



Workshop 3 Medienschaffen

Alexander Buck und Elisabeth Raschke	Sprache, Quote, Follower – (Soziale) Medien als 4. Gewalt zwischen Informieren, Warnen und Verkaufen		
	Quintessenz		
	Differenzieren kostet Zeit	Teil eines Kollektivs sein: was wollen wir?	
	Trump ist zurückgetreten - Wer Fakenews kreiert und versendet, sucht Aufmerksamkeit	Werte finden Widerhall in medialen Handlungen	
	15 Minuten Berühmtsein – Fakkenews unterscheiden	Wer schockiert ist, will (medial) beschäftigt werden	
	Jede_r verantwortet seinen Medienkonsum		



Alexander Buck und Elisabeth Raschke	Sprache, Quote, Follower – (Soziale) Medien als 4. Gewalt zwischen Informieren, Warnen und Verkaufen		
	Bedarfe für „München“		
		Korrektiv für Fakenews - Internet vergisst nicht	Codex im öffentlichen (virtuellen) Raum → vgl. amnesty Forum
		Produzent = Konsument = Produzent → gute Kultur der Medien bilden	Codex Transparent arbeiten, vernünftiges Tempo, recherchiert veröffentlichen
		Anspruch an öffentlich-rechtliche Medien: „langsam“, „besonnen“, keinesfalls sensationslüstern senden	

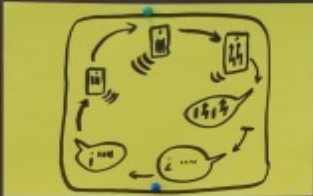


Alexander Buck und Elisabeth Raschke	Sprache, Quote, Follower – (Soziale) Medien als 4. Gewalt zwischen Informieren, Warnen und Verkaufen		
	Lösungsansätze		
	Ständig informiert sein vs. Reflektiert konsumieren (lernen)	Gute Gewohnheiten so intensivieren, dass sie auch unter Stress abrufbar sind	Ich schalte eigenverantwortlich ab
	Ein Hoax-/Skeptiker- Button: seid kritisch!	Ich Individuum sorge für mich und mein direktes Umfeld	Ich verantworte meine Handlung/für mein Umfeld
	www.mimikama.at und www.hoaxmap.org	Qualitativen Dialog (moderiert) befördern	jede_r User_in ist ein laufendes Stil-/Inhaltskorrektiv im Netz
		Prätoren fördern gegen Trolls: täglich 1x stop sagen	Ironisch-humorvoll mit Troll auf Troll reagieren



Alexander Buck & Elisabeth Raschke

③ Sprache, Quote, Follower - (Soziale) Medien als 4. Gewalt zwischen Informieren, Wohnen u. Verkaufen



Workshop 4 Medien

♡-lich Willkommen!

Quintessenz ③

Differenzieren kostet Zeit

Wer Fakenews kreiert u. versendet sucht Aufmerksamkeit.

15' of fame " Fakenews unterscheiden

jeder verantwortlich seinen Medienkonsum

Teil eines Kollektivs sein: was teilen wir?

Werte finden Wiederhall in medialen Handlungen

Wer schockiert ist, will (medial) beschäftigt werden

bisher nützliche

- Maßstäbe
- Werte
- Überprüfkategorien ... (Sinne) ... helfen nicht

Bedarf für München ③

Korrektiv für Fakenews - Internet vergisst nicht

Produzent = gute Kultur d. Med. bilden
Konsument = Produzent

Anspruch an öff. rechtl. Medien

- langsam
- besonnen
- keinesfalls sensationalistern senden

Coder im öff. (virtuellen) Raum

→ vgl. amnesty

Coda:

- transparent
- vernünftiges Tempo
- Recherchiert

vernutzt vs. "an die Leine gelegt"

Lösungsansätze ③

gute Gewohnheiten so intensivieren bis sie auch unter Stress abrufbar sind

ich (Individuum) Sorge für mich + mein dir. Umfeld

ich schalte ab (eigenverantwortl!)

ich verantworte meine Handlung / für mein Umfeld

qualitativen Dialog (moderner) befördern

jeder r ist ein laufen des Stil / Inhaltskorrektiv im Netz

Prätoren gg. Trolls - tägl. 1x "stop" sagen

Ironisch-humorvoll mit Troll auf Troll reagieren

ständig informiert sein vs. reflektiert konsumieren (lernen)

Hoax-Skeptiker-Button: kritisch sein

→ mirmikoma.at
hoaxmap.org

