

Den Durchblick behalten!

Informationen im Job kompetent beurteilen und darstellen

Materialien zur Umsetzung einer Unterrichtseinheit in Beruflichen Schulen mit Ablaufplan, didaktischen Hinweisen, Aufgabenstellungen, Kopiervorlagen und Hintergrundinformationen zur Vorbereitung.

Diese Unterrichtseinheit enthält für die Schülerinnen und Schüler Arbeitsblätter, die sich zum sukzessiven Aufbau eines individuellen Medienportfolios und zur Reflexion des Unterrichts in der Lerngruppe eignen.



Überblick

„Recherchieren kann doch jeder! Ein weit verbreiteter Irrtum. Der Selbstbetrug, jeder könne intuitiv alles Wichtige aus dem Netz ziehen, stützt sich auf die Leichtigkeit, im Web irgend etwas zu finden. Wieviel man nicht findet, bleibt naturgemäß unbemerkt. Kompetente und umfassende Recherche bedeutet mehr, als nur zu *googeln*.“ [1]

Albrecht Ude, Journalist

| | |
|---|------------------------|
| Den Durchblick behalten! Informationen im Job kompetent beurteilen und darstellen | Titel |
| Klassenstufe 10 bis 12 | Jahrgangsstufe |
| Deutsch – die konkreten Lehrplanbezüge für die Berufsschule und die Berufsfachschule entnehmen Sie bitte der folgenden Seite. | Lehrplanbezug |
| Bei der Suche nach geeigneten Informationen im beruflichen Alltag stehen viele verschiedene Informationsquellen zur Verfügung: sowohl offline als auch online. Häufig werden zur Recherche Suchmaschinen genutzt. Viele Nutzerinnen und Nutzer vertrauen darauf, dass glaubwürdige Informationen von Suchmaschinen im Ranking an erster Stelle gelistet werden. Es ist daher wichtig, Schülerinnen und Schülern zu vermitteln, wie sie die Glaubwürdigkeit von Informationen im Internet beurteilen können. Anhand der Materialien dieser Unterrichtseinheit werden Kriterien hierfür erarbeitet. Diese helfen, mit Informationen kompetent umzugehen. Auch die eigene Aufbereitung von Informationen für andere wird thematisiert. | Inhalt |
| Siehe Seite 8 | Kompetenzen |
| Das Modul umfasst eine 45-minütige Basis und zwei jeweils 45-minütige Ergänzungen, die vertiefend eingesetzt werden können. | Zeitbedarf |
| Einzelarbeit, Partnerarbeit, Unterrichtsgespräch | Sozialform |
| Brainstorming, Pro- und Contra-Diskussion | Methoden |
| PCs/Laptops, Beamer, Internetzugang | Voraussetzungen |
| Basis: » <i>Digitales Element: Internetseiten</i> «, »B1 <i>Arbeitsblatt: Bewertungskriterien</i> « | Materialien |
| Ergänzungen: »B2 <i>Arbeitsblatt: Eigene Nutzung</i> «, »B3 <i>Arbeitsblatt: Balkendiagramm</i> «, »B4 <i>Arbeitsblatt: Text</i> « | |

Lehrplanbezug

Deutsch Deutsch für die Berufsschule und Berufsfachschule Jahrgangsstufe 10-12

- 10.3: Lesen – mit Texten und Medien umgehen: „Sach- und Informationstexte verstehen und nutzen“ und „Medien verstehen und nutzen“
- 11.3: Lesen – mit Texten und Medien umgehen: „Sach- und Informationstexte verstehen und nutzen“ und „Medien verstehen und nutzen“
- 12.3: Lesen – mit Texten und Medien umgehen: „Sach- und Informationstexte verstehen und nutzen“ und „Medien verstehen und nutzen“

Einleitung

„Die Flut der einströmenden Informationen in immer neuen Formaten und Anwendungen verlangt nach einer Orientierung, nach Auswahl und Management dieser Informationen – ob digital oder analog, ob in mündlicher oder schriftlicher Form – das ist eine alltägliche Herausforderung geworden und Informationskompetenz (...) ist eine gesellschaftliche Schlüsselkompetenz.“ [2]

Dr. Harald Gapski, Leiter des Grimme-Forschungskollegs, Grimme-Institut

Medienvielfalt und Nachrichtenflut sind die Begleiter des Informationszeitalters und machen auch vor dem Berufsalltag nicht halt. Einerseits bringt die Medienvielfalt neue Kommunikationsmöglichkeiten sowie den Zugriff auf Informationen von überall und zu jeder Zeit mit sich, andererseits strömt täglich eine Vielzahl an Informationen auf uns ein, die wir einordnen, verstehen und bewerten müssen. Um in dieser Informationsflut nicht unterzugehen, müssen wir lernen, mit der Fülle an Informationen umzugehen.

Informationsflut

Der Schlüssel hierfür ist die sogenannte Informationskompetenz. Gemeint ist die kompetente Selektion von Informationen und damit das Unterscheiden von Wichtigem und Unwichtigem: Was ist relevant, überflüssig oder sogar falsch?

Auf der Suche nach berufs- oder fachspezifischen Informationen werden häufig Suchmaschinen genutzt. Dabei werden Schlagworte in die Suchmaschine eingegeben, in der Hoffnung, dass diese die gewünschten Ergebnisse liefert. Anschließend liegt die Kunst darin, aus der Vielzahl der Ergebnisse die Treffer zu ermitteln, die zuverlässige und relevante Informationen enthalten. Aber woran erkennt man, dass es sich um eine zuverlässige Quelle, ein sicheres Bezahlportal oder ein seriöses Testergebnis handelt?



Viele Nutzerinnen und Nutzer vertrauen hier auf den Algorithmus der Suchmaschine, getreu dem Motto: das Wichtige steht immer an erster Stelle. Doch so einfach ist es nicht. Das Ranking eines Suchergebnisses hängt von verschiedenen Faktoren ab. So kann die Platzierung beeinflusst werden z. B. durch die Anzahl der Links, die auf eine Webseite verweisen, oder die Nutzungshäufigkeit eines Suchergebnisses. Auch

Intransparente Suchmaschinen

können Webseiten gezielt für Suchmaschinen optimiert werden, so dass sie in den Suchergebnissen höher gerankt werden. Nach welchen genauen Kriterien der Ranking-Algorithmus arbeitet, ist allerdings streng geheim, denn er ist das Kapital jeder Suchmaschine.

Berufsausbildung **Um die Glaubwürdigkeit** von Informationen und Quellen im Internet beurteilen zu können, gibt es verlässlichere Kriterien als das Ranking in den Ergebnislisten der Suchmaschinen. Diese zu kennen und anzuwenden, ist eine wichtige Grundlage, um mit Informationen kompetent umzugehen. Die Vermittlung von Informationskompetenz ist daher ein wichtiger Baustein in der beruflichen Ausbildung. Hierzu gehört auch, dass Schülerinnen und Schüler lernen, wie sie selbst eigene Inhalte angemessen darstellen und Informationen für andere bereitstellen können.

Im Unterricht **Hier knüpft das vorliegende Unterrichtsmaterial** an. Ziel ist es, dass die Schülerinnen und Schüler die von ihnen genutzten Informationsquellen im beruflichen Alltag reflektieren und wichtige Vor- und Nachteile kennenlernen. Anhand von Fallbeispielen lernen sie Kriterien kennen, die ihnen helfen, Informationsquellen im Internet in Hinblick auf ihre Glaubwürdigkeit zu beurteilen. Außerdem wird thematisiert, wann und wie fremde Inhalte verwendet werden dürfen.

Anleitung

Kompetenzen

Ablauf des Unterrichts (Basis)

Anleitung: Informationsquellen

Anleitung: Pro- & Contra-Diskussion

Anleitung: Digitales Element: Internetseiten

Musterlösung: Digitales Element: Internetseiten

Unterrichtsverlauf (Basis)



Alle weiteren Materialien, die Sie zur Durchführung der Unterrichtseinheit verwenden können, finden Sie im Internet unter: www.medienfuehrerschein.bayern.

Kompetenzen

„Aber letztendlich ist Informationskompetenz für alle Fächer notwendig und muss insgesamt im Bildungssystem verankert werden. Die Instrumente zur Informationsbeschaffung müssen in der Schule vermittelt werden und auch die Reflexionsmöglichkeiten müssen eingeübt werden.“ [2]

Dr. Harald Gapski, Leiter des Grimme-Forschungskollegs, Grimme-Institut

Die Schülerinnen und Schüler leiten aus der Auseinandersetzung mit verschiedenen Informationsquellen aus ihrem beruflichen Alltag Kriterien für die Beurteilung der Glaubwürdigkeit ab, hinterfragen diese und wenden sie bei der Recherche fachspezifischer Informationen sicher an.

Fach- und Methodenkompetenz

Fach- und Methodenkompetenz

Die Schülerinnen und Schüler

- » setzen die Methode des Brainstormings ein, um einen Überblick über Informationsquellen zu gewinnen, die sie für die Recherche bei berufsbezogenen, fachspezifischen Informationen nutzen.
- » ermitteln Merkmale für die Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Informationen im Internet, indem sie Fallbeispiele analysieren.

Sozial-kommunikative Kompetenz

Sozial-kommunikative Kompetenz

Die Schülerinnen und Schüler

- » informieren sich in Partnerarbeit sowie im Plenum gegenseitig über Merkmale, anhand derer sie die Glaubwürdigkeit von Informationen einschätzen, indem sie ihr vorhandenes Wissen in die Gruppe einbringen.
- » diskutieren über Vor- und Nachteile von Online- und Offline-Quellen und halten dabei zentrale Diskussionsregeln/Gesprächsregeln ein, um auf reflektierte Weise ihre Meinungen auszutauschen.

Personale Kompetenz

Personale Kompetenz

Die Schülerinnen und Schüler

- » reflektieren ihre Informations- und Recherchekompetenz im beruflichen Alltag. Sie gelangen zielgerichtet an fachspezifische Informationen und nutzen diese souverän.

Ablauf des Unterrichts (Basis)

Der Ablaufplan enthält alle nötigen Informationen zur Durchführung einer Unterrichtsstunde sowie Verweise auf eingesetzte Materialien und Hintergrundinformationen zum Thema. Sie finden neben den einzelnen Aufgaben Zeitangaben für die Durchführung, die Ihnen zur Orientierung dienen. Die tatsächliche Dauer der Aufgaben hängt von der individuellen Zusammensetzung der Klasse ab.

Für interessierte oder starke Lerngruppen stehen zwei Ergänzungen zur Verfügung, die bei Bedarf in beliebiger Reihenfolge vertiefend eingesetzt werden können.

