

Thematisierungs-Checkliste für „ThemeneignerInnen“

<i>Aspekte</i>	<i>Zielsetzung</i>	<i>Fragen</i>
Thema	breite Bekanntheit, Unterstützung gewinnen, zielgruppen- und prozessgerecht präsentieren	<ul style="list-style-type: none"> - Ist das Thema von allgemeinem Interesse und kann es entsprechend dargestellt werden? Handelt es sich um ein Thema, das breite Bevölkerungsteile betrifft oder betreffen kann? - Ist das Problem allgemeingültig diagnostiziert? Ist die Lösung „gerecht“? Mit welchen breit geteilten Grundwerten ist das Thema verknüpft? - Kann das Thema mit Fakten/Belegen untermauert werden? Können glaubwürdige ExpertInnen zur Unterstützung gewonnen werden? - Kann das Thema affektiv aufgeladen werden? - Ist es einfach erklärbar resp. einfach und verständlich darstellbar? - Stellt es eine „einfache“ Lösung dar? - Welche Akteure verfolgen ähnliche Ziele und können zur Unterstützung gewonnen werden? - Kann das Thema mit anderen aktuellen/relevanten Themen verknüpft werden (z.B. Förderung der Freiwilligenarbeit im „Jahr der Freiwilligenarbeit“)? - Steht das Thema in Konkurrenz zu einem ähnlichen Thema? - Werden gleichzeitig gegenläufige Themen diskutiert? - Welche Gegenargumente/Gegendiskurse (von welchen Akteuren) sind denkbar und können diese entkräftet werden?
Entscheider	Überzeugung, Problemanerkennung, Handlungsauslösung	<ul style="list-style-type: none"> - Sind die (lokalen, regionalen, nationalen) EntscheidungsträgerInnen oder –instanzen identifiziert? - Besteht ein direkter Zugang zu EntscheidungsträgerInnen resp. kann er hergestellt werden? - Welche politischen EntscheidungsträgerInnen befassen sich mit ähnlichen Themen? Sind sie mehrheitsfähig, glaubwürdig, akzeptiert? - Welche anderen Themen sind für die EntscheidungsträgerInnen zurzeit/absehbar und/oder ständig relevant (z.B. bevorstehende Wahlen, Finanzierungsaspekte)? Lassen sich diese Themen mit dem interessierenden Thema verknüpfen? (Polit-Agenda Monitoring)
Allgemeinheit	Überzeugung, Unterstützung, Mobilisierung	<ul style="list-style-type: none"> - Welche Themen sind für eine breite (lokale, regionale, nationale) Allgemeinheit zurzeit/absehbar relevant (Meinungsumfragen, Abstimmungsverhalten)? - Welche Einstellungen herrschen vor zu ähnlichen/gegenständlichen Themen?
Medien	Aufmerksamkeit/Berichterstattung, Unterstützung	<ul style="list-style-type: none"> - Besteht ein direkter Zugang zu Medienakteuren resp. kann er hergestellt werden? - Welche (lokalen, regionalen, nationalen) Medien sind allgemein politisch oder thematisch meinungsführend (Auflage, Zitierhäufigkeit etc.)? - Welche Themen sind in meinungsführenden Medien zurzeit/absehbar relevant? (Medien-Agenda Monitoring)

Quelle:

Wüthrich, Bernadette (2013): Von der Strasse auf die Bühne - Möglichkeiten und Grenzen politischer Kommunikation sozialer Probleme, in: Beat Uebelhart/Peter Zängl (Hrsg.): Praxisbuch zum Social-Impact-Modell, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 174–191.