

11

MASSEN MEDIEN

Begriff

Zu den Massenmedien werden alle jene Medien gezählt, die sich gleichzeitig an mehrere Personen richten. Allerdings ist eine direkte Reaktion auf dem gleichen Kanal in der Regel nicht möglich. (Aus diesem Grund ist das Internet streng genommen kein Massenmedium.)

Es wird unterschieden zwischen gedruckten Medien (Printmedien) und elektronischen Medien. Im Einzelnen stehen folgende wichtigen Massenmedien im Vordergrund:

- Zeitungen
- Zeitschriften
- Bücher
- Fernsehen (Teletext)
- Radio
- Kino/Film
- Internet

Zeitungen und Zeitschriften werden oft im Begriff Presse zusammengefasst.

Wichtige Charakteristiken

Presse

Die Presse kann jederzeit und überall genutzt werden. Die Aktualität ist durch den aufwendigen Produktions- und Distributionsprozess leicht eingeschränkt. Werbung ist ein wesentlicher Bestandteil.

Bücher

Das Buch kann jederzeit und überall genutzt werden. Die Aktualität spielt nur teilweise eine Rolle. Werbung kommt in Büchern nicht vor.

Fernsehen

Die Nutzung ist an ein Gerät und eine zeitliche Vorgabe gebunden. Dank der Möglichkeit von Direktübertragungen ist die Aktualität sehr hoch. Bei privaten Veranstaltern ist Werbung die einzige Einnahmequelle. Ausnahmen sind die konzessionierten Regionalprogramme, die einen kleinen Anteil der Konzessionsgelder erhalten. Die SRG finanziert ihre Fernsehprogramme zum grösseren Teil aus den Konzessionsgeldern. Teletext funktioniert „huckepack“ mit den einzelnen Fernsehprogrammen und wird vielfach in Ergänzung dazu produziert und mehr oder weniger stark durch Werbung finanziert. Die Nutzung ist wohl an einen Apparat, aber nicht an eine zeitliche Vorgabe gebunden. Die Aktualität ist sehr hoch, weil der Inhalt laufend angepasst werden kann.

Radio

Die Nutzung ist an einen (vielfach mobilen) Apparat und eine zeitliche Vorgabe gebunden. Dank der Möglichkeit von Direktübertragungen ist die Aktualität sehr hoch. Bei privaten Veranstaltern ist Werbung die einzige Einnahmequelle. Die SRG finanziert ihre Radioprogramme praktisch ausschliesslich aus den Konzessionsgeldern.

Kino/Film

Die Nutzung ist an einen dafür bestimmten Raum und eine zeitliche Vorgabe gebunden. Die Aktualität spielt kaum eine Rolle. In den Filmen selbst kommt keine Werbung vor. Wichtige Einnahmequelle für die Kinobetreiber sind aber die Werbefilme vor Beginn der Vorstellung.

Internet

Wie eingangs erwähnt, ist Internet kein klassisches Massenmedium. Die Nutzung ist an ein Gerät (wie PC oder Mobiltelefon), aber nicht an eine zeitliche Vorgabe gebunden. Dank der Möglichkeit, den Inhalt laufend zu verändern, ist die Aktualität sehr hoch. Die Qualität der Informationen ist sehr stark vom Absender abhängig. Bezüglich der Vermittlung von News sind deshalb die Medien hier im Vorteil, weil sie auf bestehende Strukturen (Redaktionen) und vor allem auf ihr Know-how bei der Nachrichtenselektion zurückgreifen können.

Aus der Schule geplaudert

Die verschiedenen Massenmedien ergänzen sich aufgrund ihrer Wirkungsweise und ihrer Charakteristik teilweise optimal. Zwar wurde der Presse im Zusammenhang mit neuen Medien immer wieder der Tod vorausgesagt. Dies war so beim Aufkommen des Radios, nach der Einführung des Fernsehens und wurde auch im Zusammenhang mit dem Internet wieder beschworen. Eingetreten ist eher das Gegenteil. Verändert hat sich allerdings die Struktur der Presselandschaft. Heute gibt es weniger Titel, die aber grössere Auflagen haben und sich dadurch auch besser ausgebaute Redaktionen leisten können (siehe dazu auch Sachinformation zu Ziel 9).

Stark verändert hat sich der Inhalt der Pressetitel. Verbreiteten früher die Zeitungen in erster Linie Nachrichten, so konzentrieren sie sich heute viel stärker auf das Vermitteln der Hintergrundinformationen. In diesem Zusammenhang ist es interessant zu wissen, dass der Inhalt einer einzigen Tagesschau nicht einmal eine ganze Zeitungsseite

füllt. Allein schon dieser Vergleich zeigt, wie viel mehr Möglichkeiten die gedruckte Presse hier hat. Und das Internet eröffnet der Presse weitere Möglichkeiten, vertiefende Informationen zu vermitteln, die nur einen kleinen Teil der Leserschaft interessieren. Richtig genutzt ist das Internet also keine Gefahr, sondern eine Chance für die Presse.

