden.

Jungs und Mädchen - Deutsche Supermärkte lassen der Kundschaft die Wahl: Suppe für eine Prinzessin oder einen Feuerwehrmann?

Kinder werden so in stereotype Geschlechterrollen gepresst. Es bleibt weder Platz für Mädchen und Jungs, die dem nicht entsprechen, noch für Kinder, die weder Mädchen noch Jungs sind.

Abschleppen - Werbeanzeige, 1996: „Mit diesem Auto schleppst du fünf mal mehr Frauen ab als mit einem Lamborghini.“

Frauen werden als Objekte dargestellt. Es wird so getan, als ob alle Männer Frauen abschleppen wollen.

High heels - Botschaft dieser Anzeige: Der Junge braucht Karateunterricht, um ein richtiger Mann zu sein. (2011, USA)
Hier werden Stereotype über Männlichkeit bedient.

Mann über Bord - Diese Anzeige macht sich über den Schiffsausdruck „Mann über Bord“ lustig.

Es werden Stereotype über Lesben verbreitet, die angeblich nur miteinander zärtlich sind, weil kein Mann da sei.



Übung 7: Teilen und vergleichen

Bildet neue Gruppen, um alle Bilder zu diskutieren. In jeder Gruppe soll jeweils eine Person aus jeder der vorherigen Gruppen vertreten sein.

Für welche Zielgruppe wurden die Anzeigen entworfen? Welche Ähnlichkeiten und Unterschiede seht ihr? Was sagt euch das?

In jeder Gruppe sollen mindesten drei Personen sein, die sich unterschiedliche Beispiele angesehen haben. Sie verwenden die Fragen, um die Werbeanzeigen zu vergleichen.



Übung 8: Die Macher*innen

Warum verwenden die Werbefachleute wohl Stereotype? Nenne drei Gründe. Diskutiert in der Klasse.

Nachdem die Schüler*innen die Frage individuell beantwortet haben, ermöglicht die Schlagwortwolke eine abschließende Diskussion mit der gesamten Klasse. Ziehen Sie in Erwägung, die Rolle verschiedener Institutionen (kommerzielle und öffentliche) bei der Aufrechterhaltung von Stereotypen mittels weltweit publizierter Werbeanzeigen zu diskutieren.

Unterrichtseinheit 3 – Propaganda gestern und heute

Zeitraumen: eine Unterrichtsstunde

Tatsachen und Emotionen, aber auch bestimmte Herstellungstechniken, sind für jeden Medienbericht zentral. Diese Berichte helfen uns, die Realität zu verstehen. Doch die Berichte und Bilder der verschiedenen Medien sind oft von einer bestimmten Ideologie oder kommerziellen Interessen geprägt. Wann werden wir also informiert und wann manipuliert? Lasst uns an ein paar Propagandabeispielen untersuchen, welche Methoden eingesetzt werden, um unsere Wahrnehmung der Realität zu beeinflussen.

Überblick

Die Schüler*innen befassen sich damit, wie Stereotype in den Medien benutzt werden und wie diese Stereotype ihre Gedanken über ihre Umwelt beeinflussen. Den Schüler*innen werden verschiedene Propagandabilder gezeigt. Sie suchen sich eine aus, über die sie mehr erfahren wollen. Alle Bilder sind diskriminierend.

Übung 1: Was weißt du?

Was weißt du über Propaganda?

Nach der individuellen Beantwortung dieser Frage ermöglicht die Schlagwortwolke einen kurzen Austausch in der Klasse. Dieselbe Frage wird am Ende der Einheit noch einmal gestellt, wodurch die Schüler*innen über die neu hinzugewonnenen Informationen und Erkenntnisse reflektieren können.

Übung 2: Propaganda gestern und heute

Wähle ein Propagandabild aus

Die Schüler*innen wählen ein Bild aus, das sie interessant finden. In den Beispielen geht es um Antisemitismus, Rassismus und Diskriminierung von Sinti und Roma.

