



# Mediatisierung Medien

Niveau I

Ziel	Die Schülerinnen und Schüler erkennen, wie der Inhalt einer Titelseite entsteht.
Kompetenzen	<p>Raster 1.1: Der Schüler, die Schülerin kann aktuelle politische Themen und Ereignisse mit Unterstützung der Lehrperson erkennen und verstehen.</p> <p>Raster 3.2: Der Schüler, die Schülerin erkennt unterschiedliche Wertvorstellungen in der Klasse, in der Gesellschaft.</p> <p>LP21, methodische Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler können Fachausdrücke und Textsorten aus den verschiedenen Fachbereichen anwenden.</p> <p>LP21, methodische Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler können die Qualität und Bedeutung der gesammelten und strukturierten Informationen abschätzen und beurteilen.</p> <p>LP21, methodische Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler können die Ereignisse in unterschiedlichen Darstellungsformen wie Mindmap, Bericht, Plakat oder Referat aufbereiten und anderen näher bringen.</p> <p>LP21, fächerübergreifendes Thema: Politik, Demokratie, Menschenrechte</p> <p>LP21, ICT und Medien: Die Schülerinnen und Schüler können Medien beschreiben sowie deren individuelle und gesellschaftliche Funktion und Bedeutung erklären.</p> <p>LP21, ICT und Medien: Die Schülerinnen und Schüler können Wirkungen der Medien auf sich erkennen und diese bei der Steuerung der Mediennutzung einbeziehen.</p>
Material	<p>Arbeitsblätter 1 und 2, Vorlagen 1 bis 7, Papierbögen A3</p> <p>Magnete/Klebstreifen, Scheren, Leim</p> <p>Tageszeitungen (Abonnementszeitungen, Gratiszeitungen)</p> <p>Internetanschluss</p> <p>Leere Papierstreifen</p> <p>Titelseiten aus der aktuellen Tagespresse</p>
Sozialformen	Einzelarbeit, Partnerarbeit, Plenum



Methoden	Priorisierung, Vergleich, Diskussion
Zeit	3-4 Lektionen
Inhalt	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kommentar für Lehrperson</li><li>2. Unterrichtseinheit</li><li>3. Weiterführende Literatur</li><li>4. Arbeitsblätter (separate Dokumente)</li></ol>



## 1. Kommentar

---

In der heutigen Gesellschaft spielen Medien eine tragende Rolle. Sie expandieren rapide, durchdringen viele gesellschaftliche Bereiche und bilden neue Medientypen heraus. Ob Zeitungen, TV, Radio oder Onlinemedien, sie alle sind ein fixer Bestandteil in der Alltagswelt von Jung und Alt.

Waren Massenmedien früher hauptsächlich Parteiorgane, so stellen sie heute wirtschaftliche Grossunternehmen dar, die sich an den Marktbedingungen orientieren. Ihre Ware sind die Nachrichten, die zahlungskräftigen Publika angeboten werden soll.

Unter dem starken Konkurrenzdruck dürfen jedoch die Grundfunktionen der Medien in einer Demokratie nicht verloren gehen. Sie müssen informieren, eine Grundlage zur Meinungsbildung liefern, kritisieren und kontrollieren.

### **Medienrealität**

Medien sammeln Nachrichten, wählen Nachrichten aus, bewerten und veröffentlichen sie und konstruieren damit eine Medienrealität, aus der die Vorstellung von Wirklichkeit hervorgeht. So können Bürgerinnen und Bürger beispielsweise das politische Geschehen häufig nur über die Medien wahrnehmen. Durch die Konstruktion einer Medienrealität entwerfen die Medien auch ein Weltbild, das den Mediennutzenden entgegen kommt. Der Medienkonsum beeinflusst demnach das eigene Weltbild, und dieses kann wiederum eine Rückwirkung auf gesellschaftliche und politische Entscheidungen haben.

Auch Kinder und Jugendliche werden durch die Medien geprägt, zudem begegnen sie in Unterhaltungsformaten häufig auch politischen Medieninhalten.

