

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Sozialkunde/Politik, Ausgabe: 2

Titel: Medien (42 S.)

Produktinweis zur »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe«

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus der »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe« der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG*. Den Verweis auf die jeweilige Originalquelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

- ▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 15 Jahren entwickeln erfahrene Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien für verschiedene Reihen der Ideenbörse.

- ▶ Informationen zu den Print-Ausgaben finden Sie [hier](#).

* Ausgaben bis zum Jahr 2015 erschienen bei OLZOG Verlag GmbH, München

Beitrag bestellen

- ▶ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Dokument bestellen** am oberen Seitenrand.
- ▶ Alternativ finden Sie eine Volltextsuche unter www.eDidact.de/sekundarstufe.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet. Eine Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien in Klassensatzstärke zu ziehen bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

- ▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@eDidact.de

✉ Post: Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG
E.-C.-Baumann-Straße 5 | 95326 Kulmbach

☎ Tel.: +49 (0)9221 / 949-204 | 📠 Fax: +49 (0)9221 / 949-377

<http://www.eDidact.de> | <https://www.bildung.mgo-fachverlage.de>

Sekundarstufe



MEDIENGRUPPE
OBERFRANKEN

FACHVERLAGE

3.2 Medien

Ulrike Seitz

Lernziele:

Die Schüler sollen

- die Funktionen von Massenmedien erkennen,
- ihren eigenen Umgang mit Medien kritisch reflektieren,
- verschiedene Zeitungstypen analysieren,
- private und öffentlich-rechtliche Sender unterscheiden,
- durch das Internet beförderte gesellschaftliche Entwicklungen diskutieren,
- die Bedeutung der Massenmedien für unsere Demokratie einordnen und dabei sowohl Möglichkeiten als auch Gefahren erkennen.

Didaktisch-methodischer Ablauf	Inhalte und Materialien (M)
<p>I. Ampelspiel zur Einführung</p> <p>Mit einem Ampelspiel, in dem Einstellungen zu und der Umgang mit Massenmedien abgefragt werden, soll zur Thematik der Einheit hingeführt werden.</p>	<p>→ Ampelspiel/M1 (Text)</p>
<p>II. Was sind Massenmedien?</p> <p>Mittels einer Tabelle wird geklärt, was Massenmedien sind und wie sie unterschieden werden können.</p> <p>Verschiedene Medien-Logos zeigen, wie viele verschiedene Medientypen uns heute umgeben. Die Schüler sollen eine erste Einschätzung der Seriosität verschiedener Medien vornehmen und deren Einfluss auf ihre eigene Willensbildung beschreiben.</p>	<p>→ Was sind Massenmedien?/M2a (Schülervorlage) mit Lösungen</p> <p>→ Medienflut heute/M2b (Folienvorlage)</p>
<p>III. Funktionen von Medien in der Demokratie</p> <p>Die drei Hauptfunktionen von Medien in der Demokratie (Information, Meinungs- und Willensbildung, Kritik und Kontrolle) werden behandelt, indem sie exemplarisch aus einem Zeitungstext „herausgefiltert“ werden.</p>	<p>→ Funktionen von Medien in der Demokratie/M3a (Text)</p> <p>→ Think Big – Die Bush-Kämpfer an der Ostsee/M3b (Text)</p> <p>Lösungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Information:</i> z.B. über Zahlen (18 Simultandolmetscher, 1.200 Leute im Gefolge von George W. Bush etc.); • <i>Meinungs- und Willensbildung:</i> z.B. Bewertung des Gipfels durch ehemalige Politiker (Giscard d’Estaing/ Helmut Schmidt); • <i>Kritik/Kontrolle:</i> z.B. Größe des Gipfels (Maßlosigkeit der USA wird angeprangert)

