|  |
| --- |
| **KUV für die Gesamtschule (Spanisch ab Kl. 9) 10.2-1 *“El Internet, cara y cruz” – Vivir en un mundo digitalizado*** (ca. 15 U-Std.) |
| In dieser Unterrichtsreihe steht die kommunikative Handlungsfähigkeit im Bereich Hör-/Hörsehverstehen im Fokus. Das Ziel dieses Unterrichtsvorhabens ist die **Produktion eines Werbefilms** im Fach Spanisch. Die Schülerinnen und Schüler benötigen zur erfolgreichen UmsetzungdesWerbefilmsverschiedene Strategien, zum Beispiel zum verantwortungsvollen Umgang mit Medien, zur Beachtung von zentralen rechtlichen Grundlagen des Persönlichkeits-, Urheber- und Nutzungsrechts und ebenso Strategien zur kreativen Erstellung von Medienprodukten. Durch die schülernahe Lernaufgabe sowie das lebensweltnahe Thema „digitale Welt“ bietet sich die verantwortungsvolle Nutzung der sozialen Medien an (siehe unten, Abschnitt: mögliche Umsetzung/Lernaufgabe). |
| **Kompetenzerwartungen** |
| ***Hör-/Hörsehverstehen*:** klar artikulierten und einfach strukturierten auditiv und audiovisuell vermittelten Texten die Gesamtaussage, Hauptaussagen und wichtige Einzelinformationen entnehmen  ***Leseverstehen*:**explizite und leicht zugängliche implizite Informationen im Wesentlichen erfassen und in den Kontext der Gesamtaussage einordnen  ***Sprechen – an Gesprächen teilnehmen*:** aktiv an der unterrichtlichen Kommunikation teilnehmen; Ergebnisse von Arbeitsprozessen besprechen  ***Sprechen – zusammenhängendes Sprechen*:** kurze Präsentationen, auch digital gestützt, darbieten; eigene [und fremde] Meinungen darlegen und konkret begründen  ***Schreiben*:**unter Beachtung grundlegender textsortenspezifischer Merkmale einfache Formen des kreativen Schreibens realisieren; in zusammenhängender Form wichtige Informationen aus Texten wiedergeben, bündeln und bewerten  ***Sprachmittlung*:** relevante Aussagen auch unter Nutzung geeigneter Kompensationsstrategien in der jeweiligen Zielsprache adressatengerecht wiedergeben  ***Wortschatz*:** einen grundlegenden erweiterten allgemeinen und auf das soziokulturelle Orientierungswissen bezogenen thematischen Wortschatz produktiv einsetzen  ***Grammatik*:** [Annahmen und Bedingungen sowie Gefühle,] Meinungen, Bitten, Wünsche [und Erwartungen] äußern  ***Aussprache und Intonation*:** Sprech- [und Lese]texte sinngestaltend und adressatenbezogen vortragen; grundlegende Kenntnisse über Aussprache und Intonation beim Hör- und Hörsehverstehen einsetzen  ***Orthografie*:**typische orthografische Muster in der Regel korrekt verwenden  **IKK:**die gewonnenen kulturspezifischen Einblicke in die zielsprachige Lebenswelt mit der eigenen Lebenswirklichkeit vergleichen, Gemeinsamkeiten, Unterschiede [und Stereotype] entdecken und sich dazu äußern [, einen Perspektivwechsel in Ansätzen vollziehen und ein interkulturelles Verständnis entwickeln]  **TMK:** Texte und Medienprodukte erstellen, in andere Texte und Medienprodukte umwandeln sowie exemplarisch Texte und Medienprodukte in einfacher Form kreativ bearbeiten; bei der Erstellung von Medienprodukten die zentralen rechtlichen Grundlagen des Persönlichkeits-, Urheber- und Nutzungsrechts beachten; sozial verantwortungsvoll und kritisch reflektierend mit eigenen und fremden, auch digital erstellten Produkten umgehen  **Sprachlernkompetenz:**bedarfsgerecht und kritisch reflektierend Arbeits- und Hilfsmittel in Printversion und als digitales Werkzeug zur Texterschließung, Texterstellung und Selbstkorrektur nutzen; ihren Lernprozess beobachten und planen sowie den Grad ihrer eigenen Sprachbeherrschung, auch im Hinblick auf den Einsatz digitaler Hilfsmittel, in der Regel treffend einschätzen  **Sprachbewusstheit:** den eigenen Sprachgebrauch, entsprechend den Erfordernissen der Kommunikationssituation, konstruktiv reflektieren |
