



SCHWEIZER MEDIEN
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA





Impressum

Herausgeber

Verband SCHWEIZER MEDIEN, Konradstrasse 14, 8021 Zürich

Verantwortlich: René Gehrig, Leiter Medieninstitut des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN

Projektleitung

Ueli Custer-Meier, Analysen im Mediamarkt, Lommiswil

Autorenteam 1. Auflage (Lehrkräfte)

Silvia Baumgartner, Gitta Deubelbeiss, Markus Flury, Viktor Fröhlicher, Jean-Pierre Simmen, Verena Welti

Überarbeitung 2015

René Gehrig, Waltraud Stalder, Florian Schaffner, Verband SCHWEIZER MEDIEN, Ueli Custer-Meier

Korrektorat

jostmedia, Text- und Sprachagentur, Zürich

Gestaltung und Illustrationen

developdesign, Gnani + Lüber, Zürich

Wir danken **Utzenstorf Papier AG** und **Perlen Papier AG** für die grosszügige Unterstützung dieses Projektes.

Wir danken **Keystone** für das zur Verfügung gestellte Bildmaterial.

Druck

Schlaefli & Maurer AG, Grafische Betriebe, Uetendorf

© SCHWEIZER MEDIEN, Zürich 2015

Sämtliche Urheber- und Nutzungsrechte einschliesslich der Wiedergaberechte liegen beim Herausgeber.

Schutzgebühr: Fr. 150.– (für Schulen gratis)

EINLEITUNG

Basisinformationen

LESEGEWOHNHEITEN

Die Schülerinnen und Schüler kennen Lesegewohnheiten.

ZEITUNGS- UND ZEITSCHRIFTENTYPEN

Die Schülerinnen und Schüler kennen die verschiedenen Zeitungs- und Zeitschriftentypen.

VERTRIEBSWEGE

Die Schülerinnen und Schüler wissen, wie Zeitungen und Zeitschriften zum Publikum gelangen.

JOURNALISTISCHE DARSTELLUNGSFORMEN

Die Schülerinnen und Schüler kennen die journalistischen Darstellungsformen in der Presse.

TAGESZEITUNGEN

Die Schülerinnen und Schüler wissen, wie Tageszeitungen gegliedert sind und wie sie sich voneinander unterscheiden.

BERUFSBILDER

Die Schülerinnen und Schüler kennen Berufe im Zusammenhang mit der Presse.

HERSTELLUNG

Die Schülerinnen und Schüler wissen, wie Presseprodukte hergestellt werden.

WIRTSCHAFTLICHE HINTERGRÜNDE

Die Schülerinnen und Schüler kennen wirtschaftliche Hintergründe der Medien.

MASSEN MEDIEN

Die Schülerinnen und Schüler kennen die Position der Presse im Vergleich mit den andern Massenmedien.

GESCHICHTE

Die Schülerinnen und Schüler kennen die Grundzüge der geschichtlichen Entwicklung der Presse.

SCHÜLERZEITUNG



E

EINLEITUNG

A) KONZEPT

Das Lernziel dieses Ordners lautet:

Die Schülerinnen und Schüler interessieren sich für die Presse und können das Angebot kritisch beurteilen.

Den Lehrkräften und Schülern sollen Materialien zum Presseunterricht samt Hintergrundinformationen und praktischen Hinweisen vermittelt werden. Dabei wurde darauf geachtet, dass für möglichst verschiedene Niveaus Materialien angeboten werden.

Es handelt sich nicht um ein Lehrmittel mit fixfertigen Lektionen. Die Materialien sind als Hilfe und als Anregung gedacht. Sie können von den Lehrkräften in der vorliegenden Form übernommen oder in vielfältiger Weise angepasst und ergänzt werden. Zu einzelnen Aufgaben sind auf der Website www.schweizermedien.ch im Bereich «Lesen macht gross» ergänzende Aufgaben zu finden.

Die Inhalte liegen in einem sinnvollen logischen Aufbau vor. Es ist aber nicht die Meinung, dass die Themen der Reihe nach lückenlos behandelt werden sollen. Vielmehr lassen sich einzelne Themen ohne Weiteres herausbrechen. Querverweise erleichtern den Blick aufs Ganze.

