

#RespektBW

LMZ  LANDESMEDIENZENTRUM
BADEN-WÜRTTEMBERG

4/4

Medienethik

Werte für eine digitalisierte Welt

Unterrichts-
modul 1

Grundlagen der Medienethik



bitte-was.de

Impressum

Herausgeber und Bezugsadresse

Landesmedienzentrum
Baden-Württemberg
Vertreten durch Direktor Michael Zieher
Rotenbergstraße 111, 70190 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 2850-6
Fax: +49 (0)711 2850-780
E-Mail: beratungsstelle@lmz-bw.de

Dieses Materialpaket ist Teil
des Projekts #RespektBW

Projektleitung

Sarah Heinisch

Autorinnen und Autoren

Professor Dr. Petra Grimm
Sophie Kitzmann
Jennifer Madelmond
Sebastian Seitner
Marco Herbst

Sketchnote

Julia Frei

Redaktion

Sophie Kitzmann
Stephanie Wössner
Fabian Karg

Gestaltung

www.cosmoto.com

Stuttgart, Oktober 2019



Sofern nicht anders vermerkt, stehen die Inhalte unter einer CC BY-NC-SA 4.0 Lizenz. Sämtliche Rechte an dieser Publikation liegen beim Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ). Nichtkommerzielle Vervielfältigung und Verbreitung ist erlaubt unter Angabe des Herausgebers LMZ Baden-Württemberg und der Website www.lmz-bw.de.

Die Bildquellen aus den Unterrichtsmodulen sind im jeweiligen Quellenverzeichnis aufgeführt. Die Bilder werden unter Berufung auf die folgenden Paragraphen verwendet:

https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_51.html
https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_60a.html
https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_60b.html

Dies gilt auch für Screenshots und Standbilder aus Filmwerken.

Sollten Sie auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitten wir um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir umgehend handeln.

Sonstige Illustrationen sind nicht frei zu verwenden.
Illustrationen: Shutterstock

Soweit Inhalte des Angebotes des LMZ auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ hierauf keinen Einfluss. Diese Internetseiten unterliegen der Haftung der jeweiligen Betreiber. Das Setzen von externen Links bedeutet nicht, dass sich das LMZ die hinter dem Verweis oder Link liegenden Inhalte zu eigen macht. Das LMZ hat bei der erstmaligen Verknüpfung der externen Links die fremden Inhalte daraufhin überprüft, ob etwaige Rechtsverstöße bestehen. Zu diesem Zeitpunkt waren keine Rechtsverstöße ersichtlich. Das LMZ hat keinerlei Einfluss auf die aktuelle und zukünftige Gestaltung und auf die Inhalte der verknüpften Seiten. Eine ständige inhaltliche Überprüfung der externen Links ist ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht möglich. Bei Verlinkungen auf die Webseiten Dritter, die außerhalb des Verantwortungsbereichs des LMZ liegen, würde eine Haftungsverpflichtung nur bestehen, wenn das LMZ von den rechtswidrigen Inhalten Kenntnis erlangte und es technisch möglich und zumutbar wäre, die Nutzung dieser Inhalte zu verhindern. Bei Kenntnis von Rechtsverstößen werden derartige externe Links unverzüglich gelöscht.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
1. Leitartikel	
Medienethik – Befähigung zu einer reflektierten Haltung (Prof. Dr. Petra Grimm)	8
Materialien für die weiterführende Schule	
2. Unterrichtsimpuls: Du sollst nicht posten?! – 10 Gebote der Digitalen Ethik und das gute Zusammenleben in einer digitalen Gesellschaft	14
3. Unterrichtsmodul 1: Grundlagen der Medienethik.	22
4. Unterrichtsmodul 2: Medienethik im (digitalen) Alltag	42
5. Zusatzmaterial: Ethik macht klick – Werte-Navi fürs digitale Leben – Arbeitsmaterialien für Schule und Jugendarbeit – klicksafe	62
6. Linktipps und weiterführende Materialien	74
7. Wettbewerbsideen	76



Dieses PDF ist nur ein Teil des Materialpakets „Medienethik“.
Weitere Bestandteile sowie das Gesamtpaket stehen Ihnen unter
<https://bitte-was.de/fuer-lehrkraefte/lehmaterial-und-downloads> zur Verfügung.