In die Unterrichtseinheit sind digitale Elemente eingebettet. Hierzu zählen die digitalen Fallbeispiele zur Glaubwürdigkeit von Internetseiten. Die digitalen Elemente finden Sie online auf der Website des Medienführerscheins Bayern: www.medienfuhrerschein.bayern unter der Rubrik Berufliche Schulen → Unterrichtseinheit „Den Durchblick behalten! Informationen im Job kompetent beurteilen und darstellen“.

Phase 1: Informationskompetenz im beruflichen Alltag

Mit dem Internet und vielen neuen Informationsangeboten hat das Thema Glaubwürdigkeit von Informationen eine neue Relevanz erhalten. Mit einem ersten Brainstorming soll ein Überblick geschaffen werden, welche Informationsquellen die Schülerinnen und Schüler in ihrem beruflichen Alltag nutzen.

Vorbereitung: Information: Informationsquellen im beruflichen Alltag

- 1.1 Starten Sie die Unterrichtseinheit mit einem Brainstorming: Fragen Sie die Schülerinnen und Schüler, welche Informationsquellen sie nutzen, wenn sie nach berufsbezogenen, fachspezifischen Informationen (z. B. einer Montageanleitung) suchen. Es kann nach medialen (z. B. Internet, Fachbuch) und non-medialen (z. B. Ausbilder, Kollegen) Informationsquellen, innerhalb der medialen Informationsquellen nach Online- und Offline-Quellen unterschieden werden. Ergänzen Sie bei Bedarf die Nennungen. Fragen Sie anschließend nach einer ersten Einschätzung, welche Informationsquellen eher verlässlich oder unverlässlich sind.

Vorbereitung: Anleitung: Informationsquellen

- 1.2 **Zusatzaufgabe:** Diskutieren Sie mit den Schülerinnen und Schülern Pro- und Contra-Argumente von Online- und Offline-Quellen für Recherchen. Dazu notieren sich die Schülerinnen und Schüler in Kleingruppen Stichpunkte auf einem Zettel. Je nach Leistungsstärke der Lerngruppe können Sie eine Pro- und Contra-Diskussion durchführen. Dabei entwickeln einzelne Teams schlagkräftige Argumente für die eine oder andere Seite und versuchen, den Rest der Klasse zu überzeugen. Unterstützen Sie bei Bedarf bei der Sammlung der Argumente.

Vorbereitung: Anleitung: Pro- & Contra-Diskussion

Zeitplan

Ergänzungen

Digitale Elemente



10 min.



Phase 2: Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Informationen anhand von Fallbeispielen



Das Internet bietet eine Fülle an Informationen. Der Aspekt der Glaubwürdigkeit spielt dabei eine wichtige Rolle. Die Schülerinnen und Schüler untersuchen Informationsquellen daraufhin, ob sie glaubwürdige Informationen enthalten. Sie ermitteln Merkmale, die ihnen Hinweise auf die Glaubwürdigkeit von Informationen geben.

Vorbereitung: »Information: Informationen im Internet«

25 min.



2.1 Im »**Digitales Element: Internetseiten**« bearbeiten die Schülerinnen und Schüler fiktive Internetseiten. In Tandems markieren sie bei allen Beispielen Merkmale, die darauf hinweisen, dass die Informationen glaubwürdig bzw. nicht glaubwürdig sind. Die gefundenen Merkmale werden im Plenum gesammelt und bewertet. Die Schülerinnen und Schüler begründen die Auswahl der Merkmale. Eventuelle Unterschiede bei den Ergebnissen der Tandems werden diskutiert.

Vorbereitung: »Anleitung: Digitales Element: Internetseiten«, »Musterlösung: Digitales Element: Internetseiten«

Ergebnissicherung: Digitales Element

2.2 **Zusatzaufgabe:** Lassen Sie die Schülerinnen und Schüler in Tandems zu einem berufsspezifischen Thema, das gemeinsam festgelegt wird, im Internet recherchieren. Sie stellen dem Plenum zwei selbst gewählte Informationsquellen vor und erklären anhand von relevanten Merkmalen des Angebots, wie sie die Glaubwürdigkeit der Quellen einschätzen.

Phase 3: Kriterien zur Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Informationen

Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten mithilfe der Merkmale aus den Fallbeispielen Kriterien, die sie im Berufsalltag beim Umgang mit Informationen aus dem Internet und der Einschätzung der Glaubwürdigkeit anwenden können.

10 min.



3.1. Im Plenum erarbeiten die Schülerinnen und Schüler allgemeine Kriterien zur Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Informationen. Hilfestellung können die im Vorfeld ermittelten Merkmale zu den Fallbeispielen aus Phase 2 geben. Die Kriterien können jeweils einer der vier Kategorien zur Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Informationen zugeordnet werden: „Autor und Herausgeber“, „Gestaltung“, „Inhalt“, „Aktualität“. Als Zusammenfassung der Ergebnisse wird das Arbeitsblatt »B1 | Arbeitsblatt: Bewertungskriterien« am Ende der Diskussion ausgeteilt.

Material: Arbeitsblatt

Anleitung: Informationsquellen

Sammeln Sie in einem Brainstorming mit den Schülerinnen und Schülern Informationsquellen, die für die Recherche nach berufsbezogenen, fachspezifischen Informationen herangezogen werden können.

Sammeln

Unterscheiden Sie dabei nach non-medialen und medialen Informationsquellen und innerhalb der medialen Informationsquellen nach Online- und Offline-Quellen.

Unterscheiden

Folgende Übersicht hilft Ihnen dabei, die Nennungen des Plenums zu ergänzen:

Übersicht

| Mediale Informationsquellen | | Non-mediale Informationsquellen |
|--|---------------------------------------|---------------------------------|
| Online-Quellen | Offline-Quellen | |
| E-Book (Fachbuch) | Fachbuch | Ausbilder/in |
| Online-Fachzeitschrift | Fachzeitschrift | Kollege/Kollegin |
| Online-Lexikon | Fachlexikon | Betriebsunterricht |
| Online-Zeitung | Zeitung | Fachvortrag |
| Intranet | Betriebsinterne Dokumente | ... |
| Video-Tutorial | Materialien aus Berufsschulunterricht | |
| Online-Forum | ... | |
| Social-Media-Angebote | | |
| Blog | | |
| Homepage (z. B. eines Betriebes, eines Produktherstellers) | | |
| ... | | |

Anleitung: Pro- & Contra-Diskussion

Übersicht **Folgende Übersicht** kann Ihnen dabei helfen, bei Bedarf die Nennungen der Schülerinnen und Schüler zu ergänzen.

Online-Quellen **Mögliche Argumente für/gegen Online-Quellen**

- » Eine Onlinerecherche ermöglicht einen schnellen Zugang zu Informationen aller Art – auch zu internationalen Quellen.
- » Online-Quellen können problemlos digital weitergegeben werden und eignen sich besonders bei ortsunabhängiger Teamarbeit.
- » Eine Online-Quelle ist veränderlich.
- » Online-Quellen sind in der Regel sehr flüchtig und schnelllebig.
- » Bei Online-Quellen muss man prüfen, wie seriös eine Quelle ist.
- » ...

Offline-Quellen **Mögliche Argumente für/gegen Offline-Quellen**

- » Eine Offline-Quelle kann man genau zuordnen und sie ist meist zuverlässig.
- » Offline-Quellen verfügen in der Regel über alle nötigen Angaben (Verfasser, Titel, Erscheinungsjahr, Auflage, Seitenzahl etc.), um die gültigen Regeln des Zitierens einzuhalten.
- » Auf eine Offline-Quelle kann man jederzeit wieder zugreifen und sie ist unveränderlich.
- » Eine Offline-Quelle ist vielleicht nicht auf dem neuesten Stand.
- » Die Beschaffung von Offline-Quellen ist in der Regel mühsamer und zeitaufwändiger als die von Online-Quellen.
- » ...

Anleitung: Digitales Element: Internetseiten

The image displays four screenshots of different websites, each used as an example for digital literacy analysis. The websites are:

- Ernährung in der Schwangerschaft** (https://www.ernaehrung-in-der-schwangerschaft.de): A website providing information on pregnancy nutrition, including a list of questions and answers, and a section for current contributions.
- tollevideos** (https://www.tollevideos-vidoeportal.de): A video portal featuring a tutorial on washing dishes, with a comment section and an impression section.
- Rund um die Landwirtschaft** (https://www.rund-um-die-landwirtschaft.blogspot.com): A blog post about the importance of hay, written by Sebastian F., discussing the timing and benefits of hay for livestock.
- Metalllexikon Bauer** (http://www.metalllexikon-bauer.de): A website providing information on metals, including a list of metals and their properties, and a section for current contributions.

Die vier Fallbeispiele stellen fiktive Online-Informationsquellen dar, anhand derer über Merkmale zur Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit von Informationen reflektiert wird.

Teilen Sie die Klassen zur Bearbeitung in Zweier-Teams. Jedes Team kennzeichnet bei den vier Fallbeispielen Merkmale, die einen Hinweis auf die Glaubwürdigkeit der Informationen geben. Falls Hilfestellung von Seiten der Lehrkraft nötig sein sollte, können Sie auf Folgendes hinweisen: Inhalt, Gestaltung der Seite, Angaben zum Autor und das Veröffentlichungsdatum.

Im Anschluss werden die Merkmale im Plenum zusammengetragen. Bei der Auswertung gleichen die Schülerinnen und Schüler ihre Einschätzungen im Plenum ab und setzen sich mit Abweichungen auseinander.

Die Musterlösung für die Lehrkraft enthält Bewertungs- und Sortierungsvorschläge für die verschiedenen Merkmale (Autor und Herausgeber, Gestaltung, Inhalt, Aktualität).

Fallbeispiele

Gruppenarbeit

Unterrichtsgespräch

Musterlösung

Musterlösung: Digitales Element: Internetseiten

» Grün: Dieses Merkmal spricht für die Glaubwürdigkeit der Informationen.

» Rot: Dieses Merkmal spricht gegen die Glaubwürdigkeit der Informationen.

