|  |
| --- |
|  |
| 1. Was wird laut Beitrag bei den Wählern eher angesprochen, der Verstand oder das Herz?

**Im US-Wahlkampf spielen Werte und Emotionen, welche das Herz ansprechen, eine grosse Rolle.** |
|  |
| 1. Welche Mittel der Täuschung werden dafür eingesetzt?

**Lüge und Verleumdung: Der politische Gegner wird möglichst schlecht dargestellt.** |
|  |
| 1. Wer investiert vor allem in den US-Wahlkampf und warum?

**Unternehmen aus der Wirtschaft sowie reiche Privatpersonen. Sie erhoffen sich Vorteile, falls die ihnen nahestehende Partei an die Macht kommt.** |
|  |
| 1. Wie wurde die gewaltige Erhöhung der Wahlkampffinanzierung möglich?

**Bis 2010 war durch Unternehmen finanzierte Wahlpropaganda verboten. Das oberste Gericht entschied 2010, dass Unternehmen neu unbeschränkt Parteien und somit den Wahlkampf finanzieren dürfen, weil sonst die Redefreiheit eingeschränkt wäre. Ausgelöst wurde der Entscheid durch einen von Unternehmen finanzierten Propagandafilm der Konservativen gegen Hillary Clinton.** |
|  |
| 1. Umschreiben Sie den Begriff «Super Pac» mit einfachen Worten.

**Es ist eine politische Lobbyorganisation, also ein Interessenverband.** **Political Action Committee** |
|  |
| 1. Was tut ein «Super Pac»?

**Ein Pac oder Super Pac sammelt Geld für eine der beiden grossen Parteien. Damit finanzieren sie den Wahlkampf, zum Beispiel TV-Spots, Plakate, Flyer, etc.** |
|  |
| 1. Welche der beiden grossen Parteien profitiert mehr von der Wahlkampffinanzierung? Warum?

**Die Republikaner, weil sie der Wirtschaft und der Oberschicht traditionell näher stehen und dort viel Geld vorhanden ist. Als Gegenleistung erhoffen sich die Spender Vorteile für ihr Unternehmen oder ihre Branche.** |