3.

Unterrichtsmodul 1



Weiterführende
Schule
Klasse 9–10

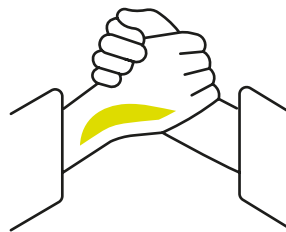


5 Stunden



Ethik,
Deutsch

Grundlagen der Medienethik



Autorinnen und Autoren

Jennifer Madelmond
Sebastian Seitner
Marco Herbst

Zielgruppe/Umfang

Schulart: Sekundarstufe I,
Gymnasium
Fach: Ethik, Deutsch
Klassenstufe: 9–10
Zeitungsumfang: 5 Schulstunden

Medien- und Materialbedarf

Ausgedruckte Arbeitsblätter, Permanentmarker, sieben DIN-A3-Plakate, Schere, Kleber, Drucker, Computerraum mit Internetzugang, Stifte

Kurzbeschreibung

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich in einem ersten Schritt mit dem Begriff „Medienethik“ auseinander. Was bedeutet er und warum ist er für unseren heutigen Alltag so relevant? In einem zweiten Schritt betrachtet die Klasse den Begriff aus einer praktischeren Perspektive und entwickelt ein Persönlichkeitsprofil (Persona) zum Umgang mit und zu den Einstellungen zur Kommunikation in sozialen Netzwerken.

Bildungsplanbezug mit Quellenangabe

Inhaltsbezogene Kompetenzen:

Ethik

Die Schülerinnen und Schüler können

► Gymnasium

- den Einfluss der Medien und der medialen Vernetzung auf ihr Leben und das anderer selbstständig untersuchen und bewerten
- Chancen und Risiken der Mediennutzung herausarbeiten und diskutieren (beispielsweise Lernangebote, Informationszuwachs, Kommunikation, Unterhaltung, Cybermobbing, Sucht, Privatsphäre)

► Sekundarstufe I

- den Einfluss der Medien und der medialen Vernetzung auf ihr Leben und das anderer selbstständig untersuchen und bewerten
- Chancen und Risiken der Mediennutzung in ihrer Lebenswelt herausarbeiten und diskutieren (beispielsweise Lernangebote, Informationszuwachs, Kommunikation, Unterhaltung, Cybermobbing, Sucht, Privatsphäre)

Deutsch

Die Schülerinnen und Schüler können

► Gymnasium

- Funktionen von Medien unterscheiden, vergleichen und bewerten (Information, Kommunikation, Unterhaltung, auch Werbung)

► Sekundarstufe I

- Funktionen von Medien unterscheiden und vergleichen (Information, Unterhaltung, Kommunikation, auch Werbung)



Bildungspläne 2016 Gymnasium – Ethik:

<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GYM/ETH>, S. 17ff.

Bildungspläne 2016 Sekundarstufe I – Ethik:

<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/ETH>, S. 21ff.

Bildungspläne 2016 Gymnasium – Deutsch:

<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/D>, S. 38ff.

Bildungspläne 2016 Sekundarstufe I – Deutsch:

<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/D>, S. 51ff.



**LMZ Kompetenzraster
Medienbildung:**
<https://kompetenzraster-mb.lmz-bw.de/public/index.php?action=login>

Medienbildungsschwerpunkte

Mediengesellschaft und Medienanalyse

- ▶ beschreiben, wie Medien mein Leben gestalten, beeinflussen und wie sie sich verändern
- ▶ verschiedene Medienarten nennen und vergleichen

Didaktisch-methodische Hinweise

Medienethik ist ein abstrakter und schwer fassbarer Begriff, den man sich nicht innerhalb kürzester Zeit erschließen kann. Dennoch ist dieser Begriff gerade in unserer heutigen Zeit höchst relevant, denn er beschreibt den Zustand unserer Gesellschaft im Umgang mit Medien und beinhaltet Fragen, die wesentlich für ein gelungenes Miteinander, für Achtsamkeit und (Eigen-) Verantwortung sind. Entsprechend ist es für die Schülerinnen und Schüler wichtig, sich dem Begriff anzunähern, bevor sie sich intensiver mit praktischen Aspekten in diesem Bereich auseinandersetzen können.



