

Material Klasse 7a

Fach:	GK	<i>t.hennig@osaw.lernsax.de</i>
Titel:	Auszug aus der Kinderrechtskonvention	

M4 Auszug aus der Kinderrechtskonvention

Art. 6

Du hast das Recht zu leben und Dich bestmöglich zu entwickeln.

Art. 16

Du hast das Recht auf eine Privatsphäre. Niemand darf ungefragt Deine Briefe lesen, Dein Zimmer durchsuchen oder ähnliches tun. Niemand darf Dich beschämen oder beleidigen.

Art. 19

Du hast das Recht auf Schutz, damit Du weder körperlich noch seelisch misshandelt, missbraucht oder vernachlässigt wirst.

Art. 24

Du hast das Recht auf die bestmögliche Gesundheit, medizinische Behandlung, sauberes Trinkwasser, gesundes Essen, eine saubere und sichere Umgebung, Schutz vor schädlichen Bräuchen und das Recht zu lernen, wie man gesund lebt.

Art. 28

Du hast das Recht auf eine gute Schulbildung. Die Grundbildung soll nichts kosten. Du sollst dabei unterstützt werden, den besten Schul- und Ausbildungsabschluss zu machen, den Du schaffen kannst. Der Staat muss dafür sorgen, dass alle Kinder in die Schule gehen und kein Kind dort schlecht behandelt wird.

Art. 30

Jedes Kind hat das Recht, eine eigene Kultur, Sprache und Religion zu leben, egal, ob das alle Menschen in seinem Land so tun oder nicht. Minderheiten und Ureinwohner benötigen dafür besonderen Schutz.

Art. 31

Du hast das Recht auf Freizeit, zu spielen, Dich zu erholen und Dich künstlerisch zu betätigen.

Art. 32

Der Staat muss Altersgrenzen für die Arbeit von Kindern erlassen. Er muss Dich vor Arbeit schützen, die schlecht für Deine Gesundheit oder Deine Schulbildung ist. Falls Du eine erlaubte Arbeit machst, hast Du das Recht auf Sicherheit am Arbeitsplatz und auf faire Bezahlung.

Art. 38

Du hast das Recht auf Schutz im Krieg. Ein zusätzlicher Vertrag bestimmt, dass kein Kind zu aktiver Teilnahme an bewaffneten Konflikten herangezogen werden darf.

www.unicef.de, 14.11.2015

Fach:	WTH-1	f.schieke@osaw.lernsax.de
Titel:	Marken	

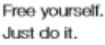


Mehr Geld = mehr Glück?

Die Funktion von Marken (1)

Es gibt Jeans für 9 Euro und solche für 900 Euro, etwa die des Stardesigners Roberto Cavalli. Der Qualitätsunterschied rechtfertigt kaum den hohen Preis: Würde die Hose vom Discounter nur ein halbes Jahr halten, so müsste man die Designerjeans 50 Jahre lang tragen. Warum finden die teuren Jeans trotzdem ihre Käufer:innen? In edler Markenkleidung fühlen wir uns cooler, trendiger, glücklicher. Und für positive Gefühle bezahlen wir gerne etwas mehr. Markenprodukte sind also deshalb so begehrt, weil sie teuer sind. Die Liebe zur Marke zahlt sich also aus – fragt sich nur: für wen?

➔ 1. Kennst du diese Marken? Ergänze die Tabelle.

— Logo	— Slogan	— Names des Produkts/ der Branche	— Image: Was verbindest du mit dieser Marke?
		Toyota	
	Free yourself. Just do it.		
			
	Ich liebe es.		
			
	Think different.		
			
	Ich will mehr.		
			

Fach:	Religion	<i>m.hein@osaw.lernsax.de</i>
Titel:	Judentum - Christentum - Islam	



1



2



3



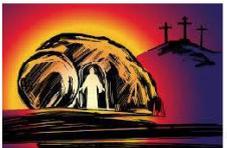
4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23



24



25



26



27



28



29



30



31



32



33



34



35

Fach:	Musik	<i>w.jupt@osaw.lernsax.de</i>
Titel:	Besuch beim Filmkomponisten	

Besuch beim Filmkomponisten

Info

Die Tätigkeit eines Filmkomponisten ist anspruchsvoll: Er muss kreativ sein, obwohl der Zeitdruck oft enorm ist. Der Filmkomponist Hans Zimmer berichtet, dass die großen Hollywood-Studios ihm oder Kollegen „oft nur sechs Wochen Zeit geben ... Für den Film *Black Hawk Down* war der letzte Teil des Soundtracks gerade mal zwei Stunden vor der Weltpremiere fertig.“



