|  |
| --- |
| **Bildungsgang: Berufsfachschule Anlage C 2 / Fachbereich Wirtschaft und Verwaltung****Handlungsfeld/Arbeits- und Geschäftsprozess(e):** **Fächer/Anforderungssituation: Praktische Philosophie / AFS 2** (20 UStd.) Interkulturelle Herausforderungen–Kulturelle Identität und Anderssein**Lernsituation Nr.: LS 2.2** (5 UStd.) Kulturelle Identität: Einfluss der Medien auf menschliche Wahrnehmung |
| Einstiegsszenario (Handlungsrahmen)Im Internet sind Sie auf die Werbung eines Bekleidungsunternehmens gestoßen: dunkelhäutiger Junge mit Kapuzenpulli und der Aufschrift „coolest monkey in the jungle“. Diese Werbung fällt besonders auf in einer Zeit, in der Rassismus kein Thema mehr sein sollte. Sie wenden sich an den Deutschen Werberat. | Handlungsprodukt/LernergebnisSchriftliche Gegenüberstellung von Argumenten Eventuell Gegenvorschlag für eine vorurteilsfreie, bzw. ethisch einwandfreie Werbungggf. Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung |
| Wesentliche KompetenzenFach (*Praktische Philosophie*) – Anforderungssituation (AS 2):Die Lernenden * erörtern ihre persönliche Wahrnehmung hinsichtlich der genannten Werbung und vergleichen diese mit weiteren Werbeinhalten (Z1)
* analysieren, inwiefern diese Inhalte ihre Realität beeinflussen und erörtern Kränkungs- und Verletzungspotenziale dieser Werbeinhalte (Z 2; Z 3)
* erörtern Kriterien ihrer eigenen kulturellen Identität und des Umgangs mit Menschen anderer Herkunft (Z 3)
* untersuchen die Aktualität von Klischeebildern und Vorurteilen in der Gesellschaft unter Einbezug weiterer Werbe- und Medienbeispiele (Z 3)
* erörtern kritisch Auswirkungen von Werbung auf das Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden (Z 3)
* diskutieren die Vereinbarung von wirtschaftsfördernde Möglichkeiten und klischee- und vorurteilsfreie Werbung (Z 4)
 | Konkretisierung der Inhalte* Erarbeitung von Kriterien für kulturelle Identität
* Erarbeitung von Differenzen
* Erarbeitung von Ansätzen für ein vorurteilsfreies Miteinander
 |
| Lern- und ArbeitstechnikenPro-/Kontra-Debatte, Untersuchung von Werbung und anderen Medieninhalten in Kleingruppen, Galleriegang etc.  |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle* Werbung von H&M usw.
 |
| Organisatorische Hinweise*z. B. Verantwortlichkeiten, Fachraumbedarf, Einbindung von Experten/Exkursionen, Lernortkooperation* |