<p>IV. Umgang von Jugendlichen mit Massenmedien</p> <p>Mit einer Seite aus einem alten Fernsehprogramm (von 1979) und dem Vergleich mit einer aktuellen Fernseh-illustrierten kann aufgezeigt werden, wie sehr sich das Medienangebot und damit unsere Konsumgewohnheiten verändert haben.</p> <p>Die Schüler sollen eine Woche lang ein „Medientagebuch“ führen, um sich bewusst zu machen, wie stark ihr Alltag von Medien geprägt ist.</p> <p>Ihre eigenen Gewohnheiten sollen sie dann mit den Freizeitbeschäftigungen anderer Jugendlicher und mit dem Medienkonsum aller Bundesbürger vergleichen.</p>	<p>→ Umgang von Jugendlichen mit Massenmedien früher und heute – was hat sich verändert?/M4a (Text)</p> <p>→ Medientagebuch/M4b (Schülervorlage)</p> <p>→ Medienkonsum/M4c (Tabelle) → Zeitung verliert/M4c (Statistik)</p>
<p>V. Zeitungen</p> <p>Eine Zuordnungsaufgabe (Zeitungslogos zu Zeitungstypen) erschließt die verschiedenen Arten von Zeitungen (Lokalzeitung, überregionale Zeitung etc.) und deren jeweilige Gesamtauflage.</p> <p>In Gruppenarbeit werden verschiedene Zeitungstypen näher analysiert und dann verglichen.</p>	<p>→ Zeitungen/M5a (Tabelle, Schülervorlage) → Lösungen/M5b (Tabelle, Statistik)</p> <p>→ Medienvergleich: Tageszeitungen/M5c (Schülervorlage)</p>
<p>VI. Rundfunk/Fernsehen</p> <p>Aus einem Text können die Unterschiede zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern und die Argumente für und gegen Fernsehgebühren für die öffentlich-rechtlichen Sender herausgearbeitet werden.</p> <p>Die Höhe der Fernsehgebühren in Deutschland soll recherchiert und im Vergleich mit anderen Ländern diskutiert werden.</p> <p>Um die Unterschiede zwischen Privatsendern und öffentlich-rechtlichen Sendern nochmals zu verdeutlichen, sollen exemplarisch Nachrichtensendungen analysiert und verglichen werden.</p>	<p>→ Rundfunk/Fernsehen/M6a und b (Text)</p> <p>→ Fernsehgebühren im Vergleich/M6c (Statistik)</p> <p>→ Analyse von Nachrichtensendungen/M6d (Schülervorlage)</p>
<p>VII. Computer und Internet</p> <p>Die Daten der aktuellen Shell-Studie belegen, dass es unter Jugendlichen durchaus Unterschiede bezüglich der Zugangsmöglichkeiten zum Internet und den Nutzungsgewohnheiten gibt.</p>	<p>→ Computer und Internet/M7a (Statistik)</p>