Übung 3: See-think-wonder

Schau dir das Bild gut an. Beantworte dann jede der drei Fragen mit ein paar Stichwörtern.

Was siehst du?

Ich denke, dass...

Welche Fragen hast du?

Diese Denkroutine aus dem Konzept Visual Thinking hilft den Schüler*innen dabei, genau hinzuschauen und über das Bild nachzudenken, das sie sehen. Nach Beantwortung der Fragen erhalten die Schüler*innen Hintergrundinformationen zu dem jeweiligen Bild.

Die folgenden vier Bilder werden gezeigt:

Anti-osmanisches Plakat

Im 15./16. Jahrhundert waren verschiedene europäische Länder in Kriege mit dem Osmanischen Reich verwickelt, da dieses sich nach Westen ausdehnte und Teile Europas besetzte. An vielen öffentlichen Plätzen wurden anti-osmanische Schriften und Plakate angeschlagen. Dieses deutsche Plakat zeigt einen osmanischen Soldaten, der Kinder tötet. Derartige Veröffentlichungen verbreiteten das Bild des „blutrünstigen Türken“ und dienten der Darstellung der Osmanen als Erzfeinde des Christentums.

Nicht für Sinti und Roma

„Geld für die Oma, statt für Sinti und Roma“, heißt es auf diesem Plakat der NPD. Das Bild einer bedürftigen alten Frau legt nahe, dass Geld für Sinti und Roma statt für weiße deutsche Rentner*innen ausgegeben wird. Mit dem Ziel, Ressentiments zu schüren, werden hier Sinti und Roma für soziale Missstände verantwortlich gemacht. Als eine Stadt entschied, diese Plakate zu entfernen, erwirkte die NPD per Gerichtsbeschluss, dass die Plakate wieder angebracht werden mussten. Laut Urteilsbegründung ist diese Aussage im Rahmen der Meinungsfreiheit erlaubt.

„Hinter den Feindmächten: Der Jude“

Dieses deutsche Plakat wurde 1945 verbreitet, um einen Schuldigen für das kriegsbedingte Elend der deutschen Bevölkerung zu benennen. Der Mann hinter den Alliiertenflaggen trägt an seiner Uhrenkette einen Davidstern und soll einen Juden darstellen. Die Melone und der Anzug deuten auf Macht und Einfluss hin. Sein Blick wirkt verschlagen. Das Plakat legt nahe, dass die Juden mit den Feindmächten zusammenarbeiten und für den Niedergang Deutschlands verantwortlich sind.

Terrorattacken in Paris

Der Cartoon zeigt einen IS-Terroristen und den israelischen Premierminister, Benjamin Netanyahu, in der Nähe des Pariser Eiffelturms. Netanyahu richtet die Waffe des Terroristen aus. Der Cartoon legt nahe, dass Israel hinter den Pariser Attentaten vom 13.11.2015 stand. Derartige Darstellungen, in denen eine Gruppe oder ein Land für Gräueltaten verantwortlich gemacht werden, sind oft eingesetzte Werkzeuge zur Dämonisierung vermeintlicher Feinde. Der Cartoon erschien kurz nach den Pariser Attentaten auf der offiziellen Facebook-Seite der palästinensischen Fatah.



Übung 4: Methoden und Werkzeuge

Propaganda tritt in unterschiedlichen Formen auf. Die Methoden zur Beeinflussung der Leute sind jedoch ähnlich. Diese Methoden werden in den Anmerkungen für Schüler*innen erklärt.

In der Propaganda werden verschiedene Methoden eingesetzt.

Aufwühlend

Propaganda spricht Emotionen an und spielt mit diesen, um die Menschen zu lenken / zu steuern. Erfolgreiche Propagandist*innen verstehen es, Botschaften psychologisch so aufzubereiten, dass sie in den Empfänger*innen starke Gefühle wie Begeisterung und Erregung auslösen, die die Fähigkeit zum kritischen Denken unterdrücken.