Fallbeispiel 1: Online-Lexikon



| | |
|------------------------------|--|
| Autor und Herausgeber | <ul style="list-style-type: none"> » URL wirkt seriös » Autor nicht eindeutig identifizierbar (nur Angabe „SB“) » Herausgeber nicht genannt/kein vollständiges Impressum |
| Gestaltung | <ul style="list-style-type: none"> » Zahlreiche Rechtschreibfehler » Teilweise Umgangssprache (z. B. „gibt’s“, „draus“), obwohl Sachtext |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> » Meinung innerhalb eines Sachtexts („Besonders schön ist Gelbgold ...“, „Ich mag aber auch Weißgold...“) » Fehlen wesentlicher Fakten zum Stichwort „Metall“ (z. B. Worterklärung, physikalische und chemische Eigenschaften, Verwendung) » Einseitigkeit der Informationen: v. a. Informationen über Gold (kaum über andere Metalle) » Ungenaue Angaben („relativ hohe Schmelztemperatur“) » Bild ohne Quellenangabe |
| Aktualität | <ul style="list-style-type: none"> » Datum vorhanden, aber schon sehr lange zurückliegend („1999“) » Fehlende Aktualisierung |

Fallbeispiel 2: Blog

| | |
|-------------------------------------|--|
| <p>Autor und Herausgeber</p> | <ul style="list-style-type: none"> » Autor nicht eindeutig identifizierbar » Herausgeber nicht genannt/kein vollständiges Impressum » Keine Kontaktmöglichkeiten |
| <p>Gestaltung</p> | <ul style="list-style-type: none"> » Rechtschreibung wird beachtet, auch bei Fachbegriffen (z. B. „entspelzt“, „Cerealien“) » Werbung („EXTRA-GÜNSTIG ...“): nicht deutlich vom Inhalt getrennt bzw. nicht als Werbung/Anzeige ausgewiesen |
| <p>Inhalt</p> | <ul style="list-style-type: none"> » Verwendung von Fachbegriffen (z. B. „Fruchtfolge“, „Brachflächen“) » Keine Quellenangaben (lediglich Zitat aus „einem tollen Fachbuch“) » Informationen „aus meiner Erfahrung“/„aus erster Hand“ → nicht verallgemeinerbar » Webseite von einem Unternehmen (Vertrieb von Saatgut) „freundlich unterstützt“ → nicht neutral, wirtschaftliches Interesse |
| <p>Aktualität</p> | <ul style="list-style-type: none"> » Datum der Blog-Einträge vorhanden |



Fallbeispiel 3: Online-Video-Portal



| | |
|------------------------------|--|
| Autor und Herausgeber | <ul style="list-style-type: none"> » Redaktionell betreute Webseite mit Impressum → Kontaktmöglichkeit » Montage-Video einer Privatperson (user-generated content), nicht des Herstellers |
| Gestaltung | <ul style="list-style-type: none"> » Übersichtliche Gestaltung des Online-Video-Portals (Video, Nickname, Datum der Veröffentlichung, Möglichkeit von Anmerkungen des Nutzers, Kommentarfunktion) |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> » Keine eindeutige Quellenangabe („in meinem Lehrbuch“) » Unklarer Verweis auf die Homepage des Herstellers » Kommentare: sehr subjektiv und damit wenig hilfreich |
| Aktualität | <ul style="list-style-type: none"> » Datum vorhanden |

Fallbeispiel 4: Online-Fachportal

| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>Autor und Herausgeber</p> | <ul style="list-style-type: none"> » Redaktionell betreute Webseite » Betreiber der Seite ist ein Verein → keine kommerziellen Interessen » Kein vollständiges Impressum » Keine Angaben zum Autor |
| <p>Gestaltung</p> | <ul style="list-style-type: none"> » Übersichtliche Gestaltung des Online-Fachportals » (Rubriken mit Unterrubriken → strukturierte Seite) » Werbung gekennzeichnet, eindeutig vom Inhalt getrennt und unterscheidbar » Rechtschreibung und richtiger Satzbau wird beachtet » Ansprache mit „Du“ |
| <p>Inhalt</p> | <ul style="list-style-type: none"> » Sinnvolle Aufbereitung der Informationen: unterschiedliche Themen, Seminare, Materialien werden angeboten (siehe Kopfzeile), Broschüre wird kostenlos zur Verfügung gestellt, es gibt einen Downloadbereich » Keine Quellenangaben für die erwähnte Studie |
| <p>Aktualität</p> | <ul style="list-style-type: none"> » Kein Datum vorhanden |



Unterrichtsverlauf (Basis)

| Zeit | Inhalt | Kommentar | Sozialform | Medien/Material |
|------|---|---------------------------|---------------------|---|
| 10' | 1.1 Sensibilisierung Unterscheidung von Informationsquellen | Brainstorming | Unterrichtsgespräch | |
| 25' | 2.1 Erarbeitung Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Informationen anhand von Fallbeispielen | Einsatz Digitales Element | Partnerarbeit | PC, Beamer, Digitales Element: Internetseiten |
| 10' | 3.1 Reflexion und Vertiefung Erarbeiten von Kriterien zur Bewertung von Quellen | | Unterrichtsgespräch | B1 |

Hintergründe

Informationsquellen im beruflichen Alltag

Informationen im Internet

Informationsplattformen im Internet

Verwendung fremder Inhalte

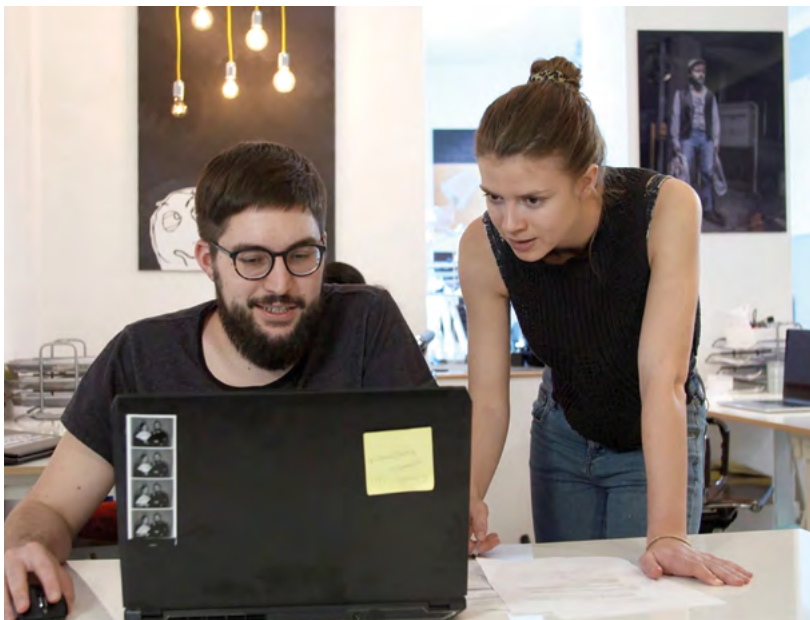
Darstellung von Informationen



Informationsquellen im beruflichen Alltag

Informations- quellen

In ihrem beruflichen Alltag benötigen Auszubildende aller Ausbildungsberufe immer wieder fachbezogene Informationen. Auf der Suche nach passenden Antworten ziehen sie sowohl non-mediale als auch mediale Informationsquellen zu Rate. Personen aus dem Ausbildungskontext wie z. B. Ausbilder, Kolleginnen und Kollegen sowie Lehrkräfte gehören aufgrund der persönlichen Nähe zu den wichtigsten alltäglichen Informationsgebern. Weitere wichtige non-mediale Informationsquellen sind z. B. Fachvorträge oder der Betriebsunterricht.



Mediale Informationen gewinnen dann an Bedeutung, wenn das non-mediale Umfeld keine kompetenten Antworten mehr liefern kann, das persönliche Fragen als unangebracht bzw. unangenehm eingestuft wird oder die Fragestellung explizit nach einer Recherche verlangt. Medienangebote sind immer „technisch vermittelt“ und an ein anonymes Publikum adressiert. Sie lassen sich in Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften), Rundfunkmedien (Fernsehen, Radio), Trägermedien (DVDs, CDs) sowie interaktive, digitale Medien (z. B. Webseiten, digitale Spiele, Apps) unterteilen.

Bei der Informationssuche ergeben sich wichtige Unterschiede: Während das Internet einen (inter-)aktiven und

selbstgesteuerten Zugang bei der Suche erlaubt, sind klassische Rundfunkmedien für die individuelle Suche eher ungeeignet. Aufgrund der linearen Verbreitung ist eine Recherche nicht so einfach möglich. Printmedien sind in dieser Hinsicht leichter zu handhaben.

Statisch **Offline-Quellen** wie Printmedien und Rundfunkmedien verfügen in der Regel über ein Impressum, das zeigt, wer für den Inhalt verantwortlich ist. Es nennt Verfasser, Titel, Erscheinungsjahr sowie ggf. Auflage. Dies sind wichtige Angaben, die für das Zitieren der Quelle notwendig sind. Die Inhalte sind in der Regel von einer Redaktion geprüft. Eine Offlinequelle bleibt in der jeweiligen Version unveränderlich. Im Laufe der Zeit ist es daher wahrscheinlich, dass der Inhalt einer Offlinequelle veraltet und z. B. nicht mehr den aktuellen Stand wissenschaftlicher Erkenntnisse aufweist. Allerdings kann man auf die jeweilige Version immer wieder zurückgreifen. Ein weiterer Nachteil ist, dass die Beschaffung einer Offlinequelle in der Regel mühsamer und mit mehr Zeitaufwand verbunden ist als bei einer Onlinequelle.

Online-Quellen wie Webseiten und Online-Videoportale ermöglichen potenziell Zugang zu weltweiten Informationen jeglicher Art und sind in der Regel rund um die Uhr sowie häufig kostenlos nutzbar. Ihre digitale Weitergabe erleichtert zudem Teamarbeiten. Online-Quellen sind tendenziell schnelllebig und veränderlich. Sie sind im Gegensatz zu Offline-Quellen keine statischen Angebote. Durch Aktualisierungen können sich jederzeit Inhalte verändern und z. B. an den gegenwärtigen Wissensstand angepasst werden, auch Beiträge, die bereits vor vielen Jahren verfasst wurden. Die Veränderlichkeit bringt aber auch Nachteile mit sich: Online-Quellen können sich in der inhaltlichen Ausrichtung stark verändern oder ganz aus dem Netz verschwinden. Ein Impressum ist bei Online-Quellen nicht immer zu finden, obwohl laut Gesetz für deutsche Internetangebote eine Impressumspflicht besteht. Diese Unsicherheiten sind gewissermaßen der Preis für eine gestiegene Informationsvielfalt und -geschwindigkeit.

Schnellebig

Die Präsentation von Informationen im Internet ist geprägt durch eine Struktur von Querverweisen und Verlinkungen („Hypertext“). Dies ermöglicht es, verschiedene Inhalte in Zusammenhang zu setzen und Nutzerinnen und Nutzern einfach weiterführende Informationen zur Verfügung zu stellen. Gut genutzt, erhöht sich dadurch die Anschaulichkeit und Informationsdichte im Vergleich zu Offline-Quellen. Ein mögliches Überangebot von Querverweisen und Verlinkungen kann diesen Vorteil wieder abschwächen, da nur mit einem hohen Zeitaufwand nützliche Querverweise identifiziert werden können.

