

I pay for it!

Finanzierungsformen von Medienangeboten und deren Folgen

Experimentelle Entwicklung eines Lernspiels für die Sekundarstufe 1

Marcel Mösch (PHSZ, Fachdidaktik Medien und Informatik, Masterarbeit, marcel.moesch@gmail.com)



Einleitung und Ziel

Die Schule soll kultur- und gegenstandsbezogene Erfahrungen ermöglichen. Finanzierungsformen von Medienangeboten und deren Folgen sind Teil des Lehrplans 21 (D-EDK, 2016, MI.1.2.i).

Mit einem kompetenzorientierten Lernspiel können die Lernenden ihre persönliche Finanzierung von Tertiär- und Quartärmedien in einer risikoarmen Umgebung simulieren und im Sinne eines „sachgerechten, selbstbestimmten, kreativen und sozial verantwortlichen Handelns“ (Tulodziecki, 2007, S. 108) für ihre Medienfinanzierung sensibilisiert werden.

Medienwissenschaftliche Basis

Die Nutzenden finanzieren die Medienangebote direkt mit Geld oder indirekt über Datenpreisgabe und Aufmerksamkeit für Werbung (Wirtz, 2006).

Medienpädagogische Basis

Das Spiel ist an alltagsorientierten und aufklärenden Bildungsansätzen (Süss et al., 2018) ausgerichtet. Von den vier Dimensionen der Medienkompetenz nach Baacke (1999) wird besonders die Vermittlungsebene der Medienkritik angesprochen.

Spieldesign - Exemplarisch

Medienangebote werden über Geld, Aufmerksamkeit für Werbung sowie Datenpreisgabe finanziert. Der Wert eines Medienangebots liegt zwischen null und neun. Eine Geld-Einheit entspricht CHF 50.00. Die Geldwerte werden auf der Basis von marktüblichen Produktpreisen für eine Nutzungsdauer von einem Jahr errechnet. Hardware wird amortisiert. Es ist auch berücksichtigt, dass bestimmte Fixpreise (z.B. Serafe-Gebühr) auf mehrere Personen (4) verteilt werden.

Die Festsetzung der Werte der Aufmerksamkeit für Werbung sowie Datenpreisgabe erfolgt mit Hilfe von je zwei Kategorien. Der entsprechende Wert ist die Summe der beiden Kategorien-Teil-Werte (siehe Bewertungskategorien der Datenpreisgabe unten).

Datenpreisgabe bei der Nutzung respektive beim Kauf	Teilwert 1
Stark vorhanden	5
Oft vorhanden	4
Teilweise vorhanden	3
Gering vorhanden	2
Kaum vorhanden	1
Nicht vorhanden	0

Geschätzter Wert für die personalisierte Werbung	Teilwert 2
sehr hoch	4
hoch	3
mittel	2
gering	1
Nicht vorhanden	0

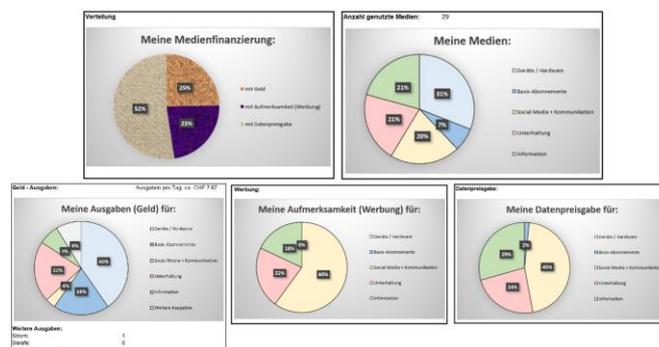
Einsatz des Spiels im Unterricht

Lektion 1: Spiel

Lektion 2: Medienkritische Diskussion zum Spiel

Beschreibung des Spiels

Die Lernenden spielen das Spiel aus Sicht der Mediennutzenden. Es stehen unterschiedliche direkt und indirekt finanzierte Medienangebote zur Verfügung. Die Lernenden sammeln die Medienangebote gemäss ihrer Präferenz. Während des Spiels werden die Lernenden zufällig mit unterschiedlichen Ereignissen konfrontiert. Die Spielhandlung wird mit Hilfe einer Excel-Datei dokumentiert. Es entsteht ein reduziertes Abbild der individuellen Medienfinanzierung. Dieses Abbild wird durch Auswertungsgrafiken präsentiert (siehe unten). Die Grafiken sind die Basis für eine medienkritische Diskussion in der Klasse.



Spielerprobung bei der Zielgruppe

Der Prototyp des Spiels wurde im Juni 2022 mit drei Schulklassen erprobt. Die 39 Lernenden wurden während des Spiels und bei der medienkritischen Diskussion beobachtet. Die Dokumentation erfolgte mit teilstrukturierten Beobachtungs- und Gesprächsprotokollen.

Haupterkenntnisse aus der Spielerprobung

1. Das Spiel funktioniert. Die Excel-Auswertung ist ein geeignetes Hilfsmittel für medienkritische Diskussionen.
2. Es braucht eine medienkritische Diskussion nach dem Spiel.
3. Ein Versuch der autodidaktischen Einleitung (Doppelseite DIN-A4) stiftete viel Verwirrung.
4. Eine Mehrheit der Lernenden wünscht sich, dass es beim Spiel Sieger:innen gibt.
5. Für die Arbeit mit dem Excel scheinen Laptops besser geeignet als iPads.
6. Die Lernenden finden das Thema interessant.

Literatur

Baacke, D. (1999). Medienkompetenz als zentrales Operationfeld von Projekten. In D. Baacke, S. Kornblum, J. Lauffer, L. Mikos & G.A. Thiele (Hrsg.), Handbuch Medien: Medienkompetenz. Modelle und Projekte. (31-35). Bundeszentrale für politische Bildung

D-EDK – Deutschschweizer Erziehungsdirektoren-Konferenz. 2016. Gesamtausgabe. Lehrplan 21 - von der D-EDK Plenarversammlung am 31.10.2014 zur Einführung in den Kantonen freigegebene Vorlage. Bereinigte Fassung vom 29.02.2016. <https://v-fe.lehrplan.ch/>

Süss, D., Lampert, C. & Wijnen, C. (2018). Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. (3. Aufl.). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19824-4>

Tulodziecki, G. (2007). Handlungs- und entwicklungsorientierte Medienpädagogik – theoretische Grundlagen, Umsetzungen und Forschung. In: W. Sesink, M. Kerres & H. Moser (Hrsg.), Jahrbuch Medienpädagogik 6. Medienpädagogik - Standortbestimmung einer erziehungswissenschaftlichen Disziplin. (102-117). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Wirtz, B. W. (2006). Medien- und Internetmanagement (5., überarb. Aufl.).