Unterrichtsverlauf

Grundlagen der
Medienethik

1. und 2. Stunde: Begriff „Medienethik“

Zeitraumen 60–70 Min.

Arbeitsform/Methode

Gruppenarbeit / Erschließung eines abstrakten Begriffs, Recherche im Internet

Medien/Arbeitsmaterial

Arbeitsblatt 1 – „Medienethik“, Stifte, Computerraum mit Internetzugang

Unterrichtsinhalt

Medienethik, Moral und Ethik

- ▶ Die Schülerinnen und Schüler gehen in Kleingruppen (ca. drei bis vier Personen) zusammen und erhalten das Arbeitsblatt 1 – „Medienethik“. Dieses besteht aus zwei Teilaufgaben, für deren Umsetzung pro Gruppe jeweils ein Computer mit Internetanschluss benötigt wird.
- ▶ In einem ersten Schritt sollen sich die Schülerinnen und Schüler grob mit den drei Begriffen „Moral“,

„Ethik“ und „Medienethik“ auseinandersetzen und erste Ergebnisse in einer Mindmap sammeln.

- ▶ Zur Unterstützung erhalten die Gruppen drei ausgewählte Quellenangaben (auf Seite 3 des Arbeitsblatts). Dies ist jedoch optional und kann etwa zur Differenzierung genutzt werden.
- ▶ In einem zweiten Schritt werden die gesammelten Informationen der Mindmap sowie mögliche weitere Recherchen dazu genutzt, für die drei Begriffe jeweils eine Definition zu entwickeln.

Zeitraumen 20–30 Min.

Arbeitsform/Methode

Diskussion in der Klasse, Präsentation der Ergebnisse / Festhalten wesentlicher Merkmale der Begriffe „Medienethik“, „Moral“ und „Ethik“, ebenso wie deren Zusammenhänge

Medien/Arbeitsmaterial

Ausgefülltes Arbeitsblatt 1 – „Medienethik“, Stift für weitere Notizen, Lösung zu Arbeitsblatt 1 – „Medienethik“, Tafel, Kreide oder alternativ ein Padlet

Unterrichtsinhalt

- ▶ Im Anschluss stellen die Schülerinnen und Schüler die einzelnen Definitionen in der Klasse vor. Wesentliche Inhalte, die sie gefunden haben, können dabei

von der Lehrkraft an der Tafel notiert oder zum Beispiel auf einem Padlet gesammelt werden.

Zeitraumen 15–20 Min.	
Arbeitsform/Methode Einzelarbeit, Diskussion in der Klasse / Auseinandersetzung mit Medien und der Kommunikation zwischen Unternehmen und Nutzer/-in	Medien/Arbeitsmaterial Arbeitsblatt 2 – „Medien in unserem Alltag“, Stift, Lösung zu Arbeitsblatt 2 – „Medien in unserem Alltag“
Unterrichtsinhalt	
<p>Welche Medien gibt es überhaupt und wie gehe ich mit ihnen um?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Um sich gleichzeitig auch auf der individuellen/persönlichen Ebene mit Medienethik auseinandersetzen zu können, ist es relevant, in einem ersten Schritt (nachdem nun bekannt ist, was mit Medienethik gemeint ist) die Medien und anschließend auch das eigene Verhalten näher zu beleuchten und zu hinterfragen. ▶ Eine erste Annäherung kann über das Arbeitsblatt 2 – „Medien in unserem Alltag“ vorgenommen werden. Die Lehrkraft teilt dazu das Arbeitsblatt an die Schülerinnen und Schüler aus und fordert sie auf, in Einzelarbeit zu überlegen, welche Medien um sie herum existieren. ▶ Anschließend machen sie sich zu den Inhalten innerhalb der einzelnen Medien Gedanken. ▶ Leitfragen können sein: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Wer kann Informationen generieren und über das jeweilige Medium verteilen? ▶ Wer kann nur konsumieren? 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Welche Rolle nimmt die Nutzerin oder der Nutzer ein? ▶ Welche Rolle haben dabei die (Medien-)Unternehmen? <p>Die gesammelten Medien werden in der Folge relativ knapp in der Klasse vorgestellt und diskutiert.</p> <p>Ziel: In dieser Aufgabe geht es vor allem darum, herauszuarbeiten, dass beinahe alle Medien (ausgenommen das Internet bzw. die Medien, die mithilfe des Internets funktionieren) den Nutzerinnen und Nutzern in erster Linie eine rezeptive Rolle zuweisen, während die Produktion der Inhalte aufseiten des Unternehmens stattfindet. Doch das Internet hat einen enormen Wandel ausgelöst, durch den auch die Nutzer/-innen auf einmal zu Produzentinnen und Produzenten werden können.</p> <p>Alternative: Statt auf dem Arbeitsblatt können die einzelnen Medien auch im Rahmen einer Diskussion in der Klasse gefunden, an der Tafel oder auf einem Padlet notiert und näher erläutert werden.</p>