Querverweise

Die Verlockung ist groß, bei der Recherche ausschließlich auf frei zugängliche und jederzeit abrufbare Online-Quellen zurückzugreifen und die Recherche in Offline-Quellen zu vernachlässigen. Deshalb ist es wichtig, Auszubildenden zu vermitteln, welche unterschiedlichen Eigenschaften Online- und Offline-Quellen haben und welche Vor- und Nachteile mit diesen Eigenschaften verbunden sind. Häufig gelingt es erst durch eine Mischung von Online- und Offline-, medialen und non-medialen Quellen, ein Thema ganzheitlich darzustellen.

Mischung

Informationen im Internet

Glaubwürdigkeit bewerten

Bei medialen Informationsquellen muss immer die inhaltliche Richtigkeit und Glaubwürdigkeit der Inhalte geprüft werden. Gerade bei Online-Quellen ist dies aber nicht immer einfach. Denn im Internet finden sich sowohl professionelle mediale Angebote, bei denen – ähnlich wie bei klassischen Massenmedien – eine Redaktion

Informationen auswählt, bearbeitet und verbreitet. Gleichzeitig produzieren aber auch viele Nutzerinnen und Nutzer selbst Inhalte („Web 2.0“). Diese können sowohl Fachleute, z. B. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, als auch Laien sein.

In dem Vorteil, dass jeder im Internet Inhalte veröffentlichen kann, liegt gleichzeitig auch ein Nachteil: die Möglichkeit, dass falsche oder manipulative Inhalte schneller und einfacher an eine größere Nutzergruppe verbreitet werden können. Die Beurteilung von Informationen aus Online-Quellen bekommt daher eine

besondere Bedeutung. Um die Glaubwürdigkeit von Informationen und Quellen im Netz prüfen zu können, sollten einige Bewertungskriterien beachtet werden:

Autor und Herausgeber

» Autor und Herausgeber:

Wer ist für die Inhalte verantwortlich? Ist eine Kontaktaufnahme möglich? Bei klassischen Webseiten hilft dafür ein Blick ins Impressum. Die Angabe eines Impressums ist gem. § 5 Telemediengesetz vorgeschrieben und ein erstes Indiz für die Seriosität. Auch das Überprüfen von Namen, Organisationen etc. kann hilfreich sein, um den Hintergrund von Autor und Herausgeber der Information zu prüfen.

Inhalt

» Inhalt:

Ist der Inhalt sachlich und neutral oder subjektiv und wertend dargestellt? Werden genannte Fakten durch (wissenschaftliche) Quellen belegt oder nur Behauptungen aufgestellt? Welche Ziele werden mit dem Inhalt verfolgt? Quellenangaben helfen dies zu beurteilen. Ungenaue Angaben oder gar fehlende Quellenangaben sind daher kritisch zu betrachten. Auch bei Fotos-, Ton- und Videomaterial sollten Quellen angegeben sein.

Aktualität

» Aktualität:

Wie aktuell sind die Inhalte? Werden sie regelmäßig aktualisiert? Ist keine Datumsangabe offensichtlich, ist dies kritisch zu werten.

Gestaltung

» Gestaltung:

Ist der Inhalt übersichtlich und logisch aufbereitet? Ist Werbung klar gekennzeichnet? Werden Grammatik- und Rechtschreibregeln eingehalten? Trotzdem sollte man im Blick haben, dass nicht jede gut gestaltete und schön aufbereitete Quelle automatisch seriös ist.



Ein Großteil der Jugendlichen verwendet regelmäßig Suchmaschinen, um passende Informationen im Internet zu finden [3]. Viele Nutzer tendieren dazu, beim Recherchieren von Informationen, die Seiten zu verwenden, die an erster Stelle gelistet werden. Allerdings ist ein hohes Ranking einer Webseite in der Ergebnisliste kein Garant für die Glaubwürdigkeit und Seriosität der Inhalte. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig zu wissen, wie Suchmaschinen funktionieren.

Unter Suchmaschinen versteht man ein Programm, mit dem die vielen Millionen Internetseiten und ihre Inhalte durchsucht werden können. Im Hintergrund der Suchmaschine laufen viele kleine Programme ab, die die einzelnen Seiten auf Informationen absuchen. Diese Informationen finden Eingang in eine große Datenbank, über die ein „Index“ erstellt wird. Bei einer Suchanfrage wird dieser Index – nicht das Internet – nach dem Begriff durchsucht und die Ergebnisse nach einem bestimmten Muster ausgegeben.

Dieser Algorithmus wird zwar ständig weiterentwickelt, doch eine Vollständigkeit kann ausgeschlossen werden. Der Suchende erhält folglich lediglich das, was die Suchmaschinen zuvor gespeichert haben. Dies macht Anbieter von Suchmaschinen so mächtig: Sie entscheiden, welche Informationen im Netz gefunden werden. Grundlage für die Reihenfolge der angezeigten Ergebnisse ist ein Ranking-Algorithmus, der entscheidet, welche Internetseite in den Suchergebnissen ganz oben steht.

Das Ranking eines Ergebnisses hängt von verschiedenen Faktoren ab, die beispielsweise durch Suchmaschinenoptimierung (SEO Search Engine Optimization) beeinflussbar sind. So kann das bessere Auffinden von Webseiten durch das Einhalten von HTML-Standards und durch redaktionelle Optimierung von Inhalt, Überschriften oder Formatierungen erreicht werden. Darüber hinaus spielen aber auch Backlinks (Querverweise auf andere Internetseiten), die Menge der „Likes“ oder wie häufig sich der Inhalt einer Seite ändert eine Rolle. Entscheidend ist z. B. die Anzahl der Links, die auf eine Webseite verweisen, oder wie häufig ein Suchergebnis angeklickt wird. Ebenso sind bereits erfolgte Suchanfragen an dem Computer, von dem die Suche erfolgt, ausschlaggebend für die Suchergebnisse.

Nach welchen genauen Kriterien der Ranking-Algorithmus arbeitet, ist allerdings streng geheim, denn er ist das Kapital jeder Suchmaschine. Suchmaschinen entsprechen damit einer Bibliothekarin, die unkontrollierbar nach eigenen Kriterien und Gutdünken Bücher zuteilt bzw. entsprechend vorenthält und darüber keine Rechenschaft ablegt.

Suchmaschinen werden von kommerziellen Unternehmen betrieben. Ziel des Suchmaschinenanbieters ist es, sämtliche Kosten für die Betreuung der Suchmaschine zu refinanzieren und zusätzlich Gewinne zu erwirtschaften. Um dieses Ziel zu erreichen, setzen die meisten Anbieter auf den Verkauf von Anzeigenflächen. So werden meist am Rand Werbeanzeigen anderer Unternehmen angezeigt – passend zur Suchanfrage der Nutzerin oder des Nutzers. Auch die ersten Treffer einer Suchanfrage können solche Werbeanzeigen sein.

Nutzung

Funktionsweise

Algorithmus

Suchmaschinenoptimierung

Intransparenz

Werbung

Informationsplattformen im Internet

Informationsplattformen

Im Internet gibt es viele verschiedene Angebote, auf denen sich Nutzerinnen und Nutzer informieren können. Zu den bekanntesten Informationsplattformen gehören z. B. Webseiten, Nachrichtenportale, Blogs, Wikis, Online-Videoportale und Social-Media-Angebote. Für die Überprüfung der dort gefundenen Informationen ist es hilfreich, die Besonderheiten der jeweiligen Informationsplattformen zu kennen.

Webseite

Viele öffentliche Einrichtungen, Institutionen, Vereine oder Unternehmen und Privatpersonen haben eine eigene Webseite auf denen sie Inhalte veröffentlichen.

Sie nutzen Webseiten, um objektive Informationen bereitzustellen, aber auch um sich selbst möglichst positiv zu präsentieren. Häufig lässt sich dabei zwischen objektiven Informationen und subjektiven Selbstbeschreibungen keine klare Grenze ziehen. Wirtschaftsunternehmen nutzen Webseiten, um z. B. ihren Geschäftszweig, ihre Firmenphilosophie aber auch ihr Leistungs- und Produktportfolio sowie ihre Kooperationen vorzustellen. Hierbei wird auch eine gewisse Verkaufsabsicht verfolgt. Häufig finden Nutzerinnen und Nutzer in diesem Zusammenhang auch Online-Shops oder Links zu anderen Verkaufsportalen,

wo sie das beschriebene Produkt kaufen können. Für die Nutzerinnen und Nutzer bedeutet das, kritisch zu hinterfragen, welcher Betreiber bzw. Anbieter hinter einer Webseite steht, welche Interessen er verfolgt und wie er folglich Informationen aufbereitet und präsentiert.

Online-Videoportal

In einem Online-Videoportal können Nutzerinnen und Nutzer sowohl eigene Videos hochladen als auch die Videos anderer ansehen, bewerten und kommentieren. Online-Videoportale werden von den Nutzerinnen und Nutzern nicht nur zur Unterhaltung, sondern auch als Informationsquelle genutzt. Hier finden sie Informationsfilme, Produkttests, Erklärvideos und Tutorials – eingestellt von Privatpersonen, Unternehmen oder öffentlichen Einrichtungen. Neben objektiven Informationen finden sich hier auch subjektive Darstellungen. Außerdem enthalten Videos z. T. versteckte Produktwerbung: So werden Produktinformationen eingeblendet oder in einer Infobox unter dem Video werden sogenannte Affiliate-Links platziert, die auf Online-Shops weiterleiten. Dort kann z. B. das vorgestellte Produkt erworben werden. Für jeden Klick auf die Links und jeden Produktkauf gibt es dann Provision für den Clip-Anbieter. Nutzerinnen und Nutzer sollten daher Videos immer auf deren Absichten und auf die Verlässlichkeit und Unabhängigkeit der Information anhand weiterer Quellen prüfen.



Journalistisch recherchierte Informationen finden sich im Internet auf redaktionell betreuten Nachrichtenportalen z. B. von Tageszeitungen, Magazinen, öffentlich-rechtlichen und privaten Radio- und Fernsehsendern. Hier publizieren Medien nicht nur aktuelle Artikel, sondern veröffentlichen ihre Archive frei oder zugangsbeschränkt. Hierfür werden auch bereits offline veröffentlichte Inhalte online zugänglich gemacht.

