

Visual literacy: Bilder verstehen

Editorial

Bildmedien sind Teil des Alltags eines jeden Augenmenschen – ob wir wollen oder nicht. Jeder Gang durch die Stadt ist vom Sieh! Mich! An! der Werbepлакate begleitet, an der Pinnwand über dem Schreibtisch halten Fotos Erinnerungen fest, in Fernsehwerbespots wird Britney Spears vom Limonadetrinken glücklich, Zeitungen „beweisen“ durch Abbildungen, dass das Berichtete wirklich wahr ist und in Computerspielen kann sich jeder seine Bilderwelt gleich selbst erschaffen. Wer sich in dieser Bilderflut behaupten will, muss eine kritische Sehverstehenskompetenz, also *visual literacy*, erwerben.

Visual literacy hilft Bilder zu verstehen: Sie lässt die geheimen Kommunikationsstrategien von Bildern enthüllen und deren Wahrheitsgehalt überprüfen. Sie bildet aber auch ein Bewusstsein dafür aus, wie sehr das Verständnis von Bildern von Vorannahmen und Sehkonventionen geprägt ist, die sich je nach Gender, kulturellem oder ethnischen Hintergrund oder nach der Zugehörigkeit zu einer Generation oder einer Epoche stark unterscheiden können.

Sprache und Bilder sind dabei untrennbar verknüpft: Erst Sprache ermöglicht es, die Konstruktion von Bildern zu erklären und das Gesehene zu hinterfragen, eigene und fremd(kulturelle) Deutungen von der Aussage eines Bildes zu vergleichen und so informiert über Bilder in der Fremdsprache zu kommunizieren.

Solveig Möhrle
Redaktion

CD-Rom zu diesem Heft

Alle Arbeitsblätter und Bilder in Farbe, den Song und das Computerspiel enthält die CD-Rom zum Heft. Sie können sie unter der Bestellnr. 62178 für 17,90 € (Abonnenten), 22,90 € (Nicht-Abonnenten) bei unserem Leserservice (Tel. 0511/ 40004-152, E-Mail leserservice@friedrich-verlag.de) bestellen.

BASISARTIKEL

MONIKA SEIDL

Visual Culture

Bilder lesen lernen, Medienkompetenz erwerben

2

Werbeanzeigen und -filme, Computerspiele und Fotos sind Teil der Lebenswelt der Lerner. Visuelle Kompetenz bedeutet, sich rhetorischer Strategien von Bildern und deren Wirkung bewusst zu sein.

Auswahlbibliografie

7

METHODE IM FOKUS

Bilder lesen

8

Vier Methoden, mit denen sich Bildbedeutung erschließen lässt.

UNTERRICHT

MONIKA SEIDL

Ein Traum von Freiheit und Nützlichkeit

ALLE 10

Bildbedeutungen rekonstruieren und als konstruiert erkennen

An Werbeanzeigen, einem Gemälde, einer Zeichnung und Fotografien lassen sich die Bildanalysestrategien erproben, die die Methode im Fokus erläutert.

ARNDT MERSMANN/ CHRISTIAN KRUG

Vom Pixel zur Traumstadt

8. SCHULJAHR 16

Interaktive Bilderwelten erkunden

In einem Computerspiel simulieren die Lerner die Entstehung einer Stadt und diskutieren die Gesetzmäßigkeiten des Mediums.

CHRISTIAN HUCK/ ROLAND SUCK

Sehen und gesehen werden

AB 9. SCHULJAHR 21

In einem Rollenspiel über Schuluniformen diskutieren

Eine Modecollage illustriert die Wirkungen des visuellen Zeichencodes ‚Mode‘.

Die Lerner beschließen auf einer Podiumsdiskussion, ob ihre Schule eine Schuluniform einführen soll.

GISELA FEURLE

„There is the surface. Now think...“

Fotos aus Afrika in den Blick nehmen

8. SCHULJAHR UND AB 10. SCHULJAHR 26

Afrika-Fotos ist häufig eine Ideologie eingeschrieben: Wie sich Selbstsicht und Fremdsicht unterscheiden, analysieren die Lerner hier.

INGRID GESSNER

Britney Spears' Lieblingsbrause

AB 9. SCHULJAHR 32

Super Bowl Commercials dekodieren, Amerikabilder vergleichen

Ein Pepsi-Werbefilm orientiert sich an der Visualität von 50 Jahren amerikanischer Kulturgeschichte. Die Lerner erstellen ein Storyboard des Spots und analysieren seinen Ideologiegehalt.

CHRISTINE MORETH-HEBEL/ UDO J. HEBEL

Bilder von Amerika im Dialog

AB 11. SCHULJAHR 38

Interpikturale Projekte im Englischunterricht

Die Lerner stellen Bezüge zwischen verschiedenen Gemälden von zentralen Ereignissen der US-amerikanischen Geschichte her und verorten aktuelle Pressebilder in dieser visuellen Tradition.

HERAUSGEGEBEN VON MONIKA SEIDL

MAGAZIN

Stichwort: Der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen

45

Termine/Impressum

48