Niveaubestimmende Aufgaben – Sozialkunde – Schuljahrgang 8:

**Meinungsführer Influencer?! –
Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?**

1. **Einordnung in den Fachlehrplan Sozialkunde**

|  |
| --- |
| **Kompetenzschwerpunkt: Meinungsbildung in der digitalen Welt untersuchen (S. 17)** |
| zu entwickelnde KompetenzenDie Schülerinnen und Schüler können* digitale Werkzeuge zur Meinungsbildung und -verbreitung in der digitalen Welt aufzeigen
* das Handeln der beteiligten Akteure kritisch prüfen und deren Interessen aufdecken
* Chancen und Gefahren der Meinungsbildung in der digitalen Welt sachlich beurteilen
* digitale Werkzeuge zur Meinungsbildung und digitale Kommunikationsmöglichkeiten anwenden
* dabei eigene Defizite bei der Nutzung digitaler Werkzeuge und Kommunikationsmöglichkeiten erkennen und Strategien zur Beseitigung entwickeln
* eigene und fremde Positionen zur Debatte um Chancen und Gefahren der Meinungsbildung in der digitalen Welt reflektieren

GSB: z. B. Lernkompetenz (S. 10), Medienkompetenz (S. 11), Demokratiekompetenz (S. 11) |
| grundlegende Wissensbeständen* digitale Werkzeuge und Kommunikationsmöglichkeiten (z. B. Suchmaschinen, soziale Netzwerke, Apps, Tools, digitale Mindmaps, QR-Codes, Link-Verkürzer)
* rechtliche Grundlagen für Eingriffe des Staates
* Chancen und Gefahren der Meinungsbildung in digitalen Welten (z. B. Perspektiven­vielfalt, Tempo beim Meinungsaustausch und daraus resultierende Debattenkultur, Möglichkeiten für Manipulation und Populismus, Fake News, Filterblasen, Echokammern)
* Herkunft, Eignung und Wirkung digitaler Darstellungen, Möglichkeiten zur Quellenkritik
 |

### Anregungen und Hinweise zum unterrichtlichen Einsatz

* Fall „Felix von der Laden bei der Bundespolizei“ soll exemplarisch zeigen, wie und zu welchem Zweck staatliche Institutionen (hier: das Bundesinnenministerium) mit bei Jugendlichen bekannten und beliebten YouTubern/Influencern zusammenarbeiten und sogar für sich werben lassen
* Problemfrage, die sich für den Sozialkundeunterricht daraus ableiten lässt, lautet:

**Meinungsführer Influencer?! – Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?**

* **Ziel der Sequenz**: Schülerinnen und Schüler sollen Frage beantworten und ihre eigene Position in medialer Form eines Video-Blogs begründet darstellen
* **Makromethode:** Fallanalyse in verkürzter Form (Schwerpunkt: Phase „Generalisierung“); Fall „Felix von der Laden“ bildet somit konkreten Ausgangspunkt
* **Einstieg**: YouTube-Video „Ich werde Bundespolizist“ (Dauer: 17:05 min) wird mit Hilfe von Leitfragen (siehe Schülermaterial 1) analysiert; aufgrund der Länge des Videos kann dieses auch in Auszügen ODER als vorbereitende Hausaufgabe zu Hause angesehen werden

**Überleitung zur nächsten Phase (Generalisierung):** konkreter Einzelfall soll bewertet werden

* Ziel: Verfassen einer Stellungnahme/eines Kommentars soll den Stand der Kompetenzentwicklung im Bereich der Urteilskompetenz diagnostizieren
* am Ende der Sequenz soll überprüft werden, inwieweit eine Entwicklung innerhalb dieses Kompetenzbereichs stattgefunden hat
* **Arbeitsauftrag:** siehe Schülermaterial 3
* Ausgehend von Kommentator 2 („Raffy“) und der Antwort darauf (siehe Schüler­material 3) kann man zur Problemfrage überleiten und eine **Meinungsumfrage** in der Klasse durchführen, z. B. mit dem Tool PINGO
* *PINGO ist ein kostenloses, vollausgestattetes Umfrage-Tool und unterstützt u. a. Multiple-Choice und Single-Choice, sodass Meinungsumfragen mit vier Antwortmöglich­keiten sehr gut durchgeführt werden können. Mehr kann man auf der PINGO-Informationsseite erfahren:* [*https://trypingo.com/de/*](https://trypingo.com/de/)
* Nutzt man Möglichkeit der Differenzierung nicht, kann auch direkt nach Stellungnahme/ dem Kommentar zur **Meinungsumfrage** übergeleitet werden: *Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?* → vier Antwortmöglichkeiten:
1. ja, ohne Einschränkung
2. ja, aber nur, wenn es als politische Werbung gekennzeichnet wird
3. nein, darauf sollten alle Influencer freiwillig verzichten
4. nein, das sollte gesetzlich verboten werden

Phase der **Generalisierung**, denn vom konkreten Einzelfall wird auf ein allgemeines gesellschaftliches Problem übergeleitet, das durch politisches Handeln gelöst werden könnte.

