

Modul 2

Medienlandschaft

Inkl. Traditionelle & Neue Medien



Dezember
2019

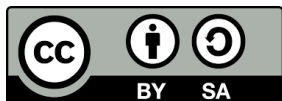


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Projekt Information

Projekt Titel:	Digital Media Literacy for Active Citizenship
Projekt Akronym:	DIMELI4AC
Nummer der Finanzhilfvereinbarung:	2018-1-DE03-KA201-047411
Koordination:	Leibniz Universität Hannover
Projekt Website:	www.dimeli.eu



Dieses Dokument von Dimeli4AC ist lizenziert unter CC BY-SA 4.0.

Um eine Kopie dieser Lizenz anzuzeigen, besuchen Sie <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, der ausschließlich die Ansichten der Autoren wiedergibt, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

Traditionelle Medien

Thema 1

1 Lernziele

1. Verstehen der Definition von traditionellen Medien
2. Erkennen der verschiedenen Arten von traditionellen Medien
3. An Gesprächen über traditionelle Medien teilnehmen
4. Analysieren und bewerten Sie die Inhalte, die über traditionelle Medien verbreitet werden

2 Allgemeine Beschreibung

Das Thema bietet Informationen über Traditionelle Medien und die verschiedenen Arten von Traditionellen Medien (z. B. TV, Radio, Druckerzeugnisse).

3 Einführung in das Thema

Traditionelle Medien stellen eine Form der Kommunikation dar, die sich der sprachlichen, verbalen und visuellen Form bedient und durch den Einsatz von Fernsehen, Radio und gedrucktem Material (Zeitung, Artikel, Zeitschrift etc.) vermittelt wird.

4 Rahmen

THEMA 1	Indikatoren (Level)	Benchmarks (Ziel)	Lehrplan	Aktivität	Ressourcen / Szenarien Grundlagen (10-12 J.)	Ressourcen / Szenarien Fortgeschritten (12-15 J.)	Überprüfung
TRADITIONELLE MEDIEN	Verstehen	<p>Der Schüler versteht die verschiedenen Arten von Medien und erkennt die Arten der traditionellen Medien (TV, Radio, Druckerzeugnisse).</p> <p>Der Schüler erkennt den Einfluss der traditionellen Medien auf sein tägliches Leben.</p> <p>Der Schüler erkennt die Grenzen der traditionellen Medien.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definition von traditionellen Medien 2. Arten von traditionellen Medien (TV, Radio, Print) 3. TV und Radio als Methode zur Übertragung von Nachrichten & zur Unterhaltung 4. Die Rolle der Zeitung 5. Der Einfluss von TV, Radio und Zeitung 6. Einschränkungen der traditionellen Medien (z. B. nicht viele verfügbare Nachrichtenquellen) <p>Vortrag über Online-Tools</p>	Vortrag über Online-Tools	Präsentation	Präsentation	Quiz

Modul 2 – Medienlandschaft

Engagieren / Ineragieren	Der Schüler interagiert mit einer Fernsehwerbung.	<ol style="list-style-type: none"> 1. TV-Werbung zur Hauptsendezeit 2. Radiowerbung während einer Musiksendung 3. Teilnahme an einem Klassengespräch zu einer TV-Werbung 	Vortrag über Online-Tools	Screenshots von Fernseh-Werbung Audio-Datei mit Radio-Werbung	Screenshots von Fernseh-Werbung Kurzer Clip mit TV-Werbung	
Analysieren	Der Schüler kann die spezifischen Marketingzwecke von Fernseh- und Radiowerbung analysieren.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketingtechniken durch Fernseh- und Radio-Werbung 2. Marketingpsychologie und menschliches Verhalten 3. Methoden zur Erkennung von zielgerichtetem Marketing (z. B. Werbung im Fernsehen während der Pausenzeit der Sendung Nachrichten) 	Vortrag über Online-Tools	Präsentation	Präsentation und Szenario anhand von Marketingwerbung im Fernsehen (z. B. Werbung im Fernsehen mit Marketingzweck)	Richtig/Falsch Fragen
Bewerten	Der Schüler kann Marketingbotschaften durch Fernsehen, Radio und Printmedien (z. B. Zeitung)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wege, um versteckte Botschaften des Marketings durch Fernseh-Werbung zu erkennen 	Vortrag über Online-Tools	Präsentation	Präsentation mit Fallbeispielen zu Fernseh-Werbung Zeitung mit	Richtig/Falsch Fragen

