

# **Handbuch zur Medienerziehung**

Band 2

## **Comics**

Arnold Fröhlich  
Rolf Kämpf  
Ernst Ramseier

Sabe  
Verlagsinstitut für Lehrmittel

# Inhalt

<i>Einführung</i> . . . . .	5
<b>1. Grundsätzliches</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>2. Ausgangspunkt und Situationen</b> . . . . .	<b>7</b>
<b>3. Aufgabe der Comic-Erziehung</b> . . . . .	<b>8</b>
<b>4. Zielsetzungen</b> . . . . .	<b>9</b>

<i>Arbeitsvorschläge</i> . . . . .	11
<b>1. Anleitung für die praktische Arbeit</b> . . . . .	<b>12</b>
<b>2. Situationserhebung</b> . . . . .	<b>13</b>
2.1 Sammlung möglicher Fragen . . . . .	13
<b>3. Einstieg</b> . . . . .	<b>14</b>
3.1 Möglichkeiten und Anlässe . . . . .	14
<b>4. Sprechen</b> . . . . .	<b>16</b>
4.1 Möglichkeiten und Anlässe . . . . .	16
<b>5. Schreiben</b> . . . . .	<b>19</b>
5.1 Möglichkeiten und Anlässe . . . . .	19
5.2 Befragungen und Erhebungen . . . . .	23
<b>6. Spielen und Verändern</b> . . . . .	<b>24</b>
6.1 Rollen- und Simulationsspiele . . . . .	24
6.2 Kopf-Puzzle «Gut und Böse» (Vorurteile) . . . . .	24
6.3 Verändern . . . . .	28
<b>7. Analysieren</b> . . . . .	<b>29</b>
7.1 Gestaltungselemente . . . . .	29
7.2 Sprache . . . . .	29
7.3 Bild-Text-Beziehungen . . . . .	30
7.4 Weltbild, Lebenswerte und Verhaltensweisen in den Comics . . . . .	31
7.5 Comics-Produzenten - Produktionsregeln . . . . .	35
7.6 Comics und Werbung . . . . .	35

<b>8. Comics selber gestalten</b> . . . . .	<b>37</b>
8.1 Gestalten und Anwenden . . . . .	37
8.2 Selbermachen . . . . .	44
8.2.1 Fotostrip . . . . .	44
8.2.2 Eigene Comics machen . . . . .	44

<i>Materialien und Informationen</i> . . . . .	47
--	----

<b>1. Definition der Gattung</b> . . . . .	<b>48</b>
<b>2. Gestaltungsakte: Wie Comics in der Regel hergestellt werden</b> . . . . .	<b>49</b>
<b>3. Gestaltungsmittel: Elemente der Bild-Text-Sprache</b> . . . . .	<b>50</b>
3.1 Bild . . . . .	50
3.2 Text . . . . .	63
<b>4. Comicsproduktion 1979/80 in der BRD für den deutschsprachigen Raum</b> . . . . .	<b>65</b>
<b>5. Import von Comics in die Schweiz</b> . . . . .	<b>65</b>
<b>6. Zum Beispiel der Ehapa-Verlag</b> . . . . .	<b>66</b>
6.1 Steckbrief . . . . .	66
6.2 Verkaufsstrategie und Heftgestaltung . . . . .	67
<b>7. Der Profitwert von Comics (Kalkulation)</b> . . . . .	<b>68</b>
<b>8. Vertrieb</b> . . . . .	<b>68</b>
<b>9. Comics und andere Medien: Die Sekundärvermarktung der Comics</b> . . . . .	<b>69</b>
<b>10. Adressen</b> . . . . .	<b>70</b>
<b>11. Die Diskussion um die Wirkung der Comics-Lektüre</b> . . . . .	<b>71</b>

<i>Ausgewählte Bibliographie</i> . . . . .	72
--	----