



Medienwissen

Status: **Richtungsspezifisches Fach**
Fachrichtung: **Kommunikation und Information**
Dotation: **in der 3. Klasse 3 Lektionen pro Woche**

Bildungsziele

Ziel des Unterrichts ist ein vertieftes Wissen über verschiedene Medien und ihre gesellschaftliche Bedeutung sowie die Aneignung journalistischer Basiskompetenzen zu ermöglichen. Die Schülerinnen und Schüler erhalten zudem einen Einblick in die Unternehmenskommunikation und ins Marketing.

Richtziele

Die Schülerinnen und Schüler

- überblicken die Schweizer Medienlandschaft
- verstehen die Funktionsweise und gesellschaftliche Bedeutung verschiedener Massenkommunikationsmittel
- entwickeln journalistische Basiskompetenzen
- befassen sich mit medienethischen und -rechtlichen Fragestellungen
- kennen zentrale Aspekte der Unternehmenskommunikation und des Marketings

Kompetenzziele

Die Schülerinnen und Schüler

- kennen verschiedene Tätigkeitsfelder im Bereich der Kommunikation und Medien
- können unterschiedliche Medienunternehmen der Schweiz benennen und den Wandel der Medienlandschaft beschreiben (z. B. Verschiebung vom Print- zum Onlinejournalismus)
- setzen sich mit verschiedenen Printmedien und deren Merkmalen und Charakteristika auseinander (z. B. Zeitschriften, Tageszeitungen, Gratiszeitungen, Boulevard)
- können unterschiedliche journalistische Darstellungsformen erkennen und sie praktisch umsetzen (z. B. Nachricht, Reportage, Podcast, Videoclip)
- kennen die Geschichte des Radios und Fernsehens und können deren Funktionsweise und Bedeutung beschreiben (z. B. öffentlich-rechtliche vs. private Sender)
- setzen sich mit der Bedeutung und Funktion von sozialen Medien auseinander
- überblicken die Geschichte der Massenmedien
- kennen die gesellschaftliche Bedeutung und Funktion der Medien (z. B. Wächterfunktion, Bildungsauftrag, Informationsvermittlung)
- diskutieren anhand konkreter Beispiele medienethische Fragen
- kennen zentrale medienrechtliche Bestimmungen
- erhalten Einblick in die verschiedenen Tätigkeitsfelder der Unternehmenskommunikation und der PR (z. B. Medienkonferenzen organisieren, Medienmitteilungen formulieren, Kommunikation über soziale Medien konzeptionieren und umsetzen)
- beschäftigen sich mit Marketingstrategien und können Werbung analysieren