

Dieter Volk

# **Unterrichtsreihen**

## **„Deutsch“**

**Lehrerbuch**

**mit kommentiertem Arbeitsmaterial**

**für**

**Klasse 8**

### **Expositorische Texte**

**Lernzielbereich: Appellieren**

**Unterrichtsreihe: Appellieren IV**

[Jemanden zu einer Verhaltens-  
änderung bewegen]

## Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung Seite: 2

### Unterrichtsreihe: Jemanden zu einer Verhaltensänderung

#### bewegen

Erläuterung Seite: 3

#### Phase I: Wirkung appellativer Elemente

Methodische Hinweise Seite: 4

Ausgangssituation Seite: 5

Achmeds Überredungsversuch (Anrufbeantworter) Seite: 6

Formulierungsangebot (Arbeitsblatt) Seite: 7 - 8

Formulierungsangebot (ausgefülltes Arbeitsblatt) Seite: 9 - 10

#### Phase II: Anlass/ Ausgangssituation und appellativer Text

Methodische Hinweise Seite: 11

Ausgangssituation Seite: 12

Gespräch der Freunde zur Situation Seite: 13 - 14

Schülerbeispiel Seite: 15 - 16

#### Phase III: Übungsbeispiel („Probe“ - Klassenarbeit)

Methodische Hinweise Seite: 17

Ausgangssituation für Mädchen Seite: 18

Arbeitsblatt Seite: 19

Ausgangssituation für Jungen Seite: 20

Arbeitsblatt Seite: 21

#### Phase IV: Die Klassenarbeit

Methodische Hinweise Seite: 22

Ausgangssituation für Mädchen Seite: 23 - 24

Ausgangssituation für Jungen Seite: 25 - 26

[Kommentiertes Arbeitsmaterial Seite: 27 - 38]

## **Vorbemerkung**

Aufbauend auf den in den Klassen 5/ 6 erworbenen Basiskenntnissen und Grundfähigkeiten könnten nunmehr zwei sich in ihren Schwerpunktsetzungen voneinander unterscheidenden Richtungen innerhalb des Lernzielbereiches „Appellieren“ behandelt werden:

- a) Jemanden zu einer Verhaltensänderung bewegen
- b) Werben für einen Gegenstand

Diese beiden Richtungen sind, obwohl sie die gemeinsame Basis haben, nämlich Handlungs- oder Denkweisen zu beeinflussen, recht eigenständig, so dass sie durchaus getrennt voneinander, also nicht in einer bestimmten Rang- oder Reihenfolge, behandelt werden können:

Eine Unterrichtsreihe zu Richtung a (Jemanden zu einer Verhaltensänderung zu bewegen) hat dagegen zum Ziel, unmittelbare Einflussnahmen auf Handlungsweisen (meist im konkreteren, persönlich stark tangierendem Umfeld zu finden) zum Gegenstand kritischer Untersuchung zu machen.

Eine Unterrichtsreihe zur zweiten Richtung (Werben für einen Gegenstand) führt letztlich dazu, Werbung wie z.B. Konsumentenwerbung, Werbung für eine politische Partei zu reflektieren, zu verstehen.

In beiden Unterrichtsreihen sollen Situationen bereitgestellt werden, die es dem Schüler ermöglichen, selbst über eigene Texte „aktiv“ zu werden.

In Klasse 9 und 10, wenn in stärkerem Maße Beispiele aus der außerschulischen Umwelt einbezogen werden, bieten sich weniger Gelegenheiten, eigene Texte zu verfassen. Das Verfassen eines Werbetextes/ das Entwerfen einer Werbeanzeige kann und soll gewiss versucht werden, doch sollten Schüler nicht durch einen Vergleich mit dem von Werbeteams erstellten Beispielen frustriert werden. Ähnliches gilt natürlich auch für die „politische Rede“.

## **Unterrichtsreihe: Jemanden zu einer Verhaltensänderung bewegen**

### **Erläuterungen**

Einflussnahme auf andere – ein für Schüler kein unbekanntes Feld in ihrer Umwelt.

Fast täglich begegnen sie Situationen, in denen sie dies tun bzw. tun müssen, allerdings äußerst selten in schriftlicher Form. Es ist nicht einfach, Schüler dazu zu motivieren, sich schriftlich in appellativer Weise zu äußern. Wenn sie es in der Schule tun, weil sie es tun müssen, sollte zumindest die „schriftliche Äußerung“ aus Situationen erwachsen, die im Erfahrungs- und Vorstellungsbereich der Schüler liegen.

Die Notwendigkeit, die Schüler sowohl im Verstehens- als auch im Herstellungsbereich mit appellativen Texten zu konfrontieren, ist wohl unbestritten; sie sind einmal eher gegen z.B. dämagogische Einflussnahme gewappnet, wenn sie gelernt haben, so Dargebotenes zu durchschauen, zum ändern lernen sie, selbst Einfluss auf andere zu nehmen und dabei Grenzen einzuhalten, die wegen der Verletzbarkeit des anderen nicht überschritten werden dürfen.