|  |
| --- |
| Thema des 12. Unterrichtsvorhabens in der Jahrgangstufe 8, 1. Halbjahr„Visuell gelenkt werden und lenken.“ – Beeinflussung durch Schrift und Bild in plakativen Botschaften des Alltags wahrnehmen und selbst gezielt einsetzen. |
| Zeitbedarf geplant | ca.18-20 Unterrichtsstundentatsächlich: nach Erprobung |
| Inhaltsfelder (IF)Inhaltliche Schwerpunkte | IF 1 (Bildgestaltung)* Schwerpunkt >Fläche, >Form, >Farbe

IF 2 (Bildkonzepte)* Schwerpunkt >Bildstrategien,

IF 3 (Gestaltungsfelder in Funktionszusammenhängen)* Schwerpunkt >Malerei, >Grafik: Persuasion
 |
| Festlegung der Kompetenzen(obligatorisch, festgeschrieben im KLP Sek. I) |
| * Übergeordnete Kompetenzerwartungen:

Kompetenzbereich Produktion:Die Schülerinnen und Schüler* gestalten Bilder gezielt und funktionsbezogen auf der Grundlage fundierter Kenntnisse über bildnerische Mittel und deren Wirkungszusammenhänge,
* entwickeln auf der Grundlage von Anschauung, Erfahrung und Imagination Form-Inhalts-Gefüge in komplexeren Problemzusammenhängen,
* gestalten Bilder mittels gezielt eingesetzter Verfahren und Strategien in Funktions- und Bedeutungszusammenhängen,
* bewerten Arbeitsprozesse, bildnerische Verfahren und (Zwischen-)Produkte im Hinblick auf ihre Einsatzmöglichkeiten in funktionalen Kontexten.

Kompetenzbereich RezeptionDie Schülerinnen und Schüler* analysieren eigene und fremde Bilder mittels sachangemessener Untersuchungsverfahren aspektbezogen,
* interpretieren die Form-Inhalts-Bezüge von Bildern durch die Verknüpfung von werkimmanenten Untersuchungen und bildexternen Informationen,
* bewerten die Übertragbarkeit der Ergebnisse aspektgeleiteter Rezeption im Hinblick auf eigene funktionsbezogene Gestaltungsprozesse und -produkte.
* IF 1: Bildgestaltung:

Kompetenzbereich Produktion:Die Schülerinnen und Schüler* erproben und erläutern Mittel der Flächenorganisation (Ordnungsprinzipien wie Reihung, Streuung, Ballung, Symmetrie, Asymmetrie, Richtungsbezüge) – auch mit digitalen Bildbearbeitungsprogrammen – als Mittel der gezielten Bildaussage,
* realisieren bildnerische Phänomene durch den gezielten Einsatz grafischer Formstrukturen bzw. Liniengefügen,
* erproben und gestalten plastisch-räumliche Bildlösungen durch den gezielten Einsatz von Formeigenschaften (Deformation, Formausrichtungen) und Formbeziehungen (Formverwandtschaften und -kontraste),
* realisieren gezielt in bildnerischen Gestaltungen die Ausdrucksqualitäten von Farbwahl, Farbbeziehungen und Farbfunktionen.

Kompetenzbereich Rezeption:Die Schülerinnen und Schüler* analysieren Gesamtstrukturen von Bildern im Hinblick auf Mittel der Flächenorganisation (Ordnungsprinzipien wie Reihung, Streuung, Ballung, Symmetrie, Asymmetrie, Richtungsbezüge), auch mit digitalen Bildbearbeitungsprogrammen,
* analysieren grafische Gestaltungen im Hinblick auf Formstrukturen bzw. Arten von Liniengefügen und ihre Ausdrucksqualitäten,
* analysieren Farbwahl, Farbbeziehungen und Farbfunktionen (Lokal-, Erscheinungs-, Ausdrucks-, Symbolfarbe) in bildnerischen Gestaltungen.
* IF 2: Bildkonzepte

Kompetenzbereich ProduktionDie Schülerinnen und Schüler* planen und realisieren – auch mit Hilfe digitaler Werkzeuge – kontext- und adressatenbezogene Präsentationen.