<p>Das neuere Phänomen des „Second Life“ im Internet wird thematisiert und kritisch debattiert.</p> <p>Eine weitere kritische Entwicklung im Internet, das „Cyberbullying“, soll auf der Grundlage eines Textes besprochen werden, um die Schüler zu sensibilisieren.</p>	<p>→ „Second Life“ – Spielerei oder Gefahr?/M7b (Text) → Kinderpornografie in „Second Life“/M7b und c (Text)</p> <p>→ Cyberbullying/M7d und e (Text)</p>
<p>VIII. Medien als vierte Gewalt?</p> <p>In diesem Teil der Unterrichtseinheit wird kritisch hinterfragt, welche Rolle die Medien in unserer Demokratie spielen: Haben sie zu viel Macht? Anhand von drei Karikaturen können einführend verschiedene Aspekte einer Mediendemokratie kennengelernt werden (Abhängigkeit der Politiker von Medien und Umfrageergebnissen, Personalisierung des Wahlkampfes und Beeinflussbarkeit der Bürger durch Medien, Macht und Einfluss der finanzkräftigen Privatsender).</p> <p>Mithilfe einer Fallstudie zum „Watergate in Kiel“ in den 80er-Jahren kann gezeigt werden, wie groß der Einfluss der Medien ist und dass dieser durchaus auch Gefahren birgt.</p>	<p>→ Medien als vierte Gewalt?/M8a und b (Karikaturen)</p> <p>→ Der „Fall Barschel“/M8c (Foto) → Waterkantgate: „Beschaffen Sie mir eine Wanze“/M8d (Text) → Chronologie/M8e und f (Text) → Die offene Akte/M8g bis i (Text) → Lösungen/M8j (Tafelanschrieb) → Das Rätsel um Zimmer 317/M8k und l (Text)</p>
<p>IX. Medien und Meinungsfreiheit</p> <p>Der Konflikt zwischen Meinungs- und Pressefreiheit und Persönlichkeitsrechten wird durch einen konkreten Fall deutlich: Ein ehemaliger DDR-Offizier, jetzt erfolgreich bei der Bundespolizei, klagt gegen die Veröffentlichung seiner Vita.</p>	<p>→ Medien und Meinungsfreiheit/M9a und b (Text)</p>
<p>X. Wie weit dürfen Medien gehen?</p> <p>Eine sehr umstrittene Show im niederländischen Fernsehen, in der vermeintlich um eine Organspende „gekämpft“ wurde, wirft die Frage auf, was Medien „dürfen“ und wo Grenzen liegen sollten.</p>	<p>→ Wie weit dürfen Medien gehen?/M10 (Text)</p>
<p>XI. Meinungskarussell zum Abschluss</p> <p>Am Ende der Einheit sollen die Schüler selbst Position ergreifen zu der Frage, ob Medien zu viel Einfluss auf unser Leben haben.</p>	<p>→ Haben Medien zu viel Einfluss auf unser Leben?/M11 (Meinungskarussell)</p>

Tipp:

