

MK⁷ Medienkompetenzrahmen NRW: Medienkompetenzen in „Politik & Co. 5/6 – NRW“

Das „Qua-Lis NRW“ hat in dem Papier „**Integration der Ziele des Medienkompetenzrahmens NRW (MKR) in die Kernlehrpläne für die Sekundarstufe I des Gymnasiums**“ auf der Seite 15 definiert, welche Medienkompetenzen in den Jahrgängen 5 und 6 für das Fach „**Wirtschaft-Politik**“ erlernt werden müssen.

Das vorliegende Lehrwerk „**Politik & Co. 5/6**“ hat dies vollumfänglich umgesetzt. Die nachfolgenden Tabellen führen die entsprechenden Orte (Kapitel, Seiten, Materialien) auf.

Tabelle 1

Alle **übergeordneten Kompetenzerwartungen des Medienkompetenzrahmens** für das Fach „**Wirtschaft-Politik**“ werden in jedem Kapitel mehrmals an verschiedenen Orten erfüllt. Die in Tabelle 1 angeführten übergeordneten Kompetenzerwartungen sind lediglich ein Beispiel, wie sie für den **schulinternen Lehrplan** aufgenommen werden können.

Tabelle 2

Die **konkretisierten Kompetenzerwartungen des Medienkompetenzrahmens** sind an die Inhalte und Themen der jeweiligen Kapitel gebunden. Gleichwohl können einzelne konkretisierte Kompetenzerwartungen an mehreren Stellen innerhalb des übergeordneten Inhaltsfeldes erfüllt werden. Tabelle 2 verweist von der konkreten Kompetenzerwartung des Medienkompetenzrahmens (→ S. 15) auf die Seiten und Materialien im Buch.

Tabelle 1: Übergeordnete Kompetenzerwartungen des Medienkompetenzrahmens

Medienkompetenzen Ziele des MKRs, S. 15	Orte im Lehrbuch „Politik & Co. 5/6“ z. B. auf ...	
Die Schülerinnen und Schüler ...	Seite	
beschreiben in Grundzügen Funktionen und Wirkungen von Medien in der digitalisierten Welt (MKR 5.1)	S. 176	POLITIK AKTIV: Ein Medientagebuch erstellen
	S. 181	M5 Wann wird ein Ereignis zur Nachricht?
	S. 183f.	Kap. 7.1.3 Nachricht im digitalen Zeitalter: „Fake News“ oder „Real News“?
	S. 186ff.	Kap. 7.2.1 Kommunikation: „Früher war alles besser!“, oder schlechter?
führen eine eigene Erhebung, auch unter Verwendung digitaler Medien durch (MKR 1.2)	S. 65	Methodenkarte: Eine Befragung durchführen
	S. 91	Methodenkarte: Eine Umfrage zum Taschengeld mit Grafstat durchführen
	S. 176	POLITIK AKTIV: Ein Medientagebuch erstellen
erschließen mithilfe verschiedener digitaler und analoger Medien sowie elementarer Lern- und Arbeitstechniken politische, ökonomische und gesellschaftliche Sachverhalte (MKR 2.1)	S. 39	WAS WIR KÖNNEN: Einen Leitfaden für eine gute Klassengemeinschaft erstellen
	S. 74	POLITIK AKTIV: Eine Markterkundung durchführen
	S. 124	POLITIK AKTIV: Geschlechterrollen im Alltag untersuchen
	S. 146	DIGITAL AKTIV: Städte/Gemeinden mit einem „Biparcours“ erkunden
setzen analoge und digitale Medienprodukte zu konkreten, fachbezogenen Sachverhalten sowie Problemlagen argumentativ ein (MKR 3.1)	S. 71	WAS WIR KÖNNEN: Ein Video über das Thema „Demokratie in der Schule drehen“
	S. 86	M17 Einen Taschengeldplaner erstellen
	S. 168	Methodenkarte: Wahlplakate analysieren
	S. 185	Methodenkarte: Nachrichten auf Seriosität prüfen
	S. 200	DIGITAL AKTIV: Ein Influencer-Video über „Nachhaltigkeit“ drehen
	S. 245	Methodenkarte: Ein Referat halten

