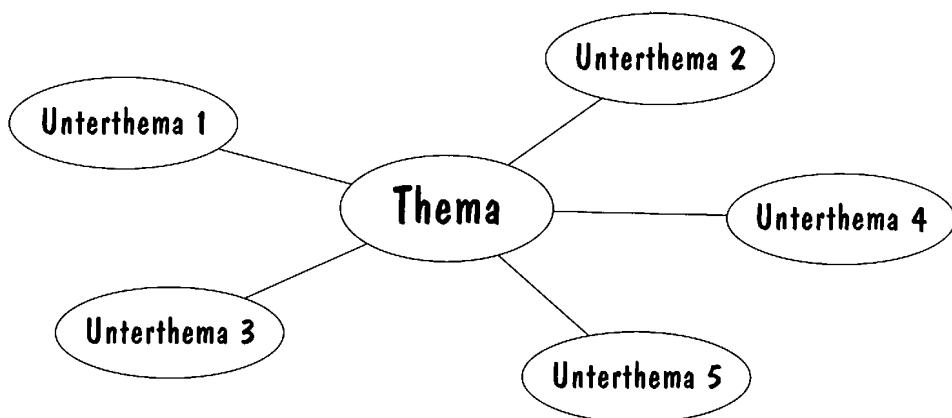


Mindmap

1. Bei einer Mindmap schreibt man das Thema in die Mitte.

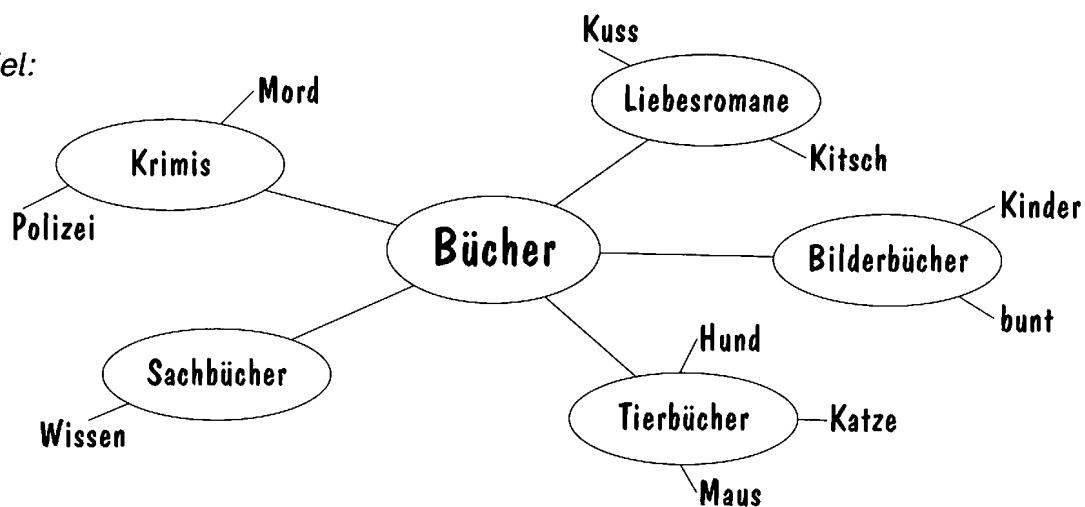


2. Dann versucht man, Unterthemen zu finden und schreibt sie um das Thema (in der Mitte) herum auf.



3. Jetzt schreibt man alles, was zu dem jeweiligen Unterthema gehört, an die neuen Kreise.

Beispiel:



- Arbeitet mit einem Partner zusammen. Nehmt euch einen Plakatkarton und Filzstifte. Vergleicht euer Brainstorming und versucht, die Begriffe in einer Mindmap zu ordnen.



Fortsetzung:

Fragestellungen bezüglich des Bildmaterials können sein:

- Wie viel Raum nimmt das Bild im Vergleich zum Text ein?
- Welche Inhalte werden dargestellt?
- Hat das Bild einen Bezug zum beworbenen Produkt?
- Welche Wirkung erzielt das Bildmaterial möglicherweise auf den Betrachter?

Fragestellungen bezüglich der Werbesprache können sein:

- Welche Wortarten werden überwiegend verwendet?
- Was kann man über den Gebrauch der Syntax sagen?
- Welche sprachlichen Mittel (z. B. Metaphern, Lautmalereien und Wortneuschöpfungen) werden verwendet?

Durch eine genaue Betrachtung der Werbeanzeigen und unter Berücksichtigung der psychologischen Komponente können die Schülerinnen und Schüler versteckte und offene Werbebotschaften erkennen. Verschiedene Werbesichten können in Kleingruppen analysiert und die „aufgedeckten“ Werbebotschaften schriftlich festgehalten werden. Im Anschluss daran kann man eine klasseninterne Umfrage über die Wirkung dieser Anzeige auf die Schülerinnen und Schüler starten. Ein Vergleich der Umfrage mit den Ergebnissen der Arbeitsgruppe ermöglicht sicherlich interessante Erkenntnisse und Einsichten.

Die eigene Beeinflussbarkeit durch Werbung und deren Ursachen sollte im Sinne einer mediakritischen Auseinandersetzung mit dem Thema Werbung in einem Unterrichtsgespräch thematisiert werden.

