

Didaktische Sequenz «Diversität in der Werbung»

| | |
|---|---|
| Thema | Darstellung von Diversität in der Werbung |
| Diversitätsdimensionen | Variabel (abhängig vom Auftrag) |
| Lernziele | Die Teilnehmenden (TN) <ul style="list-style-type: none"> • erkennen, dass die Gestaltung von Werbung in Zusammenhang mit Wertvorstellungen und gesellschaftlichen Idealen zu lesen ist; • setzen sich mit eigenen Vorurteilen auseinander. |
| Methode(n) | Recherche Analyse Diskussion |
| Sozialform(en) | Partner- oder Gruppenarbeit Plenum |
| Lehr- und Lernmaterialien | Arbeitsblatt Diversität in der Werbung Fotokarten und Beschreibungen der Fotokarten |
| Anschlussfähigkeit an Lehrwerkthemen / Handlungsfelder / Szenarien | Unabhängig von den Lehrwerkthemen einsetzbar Thematische Anknüpfung wäre sinnvollerweise eine landeskundliche Sequenz im Unterricht |
| Kombinationsmöglichkeit mit anderen didaktischen Sequenzen | «Bilderwelt Kursbuch» «Gender und Berufe» (Teil 1) «Gender und Berufe» (Teil 2) «Vielfalt erkennen» «The Cookie Thief» (Teil 1) |

| | |
|--|---|
| <p>Mögliche Umsetzungen im Unterricht</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1.) Zur Vorbereitung auf die Lektion geben die Kursleitenden (KL) den TN die Aufgabe, Werbeplakate, die sie auf dem Weg zum Unterricht (oder in ihrer Wohnumgebung) antreffen, mit ihrem Handy zu fotografieren. Eine Vorgabe für die Auswahl der Plakate sollte sein, dass mindestens eine Person auf den Plakaten zu sehen ist. 2.) Die KL lassen die TN zur Aktivierung des Vorwissens ein Mindmap zum Thema Werbung erstellen. Anschliessend befragen sich die TN gegenseitig zu ihren Erfahrungen mit dem Thema. Im Plenum werden die Ergebnisse gesammelt und ergänzt. 3.) Die TN wählen in Gruppen ein Werbeplakat aus, das sie mit Hilfe von vorgegebenen Fragen (siehe Arbeitsblatt) analysieren. Die Ergebnisse halten die Gruppen auf einem Poster fest. 4.) Die KL erstellen eine Posterausstellung im Kursraum, und die TN schauen sich alle Poster an. 5.) Im Plenum wird eine abschliessende Diskussion geführt, die mit den Fotokarten und den Fragen auf dem Arbeitsblatt gelenkt werden kann. |
| <p>Didaktischer Kommentar</p> | <p>Gemäss Hägi-Mead (2017, S. 211) bieten aktuelle Werbe- und Presse-materialien einen geeigneten Anlass für landeskundliche Auseinander-setzungen. Als Spiegel der Gesellschaft ermöglichen sie, Pauschalisie-rungen, Stereotypen und Normalitätskonstruktionen und damit verbun-dene Diskriminierungen zu thematisieren und zu reflektieren. Werbung zu didaktisieren bzw. im Unterricht einzusetzen, ist im Bereich Deutsch als Fremdsprache entsprechend sehr beliebt (ebd.) und eröffnet innov-ative Zugänge zu landeskundlichen Themen (vgl. Altmeyer, 2016, S. 56f).</p> <p>Zudem ist der Einsatz von authentischen Materialien eine grundle-gende Prämisse der zeitgemässen Landeskundedidaktik (vgl. Schwei-ger, Hägi und Döll 2015, S. 9). Dabei bietet es sich an, die Recherche als partizipative Methode in die Unterrichtsplanung einzubinden. Denn die Recherche ist per se lernerorientiert, weil sie den Lernenden die Möglichkeit bietet, mitzuentcheiden und mitzugestalten. (Fischer, Frischherz und Noke, 2010, S. 1507).</p> <p>Praktischer Tipp: Die Fotos können in einem Kurs-WhatsApp oder auf einer E-Learning-Plattform gesammelt und über Beamer im Kursraum projiziert werden.</p> |

Links und weiterführende Literatur

Weiterführende Literatur:

Altmeyer, C. (2016). *Mitreden. Diskursive Landeskunde für Deutsch als Fremd- und Zweitsprache*. Stuttgart: Ernst Klett Sprachen.

Fischer, R., Frischherz, B. & Noke, K. (2010). DACH-Landeskunde. In H.-J. Krumm, C. Fandrych, B. Hufeisen & C. Riemer (Hrsg.), *Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Ein internationales Handbuch*, 2. Halbbd. (S. 1441-1454). Berlin und New York: de Gruyter.

Hägi-Mead, S. (2017). Umparken im Kopf – Konstruktive Überlegungen zu Tabus und heiklen Themen in Lehrwerken und Unterrichtsmaterialien. In P. Haase & M. Höller (Hrsg.), *Kulturelles Lernen im DaF/DaZ-Unterricht. Paradigmenwechsel in der Landeskunde* (S. 209-237). Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.

Schweiger, H., Hägi, S. & Döll, M. (2015). Landeskundliche und (kultur-)reflexive Konzepte. Impulse für die Praxis. *Fremdsprache Deutsch*, 52, 4-10.