Die subjektive Sichtweise ist ein zentrales Merkmal von Blogs. Allerdings bedeutet das nicht, dass ein Blog immer von einer Privatperson (Blogger) geführt wird, die eigene Texte, Fotos und andere Inhalte veröffentlicht. Auch professionelle Anbieter nutzen das Blogformat. Inzwischen haben etwa Tageszeitungen neben ihren Webseiten auch Blogs, in denen Inhalte veröffentlicht werden. Diese ergänzen ihre Berichterstattung durch subjektive Kommentare und Autorenmeinungen. Aufgrund der leichten Erstellung und Bedienung kann prinzipiell jeder zum Blogger werden. Greift ein Auszubildender bei seinen Recherchen auf Bloginformationen zurück, muss er bei seiner Informationsbewertung vor allem das Kriterium der Subjektivität berücksichtigen.

Social-Media-Angebote werden zunehmend auch als Informationsquelle genutzt. Den Grundstein dafür legen die Vernetzung und Kommunikation unter den Mitgliedern. Sobald Communitymitglieder Inhalte posten, teilen oder kommentieren, werden sie zum Informationsmultiplikator und die Vernetzungsstruktur der User wird zum Vertriebskanal für Informationen. Viele junge Erwachsene informieren sich über tagesaktuelle Nachrichten in Social-Media-Angeboten [4]. Viele Unternehmen und Medienhäuser vernetzen oder veröffentlichen ihre Inhalte daher zunehmend in den Communities, um von dieser Dynamik der Informationsverbreitung zu profitieren.

Auf sogenannten Wikis kann ebenfalls potenziell jeder Inhalte veröffentlichen und bearbeiten. Bei den Einträgen wird auf die Selbstkontrolle der Gemeinschaft gesetzt. Das gelingt natürlich nicht immer. So können z. T. falsche oder manipulative Informationen veröffentlicht werden oder die Inhalte können Werbung enthalten. Zu den seriösen Eigenschaften z. B. von Wikipedia gehört, dass ältere Versionen von Artikeln nachlesbar sind und Artikel klassifiziert werden (z. B. als „nicht ausreichend belegt“). Auf den dazugehörigen Diskussionsseiten kann auch über Artikel gestritten werden. Zudem haben sogenannte „Administratoren“ besondere Rechte und können Inhalte auch löschen (z. B. bei Gesetzesverstößen) oder für die Bearbeitung sperren (z. B. bei Auseinandersetzungen verschiedener Autoren).

Jugendliche nutzen viele dieser Informationsplattformen im Alltag. Über die Hälfte der Jugendlichen informiert sich anhand von Clips auf Online-Video-Portalen. Etwas weniger als die Hälfte greift auf Wikipedia oder vergleichbare Angebote zurück und knapp ein Viertel der Jugendlichen sucht nach Informationen auf Online-Nachrichtenportalen [3].

Nachrichtenportal

Blog

Social-Media-Angebote

Wikis

Genutzte Informationsplattformen

Verwendung fremder Inhalte

Fremde Inhalte **Auszubildende stoßen bei der Recherche** im Internet auf fremde Inhalte, die sie oftmals gerne verwenden möchten. Dazu gehören beispielsweise Texte aus einem Online-Fachbuch, Bilder von Maschinen, Landkarten, Stadtpläne oder Film- bzw. Videomaterial. Bei der Verwendung fremder Inhalte sind einige Aspekte zu beachten, v. a. allem wenn man sie erneut für Veröffentlichungen nutzen möchte.

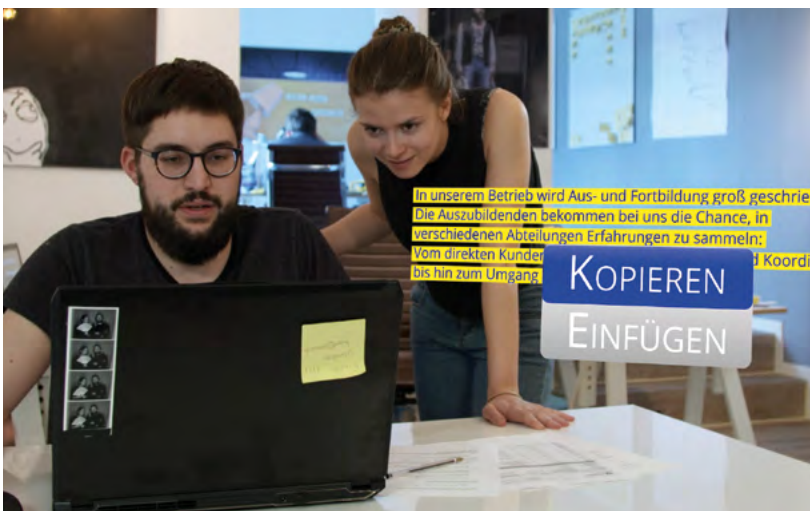
Urheberrecht **Besonders wichtig für die Verwendung** fremder Inhalte ist das Urheberrecht. Hat eine Person eine kreative Leistung erbracht, z. B. einen Text geschrieben, ein Bild gemalt oder fotografiert, ein Musikstück komponiert oder ein Video erstellt, ist sie Urheber des Werks. Das Urheberrecht schützt den Urheber davor, dass andere Personen seine kreativen Leistungen nutzen oder gar Geld damit verdienen können, ohne vorher zu fragen oder etwas zu bezahlen. Dieses Recht besteht, ohne dass dies beantragt oder erteilt werden muss. Nur der Urheber darf entscheiden, was mit seinen Werken passiert. Kreative Leistungen sind geistiges Eigentum des Urhebers und nur er verfügt über die Ausschließlichkeitsrechte (u. a. Nutzungs-, Verwertungs-, Vervielfältigungs- und Vorführungsrechte) an diesen. Grundsätzlich muss also vor der Verwendung eines Werks der Urheber gefragt werden und das Nutzungsrecht eingeholt werden.

Privatkopie **Das Urheberrechtsgesetz (UrhG)** legt auch fest, was eine Nutzerin oder ein Nutzer mit einem fremden Werk machen darf, ohne den Urheber zu fragen. Bei der privaten Nutzung in einem nicht-öffentlichen Rahmen gibt es z. B. die Ausnahme der Privatkopie: So dürfen z. B. von DVDs oder CDs bis zu sieben Kopien für Freunde und

Verwandte erstellt werden, sofern kein Kopierschutz vorhanden ist. Das Recht der Privatkopie umfasst allerdings keine Computerprogramme. Hier sind Kopien grundsätzlich nicht erlaubt.

Das Zitieren von Texten ist eine weitere Ausnahme. Informationen dürfen auch ohne Zustimmung des Urhebers verwendet werden, wenn sie als Zitat gekennzeichnet sind und die Quelle richtig angegeben wird. Als Faustregel gilt: Alles, was keine eigene geistige Leistung ist, gilt als fremde Autorenleistung und muss als Zitat kenntlich gemacht werden. Möchte man ein Zitat für eigene Ausarbeitungen verwenden,

so muss man sich außerdem mit dem Zitat erörternd auseinandersetzen, um den Zweck des Zitats in diesem Zusammenhang darzustellen. Auch sollte der Umfang des Zitats ein bestimmtes Maß nicht überschreiten.



Zu den wichtigsten Regeln des Zitierens gehören:

- » Anfang und Ende des Zitats durch Anführungszeichen kennzeichnen
- » originalgetreue Übernahme des Zitats (auch besondere Schreibweisen, Wortwahl)
- » Auslassungen durch eckige Klammer mit drei Punkten kennzeichnen
- » sämtliche abweichende Hervorhebungen/Veränderungen des Zitats durch einen Vermerk kennzeichnen (z. B. Hervorhebung durch den Verfasser)
- » Angabe der Quelle (Autor, Erscheinungsjahr, Seitenangabe, Text- oder Bildquelle)
- » Auseinandersetzung mit dem Zitat im eigenen Werk

Bei musikalischen Werken dürfen Cover-Versionen nur mit Einwilligung des Komponisten oder 70 Jahre nach dem Tod des Komponisten erstellt werden. Denn Urheberrechte erlöschen in der Regel 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers. Bearbeitungen wie Remixe und Mashups sind ausschließlich bei Verwendung im privaten Bereich legal. Sobald sie ins Netz gestellt werden, muss man die entsprechenden Urheberrechte beachten und die Genehmigung für die Verwendung – regelmäßig gegen Entgelt – erfragen. Zudem können auch Musikstücke zitiert werden. Die Nutzung ist dann zulässig, wenn einzelne kurze Stellen eines erschienenen Werkes in einem selbständigen Musikwerk angeführt werden. D.h. einzelne fremde Musikstücke dürfen in eigenen Kompositionen, z. B. als Hommage an den ursprünglichen Künstler, verwendet werden. Eine Nutzung fremder Musikstücke, auch einzelner Stellen, zur Untermalung eines eigenen Videofilms ist dagegen nicht ohne Zustimmung des Urhebers möglich.

Musik

Die Verwendung von nicht-selbsterstellten Bildern, z. B. aus dem Internet, unterliegt – wie oben bereits beschrieben – dem allgemeinen Urheberrecht. Fotos jeglicher Art sind geschützt: ob Kunstfotos, alltägliche Familienfotos, Fotos von Gebäuden oder Produktfotos – sofern von Menschen gemacht – sind alle vom Urheberrecht geschützt. Dies muss sowohl von Privatpersonen als auch von Unternehmen beachtet werden. Auch Veränderungen an fremden Fotos/Bildern dürfen nur mit Einwilligung des Urhebers vorgenommen werden. Ebenso sind Stadtplanausschnitte, z. B. für Anfahrtsbeschreibungen, Diagramme oder andere Grafiken geschützte Werke.

Bilder

Bei Bildern ist neben dem Urheberrecht zudem das sogenannte „Recht am eigenen Bild“ zu beachten. Es besagt, dass Fotos bzw. Videos nur mit Erlaubnis der Abgebildeten kopiert, verbreitet und veröffentlicht werden dürfen. Danach darf die Abgebildete oder der Abgebildete selbst entscheiden, ob und in welchem Rahmen ein Bild von ihm im Internet veröffentlicht werden darf. Dieses Recht am eigenen Bild gilt jedoch nur in eingeschränktem Maße. Ist eine abgebildete Person Teil einer größeren Menschenmenge, z. B. bei öffentlichen Veranstaltungen oder Demonstrationen, muss er die Veröffentlichung akzeptieren. Ist eine abgebildete Person nur zufällig auf einem Bild, weil etwas anderes fotografiert wurde, z. B. eine Sehenswürdigkeit, so darf dieses Bild auch ohne ihre Erlaubnis veröffentlicht werden.

