Methode: Politische Werbung analysieren

METHODE: Politische Werbung analysieren

Parteien oder Personen kämpfen bei Wahlen um die Stimmen der Wahlberechtigten. Sie wollen zeigen, dass sie oder die Partei die besten Rezepte für die Zukunft haben. Häufig geschieht das durch Anzeigen in Zeitungen und im Internet oder durch das Verteilen von Flyern. Hier lernst du, das Werbematerial hinsichtlich seiner Aussage und Strategie zu analysieren und zu bewerten.

Kompetenz aufbauen

1. Beschreiben

- Wie ist dein erster Eindruck in Bezug auf das Werbematerial? Welche Worte fallen dir dazu ein?
- Beschreibe, wer oder was im Vordergrund oder im Hintergrund zu sehen ist.
- Welche Farben werden häufig verwendet? Haben sie eine bestimmte Bedeutung? Wie wirken sie auf dich?
- Wie werden die Personen dargestellt? Wie ist die Körperhaltung, die Kleidung, der Gesichtsausdruck …?

2. Analysieren

- Analysiere die Kandidatinnen bzw. Kandidaten: Alter, Beruf, Geschlecht, Herkunft …
- Was wird im Text mitgeteilt? Fällt dir an der Sprache etwas auf? (Wortauswahl, Textlänge …)
- Was ist die Hauptaussage des Textes?
- Welche Wählergruppen werden besonders angesprochen? (alte oder junge Menschen, Männer-Frauen …)
- Werden Symbole (Icons, Meme) verwendet? Wofür stehen sie?

3. Interpretieren

- Nimm Stellung, was dich bei dieser Werbung besonders anspricht, was dir nicht gefällt und was dir fehlt.

© Österreichischer Bundesverlag Schulbuch GmbH & Co. KG, Wien 2025 | www.oebv.at | Bausteine Geschichte 3 |
Alle Rechte vorbehalten. Von dieser Druckvorlage ist die Vervielfältigung für den eigenen Unterrichtsgebrauch gestattet.
Die Kopiergebühren sind abgegolten. Für Veränderungen durch Dritte übernimmt der Verlag keine Verantwortung.

© Österreichischer Bundesverlag Schulbuch GmbH & Co. KG, Wien 2025 | www.oebv.at | Bausteine Geschichte 3 |
Alle Rechte vorbehalten. Von dieser Druckvorlage ist die Vervielfältigung für den eigenen Unterrichtsgebrauch gestattet.
Die Kopiergebühren sind abgegolten. Für Veränderungen durch Dritte übernimmt der Verlag keine Verantwortung.