Modul 2 – Medienlandschaft

	<p>beurteilen.</p> <p>Die Schüler können ihre bevorzugte Informationsquelle (TV, Radio, gedrucktes Material) bewerten und auswählen.</p>	<p>2. Definieren Sie die Sprache und bewerten Sie den Zweck eines Fernseh-Spots</p> <p>3. Beurteilen Sie die verschiedenen Arten von Informationen, die Sie erhalten (Fernsehen, Radio, Gedrucktes)</p>			visuellen Anzeigen (z. B. Supermarktanzeigen)	
Erstellen	<p>Der Schüler kann einen Werbespot mit Marketing-Manipulationsbotschaften für Fernsehen, Radio oder Zeitung erstellen.</p>	<p>1. Methoden zur Erstellung von Werbung mit Marketingzwecken</p> <p>2. Wege zur Erstellung eines kritischen Gedankens gegen Marketingwerbung im Fernsehen und Radio.</p> <p>3. Wie man ein Bewusstsein für gezieltes Marketing schafft</p> <p>4. Methoden zur Vermeidung von Marketingmanipulationen</p>	Vortrag über Online-Tools	Präsentation	Präsentation mit Fallbeispielen	<p>Anzeige für Zeitung erstellen (z. B. Bild)</p> <p>Anzeige für Radio mit Diktiergerät erstellen</p>

Neue Medien (Social Media)

Thema 2

1 Lernziele

1. Verstehen Sie die grundlegenden Konzepte der neuen Medien und der sozialen Medien.
2. Den Unterschied zwischen neuen Medien und traditionellen Medien erkennen.
3. Mit Inhalten von verschiedenen Social-Media-Plattformen (FB, Instagram, YouTube) interagieren.
4. Inhalte in Form von Audio, Video, Bild oder Text für soziale Medien erstellen.

2 Allgemeine Beschreibung

Das Thema bietet Informationen und Verständnis für das Konzept der neuen Medien, wobei der Schwerpunkt auf sozialen Medien und dem Übergang von traditionellen Medien liegt.

3 Einführung in das Thema

Neue Medien sind im Wesentlichen eine Art der Kommunikation durch verschiedene Formen elektronischer Geräte und den Einsatz von Computertechnologie. Es gibt verschiedene Formen der neuen Medien, wobei die sozialen Medien die bekanntesten sind. Der Schwerpunkt dieses Themas liegt auf Social-Media-Plattformen, der Interaktion über verschiedene Plattformen (z. B. Facebook, Instagram, YouTube) und der Erstellung von verschiedenen Arten von Inhalten (z. B. Audio, Video, Text, Bild).

4 Rahmen

THEMA 2	Indikatoren (Level)	Benchmarks (Ziel)	Lehrplan	Aktivität	Ressourcen / Szenarien Grundlagen (10-12 J.)	Ressourcen / Szenarien Fortgeschritten (12-15 J.)	Überprüfung
NEUE MEDIEN (SOCIAL MEDIA)	Verstehen	<p>Der Schüler versteht, was neue Medien sind und kennt den Unterschied zwischen neuen Medien und traditionellen Medien.</p> <p>Der Schüler versteht die Arten von Inhalten (Audio, Video, Bild, Text), die in sozialen Medien (FB, Instagram, YouTube, Twitter) geteilt werden.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definition von Neuen Medien 2. Arten von Neuen Medien 3. Unterschied zwischen traditionellen Medien und Neuen Medien 4. Arten von Social-Media-Plattformen 5. Auswirkungen von sozialen Medien 6. Risiken im Zusammenhang mit Nachrichten in sozialen Medien, Kommunikationsverhalten und Unterhaltungsinhalten 7. Digitale Inhalte (Audio, Video, Bild, 	Vortrag über Online-Tools	Präsentation	Präsentation	Quiz

