**Aufgabenformular**

Standardillustrierende Aufgaben veranschaulichen beispielhaft Standards für Lehrkräfte, Lernende und Eltern.

|  |  |
| --- | --- |
| **Fach** | Deutsch |
| **Name der Aufgabe**  | Werbung - Diskriminierung |
| **Kompetenzbereich** | Mit Texten und Medien umgehen – Texte in anderer medialer Form erschließen  |
| **Kompetenz** | Sich über Lese- und Medienerfahrungen austauschen  |
| **Niveaustufe(n)** | G/H |
| **Standard** | Die Schülerinnen und Schüler können grundlegende ethische Fragestellungen und rechtliche Regelungen in Bezug auf unterschiedliche Medien und den Umgang damit reflektieren. De-K11.2 |
| **ggf. Themenfeld** | Werbung |
| **ggf. Bezug Basiscurriculum (BC) oder übergreifenden Themen (ÜT)** | BC SprachbildungBC Medienbildung |
| **ggf. Standard BC** | SB-K4.1 G Die Schülerinnen und Schüler können Textmuster [...] und Textbausteine [...] anwenden;die Adressaten und den Schreibanlass berücksichtigen (z. B. durch den Schreibstil und die Wahl der sprachlichen Mittel);Grammatik-, Rechtschreib- und Zeichensetzungsregeln nutzen, die für die Lesbarkeit ihrer Texte bedeutsam sind.MB-K5.2 DDie Schülerinnen und Schüler können Gestaltungselemente medialer Angebote und deren Wirkung exemplarisch beschreiben;Werbung und deren Botschaft in ihrer Lebenswelt beschreiben.MB-K6.2 GDie Schülerinnen und Schüler können den Einfluss von Medien auf Wahrnehmung, Wertvorstellungen, und Verhaltensweisen untersuchen und bewerten.MB-K6.3 GDie Schülerinnen und Schüler können mediale Darstellungsmuster (Gesundheit, Sexualität, Mobilität u. a.) in der Öffentlichkeit identifizieren und ihre Wirkung in Bezug auf Rollenklischees und Menschenbilder untersuchen. |
| **Aufgabenformat** |
| **offen x** | **halboffen**  | **geschlossen**  |
| **Erprobung im Unterricht:** |
| **Datum**  | **Jahrgangsstufe:**  | **Schulart:**  |
| **Verschlagwortung** | Film, Texte unterschiedlicher medialer Form, über den Umgang mit Medien reflektieren |

**Aufgabe und Material**

**Hinweis**: Den Schülerinnen und Schülern wird eine Werbeanzeige vorgelegt, die diskriminierende Elemente enthält.

Quelle, z. B. https://www.marburg.de/portal/seiten/diskriminierende-werbung-900000404-23001.html, Zugriff am 23.08.2017

**Aufgabe**

Der Deutsche Werberat prüft Werbung, die von Verbrauchern oder Institutionen z. B. als diskriminierend empfunden wird. Eine Rüge bekommt ein Unternehmen am Ende eines Verfahrens vor dem Werberat nur, wenn es trotz Beanstandung durch die Selbstkontrolleinrichtung eine Werbung unverändert weiterschaltet. Das ist die Ausnahme. Will man eine Werbung beim Werberat zur Überprüfung vorlegen, übersendet man das kritisierte Motiv oder eine genaue Beschreibung sowie eine ausführliche Begründung, warum sie z. B. als diskriminierend angesehen wird. Der Werberat bezieht in seine Beurteilung auch die Sichtweise des werbenden Unternehmens ein, das zur kritisierten Werbung seine Stellungnahme abgibt. Du sollst die vorgelegte Werbeanzeige beurteilen.

**Untersuche die Gestaltung der Werbeanzeige, die dir vorliegt. Beurteile, ob sie diskriminierend ist. Beachte dabei die Kriterien des Deutschen Werberates.**

**Formuliere ein Schreiben an den Werberat. Lege ausgehend von der Beschreibung der Anzeige dar, ob und warum die Werbeanzeige kritikwürdig ist.**

