



Mediatisierung Politik

Niveau I

Ziel	Die Schülerinnen und Schüler können die Medienpräsenz von Politikerinnen und Politikern einschätzen.
Kompetenzen	<p>Raster 2.1: Der Schüler, die Schülerin kann aktuelle politische Themen und Ereignisse mit Unterstützung der Lehrperson erkennen und verstehen.</p> <p>Raster 3.1: Der Schüler, die Schüler versteht die zu beurteilende Frage/das Problem.</p> <p>LP21, fächerübergreifendes Thema: Politik, Demokratie und Menschenrechte</p> <p>LP21, methodische Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler können Fachausdrücke und Textsorten aus den verschiedenen Fachbereichen anwenden.</p> <p>LP21, methodische Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler können die Qualität und Bedeutung der gesammelten und strukturierten Informationen abschätzen und beurteilen.</p> <p>LP21, ICT und Medien: Die Schülerinnen und Schüler können Medien beschreiben sowie deren individuelle und gesellschaftliche Funktion und Bedeutung erklären.</p> <p>LP21, ICT und Medien: Die Schülerinnen und Schüler können Wirkungen der Medien auf sich erkennen und diese bei der Steuerung der Mediennutzung einbeziehen.</p> <p>LP21, ICT und Medien: Die Schülerinnen und Schüler können über Primärerfahrungen, über Medien vermittelt oder in virtuellen Lebensräumen etwas über die Welt erfahren. Sie können sich in den verschiedenen Lebensräumen angemessen verhalten und kennen dabei die entsprechenden Gesetze, Regeln und Wertesysteme.</p>
Material	<p>Zeitungen, Zeitschriften, Scheren, Notizpapier, Stifte, Beispiel einer (aktuellen) Kampagne (z.B. Plakat, Inserat), Magnete</p> <p>Vorlagen 1-3 im Klassensatz</p> <p>Vorlage 4 als Streifen zugeschnitten</p>



Sozialformen	Einzelarbeit, Partnerarbeit, Plenum
Methoden	Zuordnung, Lektüre
Zeit	1 bis 2 Lektionen
Inhalt	<ol style="list-style-type: none">1. Kommentar für Lehrperson2. Unterrichtseinheit3. Weiterführende Literatur4. Arbeitsblätter (separate Dokumente)



1. Kommentar

Mediatisierung: Wie die Politik handelt

Medien und Politik beeinflussen sich gegenseitig, sie stehen in einer Tauschbeziehung. Während die Medien der Politik Publizität und Medienöffentlichkeit liefern, kann die Politik die Medien mit exklusiven, detaillierten Informationen versorgen.

Diese gegenseitige Abhängigkeit wird durch die Orientierung an der Medienlogik nicht aufgelöst, aber dennoch verändert.

Im Bestreben, eine möglichst hohe Medienaufmerksamkeit zu erlangen, lassen sich die politischen Akteure von der Medienlogik leiten.

Inszenierung, Events, Kampagnen

Folglich präsentieren oder inszenieren sich Parteien oder einzelne Politikerinnen und Politiker, sie organisieren Medien-Events und lancieren medienwirksame Kampagnen.

Kommunikationsverantwortliche der politischen Akteure bereiten Material für die Presse auf und beliefern die Medienhäuser mit Bild- und Textmaterial mit dem Ziel, dass die Massenmedien, an erster Stelle das Fernsehen als Leitmedium, über die politischen Akteure berichten und so die Aufmerksamkeit des Massenpublikums mit der politischen Botschaft auf sich ziehen.

Private Inszenierungen: Mit dem Ziel, die eigene Anhängerschaft zu vergrößern, stellen sich Politikerinnen und Politiker auch in Zeitschriften und Boulevardblättern dar. Die private Inszenierung rückt dabei von der politischen Botschaft ab und stellt die Privatperson in den Mittelpunkt. Diese Nähe kann bei der Leserschaft Vertrauen schaffen, verwischt zugleich aber auch die Grenzen zwischen privat und öffentlich.

Die Pressekonferenz, der Klassiker unter den *Events* von Parteien, wird erweitert durch Ereignisse wie Demonstrationen, spektakuläre Auftritte einzelner politischer Akteure usw. Zu den Formen von Events gehört auch die Unterhaltung (z.B. in Talkshows).

Kampagnen, immer häufiger von Marketingexperten für die Parteien organisiert, umfassen eine Vielzahl von Elementen: Von Standaktionen bis zu Plakatwerbung, Zeitungsinserate etc. Dabei wirken die Medien als wichtige Übermittler der Botschaft. Kampagnen kommen vermehrt im Vorfeld von Wahlen oder Abstimmungen vor.



2. Unterrichtseinheit

Informationen

Wie passen die Politikerinnen und Politiker ihre Handlungsmuster an jene der Medien an? In der Unterrichtseinheit untersuchen die Schülerinnen und Schüler die Medienberichterstattung über Politikerinnen und Politiker. Wann haben diese sich inszeniert, treten sie in Kampagnen auf oder auf Events? Bei der Recherche (1. Auftrag) ist folgendes zu beachten:

- Begleiten Sie die Recherchen der Jugendlichen. Es wird empfohlen, den Rechercheauftrag in kleinere Zwischenschritte aufzuteilen, bei denen nach dem Zwischenstand der Aufgabe gefragt und allfällige Probleme gelöst werden können.