Modul 2 – Medienlandschaft

		Text) auf Social-Media-Plattformen				
Engagieren / Ineragieren	<p>Der Schüler interagiert mit einer Fülle von Online-Nachrichten, die er auf Social-Media-Plattformen (FB, Instagram) findet.</p> <p>Der Schüler interagiert mit Unterhaltungsinhalten wie Audio, Video und/oder Bild auf Social-Media-Plattformen (FB, YouTube, Instagram).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Online-Nachrichten auf Social-Media-Plattformen (FB, IG) 2. Verlässliche vs. unzuverlässige Quellen von Online-Nachrichten 3. Audio-Inhalte als eine Form der Unterhaltung 4. Videoinhalte als eine Form der Unterhaltung 5. Text-/Bildinhalte als Form der Unterhaltung 	Vortrag über Online-Tools	Präsentation	Präsentation	
Analysieren	Der Kursteilnehmer kann die Zuverlässigkeit von Online-Nachrichten in sozialen Medien (FB, IG) analysieren.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Verlässliche und unzuverlässige Online-Nachrichten auf Social Media (FB, IG) 2. Verhaltensmuster hinter Facebook-, 	Vortrag über Online-Tools	Praxis-Szenario	Praxis-Szenario	Analyse der Daten anhand des Praxis-Szenarios

Modul 2 – Medienlandschaft

	Der Schüler kann Verhaltensweisen hinter geteilten Inhalten (Audio, Video, Text, Bild) in sozialen Medien (FB, Instagram, Twitter, YouTube) analysieren.	Instagram-, Twitter-Posts und YouTube-Videoinhalten.				
Bewerten	<p>Der Schüler kann verlässliche Online-Webseiten und Nachrichten über Social-Media-Plattformen (FB, Twitter) beurteilen und deren Glaubwürdigkeit reflektieren.</p> <p>Der Schüler kann persönliche Inhalte (Audio, Video, Text, Bild), die auf Social-Media-Plattformen (FB, IG, Twitter, YouTube) geteilt werden, kritisch bewerten und sich mit ihnen auseinandersetzen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wege, um zuverlässige Online-Nachrichten und Webseiten zu erkennen 2. Definieren der Glaubwürdigkeit von Online-Nachrichten und -Quellen 3. Kritische Bewertung und Auseinandersetzung mit persönlichen Inhalten anderer 	Vortrag über Online-Tools	Quellenszenario	Quellenszenario	Richtig oder Falsch basierend auf Szenarien

Modul 2 – Medienlandschaft

	<p>Erstellen</p>	<p>Der Schüler erstellt kritische und wertvolle Inhalte (Audio, Video, Text, Bild).</p> <p>Der Schüler teilt den erstellten Inhalt auf der richtigen Social-Media-Plattform mit einem bestimmten Zweck (FB, Twitter, YouTube, IG).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Erstellung von Audio-, Video-, Text- und Bildinhalten 2. Teilen von Audio-, Video-, Text- und Bildinhalten auf Social-Media-Plattformen (IG, FB, Twitter, YouTube) 	<p>Vortrag über Online-Tools</p>	<p>Erstellung von Inhalten auf Mobiltelefon und Personal Computer</p>	<p>Erstellung von Inhalten auf Mobiltelefon und Personal Computer</p>	
--	-------------------------	--	--	----------------------------------	---	---	--