

Baustein 2.2:
 Wahlkampf – Information oder Manipulation?

Phase	Unterrichtsgeschehen	Sozialform	Medien/ Materialien
Einstieg	L präsentiert Karikatur: „Das wiederverwendbare Wahlplakat“ Die Grundaussage wird kurz diskutiert. Hieraus entwickeln die SuS die Untersuchungsfrage dieses Bausteins: „Wird der Wahlkampf, wie er momentan von den Parteien geführt und von den Medien dargestellt wird, seinen Aufgaben und Zielen gerecht?“	Impuls UG	MB 02.09 Folie
Problemstellung	Tafelanschrieb: Wahlkampf – Information oder Manipulation?		Tafel
Erarbeitung (1)	SuS lesen den Text „Aufgaben und Ziele des Wahlkampfes“ und arbeiten die Funktionen stichpunktartig heraus. Die wesentlichen Aspekte werden an der Tafel festgehalten: <ul style="list-style-type: none"> - Information über politische Programme und Kandidaten - Motivation/Mobilisierung von Wählergruppen - Ringen um die besten politischen Lösungen - Nachdenken über Zukunftsprobleme - Aufmerksamkeit (TV) 	EA	MB 02.10 Tafel
Sicherung	SuS tragen die Funktionen des Wahlkampfes vor. L hält wichtige Aspekte an der Tafel fest. L stellt durch Auflegen der Karikatur zum Wahlkampf erneut Bezug zur Kritik am Wahlkampf her. SuS beschreiben den augenscheinlichen Unterschied zwischen Anspruch und Wirklichkeit. SuS erhalten den Auftrag, Wahlkampfmaterialien der Parteien zu recherchieren.	UG	Tafel MB 02.09 Folie Recherche
Vorbereitung der weiteren Planung	L fragt: „Unsere Problemfrage lautet ‚Wahlkampf – Information oder Manipulation?‘“ Aufforderung: „Benennt Aspekte, die wir untersuchen können, um diese Frage zu beantworten“. SuS notieren Fragen und Ideen zu interessanten Untersuchungsaspekten zum aktuellen Wahlkampf auf Karteikarten. Diese werden zunächst ungeordnet an der Tafel gesammelt. L kann ggf. wichtige Aspekte, die von den SuS nicht genannt werden, ergänzen.	Impuls EA UG	Karteikarten Tafel <u>Brainstorming</u> <u>Kartenabfrage</u>

B2.2

Phase	Unterrichtsgeschehen	Sozialform	Medien/ Materialien
	<p>In einem zweiten Schritt sollten die Karten nach thematischen Schwerpunkten sortiert werden, um eine Grundlage für die Planung der weiteren Arbeit zu erhalten.</p> <p>Mögliche Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Personalisierung/Spitzenkandidaten ▶ Werbemittel ▶ Themen des Wahlkampfes ▶ Regierung – Opposition ▶ Zielgruppenansprache ▶ Medien im Wahlkampf <p>SuS und L wählen gemeinsam Arbeitsschwerpunkte aus.</p>	UG	
Erarbeitung (2)	<p>In Gruppen setzen sich die SuS mit den ausgewählten Fragen mittels der Materialien auseinander. Zur Untersuchung der zu erarbeitenden Aspekte ziehen sie MB 02.11–MB 02.14 heran sowie selbst gesammeltes, aktuelles Wahlkampfmaterial und Materialien über Wahlkampfveranstaltungen der verschiedenen Parteien ergänzend hinzu.</p>	GA	MB 02.11– MB 02.14
Präsentation und Sicherung	<p>Die SuS präsentieren einander in einem Museumsgang die Ergebnisse ihrer Gruppenarbeit. Sie machen sich Notizen zu den Ausführungen ihrer Mitschüler. In einer Plenumsphase werden die erarbeiteten Aspekte des Wahlkampfes besprochen (Stärken, Schwächen, Besonderheiten, z.B. Lagerwahlkampf).</p> <p>Zur Ergänzung kann L an dieser Stelle auch aktuelle Wahlkampfmaterialien hinzuziehen, an denen ausgewählte Merkmale des Wahlkampfes (typische Kennzeichen des Wahlkampfes der Regierung bzw. der Opposition, Positionierung der Spitzenkandidaten) veranschaulicht werden und auf die die SuS ihr Wissen anwenden können.</p>	GA SV UG	<u>Museumsgang</u>
Vertiefung	<p>Exemplarische Analyse von zwei alten Wahlplakaten.</p> <p>Analysegesichtspunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rahmenbedingungen - gestalterische Aspekte - sprachlich-rhetorische Aspekte - Thema, Kernaussagen - Informationsgehalt - emotionaler Gehalt - Zielgruppen - Darstellung des politischen Gegners → 	PA/GA	MB 02.15 <u>Plakat</u> <u>analysieren</u>