Das Kind kennt Stärken und Schwächen einzelner Medien.

11.1



Hintergrundinformation:

Anhand von Bildern wird sich das Kind bewusst, in welchem Medium es sich Informationen holt. Es diskutiert über Vor- und Nachteile der einzelnen Medien und entdeckt seine Vorlieben.

Vorbereitung und Durchführung:

Arbeitsblatt 11.1 „Verschiedene Medien“
vorbereiten

Ich kenne Stärken und Schwächen einzelner Medien.

11.1

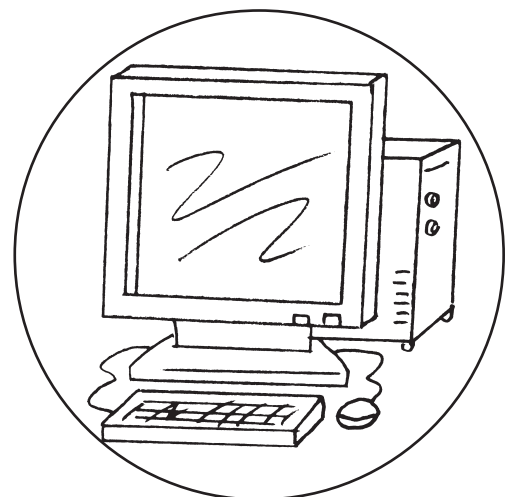
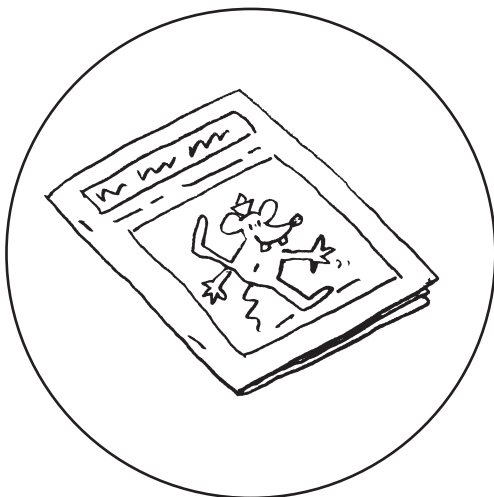
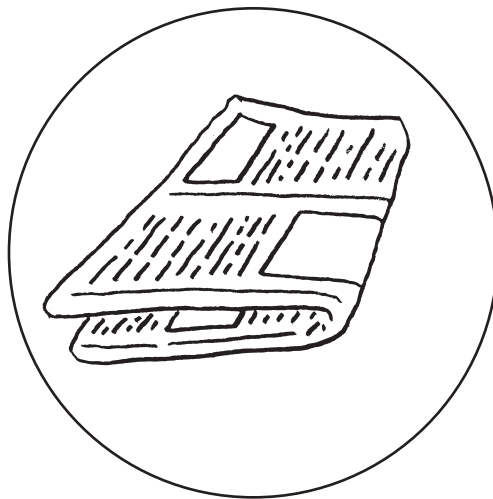
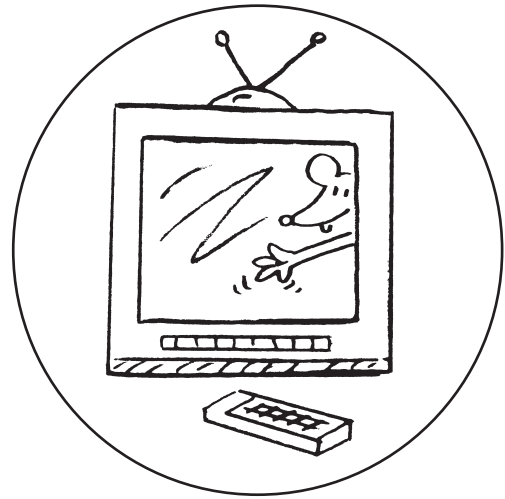
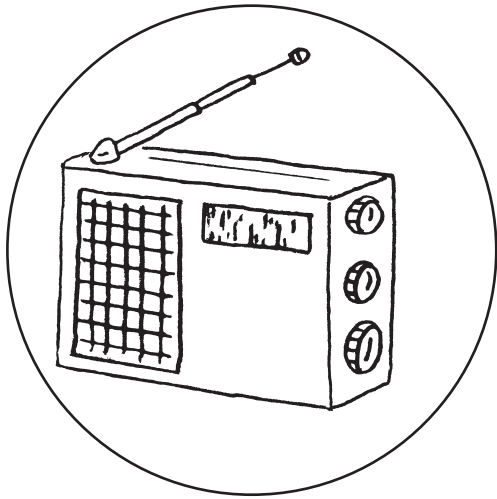


Schaut euch die Bilder an.
Überall werden Informationen angeboten.
Woher holt ihr eure Informationen?
Begründet warum?
Was findet ihr an den anderen Medien weniger gut?