Kompetenzbereich RezeptionDie Schülerinnen und Schüler* erläutern exemplarisch den Einfluss bildexterner Faktoren (soziokulturelle, historische, ökonomische und ökologische) in eigenen oder fremden Gestaltungen,
* bewerten digital und analog erstellte Präsentationen hinsichtlich ihrer Kontext- und Adressatenbezogenheit.
* IF 3: Gestaltungsfelder in Funktionszusammenhängen

Kompetenzbereich ProduktionDie Schülerinnen und Schüler* entwickeln mit malerischen, grafischen bzw. fotografischen Ausdrucksmitteln fiktionale, expressive, dokumentarische bzw. persuasive Gestaltungskonzepte,
* realisieren und beurteilen Bilder der offensichtlichen bzw. verdeckten Beeinflussung des Betrachters.

Kompetenzbereich RezeptionDie Schülerinnen und Schüler* erläutern malerische, grafische bzw. fotografische Gestaltungen im Hinblick auf fiktionale, expressive, dokumentarische bzw. persuasive Wirkweisen und Funktionen,

bewerten das Potenzial von bildnerischen Gestaltungen bzw. Konzepten zur bewussten Beeinflussung der Rezipientinnen und Rezipienten. |
| Absprachen hinsichtlich der Bereiche(Festlegung durch die Fachkonferenz) | Anregungen zur Umsetzung(fakultativ für die Hand der Lehrkraft als Anregung oder Ideensammlung) |
| Materialien/Medien* Zeichenmaterialien (Zeichenstifte, Buntstifte /Faserstifte zum Kolorieren, schwarze Faserstifte), Zeichenblock, Tonpapier, Lineal, Geodreieck, Schere
* Farbe /Pinsel zum Kolorieren

PC /Tablet mit Bearbeitungsprogramm und Layout/Grafikprogramm  | Botschaften in der Schule (besonders Piktogramme und Plakate)* Von SuS gesammelte Fotografien oder Bilder aus der Lebenswirklichkeit
* Portfolio-Mappe

Kurze Textauszüge rund um Bild-Text-Gestaltung, Auszüge aus Veröffentlichungen (von Museen) zu Text-Bild-Gestaltungen/Plakaten |
| Epochen/Künstlerinnen und Künstler/Bildautorinnen und -autorenBildautorinnen/Grafikdesignerinnen und -designer, Künstlerinnen und Künstler unterschiedlicher Zeiten, die sich mit universellen, bildhaften Zeichen oder Bild-Text-Gestaltung auseinandergesetzt haben | Piktogramme des Alltags, z.B. Hinweisschilder für Restaurants, WCs, Fluchtwege, Warnschilder für Gefahrenbereiche, Verbotsschilder im Verkehr* Zeichnung: Abstraktionsstufen von Bild und Text, nach McCloud, 1993 (Prometheus-Bildarchiv)
* Bild-Text-Gestaltung/Künstlerplakate im 19. Jh. (z.B. Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec), Jugendstil-Plakate 19./20.Jh. (z.B. Alfons Mucha), Bauhaus-Plakate, (Joost Schmidt, *Bauhaus Ausstellung in Weimar,* 1923), expressive Plakatkunst (z.B. Künstler des Expressionismus oder A.R. Penck)
* Text-Bild-Gestaltung/Werbeplakate: Anfang/Mitte 20. Jh. (z.B. *Elektrische Glühbirnen von AEG*, Peter Behrens, 1910; *Salamander-Plakat*, Ernst Deutsch, 1912; *Parfumwerbung für F. Wolff & Sohn*, Jupp Wiertz, 1926/1927; *Pitralon-Plakat*, Paul Aigner, 1959; *Verpoorten-Werbeplakat*, 70er Jahre; *Coca-Cola-Werbung*, 1982 und aktuelle Versionen im Vergleich)
* Bild-Text-Gestaltung/Politische Plakate: Britisches Propagandaplakat mit dem Titel *„Back Them Up“,* 1942; Kubanisches Plakat von Che Guevara, 1969)

Botschaften in Wort und Bild: *Beiträge zur VII. Internationalen Biennale des Sozial-Politischen Plakats* (Auswärtiges Amt, Bundesregierung)Beispiele der Kunst und (Alltags-) Kultur der Gegenwart (z.B. Vincenzo Fagnani, Per Arnoldi, Manuela Büchting, Nelson Martínez und Martín Allais) |
| Fachliche Methoden * Perzept
* Beschreibung und Analyse (bzgl. bildhafter Zeichen und Bild-Text-Gestaltungen)
* Bildstrategien: sammelnd, experimentierend-erkundend, planvoll-strukturierend
* Personale/soziokulturelle Bedingungen: soziokulturelle und biografische Einflüsse
* experimentelles und erprobendes Arbeiten mit unterschiedlichen Materialien und Medien (analog und digital)
* Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen
* Partner- und Gruppenarbeit im Rahmen eines Gestaltungsprozesses
* angeleitete, aspektbezogene Beurteilung gestaltungspraktischer Ergebnisse

