



Unsere Medienlandschaft

Schulstufe

• Empfohlen für 10./11. Schulstufe

Fächerbezug

 Politische Bildung, Wirtschaft, Religion/ Ethik, Deutsch, Kommunikation/Projektarbeit/Soziales Lernen

Unterrichtsphase

Erarbeitung

Komplexitätsgrad

Komplex

Anliegen

- Kritische Auseinandersetzung mit der Medienlandschaft
- Analyse und Vergleich verschiedener Arten von Medienunternehmen

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Organisationsformen und Unternehmsstrukturen von Medienunternehmen kennen und benennen können.
- Vergleich und Analyse von Kosten für Verbraucher:innen auf Basis der gewählten Medienunternehmen herstellen und die Ergebnisse präsentieren können.
- Die Vertragsgestaltung und konsumentenrechtlichen Rahmenbedingungen benennen und analysieren können.

Dauer

- Einstieg ca. 10 bis 20 Min.
- · Recherche 30 Min.
- · Vorbereitung Präsentation: 30 Min.
- · Präsentation: 20 Min.
- Recherche und Vorbereitung der Präsentation eignen sich auch als Hausübung.

Unterrichtsmittel

 Evtl. Ergebnis der Einführungsübung Brainstorming

Methode

- Geräte zur Internet-Recherche
- Materialien zur Präsentation der Recherche-Ergebnisse

Informationen in Einfacher Sprache

 Bei Bedarf ist ein Text zum Thema Medien-Konsum in Einfacher Sprache auf der Website des Sozialministeriums verfügbar: www.konsumentenfragen.at/ einfachesprache

Vorbereitung

- Je nach Variante Präsentation zum Einstieg vorbereiten.
- Rahmenbedingunen für die Präsentation der Gruppen schaffen.

Ablauf

<u>Variante Einstieg, wenn die Einführungsübung</u> <u>Brainstorming durchgeführt wurde:</u>

- Wenn im Brainstorming Medienunternehmen genannt wurden, werden diese nach folgenden Gruppen geordnet:
 - ⇒ Streaming-Plattformen: Netflix, Disney+, Apple TV+, Amazon Prime Video, Sky ...
 - ➡ Messengerdienste: WhatsApp, Signal, Telegram, Threema ...
 - ⇒ Print-Medien:

 Der Standard, Die Presse, Salzburger
 Nachrichten, Falter, Kronen Zeitung,
 Österreich ...
 (Hier könnte noch zwischen Qualitäts-Zeitungen und Boulevard unterschieden
 - ⇒ Öffentlich-rechtliche Sendeanstalten: ORF, ZDF, ARD, SWR, BBC ...





und Konsumentenschutz

werden.)





Unsere Medienlandschaft

Methode

- ⇒ Social-Media Dienste: YouTube, Instagram, SnapChat, Twitch, TikTok ...
- ⇒ (Neue) Parteimedien Von der Parteizeitung zum Blog:
 Zur Sache, Kontrast, Unzensuriert, lab.
 neos.eu/blog, Zackzack, ooe-planet ...

Alternativer Einstieg:

 Die Gruppennamen werden an die Tafel geschrieben und die Schüler:innen ergänzen Unternehmen, die sie kennen.

oder:

- Die Lehrkraft präsentiert gleich zu Beginn Gruppennamen und Beispiele für Firmen.
- Wenn möglich, arbeitet zu jeder der genannten Mediengruppen jeweils eine kleine Gruppe von Schüler:innen.
- Pro Gruppe werden zwei bis drei Unternehmen ausgewählt. Zu jedem der gewählten Unternehmen werden Antworten zu folgenden Aspekten recherchiert und festgehalten:
 - ⇒ Organisationsprofil: Selbstdarstellung und Beschreibung bzw. Kritik von anderen
 - ⇒ Unternehmensform, Interessen, Strategie, Ziele, Finanzierung
 - ⇒ Preisgestaltung und Kundenbindung
 - ⇒ Verträge und Konsumentenrechte: Rücktritt, Kündigung, Mindestvertragsdauer ...
- Die zwei bis drei Firmenprofile, zu denen in der Gruppe recherchiert wurde, werden innerhalb der Gruppe verglichen:
 - ⇒ Welche Gemeinsamkeiten gibt es zwischen den Firmen?
 - ⇒ Wo bestehen Unterschiede?
- Anschließend bereitet jede Gruppe eine Präsentation vor (auf Plakaten oder digital).
 Damit werden die Firmenprofile sowie die identifizierten Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Plenum vorgestellt.

Idee zur Weiterarbeit

- Auseinandersetzung mit Mediengeschichte, z.B. mit Hilfe eines Videos zu den Themen Buchdruck, Zeitung, Radio, Fernsehen, Internet: www.youtube.com/watch?v=jX87HNINO3A
- Dauer: 17:13 Min.

Anmerkungen



