

MODELLENTWURF „INFLUENCIA“

MICHAEL BAUM: *Influenza*. In. ide 3/23, S. 95-104

Unterrichtsmodell von JAN THEURL

Michael Baum: Influentia. In: ide, 47 (3), S. 95-104. – Modellentwurf von Jan Theurl

Fragen	<ol style="list-style-type: none">1) Welche Merkmale sind für Influencer*innen-Kommunikation charakteristisch?2) Wodurch ist die Funktionsweise dieser Form der Kommunikation charakterisiert?3) Woraus ergeben sich Schwierigkeiten für die Interpretation von Influencer*innen-Beiträgen?4) Wie kann der analytische Rückgriff auf rhetorische Mittel die Entschlüsselung der Posts unterstützen?
Themen	<ol style="list-style-type: none">1) Kommunikative und rhetorische Aspekte von Influencer*innen-Kommunikation.2) Medienkritik (Werbung auf Social Media)
Dauer	ca. 3 Unterrichtseinheiten à 50 Minuten
Materialien/ Links	<ul style="list-style-type: none">• Internetfähiges Endgerät• Gerät für Video- und Tonaufnahme <p>Die unten angeführten Links sind dem IDE-Artikel entnommen, auf den sich der Modellentwurf bezieht. Da es sich bei Influencer*innen-Beiträgen um ein sehr dynamisches Phänomen handelt, sind aktuelle, eigens ausgewählte und auf die Zielgruppe angepasste Beispiele für den Unterricht zu bevorzugen. Zu berücksichtigen ist bei der Auswahl aktueller Posts: welche Widersprüche treten auf der Bild-/ oder Textebene zwischen Inszenierung/ Ästhetik und Ware zutage?</p> <p>Michael Baum Torster, Kim (2022): Werbung mit Depressionen. Influencerin Cathy Hummels entschuldigt sich für Post. <i>Businessinsider</i>. Online: https://www.businessinsider.de/wirtschaft/werbung-mit-depressionen-influencerin-cathy-hummels-entschuldigt-sich-fuer-post/ [Zugriff: 4.7.23]</p> <p>Diekmann, Nicole (2022): Das ist obszön und dreist. <i>T-Online</i>. Online: https://www.t-online.de/digital/kolumne-nicole-diekmann/id_100077424/cathy-hummels-vermutlich-ist-das-keine-naivitaet-sondern-kalkuel-10453159.html [11.5.23]</p> <p>Schäfer, Eva/Schmidt, Lucia (2021): Zu viel versprochen? <i>FAZ</i>. Online: https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/happy-drink-cathy-hummels-ueberschreitet-gefaehrliche-grenze-17678131.html [Zugriff: 13.5.23]</p>

Grobplanung

Arbeits- schritte	Zitat	Ablauf/ Beschreibung
1	S. 96 & 103	Rekonstruktion der Rezeptionssituation: Versprachlichung von Visuellem, Beschreibung von Influencer*innen-Videos auf Instagram, Youtube oder TikTok → Analytische Distanz erzeugen
2	S. 97-99 & 104	Analyse des Simulakrums (Simulation/ Dissimulation): Analyse ästhetischer Vermittlung eines Themas durch I* und mit vorherrschender Kommunikationsstruktur.
3	S. 98 – 100 & 104	Analyse des Simulakrums (Simulation/ Dissimulation): Klärung der ökonomische Zwecke, psychologische und soziale Effekte, technische Bedingungen etc. der Kommunikation von I*
4	S. 104	(parodistische) inszenierte Videos (unrealistischer Situationen) erstellen im Stile von I*.