### **Mediatisierung**

Die Medien bewegen sich in einem ständigen Zusammenspiel mit anderen Systemen, z.B. mit demjenigen der Politik, der Wirtschaft oder des Sports. Die durch die Medien verursachte Veränderung dieser Systeme wird Mediatisierung genannt. Mediatisierung steht für die Tatsache, dass Medien die Gesellschaft verändern – und zwar mehr als früher und mehr als andere Antriebskräfte.

Wie sieht das Verhältnis von Politik und Medien unter den Bedingungen einer modernen Mediengesellschaft aus?

Im wissenschaftlichen Diskurs wird der Interaktion zwischen Medien und dem System Politik grosse Aufmerksamkeit geschenkt. Denn insbesondere das System Politik ist auf Publizität und Medienöffentlichkeit und folglich auf die Medien angewiesen. Häufig ist die Rede von einer von den Medien beeinflussten Politik, einer medialisierten Politik. Es wird gefragt, wie die Medien die Politik, das politische Handeln darstellen, wie sie die Politik beeinflussen und welche Folgen dies für die Gesellschaft haben kann.

### **Nachrichtenfaktoren als Selektionskriterium**

Welche (politischen) Ereignisse werden zu Nachrichten? In der Fülle von täglichen Ereignissen sind Selektionsverfahren zur Auswahl der



Nachrichten zwingend notwendig. Aus der Nachrichtenforschung wird häufig die Theorie der Nachrichtenfaktoren beigezogen, um die Auswahl von Nachrichten zu erklären. Demnach finden Nachrichten Eingang in die Medienarena, wenn sie einen oder mehrere Nachrichtenfaktoren erfüllen, wie z.B. Gewalt, Erfolg oder Kontroverse (siehe Kasten Seite 4).

Je stärker die Ausprägung eines Nachrichtenfaktors ist und je mehr Faktoren auf ein Ereignis zutreffen, desto grösser wird die Wahrscheinlichkeit, dass das Ereignis zu einer Nachricht wird.

Die Zuordnung der Nachrichtenfaktoren zu Ereignissen verläuft aber nicht objektiv. Die Vorstellungen, Motive, Stereotypen und Vorurteile der Medienschaffenden fliessen mit ein in die Wahl. Zudem leiten der begrenzte Platz in einer Zeitung oder in einer Nachrichtensendung, organisatorische Strukturen, Regeln des Medienhauses, Rechercheroutinen etc. die Selektion.

Die Orientierung der Journalisten an Nachrichtenfaktoren hat zur Folge, dass Ereignisse mit Kontrovers- oder Konfliktcharakter häufiger in den Medien vorkommen und/oder oberflächlich dargestellt werden. Damit geben die Medien ein episodisches, sehr fraktioniertes Bild der Wirklichkeit wieder.

### **Personen und Emotionen in Privat- und Onlinemedien**

Für die Medienarena Schweiz ist zu beobachten, dass Abonnementszeitungen sowie die öffentlichen audiovisuellen Medien (Radio und TV) eine fundierte Berichterstattung liefern, hingegen die Boulevard- und Gratiszeitungen, die Privatsender und Onlinemedien Themen aus Politik, Wirtschaft und Kultur stark personalisierend, privatisierend und emotionalisierend aufbereiten. Eine vielfältige und relevante Berichterstattung wird in diesen Medien nur sehr beschränkt angeboten. Hier

stellt sich die Frage, inwieweit die eingangs formulierten Grundfunktionen der Medien gewährleistet sind.

### **Mediatisierung in der Demokratie**

Medien verändern die Politik und werden sie auch weiterhin verändern. Ihnen kommt nicht mehr nur die Politikvermittlung zu, sie wurden auch selbst zu einem Bestandteil des Politikprozesses.

Die Mediengesellschaft fördert ein politisches Verhalten der Bürgerinnen und Bürger, das mobiler, flexibler, instabiler und unberechenbarer wird. Zudem gewichtet die Gesellschaft diejenigen Geschehnisse als wichtig ein, die medial gerade grosse Beachtung finden. Dies muss nicht notwendigerweise mit dem identisch sein, was politisch geboten ist.



