

2.2 MEINUNGSBAROMETER



LERNZIELE

Die SchülerInnen tauschen sich über ihre Einstellungen und Erfahrungen zur Funktion von Medien in der Gesellschaft aus. Sie vergegenwärtigen sich ihre eigenen Standpunkte und lernen neben den Meinungen ihrer MitschülerInnen die Funktionen von Medien in der Demokratie kennen. Daraus können sie Vorgänge und Schwierigkeiten der Medienarbeit ableiten.



DIDAKTISCH-METHODISCHER KOMMENTAR

Die Methode ist für diskussionsfreudige Klassen eine Alternative zur Übung 2.1 „Stille Diskussion“. Sie eignet sich als Einstieg in das Thema „Funktionen von Medien in der Demokratie“, da sie einen persönlichen und biographischen Zugang ermöglicht. Dieser erleichtert den thematischen Bezug, weil die SchülerInnen Zusammenhänge mit ihrer Lebenswelt erkennen.

Bei einer Gruppengröße ab 20 Personen empfehlen wir die Methode 1.4 „PartnerInneninterview“, damit alle gleichzeitig involviert sind. Falls die SchülerInnen noch keine Grundkenntnisse zum Thema Massenmedien haben, bearbeiten Sie mit ihnen zur Vorbereitung die Methode 1.5 „Definition von Massenmedien“. Die unten angeführten Thesen sind ein Vorschlag und können beliebig gekürzt oder erweitert werden.



ABLAUF

In der Mitte des Raums liegt deutlich sichtbar eine Skala mit den Feldern „Ich stimme ganz zu“ auf der einen Seite, „ich bin neutral / weiß nicht“ in der Mitte und „ich stimme überhaupt nicht zu“ auf der anderen Seite.

Anschließend lesen Sie die Thesen mit kleinen Diskussionspausen der Reihe nach vor. Die SchülerInnen stellen sich an den Punkt auf der Skala, der für sie im Hinblick auf die These zutrifft. Es ergibt sich eine Klassenverteilung entlang der Antwortmöglichkeiten. Die SchülerInnen können sich einen Moment lang umschauen und wahrnehmen, wo sich die Anderen positioniert haben. Befragen Sie nun einzelne SchülerInnen mit unterschiedlichen Positionen nach den Gründen für ihre Wahl. Wenn keine neuen Argumente mehr eingebracht werden, lesen Sie die nächste These vor. Am Ende können Sie im Klassenverbund eine Gesamtauswertung mit den anschließenden Fragen durchführen.



BEDINGUNGEN

Zeit:

ca. 20 Minuten

TeilnehmerInnen:

7-20 ab Klassenstufe 8

Raum:

Die SchülerInnen sollten sich für die Positionierung möglichst frei im Raum bewegen können.

Material:

Eine auf den Boden geklebte Skala (zum Beispiel aus Kreppband) mit den im Ablauf beschriebenen Feldern, Ausdruck der Thesen

2.2 MEINUNGSBAROMETER



AUSWERTUNG

- 1** Bei welcher These gab es die größte Übereinstimmung in der Klasse?
- 2** Bei welcher Frage gab es die größte Meinungsverschiedenheit?
- 3** Wessen Meinung fandet Ihr überzeugend, auch wenn es nicht Eure eigene war?
- 4** Würdet Ihr Euch bei einem zweiten Durchgang wieder auf die gleichen Stellen begeben oder bei welcher These würdet Ihr Euch woanders hinstellen?



2.2 MEINUNGSBAROMETER

THESEN

- Die Menschen hatten schon immer Medien.
- Wir brauchen die Medien, um uns in der Welt zurecht zu finden.
- Niemand braucht Medien, um sich eine Meinung zu bilden.
- Die Massenmedien sorgen dafür, dass alle Meinungen geäußert werden können.
- Die Massenmedien schreiben, was die Politik will.
- Die Nachrichten zeigen nur das, was die Menschen sehen wollen.
- Bei Zeitungen geht es nur um den Verkauf, nicht um seriöse Berichterstattung.
- Berichte über Skandale verkaufen sich am besten.
- In Tageszeitungen sind alle Meinungen und Interessen gleichberechtigt.
- Medien und Massenmedien sind das Gleiche.
- Die Medien manipulieren unsere Meinungen.
- Medien sind daran schuld, dass es Gewalt und Kriege gibt.
- Medien produzieren Vorurteile.
- Die meisten Medien sind zur Unterhaltung da, nicht um uns zu informieren.
- Das Internet ist das beste Nachschlagewerk für alles.
- Medien sind hilfreich, um auf Probleme in der Gesellschaft hinzuweisen.
- JournalistInnen, die in Deutschland Korruption und Unrecht aufdecken, sind gefährdet.
- In Zeitungen darf alles geschrieben werden, denn es gibt das Recht auf freie Meinungsäußerung.
- Medien fördern die Demokratie, weil sich alle einbringen können.
- Medien sind gefährlich, weil radikale Gruppen sie nutzen, um an Einfluss zu gewinnen.