3. und 4. Stunde: Ein Gesicht zur Medienethik

Zeitraumen 15-20 Min.

Arbeitsform/Methode

Gruppenarbeit, Plenum / Praktische Umsetzung zur Kommunikation in sozialen Netzwerken, Beschreibung unterschiedlicher Handlungs- und Lösungsmöglichkeiten

Medien/Arbeitsmaterial

Arbeitsblatt 3 – „Kommunikation in sozialen Netzwerken“, Stifte, Plakate

Unterrichtsinhalt

Ein Gesicht zur Medienethik am Beispiel „Kommunikation in sozialen Netzwerken“

Hinweis: Personas sind fiktive Charaktere, die mehrere spezifische Merkmale vereinen, wie zum Beispiel Alter, Geschlecht, Beruf, Einstellungen, Verhaltensansätze und Überzeugungen. Sie werden in ihrer Gesamtheit einer bestimmten Lebenssituation wahrgenommen und beschrieben.

- ▶ Zu Beginn zeigt die Lehrkraft eine Persona und stellt den wesentlichen Aufbau anhand eines Beispiels vor. Daraufhin werden Gruppen gebildet und die Schülerinnen und Schüler beginnen mit der Entwick-

lung einer Persona am Beispiel „Kommunikation in sozialen Netzwerken“ (Arbeitsblatt 3).

- ▶ Die Schülerinnen und Schüler entwickeln gemeinsam eine Persona, die bestimmte moralische und ethische Werteeinstellungen zur Onlinekommunikation vertritt.
- ▶ Die Ergebnisse werden später in der Klasse präsentiert und diskutiert. Gerade die unterschiedlichen Ansätze und Interpretationen bieten eine sehr gute Grundlage, um aktiv eine Wertediskussion zum moralisch verantwortungsvollen Handeln durchzuführen. Dementsprechend sollte von der Lehrkraft Zeit zur Verfügung gestellt werden.

Arbeitsblätter:

Grundlagen der
Medienethik

Medienethik

Um sich näher mit „Medienethik“ auseinanderzusetzen, ist es wichtig, auch die Begriffe „Ethik“ und „Moral“ miteinzubeziehen. Diese sind eng mit dem Bereich verknüpft und bieten daher zusätzliche Informationen, die Medienethik greifbarer machen.

Aufgabe 1 – Mindmap

Macht euch gemeinsam im Internet auf die Suche nach den Begriffen „Medienethik“, „Moral“ und „Ethik“ und sammelt grundlegende Informationen, Stichworte und verwandte Begriffe in einer Mindmap.

Medienethik

Moral

Ethik

Für die Recherche im Internet könnt ihr auf Seite 3 des Arbeitsblattes einige Links finden. Auf den verlinkten Seiten werden die Bereiche konkret und verständlich beschrieben. Nutzt zusätzlich auch eigene Quellen und ergänzt sie bei den Quellenangaben auf Seite 3.

