Baustein 6.1: Wahlkampf - Information oder Manipulation?

Phasen	Unterrichts-Geschehen	Sozialformen	Medien
Einstieg	Karikatur: “Wie’s die anderen sehen”	SB/UG	M 07.02
Problemstellung	Wahlkampf: Information oder Manipulation	SB	Tafel
Überleitung	Wie kann man weiter vorgehen? Sammlung von ersten Untersuchungsaspekten zur Analyse von Wahlkampfmaterial	L-Impuls SB	 Tafel
Erarbeitung (1)	Erstellung von detaillierten Fragenkatalogen z.B. zu folgenden Bereichen a) Phasen des Wahlkampfes b) Personalisierung c) Werbemittel (Plakate, Anzeigen, Broschüren, Flugblätter, Wahlveranstaltungen, TV-Spots) d) Themen e) Regierung - Opposition f) Zielgruppenansprache Präsentation der Gruppenergebnisse	arbeitsteilige GA SB	 M 07.17 M 07.16 M 07.11 M 07.12 M 07.08/ M 07.18 M 07.14 M 07.15 Folie
Erarbeitung (2)	Analyse des Wahlkampfmaterials der verschiedenen Parteien Präsentation der Ergebnisse	arbeitsteilige GA SB	Wahlkampf-material
Ergänzung	Exemplarische Analyse aktueller Wahlplakate im Vergleich zur Plakatsynopse Analysegesichtspunkte: - Elemente der Gestaltung - Thema, Kernaussagen - Informationsgehalt - emotionaler Gehalt - Personalisierung - Zielgruppen - Darstellung des politischen Gegners	PA/GA	Plakatsynopse Folie (siehe Exkurs: “(Bilder-) Sprache und Politik”)
Vertiefung	Diskussion: Wahlkampf: Information oder Manipulation? - Einseitigkeit der Kommunikation (Was hat der Wähler zum Wahlkampf zu sagen, kümmern sich die Wahlkämpfer der Parteien um die Wünsche der Wähler?) - Wer ist verantwortlich für Verdruß und Ärger: nur die Parteien? - Sollte man den Wahlkampf abschaffen?	UG L-Impuls	
Ergänzung	Wahlkampf zwischen normativem Anspruch und Sozialethik - Was sollte Wahlkampf sein? - Was wird am Wahlkampf kritisiert?		 M 07.03 M 07.04 M 07.05