

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 |