Material: Arbeitsblatt 11.1 „Verschiedene Medien“

Verschiedene Medien

Name: _____



Das Kind kann Inhalte
den verschiedenen Medien zuordnen.

11.1

Hintergrundinformation:

In diesem Auftrag überlegen sich die Kinder, welche Inhalte sich am besten für welche Medien eignen. Dabei sehen sie auch, dass es verschiedene Inhalte gibt, die sich für mehrere Massenmedien eignen. Das Arbeitsblatt ist bewusst so konzipiert, dass die verschiedenen Inhalte jeweils in die Felder eingetragen werden müssen.

Vorbereitung und Durchführung:



Arbeitsblatt 11.1 "Massenmedien"
kopieren
Zeit für ein *Gruppengespräch* einplanen

Verzeichnis der Massenmedien

Printmedien:

Zeitungen
Zeitschriften
Bücher

Elektronische Medien:

Radio
TV
Teletext
Kino
Internet



Ich kann Inhalte
den verschiedenen Medien zuordnen.

11.1



Auftrag:

Ordnet die auf dem Arbeitsblatt 11.1 „Massenmedien“ aufgezählten Inhalte den verschiedenen Massenmedien zu, indem ihr die Namen der betreffenden Medien neben die Begriffe schreibt.

Printmedien:

Zeitungen
Zeitschriften
Bücher

Elektronische Medien:

Radio
TV
Teletext
Kino
Internet

Material:

Arbeitsblatt 11.1 „Massenmedien“

Wichtig zu wissen:

Medien sind Hilfsmittel, mit denen man jemandem etwas mitteilen kann.
Medium = Mittel, Hilfsmittel

Massenmedien

Name: _____

Kriminalfilm

Medien: _____

Liebesroman

Medien: _____

Hitparade

Medien: _____

Wetterbericht

Medien: _____

Staumeldung

Medien: _____

Bericht über einen Terrorangriff

Medien: _____

Kinoprogramm

Medien: _____

Börsenkurse

Medien: _____

Kochrezept

Medien: _____

Bericht über ein Fussballspiel

Medien: _____

Bericht über eine Ausstellung

Medien: _____

Bilder eines Festes

Medien: _____

Informationen über Wahlen

Medien: _____

Resultate einer Abstimmung

Medien: _____

Lottozahlen

Medien: _____

Eishockeyresultate

Medien: _____

Talkshow

Medien: _____

Unterhaltungssendung

Medien: _____

Popkonzert

Medien: _____

Bericht über Verkehrsunfall

Medien: _____

Bericht über ein Konzert

Medien: _____

Bericht über Hochzeit in einem Königshaus

Medien: _____

Das Kind kennt Eigenheiten der wichtigsten Medien.

11.2

Hintergrundinformation:



Die Kinder überlegen sich Vor- und Nachteile oder Besonderheiten der verschiedenen Medien und stellen ihre Ergebnisse auf einem Plakat in der Ideenbörse zur Diskussion.

Vorbereitung und Durchführung:

Plakat, Filzstifte bereitstellen
Platz in der *Ideenbörse* reservieren



Ich kenne Eigenheiten der wichtigsten Medien.

11.2



Material:

Plakat, Filzstift

Wichtig zu wissen:

Nicht jedes Medium eignet sich gleich gut, um verschiedene Meldungen weiterzuleiten.

Wenn ich zum Beispiel meiner Freundin zum Geburtstag gratulieren will, kann ich es auf verschiedene Arten tun (Telefon, Brief, E-Mail, Besuch, Kleininserat in der Zeitung usw.).

Die wichtigsten Massenmedien sind: Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen, Radio, Internet

Auftrag:

Diskutiert in der Gruppe die Vor- und Nachteile der verschiedenen Medien.

Zum Beispiel: Geschwindigkeit, Verbreitung, Kosten, Genauigkeit usw.

Stellt die Ergebnisse in einer Tabelle zusammen und hängt sie in die Ideenbörse.

| Medium | Eigenheiten |
|--------|-------------|
| | |