

Inhaltsübersicht

1. Theoretische Überlegungen	3
1.1. Massenmediale Kommunikation	3
1.2. Bild und Text	3
1.3. Manipulation	4
1.4. Tendenzen auf dem Meinungsmarkt	5
1.5. Werbung	5
2. Didaktisch-methodische Überlegungen	7
3. Zur Situation der Klasse	10
4. Unterrichtsverlauf	11
1. Werbung für Margarine	11
2. Sympathie und Antipathie sind machbar	13
3. Möglichkeiten der Manipulation durch tendenziöse Auswahl von Information	15
4. Personendarstellung in Werbeanzeigen	16
5. Leitbild, Warenbild und Textinformation bei der Anzeigenwerbung	18
6. Reizwörter, die Angenehmes ausdrücken	20
7. Antithetische Bild- bzw. Textkombination	30
8. Stadtwerbung am Beispiel Frankfurt	32
9. Verfremdung von Zeitschriftenanzeigen und Plakaten	35
10. Werbeträger und Werbekosten	37
11. Kontrollstunden	38
5. Nachüberlegungen zur Unterrichtseinheit	42
Anmerkungen	44
Anhang	45