

#werdeInfluencer*in

Erläuterungen für das Lehrpersonal

Alter	ab 12 Jahren
Lehrplanbezug	Bild- und Textanalyse, soziale Medien kennenlernen und nutzen
Dauer	4-6 Stunden
Kompetenzen	Bewusstsein für den Aufbau und die manipulative Kraft von Bildern entwickeln, kritisches Denken stärken, bildliche, mündliche und schriftliche Kommunikation analysieren und selbst erproben
Methoden	Gruppenarbeit, Bild- und Textanalyse, mündliche Präsentation, Diskussion
Materialien	Kopiervorlagen, Smartphone oder Fotoapparat, die Klasse sollte soziale Plattformen nutzen
Didaktische Hinweise	Das Projekt sollte sich über mindestens zwei Wochen ziehen, da die Lernenden eine eigene Foto- oder Videokampagne planen sollen. Die Lehrkraft sollte im Vorfeld eine Einverständniserklärung der Eltern und Lernenden einholen, falls Schüler*innen auf dem Bildmaterial zu erkennen sind. Die Arbeitsblätter 3 und 4 vermitteln Basiskenntnisse zur Bildkomposition. Da aber auf vielen sozialen Medien auch Kurzvideos von einigen Sekunden gepostet werden können, kann es sinnvoll sein, ihnen zusätzlich verschiedene Kameraeinstellungen zu zeigen.
Nützlicher Link	Instagram-Anleitung (einfache Sprache) der Bundeszentrale für politische Bildung http://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/medienpaedagogik/291433/einfach-instagram .
Analyse	In einem ersten Schritt sollen die Lernenden Influencer*innen vorstellen und deren Strategien und Selbstdarstellung untersuchen (Arbeitsblatt 1). Ziel ist es, sie zu Überlegungen darüber anzuregen, wie ihnen Inhalte präsentiert werden. Es wird anhand von Leitfragen herausgearbeitet, wie Influencer*innen ihre Online-Präsenz handhaben. Strategien zur Erlangung der Aufmerksamkeit, zeitlicher Abstand von Posts, kommerzielle Interessen, genderspezifische Rollenbilder und dominante Themen sollen ihnen bewusst gemacht werden. Mit Hilfe der Arbeitsblätter 3 und 4 können auch die Bilder und die sie begleitenden Hashtags oder Kommentare analysiert werden.
Praxis	Die Lernenden sollen selbst aktiv werden und ihre Kenntnisse anwenden (Arbeitsblätter 2, 3 und 4). <ul style="list-style-type: none"> • Erste Etappe: Die Lernenden suchen in Gruppen ihr Thema, das gesellschaftlich relevant sein sollte, und überlegen sich, wie sie ihre Ideen in Inhalte umwandeln, die Bild und Text kombinieren. Sie sollen eine Online-Kampagne entwickeln. Sie können je nach bevorzugten sozialen Medien und je nach persönlicher Veranlagung zwischen Fotos, Boomerangs (bewegte Fotos in einem Loop) oder Kurzvideos wählen.

Sie können diese Ausdrucksformen auch vermischen. Es soll in jedem Fall eine Serie an Material entstehen, damit sie regelmäßig über einen gewissen Zeitraum Inhalte posten können.

- **Zweite Etappe:**

Feedback/Redaktionssitzung: Die Lernenden und die Lehrkräfte sollten sich bewusst sein, dass eine Kampagne öffentlich sein muss, um zu greifen. Sie müssen aber auch einen kritischen Blick auf das Medium und ihren eigenen Umgang mit ihren Daten und Fotos in dieser Öffentlichkeit werfen. Das Internet vergisst nichts. Die Lernenden müssen deshalb ihr Bild- und Textmaterial in der Klasse analysieren und kommentieren, bevor es online gesetzt wird. So sollen, bevor die Kampagne startet oder Beiträge gepostet werden, ähnlich wie in einer Redaktion, eventuelle Bedenken geäußert, problematische Inhalte thematisiert und Verbesserungen vorgenommen werden.

- **Dritte Etappe:**

Über eine soziale Plattform ihrer Wahl starten die Lernenden ihre Kampagne. Bei Facebook oder Instagram können sie z.B. Stories erschaffen. Instagram etwa löscht die Bilder dann wieder automatisch nach 24 Stunden, sie sind aber immer noch im persönlichen Archiv verfügbar. Die Kampagne sollte wenigstens eine Woche lang durchgezogen werden. Die Lernenden versuchen während dieser Zeit Aufmerksamkeit für ihr Thema zu erregen.

Auswertung

Die Lernenden werten ihre Kampagnen zusammen mit der Lehrkraft aus. Es wird festgehalten, welche Gruppen mit welchen Methoden und Themen am erfolgreichsten waren. Wen haben sie erreicht? Auf sozialen Medien lässt sich verfolgen, wie beliebt Beiträge waren. Gibt es ein anderes Feedback, z.B. Kommentare? Eventuell muss besprochen werden, wie die Kommentare ausgefallen sind. Sie sagen viel über unser gesellschaftliches Miteinander im Netz aus. Die Lernenden sollen auch abwägen, welchen Zeitaufwand sie für ihre Social-Media-Kampagne betrieben haben und wie sie selbst nach diesem Experiment zum Thema Influencer*in stehen.

Weiterführende Überlegungen

Es wäre auch wichtig zu diskutieren, inwiefern sich die sozialen Plattformen zur Teilnahme des Einzelnen an öffentlichen Diskussionen in einer demokratischen Gesellschaft eignen. Haben sie z.B. selbst Erfahrungen mit Protestbewegungen, Parteien oder politischen Persönlichkeiten im Internet? Rezipieren sie solche Posts passiv oder werden sie selbst auf irgendeine Weise aktiv?