**Der Nachrichtenwert eines Ereignisses ist umso grösser,**

- je mächtiger die beteiligte(n) Nation(en).  
> **ELITE-NATION**
- je mächtiger die beteiligte(n) Institution(en) oder Organisation(en).  
> **ELITE-INSTITUTION**
- je mächtiger, einflussreicher, prominenter die beteiligte(n) Person(en).  
> **ELITE-PERSON**
- je mehr offene Konflikte oder Gewalt vorkommen.  
> **AGGRESSION**
- je kontroverser das Ereignis oder Thema.  
> **KONTROVERSE**
- je stärker allgemein akzeptierte Werte oder Rechte bedroht sind.  
> **WERTE**
- je ausgeprägter der Erfolg oder der Fortschritt.  
> **ERFOLG**
- je grösser die Tragweite des Ereignisses.  
> **TRAGWEITE**
- je mehr das Ereignis persönliche Lebensumstände oder Bedürfnisse Einzelner berührt.  
> **BETROFFENHEIT**
- je näher das Geschehen in geographischer, politischer, kultureller Hinsicht.  
> **NÄHE**

- je stärker die Beteiligung oder Betroffenheit von Angehörigen der eigenen Nation.  
> **ETHNOZENTRISMUS**
- je mehr emotionale, gefühlsbetonte Aspekte das Geschehen hat.  
> **EMOTIONALISIERUNG**
- je stärker die Affinität des Ereignisses zu den wichtigsten Themen der Zeit.  
> **THEMATISIERUNG**
- je eindeutiger und überschaubarer der Ereignisablauf.  
> **STEREOTYPIE**
- je mehr das Ereignis vorherigen Erwartungen entspricht.  
> **VORHERSEHBARKEIT**
- je mehr der Ereignisablauf der Erscheinungsperiodik der Medien entspricht.  
> **FREQUENZ**
- je ungewisser, offener der Ereignisablauf.  
> **UNGEWISSHEIT**
- je überraschender das Ereignis eintritt oder verläuft.  
> **ÜBERRASCHUNG**

Tab.: Nachrichtenfaktoren (Schulz 2008:90)

**Literatur:**

**Schulz, Winfried** 2008: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.



## 2. Unterrichtseinheit

---

### Informationen

Im Zusammenhang mit der politischen Kommunikation von Medien soll es Ziel sein, den Schülerinnen und Schüler aufzuzeigen, wie unterschiedliche Medien mit Themen umgehen und welche Folgen dies für sie als Leserinnen und Leser haben kann.

Folgende Fragen sollen im Zentrum stehen:

- Nach welchen Regeln funktionieren die Medien? (Grundfunktionen der Medien in der Demokratie vs. Kommerzialisierung der Medien)
- Wie werden Nachrichten ausgewählt? (Nachrichtenfaktoren)
- Was heisst das für mich als Leserin, Leser?

In der Unterrichtseinheit wählen Schülerinnen und Schüler – ähnlich einem Redaktionsteam – aus einer Sammlung von Nachrichten diejenigen für die Titelseite aus, die ihnen wichtig erscheinen. Nach dem Kennenlernen des Fachkonzepts „Nachrichtenfaktoren“ untersuchen sie die tatsächlichen Titelseiten der Tagespresse nach Nachrichtenfaktoren. Abschliessend bilden sie sich eine Meinung zu den unterschiedlichen Titelseiten.

### Bezug zum Politiklernzyklus

*Problem:* Aus einer Fülle von Nachrichten der Schweizerischen Depeschagentur muss eine Titelseite gestaltet werden.

*Widerspruch:* Die Titelseiten der Schülerinnen und Schüler und der Tagespresse und die Argumente zur Auswahl fallen unterschiedlich

aus. Ebenso verhält es sich mit den aktuellen Titelseiten der Tagespresse, die sich jeweils an unterschiedlichen Nachrichtenfaktoren orientiert.