Phase	Unterrichtsgeschehen	Sozialform	Medien/ Materialien
	SuS übertragen ihre Kenntnisse auf aktuelle Plakate der Parteien.	EA HA	
Überleitung	L legt Karikatur auf und stellt die Frage: „Benutzen die Medien die Politiker, um Stimmung zu machen oder die Politiker die Medien, um Einfluss zu gewinnen?“	Stummer Impuls UG	MB 02.16
Erarbeitung (3)	SuS erschließen arbeitsteilig an zwei Texten das Verhältnis zwischen Medien und Politikern im Wahlkampf und tauschen sich anschließend mit ihrem Partner über die Ergebnisse aus.	EA PA	MB 02.17 MB 02.18
Sicherung und Diskussion	SuS präsentieren ihre Ergebnisse und diskutieren die Rolle der Medien auch im Hinblick auf die Wahlkampf-gestaltung der Politiker. An dieser Stelle können Bezü-ge zur aktuellen Berichterstattung hergestellt werden. SuS können Beispiele für positive und negative Kam-pagnen benennen.	UG	
Hinführung	SuS stellen Vermutungen darüber an, welche Chancen und Probleme sich bei einem Wahlkampf mit Hilfe des Mediums Internet ergeben können. L hält Vermutungen an der Tafel fest.	Impuls	Tafel
Erweiterung	Anhand eines Textes zum Internetwahlkampf anläss-lich der Landtagswahl in Berlin im Jahr 2011 erschlie-ßen die SuS die Nutzung des Internets als Wahlkampf-medium. Nachdem sie zunächst die Funktionalität häufig ge-nutzter Internetformate mit einem Partner erläutert haben, können sie dem Text in arbeitsteiliger Einzel- und Partnerarbeit die Chancen und Grenzen des Wahl-kampfes im Internet entnehmen. Die SuS untersuchen in Gruppen die Vorgehensweise der verschiedenen Parteien im Einzelnen. Extra: In einer angeleiteten Internetrecherche beweren sie aktuelle Internetplattformen ausgesuchter Par-teien in Hinblick auf Zielgruppenansprache, Interakti- vität, Informationsgehalt, Wirkung auf den Nutzer. (Re- flexion der eigenen Erfahrungen)	EA PA GA GA	MB 02.19 <u>Internet- recherche</u>
Präsentation	In einer Kurzpräsentation, gestützt auf die angefertig-ten Notizen während der Arbeitsphasen informieren einzelne SuS aus den Gruppen über die Umsetzung des Internetwahlkampfes bei den Parteien.	SV	Notizen

Phase	Unterrichtsgeschehen	Sozialform	Medien/ Materialien
Sicherung	SuS benennen Möglichkeiten, aber auch Grenzen, die sich aus dem Internet als Wahlkampfmittel ergeben. L hält diese an der Tafel fest. Abgleich mit den anfangs angestellten Vermutungen.	UG	Tafel
Stellungnahme	SuS wägen auf der Basis der bisherigen Arbeiten schriftlich die Chancen und Grenzen des Wahlkampfes im Internet ab. „Stell dir vor, du bist zuständig für die Organisation des Wahlkampfes deiner Partei. Erkläre, wie du das Internet als Medium nutzen würdest und wo du Schwierigkeiten siehst. Begründe deine Auffassung.“	UG/HA	
Diskussion	In dieser abschließenden Diskussion haben die SuS die Möglichkeit, die Praktiken, Erfolge und Gefahren des Wahlkampfes zu beurteilen und kritisch zu hinterfragen. <i>Wahlkampf – Information oder Manipulation?</i> - Beurteile den aktuellen Wahlkampf. (Positives, Negatives, Besonderheiten, Rolle der Medien, Stärke der Medien, Adressatengruppen, Jung- und Erstwähler) - Bewerte die Kommunikation zwischen Wählern und Parteien. (Was hat der Wähler zum Wahlkampf zu sagen? Kümmern sich die Wahlkämpfer der Parteien um die Wünsche der Wähler?) - Schätze ab, welche Folgen das Verhältnis von Medien und Parteien für den Wahlkampf und die Wähler hat. (Wer ist verantwortlich für Verdruss und Ärger: Nur die Parteien? Die Medien? Sollte man den Wahlkampf abschaffen?) - SuS diskutieren die These: „Die Inszenierung bestimmt den Erfolg.“	UG	<u>Begründungs- training</u> <u>Politische Ur- teilsbildung einüben</u>