Aufgabe 1

Bringe die Arbeitsschritte eines Komponisten beim Entstehen einer Filmmusik in die richtige Reihenfolge, indem du die Zahlen 1–6 einträgst.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Erste Melodieentwürfe und ein Konzept für die Vertonung erstellen | <input type="checkbox"/> Das rohe Filmmaterial mehrmals ansehen, um genau zu verstehen, worum es geht |
| <input type="checkbox"/> Noten fertigstellen und an die Musiker geben | <input type="checkbox"/> Bei den Musikaufnahmen (z. B. mit Orchester) dabei sein |
| <input type="checkbox"/> Entwürfe konkretisieren, Samples am Computer erstellen und abmischen | <input type="checkbox"/> Die Computerversion an den Regisseur zur Abnahme schicken |

Aufgabe 2

Weil Geld und Zeit häufig knapp sind, nutzt ein Filmkomponist heute oft den Computer für seine Arbeit. Dieser kann freilich das Können und die Erfahrung eines Komponisten nicht ersetzen, hilft aber dabei, kreative Ideen zeitsparend umzusetzen. Seht euch das Video *Filmmusik-Komposition heute* (DVD) an und wählt dann für die Bilder unten passende Titel aus der Auswahl. (Jeder Begriff besteht aus zwei Wortteilen.)



Auswahl: Aufnahme – Breath – Code – Controller – Library – Mikrofon – Sample – Time

Aufgabe 3

Der folgende Text zum Video enthält falsche Fakten. Korrigiere wo nötig, indem du die richtigen Begriffe über den Text schreibst.

Heute arbeiten viele Filmkomponisten am Computer, weil Zeit und Geld hier keine Rolle spielen.

Mit Hilfe einer sogenannten DAW („Digital-Audio-Wiedergabe“) und Tremble-Libraries können am

Handy alle denkbaren Instrumente gespielt werden. Beim aufwändigen Erstellen dieser Trembles



muss ein Musiker u. a. nur eine Lautstärkenstufe aufnehmen. Mit Hilfe des

„Dresscodes“ legt man „Hitpoints“ fest – also Stellen im Film, die mit der Musik

unter den Teppich gekehrt werden sollen.

Fach:	WTH 2	@osaw.lernsax.de
Titel:	Werbung	



Beispiele für Werbung

M Analyse von Werbung

In der Abbildung siehst du drei Plakate mit unterschiedlichen Inhalten. Um erklären zu können, was der Werbende bei dem Betrachter erreichen will, solltest die folgenden Fragen beantworten:

Leitfragen zur Analyse der äußeren Gestaltung

1. Wodurch wird die Aufmerksamkeit des Betrachters gewonnen?
2. Welche Gedanken rufen die Bildelemente bei dir hervor?
3. Welche Eigenschaften lassen sich den Bildelementen zuordnen (Glaubwürdigkeit, Fröhlichkeit, Aggression ...)?
4. Welche Farben werden verwendet, mit welcher Wirkung?
5. Woran erkennt der Betrachter, für welche Sache/Gegenstand/Ereignis geworben wird (Logo, Persönlichkeiten ...)?
6. Kann das Plakat auf einen Blick erfasst werden oder setzt es längeres Betrachten voraus?

Leitfragen zur Analyse des Textes

1. Welche Beziehung wird zum Betrachter hergestellt? Wird er direkt angesprochen?
2. Welche Gefühle werden geweckt?
3. Wie hoch ist der Informationsgehalt?
4. Sind Wörter/Sätze einprägsam und verständlich? Slogan?
5. Verbindest du mit den Wörtern positive oder negative Wirkungen?
6. Werden Sätze bzw. Appelle formuliert oder muss die Aussage aus Einzelwörtern erschlossen werden?

Leitfragen zur Analyse des Inhalts

1. Was ist das Thema des Plakats?
2. Wird ein Problem angesprochen?
3. Wie lautet die zentrale Botschaft?
4. Steht eine Person oder eine Sache im Mittelpunkt?

M