Ansprechend

Effektive Propaganda arbeitet mit Botschaften, die sich direkt an bestimmte Zielgruppen der Bevölkerung richten und diese ansprechen. Propagandist*innen können dich ansprechen, in dem sie sich auf deine ethnische Identität beziehen, auf deine Familie oder Community, auf deine Hobbys, deine Einstellungen und Werte und sogar deine Zukunftsträume.

Vereinfachend

Propaganda kann mit Fakten arbeiten, aber ebenso mit Halbwahrheiten, Meinungen und Lügen. Erfolgreiche Propaganda erzählt einfache Geschichten, die den Empfänger*innen bekannt und vertraut vorkommen und nutzt zudem Bilder und Wiederholungen, um sie natürlich oder wahr wirken zu lassen.

Angreifend

Propaganda kann auch benutzt werden, um politische oder gesellschaftliche Gegner*innen zu beleidigen oder herabzusetzen und/oder ihre Legitimität, ihre Glaubwürdigkeit, die Korrektheit ihrer Vorstellungen oder sogar ihren Charakter in Frage zu stellen.

Diese Anmerkungen sind bearbeitete Auszüge aus: <http://propaganda.mediaeducationlab.com/techniques/> (EN)

Arbeitet in Zweiergruppen und sucht euch ein Bild aus. Welche Emotionen werden hier dargestellt? Welche Zielgruppe soll angesprochen werden? Wodurch werden die Leute für die Botschaft empfänglich, die dieses Bild vermitteln soll?

Diskussion in der Klasse: Ab wann wird etwas zu Propaganda?

Nachdem die Zweiergruppen sich das von ihnen gewählte Beispiel eingehend angeschaut haben, sollen Ideen dazu ausgetauscht werden, wann etwas Propaganda ist und wann nicht. Stellen Sie eine Verbindung zu den Methoden der Propaganda her, die den Schüler*innen vorgestellt wurden.



Übung 5: Propaganda heute

Suche dir ein aktuelles Bild aus den Medien, das du als Propaganda bezeichnen würdest. Recherchiere online und drucke das Bild aus oder mach draußen ein Foto.

Diskutiert in Zweiergruppen

Erkläre dein Beispiel und begründe, warum du es ausgesucht hast. Erkläre, warum du dein Beispiel als Propaganda ansiehst.

Diese Übung eignet sich gut als Hausaufgabe. Die Schüler*innen können ihre Beispiele in Zweier- oder Kleingruppen diskutieren und so aufbereiten, dass sie der Klasse vorgestellt werden können.



Galerierundgang

In welchen Formen kann Propaganda heute eingesetzt werden? Was ist das Ziel von Propaganda? Ist Propaganda immer erfolgreich? Erkläre warum.

Bildergalerie

Stellt alle Bilder zu einer Ausstellung zusammen. Präsentiert dann eure Bilder abwechselnd der Gruppe. Fasst ähnliche Bilder zu thematischen Gruppen zusammen.

Erklären Sie den Schüler*innen, dass sie die von ihnen gewählten Beispiele einander vorstellen sollen. In den Rundgängen durch ihre Galerie werden die Schüler*innen zu aktiver Teilnahme ermutigt.

Tipp: Die Galerierundgänge oder Gallery Walks können in ganz unterschiedlicher Form durchgeführt werden. Sie können verschiedene Varianten der Methode mithilfe Ihrer Suchmaschine im Internet finden. Man kann sie auch online durchführen, als „Computer Runs“. Überlegen Sie, was in Anbetracht der verfügbaren Zeit und der Räumlichkeiten möglich ist.



Übung 6: Was weißt du JETZT?

Schau dir die Schlagwortwolke vom Anfang an. Was weißt du jetzt über Propaganda? Diskutiert in der Klasse.

Nachdem die Schüler*innen ihre neuen Gedanken hinzugefügt haben, sollten Sie mit der Klasse diskutieren: Haben sie jetzt ein detaillierteres Verständnis von Propaganda? Wissen sie welche Techniken angewendet werden und warum die Menschen dafür empfänglich sind?