

Unterrichtsentwurf Stunde 5:

Thema: Wie wirkt Werbung auf uns?

Stundenziel: Die Kinder erfahren, wie Werbung ihre Gefühle beeinflusst und dass Emotionen zum Ziel der Werbung beitragen soll.

Inhaltliche Überlegung und Ablauf:

Zum Einstieg in die Unterrichtsstunde können zwei Werbespots gezeigt werden, die verschiedene Emotionen und Gefühle in uns Menschen wecken. Dabei sollte es sich um zwei Werbespots handeln, bei dem der Unterschied schnell klar wird. Dafür eignen sich zum Beispiel ein Werbespot von Nimm2 und ein Werbespot von UNICEF (Links im Unterrichtsmaterial). Ausgehend von diesen Werbespots soll die Think, Pair, Share Methode angewandt werden. In diesen Gesprächen sollen sich die Schüler*innen mit der Leitfrage „Welche Emotionen lösen die Werbungen in euch aus und welche Faktoren beeinflussen das?“ beschäftigen. Dabei sollen die Schüler*innen auch Bezug auf die Kategorien der vorangegangenen Stunde nehmen, insofern diese stattgefunden hat. Während der Gespräche werden zeitgleich verschiedene Emotionen und Gefühle gesammelt, die in uns Menschen ausgelöst werden können.

Im Nachgang wird eine Gruppenarbeit eingeleitet. Diese wird durch Wort – und Bildkarten unterstützt. Die Wortkarten zeigen verschiedene Gefühle, die Bildkarten zeigen Produkte oder Gründe, die verschiedene Gefühle ausdrücken oder abbilden können. Während der Gruppenarbeit sollen die Schüler*innen sich eine kurze Schauspielsequenz überlegen, in denen sie das Gefühl auf der Wortkarte beim Bewerben des Produktes der Bildkarte für die anderen Schüler*innen ersichtbar wird. Die Wort- und Bildkarten sollen hier durcheinandergemischt werden, damit es nicht anhand des Produktes ersichtlich wird, welches Gefühl mitgeteilt werden soll. Es kann also durchaus passieren, dass ein Produkt, welches normalerweise positive Gefühle hervorruft, in dieser Gruppenarbeit mit Wut oder auch Trauer, also negativen Gefühlen in Verbindung gebracht werden soll. Dieser Schwierigkeitsgrad kann bei Bedarf angepasst werden. Um die Aufgabe einfacher zu gestalten, ist es möglich die Gefühle an die Produkte anzupassen um das Raten und auch das Spielen deren Schauspielsequenz für die Schüler*innen angenehmer und einfacher zu gestalten.

Zur Sicherung der Unterrichtsstunde wird das Schauspiel vorgestellt. Die anderen Schüler*innen sollen, wie oben schon erwähnt, die Gefühle der Schauspielsequenz erraten.

Didaktische Überlegung:

In dieser Unterrichtsstunde wird vor allem auf die naturwissenschaftliche Perspektive Bezug genommen. Insbesondere auf das Themenfeld Gesundheit, in denen die Schüler*innen in der Eingangsphase bereits die Kompetenz erworben haben, ihre Gefühle und Bedürfnisse differenziert wahrzunehmen und diese auch vertreten. In den Jahrgangsstufen drei und viere gehört das Hineinversetzen in andere Gefühlslagen und auch das Eingehen auf Bedürfnisse und Empfindungen anderer zu den zu erwerbenden Kompetenzen und Themen (Fachanforderungen SU, 2019, S. 20). In dieser Unterrichtsstunde wird das Fachwissen über Gefühle und Emotionen erweitert. Zudem sorgt die Gruppenarbeit der Schauspielsequenzen für den Erwerb des Hineinversetzens in die Gefühle anderer.

Das Thema Emotionen selbst lässt sich in die personale Entwicklung einordnen. Die Selbstwahrnehmung und Empathie wird gestärkt. Sie setzen sich sowohl mit ihren, als auch den Gefühlen anderer Personen auseinander. Soziale Kompetenzen und auch die emotionale Intelligenz kann so gefördert werden. Die Schüler*innen fördern die Fähigkeit, Bedürfnisse und Interessen der Mitlernenden wahrzunehmen. Außerdem können die Schüler*innen sich mit den Vorstellungen anderer kritisch auseinandersetzen und aufeinander eingehen (Fachanforderungen SU, 2019, S. 5).

Durch das Schauspiel und die Gruppenarbeit allgemein wird auch die Handlungskompetenz und das Reflektieren gefördert. Das Auseinandersetzen mit den Gefühlen fördert die Reflexion der eigenen Verhaltensweisen. Die Schüler*innen fördern die Fähigkeit des Verstehens von sozialen Interaktionen und Gefühlen. In Bezug auf das Thema Werbung werden die Schüler*innen im Bereich der gesellschaftlichen und zwischenmenschlichen Beziehungen gefördert. Die Schüler*innen lernen, wie Emotionen ihre Entscheidungen oder auch zwischenmenschlichen Beziehungen beeinflussen können.

Unterrichtsmaterial:

Zu den Unterrichtsmaterialien zählen die Werbespots, die Emotionen/Gefühle in uns Menschen erwecken sollen. Der Werbespot von Nimm2 eignet sich besonders für die Übermittlung positiver Gefühle, beziehungsweise dem Gefühl „Freude“. UNICEF löst mit ihren Werbespots das Gefühl von Trauer oder auch Mitgefühl aus. Das Zeigen der Werbespots eignet sich in dieser Unterrichtsstunde besonders als Einstieg, um erste Ideen für die eigenen Schauspielsequenzen zu bekommen.

Des Weiteren gibt es Wortkarten, auf denen verschiedene Gefühle, sowie Produkte abgebildet sind. Diese werden für die Gruppenarbeit benötigt.