Die Unterrichtseinheit kann sowohl im Vorfeld von Wahlen oder nationalen Abstimmungen stattfinden, als auch während dem Alltagsgeschäft der Parteien.

Bezug zum Politiklernzyklus

Problem: Politikerinnen und Politiker in der Zeitung/Zeitschrift: In welchem Zusammenhang sind die Politikerinnen und Politiker in der Zeitung?

Falls der Artikel auch eine Abbildung enthält, untersucht das Bild: Wie wird der Politiker/die Politikerin dargestellt? Wo befindet er/sie sich?

Widerspruch: Die Politikerinnen und Politiker lassen sich in den Zeitungen inszenieren, führen eine Kampagne oder treten an einem Event auf.

Urteil: Welche Ziele haben die Politikerinnen und Politiker mit ihren Inszenierungen, Events und Kampagnen? Die Schülerinnen und Schüler bilden sich ein Urteil:

Was heisst das für die Bürgerinnen und Bürger, für die Leserinnen und Leser der Zeitung/Zeitschrift?

Vorbereitungen

Vorlage 1-3: im Klassensatz kopieren.

Beispiel einer aktuellen politischen Kampagne (Inserat, Plakat) suchen und im Klassensatz kopieren.

Die Schülerinnen und Schüler sammeln im Vorfeld der Lektion diverse Schweizer Zeitungen und Zeitschriften.

Basiert auf...

7_Mediatisierung_Medien

Weiter mit...

9_Globalisierung_Menschen



Inszenierung, Event und Kampagne

Materialien

Vorbereitung

Im Vorfeld der Lektionen haben die Schülerinnen und Schüler die Aufgabe, diverse Schweizer Zeitungen und Zeitschriften mitzubringen (abonnierte Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Gratisblätter, Zeitschriften).

Die Lehrperson sucht ein (aktuelles) Beispiel einer Kampagne. Das kann eine Initiative, eine Wahlkampagne einer der Bundesratsparteien oder einer anderen Partei sein.

PROBLEM
Partnerarbeit

Auftrag

Sucht in den mitgebrachten Zeitungen und Zeitschriften nach fünf Artikeln, die über Politikerinnen und Politiker berichten.

Schneidet sie aus und lest sie.

In welchem Zusammenhang sind die Politikerinnen und Politiker in der Zeitung?

Falls der Artikel auch eine Abbildung enthält, untersucht das Bild: Wie wird der Politiker, die Politikerin dargestellt? Wo befindet er/sie sich?

Notiert euch eure Überlegungen.

- ☐ mitgebrachte Zeitungen und Zeitschriften
- ☐ Scheren
- ☐ Notizpapier
- ☐ Stifte

WIDERSPRUCH
Einzelarbeit

Die verschiedenen Ergebnisse werden diskutiert. Je nach Ergebnis können die Begriffe Inszenierung, Kampagne, Event bereits erwähnt werden.

Die Schülerinnen und Schüler erhalten verschiedene Nachrichten über Politikerinnen und Politiker (Vorlage 1-3) sowie mindestens ein Beispiel einer aktuellen Kampagne (individuell von Lehrperson gewählt).

- ☐ Vorlagen 1-3 im Klassensatz kopiert
- ☐ Ausgedrucktes Beispiel einer Kampagne (z.B. Plakat, Inserat)
- ☐ Vorlage 4 (einzelne Streifen zugeschnitten)
- ☐ Magnete

Einzelarbeit

Auftrag

Ihr habt nun ausgewählte Zeitungsartikel bekommen. Sie stammen aus verschiedenen Zeitungen. Lest die einzelnen Berichte über Politikerinnen und Politiker sowie das Beispiel zur Kampagne.



Die einzelnen Berichte werden besprochen, Begrifflichkeiten geklärt.

Plenum

Die Lehrperson hängt die drei Zettel „(private) Inszenierung“, „Event“, „Kampagne“ (Vorlage 1) an die Wandtafel.

Die drei Begriffe werden erklärt (siehe einleitender Kommentar). Dabei soll erwähnt werden, dass die drei Begriffe praktische Mittel der Politik sind, um in die Medien zu gelangen.

Auftrag

Welche Artikel weisen auf eine Inszenierung, einen Event oder eine Kampagne hin?

Die einzelnen Artikel werden an der Wandtafel zum entsprechenden Zettel gehängt.

Lösungen:

Event: zwei Artikel zur Bahnhofshalle, EVP-Anlass

Kampagne: individuelles Material (von der Lehrperson zusammen gestellt); Beispiele von politischer Reaktion auf eine Kampagne: „Junge Alternative...“ „Post-it...“

Inszenierung: Bericht „Der sanfte Millionär“, „Abgeordneter parkiert...“, „Grippeimpfung...“

URTEIL
Plenum

Diskussion

Welche Ziele haben die Politikerinnen und Politiker mit ihren Inszenierungen, Events und Kampagnen?

Was heisst das für die Bürgerinnen und Bürger, für die Leserinnen und Leser der Zeitung/Zeitschrift?



3. Weiterführende Literatur

Donges, Patrick 2007: Medialisierung politischer Organisationen. Parteien in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag.

Fengler, Susanne; Vestring, Bettina 2009: Politikjournalismus. Wiesbaden: VS Verlag.

Wenger, David 2007: Die Gesetze des Spektakels, in: Unimagazin 3/07, S. 29-30, in: <http://www.nccr-democracy.uzh.ch/document-store/forschungsprojekte/unimagazin-2007-IP9.pdf> (20.09.2011).