Das Schwergewicht liegt bei der gedruckten Presse. Einzelne Aufgaben befassen sich aber auch mit den digitalen Nutzungsmöglichkeiten. Unter digitaler Nutzung versteht man die Nutzung als sogenannte Replica-Ausgaben (die gedruckte Tageszeitung in unveränderter Form als PDF-Datei zum Herunterladen) oder von In-

halten über die Website (auf einem beliebigen Gerät) bzw. über Apps (auf Smartphones oder Tablets). Die digitale Nutzung ist übrigens gerade bei Tageszeitungen nach wie vor deutlich tiefer als die Nutzung von gedruckten Exemplaren. Mehr dazu auf www.wemf.ch -> Teststudie. Da die Entwicklung in diesem Bereich sehr schnell verläuft, sind einzelne Angaben in diesem Ordner womöglich überholt. Die Inhalte entsprechen dem Wissensstand im ersten Halbjahr 2015. Die Herstellung einer Schülerzeitung (siehe Anhang) eignet sich hervorragend, um das erworbene theoretische Wissen in die Praxis umzusetzen. Als Projektarbeit für die ganze Klasse steht dabei das Gemeinschaftserlebnis im Vordergrund. Für ein Musterexemplar Ihrer Schülerzeitung sind wir Ihnen sehr dankbar.

B) AUFBAU

Grundsätzliches

Der Ordner ist in zehn Hauptziele mit verschiedenen Teilzielen sowie einen Anhang zum Thema Schülerzeitung gegliedert.

Alle Seiten sind unten rechts mit einer kleinen Seitennummer versehen. Die erste Ziffer entspricht der Nummer des Hauptzieles, die zweite Ziffer der Seitennummer innerhalb dieses Zieles.

Praktische Hinweise

Jeder Bereich beginnt mit praktischen Hinweisen für die Lehrkraft. Bei einzelnen Hauptzielen findet sich hier eine Vielzahl von Anregungen für Vertiefungen, Ergänzungen und Alternativen.



E

EINLEITUNG

Sachinformationen

An die praktischen Hinweise schliessen sich jeweils die entsprechenden Sachinformationen an. Diese Sachinformationen sind einerseits als Hintergrundinformation für die Lehrkräfte gedacht, können andererseits aber auch kopiert und an die Schülerinnen und Schüler abgegeben werden.

Aufträge

Es folgen Aufträge zu je einem Teilziel. Soweit möglich und sinnvoll, wird bei einzelnen Aufträgen eine Lösung oder ein Lösungsvorschlag mitgeliefert. Diese Lösungen sind immer auf der Rückseite des entsprechenden Auftrages aufgedruckt. Manchmal kann es sinnvoll sein, die vorgegebenen Beispiele durch aktuelle zu ersetzen.

C) METHODISCH-DIDAKTISCHE HINWEISE

Anforderungen

Die Materialien entsprechen verschiedenen Niveaus. Die Lehrkräfte können somit jene Aufträge auswählen oder anpassen, die der Situation in ihrer Klasse entsprechen. Die Niveaus sind mit Symbolen gekennzeichnet, die jeweils nur auf dem Registerblatt zu jedem Hauptziel aufgeführt sind. Die Aufteilung enthält folgende fünf Stufen:

- tief •
- tief/mittel ••
- mittel •••
- mittel/hoch ••••
- hoch •••••

Die Themen können je nach Zielvorstellung, Klassenstruktur, Zeit- und Raumangebot ge-

staltet werden; das Spektrum reicht von einer einzelnen Lektion bis zum grösseren Projekt im fächerübergreifenden Unterricht. Exkursionen und Betriebsbesichtigungen liefern wertvolle Ergänzungen.

Schulzimmerkiosk

Der Schulzimmerkiosk bildet die Grundlage zu verschiedenen Aufträgen; hier holen sich die Schülerinnen und Schüler das nötige Material. Folgende Zeitungs- und Zeitschriftentypen sollten vorhanden sein: Tageszeitung, Gratiszeitung, Wochenzeitung, Sonntagszeitung, Kinderzeitschrift, Jugendzeitschrift, Frauenzeitschrift, Männerzeitschrift, Zeitschrift für alle, Fachzeitschrift, Hobbyzeitschrift.

Die Zeitungen und Zeitschriften werden

- von den Schülerinnen und Schülern gesammelt
- in der Papiersammlung der Schule aussortiert
- beim Kiosk verlangt (nach nicht verkauften Exemplaren fragen)
- bei verschiedenen Verlagen bestellt (siehe Adressliste Probeexemplare Jugendzeitschriften) und am Schluss durch die Lehrkraft ergänzt.

D) WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Da Literaturhinweise erfahrungsgemäss sehr schnell überholt sind, empfehlen wir die Websites des Buchhandels für die Suche nach entsprechenden Publikationen. Zum Beispiel:

- www.buch.ch / books.ch
- www.buchhaus.ch
- www.thalia.ch

E

EINLEITUNG

E) STICHWORTVERZEICHNIS

Stichwort	Wird behandelt in
A	
Abonnement	Hauptziel 3 (Sachinformationen), Teilziel 3.4
Absatz	Hauptziel 5 (Sachinformationen)
Agenturmeldungen	Hauptziel 4, Teilziel 4.9
Alinea	Hauptziel 5 (Sachinformationen)
Analyse (Meinung)	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Anzeigepreise	Hauptziel 7 (Sachinformationen)
Angebot	Hauptziel 1
Ausgabeformate	Hauptziel 9, Teilziel 9.2
Aussendienst-Mitarbeiter	Hauptziel 6 (Sachinformationen)
Auswahl	Teilziel 1.1
B	
Balken	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4, 5.5, 5.6
Bericht	Hauptziel 4 (Sachinformationen), Teilziele 4.1, 4.3
Berufsbilder	Hauptziel 6
Bild	Hauptziele 4, 5, 7
Bildagenturen	Hauptziel 7 (Sachinformationen)
Bildlegende	Hauptziel 5
Bildredaktor	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.2
Blattmacher	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.2
Bücher	Hauptziel 9 (Sachinformationen)
By-line	Hauptziel 5 (Sachinformationen)
C	
Chef vom Dienst	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.2
Chefredaktor	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.2
D	
Dachzeile	Hauptziel 5, Teilziele 5.3, 5.4
Date-line	Hauptziel 5 (Sachinformationen)
Datenjournalismus	Hauptziel 4, (Sachinformationen), Teilziel 4.13
Digitale Nutzung	Hauptziel 1, Teilziel 1.8
Digitale Revolution	Hauptziel 9 (Sachinformationen)
Digitaler Vertrieb	Hauptziel 3 (Sachinformationen), Teilziel 3.5
	Hauptziel 8 (Sachinformationen)
Digitale Medien	Hauptziel 9 (Sachinformationen)
Drucktechnologie	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.4

EINLEITUNG

E

Editorial	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Eigenschaften von Titelkategorien	Teilziel 2.3
Einzelverkauf	Hauptziel 3 (Sachinformationen), Teilziel 3.4
Entwicklungstrends Massenmedien	Hauptziel 9 (Sachinformationen)
Erträge	Hauptziel 8 (Sachinformationen), Teilziel 8.2

F

Fachperson Kundendialog	Hauptziel 6 (Sachinformationen)
Fachzeitschriften, Fachpresse	Hauptziel 2, Teilziele 2.3, 2.4
Feature	Hauptziel 4 (Sachinformationen), Teilziel 4.1
Fernsehen	Hauptziel 9 (Sachinformationen), Teilziele 9.1, 9.3
Film	Hauptziel 9 (Sachinformationen)
Finanz- und Wirtschaftspresse	Hauptziel 2 (Sachinformationen)
Formale Merkmale und Kriterien	Hauptziel 2, Teilziele 2.6, 5.10
Format	Hauptziel 2, Teilziele 2.2, 2.6
Fotograf	Hauptziel 6 (Sachinformationen) Teilziel 6.1
Fotografie	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Freie Journalisten	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.2
Freie redaktionelle Mitarbeiter	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.2

G

Geschichte der Presse	Hauptziel 10
Gewichten von Texten	Teilziel 7.3
Gliederung Tageszeitung	Teilziel 5.1
Glosse	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Gratislektüre	Hauptziel 3 (Sachinformationen), Teilziel 3.5

H

HbbTV	Hauptziel 9 (Sachinformationen)
Headline	Hauptziel 5
Herstellung	Hauptziele 6 und 7 (Sachinformationen)
Herstellung Anzeigenteil	Hauptziel 7 (Sachinformationen)

I

Info-Grafik	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Info-Grafiker	Hauptziel 6 (Sachinformationen) Teilziele 6.1, 6.2
Informatiker	Hauptziel 6, (Sachinformationen)
Inhaltliche Merkmale	Hauptziel 2, Teilziele 2.7, 5.10, 5.11, 9.2
Innendienst-Mitarbeiter	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.3
Inserate	Hauptziel 7, Teilziel 7.4
Inserenten	Teilziel 8.3
Internet	Hauptziel 9, (Sachinformationen), Teilziele 9.1, 9.2, 9.3
Interview	Hauptziel 4, Teilziele 3.3, 4.4