* **Vertiefung der Problematisierung:** Schülerinnen und Schüler analysieren ein Material zur geplanten Gesetzgebung zu Influencern hinsichtlich möglicher Chancen und Ge­fahren der Zusammenarbeit von Influencern und Politik und positionieren sich ab­schließend (siehe Schülermaterial 2)
* **Fokus der Sequenz**: digitale Handlungskompetenz erweitern, denn Schülerinnen und Schüler sollen digitale Werkzeuge zur Meinungsbildung und digitale Kommunikationsmöglichkeiten anwenden
* digitales Endprodukt: **Video-Blog (Vlog)** – genau wie Ausgangsprodukt, Felix von der Ladens YouTube-Video
* **Thema/Streitfrage des Video-Blogs:** *Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?*
* Schülerinnen und Schüler arbeiten in mindestens vier Gruppen, sodass alle vier Positionen, die in der Meinungsumfrage innerhalb der Klasse vorgegeben waren, vergeben werden können:
1. ja, ohne Einschränkung
2. ja, aber nur, wenn es als pol. Werbung gekennzeichnet wird
3. nein, darauf sollten alle Influencer freiwillig verzichten
4. nein, das sollte gesetzlich verboten werden
* Um Kontroversität herzustellen, ist es wichtig, dass alle vier Positionen vergeben werden, auch wenn dies nicht dem eigentlichen Meinungsbild innerhalb der Klasse entspricht.
* Im Sinne der Perspektivenübernahme und Konfliktfähigkeit ist es ratsam, dass Schülerinnen und Schüler einen Vlog zu einer der Positionen produzieren, die sie selbst gar nicht vertreten.
* **Schrittfolge für Produktion:** siehe Schülermaterial 3
* **Präsentation und Auswertung der Video-Blogs im Plenum**
* Möglichkeit der Bewertung, z. B. mit Hilfe von Bewertungsbögen
* erneute **Meinungsumfrage** in der Klasse: *Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?* → vier Antwortmöglichkeiten (siehe oben)
* Vergleich der beiden Meinungsumfragen (Einstiegs- und Abschlusspositionierung); Schülerinnen und Schüler begründen ihre eventuelle Neupositionierung

**Abschluss der Sequenz:** Einen Kommentar verfassen

* Arbeitsauftrag: siehe Schülermaterial 3
* **Ziel:** i. S. v. Urteilskompetenz eigene und fremde Positionen zur Debatte um Chancen und Gefahren der Meinungsbildung in der digitalen Welt reflektieren; dabei auch erkennen, inwieweit sich die eigene Position zur Streitfrage im Laufe der Sequenz geändert hat
* Text kann klassisch analog verfasst werden ODER als Online-Kommentar (falls die Video-Blogs online gestellt werden oder unter ein schon existierendes, zum Thema passendes Video; z. B. tweedback)

**Reflexion der Unterrichtsreihe**, z. B. per Meinungsumfrage in der Klasse mit der App FeedbackSchule

### Zeitliche Struktur im Überblick

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Stunde** | **Zentrale Stundeninhalte** | **Bemerkungen** |
| 1 | **Einstieg:** Video-Blog von Felix von der Laden bei der Bundespolizei ansehen → Analyse des Videos hinsichtlich verschiedener Leitfragen | Schülermaterial 1 |
| 2 | **Problemorientierung:** Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben? **Meinungsumfrage** in der Klasse**Textanalyse:** Chancen und Gefahren der Meinungsbildung durch den Einfluss von Influencern | App bzw. Tool nutzen, z. B. PINGOSchülermaterial 2 |
| 3 - 5 | Produzieren eines **Video-Blogs** in Gruppenarbeit**Thema/Streitfrage:** Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?  | Tool zur Produktion des Video-Blogs (z. B. lightworks, OpenShot Video Editor) |
| 6 - 7 | **Präsentation und Auswertung** der Video-Blogs im PlenumErneute **Meinungsumfrage** in der Klasse: Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?Vergleich beider Meinungsumfragen (Einstiegs- und Abschlusspositionierung) | App bzw. Tool nutzen, z. B. PINGO |
| 8 | **Einen Kommentar zur Streitfrage verfassen****Reflexion der Sequenz** | analog ODER digitalApp bzw. Tool nutzen, z. B. tweedback |