Schülerinnen- und Schüler- Selbstreflexion und Selbststeuerung („Selbstmonitoring“ mittels Bewertungsbogen/Erwartungshorizont) | Erstellen eines Fachglossars zu universellen Bildzeichen sowie Bild-Text-Gestaltungen* Sammlung von inhaltlichen und formalen bildnerischen Mitteln zur Beeinflussung von Rezipientinnen und Rezipienten
* Abstraktion von Gegenständen/Prozessen auf spezifische Merkmale/universelle Zeichen (Formvereinfachung, Konturenbetonung/Silhouetten-Form)
* Schriftgestaltung (Text als Form, genormt oder als Handzeichnung/individuelle Erfindung: Merkmale von Buchstaben-Formen (z.B. Ausdehnung, Gerichtetheit, Zueinander, Schriftspezifika wie Serifen, Formen der Hervorhebung (z.B. kursiv, Versalien)
* Seitenlayout (Fläche als Form, genormt oder als individuelle Erfindung: Merkmale von Text- oder Bild-Text-Gestaltung (z.B. Format, Figur-Grund-/Figur-Rand-Bezug, Satzspiegel /Kopf-, Fuß- und Bundsteg, Seitenproportionen)
* Plakatgestaltung:
* Merkmale des Plakativen: Motiv, Text/Schrift (in Bezug auf Semantik und Form), Seitengestaltung/Layout, Farbe (Qualität und Quantität); Werbestrategien (z.B. AIDA und KISS)
* Mittel des Persuasiven: Eindeutigkeiten von Vorgaben (Vorschriften) oder appellative Hinweise, Sach-/Fakteninformationen; Erzeugung von individuellen Konnotationen mittels individuell füllbaren Sprach- und/oder Anschauungshülsen; Darstellungsmodus für Evokation innerer Bilder zwischen Abstraktion und Abbild
* Ideenentwicklung für funktionale Einzel-Bildzeichen und Bild-Text-Gestaltungen als Plakat (in sinnhafter Kontextualisierung/Bezüge zur Lebenswelt)
* Analoge und digitale Erprobung sowie Realisation von Bildzeichen und Bild-Text-Gestaltungen (Kombinationen von Einzelelementen zur Erstellung eines Gesamtgefüges)
* Tabellarisches Bewertungsraster (Gestaltungs-/Bewertungskriterien) zur Beurteilung von gestaltungspraktischen Ergebnissen (Leistungsaufgabe)

Portfolio Arbeit |
| DiagnoseEingangs- und Zwischendiagnose zur Wahrnehmungs-, Ausdrucks- und Handlungskompetenz in Bezug auf die o.g. inhaltlichen Schwerpunkte des Inhaltsfeldes 1 und 3 | rezeptive und produktive Diagnosen, auch in Form von Selbsteinschätzung (z.B. Bewertungsbogen) |
| Evaluationaspektbezogene Evaluation des Unterrichtsvorhabens | Evaluation des Unterrichts durch in Kleingruppen erstelltes Kurz-Feedback |
| Leistungsbewertung Sonstige Mitarbeit:* mündliche Beiträge im Unterricht
* produktive und rezeptive Mitarbeit in der Lernphase
* Leistungsaufgabe mit geringem (Piktogramm) und komplexem Umfang (Plakat) mit ausgewählter Prozessdokumentation und schriftlicher Reflexion

Präsentation | mündliche Beiträge im Unterrichtsgespräch (Qualität/Kontinuität/Quantität)* mündliche, schriftliche und gestaltungspraktische Beiträge in den rezeptiv und produktiv orientierten Lernphasen
* kriterienorientierte Leistungsbewertung auf Basis von Bewertungsbögen mit Schülerinnen- und Schülerselbstbewertung zwecks Diagnose ihrer Fähigkeit zur Fähigkeit zur Selbstbeurteilung
* Führen des Portfolios (Vollständigkeit, Strukturiertheit, Nachvollziehbarkeit, Anschaulichkeit)

Prozess- und Produktpräsentation |

Sequenzialisierung des 12. UV (Jahrgangsstufe 8.1)

**1. Sequenz:** „Beeinflussung durch Schrift und Bild im Alltag.“ > Diagnose (ca. 2 Ustd.)

> Ziel: Diagnose zum Gesamtanliegen der „Betrachter-und Betrachterinnenbeeinflussung“ durch Bild-Text-Gestaltung sowie Motivation/Zieltransparenz/Kontextualisierung.