Recht am eigenen Bild

**Videos verwenden
und einbetten**

Auch bei der Verwendung von Film- und Videomaterial gilt das Urheberrecht. So ist es nicht zulässig, fremde Videos im Internet herunterzuladen und in einem zweiten Schritt auf der eigenen Seite wieder online zu stellen. Möchte man ein fremdes Video auf der eigenen Webseite einbetten (Framing), so stellt dies in der Regel keinen Verstoß gegen das Urheberrecht dar. Da der Inhalt des Videos auf der eigenen Seite nur angezeigt wird, die eigentlichen Daten des Videos aber auf den Servern eines anderen Anbieters verbleiben, gilt dies nicht als Kopiervorgang. Allerdings stellt das Framing nur dann keine Verletzung von Urheberrechten dar, wenn der geschützte Inhalt mit Zustimmung des Rechteinhabers im Internet für alle zugänglich ist. Wenn z. B. ein Produktvideo vom Hersteller selbst auf einem Online-Videoportal hochgeladen und veröffentlicht wurde, so darf dieses Video ohne vorherige Zustimmung des Herstellers auf der eigenen Webseite eingebettet werden. Beim Framing von Videomaterial, das beispielweise kostenpflichtig oder in geschützten Gruppen für eine begrenzte Zielgruppe angeboten wird, gilt das nicht.

Verlinken

Das Verlinken auf Inhalte wie z. B. Videos unterliegt grundsätzlich nicht dem Urheberrecht, da dabei keine Kopie von den Inhalten gemacht wird. Handelt es sich jedoch um Inhalte, die jugendschutzrelevant oder strafbar sind, kann eine Verlinkung verboten sein.

**Urheberrechts-
verletzung**

Bei einer Weiterverbreitung von fremden Inhalten ohne die vorherige Zustimmung des Urhebers begeht man eine Urheberrechtsverletzung. Hierbei droht Privatpersonen aber auch Unternehmen meist eine Abmahnung, mit der Aufforderung eine Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung abzugeben, die mit größeren Kosten verbunden sein kann. In einem derartigen Fall ist es ratsam, umgehend darauf zu reagieren, da sonst eine Klage oder gar ein Strafverfahren drohen.

Freie Lizenzen

Um Urheberrechtsverletzungen zu vermeiden, sollte man möglichst alle Inhalte selbst erstellen oder Werke unter sogenannten freien Lizenzen verwenden. Darunter versteht man fremde Werke, die der Urheber unter einer freien Lizenz Nutzerinnen und Nutzern zur Verfügung stellt. Man muss also nicht beim Urheber nachfragen, ob man die konkreten Inhalte verwenden darf und über die Kosten verhandeln, sondern man darf das Werk unter Beachtung der bereits im Vorfeld vom Urheber festgelegten Lizenzbedingungen verwenden.

Ein Beispiel für freie Lizenzen sind die Creative Commons-Lizenzen (CC-Lizenzen). Diese basieren auf der Kombination von vier Rechtemodulen, die beschreiben, was erlaubt ist und was nicht:

CC-Lizenzen

- » Nennung des Urhebers (Kürzel „by“),
- » nicht-kommerzielle Nutzung des Werkes (Kürzel „nc“),
- » keine Bearbeitung des Werkes (Kürzel „nd“)
- » Weitergabe unter gleichen Bedingungen (Kürzel „sa“).

Der Urheber kann dabei mehrere Zeichen wählen und so individuelle Lizenzbedingungen festlegen, unter denen sein Werk verwendet werden darf.

Darstellung von Informationen

Informationen im Berufsalltag

In ihrem Lern- und Berufsalltag müssen Auszubildende immer wieder Informationen bzw. Arbeits- und Rechercheergebnisse für Dritte verständlich und anschaulich aufbereiten. Dabei gilt es, die Besonderheiten eines jeden Berufszweigs wie z. B. Fachbegriffe zu berücksichtigen. Aber auch grundsätzlich gibt es bei der Aufbereitung und Darstellung von Informationen einige Aspekte zu beachten.



Am Anfang steht die Frage, welche Informationen dargestellt werden sollen: Handelt es sich um die Vermittlung von Informationen über einen klaren einfachen Sachverhalt? Geht es um die Darstellung bestimmter Prozesse oder Abläufe? Müssen komplexe Zusammenhänge vermittelt werden?

Ein weiterer wichtiger Aspekt bei der Darstellung von Informationen ist die Zielgruppe. Also die Frage, für wen die Informationen aufbereitet werden: Für andere Auszubildende des gleichen Lehrjahres? Personen mit weniger Fachkenntnis? Für Kunden? Oder für den

eigenen Ausbilder? Die Frage nach dem bereits vorhandenen Wissen der Leserinnen und Leser/Zuhörerinnen und Zuhörer spielt somit eine wichtige Rolle.

Darstellungsformen

Diese beiden Fragen helfen dabei, die passende Darstellungsform auszuwählen. Grundsätzlich gibt es verschiedene Möglichkeiten. Diese reichen vom Text über die einfache Tabelle, Zeichnung oder Skizze bis hin zum komplexen Diagramm, Foto, Podcast oder Video. Grundsätzlich kann z.B. ein ausformulierter Text die gleiche Information transportieren wie z. B. ein Diagramm. Tabellen und Diagramme werden z. B. vorrangig genutzt, um statistische Angaben (vergleichend) darzustellen. Handelt es sich um Inhalte, die komplexe Sachverhalte wie Prozesse oder Abläufe beschreiben, bieten sich u. a. Zeichnungen oder Skizzen an.

Merkfähigkeit

Bei der Auswahl der Darstellungsform gilt es abzuwägen, wie die Aufmerksamkeit der Nutzerin oder des Nutzers stärker auf den entscheidenden, wichtigen Aspekt der Information gelenkt werden kann. Hierbei spielt die Anschaulichkeit eine wichtige Rolle. Sind Informationen gut aufbereitet, kann sich die Nutzerin und der Nutzer diese schnell einprägen.

Text

Bei der Ausarbeitung von beruflichen Informationen in Textform ist es wichtig, dass diese prägnant formuliert, logisch aufgebaut und gut strukturiert sind. Eine sachliche Sprache und fachlich richtige Begrifflichkeiten helfen den Leserinnen und Lesern bei der Einordnung, eigene Meinungen bzw. Vermutungen eher nicht. Das Verständnis der Leserinnen und Leser kann durch das Hinzufügen von Bildern unterstützt werden, wenn diese eindeutig zur Textstelle passen.

Das menschliche Gehirn nimmt Informationen am besten visuell wahr. Menschen können so in kurzer Zeit große Mengen an Information aufnehmen. Das Foto eines menschlichen Gesichts enthält viele unterschiedliche Informationen, die über eine verbale Beschreibung nicht so leicht zu transportieren sind. Deshalb werden Inhalte oft durch Bilder oder Grafiken visuell dargestellt. Eine Fotografie kann Aufmerksamkeit erzeugen und ggf. Emotionen transportieren. Bilder werden daher häufig verwendet, um innerhalb von Texten bestimmte Sachverhalte zu betonen. Grafiken beschränken sich meist auf einen wesentlichen Aspekt. Dies stärkt ihre Erklärungskraft.

Bild/Grafik

Eine Tabelle bietet in kurzer Form einen Überblick über detaillierte Informationen. Eine gute Struktur hilft dem Leser, die Informationen schnell zu erfassen. Dazu gehören v. a. aussagekräftige Überschriften für die Spalten und Zeilen. Die Verwendung von Hintergrundfarben für einzelne Spalten oder Zeilen kann ebenfalls zu einer besseren Lesbarkeit beitragen. Viele Tabellen werden durch einen Begleittext ergänzt, der auf die wichtigsten Aussagen hinweist.

Tabelle

Eine Mindmap ist ein Hilfsmittel, um komplexe Sachverhalte zu veranschaulichen. Sie wird auch genutzt, um prozessuales bzw. kreatives Denken abzubilden. Bei einer Mindmap werden Aufgaben, Begriffe und andere Elemente zueinander in Verbindung gesetzt und erschließen somit ein Themenfeld. Von einem zentralen Begriff aus werden Linien zu weiteren Begriffen gezogen. Diese sogenannten Zweige können weiter ausdifferenziert werden. So entsteht eine vernetzte Struktur und somit eine Ordnung und ein Bezug für unterschiedliche Begrifflichkeiten.

Mindmap

Ein Podcast ist eine Darstellungsform, die sich auf die auditive Ebene beschränkt. Er besteht meist aus mehreren Hörepisoden, die sich mit spezifischen Inhalten befassen. Neben Sprache kommen hier auch Geräusche und ggf. Musik zum Einsatz. Damit der Hörer dem Inhalt folgen kann, ist es wichtig, den Inhalt logisch zu gliedern und in einer sinnvollen Reihenfolge abzuarbeiten. Der aufgenommene Inhalt wird als Audio-datei bereitgestellt und kann somit vom Nutzer nur mit entsprechenden technischen Endgeräten genutzt werden. Häufig werden Podcasts auf entsprechenden Portalen im Internet bereitgestellt, auf denen die Nutzerin oder der Nutzer sie thematisch durchsuchen kann.

Podcast

Videos verbinden bewegtes Bild mit Ton, so dass umfassende und vielseitige Informationen darüber vermittelt werden können. Komplexe Sachverhalte, Zusammenhänge oder Abläufe sind darüber häufig gut darstellbar. Aber auch eine emotionale Ebene kann aufgegriffen werden. Bewegtbilder – wobei auch digitale Animationen darunter verstanden werden können – wirken durch ihre Anschaulichkeit sehr unmittelbar. Der Ton bzw. die Sprachebene unterstreichen und erklären die Bildebene. Somit ist die allgemeine Verständlichkeit von Videoinhalten in der Regel groß. Da Menschen grundsätzlich über ausgeprägte visuelle Sinne verfügen und die visuelle Ebene eine elementar wichtige Rolle bei der Aufnahme von Informationen spielt, fällt es vielen Nutzerinnen und Nutzern leicht, audiovisuelle Inhalte wahrzunehmen, zu interpretieren und zu verarbeiten. Durch Smartphones und Co. ist es inzwischen sehr einfach möglich, selbst Videos zu produzieren.

Video

Arbeitsmaterialien (Basis)

B1| Arbeitsblatt: Bewertungskriterien



Alle weiteren Materialien, die Sie zur Durchführung der Basis verwenden können, finden Sie im Internet unter:
www.medienfuehrerschein.bayern.

Name: _____

Klasse: _____

Folgende Bewertungskriterien helfen, um die Glaubwürdigkeit von Informationen und Quellen im Internet prüfen zu können.

