

Übersicht zum Wahlpflichtfach Medien und Kommunikation

- Name des Wahlpflichtfachs: Medien und Kommunikation
- Leitfach/Lernbereiche: Politische Bildung; angesetzt am Bereich Globalisierung
(7/I. Medien in der Globalisierung); Bezüge zum Fach
Deutsch
- Unterrichtende Lehrkraft/Lehrkräfte: Kabisch/Flieger/Hütter
- Wahlpflichtfach mit je 3 Stunden in JGS 9 und 10
- Wahlpflichtfach mit 2 Stunden in JGS 10

JGS	Thema	Mögliche Inhalte / Kompetenzentwicklung	Stunden
9	Medien in unserer Gesellschaft – Verblöden sie uns nur noch?	<ul style="list-style-type: none"> -benennen der verschiedenen Medien in der Gesellschaft -Rolle der Medien und ihre Funktionen sowie der Wahrnehmung dieser Aufgaben erklären -bewerten des Umgangs mit der Presse anhand von verschiedenen Beispielen (Lügenpresse, Unabhängigkeit der Medien o.a.) -Analyse der Mediennutzung (Statistikanalyse) anhand verschiedener Medienstatistiken (JIM/KIM) -Erstellung einer eigenen Umfrage zur Mediennutzung; Durchführung und Auswertung -Analyse von aktuellen Medienprodukten bezüglich der Leitfrage -„Jugend-debattiert-Debatte“ zur Leitfrage durchführen und auswerten 	21
9	Onlinezeitungen vs. Normale Zeitungen – zerfällt der bekannte Journalismus?	<ul style="list-style-type: none"> -Aufbau von Zeitungen beschreiben -Analyse und Vergleich von aktuellen Tageszeitungen bezüglich des Aufbaus/Struktur/Zielgruppe (MAZ, FAZ, Süddeutsche o.a.) -Veränderungen der Zeitungen im historischen Blickwinkel -erläutern der Herausforderungen durch den Onlinejournalismus -Vergleich zwischen Print- und Onlineversion und bewerten der gefundenen Lösungen für die Herausforderungen (Paywall, Werbung, Zugang für Leser, Sonderangebote, Schnelligkeit der medialen Darstellung) -Besuch in einer Zeitungsredaktion/ Online-Zeitung -eigene Zeitung für einen Tag gestalten; auch als Online-Version möglich 	22

9	Social Media – Herausforderung oder Chance?	<ul style="list-style-type: none"> -Bedeutung der Social Media für den Alltagsbereich der Jugendlichen untersuchen -Analyse der verschiedenen Social Media Plattformen bezüglich der angebotenen Kommunikation -bewerten der Möglichkeiten und Grenzen der sozialen Medien vor dem Hintergrund verschiedener Kriterien: <ul style="list-style-type: none"> -Mobbing -Schnelligkeit und Zerfall von Wichtigem -Datenschutz -Recht auf das eigene Bild -Klarnamenpflicht? -erstellen eines eigenen Netzwerks, das die o.g. Faktoren sinnvoll aufnimmt und zukunftsgerichtet auftritt(Design von medialen Darstellungsfaktoren 	21
9	Podcasts – das Ende des Radios?	<ul style="list-style-type: none"> -Aufbau und Struktur von Radiosendungen -Vergleich der verschiedenen Radiosender, ihren medialen Mittel und der Zielgruppe -beschreiben der Inhalte und Ziele der podcasts -Untersuchen von beispielhaften podcasts und deren medialen Mitteln (Aufbau, Einbindung der Hörer, Finanzierung) -eigenen Podcast zur Problemfrage erstellen 	21
10	Werbung – (k)eine Manipulation?	<ul style="list-style-type: none"> -Aufbau von Analyse von ausgewählten Print- und Fernsehwerbungen -erklären von zentralen Mitteln der Werbung -eigene Werbung Print/Film-Werbung für das EHG erstellen 	25
11	„Wir bauen Emotionen“ – Filmanalyse	<ul style="list-style-type: none"> -erklären und benennen der zentralen filmischen Mittel für die Gestaltung von emotionalen Filmen (Musik, Erzählperspektive o.a.) -Analyse von diesen Gestaltungsmitteln anhand von Ausschnitten aus bestimmten Filmen oder Serien (Fokus auf Emotionsherstellung/ Figurendarstellung) -eigene Analyse unter einem selbstgewählten Fokus erstellen 	21
12	Scripted realities – Wahrheit und Fälschung	<ul style="list-style-type: none"> -Aufbau und Struktur von typischen scripted realities (Bauer sucht Frau, Mitten im Leben) -Figurengestaltung in Bauer sucht Frau/Schwiegertochter gesucht/Mitten im Leben -medialer Umgang mit den scripted realities (Böhmermanns Verafake) -eigene scripted reality erstellen 	21
13	Nachrichtensendungen - alles nur das Selbe?	<ul style="list-style-type: none"> -Aufbau von Nachrichtensendungen beschreiben -Vergleich zwischen verschiedenen Nachrichtensendungen (ARD, ZDF, RTL, RTL II; SAT 1) -Besuch im Nachrichtenstudio und Produktion einer eigenen Sendung 	21
14	Entertainment, Infotainment oder was nun? – aktuelle mediale	<ul style="list-style-type: none"> -aktuelle mediale Darstellungsströmungen erläutern (Entertainment, Infotainment, Serienlastigkeit) 	21

	Strömungen exemplarisch untersuchen	-aktuelle Fernsehprogramme analysieren (Ich bin ein Star, Castingprogramme o.a.) -Beurteilung der möglichen Entwicklungen nach der Analyse der medialen Entwicklung	
15	Serien – das neue mediale Sprungbrett?	-Entwicklung der Serienlandschaft und medialer Darstellungsplattformen (Netflix o.a.) beschreiben -Begründen, warum Serien sich zu einer solch beliebte Plattform entwickelt haben -Analyse von ausgewählten Serien	12
16	Eigenes Thema nach Wunsch des Kurses		14
Stunden insgesamt			220