

Niveaubestimmende Aufgaben – Musik – Schuljahrgänge 5/6:

## Spot an! Für einen eigenen Werbespot

### 1. Einordnung in den Fachlehrplan

<p><b>Kompetenzschwerpunkte: Mit Stimme und Instrumenten musizieren, Musikalische Verlaufsstrukturen und Formen erfassen und anwenden, Musik im Medienkontext reflektieren und gestalten</b></p>
<p>Zu entwickelnde (bzw. zu überprüfende) Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Alltagsmusik und eigene Hörgewohnheiten kritisch reflektieren</li> <li>– Werbespot gestalten und mit digitalen Endgeräten aufnehmen</li> <li>– Grundfertigkeiten im Umgang mit dem Keyboard beim Musizieren anwenden</li> <li>– neue Texte auf vorhandene Melodien erfinden und gestalten</li> <li>– einfache Melodien variieren und erfinden</li> </ul>
<p>Bezug zu grundlegenden Wissensbeständen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Werbespot-Musik unter Nutzung digitaler Musikinstrumente</li> <li>– Keyboard</li> <li>– Fachbegriffe: Motiv, Auftakt, Volltakt, Wiederholung, Variation, Kontrast</li> </ul>
<p>Bezug zu fächerübergreifenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mit Technik und Medien leben</li> </ul>

### 2. Anregungen und Hinweise zum unterrichtlichen Einsatz

- Aufgabe 1.1:
  - Diese Aufgabe stellt Beziehungen zum Alltag der Schülerinnen und Schüler her und soll der Reflexion eigener Rezeptionsweisen von medialer Werbung dienen.
- Aufgabe 1.2:
  - Hier sollen die Komplexität eines Werbespots analysiert werden und Zusammenhänge einzelner Gestaltungsmittel erfasst werden.
- Aufgabe 1.3:
  - Mit dieser Aufgabe soll eine differenzierte Sicht auf die Gestaltung und Wirkung von Werbespots entwickelt werden. Kritische Sicht, Erkennen von Unterhaltungswert und Nutzung der Gestaltungsmittel von Werbespots für eigene kreative Ideen sind Kompetenzziele.
  - Werbung auch als nichtkommerzielles Kommunikationsmittel zu betrachten und solche Einsatzmöglichkeiten zu herauszufinden, ist wichtiges Kompetenzziel.

- Aufgabe 2.1:
  - Hier sollte die Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler zur Themenfindung beitragen (Schulkultur, Hobby, Umwelt...). Die Lehrkraft kann Impulse setzen.
  - Die künftigen Gruppen sollten der Heterogenität des Klassenverbands angemessen sein, so dass jede Gruppe ein Erfolgserlebnis erreichen kann.
- Aufgabe 2.2:
  - Diese Aufgabe dient dazu, gemeinsam in der Gruppe konzeptionell zu arbeiten und eine kreative Idee zu entwickeln.
  - Planvolles Vorgehen wird ebenso gefordert und gefördert.
- Aufgabe 2.3:
  - Bei dieser Aufgabe können bekannte Werbesprüche/Jingles abgewandelt und variiert werden oder aber auch ganz eigene, neue Sprüche erfunden werden.
  - Binnendifferenziertes Arbeiten ist erforderlich, denn nicht alle Gruppen werden einen neuen Jingle erfinden können. Die Variante 2.3 A ist einfach zu lösen, Variante 2.3 B sollte von Großteil der Klasse zu bewältigen sein, Variante 2.3 C ist für leistungsstarke Schülerinnen und Schüler mit guter musikalischer Vorbildung und Unterstützung durch die Lehrkraft gedacht.
  - Das Notieren der Melodie ist für musikalisch vorgebildete Schülerinnen und Schüler (z. B. durch Musikschule) eine wertvolle Herausforderung.
- Aufgabe 2.4:
  - Die Aufnahmen sollen so erfolgen, dass möglichst kein nachträglicher Ton- bzw. Filmschnitt notwendig ist.
  - Falls nicht ausreichend Aufnahmegерäte zur Verfügung stehen, wird zeitversetzt gefilmt.

### **3. Mögliche Probleme bei der Umsetzung**

- Problematisch ist evtl. der Einsatz eines geeigneten Werbespots im Unterricht für die Analyseaufgabe. Hier muss pädagogisch verantwortungsbewusst ausgewählt werden.
- Auch die individuelle Auswahl der Schülerinnen und Schüler, wenn es um die Analyse eigener Rezeptionsgewohnheiten und „Lieblingsspots“ geht, erfordert hohe pädagogische Verantwortung und ggf. lenkende Rückmeldung.
- Probleme entstehen möglicherweise auch durch räumliche Beengtheit, wenn die musikalisch-praktische Gruppenarbeit gefordert ist. Hier sollte langfristig die Nutzung von Kopfhörern (mit Weiche für zwei Personen) für die Keyboards bzw. eines Nebenraumes organisiert werden.
- Für die Aufnahme der entstandenen Werbespots muss für eine ruhige Umgebung gesorgt werden, ggf. wird ein außerschulischer Lernort dafür aufgesucht.

#### 4. Varianten

Bei der Umsetzung von Aufgabe 2.3 ist auf angemessene Binnendifferenzierung zu achten. Die Variante „C“ ist ausschließlich für leistungsstarke Schülerinnen und Schüler (mit Unterstützung durch die Lehrkraft) sowie für Schülerinnen und Schüler mit zusätzlicher musikalischer Bildung (Musikschule) gedacht.

Aufgabe 2.4 ist bei beengten räumlichen Voraussetzungen und/oder unzureichender technischer Ausstattung auch als analoge Variante denkbar. Die Präsentation der Werbespots wäre dann eine reine Live-Vorführung. Die Reflexion durch die Kleingruppen und das Plenum muss dann unmittelbar erfolgen, um Rückmeldungen zur Gestaltung und Wirkung der Unterrichtsergebnisse zu ermöglichen.

#### 5. Lösungserwartungen

Aufgabe	Erwartungshorizont	AFB
Teilaufgabe 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Alltagssituationen mit Werbung benennen</li> <li>– Beziehungen zwischen Musik und Medien (Musik im Alltag/in der Werbung) herstellen</li> <li>– eine differenzierte Sicht bei der Auseinandersetzung mit Musik in der Werbung entwickeln</li> </ul>	AFB I AFB II AFB III
Teilaufgabe 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Text, Szenenfolge, Rhythmus und Melodie kreativ gestalten</li> <li>– einfache Spieltechniken auf Rhythmus- und Melodieinstrumenten sicher beherrschen</li> <li>– beim gemeinsamen Singen und Instrumentalspiel musikalisch kommunizieren</li> </ul>	AFB III AFB I AFB II