Arbeitsblatt: Bewertungskriterien

Autor und Herausgeber

- » Ist erkennbar, wer hinter dem Inhalt steht? (z. B. Angabe des Autors, Fotografis, Anbieters)
- » Wo kann man Angaben zum Anbieter finden? (z. B. im Impressum; in Deutschland gibt es eine Impressumspflicht bei Webseiten)
- » Gibt es Kontaktmöglichkeiten?
- » Wird die Seite von einer bekannten oder unbekanntem Organisation/Person betrieben?
- » Wo wurde veröffentlicht? (z. B. auf einer redaktionell betreuten Webseite/in einem Forum mit auffälliger Internetdomain) ““



Gestaltung

- » Ist die Seite übersichtlich und verständlich gestaltet?
- » Wie wirkt die Aufmachung der Seite? (z. B. Farbe, Layout)
- » Gibt es Werbung und ist diese vom Inhalt getrennt?
- » Werden Rechtschreibung und Grammatik beachtet? (Hinweis: Nicht jede ausgewogene gestaltete Webseite muss automatisch seriös sein.) ““



Inhalt

- » Werden die vermittelten Informationen mit Quellenangaben belegt?
- » Auf welche Internetseiten verweist das Angebot?
- » Werden von Fotos, Ton- und Videomaterial Urheber bzw. Quellen genannt?
- » Sind die Informationen sachlich oder stark emotional dargestellt?
- » Wird die vertretene Meinung durch Fakten belegt oder werden nur Behauptungen aufgestellt?
- » Welche Ziele verfolgt das Angebot? (z. B. Befürwortung von Atomkraft, Befürwortung rechtsradikaler Gesinnung, Werbung für bestimmte Produkte) ““



Aktualität

- » Ist ein Datum vorhanden?
- » Wann wurde das Angebot zuletzt aktualisiert?
- » Wie aktuell sind die Themen? ““



Ergänzung I: Informations- plattformen im Internet

Ablauf des Unterrichts (Ergänzung I)

B2 | Arbeitsblatt: Eigene Nutzung



Alle weiteren Materialien, die Sie zur Durchführung der
Ergänzungen verwenden können, finden Sie im Internet unter:
www.medienfuehrerschein.bayern.

Ablauf des Unterrichts (Ergänzung I)

Inhalt **Die 1. Ergänzung** des Moduls vertieft das Thema Informationsplattformen im Internet im Hinblick auf die eigene Nutzung im privaten sowie im beruflichen Alltag. Dabei wird auch thematisiert, was beachtet werden muss, wenn fremde Inhalte aus dem Internet genutzt werden.

05 min.



1. Vielfalt von Informationsplattformen

1.1 Lassen Sie die Schülerinnen und Schüler zu Beginn des Unterrichts Plattformen im Internet sammeln, auf denen Informationen veröffentlicht werden können. Beispiele hierfür sind Webseiten, Blogs, Online-Videoportale und Social-Media-Angebote. Halten Sie die Stichworte an der Tafel fest.

Vorbereitung: »Information: Informationsplattformen im Internet«

20 min.



2. Eigene Nutzung im privaten und beruflichen Alltag

2.1 Regen Sie die Schülerinnen und Schüler dazu an, über ihre eigene Nutzung von Informationsplattformen im Internet zu reflektieren. Welche Angebote nutzen sie gerne und warum? Geht es z. B. um Informationsgewinnung oder eher um Unterhaltung? Wie nutzen sie die Informationsplattformen, z. B. auch um selbst Informationen zu veröffentlichen? Teilen Sie dazu den Reflexionsbogen »B2/ Arbeitsblatt: Eigene Nutzung« aus, den die Schülerinnen und Schüler entweder einzeln für sich ausfüllen oder als Partnerinterview bearbeiten. Sammeln Sie im Anschluss die Ergebnisse im Plenum. Gehen Sie dabei auf Unterschiede zwischen der privaten Nutzung und der Nutzung im beruflichen Kontext ein, z. B. ob hier unterschiedliche Angebote oder ob die gleichen Angebote unterschiedlich genutzt werden.

Material: Arbeitsblatt

20 min.



3. Verwenden fremder Inhalte

3.1 Fragen Sie die Schülerinnen und Schüler, was zu beachten ist, wenn Sie fremde Inhalte verwenden möchten, z. B. Texte, Bilder oder Videos. Gehen Sie dabei insbesondere auf das Verlinken, Übernehmen von Textpassagen und das Nutzen von Bildern und entsprechende rechtliche Regelungen ein. Diskutieren Sie gemeinsam, ob es unterschiedliche Regelungen für die private Nutzung und die meist kommerzielle Nutzung im beruflichen Kontext gibt.

Vorbereitung: »Information: Verwenden fremder Inhalte«

Webseiten, Online-Videoportale, Nachrichtenportale, Blogs, Social-Media-Angebote und Wikis - es gibt viele verschiedene Informationsplattformen.

Arbeitsblatt: Eigene Nutzung

Machen Sie sich mithilfe folgender Fragen Gedanken zu Ihrer Nutzung von Informationsplattformen in Ihrem privaten sowie beruflichen Alltag.

1. **Welche Angebote nutzen Sie häufig privat?** Notieren Sie jeweils auch eine kurze Begründung. Halten Sie auch kurz fest, wie Sie das Angebot nutzen.



2. **Welche Angebote nutzen Sie häufig beruflich?** Notieren Sie jeweils auch eine kurze Begründung. Halten Sie auch kurz fest, wie Sie das Angebot nutzen.



Ergänzung II: Darstellungsformen von Informationen

Ablauf des Unterrichts (Ergänzung II)
Diskussionsleitfaden: Text und Diagramm
B3| Arbeitsblatt: Balkendiagramm
B4| Arbeitsblatt: Text



Alle weiteren Materialien, die Sie zur Durchführung der Ergänzungen verwenden können, finden Sie im Internet unter: www.medienfuehrerschein.bayern.

Ablauf des Unterrichts (Ergänzung II)

Inhalt **Die 2. Ergänzung** des Moduls setzt sich mit unterschiedlichen Darstellungsformen von Informationen auseinander. Die Schülerinnen und Schüler beschäftigen sich mit den beiden Darstellungsformen Text und Diagramm. Anschließend besprechen sie Beispiele aus ihrem Berufsalltag, in denen ihrer Meinung nach Informationen gelungen dargestellt wurden.

05 min.



1. Darstellung von Informationen

1.1 Beginnen Sie den Unterricht mit einem „Blitzlicht“: Bitten Sie die Schülerinnen und Schüler, Darstellungsformen von Informationen zu nennen, die Ihnen im Alltag bei der Nutzung von Informationsquellen begegnen, z. B. Text, Tabelle, Skizze, Zeichnung, Grafik, Foto, Diagramm, Mindmap, Podcast, Video. Ergänzen Sie bei Bedarf fehlende Darstellungsformen. Fragen Sie, welche Darstellungsformen den Schülerinnen und Schülern aus ihrem beruflichen Alltag bekannt sind.
Vorbereitung: »Information: Darstellungsformen von Informationen«

10 min.



2. Text und Diagramm im Fokus

2.1. Teilen Sie die Schülerinnen und Schüler in zwei Gruppen ein. Die eine Hälfte erhält das Arbeitsblatt »B3/ Arbeitsblatt: Balkendiagramm« mit der grafisch dargestellten Statistik, die andere Hälfte bekommt das Arbeitsblatt »B4/ Arbeitsblatt: Text« mit dem dazu passenden Text. Ziel ist es, aus beiden Darstellungsformen die jeweiligen Kernaussagen herauszuarbeiten. Inhaltlich beschreiben beide Darstellungsformen die Ergebnisse der JIM-Studie aus dem Jahr 2017 zum Tätigkeitsschwerpunkt „sich informieren“ bei der Internetnutzung Jugendlicher. In Einzelarbeit notieren die Schülerinnen und Schüler die Kernaussagen auf dem Arbeitsblatt.

Material: Arbeitsblätter

Ergebnissicherung: Arbeitsblätter

05 min.



2.2 Sammeln Sie die erarbeiteten Kernaussagen im Plenum. Reflektieren Sie zusammen den Prozess der Informationserfassung, indem Sie beide Gruppen befragen: War es leicht, die Informationen zu entnehmen oder eher mühsam? Woran lag das? Welche Informationen konnten entnommen werden? Wo liegen Unterschiede? Legen Sie bei der Reflexion ein besonderes Augenmerk auf die Vorteile der jeweiligen Darstellungsform. Ergänzen Sie bei Bedarf die Ergebnisse.

Vorbereitung: »Diskussionsleitfaden: Text und Diagramm«

10 min.



3. Darstellungsformen für eigene Zwecke nutzen

3.1 Bei der Aufbereitung von Informationen für Dritte, z. B. bei der Präsentation von Arbeits- oder Rechercheergebnissen, ist es wichtig, die passende Darstellungsform für die entsprechende Zielgruppe und den jeweiligen Verwendungszweck zu wählen. Vergleichen Sie gemeinsam die im Blitzlicht gesammelten Darstellungsformen, z. B. in Hinblick auf Anschaulichkeit, Informationserfassung, Ansprechen verschiedener Sinne usw.

Vorbereitung: »Information: Darstellungsformen von Informationen«

- 3.2 Lassen Sie die Schülerinnen und Schüler anschließend nach Beispielen aus ihrem Berufsalltag suchen, in denen ihrer Meinung nach Informationen gelungen dargestellt wurden, und besprechen Sie die Fundstücke gemeinsam. Alternativ kann ein Sachverhalt aus dem Berufsalltag der Schülerinnen und Schüler ausgewählt und im Plenum eine geeignete Darstellungsform diskutiert werden. **15 min.**

Diskussionsleitfaden: Text und Diagramm

Folgende Übersicht kann Ihnen dabei helfen, die Nennungen während der Diskussion zu ergänzen:

Vorteile Diagramm

- » Wird in der Regel schnell wahrgenommen
- » Erzeugt hohe Aufmerksamkeit
- » Hohe Anschaulichkeit, v. a. bei Mengenverteilungen
- » Information auf einen Blick (Reduktion auf ausgewählte Indikatoren/Merkmale)
- » Platzsparende Informationsaufbereitung
- » ...

