

Literaturliste zu Medienkompetenz und Werbung im DaF-Unterricht

1. Medienkompetenz, Visual Literacy / Visuelle Kompetenz

Chik, Alice (2014): „Visual Literacy“. In: *FLuL* 2, 43, 43-55.

Doelker, Christian (2002): *Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*. 3. Aufl. Stuttgart: Klett-Cotta.

Doelker, Christian (2011): „Visuelle Kompetenz - Grundzüge der Bildsemantik“. In: Hug, Theo; Kriwak, Andreas (Hrsg.): *Visuelle Kompetenz. Beiträge des interfakultären Forums Innsbruck Media Studies*. Innsbruck: university press, 9-28.

Doelker, Christian (2012): „Sehen(d) lernen“. In: *IDE* 2, 36, 29-37.

Frederking, Volker; Krommer, Axel; Maiwald, Klaus (2012): *Mediendidaktik Deutsch. Eine Einführung*. 2., neu bearb. und erw. Aufl. ed. Berlin: Erich Schmidt.

Groeben, Norbert; Hurrelmann, Bettina (Hrsg.) (2002): *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*. Weinheim u.a.: Juventa-Verl.

Hieronymus, Marc (Hrsg.): *Visuelle Medien im DaF-Unterricht*. Göttingen: Universitätsverlag (Materialien Deutsch als Fremdsprache, 90). Online: <http://resolver.sub.uni-goettingen.de/purl?isbn=978-3-86395-174-0> (16. 12. 2016).

Kliwera, Heinz-Jürgen (Hrsg.) (2006): *Lexikon Deutschdidaktik. 2. M - Z*. Baltmannsweiler: Schneider-Verl. Hohengehren. → Einträge Medienerziehung, Medienkompetenz, Medienrezeption.

Küster, Lutz (2014): „Multiliteralität. Zur Einführung in den Themenschwerpunkt“. In: *FLuL* 2, 43, 3-11.

Maiwald, Klaus (2004): „Von den Bildern kommend - zu den Bildern zurück? Neues vom Erzählen und einige lesedidaktische Folgerungen“. In: Jonas, Hartmut; Josting, Petra (Hrsg.): *Medien - Deutschunterricht - Ästhetik. Festschrift für Jutta Wermke*. München: Kopaed, 219-232.

Maiwald, Klaus (2005): *Wahrnehmung - Sprache - Beobachtung. Eine Deutschdidaktik bilddominierter Medienangebote*. München: kopaed.

Maiwald, Klaus (2012): „Bilder zur Sprache bringen. Sehen lernen als Aufgabe des Deutschunterrichts“. In: *IDE*. 2, 36, 38-48.

Rösler, Dietmar; Würffel, Nicola (2014): *Lernmaterialien und Medien*. München: Klett-Langenscheidt (Deutsch Lehren Lernen, 5).

Schmitz, Ulrich (2004): „Bildung für Bilder. Text-Bild-Lektüre im Deutschunterricht“.

In: Jonas, Hartmut; Josting, Petra (Hrsg.): *Medien - Deutschunterricht - Ästhetik*.

Festschrift für Jutta Wermke. München: Kopaed, 219-232.

Themenheft „Kultur des Sehens“ *IDE* 2, 2012

Themenheft „Multiliteralität“ *FLuL* 2, 43, 2014

2. Werbung im Deutschunterricht

2.1 Werbung im muttersprachlichen Deutschunterricht

Leubner, Martin; Saupe, Anja (2008): „"Crossing": Überlegungen zum didaktischen Potenzial narrativer Werbefilme“. In: Lecke, Bode (Hrsg.): *Intermedialität / Mediendidaktik / Literaturgeschichte*. [Reihe: Beiträge zur Literatur- und Mediendidaktik] Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 379-393.

Maiwald, Klaus (2005): *Wahrnehmung - Sprache - Beobachtung. Eine Deutschdidaktik bilddominierter Medienangebote*. München: kopaed.

Maiwald, Klaus (2012): „Bilder zur Sprache bringen. Sehen lernen als Aufgabe des Deutschunterrichts“. In: *IDE* 2, 36, 38-48.

Rastner, Eva Maria (1998): „Zur Wahrnehmung von Werbung in Pädagogik und Deutschdidaktik. Ein exemplarischer Streifzug“. In: *IDE* 3, 22, 29-39.

Schmitz, Ulrich (2004): „Bildung für Bilder. Text-Bild-Lektüre im Deutschunterricht.“ In: Jonas, Hartmut; Josting, Petra (Hrsg.): *Medien - Deutschunterricht - Ästhetik*. *Festschrift für Jutta Wermke*. München: Kopaed, 219-232.