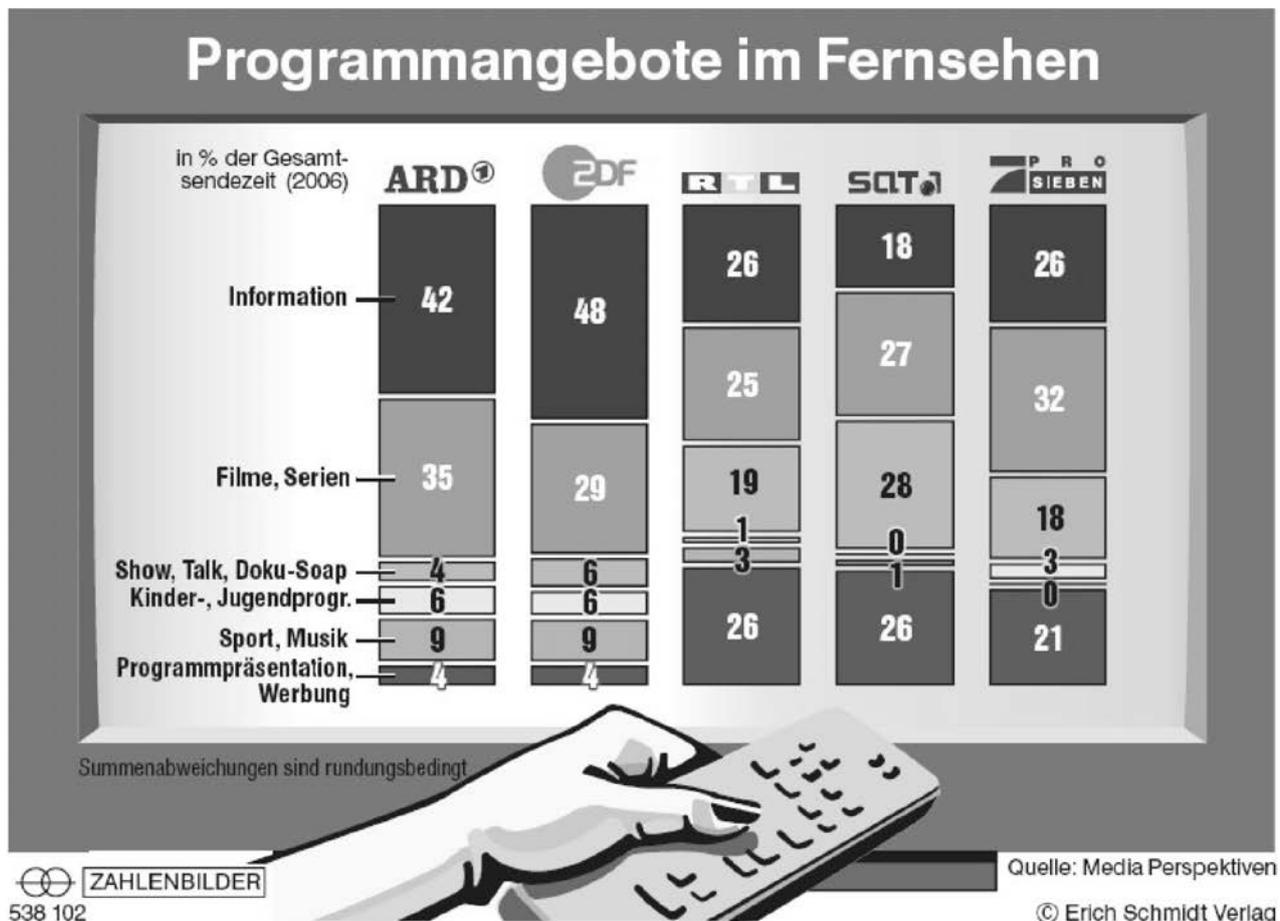
- Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2006
- Kepplinger, Hans Mathias: Die Mechanismen der Skandalierung. Die Macht der Medien und die Möglichkeiten der Betroffenen – mit aktuellen Beispielen, Olzog Verlag, München 2005, ISBN 978-3-7892-8148-8, EUR 18,50
- Kübler, Hans-Dieter/Elling, Elmar (Hrsg.): Wissensgesellschaft. Neue Medien und ihre Konsequenzen, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2004
- Meyn, Hermann/Chill, Hanni: Massenmedien in Deutschland, UVK Verlag, Konstanz 2004
- Puppis, Manuel: Einführung in die Medienpolitik, UTB Verlag, Stuttgart 2007

Anmerkungen zum Thema:

Sie sind täglich um uns, wir benutzen sie, sie beeinflussen uns – häufig, ohne dass wir das bemerken: die Massenmedien. Darunter versteht man all die technischen Mittel, die uns Massenkommunikation durch Bild, Schrift und/oder Ton ermöglichen. Weitere Charakteristika von Massenmedien sind, dass sie allgemein zugänglich sind (in Deutschland hat z.B. praktisch jeder Zugang zu einem Fernsehgerät) und dass sie sich an ein großes, weit verstreutes Publikum wenden (z.B. ein Rundfunksender wie die ARD).

Man unterscheidet zwischen **auditiven Medien** (z.B. Hörfunk), **audiovisuellen Medien** (z.B. Fernsehen), **Printmedien** (z.B. Zeitung) und „**Neuen Medien**“ (z.B. Internet).

Alle Medien sind mehr oder weniger stark einem steten Wandel unterworfen.



Während es z.B. vor 30 Jahren im Bereich des Fernsehens in Deutschland nur die öffentlich-rechtlichen Sender gab, kamen in den 80er-Jahren Privatsender auf, und heute ist die Fernsehwelt ohne sie gar nicht mehr denkbar.

