Übersicht Jugendmedienschutz

Sekundarstufe 1 Fach Alltagskultur, Ernährung,

Soziales (AES)

Inhalt

[1 Sekundarstufe 1 - Fach Alltagskultur, Ernährung, Soziales (AES) 1](#_Toc523305971)

[1.1 Leitgedanken zum Kompetenzerwerb (🡪 BP 2016 online) 1](#_Toc523305972)

[1.1.1 Beitrag des Faches zur Leitperspektive Medienbildung (MB) 1](#_Toc523305973)

[1.2 Prozessbezogene Kompetenzen (🡪 BP 2016 online) 1](#_Toc523305974)

[1.2.1 Erkenntnisse gewinnen (siehe BP Kap. 2.1) 1](#_Toc523305975)

[1.2.2 Kommunikation gestalten (siehe BP Kap. 2.2) 2](#_Toc523305976)

[1.3 Inhaltsbezogene Kompetenzen (🡪 BP 2016 online) 3](#_Toc523305977)

[1.3.1 Klassen 7/8/9 3](#_Toc523305978)

1. Sekundarstufe 1 - Fach Alltagskultur, Ernährung, Soziales (AES)
   1. Leitgedanken zum Kompetenzerwerb (🡪 [BP 2016 online](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/AES/LG))
      1. Beitrag des Faches zur Leitperspektive Medienbildung (MB)

Die mediale Durchdringung beeinflusst die Bedarfe und Lebensstile der Heranwachsenden und prägt deren Alltagsgestaltung. Fragen nach dem kompetenten Umgang und der sinnvollen Nutzung medialer Angebote verdeutlichen aktuelle Herausforderungen. Neben der Analyse und Reflexion von Werbung und Marketing bieten sich im Fach viele weitere Anlässe, Medien zu thematisieren und zu nutzen.

* 1. Prozessbezogene Kompetenzen (🡪 [BP 2016 online](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/AES/PK))
     1. Erkenntnisse gewinnen (siehe BP Kap. 2.1)

|  |
| --- |
| **nenDie Schülerinnen und Schüler können** |
| Informationen beschaffen und auswerten  3. eigenständig Sach- und Fachinformationen mithilfe analoger und digitaler Medien beschaffen und auswerten  4. als Verbraucher Marketingmaßnahmen/Werbung von Produktinformationen unterscheiden  alltagsbezogene Erfahrungen sammeln und analysieren  9. den Einfluss von Medien und Mitmenschen auf Bedürfnisse und Alltagshandeln analysieren |

* + 1. Kommunikation gestalten (siehe BP Kap. 2.2)

|  |
| --- |
| **Die Schülerinnen und Schüler können** |
| fachbezogene Informationen und Erfahrungen dokumentieren und weitergeben  3. Informationen, Erfahrungen und Erkenntnisse mit angemessenen Präsentationsformen und Medien, auch unter Einsatz geeigneter Werkzeuge zur digitalen Kommunikation, adressatengerecht aufbereiten und präsentieren (zum Beispiel Portfolio)  fachbezogene Informationen und Erfahrungen diskutieren und reflektieren  7. den Einfluss von Medien auf Bedürfnisse, Entscheidungen und Alltagshandeln reflektieren  Gespräche anlassbezogen führen  8. Kommunikationsstrategien für die Alltagsbewältigung entwickeln |

* 1. Inhaltsbezogene Kompetenzen (🡪 [BP 2016 online](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/AES))

Hinweise zur Nutzung der folgenden Tabellen:

Unsere Verweise in die SESAM-Mediathek liefern entweder eine Medien-ID oder ein bis mehrere Suchworte für die Mediathek mit. Klicken Sie dazu in den folgenden Tabellen auf die Links in der Spalte „Benötigte Medien“. In der Suchleiste der Mediathek können die mitgelieferten Suchworte bei Bedarf nochmals geändert und die Suchergebnisse nach persönlichen Vorstellungen gefiltert oder sortiert werden. Ansonsten können Sie die Suchworte einfach übernehmen. Für den konkreten Einsatz der Medien im Unterricht - ob als Download, Streaming oder Vorbestellung für die Ausleihe - ist Ihre Anmeldung erforderlich. Bitte beachten Sie, dass nicht alle Titel an allen Medienzentren verfügbar sind.

Ergänzen Sie unsere Tabellen in den Spalten „Mögliche Unterrichtsideen“ und „Benötigte Medien, z.B.“ nach Ihren Wünschen.