* 1. Die Schülerinnen und Schüler legen in einer schrittweise wachsenden „Lernspirale“ eine Mind-Map zum Schwerpunkt „Beeinflussung durch Schrift und Bild im Alltag“ an. Die Mind-Maps werden vorgestellt, das Verfahren der Notizen mit und ohne visuelle Wahrnehmungsaktivierung wird kurz reflektiert, ebenso das Verfahren der kollegialen Erweiterung.
	2. Die Schülerinnen und Schüler werten die Mind-Maps hinsichtlich zentraler thematischer Schwerpunkte aus und vereinbaren zusammen mit der Lehrperson Lernschwerpunkte für das weitere UV als Ausblick auf Weiterarbeit (Advance Organizer: z.B. Vorkommen /Anwendungsbereiche /Funktionen, inhaltliche und formale Mittel der Beeinflussung von Rezipientinnen und Rezipienten, Einzelschwerpunkte der „Beeinflussung“: Bild, Schrift, Bild-Text-Kombination/Plakat).

**2. Sequenz:** „Bildnerische Mittel universeller Bildzeichen (Piktogramme).“ > produktive und rezeptive Lernaufgaben, Leistungsaufgabe (ca. 6 Ustd.)

> Ziel: Merkmale universeller bildhafter Zeichen und Beeinflussung von Rezipientinnen und Rezipienten erschließen.

* 1. Die Schülerinnen und Schüler erhalten den Auftrag, ein Bildzeichen zu erfinden, das für eine Vielzahl an Rezipientinnen und Rezipienten in der intendierten Beeinflussung des Handelns verstehbar ist. Sie werten ihre Ergebnisse in Gruppen hinsichtlich bildnerischer Merkmale aus, die gegeben sein müssten, damit die Kommunikation unabhängig von Sprache, Geschlecht und (bedingt auch) unabhängig vom soziokulturellen Hintergrund „funktioniert“. Daraus werden fachliche Schwerpunkte für die nächste Lernphase entwickelt.
	2. Die Schülerinnen und Schüler durchlaufen ein Stationenlernen mit produktiven und rezeptiven Lernaufgaben zu fachlichen Schwerpunkten wie Formgestaltung/Abstraktion/universeller Lesbarkeit/Erschließung von Sinnbildhaftigkeit unter Berücksichtigung soziokultureller Kontexte/individueller Erfahrungen. Die Schülerinnen und Schüler wiederholen und erweitern ihre Kenntnisse und Fertigkeiten in Bezug auf die relevanten Realisationsmedien/-materialien/-verfahren); die Schülerinnen und Schüler überarbeiten ihren „Erstversuch“ (ggf. erweiterte Übung/Anwendung).
	3. Die Schülerinnen und Schüler transferieren ihre Kompetenzen auf die Gestaltung eines eigenen, universellen Piktogramms (Leistungsaufgabe mit geringem Umfang, Fokussierung auf die Beeinflussung der Rezipientinnen und Rezipienten ausschließlich über ein einzelnes Bild-Zeichen).

**3. Sequenz**: „Bildnerische Mittel von „Bild-Text-Gestaltung“ als Zusammenhang (Schwerpunkt Plakat).“ > produktive und rezeptive Lernaufgaben (ca. 6 Ustd.)

> Ziel: Merkmale von Text- und Bild-Gestaltung im Zusammenhang unter Berücksichtigung inhaltlicher Botschaften /Beeinflussungen von Rezipientinnen und Rezipienten.