Themenheft „Werbung“ *IDE* 3, 1998

Themenheft „Werbung“ *Praxis Deutsch* 163, 2000

2.2 Werbung im DaF-Unterricht

- Janich, Nina (2010): „Sprache der Massenmedien und der Werbung“. In: Krumm, Hans-Jürgen et al. (Hrsg.): *Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Ein internationales Handbuch*. Bd 1. Berlin; New York: de Gruyter, 502-509.
- Goethe Institut (Hrsg.): *Diese Deutschen... und andere Spots*. Online: www.goethe.de/filmab (12. 12. 2016).
- Laveau, Inge; Nicolas, Gerd; Sprenger, Margret (1988): *Bild als Sprechchanlaß. Werbeanzeigen*. München: Goethe-Institut.
- Li, Yuan (2007): *Integrative Landeskunde. Ein didaktisches Konzept für Deutsch als Fremdsprache in China am Beispiel des Einsatzes von Werbung*. München: Iudicium.
- Luchtenberg, Sigrid (1991): „Die Textsorte Plakatwerbung. Lernproblem und Lernanreiz für ausländische Deutschlerner und -lernerinnen“. In: *Zielsprache Deutsch 3*, 160-167.
- Nord, Holger (1996): „Werbung als Spiegel der Gesellschaft“. In: *Info DaF 1*, 23, 61-68.
- Patermann, Gabriele; Jürgens, Matthias (2009): „Sprachliche, interkulturelle und didaktische Aspekte beim Einsatz von Werbung im DaF-Unterricht“. In: Reeg, Ulrike; Ehrhardt, Claus; Kaunzner, Ulrike A. (Hrsg.): *Schnittstelle Interkulturalität. Beiträge zur Didaktik Deutsch als Fremdsprache*. Münster: Waxmann, 65-91.
- Reeg, Ulrike (2012): „Werbung im universitären Deutschunterricht in Italien. Überlegungen zu einem praxisorientierten Themenschwerpunkt im Studienfach Tourismus.“ In: Birk, Andrea M., Buffagni, Claudia (Hrsg.): *Linguistik und Sprachdidaktik im universitären DaF-Unterricht*. Bd. 2. Münster u.a.: Waxmann, 217- 229.
- Reichelt, Michael (2014): „Der Einsatz von Printwerbung im DaF-Unterricht. Grenzen und Möglichkeiten von Bild-Text-Relationen im Sprach- und Landeskundeunterricht.“ In: Hieronymus, Marc (Hrsg.): *Visuelle Medien im DaF-Unterricht*. Göttingen: Universitätsverlag (Materialien Deutsch als Fremdsprache, 90). Online: <http://resolver.sub.uni-goettingen.de/purl?isbn=978-3-86395-174-0> (16. 12. 2016), 173-193.
- Rentel, Nadine (2010): „Das Trainieren der interkulturellen Kompetenz im DaF-Unterricht anhand deutscher und französischer Werbeanzeigen“. In: La Clé des Langues (Lyon: ENS LYON/DGESCO). Online: <http://cle.ens-lyon.fr/ling-et->

- didactique/das-trainieren-der-interkulturellen-kompetenz-im-daf-unterricht-anhand-deutscher-und-franzsischer-werbeanzeigen-109101.kjsp (16. 12. 2016).
- Welke, Tina (2015): „Mit Schärdinger lässt sich's leben‘. Narrative Werbespots im Deutsch-als-Fremdsprache-Unterricht? – Von Chancen und Nebenwirkungen populärkultureller Unterhaltungsangebote im medienintegrativen Fremdsprachenunterricht“. In: Welke, Tina; Faistauer, Renate (Hrsg.): *Film im DaF/DaZ-Unterricht*. Wien: Praesens Verlag, 205-220.
- Zylinska, Marzena (2003): „Das Bild des Mannes in der Werbung. Ein interkulturelles E-Mail-Projekt im Deutschunterricht“. In: *Fremdsprache Deutsch* 29, 37-45.

2.3 Werbung im Fremdsprachenunterricht

- Becker, Norbert (2002): „Werbung im Italienischunterricht“. In: *Italienisch* 47, 128-135.
- Koch, Ariane (2004): „Projet: Publicité“. In: *Praxis Fremdsprachenunterricht* 5, 345- 348.
- Lühken, Annette (2007): „Werbung als Mittler kultureller Spezifika im Französischunterricht“. In: *französisch heute* 4, 373-386.
- Schlingloff, Gunda (2004): „La publicité. Stationenlernen in der Jahrgangsstufe 11.“ In: *Praxis Fremdsprachenunterricht* 4, 280-284.
- Rybarczyk, Renata (2012): „Zum Einsatz von Kurzfilmen im Fremdsprachenunterricht am Beispiel von Werbespots“. In: *Zeitschrift für interkulturellen Fremdsprachenunterricht*, 17, 2, 143-156.
- Schumann, Adelheid (2008): „Interkulturelles Lernen mit Werbung“. In: *Praxis Fremdsprachenunterricht* 2, 48-53.

3. Fachliteratur zum Thema Werbung

- Janich, Nina (2013): *Werbepsprache. Ein Arbeitsbuch*. 6. Aufl. Tübingen: Narr (Narr Studienbücher).

- Römer, Ruth (1971): *Die Sprache der Anzeigenwerbung*. 2., rev. Aufl. ed. Düsseldorf: Schwann.

Schierl, Thomas (2001): *Text und Bild in der Werbung. Bedingungen, Wirkungen und Anwendungen bei Anzeigen und Plakaten*. Köln: Halem.

Schweiger, Günter; Schrattenecker, Gertraud (2009): *Werbung. Eine Einführung*. Stuttgart: Lucius & Lucius.

Willems, Herbert (Hrsg.) (2002): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bibliographien:

sprache@web (Hrsg.) (2017): Literatursuche (Werbesprache). Online:
www.mediensprache.net/de/werbesprache/literatur/ (17. 7. 2017)

o.V. (2003): Bibliographie zur Sprache in der Werbung. Online:
www.unige.ch/lettres/alman/files/1114/5770/5614/litwerbung.pdf (17. 7. 2017)