Detailplanung

Unterrichtsphase	Taxonomie (Operator)	Lernziel	Zitat	Ablauf/ Beschreibung
(1) Einstieg	Reproduktion (beschreiben)	Die S* können audiovisuelle oder visuell-schriftliche Beiträge von Influencer*innen korrekt und strukturiert wiedergeben.	S. 96 & 103f	Die Klasse sieht sich ein oder mehrere vorausgewählte Beiträge von Influencer*innen an (Beispielsweise den Instagram Post von Cathy Hummels zum Thema Depression: https://www.businessinsider.de/wirtschaft/werbung-mit-depressionen-influencerin-cathy-hummels-entschuldigt-sich-fuer-post/) Die Schüler*innen sollen durch die (weitestgehend wertungsfreie) Versprachlichung des Gesehenen analytische Distanz zu dem Beitrag/ den Beiträgen herstellen.
(2) Erarbeitung	Reorganisation und Transfer (analysieren)	Die S* analysieren, wie das Simulakrum durch Simulation und mit Blick auf Inhalt, Form bzw. Gestaltung und Kommunikationssituation konstruiert wird.	S. 97-99 & 104	Die S* werden in Gruppen eingeteilt und befassen sich eingehender mit dem zuvor vermittelten Inhalt oder zusätzlichen Beispielen zum Thema. Dabei sollen insbesondere die ästhetischen Mittel und die Kommunikationssituation der bereitgestellten Konstruktion(en) ins Auge gefasst werden. <ul style="list-style-type: none"> • Beiträge können einseitig gelöscht, verändert und diskursiv relativiert, erklärt, kommentiert etc. werden • Inszenierungen sind vielfach, fluide und dadurch nicht greifbar (sportlich, fachlich, familiär, leger, ...) • „kompetentes Sprechen“ über einen Inhalt wird ästhetisch-kommunikativ vermittelt. • ...
(3) Erarbeitung	Reorganisation und Transfer (erschließen)	Die S* erschließen die zweite Ebene der Dissimulation, indem sie sozio-ökonomische Rahmenbedingungen, und Hintergründe der Beiträge beleuchten.	S. 98 – 100 & S. 104	Die S* erschließen in der Gruppe implizite Wirkungsweisen und Effekte (ökonomische Zwecke, mögliche psychologische und soziale Auswirkungen, technische Bedingungen etc.) der Kommunikation von I*

				<p>(Dazu können Zeitungsartikel ebenso wie Hintergrundrecherchen herangezogen werden wie beispielsweise: https://www.t-online.de/digital/kolumne-nicole-diekmann/id_100077424/cathy-hummels-vermutlich-ist-das-keine-naivitaet-sondern-kalkuel-10453159.html https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/happy-drink-cathy-hummels-ueberschreitet-gefaehrliche-grenze-17678131.html)</p> <p>Mögliche Perspektiven:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsmöglichkeiten (relativieren, inszenierte Selbstkritik, Stil vs. Inhalt, löschen, ignorieren, ...) • Begründete Mutmaßungen über Einstellungen und Meinungen und wieso diese schwer feststellbar sind (Ironie, simulativ/ dissimulativ) • Frage nach den Gründen eines Posts • was wird simuliert (kompetentes Sprechen/ Wissen über einen Sachverhalt) • was wird verschwiegen (ökonomische Interessen, das Einverständnis dieses Verschweigens, technische Bedingungen (Algorithmen/ „Clickbait“), Effekte von Bildern auf gesellschaftliche Normen, ...)
<p>(4) Ergebnis-sicherung</p>	<p>Reflexion und Problemlösung (gestalten)</p>	<p>Die S* können auf Grundlage der Analysierten Vorlagen einen (parodistischen) Beitrag im Stile von I* mit Rücksicht auf ästhetische Mittel gestalten.</p>	<p>S. 104</p>	<p>Die S* gestalten auf Grundlage ihrer Analyse (2)+(3) einen (parodistischen) Beitrag im Stile von I*. Wert zu legen ist dabei auf den gezielten Einsatz ästhetischer Mittel der Inszenierung und auf die ironische (Simulation/ Dissimulation) Gestaltung der Beiträge.</p>