*Urteil:* Die Schülerinnen und Schüler beurteilen die unterschiedlichen Titelseiten der Tagespresse. Warum berichten Medien über unterschiedliche Themen? Was heisst das für sie als Leser/Leserin? Kennen sie ähnliche Beispiele aus dem Fernsehen, aus dem Internet...? Ändert sich dadurch ihr Leseverhalten?

### Vorbereitungen

Arbeitsblatt 1: im Klassensatz kopieren (als Alternative)

Arbeitsblatt 2: im Klassensatz kopieren.

Vorlagen 1-3: auf Folie kopieren

Vorlagen 4-7: im Klassensatz kopieren (als Alternative)

Leere Papierstreifen zuschneiden

Die Schülerinnen und Schüler bringen zu Beginn der Unterrichtseinheit aktuelle Zeitungen von Zuhause mit.

Die Schülerinnen und Schüler bringen zu Beginn der Unterrichtseinheit aktuelle Zeitungen von Zuhause mit.

### Basiert auf...

4\_Politik\_Dimensionen

### Weiter mit...

7\_Mediatisierung\_Politik



## Deine Titelseite

### Materialien

#### PROBLEM Plenum

Einführung der Lehrperson zu Nachrichtenagenturen: Wie kommen die Nachrichten in die Zeitung? Eine Möglichkeit, wie die Medien zu Nachrichten kommen, ist der Kauf von Nachrichten bei diversen Agenturen. In der Schweiz ist dies die SDA ([Schweizerische Depeschenagentur](https://www.sda.ch)), international werden häufig die AP ([The Associated Press](https://www.theassociatedpress.com), US-amerikanische Nachrichtenagentur in New York) oder die dpa ([Deutsche Presse-Agentur](https://www.dpa.de)) beigezogen.

Die Lehrperson zeigt Beispiele aus dem Newsticker vom 3. Mai 2011 (Vorlage 1 als Folie).

#### *Auftrag*

*Wir werden heute die News der SDA verfolgen und sie aus dem Newsticker ziehen. Jeweils eine Viertelstunde lang beobachtet jemand aus der Klasse den Newsticker, kopiert die News ins Worddokument und erklärt ebenfalls im Worddokument die schwierigen Begriffe (siehe Beispiel Vorlage 2 auf Folie).*

Hinweis: Die News im Newsticker der SDA ([www.sda.ch](https://www.sda.ch)) erscheinen in unterschiedlichen Abständen (ca. 1 bis 2 News / 15 Minuten). Es sind jeweils nur die drei letzten News sichtbar. Das Sammeln der News kann parallel zum regulären Unterricht stattfinden.

Die im Worddokument gesammelten werden ausgedruckt. Die Schülerinnen und Schüler erhalten je eine Kopie und studieren die News. Begriffe werden geklärt.

➔ Alternative: keine aktuellen News aus dem Newsticker ziehen, dafür jene vom 3.5.11 auf dem Arbeitsblatt 1 verwenden.

- ☐ Vorlage 1 auf Folie
- ☐ Vorlage 2 auf Folie
- ☐ Alternative: Arbeitsblatt 1 im Klassensatz
- ☐ Sammlung der SDA-News im Klassensatz