### Mögliche Herausforderungen bei der Umsetzung

* Schülerinnen und Schüler haben Schwierigkeiten, während Rezeption des Einstiegsvideos alle Leitfragen (siehe Schülermaterial 1) zu bearbeiten → Aufteilung der Klasse möglich, sodass jeder nur 2-3 Leitfragen beantworten muss ODER Form des kooperativen Lernens einsetzen, um Schülerinnen und Schüler Antworten untereinander vergleichen zu lassen, z. B. Think-Pair-Share, Lerntempoduett
* Format Video-Blog ist den Schülerinnen und Schülern eventuell unbekannt → dann sollte über dieses Format noch genauer gesprochen werden, z. B. indem das Einstiegsvideo hinsichtlich der technischen Umsetzung genauer analysiert wird (z. B. Ton, Schnitt, Geräusche, Kameraeinstellung, Sprecher)
* Es kann den Schülerinnen und Schülern schwerfallen, eine andere Position als die eigene einzunehmen (beim Drehen des Video-Blogs), weil die Fähigkeit zur Perspektiven­übernahme noch nicht besonders ausgereift ist → eventuell als Rollenspiel gestalten, dabei konkrete Rollenkarten mit der Position und möglicherweise auch Argumenten vorgeben
* Schülerinnen und Schüler haben eventuell Schwierigkeiten, zum Abschluss der Sequenz einen Kommentar zu verfassen → Formulierungsbausteine vorgeben
* Schülermaterial 1: Einige der Antworten können auch nach dem Single- bzw. Multiple-Choice-Verfahren vorgegeben werden, sodass die Schülerinnen und Schüler die richtigen Antworten ankreuzen können. Das spart Zeit und dient den Schülerinnen und Schülern als Hilfe.

### Variationsmöglichkeiten

* Siehe Punkt 2: Anregungen und Hinweise zum unterrichtlichen Einsatz
* Zu Schülermaterial 1: Die Leitfragen kann man auch als Moderationskarten anfertigen und die Schülerinnen und Schüler dann ihre Antworten clustern lassen.

### Lösungserwartung

* siehe Lösungsblätter im Anhang

### Weiterführende Hinweise

**Literaturangaben zur Methode Fallanalyse:**

Langner, Frank: Fallanalyse. In: Politik-Methodik. Handbuch für die Sekundarstufe I und II. Hrsg. von Sibylle Reinhardt und Dagmar Richter. 3. Aufl. Berlin: Cornelsen Verlag Scriptor 2016. S. 37-42.

Reinhardt, Sibylle: Politik-Didaktik. Handbuch für die Sekundarstufe I und II. 7. Aufl. Berlin: Cornelsen Verlag Scriptor 2018. S. 130-132.

Straßner, Veit: Fallanalyse. In: Methodentraining für den Politikunterricht. Hrsg. von Sabine Achour u. a. Frankfurt/M.: WOCHENSCHAU-Verlag 2020. S. 132-135.

**Links zum Thema:**

Duckwitz, Amelie (06.11.2019): Meinungsführer Influencer?

<https://www.th-koeln.de/hochschule/meinungsbildung-durch-influencer_69879.php> (Zugriff: 25.04.2020)

Fiedler, Maria (29.05.2019): Reichweite macht Politik. <https://www.tagesspiegel.de/politik/der-einfluss-der-influencer-reichweite-macht-politik/24392532.html> (Zugriff: 25.04.2020)

Hamich, Christoph (21.11.2019): Manchmal Werbung, manchmal nicht. <https://netzpolitik.org/2019/influencer-gesetz-manchmal-werbung-marketing-medienanstalten/> (didaktisch reduziert und bearbeitet; Zugriff: 25.04.2020)

Meineck, Sebastian (18.06.2018): Das waren die teuersten Influencer-Kampagnen der Bundesregierung. <https://www.vice.com/de/article/mbkwap/die-teuersten-staatlichen-influencer-kampagnen-instagram-youtube-felix-von-der-laden> (Zugriff: 25.04.2020)

von der Laden, Felix (19.12.2018): Ich werde Bundespolizist. <https://www.youtube.com/watch?v=SB2DsvqtqM4> (Zugriff: 25.04.2020)

**Tools bzw. Apps:**

PINGO: <https://pingo.coactum.de/> (Zugriff: 25.04.2020)

Tweedback: <https://tweedback.de/> (Zugriff: 25.04.2020)

Lightworks: <https://www.lwks.com/> (Zugriff: 25.04.2020)

OpenShot Video Editor: <https://www.openshot.org/de/> (Zugriff: 25.04.2020)