* + 1. Klassen 7/8/9
       1. *Konsum (siehe BP Kap. 3.1.4)*
          1. Konsumentscheidungen (siehe BP Kap. 3.1.4.1)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bildungsplanbezug** | **Mögliche Unterrichtsideen** | **I & W** | **K & K** | **P & P** | **MA/-G** | **ITG** | **Benötige Medien, z.B.** | **Verweise auf andere Fächer/Leitperspektiven** |
| (3) Einflussfaktoren (u. a. Moden und Trends, Medien)  auf das Konsumverhalten herausarbeiten (G)  (3) Einflussfaktoren (u. a. Moden und Trends, Medien)  auf das Konsumverhalten charakterisieren und darstellen (M)  (3) Einflussfaktoren (u. a. Moden und Trends, Medien)  auf das Konsumverhalten charakterisieren, deren Bedeutsamkeit reflektieren und Handlungsoptionen  erörtern (E) | MG > Medienkonsum > Gruppenzwang; Einkaufen im Netz; Werbung > Product Placement, Personalisierte Werbung, Clickbaiting  K&K > Influencer; Blogger > Selbstinszenierung; Soziale Netzwerke > Netzwerke > youTube, Instagram; Selbstdarstellung |  | x |  | x |  | SESAM Medien Themen:  [Medienkonsum](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Medienkonsum)  [Werbung](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Werbung)  [Soziale Netzwerke](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Soziale&inp=token:Netzwerke)  [Selbstdarstellung](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Selbstdarstellung)  z.B. Unterrichtsmodul  [„Filmbildungsmodul 4 – YouTube – Kommerz oder Content?“](https://sesambw.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:youtube)  z.B. Unterrichtsmodul [„Werbespots analysieren“](https://sesambw.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:5559936) | BNE Werte und Normen in  Entscheidungssituationen  VB Bedürfnisse und Wünsche; Medien als Einflussfaktoren |
| (4) Marketingstrategien beschreiben und Werbeversprechen auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen (G)  (4) Marketingstrategien erläutern und Werbeversprechen  auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen (M)  (4) Marketingstrategien erläutern, diese analysieren und  Werbeversprechen auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen und beurteilen (E) |  |  |  | x |  | MB Information und Wissen;  Medienanalyse |
| (6) die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen als Folge ihres Konsumverhaltens beschreiben (G)  (6) die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen als Folge ihres Konsumverhaltens  Erläutern (M)  (6) die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen als Folge ihres Konsumverhaltens  diskutieren und bewerten (E) | MG > Smartphone > Schuldenfalle; Einkaufen im Netz > Abzocke, Offene und versteckte Kosten, Rechte und Pflichten |  |  |  | x |  | SESAM Medien Themen:  [Smartphone](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Smartphone)  [z.B. Web-DVD „Das Smartphone - ein Alleskönner“](https://sesambw.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:4672160)  [Einkaufen im Netz: Klicksafe-Material](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Einkaufen&inp=token:im&inp=token:netz) | BNE Kriterien für nachhaltigkeitsfördernde  und -hemmende  Handlungen  VB Alltagskonsum  ETH 3.1.1.2 Freiheit und  Verantwortung  WBS 3.1.1.1 Konsument |

1.3.1.2.3 Verbraucherschutz (siehe BP Kap. 3.1.4.5)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bildungsplanbezug** | **Mögliche Unterrichtsideen** | **I & W** | **K & K** | **P & P** | **MA/-G** | **ITG** | **Benötige Medien, z.B.** | **Verweise auf andere Fächer/Leitperspektiven** |
| (4) ausgewählte rechtliche Bestimmungen bei Onlinegeschäften nennen und deren Risiken beschreiben (G)  (4) rechtliche Bestimmungen bei Onlinegeschäften nennen und deren Risiken erläutern (M)  (4) rechtliche Bestimmungen bei Onlinegeschäften darstellen, deren Risiken erläutern und in Bezug auf das eigene Konsumverhalten diskutieren (E) | MG > Einkaufen im Netz > Rechte und Pflichten |  |  |  | x |  | SESAM Medien Thema  [Einkaufen im Netz: Klicksafe-Material](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Einkaufen&inp=token:im&inp=token:netz) | MB Mediengesellschaft  VB Verbraucherrechte |

1.3.1.3 Lebensbewältigung und Lebensgestaltung (siehe BP Kap. 3.1.5)

1.3.1.3.1 Individuelle Lebensplanung (siehe BP Kap. 3.1.5.1)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bildungsplanbezug** | **Mögliche Unterrichtsideen** | **I & W** | **K & K** | **P & P** | **MA/-G** | **ITG** | **Benötige Medien, z.B.** | **Verweise auf andere Fächer/Leitperspektiven** |
| (4) die Genese der gesellschaftlich beeinflussten  Geschlechterrollen darstellen und mögliche Einflüsse auf die Lebensgestaltung diskutieren (G)  (4) die Genese der gesellschaftlich beeinflussten  Geschlechterrollen darstellen, Gründe zuordnen und mögliche Einflüsse auf die Lebensgestaltung diskutieren (M)  (4) die Genese der gesellschaftlich beeinflussten  Geschlechterrollen darstellen, Gründe analysieren und mögliche Einflüsse auf die Lebensgestaltung erörtern (E)  (7) eigene Wertvorstellungen und Einstellungen zu  Geschlechterrollen erläutern und diese mit ihren biografischen Erfahrungen in Zusammenhang bringen (E) | MG > Sexualisierte Inhalte > Sexuelle Identität, Geschlechter-Rollenklischees |  |  |  | x |  | [SESAM Medium Web-DVD: „Alles Mädchen, alles Junge“](https://sesambw.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:4676279) | BTV Formen von Vorurteilen, Stereotypen, Klischees  BO Einschätzung und Überprüfung eigener Fähigkeiten und Potenziale; Informationen über Berufe, Bildungs-, Studien- und Berufswege  VB Finanzen und Vorsorge |

**Liste der Abkürzungen**

Leitperspektive Medienbildung/ Konkretisierungen

I & W = Information und Wissen

K & K = Kommunikation und Kooperation

P & P = Produktion & Präsentation

MA/-G = Medienanalyse/ Mediengesellschaft

ITG = Informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz/ Informationstechnische Grundlagen

Leitperspektiven

[BNE = Bildung für nachhaltige Entwicklung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_BNE)

BTV = [Bildung für Toleranz und Akzeptanz von Vielfalt](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_BTV)

PG = [Prävention und Gesundheitsförderung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_PG)

BO = [Berufliche Orientierung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_BO)

MB = [Medienbildung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_MB)

VB = [Verbraucherbildung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_VB)