

Niveaubestimmende Aufgaben – Sozialkunde – Schuljahrgang 8:

## **Meinungsführer Influencer?! –**

### **Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?**

#### **1. Einordnung in den Fachlehrplan Sozialkunde**

<b>Kompetenzschwerpunkt: Meinungsbildung in der digitalen Welt untersuchen (S. 17)</b>
zu entwickelnde Kompetenzen
Die Schülerinnen und Schüler können
<ul style="list-style-type: none"><li>– digitale Werkzeuge zur Meinungsbildung und -verbreitung in der digitalen Welt aufzeigen</li><li>– das Handeln der beteiligten Akteure kritisch prüfen und deren Interessen aufdecken</li><li>– Chancen und Gefahren der Meinungsbildung in der digitalen Welt sachlich beurteilen</li><li>– digitale Werkzeuge zur Meinungsbildung und digitale Kommunikationsmöglichkeiten anwenden</li><li>– dabei eigene Defizite bei der Nutzung digitaler Werkzeuge und Kommunikationsmöglichkeiten erkennen und Strategien zur Beseitigung entwickeln</li><li>– eigene und fremde Positionen zur Debatte um Chancen und Gefahren der Meinungsbildung in der digitalen Welt reflektieren</li></ul>
GSB: z. B. Lernkompetenz (S. 10), Medienkompetenz (S. 11), Demokratiekompetenz (S. 11)
grundlegende Wissensbeständen
<ul style="list-style-type: none"><li>– digitale Werkzeuge und Kommunikationsmöglichkeiten (z. B. Suchmaschinen, soziale Netzwerke, Apps, Tools, digitale Mindmaps, QR-Codes, Link-Verkürzer)</li><li>– rechtliche Grundlagen für Eingriffe des Staates</li><li>– 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)</li><li>– Herkunft, Eignung und Wirkung digitaler Darstellungen, Möglichkeiten zur Quellenkritik</li></ul>

## 2. 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-Informationssseite erfahren: <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

### 3. Zeitliche Struktur im Überblick

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

#### **4. 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.

#### **5. 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.

#### **6. Lösungserwartung**

- siehe Lösungsblätter im Anhang

## 7. 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](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)