Plenum	<p>Einführung der Lehrperson zur Titelseiten-Gestaltung mit der Vorlage 3 am Hellraumprojektor: Die Gestaltung der Titelseite kann individuell gehalten werden. Vorschlag: In der Mitte steht der Hauptartikel. Weitere Nachrichten werden rund um den Hauptartikel positioniert.</p>	<input type="checkbox"/> Vorlage 3 als Folie <input type="checkbox"/> Papierbögen A3, halber Klassensatz <input type="checkbox"/> Magnete / Klebestreifen <input type="checkbox"/> Internetanschluss für Bildrecherche <input type="checkbox"/> Scheren, Leim
Partnerarbeit	<p><i>Auftrag</i>  <i>Gestaltet zu zweit auf einem A3-Papier eine Titelseite.</i>  <i>Klebt die ausgewählten Nachrichten auf ein A3-Papier: In der Mitte steht der Hauptartikel, darum herum weitere kleinere Nachrichten.</i>  <i>Gebt eurer Zeitung einen passenden Namen.</i>  <i>Gebt eurem Hauptartikel eine passende Überschrift.</i>  <i>Braucht ihr Bilder für die Gestaltung der Titelseite? Sucht im Internet danach.</i>  <i>Wichtig sind bei der Aufgabe die Wahl der Nachrichten und die Formulierung der Titel. Auf die Darstellung der Titelseiten soll weniger geachtet werden.</i></p> <p>Die fertig gestalteten Titelseiten werden von der Lehrperson gesammelt und zur Ansicht aufgehängt/präsentiert. In der Zwischenzeit überlegen sich die Schülerinnen und Schüler, nach welchen Kriterien sie die Nachrichten ausgewählt haben.</p>	
WIDERSPRUCH Plenum	<p><i>Auftrag</i>  <i>Stellt einander die Titelseiten vor und erklärt eure Nachrichtenwahl.</i></p> <p>Die Lehrperson notiert sich während den Präsentationen der Titelseiten die Argumente für die Nachrichtenwahl stichwortartig auf leeren Papierstreifen.</p> <p>Die Lehrperson hängt zu den einzelnen Nachrichten auf den Titelseiten die notierten Auswahlargumente hin. Es folgt eine Diskussion über die unterschiedlichen bzw. gemeinsamen Kriterien der Gruppen.</p>	<input type="checkbox"/> leere Papierstreifen <input type="checkbox"/> Arbeitsblatt 2, Klassensatz





---

Die Lehrperson informiert die Schülerinnen und Schüler über das Konzept Nachrichtenfaktoren (siehe Kommentar) und teilt das Arbeitsblatt 2 mit den Nachrichtenfaktoren aus.

Hinweis: die Nachrichtenfaktoren auf dem Arbeitsblatt 2 sind nur eine Auswahl, sie können selbstverständlich noch erweitert werden (s. Tabelle im Kommentar).

---

Einzelarbeit/  
Plenum

*Auftrag*

*Wie haben sich die Medienhäuser für die Titelseitengeschichten entschieden? Lest die aktuellen Titelseiten der verschiedenen Zeitungen.*

*Erkennst du Nachrichtenfaktoren? Notiere sie beim Zeitungsartikel.*

Diskussion der Ergebnisse. Die gemeinsamen und unterschiedlichen Themensetzungen in den vier Tageszeitungen werden klar.

➔ Alternative: Falls der Einstieg in die Lektion mit den SDA-Nachrichten vom 3.5.11 gemacht wurde: Die Schülerinnen und Schüler erhalten die Titelseiten vom 3.5.11 (NZZ, Tagesanzeiger, 20 Minuten, Blick am Abend) (Vorlagen 4-7), die die SDA-Nachrichten teilweise enthalten.

- ☐ Titelseiten von Gratiszeitungen und Abonnierten Zeitungen des folgenden Abends bzw. des nächsten Morgens
- ☐ Alternative: Vorlagen 4-7 (Tagesanzeiger, NZZ, 20 Minuten, Blick am Abend), Klassensatz

---

URTEIL  
Plenum

Diskussion in der Klasse (vgl. dazu Kommentar S. 2-4):

*Warum berichten Medien über unterschiedliche Themen?*

*Was heisst das für dich als Leser/Leserin?*

*Kennst du ähnliche Beispiele aus dem Fernsehen, aus dem Internet...?*

*Ändert sich dadurch dein Leseverhalten?*



### **3. Weiterführende Literatur**

---

**Sarcinelli, Ulrich** 2009: Politische Kommunikation in Deutschland.  
Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

**Schulz, Winfried** 2008: Politische Kommunikation. Theoretische  
Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden:  
Verlag für Sozialwissenschaften.