| **fachliche Konkretisierungen** |
| ***Grammatik*:** (der verneinte) *imperativo* (*¡No te conectes a wifis públicos! ¡No des información personal!*); frequente Auslöser des *presente de subjuntivo* (nach unpersönlichen Ausdrücken: *Es importante que protejas tus datos. Es necesario que el Gobierno no controle a personas.*)  **IKK:** verantwortungsvoller Umgang mit Medien und deren Bedeutung im Alltag; (aktuelles gesellschaftliches, kulturelles Geschehen in Spanien und Lateinamerika)  **TMK:** Ausgangstexte: (persönliche) Nachrichten und Berichte; Werbe- und Informationstexte; einfach strukturierte Zeitungsartikel; Zieltexte: persönliche Nachrichten; Videoclip |
| **Hinweise, Vereinbarungen und Absprachen** |
| **Wortschatz:**   * **Digitale Endgeräte sowie deren Zubehör** (*el/la tablet, el portátil, el ordenador, el móvil/celular (LatAm), la aplicación, el teclado, la pantalla, el cargador, la batería/pila (LatAm)*) * **Nutzung von Computer und Smartphone** (*teclear, subir y descargar fotos/vídeos/documentos, cargar el móvil, quedarse sin batería, revisar/checar el móvil, mandar un mensaje)* * **Internetnutzung** (*los medios,* *las redes sociales, el enlace, el wifi, la nube, la cobertura, la conexión, la cuenta, la contraseña, el perfil, el/la influencer, el ciberacoso, conectarse a Internet, navegar, googlear, compartir algo, publicar, ser consciente de,* *bloquear a, estar enganchado/a*)   **Mögliche Umsetzung:** einenVideoclip über Regeln zur verantwortungsvollen Nutzung des Internets drehen  **Medienbildung:** MKR 4.1, 4.4, 5.1, 5.4, 6.1  **Verbraucherbildung**: VB C, Z4  **Hinweise zur Klassenarbeit:** Der Videoclip kann als alternative Form der Leistungsüberprüfung gewählt werden.  **Links zum Thema:**  **als Einstieg**:   * Redes sociales más utilizadas en España – una estadística: <https://www.concepto05.com/2021/05/estadisticas-de-redes-sociales-en-espana-2021/> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022)   **Beneficios y peligros:**   * Audios:   + Redes sociales y adolescencia – un pódcast: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy82OGFjMWQxNC9wb2RjYXN0L3Jzcw/episode/NjZhMTYwMWEtNjlkMC00MjQyLTgzZTUtM2VjY2E5OTEyNTY4?hl=de&ved=2ahUKEwj26qe725LzAhVChv0HHZvQB_EQjrkEegQIAhAU&ep=6> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022) * Videos:   + ¡Ya deja el celular! - una canción: <https://www.youtube.com/watch?v=EUPtIC9x2vo> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022)   + ¿Eres adicto al celular? – un vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=dL-3bRGmcdA> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022)   + Grooming, Sexting, Ciberbullying – un vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=6LC-7zhrr1o> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022) * Texte:   + ¿Eres "adicto" a Internet? – un autotest: <https://www.ocu.org/salud/bienestar-prevencion/calculadora/test-adiccion-movil> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022)   + Consejos para Cuidar tu Identidad Digital – cartel: <https://www.asociacionrea.org/9-consejos-para-cuidar-tu-identidad-digital/> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022)   + Ciberacoso: ¿Qué es y cómo detenerlo? – un texto: <https://www.unicef.org/es/end-violence/ciberacoso-que-es-y-como-detenerlo> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022)   + Cybermobbing: Folgen und Gegenmaßnahmen – Sprachmittlung: <https://karrierebibel.de/cybermobbing/> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022) * Bilder:   + Pensamiento computacional – una viñeta: <https://www.radiosapiens.es/179-pensamiento-computacional/> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022)   + El ciberbullying no me gusta – unos carteles: <https://www.cruzroja.es/principal/web/tu-haces-cruz-roja/-/20180502-el-ciberbullying-no-me-gusta-cruz-roja-juventud?inheritRedirect=true> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022),   + #Stophaters – un cartel: <http://www.imaginamas.org/inicio/stophaters/> (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2022)   **Weitere digitale Tools:** Nutzung von digitalen Tools zur Durchführung und Auswertung von Umfragen, zur Wortschatzarbeit und zum kollaborativen Schreiben    **Hinweise zur Klassenarbeit:** Erstellen eines Videoclips   |  | | --- | | **Crear una campaña publicitaria**  **Tarea final:** Cread una campaña publicitaria de cómo usar las redes sociales e Internet con inteligencia.  StiftGeöffnetes Buch  **Preparación**:  Para tener una campaña informativa y expresiva:   * definir el objetivo: informar, convencer, hacer pensar, asustar, animar, apelar * crear un eslogan llamativo * reducir el contenido a uno o pocos aspectos   Se puede hablar de un aspecto o de varios:   * los tipos y el uso de medios de comunicación * la identidad digital * los beneficios y peligros de las redes sociales e Internet * el ciberacoso * la adicción a los medios de comunicación   Es necesario:   * escribir el guion entero * practicar el texto varias veces para mejorar la pronunciación * pensar en vestuario y atrezzo adecuado para realizar el guion * pedir permiso para grabar (personas, lugares privados)   KlappeVideokamera  **Grabación:**  Hay que tener:   * un sonido audible * una buena iluminación * un fondo que no disperse al espectador * movimientos lentos de cámara   **SchereMusiknoten Montaje:**  Los últimos pasos:   * montar el vídeo final * opcional: agregar bandas sonoras * añadir títulos de crédito: informar sobre las fuentes usadas y nombres de los participantes |     **Evaluar una campaña publicitaria**  Eres experto/a de **la gramática.**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Sí No** | | **Corrección** | | Las formas de **los verbos** son correctas. |  |  |  | | Se usan las formas del **imperativo negativo** correctamente. |  |  |  | | Los compañeros usan las palabras correctas para **expresar su opinión**. |  |  |  | | ¿Con qué **palabras/frases** expresan su opinión? |  | |  |   Eres experto/a de **la expresión oral**.   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Sí No** | | **Mi consejo** | | Los compañeros hablan de forma **libre**. |  |  |  | | Los compañeros hablan con **soltura.** |  |  |  | | Los compañeros hablan de forma **comprensible**. |  |  |  |   Eres experto/a del **contenido**.   |  |  |  | | --- | --- | --- | | ¿Cuál es **el eslogan** de la campaña publicitaria? |  |  | | ¿Cuál es **el objetivo**? |  |  | | ¿De qué **aspectos temáticos** trata la campaña? |  |  |   Eres experto/a de **la grabación y del montaje**.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | **Sí** | **No** |  | | ¿Hay un **sonido** audible? |  |  |  | | ¿Hay una buena **iluminación**? |  |  |  | | ¿En qué l**ugar/lugares** ruedan la campaña publicitaria? |  | |  | | ¿Hay **bandas sonoras**? |  |  |  | | ¿Hay **títulos de crédito**? |  |  |  | |