|  |
| --- |
| **UV 10.1 (2. FS) *L’italianità e il mondo …*** (Gesamtvolumen ca. 20 UE, 45 Minuten) |
| **Kompetenzerwartungen** |
| ***Hör-/Hörsehverstehen:*** klar artikulierten auditiv und audiovisuell vermittelten Texten zu vertrauten Themen die Gesamtaussage, Hauptaussagen und wichtige Einzelinformationen entnehmen; Gesprächen zu alltäglichen oder vertrauten Sachverhalten und Themen die Gesamtaussage, Hauptaussagen und wichtige Einzelinformationen entnehmen  ***Leseverstehen:*** klar strukturierten Sach- und Gebrauchstexten sowie einfacheren, literarischen Texten die Gesamtaussage, Hauptaussagen und wichtige Einzelinformationen entnehmen und diese Informationen in den Kontext der Gesamtaussage einordnen; auch digitale und mehrfach kodierte Texte vor dem Hintergrund elementarer Gestaltungs- und Gattungsmerkmale inhaltlich weitgehend erfassen und diese in den Kontext der Gesamtaussage einordnen; explizite und implizite Informationen im Wesentlichen erfassen und in den Kontext der Gesamtaussage einordnen  ***Schreiben:*** in zusammenhängender Form wichtige Informationen aus Texten wiedergeben, bündeln und bewerten;formalisierte Texte und Texte zum Lebens- und Erfahrungsbereich, auch in Form mehrfach kodierter Texte, in einfacher Form verfassen; digitale Werkzeuge auch für das kollaborative Schreiben einsetzen  ***Wortschatz:*** einen grundlegenden allgemeinen und auf das soziokulturelle Orientierungswissen bezogenen thematischen Wortschatz rezeptiv einsetzen; einen grundlegenden Wortschatz zur Textbesprechung einsetzen; einen grundlegenden Wortschatz zur Strukturierung und Gestaltung von Texten einsetzen  ***IKK:*** die gewonnenen kulturspezifischen Einblicke in die zielsprachige Lebenswelt mit der eigenen Lebenswirklichkeit vergleichen, Gemeinsamkeiten entdecken, Stereotype und Unterschiede hinterfragen, einen Perspektivwechsel vollziehen und ein grundlegendes interkulturelles Verständnis entwickeln  ***TMK:*** Aussagen und Wirkungsabsichten bei geläufigen Textsorten und Medienprodukten erläutern***;*** Texte oder Medienprodukte erstellen, in andere vertraute Texte oder Medienprodukte umwandeln sowie Texte und Medienprodukte in einfacher Form kreativ bearbeiten; Texten die Gesamtaussage, Hauptaussagen und explizite Informationen zu Themen, Handlungsverlauf, Personen und Figuren entnehmen und mündlich und schriftlich, auch digital unterstützt wiedergeben; eine kritische Sichtweise auf die Inhalte und Darstellungen in Medien einnehmen, Informationen filtern und aufbereiten  ***SLK:*** Arbeitsprodukte in Wort und Schrift weitgehend selbstständig überarbeiten und dabei eigene Fehlerschwerpunkte erkennen;in Texten grammatische Elemente und Strukturen identifizieren und daraus Regeln ableiten |
| **fachliche Konkretisierungen** |
| **Grammatik:** reale Bedingungssätze  **IKK:** Einblicke in die italienische Lebenswelt: aktuelles gesellschaftliches und wirtschaftliches Leben mit Bezug auf die Arbeitswelt in Italien, vertiefte Beschäftigung mit einer ausgewählten Region in Italien  **TMK:** Ausgangstexte: Sach- und Gebrauchstexte: Zeitungsartikel, einfaches Interview, Annonce; Flyer, Schaubild; Bildmedien; Podcast, Ausschnitte aus Filmen oder TV- Formaten, Videoclip; Formate der sozialen Medien und Netzwerke; literarische Texte: *canzone;* Zieltexte: Kommentar |

|  |
| --- |
| **Hinweise, Vereinbarungen und Absprachen** |
| *L´italianità e il mondo* ... – italienische Identität in der Selbst- und Fremdwahrnehmung  Die kritische Auseinandersetzung mit der wirtschaftlichen (und ökologischen) Situation Italiens in den letzten Jahrzehnten bis heute anhand ausgewählter Beispiele der italienischen Wirtschaft fokussiert die Themenfelder Ausbildung, Studium, Leben und Arbeiten in Italien.  Dabei soll das Augenmerk insbesondere auf das Prekariat der jungen Generation zum einen und der wirtschaftlichen Situation zum anderen auch in Folge der Coronakrise gerichtet werden.  Im Bereich der Funktionalen Kommunikativen Kompetenz liegt der Schwerpunkt auf den Teilkompetenzen Schreiben und Leseverstehen.  **Lernaufgabe:**  *Made in Italy -* Erstellung einer problemorientierten (digitalen) Präsentation über eine italienische Marke, im Hinblick auf eine soziale, wirtschaftliche, politische oder ökologische Fragestellung:   * Geschichte, aktuelle Situation und Perspektiven * wichtige Persönlichkeiten * internationale Geschäftsbeziehungen (*cultural awareness*, Netzwerke) * Umgang mit Chancen und Herausforderungen * *Curiosità*   **Alternative Lernaufgabe/Differenzierung:**  Vorbereitung einer digitalen Präsentation zum Liedvergleich *Buonanotte all ‘Italia* vs. *Sale della terra* von Luciano Ligabue  **Medienkompetenzrahmen**: MKR 2.1, 2.2, 3.1-4, 4.1  **Verfügen über sprachliche Mittel und kommunikative Strategien:**  Wortschatz: Wirtschaft und deren Sektoren, Leben und Arbeiten, Prekariat, Geschichte.  Grammatik: Verwendung von realen Bedingungssätzen, Wiederholung des Analysewortschatzes zum Vergleich (Komparativ und Superlativ von Adjektiven und Adverbien).  **Links: (letzter Zugriff: 31.01.2022)**  <https://www.youtube.com/watch?v=NcEQmZuAsMk>  (*Ligabue, Made in Italy*)  <https://www.youtube.com/watch?v=yAYB-KKsyxU>  (Interview zu *Made in Italy*)  <https://www.youtube.com/watch?v=pOQBsJwZJX4>  (Interview zu *Love it or Leave it*)  <https://www.youtube.com/watch?v=l9HfItRd91M>  (Interview zu *Love it or Leave it*)  <https://www.italien-freunde.de/?Projekte___oli_-_VDIG-Sprachoffensive_Italienisch___CD>  (VDIG – OLI Sprachoffensive Italienisch)  **Film- und Musiktipps:**  *Italy love it or leave it* (2012)  *Made in Italy* (2018)  *Luciano Ligabue, Made in Italy,* 2016  *Luciano Ligabue, Sale della terra*, 2013  *Luciano Ligabue, Buonanotte all’Italia*, 2007  *Fabri Fibra, In Italia*, 2007  **Leistungsüberprüfung:**  Schreiben + Leseverstehen |