Tabelle 2: Konkretisierte Kompetenzerwartungen / Inhaltliche Schwerpunkte des Medienkompetenzrahmens – Teil 1

Medienkompetenzen Ziele des MKRs, S. 15	Orte im Lehrbuch „Politik & Co. 5/6“ z. B. auf ...	
Die Schülerinnen und Schüler ...	Seite	
vergleichen verschiedene, auch digitale, Verkaufsstrategien (MKR 2.2)	S. 106	M37 Werbestrategien und Werbesprache
	S. 107	M38 Geld gespart oder Geld verschwendet?
	S. 108	M39 Darauf fallen fast alle herein
	S. 112	M41 Wenn dir die Werbung immer folgt: Personalisierte Werbung im Internet
	S. 113	M44 Spart Primark sich die Werbung?
	S. 113	Video über Werbung durch YouTuber
Nutzung digitaler und analoger Medien als Informations- und Kommunikationsmittel (MKR 2.1, 3.1)	S. 176	Methodenkarte: Ein Medientagebuch erstellen
	S. 113	M43 Persönliche Informationen für Freunde in sozialen Netzwerken
	S. 176	Methodenkarte: Ein Medientagebuch erstellen
	S. 177	M1 Zeitung oder Frühstücksgespräche?
	S. 187	M11 Vor- und Nachteile der ständigen Erreichbarkeit
	S. 187	M12 Lisas Leben auf WhatsApp
Rechtliche Grundlagen für die Mediennutzung in Schule und privatem Umfeld (MKR 1.4, 4.4)	S. 52	M11, Rechtsgrundlagen – auch für Smartphonennutzung
	S. 53	Video: Datenschutz im Erklärfilm
	S. 191f.	M18 Bedeutung und rechtliche Folgen von Cybermobbing
beschreiben Möglichkeiten der Informationsgewinnung sowie Wirkungen digitaler und analoger Medien (MKR 5.1)	S. 176	Methodenkarte: Ein Medientagebuch erstellen
	S. 183	M8 Nachrichten und Posts aus dem Internet: nicht immer vertrauenswürdig?
	S. 186	M10 Kommunizieren 12-jährige Mädchen heute anders als früher?
	S. 187	M11 Vor- und Nachteile der ständigen Erreichbarkeit
	S. 187	Video: Social Media im Erklärfilm

Tabelle 2: Konkretisierte Kompetenzerwartungen / Inhaltliche Schwerpunkte des Medienkompetenzrahmens – Teil 2

Medienkompetenzen Ziele des MKRs, S. 15	Orte im Lehrbuch „Politik & Co. 5/6“ z. B. auf ...	
Die Schülerinnen und Schüler ...	Seite	
stellen den Einfluss sozialer Netzwerke im Alltag dar (MKR 5.3)	S. 186	M10 Kommunizieren 12-jährige Mädchen heute anders als früher?
	S. 187	M11 Vor- und Nachteile der ständigen Erreichbarkeit
	S. 187	Video: Social Media im Erklärfilm
	S. 187	M12 Lisas Leben auf WhatsApp
setzen sich kritisch mit Medienangeboten und dem eigenen Medienverhalten auseinander (MKR 5.4)	S. 176	Methodenkarte: Ein Medientagebuch erstellen
	S. 187	M11 Vor- und Nachteile der ständigen Erreichbarkeit
	S. 187	Video: Social Media im Erklärfilm
	S. 187	M12 Lisas Leben auf WhatsApp
	S. 191ff.	Kapitel 7.2.3 Cybermobbing – das bisschen „Ärgern im Netz“ hat doch keine Konsequenzen! Oder etwa doch?
	S. 195ff.	Kapitel 7.2.4 Smartphones als Freizeitgestalter am Beispiel von Online-Spielen: Free to P(l)ay?
ermitteln in Ansätzen den Stellenwert der Interessengebundenheit von medial vermittelten Inhalten (MKR 5.2, 2.3)	S. 183	M8 Nachrichten und Posts aus dem Internet: nicht immer vertrauenswürdig?
	S. 112	M41 Wenn dir die Werbung immer folgt: Personalisierte Werbung im Internet
	S. 113	M44 Spart Primark sich die Werbung?
	S. 113	Video über Werbung durch YouTuber