

## Schritt 2: Ich informiere mich

### Die Wahlprogramme



#### OBJECTIVES

- In der Lage sein, Wahlprogramme zu analysieren und zu vergleichen.
- Die Verbreitungsarten und -kanäle von Wahlprogrammen identifizieren
- Auseinandersetzung mit dem Begriff des politischen Marketings



#### DESCRIPTION

Während dieser Aktivität sollen die Teilnehmer\*innen die Wahlprogramme der Kandidaten und Kandidatinnen / Listen für die Europawahlen analysieren.



## MAJOR SKILLS ACQUIRED

Trier, analyser et comparer des informations.



## CORE COMPETENCY AREAS

### Domaine 2 : les méthodes et outils pour apprendre

Médias, démarches de recherche et de traitement de l'information

### Domaine 3 : la formation de la personne et du citoyen

Réflexion et discernement



## DURATION

2 Stunden (2 x 50 Minuten)



## RESOURCES

- Comparsateurs de programmes :

- [Voxe.org](http://Voxe.org)
- [Les décodeurs](#) du Monde

- Pour aborder la notion de [marketing politique](#)



## REQUIRED MATERIALS

- Sans accès à internet :

- Tracts des listes candidates aux élections européennes
- Affiches de campagne des listes candidates

- Avec accès à internet :

- liste des sites de campagne des listes se présentant aux élections européennes.

- Fichier joint en annexe

## VARIANTS AND EXTENSIONS

En prolongement, vous pouvez par exemple poser les questions suivantes aux participant.e.s : vote t-on pour des programmes politiques ? Quels autres facteurs peuvent influencer un vote ? Ce débat peut permettre d'introduire l'étape 3 d'Électeurs en herbe : *Mon opinion*.

## DISCUSSIONS AND PERSPECTIVES

Un.e candidat.e politique est-il.elle un produit comme un autre ? Une affiche politique est-elle une publicité comme une autre ?