

Die Struktur der US-Medienlandschaft (1)



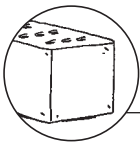
Beschreibt das Bild und erklärt dessen Bedeutung.



Entwicklung der US-amerikanischen Medienlandschaft

In den USA sorgen mehr als 1.800 Fernsehstationen, 10.000 Tages- und Wochen-Zeitungen und 15.000 Radiosender für Informationen und Unterhaltung. Dabei sollte man meinen, dass diese Vielzahl der Medien auch eine hohe Vielfalt an Inhalten mit sich bringt. Allerdings werden 90 % des Marktes von nur fünf großen Medienkonzernen (Time Warner, Disney, Murdoch's News Corporation, General Electric/NBC und CBS Corp.) kontrolliert. Die Gesetze der Marktwirtschaft bestimmen dabei immer mehr was gesendet bzw. geschrieben wird. Es sind also eher wirtschaftliche Hintergründe als die Informationsbedürfnisse einer Demokratie entscheidend für die Inhalte der Medien.

Jeder Amerikaner verbringt im Durchschnitt täglich acht Stunden mit Medien und bekommt – bewusst oder unbewusst – entsprechend viel Werbung vorgesetzt. Die Programme müssen Werbung verkaufen. Werbeinnahmen sind in der größtenteils privat organisierten Medienlandschaft der USA die treibende Kraft bei der Aufbereitung der Informationen, die der amerikanischen Öffentlichkeit in Zeitungen, in Funk und Fernsehen, und natürlich auch im Internet gezeigt werden. Die werbetreibende Wirtschaft zahlt schließlich \$ 215 Milliarden im Jahr, um ihre Produkte ins Bewusstsein der amerikanischen Öffentlichkeit zu bringen. Einige sehen in dieser Tatsache eine Gefahr für die Demokratie. Die Medien sollen schließlich auch in den USA als „Vierte Gewalt“ ein wichtiger Hüter der Demokratie sein.



Medienkonzerne und Social Media (1)

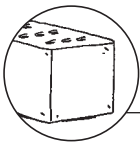


Beschreibt und interpretiert das Bild.



Erstellt gemeinsam in Partnerarbeit eine Liste von bis zu vier euch bekannten sozialen Netzwerken mit Namen und einer kurzen Beschreibung derer Funktion.

Soziales Netzwerk	Funktion
Facebook®	<ul style="list-style-type: none"> • Kontakt mit Freunden • ehemalige Bekannte wiederfinden • ...



Fake News oder alternative Fakten?! (1)

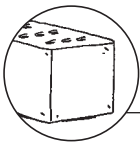


Vergleiche die beiden Bilder der Amtseinführung der US-Präsidenten Obama 2009 (links) bzw. Trump 2017 (rechts). Erkläre, welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten dabei auffallen.

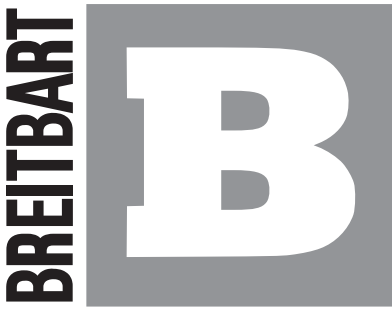


Unterschiede: ...

Gemeinsamkeiten: ...



Meinungsmache per Medien



Die abgebildeten Logos zeigen drei verschieden große und unterschiedlich bekannte Medienunternehmen in den USA. Hier sollen sie beispielhaft jeweils die Wichtigkeit hervorheben, sich bei Nachrichten nicht auf nur eine Quelle zu verlassen. Die gleiche Geschichte klingt im Radio vielleicht ganz anders als im Fernsehen, oder steht in der Zeitung anders als im Internet.



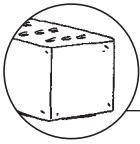
1 Recherchiert im Internet, wofür die drei Nachrichtenunternehmen bekannt sind.



2 Versucht eine Nachricht zu finden, über die in verschiedenen Medien unterschiedlich berichtet wurde.

Um am Ende zumindest bei Internet-Meldungen bzw. -Nachrichten einigermaßen sicher zu sein, ob man dem Gelesenen trauen kann, hilft es, sich an die folgenden vier Schritte zu halten.

1. Quelle: Überprüfen, wer hinter einem Inhalt steckt!	2. Fakten: Stimmt das, was behauptet wird? Nicht alles ist wahr!	3. Bilder: Überprüfen, ob das verwendete Bild wirklich zum Text gehört oder bearbeitet ist.	4. Aktualität: Aus welcher Zeit stammen die Informationen?
Ein Blick auf die Autorin/den Autor oder ins Impressum einer Webseite sollte zeigen, wer hinter den Inhalten steht (Parteilichkeit, Kompetenz, Intention). Fehlt eine Adresse oder ist ein Postfach im Ausland angegeben, sollte das kritisch hinterfragt werden.	Wird das Thema auf anderen Seiten ähnlich aufgearbeitet oder erscheint es sogar im gleichen Wortlaut? Kopierte Inhalte deuten auf unseriöses Copy & Paste-Verhalten hin. Texte, die verkürzt nur auf Schlagzeilen beruhen, wenig Inhalt und viel Meinung präsentieren, sollten mit Vorsicht genossen werden.	Bei Falschmeldungen werden oft Bilder aus anderen Kontexten verwendet. Eine Rückwärts-Bildersuche kann helfen, dem Original auf die Spur zu kommen.	In Suchmaschinen hilft ein voreingestellter Filter, der den Zeitraum der Ergebnisse einschränkt, die neuesten Informationen zu einem Thema zu finden.
FAKE?	FAKE?	FAKE?	FAKE?



Ist das ok, oder ist das schon #MeToo?



Lest die Hintergrundinformationen zur #MeToo-Debatte durch.

#MeToo: Ein Jahr danach

- Am 5. Oktober 2017 erscheint in der „New York Times“ ein Artikel, in dem der Filmproduzent Harvey Weinstein sexueller Belästigung beschuldigt wird.
- Zehn Tage später ruft die US-amerikanische Schauspielerin Alyssa Milano unter dem Hashtag¹ MeToo andere Frauen auf, in sozialen Medien ihre Erfahrungen mit sexuellen Übergriffen, Missbrauch und Diskriminierung zu teilen. Die Aktivistin Tarana Burke hatte den Hashtag bereits 2006 benutzt, um auf sexuellen Missbrauch an afroamerikanischen Frauen aufmerksam zu machen.
- Kontrovers wird seitdem diskutiert, ob die Benennung von strafbewehrten Handlungen einerseits und Hinweise auf Alltagssexismus andererseits unter einem Schlagwort vermischt werden sollten.
- Die #MeToo-Debatte hat sich inzwischen zu einer umfangreichen Auseinandersetzung über den Stand der Gleichberechtigung von Mann und Frau entwickelt. Sowohl das Privat- und Berufsleben als auch die Künste werden vermehrt unter diesem Vorzeichen betrachtet.



Diskutiert in Partnerarbeit die folgenden Aussagen. Welche Aussagen können eurer Meinung nach im Rahmen der #MeToo Debatte gefallen sein? Klärt dabei, inwieweit es jeweils um die Gleichberechtigung zwischen Mann und Frau geht.