* 1. Die Schülerinnen und Schülern erhalten den Arbeitsauftrag, einzelne Wörter so zu „verschriftlichen“, dass die Gestaltung der Buchstaben im Einzelnen und in ihrem Zueinander kongruent zum vorgestellten Wortinhalt (Semantik), z.B. zu Begriffen wie „rasant“ – „neutral“) ist; die Lernenden werten in Gruppen die Ergebnisse im Hinblick auf Gestaltungsmerkmale zur Verdeutlichung semantischer Vorstellungen/inhaltlicher Konnotationen aus. Die Schülerinnen und Schüler leiten vorläufige Merkmale ab (z.B. Buchstaben in ihrer Ausdehnung, Gerichtetheit und Bezügen) und erweitern ihre produktiven und rezeptiven Kompetenzen im Bereich „Schrift“ (Lernaufgaben zu Schriftgestaltung, auch mittels Textverarbeitungs-/Layoutprogramm).
	2. Die Schülerinnen und Schüler beschreiben ihre Ersteindrücke zu einer Bild-Text-Gestaltung am Beispiel eines Künstlerplakates (z.B. Toulouse-Lautrec, *Plakat Divan Japonais,* 1892) und stellen Thesen auf, inwiefern Rezipientinnen und Rezipienten (bewusst und/oder unbewusst) beeinflusst werden und welche Gestaltungsmittel diesbezüglich besonders wirksam sind.

Die Schülerinnen und Schüler beschreiben den inhaltlichen Bildbestand und analysieren das Plakat. Die Ergebnisse werden im Hinblick auf zentrale Mittel des Persuasiven einer Plakatgestaltung (Inhalt/Motiv, Rezipienten-/Adressaten-Bezug; Organisation von Fläche, Formgestaltung von Schrift und Motiv sowie Farbigkeit) ausgewertet.

* 1. Die Schülerinnen und Schüler erweitern ihre produktiven und rezeptiven Kompetenzen in Bezug auf Medium/Material/Verfahren, Merkmale des Plakativen mit Fokus auf persuasive Wirkweisen und Funktionen (Eyecatcher-Funktion, semantischer Anlage im Zielgruppenbezug/bewusste und unbewusste Steuerung unter Berücksichtigung des Layouts).

Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten in Kleingruppen Kurzvorstellungen zu Plakaten verschiedener Autorinnen und Autoren aus Kunst und Alltag, aus unterschiedlicher Zeit und mit unterschiedlichen Intentionen (insbesondere politische Plakate, Werbeplakate); die Schülerinnen und Schüler werten diesen Überblick für die Bedeutung soziokultureller Kontexte/individueller Erfahrungen aus und erläutern exemplarisch den Einfluss bildexterner Faktoren (soziokulturelle, historische, ökonomische und ökologische).

**4. Sequenz**: „Mein Plakat – Vom Entwurf zur Veröffentlichung.“ > produktive Leistungsaufgabe (ca. 6 Ustd.)

> Ziel: Entwicklung eines eigenen Gestaltungsanliegens zu einer angemessenen Herausforderung in der Leistungsaufgabe/Arbeit am eigenen Gestaltungskonzept (Bildfindungsstrategien) und Realisation.

* 1. Die Schülerinnen und Schüler leiten aus den gesammelten Arbeitsergebnissen Möglichkeiten der eigenen Anwendung ab, die komplexe Leistungsaufgabe (kontext- und adressatenbezogene Text-Bild-Gestaltung als Plakat) wird entwickelt (je nach gesichertem Kompetenzaufbau wahlweise analog und/oder digital nach einer Ideen- und Konzeptphase); die Schülerinnen und Schüler planen und realisieren in diesem Zusammenhang eine kontext- und adressatenbezogene Kurzpräsentation des Endergebnisses, bei der auch die ggf. analog erstellten Produkte digital präsentiert werden (mit Reflexion der medialen Differenz).
	2. Die Schülerinnen und Schüler führen während der Leistungsphase kriteriengeleitete Zwischenreflexionen durch (bspw. unter Nutzung eines Bewertungsbogens mit konkreten Qualitätsmerkmalen der erwarteten Bildlösung), sie vervollständigen ihre prozessbegleitende Dokumentation der Portfolio-Mappe und verfassen eine aufgabengemäße schriftliche Erläuterung von Arbeitsprozess (Prozessdokumentation) und entstandenem Endprodukt.
	3. Die Schülerinnen und Schüler transferieren aspektbezogene rezeptive Vertiefungen/Wiederholungen, die sich ggf. aus Ergebnissen der Zwischenreflexionen ergeben, auf ihre eigenen Gestaltungen.

Die Schülerinnen und Schüler begutachten und beurteilen die entstandenen gestaltungspraktischen Produkte im Abgleich mit der konkreten Aufgabenstellung.