E

EINLEITUNG

J

Journalist	Hauptziel 6 (Sachinformationen)
Journalistische Darstellungsformen	Hauptziel 4
Journalistisches Handwerk	Hauptziele 4 und 9

K

Karikaturist	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.2, Hauptziel 7 (Sachinformationen)
Karikatur	Hauptziel 4 (Sachinformationen), Teilziel 9.8
Kästchen	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4, 5.6, 5.7
Kategorien der Presse	Hauptziel 2
Kaufmännisches Personal	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.2
Kino	Hauptziel 9 (Sachinformationen)
Kioskverkauf	Teilziel 3.3
Kolumne	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Kolumnist	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.2
Kommentar	Hauptziel 4 (Sachinformationen), Teilziele 4.1, 4.2
Konvergenz	Hauptziel 7 (Sachinformationen), Hauptziel 9 (Sachinformationen)
Korrektor	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.2
Korrespondent	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.2
Korrespondent	Hauptziel 7 (Sachinformationen)
Kosten	Hauptziel 8, Teilziel 8.2
Kritik (als journalistische Form)	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Kundenberater	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.3
Kundenberater	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.3

L

Lauftext	Teilziele 5.3, 5.4, 5.5
Layouter	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.2
Lead	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.9, 5.10, 7.2
Leitartikel	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Lesebedürfnisse	Teilziele 1.2, 2.5
Lesegewohnheiten	Hauptziel 1
Lesen	Hauptziel 1 (Sachinformationen)
Leserbrief	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Lesereporter	Hauptziel 7 (Sachinformationen)
Leserschaftsforschung	Hauptziel 1
Linien	Hauptziel 5, Teilziele 5.3, 5.4, 5.5, 5.6
Liveticker	Hauptziel 4, Teilziel 4.10
Logistiker	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.4
Logo	Hauptziel 5, Teilziele 5.3, 5.4, 5.5, 5

会には主
十人が参
アの非核
ウム利用
取り組み
を決議

転・高校中退・転
通信制高校
サポート
●中学の基礎
●個別対応の
●大学進学実
●生徒が自由
ホームペー

中央高等

新
読者で
読める
読売新聞社
東京 秋田を往復、夫婦で作ったふるさと農園
412-000334 1600円

親子で
読める
読売新聞社
新聞もテレビもくぐんわかる。
図解・イラスト入り 412-000334 1200円

10分でも
読める
読売新聞社

な
TUGUM
ハチ公の最後

EINLEITUNG

M	
Massenmedien	Hauptziel 9
Medien	Hauptziel 1 (Sachinformationen)
Medienfreiheit	Teilziel 9.3
Mediennutzung, Charakteristiken	Hauptziel 9 (Sachinformationen), Teilziele 9.1, 9.2
Medienrecht	Teilziel 9.3
Meldung, Nachricht	Hauptziel 4, Teilziele 4.1, 4.2, 4.7
Merkmale, formal	Hauptziel 2 (Sachinformationen), Teilziele 2.6, 5.10
Merkmale, inhaltlich	Hauptziel 2 (Sachinformationen), Teilziele 2.7, 5.10
N	
Nachricht, Meldung	Hauptziel 4, Teilziele 4.1, 4.2, 4.7
Nachrichtenagenturen	Hauptziel 7 (Sachinformationen)
Newsroom	Hauptziel 5 (Sachinformationen)
O	
Onlineleser	Hauptziel 1, Teilziel 1.8
Online-Medien	Hauptziel 4, Teilziel 4.9
Online-Newsplattform	Hauptziel 7, Teilziel 7.4
Online-Redaktor	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.2
Online-Vertrieb	Hauptziel 3 (Sachinformationen), Teilziel 3.5
P	
Paginierung	Hauptziel 5 (Sachinformationen)
Panelgespräch	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Paywall	Hauptziel 5 (Sachinformationen)
Pflichten der Journalisten	Hauptziel 9 (Sachinformationen), Teilziel 9.4
Politik und Presse	Hauptziel 9 (Sachinformationen), Teilziele 9.5, 9.7
Polygraf	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.4
Polymechaniker	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.4
Porträt	Hauptziel 4 (Sachinformationen), Teilziele 4.1, 4.5
Presse und Werbung	Teilziel 8.5
Pressetypen	Hauptziel 2 (Sachinformationen)
Pressefreiheit	Hauptziel 9 (Sachinformationen), Teilziele 9.7, 9.8
Printleser	Hauptziel 1, Teilziel 1.8
Printmedienverarbeiter	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.4
Productmanager	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.3
Produktion	Hauptziel 7, Teilziel 7.1
Produktionsmechaniker	Hauptziel 6, Teilziele 6.1, 6.4
Produzent	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.2
Publikumszeitschriften, Publikumspresse	Hauptziel 2 (Sachinformationen), Teilziel 2.4