Aufgabe 2 – Begriffe definieren

Versucht in einem zweiten Schritt, die Begriffe mithilfe eurer Stichwortsammlungen aus Aufgabe 1 ebenso wie mit euren Rechercheergebnissen näher zu definieren. Ziel ist nicht, alle Ebenen von Ethik oder die zahlreichen verschiedenen Dimensionen der Medienethik darzustellen, sondern zu versuchen, die Begriffe grob zu umfassen und anschaulich zu erklären, um sich ein ungefähres Bild machen zu können.

Moral

Ethik

Medienethik

Quellenangaben

► **Arbeitsblatt des WDR:**

https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/medienundbildung/arbeitsblatt_XII_I100.pdf

► **klicksafe:**

<https://www.klicksafe.de/themen/medienethik/>

► **Institut für Digitale Ethik:**

<https://www.hdm-stuttgart.de/digitale-ethik/home>

Kommunikation in sozialen Netzwerken

Informationen für die Lehrkraft

Der Ansatz des Design Thinking [Ⓐ] hilft dabei, dass Schülerinnen und Schüler kreative Lösungen zielorientiert entwickeln können. Fester Bestandteil der Methode ist die Entwicklung einer Persona, die mehrere Merkmale in sich vereint, wie zum Beispiel Alter, Geschlecht, Beruf, Interessen, Einstellungen, Bedürfnisse, Werte oder Lebensziele. Mithilfe der Persona können die Schülerinnen und Schüler sich in bestimmte Situationen versetzen, diese in ihrer Gesamtheit erfassen und auf die allgemeine Lebenssituation übertragen.

Widerstände und Konflikte in der digitalen Welt können durch die Methode entschlüsselt und gleichzeitig in den Alltag der Schülerinnen und Schüler übertragen werden. Dabei zeigt sich besonders die Haltung und Motivationslage der Schülerinnen und Schüler und die Ergebnisse lassen sich nachvollziehbar darstellen.

Allgemein gilt es, drei wichtige Merkmale bei der Entwicklung einer Persona zu berücksichtigen, die jederzeit situationsbedingt erweitert werden können:

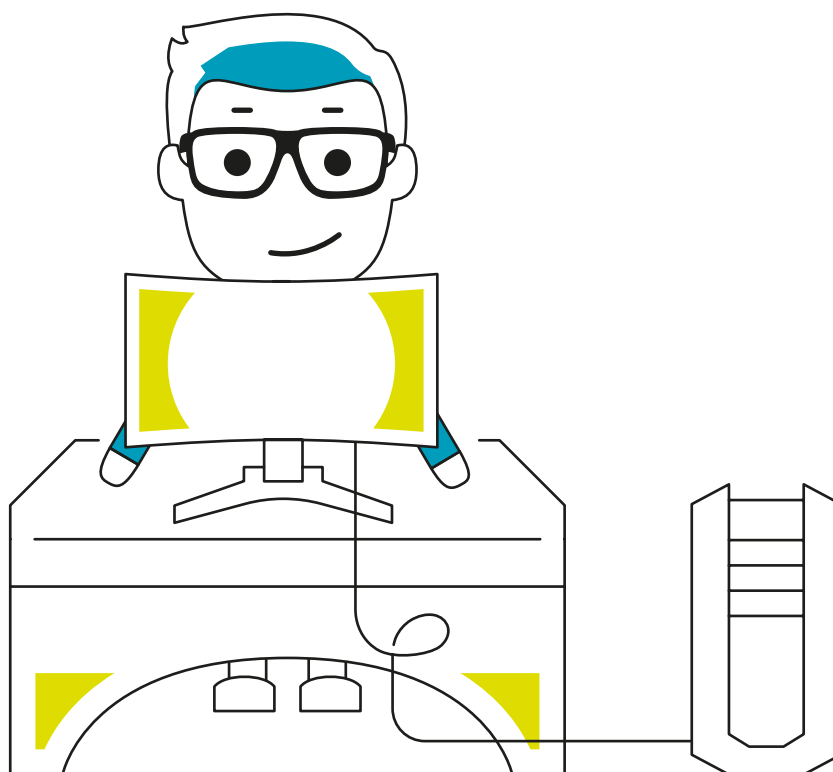
- ▶ Sie erhält einen Namen.
- ▶ Sie erhält ein Gesicht (Zeichnung/Foto).
- ▶ Sie wird in ihrer Gesamtpersönlichkeit erfasst.

