



Angewandte Linguistik
IAM Institut für Angewandte
Medienwissenschaft

Tik-Tok's für die Medienbildung

Wie können Tik-Toks' zur Medienbildung im Unterricht beitragen?
Workshop am Beispiel von Werkstücken von Studierenden für
Sekundarschüler:innen zum Thema Media und News Literacy.

Nadine Klopfenstein und Dr. Carmen Koch (IAM, ZHAW)



Ausgangslage

Smartphone als prägender Faktor des Medientumfeldes

- Fast alle Jugendlichen im Alter von 12-19 Jahren haben ein eigenes Handy (James Studie, 2024)
- Jugendliche müssen sich in einem von Informationen überfluteten Medientumfeld zurechtfinden (Messmer & Sägerlaub, 2020)
- Kognitive Lese- und Schreibprozesse müssen in digitale Umgebung übertragen und auf vielfältige Darstellungsformen angewendet werden können (Fastrez et al., 2022)

Dies ist insofern von Bedeutung, dass die Jugendlichen über die nötigen Medien- und Nachrichtenkompetenzen verfügen sollten, um sich über wesentliche politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen informieren zu können, um am öffentlichen Leben teilzunehmen und politische Entscheidungen fundiert zu treffen (Messmer & Sägerlaub, 2020).

Medien- und Nachrichtennutzung von Jugendlichen in der Schweiz

Aktuelle Studien

- Soziale Netzwerke wie Instagram, TikTok, Snapchat und WhatsApp sind unter Schweizer Jugendlichen sehr beliebt (James Studie, 2024)
- Im Durchschnitt sind Jugendliche 3 Stunden (am Wochenende 4,5 Stunden) pro Tag online (James Studie, 2024)
- Mehr als die Hälfte der Jugendlichen informiert sich über soziale Medien (James Studie, 2024)
- Soziale Medien dienen immer mehr der Unterhaltung und verlieren an Informationswert (Siegen & Schneider, 2024)
- Jugendliche empfinden die Auswahl der Nachrichten und die ständige Flut an negativen Informationen als belastend, was zu einem Vermeidungsverhalten führt, als Schutz vor negativen Emotionen (Autenrieth et al., 2023)
- Jugendliche haben Mühe Fake News zu erkennen (Tamboer et al., 2024)
- Jugendliche sollten in Nachrichtenkompetenz ausgebildet werden, damit sie lernen Inhalte zu analysieren und nach Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit zu bewerten (Kajimoto & Fleming, 2018)

Workshop: Storyboard

Frame	Text	Sound
Sandro läuft und wird frontal von der Kamera gefilmt, er redet mit der/in die Kamera	Sag mir dass du ein Critical Thinker bist ohne mir zu sagen dass du ein Critical Thinker bist - ich fange an	
Notification kommt aufs Handy, wir können Sandro entweder von Vorne oder der Seite filmen wie er das Handy hervornimmt	kein Text	Notification Sound Iphone
Wir Filmen aufs Handy, bestenfalls von hinten, das Video von Joelle als Fake-News Influencerin wird darauf abgespielt	Text Joelle	
Zoomen aufs Gesicht von Sandro, am Besten entgegengesetzte Perspektive wie Frame 2 Szene wird an einem anderen Ort gedreht als Frame 1 und 2 damit es sich von den anderen Szenen abhebt, dies macht das Video weniger statisch	"Schockierter Blick in die Kamera" Ein Moment, ich muss das kurz prüfen	Oh no no no sound, Panic Sound
Sandro in neuer Umgebung (z.B draussen oder am Tisch sitzend) ist an seinem Handy und tippt wild herum		Recherche/Detective sound
Sandro wird von hinten über den Rücken gefilmt (evtl. Zoom damit man den Text erkennt) und googelt etwas wie "Fact Checking/. geht die Welt wirklich morgen unter"		Recherche und Detective sound
Harter Schnitt oder Überblendung: Ana als Scientist guckt in Halbtotale Perspektive in die Kamera Ort: am Besten im Schulzimmer vor Wandtafel und Whiteboard	Glaub nöd alles wo du im Internet gsehsch, probier zum Bispil uf Suechmaschine wie Google anderi Quelle zfinde wo sglliche seged oder recherchier d'Hintergründ zu einzelne nachrichte	Irgend en Musig sound, Informercial Style

Input Tik-Tok-Dreh: How to do it (more or less) right?

Mit 3 Schritten zum Tik –Tok (Vor, während und nach dem Filmen)

1. Vor dem Filmen:

- Hautaussage definieren
- 3-5 ergänzende Aussagen
- Text kurz, knapp und unterhaltsam gestalten
- Drehfaktoren klären (Sequenzen definieren, Drehort, Darsteller, Materialien, Zeitaufwand)

2. Während dem Filmen:

- Ton und Bild testen
- Hochformat testen
- Safe Zone beachten
- Anmoderation
- Call-to-action
- Stimmungsbilder filmen

3. Nach dem Filmen:

- «Thumbstopper»
- 2-Sekunden-Regel
- Kürzen
- Caption
- Hashtag
- Sound

Kontakte

Nadine Klopfenstein Frei



Nadine Klopfenstein Frei

ZHAW Angewandte Linguistik
Institut für Angewandte Medienwissenschaft
Theaterstrasse 15c
8400 Winterthur

☎ [+41 \(0\) 58 934 62 28](tel:+410589346228)

✉ nadine.klopfensteinfrei@zhaw.ch

Dr. Carmen Koch



Dr. Carmen Koch

ZHAW Angewandte Linguistik
Institut für Angewandte Medienwissenschaft
Theaterstrasse 15c
8400 Winterthur

☎ [+41 \(0\) 58 934 77 64](tel:+410589347764)

✉ carmen.koch@zhaw.ch

Literatur

- Autenrieth, U., Fehlmann, F., & Künzler, M. (2023). Keine News und dann? Junge Erwachsene zwischen News Deprivation und Informationsorientierung. *medien & zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart*, 38(1), 5–19.
- Kajimoto, M., & Fleming, J. (2018). News Literacy. In J. Møller Hartley (Ed.), *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press.
- Külling-Knecht, C., Waller, G., Willemse, I., Deda-Bröchin, S., Suter, L., Streule, P., Settegrana, N., Jochim, M., Bernath, J., & Süss, D. (2024). JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2024.
- Fastrez, P., Lacelle, N., Bihl, J., Gladu, E., Delamotte, E., Delarue-Breton, C., Ronveaux, C., & Sutter Widmer, D. (2022). The Media Literacy of Teenagers. *Educare*(1), 71–104. <https://doi.org/10.24834/educare.2022.1.4>
- Messmer, A.-K., & Sänglerlaub, A. (2020). Verstehen, was ist. Auf dem Weg in die nachrichtenkompetente Gesellschaft.
- Siegen, D., & Schneider, J. (2024). *Jahrbuch Qualität der Medien 2024: Mediennutzung*. Schwabe Verlag.
- Tamboer, S. L., Vlaanderen, A., Bevelander, K. E., & Kleemans, M. (2024). Do You Know What Fake News Is? An Exploration of and Intervention to Increase Youth's Fake News Literacy. *Youth & Society*, 56(4), 774–792. <https://doi.org/10.1177/0044118X231205930>