Vorteile Text

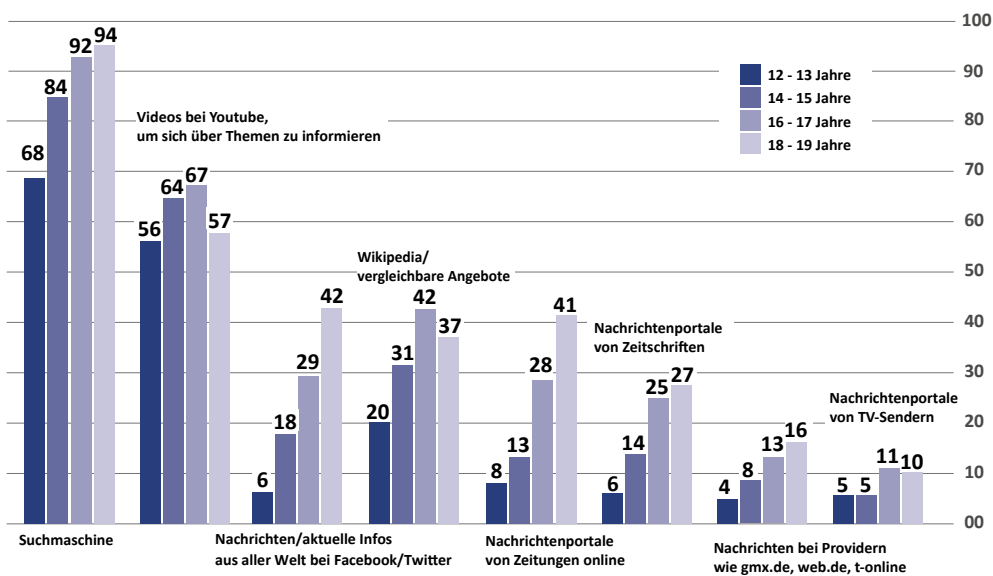
- » Vertiefende Darstellung von Argumenten und Begründungen
- » Wiederholung und Betonung von Aussagen möglich
- » Darstellung der zeitlichen Dimension möglich
- » Direkte Ansprache der Leserinnen und Leser möglich
- » ...

Das Diagramm zeigt, wie Jugendliche im Internet Informationen recherchieren.

Arbeitsblatt: Balkendiagramm

Lesen Sie die Daten aus dem Balkendiagramm und analysieren Sie diese: Notieren Sie sich stichpunktartig die Kerninformationen zur Internetnutzung von Jugendlichen.

Tätigkeiten im Internet – Schwerpunkt: sich informieren 2017 täglich/mehrmals pro Woche



Quelle: JIM-Studie 2017

Kerninformationen – Stichpunkte:



Anmerkungen:

Name: _____

Klasse: _____

Der Text beschreibt, wie Jugendliche im Internet Informationen recherchieren.

Arbeitsblatt: Text

Lesen Sie den Text über die Internetnutzung von Jugendlichen und notieren Sie sich die Kernaussagen stichpunktartig.

Tätigkeiten im Internet/am Computer – Schwerpunkt: sich informieren

Die Suchanfrage bei Google bzw. Suchmaschinen generell bleibt die Haupttätigkeit Jugendlicher, wenn es darum geht, sich im Internet zu informieren – 85 Prozent tun dies mindestens mehrmals pro Woche. Für knapp zwei Drittel sind Videos bei YouTube ein probates Mittel, um sich regelmäßig über Themen zu informieren, halb so viele suchen bei Wikipedia Hintergrundinformationen. Jeweils ein Viertel bezieht Nachrichten und aktuelle Informationen aus aller Welt über die Sozialen Netzwerke wie Facebook oder Twitter oder nutzt die Online-Ausgaben von Zeitungen, ein Fünftel die Nachrichtenportale von Zeitschriften. Auch die Online-Provider wie gmx, web.de oder T-Online erreichen mit ihrem Nachrichtenangebot regelmäßig jeden zehnten Jugendlichen. Nachrichtenportale der TV-Sender bilden das Schlusslicht.

Die Geschlechter unterscheiden sich hier wenig deutlich, wenngleich Jungen sich zu einem größeren Anteil bei YouTube über Themen informieren (65 %, Mädchen: 57 %) und die ins Netz verlängerten Printmedien Zeitung (28 %, Mädchen: 19 %) und Zeitschriften (21 %, Mädchen: 15 %) nutzen.

Quelle: JIM 2017

Kerninformationen – Stichpunkte:



Anmerkungen:

Weiterführende Information

Projektidee

Links

Quellenangaben



Projektidee

„Nur wenigen ist ihre Glaubwürdigkeit mehr wert als ihr Geld.“

Sallust, Römischer Geschichtsschreiber

Vorwissen

Im Rahmen des Unterrichts zum Thema Information und Informationsplattformen im Internet wurden die Auszubildenden mit der Spezifik von Online- und Offline-Quellen vertraut gemacht. Sie haben wichtige Aspekte hinsichtlich der Glaubwürdigkeit von Quellen erfahren und wurden dafür sensibilisiert, die Informationsrecherche im Internet stets mit Vorsicht und kritischem Blick vorzunehmen.

Vergleichsrecherche

Um die erlangten Kenntnisse zu vertiefen, erhalten die Auszubildenden eine zweiteilige Aufgabe. Der erste Teil besteht aus einer Informationsrecherche, der



zweite Teil aus der Aufarbeitung der gefundenen Informationen. Die Klasse wird in zwei Gruppen geteilt. Je nach Berufszweig wird ein Thema (z. B. Funktionsweise einer Maschine, Materialzusammensetzung eines Produkts etc.) gewählt. Gruppe 1 erhält die Aufgabe, für die Recherche ausschließlich Offline- und non-mediale Quellen zu nutzen. Gruppe 2 zieht für die Recherche nur Online-Quellen zu Rate. Während ihrer Recherchetätigkeit führen die Auszubildenden ein Rechercheprotokoll, in das sie folgende Aspekte notieren:

- » **Art der Quellen:** Welche Quellen (online/offline/non-medial) wurden genutzt?
- » **Zeitaufwand Medien/Quellenbeschaffung:** Wie hoch war der zeitliche und organisatorische Aufwand, um an die erforderlichen Quellen heranzukommen?
- » **Teamarbeit:** War eine flexible Arbeit im Team (orts- und zeitunabhängig) möglich?
- » **Aktualität der Quellen:** Weisen die Quellen einen aktuellen Stand auf?
- » **Glaubwürdigkeit:** Wie wurde die Glaubwürdigkeit der Quellen festgestellt?
- » **Zeitaufwand gesamt:** Wie viel Zeit wurde insgesamt für die Recherche benötigt?

Darstellung der Information

Im zweiten Teil der Aufgabe erarbeiten die Gruppen eine geeignete Darstellungsform (z. B. Infografik, Diagramm, Video, Text) ihrer Rechercheergebnisse, um diese der anderen Gruppe anschaulich zu präsentieren. Im Plenum werden die Arbeitsergebnisse verglichen und Vor- und Nachteile diskutiert.

Links

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Die Landeszentrale genehmigt und beaufsichtigt als eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland die privaten Hörfunk- und Fernsehangebote in Bayern. Im Aufgabenkatalog der BLM nimmt die Förderung von Medienkompetenz einen wichtigen Platz ein. Dabei steht nicht primär der Aspekt der Vermittlung technischen Wissens im Mittelpunkt, gefördert wird vielmehr die Kompetenz, Medien verantwortungsvoll zu nutzen.

» www.blm.de

Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)

Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) ist eine Einrichtung des Bundes zur Erforschung und Weiterentwicklung der beruflichen Aus- und Weiterbildung in Deutschland. Das BIBB identifiziert Zukunftsaufgaben der Berufsbildung, fördert Innovationen in der nationalen wie internationalen Berufsbildung und entwickelt neue, praxisorientierte Lösungsvorschläge für die berufliche Aus- und Weiterbildung.

» www.bibb.de

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) fördert mit dem Programm „Digitale Medien in der beruflichen Bildung“ die Entwicklung von digitalen Bildungsangeboten für die berufliche Aus- und Weiterbildung. Das BMBF ist Herausgeber des Onlineangebots www.qualifizierungdigital.de, das über den Einsatz digitaler Medien in der beruflichen Qualifizierung informiert.

» www.bmbf.de, www.qualifizierungdigital.de

Hans-Bredow-Institut

Medienvermittelte öffentliche Kommunikation – das ist das Forschungsgebiet des Hans-Bredow-Instituts für Medienforschung in Hamburg. Das unabhängige Forschungsinstitut untersucht die Einflüsse der Medien auf Alltag, Politik, Wirtschaft und Kultur, um Entwicklungen und Risiken im Medienbereich abzuschätzen und Handlungsoptionen zu entwickeln.

» www.hans-bredow-institut.de

klicksafe

Seit 2004 setzt klicksafe in Deutschland den Auftrag der Europäischen Kommission um, Internetnutzerinnen und Internetnutzern die kompetente und kritische Nutzung von Internet und neuen Medien zu vermitteln und ein Bewusstsein für problematische Bereiche zu schaffen. In Broschüren bietet klicksafe umfangreiche Informationen und Hinweise zur kompetenten Nutzung von Suchmaschinen.

» www.klicksafe.de

Quellenangaben

[1] Albrecht Ude: Recherche. Internet: <http://www.ude.de/recherche/>
[Stand: 27.01.2016]

[2] Dr. Harald Gapski: Schüler brauchen Informationskompetenz. Ein Interview im Rahmen der didacta 2010. Internet: <http://bildungsklick.de/a/71905/schueler-brauchen-informationskompetenz> [Stand: 27.01.2016]

[3] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.): JIM-Studie 2017 - Jugend, Information, (Multi-) Media. Internet: <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2017/> [Stand: 18.04.2018]

[4] Umfrage des Digitalverbands Bitkom, Internet: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-Fuenfte-nutzt-soziale-Netzwerke-als-Nachrichtenquelle.htm>
[Stand: 02.02.2016]

Impressum

Konzeption: Stiftung Medienpädagogik Bayern und Helliwood media & education
Autorinnen: Anja Monz, Steffi Weinert (Helliwood media & education)

Redaktion: Jutta Baumann, Jutta Schirmacher, Lina Renken, Michaela Stocker
(Stiftung Medienpädagogik Bayern)

Fachliche Unterstützung: Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB)
Satz/Layout: Helliwood media & education
Bildnachweis: Titelbild: [shutterstock.com/CandyBox](https://www.shutterstock.com/CandyBox) Images; S. 05: [shutterstock.com/Ollyy](https://www.shutterstock.com/Ollyy); S.50: [shutterstock.com/TijanaM](https://www.shutterstock.com/TijanaM); S. 20, 22, 24, 26, 30: Enrico Pallazzo Medienmanufaktur und eigene

3. überarbeitete Auflage, München 2018

Copyright: Stiftung Medienpädagogik Bayern
Unterstützt durch die vbw - Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.

Alle Rechte vorbehalten.