n vac
vio

CHEVÈ
DÉM
OU CHA
DE P

ET UN
N Y RIÛZ
DE DESAÇ



Clients

E EINLEITUNG

Q

Qualität	Hauptziel 9, Teilziel 4.7
----------	---------------------------

R

Radio	Hauptziel 9 (Sachinformationen), Teilziele 9.1, 9.3
Rasterflächen	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4, 5.6
Recherchieren	Hauptziel 7 (Sachinformationen)
Rechte der Journalisten	Hauptziel 9 (Sachinformationen), Teilziel 9.4
Rechtliche Grundlagen der Massenmedien	Teilziel 9.3
Redigieren von Texten	Teilziel 7.2
Reportage	Hauptziel 4 (Sachinformationen), Teilziele 4.1, 4.6
Reporter	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.2
Reporter	Hauptziel 7 (Sachinformationen)
Ressortleiter	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziele 6.1, 6.2
Ressorts	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziel 5.2

S

Schlagzeile	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4, 5.6, 5.7, 5.8
Schülerzeitung	Anhang
Schweizerische Depeschagentur SDA	Hauptziel (Sachinformationen)
Smartphone	Hauptziel 9, Teilziel 9.2
Social-Media-Netzwerke	Hauptziel 9, Teilziel 9.5
Sonntagszeitungen, Sonntagspresse	Hauptziel 2 (Sachinformationen), Teilziel 2.3
Special Interest Titel, Spezialpresse	Hauptziel 2 (Sachinformationen), Teilziele 2.3, 2.4
Spezialzeitschriften	Hauptziel 2 (Sachinformationen), Teilziele 2.3, 2.4
SRG	Teilziel 9.3
Staatspolitische Rolle der Presse	Hauptziele 9 und 10, Teilziel 9.5
Stilelemente	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.5, 5.6

T

Tabletcomputer	Hauptziel 9, Teilziel 9.2
Tabloidformat	Hauptziel 2 (Sachinformationen), Teilziel 2.6
Tageszeitungen	Hauptziele 2 und 5
Technik des Zeitungslesens	Teilziel 5.9
Technische Herstellung	Hauptziel 7
Texte Online und Print	Hauptziel 4, Teilziele 4.11 und 4.12
Themengewichtung	Teilziel 5.11
Titel (eines Artikels)	Hauptziel 5, Teilziele 5.7, 5.8
Titelseiten Tageszeitungen	Teilziele 5.5, 5.6

E

EINLEITUNG

U

Überzeile	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziel 5.4
Umfrage	Hauptziel 4 (Sachinformationen)
Unterschiede Print und Online	Hauptziel 9, Teilziel 9.2
Unterschiede zwischen Titeln	Teilziel 2.2
Untertitel	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 7.2
Unterzeile	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4

V

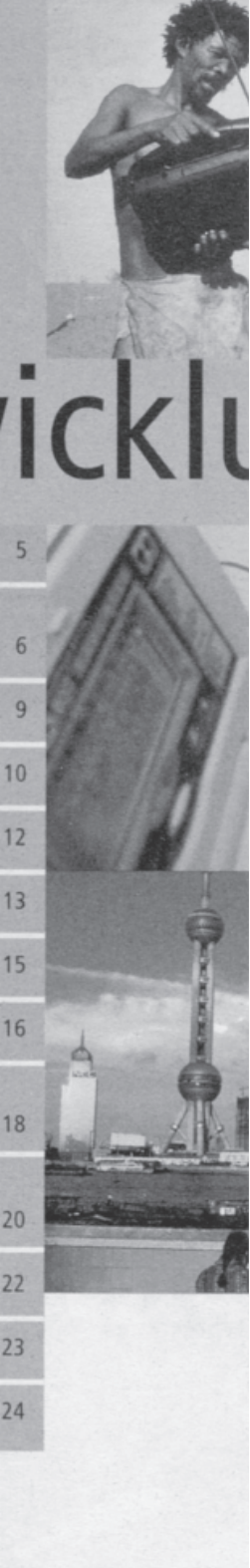
Verantwortlichkeit der Medien	Teilziel 9.3
Verantwortlichkeit der Journalisten	Teilziel 9.4
Verlagsleiter	Hauptziel 6 (Sachinformationen), Teilziel 6.1, 6.3
Vertrieb	Hauptziel 3
Vertriebsablauf	Teilziel 3.2
Vertrieb gedruckt und digital	Teilziel 3.5
Vertriebswege	Teilziel 3.6
Vertriebspartner	Teilziel 3.1
Vorspann (Lead)	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4, 5.6
Vorzeile (Dachzeile, Überzeile)	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4

