

Pädagogische Meinung

Die Methode schafft einen Überblick über das Meinungsspektrum einer Gruppe. Geeignet für die Gruppenarbeit und die Arbeit im Plenum.

Verlauf: Das Moderatorenteam bereitet eine Plakatrolle mit zwei Spalten vor. Eine Spalte beschreibt eine Situation, die daneben deren Interpretation. Es liegt am Moderatorenteam, welche Situationen vorgegeben werden. Wichtig ist, dass die TeilnehmerInnen auf jeden Fall ihre individuellen und spontanen Interpretationen formulieren. Diese werden auf der rechten Spalte eingetragen.

Anmerkung: In manchen Fällen hat es sich als hilfreich erwiesen, die Interpretationen zunächst auf Karten zu sammeln und dann nach Ähnlichkeit zu sortieren!

Anschließend erhalten die TeilnehmerInnen Klebepunkte, die je nach Bedeutsamkeit der Interpretation angeklebt werden sollen. Es findet also eine Art Wertung der Interpretationen statt.

Das entstandene Meinungs-Bild kann nun gemeinsam gedeutet werden. Hierbei sind vor allem die unterschiedlichen Erklärungen für ein und dieselbe Situation von Interesse (Deutung der Zeilen) sowie die unterschiedliche Erklärungskraft einzelner Interpretationen (Deutung der Spalten).

Die Häufungen der Klebepunkte ergeben die Ausgangslage für die Kleingruppenszenarien. Zu diesen Problemstellungen werden Kleingruppen gebildet, die folgende Aufgabe haben: "Wie können wir pädagogisch sinnvoll auf die Situation ... (Situation) reagieren, wenn wir ihr Entstehen bevorzugt mit ... (Interpretation) erklären?"

Nach einer einstündigen Kleingruppen-Arbeit werden die Ergebnisse im Plenum vorgetragen.

Material: Plakatrolle, Klebepunkte, Karten

Kommentar: Diese Methode eignet sich, um einen Überblick über das Meinungsspektrum einer Gruppe zu bekommen. Zudem dient es der Bildung arbeitsfähiger Kleingruppen mit genau umrissenen Arbeitsaufträgen.

Beispiel: Thema 'Jugend und Werbung'

Situation:

- Jugendliche sehen Werbung urteilsfrei
- Werbung schafft Identitätsbildung
- Werbung gehört heutzutage zur Event-Kultur
- Werbung schafft Abhängigkeit
- ...

Interpretationen:

- fehlende Medienerziehung
- Familie nicht mehr Identitätsstifter
- Werbung bedient sich psychologischer Tricks, um zu manipulieren
- zu viel Fernseh-/Videokonsum
- ...