Trotzdem werden **Privatsender** und **öffentlich-rechtliche Sender** weiterhin unterschiedlich behandelt: Die öffentlich-rechtlichen Sender haben das „Gebührenprivileg“, während sich die Privatsender ganz aus Werbeeinnahmen finanzieren müssen. Dies wird unter anderem vom Bundesverfassungsgericht damit begründet, dass die öffentlich-rechtlichen Sender eine „Grundversorgung“ sichern müssen und stärker als die Privatsender für eine objektive Berichterstattung zuständig sind. Die Privatsender und auch Wettbewerbshüter auf europäischer Ebene sehen in dieser Ungleichbehandlung allerdings eine Benachteiligung im Wettbewerb.

Der **Zeitungsmarkt** (aufgeteilt in Lokalzeitungen, überregionale Zeitungen, Wochen- und Sonntagszeitungen sowie die Boulevardblätter) hat in den letzten Jahrzehnten zunehmend das Problem, dass sowohl Rundfunk als auch Internet in der Lage sind, aktueller zu berichten. Viele Zeitungen kämpfen mit sinkenden Leserzahlen und geringeren Werbeeinnahmen.

Computer und **Internet** sind dagegen weiterhin auf der „Gewinnerseite“. Es sind neben allen Vorteilen, die dieses schnelle und vielfältige Medium bietet, aber auch die Nachteile und Gefahren nicht zu unterschätzen: Jeder kann hier fast alles publizieren, die Wahrung von Persönlichkeitsrechten ist nicht gewährleistet, es gibt nur schlechte Möglichkeiten der Überprüfung, vieles ist unübersichtlich etc.

Natürlich haben Medien die Aufgabe, die Menschen zu unterhalten. In einer Demokratie kann das aber nicht die einzige Funktion sein: Medien müssen die Menschen informieren, so dass sie wichtige Zusammenhänge in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft erkennen können (**Informationsfunktion**). Sie müssen die Menschen weiterhin in die Lage versetzen, sich selbst eine Meinung zu bilden, indem sie verschiedene Interessen darstellen (**Meinungs- und Willensbildungsfunktion**). Schließlich sollen Medien dabei helfen, Missstände aufzudecken, indem sie darüber berichten (**Kritik- und Kontrollfunktion**).

Es ist wichtig und positiv, dass Medien ihre Aufgaben in der Demokratie wahrnehmen. Artikel 5 unseres Grundgesetzes garantiert deswegen auch die **Presse-, Meinungs- und Informationsfreiheit**.

Aus dem starken Einfluss der Medien können sich aber auch Schwierigkeiten ergeben. Da die Massenmedien großen Einfluss auf die Meinungsbildung der Menschen haben, sind Politiker **von den Medien abhängig**. Sie sind darauf angewiesen, dass die Medien sie positiv darstellen und dass sie in Meinungsumfragen, die über die Medien publiziert werden, gut abschneiden. Nur so können sie die nächste Wahl gewinnen. Häufig bestimmt deswegen kurzfristiges Denken die Politik.

Medien sind die Instanz, die „**filtert**“, was vom tatsächlichen Weltgeschehen bei den Menschen ankommen soll. Sie können Schwerpunkte setzen, Themen aufbauen und damit bestimmen, was diskutiert wird – das sogenannte „Agenda-Setting“.

Sie können **emotionalisieren**, je nach Text- und Bildauswahl sogar manipulieren. Bedenklich wird dies vor allem dann, wenn es zu verstärkten Konzentrationsentwicklungen im Medienbereich kommt, also verschiedene Medien „aus einer Hand“ stammen und Gegenstimmen kaum mehr gehört werden.

Man kann sich also schon die Frage stellen, wer denn die Medien kontrolliert, die wiederum die Politik kontrollieren sollen, und ob es nicht gefährlich ist, neben Legislative, Exekutive und Judikative mit den Medien eine „vierte Gewalt“ zu haben, die im Gegensatz zu den anderen Gewalten nicht demokratisch legitimiert ist.