Beispiel für die Lehrkraft:

<https://de.slideshare.net/isseylovedots/personas-28671897>



[Ⓐ] **Design Thinking:**
<https://graphic-recording-digital.de/design-thinking-workshops-als-graphic-recorder/>



Kommunikation in sozialen Netzwerken

Viele Jugendliche nutzen das Internet, um zu kommunizieren, vor allem über die sozialen Netzwerke. Die Onlinekommunikation birgt allerdings auch Risiken und Gefahren. Oft ist man Beleidigungen, Hass oder Lügen hilflos ausgeliefert. Wie könnte eine Person ethisch verantwortungsvoll handeln, wenn sie sich beispielsweise mit Hatespeech, Cybermobbing, Fake News, Onlinestalking oder anderen Phänomenen in der digitalen Welt auseinandersetzen muss?

Arbeitsauftrag: Entwickelt anhand einer problematischen Ausgangslage eine Persona für einen bestimmten Nutzertyp, der über die Sozialen Medien kommuniziert. Dabei soll sich die Persona nicht nur auf ein bestimmtes Verhalten beschränken, sondern als Gesamtpersönlichkeit betrachtet werden.

Eure Persona sollte mindestens folgende Merkmale enthalten:

- ▶ Name und Foto (Zeichnung)
- ▶ Hintergrundinformationen: Alter, Geschlecht, Wohnort, familiäre Verhältnisse, Hobbys
- ▶ Statements: Werte, Standpunkte, Ansichten und Einstellungen
- ▶ Erwartungen, Ziele: Was möchte die Persona durch ihr Handeln erreichen? Welche Probleme will sie lösen, welchen Nutzen erzielen? Welche Ängste könnten bei ihr entstehen? Welche positiven und negativen Auswirkungen könnten ihre Entscheidungen mit sich bringen?
- ▶ Häufige Einwände: Was spricht gegen ihr Verhalten? Welche Reaktionen könnten bei anderen ausgelöst werden? Was macht es schwierig, die Einstellung der Persona umzusetzen? Mit welchen Widerständen muss sie rechnen?
- ▶ Lösung: Wie müsste man sich richtig verhalten? Was erreicht die Persona durch ihr Handeln? Warum ist es wichtig, entsprechend zu reagieren? Wer könnte zur Hilfe geholt werden?

Persona-Name:		Foto/Zeichnung:
Hintergrundinformationen:	Statements:	
Erwartungen, Ziele:	Häufige Einwände:	Lösung:

Quellenverzeichnis

Weblinks

- ▶ Artikel "Der Spion in der Tasche"
<http://www.magazin-q4.de/012018/spionage-vertrauen-sie-ihrem-smartphone.html>
- ▶ Artikel "Wo kommen alle Daten her?"
<https://www.industry-of-things.de/wo-kommen-all-die-daten-her-a-610174/>
- ▶ Arbeitsblatt des WDR
https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/medienundbildung/arbeitsblatt_XII_I100.pdf
- ▶ klicksafe
<https://www.klicksafe.de/themen/medienethik/>
- ▶ Institut für digitale Ethik
<https://www.hdm-stuttgart.de/digitale-ethik/home>

Alle aufgeführten Links wurden zuletzt abgerufen am 16.12.2019.

Lösungen:

Grundlagen der
Medienethik

Lösung: AB 1 – Medienethik

Um sich näher mit „Medienethik“ auseinanderzusetzen, ist es wichtig, auch die Begriffe „Ethik“ und „Moral“ miteinzubeziehen. Diese sind eng mit dem Bereich verknüpft und bieten daher zusätzliche Informationen, die Medienethik greifbarer machen.

Moral

Der Begriff „Moral“ meint für die Gesellschaft verbindliche Wertmaßstäbe, Überzeugungen und Handlungsregeln. Was ist erwünscht oder geboten? Was ist inakzeptabel und daher verwerflich? Wenn bestimmte Handlungen und Vorgehensweisen in einer großen Gruppe bzw. der Gesellschaft Anwendung gefunden und entsprechend Bestand haben, werden sie als moralisch korrekt angesehen. Das Gegenteil ist bei denjenigen Handlungen der Fall, die von der Gesellschaft nicht akzeptiert und als unerwünscht angesehen werden.