W

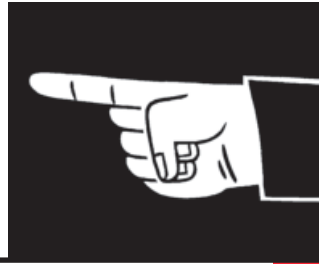
Weisser Raum	Hauptziel 5 (Sachinformationen)
Werbung in der Presse	Hauptziel 8
Werbung und Medien	Teilziel 9.3
Wirtschaftliche Grundlagen der Massenmedien	Teilziel 9.3
Wirtschaftliche Hintergründe	Hauptziel 8
Wirtschaftspresse	Hauptziel 2 (Sachinformationen)
Wochenpresse, regional	Hauptziel 2 (Sachinformationen), Teilziel 2.3

Z

Zeitschrift für alle (Publikumspresse)	Hauptziel 2, Teilziele 2.3, 2.4
Zeitschriftentypen	Hauptziel 2, Teilziele 2.4, 2.5
Zeitungen im Ausland	Teilziel 1.6
Zeitungsressorts	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziel 5.2
Zeitungstypen	Hauptziel 2 (Sachinformationen), Teilziel 2.5
Zwischentitel	Hauptziel 5 (Sachinformationen), Teilziele 5.3, 5.4, 5.5



1 LESEGEWOHNHEITEN



Praktische Hinweise

GENERELL

Zur Lösung der Aufträge dieses Zieles ist es empfehlenswert, eine Art Schulzimmerkiosk einzurichten. Dies erfolgt am einfachsten über den Einsatz von Auftrag 1.3, bei dem die Schülerinnen und Schüler von zu Hause Zeitungen und Zeitschriften mitbringen.

ZU DEN EINZELNEN AUFTRÄGEN

Zu Auftrag 1.2

Variante 1: Die Schülerinnen und Schüler notieren sich, welche Bedürfnisse sie in Bezug auf Zeitungen und Zeitschriften haben, und versuchen, sich diese im Schulzimmerkiosk (oder an einem grossen Kiosk im Ort) zu besorgen. Welche Erwartungen können allenfalls nicht von Printmedien abgedeckt werden? Welche Medien lesen sie noch – z. B. Zeitungen im Internet, Bücher?

Variante 2: Die Schülerinnen und Schüler notieren sich, welche Bedürfnisse verschiedene Titel ihrer Meinung nach abdecken, und überprüfen ihre Meinung anschliessend, indem sie den Inhalt studieren.

Variante 3: Die gleiche Übung kann auch im Französisch- oder Italienischunterricht mit Zeitungen aus der französischen oder italienischen Schweiz gemacht werden. Damit lässt sich ein Überblick über die Printmedien dieser Landesteile gewinnen.

Zu Auftrag 1.4

Dieser Auftrag besteht aus drei Teilen. Im ersten Teil (auf der Vorderseite) geht es darum, die Lesegewohnheiten in der Familie (oder im Bekanntenkreis) herauszufinden. Dies ist eine klassische Hausaufgabe. Anschliessend werden die einzelnen Ergebnisse in der Klasse auf der Tafel oder auf dem Flipchart in Form einer Statistik zusammengefasst. Im dritten Teil (auf der Rückseite) beantworten die Schülerinnen und Schüler die entsprechenden Fragen aufgrund der gemeinsam erarbeiteten Statistik.



Ein «Schulzimmerkiosk» erleichtert den Zugang zum Thema.

STR, Megastore