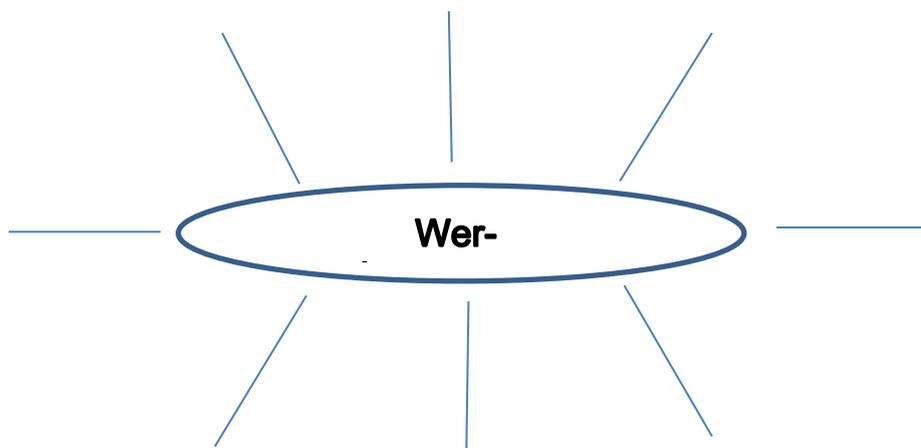
Anhang: Lehr- und Lernmaterialien

Arbeitsblatt Diversität in der Werbung

Wortschatz:

Arbeiten Sie in Gruppen. Versuchen Sie zuerst, die Aufgabe in der Gruppe ohne Hilfsmittel zu lösen. Wenn Sie nicht mehr weiterkommen, können Sie ein Wörterbuch oder Ihr Smartphone zu Hilfe nehmen.

a.) Machen Sie ein Mindmap zum Thema Werbung. Versuchen Sie so viele passende Begriffe wie möglich zu finden.



b) Befragen Sie sich gegenseitig zum Thema Werbung:

1. Weshalb gibt es Werbung?
2. Welche Formen von Werbung gibt es?
3. Wie funktioniert Werbung?
4. Schauen Sie sich Werbung an? Wo? Welche? Warum?
5. Welche Werbung mögen Sie am liebsten?
6. Sind Werbeplakate in Basel anders als in anderen Ländern?

Projekt Werbeplakat:

a) *Betrachten Sie in der Gruppe gemeinsam das ausgewählte Werbeplakat. Beschreiben Sie, was Sie sehen. Sie können sich an den folgenden Fragen orientieren:*

1. Für welches Produkt steht dieses Plakat?
2. Wer wirbt für das Produkt? Können Sie die Person beschreiben (Kleider, Aktivität, Alter, Aussehen, Herkunft etc.)?
3. Warum wirbt diese Person für dieses Produkt?
4. Gibt es Text auf dem Plakat? Welchen?
5. Finden Sie die Werbung attraktiv? Warum?
6. Wäre dieses Plakat ein Buch, welchen Titel würde es haben?

b) *Stellen Sie Ihre Ergebnisse auf einem Poster dar.*

c) *Schauen Sie sich im Plenum die Ergebnisse der Gruppen an und diskutieren Sie gemeinsam (mit Hilfe der Fotokarten):*

1. Warum wurden diese Personen für die Werbeplakate ausgewählt?
2. Können Sie sich mit den Personen auf den Werbeplakaten identifizieren? Warum?
3. Vergleichen Sie die Werbeplakate mit den Bildkarten. Gibt es Unterschiede? Gemeinsamkeiten?
4. Was vermissen Sie auf den Werbeplakaten?
5. Welche Schweiz / Welches Basel zeigen diese Werbungen?



Bildkarten





© # 92492926 – stock.adobe.com



© # 96187480 – stock.adobe.com



Präsidiialdepartement des Kantons Basel-Stadt
Kantons- und Stadtentwicklung

► Fachstelle Diversität und Integration



Erziehungsdepartement des Kantons Basel-Stadt
Mittelschulen und Berufsbildung

► Erwachsenenbildung







© # 78492360 – stock.adobe.com



© # 58089887 – stock.adobe.com



Präsidiialdepartement des Kantons Basel-Stadt
Kantons- und Stadtentwicklung

► Fachstelle Diversität und Integration



Erziehungsdepartement des Kantons Basel-Stadt
Mittelschulen und Berufsbildung

► Erwachsenenbildung



Präsidiialdepartement des Kantons Basel-Stadt
Kantons- und Stadtentwicklung

► Fachstelle Diversität und Integration



Erziehungsdepartement des Kantons Basel-Stadt
Mittelschulen und Berufsbildung

► Erwachsenenbildung



© # 132363956 – stock.adobe.com



© # 86876386 – stock.adobe.com



Präsidiialdepartement des Kantons Basel-Stadt
Kantons- und Stadtentwicklung

► Fachstelle Diversität und Integration



Erziehungsdepartement des Kantons Basel-Stadt
Mittelschulen und Berufsbildung

► Erwachsenenbildung

Beschreibungen der Bildkarten

| Bild Nr. | Beschreibung |
|----------|---|
| 1 | Familie mit unterschiedlichen Hautfarben. |
| 2 | Kind mit Behinderung |
| 3 | Frau bedient Kreissäge. (Handwerkliche Tätigkeiten) |
| 4 | Junge wäscht ab. / Junge übernimmt Tätigkeiten im Haushalt. |
| 5 | Mann bedient Waschmaschine. / Mann übernimmt Tätigkeiten im Haushalt. |
| 6 | Chefin gibt ihrem jüngeren Kollegen Anweisungen. |
| 7 | Homosexuelles Paar |
| 8 | Mann weint. |
| 9 | Obdachlose Frau |
| 10 | Mann mit seinem Kind beim Kuchenbacken. / Mann übernimmt Tätigkeiten im Haushalt. |
| 11 | Korpulente Sekretärin |
| 12 | Frauenfussball |