**Richte deinen Text**

 An den Deutschen Werberat

 Am Weidendamm 1A

10117 Berlin.
E-Mail: werberat@werberat.de

|  |
| --- |
| **Der Deutsche Werberat hat Verhaltensregeln (Branchenkodizes) https://www.werberat.de/verhaltensregeln und folgende Verhaltensregeln [zur Vermeidung diskriminierender Werbung] aufgestellt:** In der kommerziellen Werbung dürfen deshalb vor allem keine Aussagen oder Darstellungen verwendet werden, 1. die Personen beispielsweise wegen ihres Geschlechts, ihrer Abstammung, ihrer Rasse, ihrer Sprache, ihrer Herkunft, ihres Glaubens, ihrer politischen Anschauung, ihres Alters, einer Behinderung oder ihrer Zugehörigkeit zu einer Berufsgruppe diskriminieren,
2. die Personen allein deswegen abwerten, weil sie in Bezug auf ihr Aussehen, ihr Verhalten, ihre sexuelle Orientierung, ihre Eigenschaften oder Lebensweisen nicht den vorherrschenden Vorstellungen entsprechen,
3. die Gewalt oder die Verharmlosung von Gewalt gegenüber Personen enthalten bzw. Gewalt oder Dominanzgebaren als akzeptabel erscheinen lassen,
4. die den Eindruck erwecken, Personen seien käuflich zu erwerben, oder Personen mit Objekten gleichsetzen,
5. die Personen auf ihre Sexualität reduzieren oder ihre sexuelle Verfügbarkeit nahelegen,
6. die mit übertrieben herausgestellter Nacktheit eine Herabwürdigung des Geschlechts vermitteln,
7. die einen pornografischen Charakter besitzen. […]

Quelle: https://www.werberat.de/herabwuerdigung-diskriminierung, Zugriff am 24.02.2017 |

LISUM 2017

**Erwartungshorizont**

(Konkretisierung in Abhängigkeit von der gewählten Anzeige)

Die Schülerinnen und Schüler beschreiben die Gestaltung der Anzeige. Sie gehen dabei auf die Verwendung von Einzelelementen (z. B. Setting, Personen, Wortwahl) ein. Ausgehend von den Festlegungen des Deutschen Werberates überprüfen sie das Vorhandensein diskriminierender Elemente und bilden ein abschließendes Urteil. Sie gehen insbesondere den Fragen nach, ob „Personen durch die Darstellung wegen ihres Geschlechts, ihrer Abstammung, ihrer ethnischen Herkunft, ihrer Sprache, ihrer Herkunft, ihres Glaubens, ihrer politischen Anschauung, ihres Alters oder ihres Aussehens diskriminiert werden“, „Gewalt oder die Verharmlosung von Gewalt gegenüber Personen“ enthalten sind, der „Eindruck erweckt wird, Personen seien käuflich zu erwerben“, den „herrschenden allgemeinen Grundüberzeugungen“ von Anstand und Moral (z. B. in Bezug auf Nacktheit) widersprochen wird, „Personen auf ihre rein sexuelle Funktion reduzier[t werden]“.

Sie kommen entweder zu dem Urteil, dass die Werbeanzeige diskriminierend wirkt und begründen dies durch Bezugnahme auf die Gestaltungselemente (z. B. das dargestellte Rollenbild). Möglich wäre aber auch, dass sie der Einschätzung der Lehrkraft nicht folgen, weil ihre Wahrnehmung bezüglich der diskriminierenden Elemente nicht entsprechend geschärft ist oder sie dem zugrunde liegenden Werturteil (noch) nicht folgen (können). Dies muss im Schreiben jedoch ebenfalls in Auseinandersetzung mit den Kriterien reflektiert werden.

**Didaktischer Kommentar**

Mithilfe des Schreibauftrages reflektieren die Schülerinnen und Schüler über die Fragestellung, ob die gezeigte Werbung diskriminierend wirkt. Der Einschätzung wird der rechtlich relevante Kriterienkatalog des Deutschen Werberates zugrunde gelegt. Möglich wäre auch, dies mit einem Auszug aus dem Grundgesetz (auf dem der Kriterienkatalog basiert) zu ergänzen.

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland

*I.*

*Die Grundrechte*

*Art 1*

*(1) Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen ist Verpflichtung aller staatlichen Gewalt.*

*Art 3*

*(3) Niemand darf wegen seines Geschlechtes, seiner Abstammung, seiner Rasse, seiner Sprache, seiner Heimat und Herkunft, seines Glaubens, seiner religiösen oder politischen Anschauungen benachteiligt oder bevorzugt werden. Niemand darf wegen seiner Behinderung benachteiligt werden.*

Vorausgesetzt wird, dass die Schülerinnen und Schüler im vorangegangenen Unterricht Gelegenheit erhielten, die Beschreibung von Werbeanzeigen zu üben. Sie verfügen damit auch über das passende sprachliche Repertoire, um ihre Ideen auszudrücken. Sie wissen zudem, wie sie auf aus einem relevanten Basistext Teile für die eigene Argumentation auswählen und in den eigenen Text durch Zitat oder Paraphrase einbinden. Sie können ein offizielles Schreiben formulieren, achten dabei auf angemessene Strukturierung (hier zweiteilig im Hauptteil: Beschreibung der Gestaltung und Urteilsbildung).

Die Aufgabe könnte durch eine vorgeschaltete kooperative Arbeitsphase entlastet werden. Dabei werden die Schülerinnen und Schüler zunächst aufgefordert, die Ideen in Kurzform zu notieren. Anschließend tauschen sie sich mit einer Arbeitspartnerin oder einem Arbeitspartner aus und ergänzen ggf. die eigenen Notizen. Dann wird der Schreibauftrag ausgeführt.

LISUM 2017