Ethik

Die Ethik wiederum beschäftigt sich aus wissenschaftlicher Sicht mit der Moral. Sie nimmt eine kritische Haltung gegenüber der Moral ein und hinterfragt die einzelnen Überzeugungen. Sind die Handlungsweisen und Wertmaßstäbe gerechtfertigt?

Medienethik

Medienethik ist ein Teil der Angewandten Ethik und bezieht sich auf die Medien. Sie hinterfragt deren Bedeutung für die Gesellschaft aus moralischer Sicht. Dabei wird aus mehreren Perspektiven analysiert: Welche Verhaltensweisen haben die Nutzer/-innen von digitalen Medien und sozialen Netzwerken, wer trägt dort die Verantwortung? Welche Verantwortung haben Unternehmen (und auch Journalistinnen und Journalisten) hinsichtlich der Präsentation und der Arbeitsweise im Umgang mit und in den Medien? Und was leisten Medien für die Gesellschaft?

Relevant ist ebenfalls, dass gerade durch die Entwicklung des Internets nicht mehr nur ein reiner Konsum bzw. eine reine Rezeption von Medieninhalten auf Nutzerseite und eine reine Produktion auf Unternehmensseite stattfinden, sondern dass das Internet jedem/jeder Einzelnen ermöglicht, aktiv zu werden, selbst Inhalte zu produzieren und mit anderen direkt zu kommunizieren. Das hat natürlich maßgebliche Auswirkungen auf die Gesellschaft und stellt entsprechend neue Anforderungen an die Medienethik.

Lösung: AB 2 – Medien in unserem Alltag

Welche Medien gibt es überhaupt und wie nutzen wir sie? Um dir einen ersten Überblick zu verschaffen, sammelst du links alle Medien, die dir einfallen. Anschließend überlegst du dir, wie Medienunternehmen das jeweilige Medium nutzen, und ebenso, wie Nutzer/-innen damit umgehen.

Medium	(Medien-)Unternehmen	Nutzer/-innen
Fernsehen	Produzieren Inhalte, generieren Informationen, verbreiten sie in Sendungen/Filmen	Konsumieren Inhalte, rezeptives Verhalten (nehmen Informationen auf)
Computer/Smartphone/ Tablet mit Internetzugang	Produzieren Inhalte, generieren Informationen, verbreiten sie, rezeptives Verhalten, reagieren auf Kommentare, füllen zahlreiche Plattformen	Konsumieren Inhalte, generieren eigene Inhalte, werden kreativ, aktives Verhalten
Zeitung/Zeitschrift	Produzieren Inhalte, generieren Informationen, verbreiten sie	Konsumieren Inhalte, rezeptives Verhalten (nehmen Informationen auf)
Radio	Produzieren Inhalte, generieren Informationen, verbreiten sie	Konsumieren Inhalte, rezeptives Verhalten (nehmen Informationen auf)
Buch	Produzieren Inhalte, generieren Informationen, verbreiten sie	Konsumieren Inhalte, rezeptives Verhalten (nehmen Informationen auf)
Computer (ohne Internetzugang)	Produzieren Inhalte, generieren Informationen, verbreiten sie (z.B. auf CD-ROM, USB-Stick)	Konsumieren Inhalte, generieren eigene Inhalte für sich persönlich

#RespektBW ist eine Kampagne der Landesregierung für eine respektvolle Diskussionskultur in den Sozialen Medien. Sie soll Kinder und Jugendliche aktivieren, für die Werte unserer Demokratie und ein gutes gesellschaftliches Miteinander einzutreten. Die Kampagne ist Teil des Impulsprogramms der Landesregierung zum gesellschaftlichen Zusammenhalt. Das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg führt die Kampagne im Auftrag des Staatsministeriums, in enger Abstimmung mit dem Ministerium für Kultus, Jugend und Sport, durch.

#RespektBW

LMZ  LANDESMEDIENZENTRUM
BADEN-WÜRTTEMBERG


Impulsprogramm
der Landesregierung


Baden-Württemberg