Vorwort	Quantität und Qualität des Medienkonsums, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, werden von unterschiedlichen Professionen beleuchtet. Erkenntnisse aus Suchtprävention, Medien- und Politiwissenschaften u.v.m. weisen auf die Bedeutung eines bewussten und selbstbestimmten Medienkonsums hin. Dieser ist auch im Sinne eines persönlich weisen Umgangs mit dem Konsumgut Medien bzw. mit medialen Inhalten. Noch einmal mehr gewinnt das Thema an Bedeutung, wenn die gesellschaftliche Dimension miteinbezogen wird. Für die aktive Mitgestaltung unserer demokratischen Strukturen und die „consumer citizenship“ spielen Medien und ihre Nutzung eine wichtige Rolle.
Fächerbezug	Politische Bildung, Wirtschaft, Religion/Ethik, Deutsch, Kommunikation/Projektarbeit/Soziales Lernen
Schulstufe	empfohlen für 10./11. Schulstufe
Kompetenzen siehe Grundsatzerlass Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung BMBF, Juni 2015	• Die Schüler:innen sind zur Reflexion ihrer persönlichen Bedürfnisse, ökonomischen Möglichkeiten und Werthaltungen in der Lage. • Die Schüler:innen kennen die grundlegenden Rechte, Pflichten und Möglichkeiten als Verbraucher:innen beim Abschluss von Verträgen. • Die Schüler:innen können grundlegende wirtschaftstheoretische und wirtschaftspolitische Kenntnisse nutzen, um sich in der nationalen, internationalen und globalen Wirtschaft zu orientieren.
Anliegen	• Analyse des persönlichen Medienkonsums • Persönliche Handlungsmöglichkeiten formulieren • Kritische Auseinandersetzung mit der Medienlandschaft • Analyse und Vergleich verschiedener Arten von Medienunternehmen • Visualisierung verschiedener Quellen und von deren Einflüssen auf persönliche Entscheidungen • Kriterien für die bewusste Wahl medialer Inhalte erarbeiten

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Hintergründe für Lehrkräfte	Konsumgut Medien
Informationen für Lehrkräfte und Schüler:innen	Qualitätskriterien
Anschlussthemen	Fairness, Suchen und Kaufen im Internet, Sharing Economy
Quellen & Links	**Internetquellen, Zeitungsberichte und Videos:** **Österreichischer Presserat** www.presserat.at **Medienzentrum Greifswald** https://medienzentrum-hgw.de **ORF / Ö1 (2021): Neue Parteimedien. Zwischen Boulevard und Propaganda** https://oe1.orf.at/artikel/683067/Zwischen-Boulevard-und-Propaganda **ORF / Ö1 (2023): Risse in der Boulevard-Macht** https://oe1.orf.at/artikel/702155/Risse-in-der-Boulevard-Macht **Bundeszentrale für politische Bildung** www.bpb.de/gesellschaft/digitales/digitale-desinformation **Video zur Mediengeschichte (Buchdruck, Zeitung, Radio, Fernsehen, Internet)** www.youtube.com/watch?v=jX87HNlNO3A **Bücher** Rosling, H., Rönnlund, A. R. & Rosling, O. (2018). **Factfulness**. Wie wir lernen, die Welt so zu sehen, wie sie wirklich ist. Berlin: Ullstein.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.