

Praxisbeispiel:

Politisches Influencing

Dauer: 1x2h

Format: Präsenz, digital oder Blended Learning,

Zielgruppe: Deutschlehrkräfte aller Schulformen der Sekundarstufe I

Hintergrund und Relevanz

„Influencing“ ist ein typisches Social Media-Phänomen. Über Instagram, YouTube, TikTok etc. kann jeder Mensch ungefiltert eigene Botschaften im Netz verbreiten und für den eigenen Lifestyle, ein Produkt oder politische Überzeugungen werben. Da es sich dabei zumeist um multimodale digitale Texte aus Schrift-, Bild-, Ton- und/oder Video-Elementen handelt, kann der Deutschunterricht Schülerinnen und Schülern helfen, durch eine *multimodale Sprach- und Textanalyse* die Machart, die Ziele und den Wahrheitsgehalt zu erkennen und eine resiliente und souveräne Haltung gegenüber diesen neuen digitalen Textphänomenen zu entwickeln. Auf diese Weise wird der Deutschunterricht seiner in vielen Lehrplänen betonten besonderen Verantwortung als Leitfach der Medienbildung in spezifischer Form gerecht.

Unser Fortbildungsangebot macht Sie als Deutschlehrkraft damit vertraut, bei Ihren Schülerinnen und Schülern durch multimodale Sprach- und Textanalyse digitale Textsouveränität (vgl. Frederking 2024; 2025a; 2025b) im Umgang mit Influencing zu fördern. Neben Hintergrundinformationen und praxiserprobten didaktischen Konzepten stehen Ihnen dazu auch die nachfolgend beschriebenen digitalen Lehr-Lern-Module für Ihren Unterricht zur Verfügung:

In Teilmodul 1 können sich Ihre Schülerinnen und Schüler in Anknüpfung an eigene Erfahrungen mit Formen, Strategien und Wirkungen von digitalem Influencing auseinandersetzen und Chancen multimodaler Sprach- und Textanalyse kennenlernen.

In Teilmodul 2 rückt digitales Influencer-Marketing in den Fokus. Hier werden spezifische Ansatzpunkte einer multimodalen Sprach- und Textanalyse erfahrbar gemacht und reflektiert (Abb. 1).

In Teilmodul 3 wird politisches Influencing u.a. am Beispiel der Social Media-Auftritte der Letzten Generation und Robert Marc Lehmanns untersucht (Abb. 2 u. 3). Die skizzierte Unterrichtseinheit (s.u.) ermöglicht es Ihnen als Lehrkraft, Ihre Schülerinnen und Schüler selbstständig Argumentationsmuster und Qualitätskriterien digitalen politischen Influencings hinterfragen und eine text- und argumentationsreflexive Haltung entwickeln zu lassen (Abb.4). Im Nachgespräch können im realen oder virtuellen Klassenplenum, d.h. in physischer Präsenz oder per ZOOM, Teams etc., Ergebnisse und Erkenntnisse reflektiert und auf der Basis weiterer Materialien, die Sie im Rahmen der Fortbildung kennenlernen, diskutiert werden.

Zielsetzung

Souveräner Umgang mit der Multimodalität, Ästhetik und Intentionalität digitaler Influencing-Texte (Frederking 2024; 2025):

- Die SuS erkennen, verstehen und beurteilen die Machart, die Absichten und den Wahrheitsanspruch der digitalen Texte.
- Die SuS erkennen und beurteilen die Wirkungsabsichten der vorgestellten Beispiele politischen Influencings.

Digitale Kompetenzen im Deutschunterricht erwerben bzw. vertiefen (KMK 2017; Redecker, 2017).

- Analysieren und Reflektieren: Die SuS analysieren Medien in der digitalen Welt sowie deren Wirkungen.
- Produzieren und Präsentieren: Die SuS produzieren selbst multimodale digitale Texte und präsentieren diese innerhalb ihrer Lerngruppe.

Vorwissen der Schülerinnen und Schüler (212 von 450 Zeichen)

- Basale Kenntnisse im Umgang mit digitalen Endgeräten, um mit der digitalen Online-Lernumgebung auf dem Laptop, Tablet oder Smartphone arbeiten zu können.
- Allgemeine Kenntnisse zur Analyse und Interpretation von Texten

Zeit	Phase und Inhalt	Sozialform	Material/ Medien	Lernziel
10 Minuten	<p>Einstieg</p> <p>Nachdem die SuS in den Teilmodulen 1 und 2 (s.o.) multimodale Sprach- bzw. Textanalyse in Theorie und Praxis kennengelernt haben, wenden sie in Modul 3 nun das Gelernte auf politisches Influencing an. Zum Einstieg lassen sie die in der digitalen Lernumgebung enthaltenen Screenshots von Instagram-Auftritten der „Letzten Generation“ (Abb. 2) und Robert Marc Lehmanns (Abb. 3) auf sich wirken und halten erste Eindrücke in einem frei editierbaren digitalen Assoziationsraum fest (Abb. 4). Dabei können sie auch selbst Screenshots u.a. hochladen.</p>	Einzelarbeit	<p>Digitales Lehr-Lern-Modul <i>zum 'Influencing'</i></p> <p>Active-Panel; Appl-TV</p>	<p>Subjektive, emotionale und kognitiv-selbst-reflexive Aktivierung</p> <p>Die SuS setzen sich aus ihrem persönlichen Erfahrungsraum mit den beiden Instagram-Auftritten auseinander und halten subjektive Eindrücke fest.</p>
15	<p>Vertiefungsphase I</p> <p>Im Fortgang rücken die beiden Instagram-Auftritte in den Fokus einer vergleichenden <i>digitalen Textanalyse</i>, die in der Lernumgebung vorbereitet ist. Nacheinander werden <i>mediale, semiotische und ethische Gemeinsamkeiten und Unterschiede</i> in den Instagram-Auftritten der „Letzten Generation“ (Abb. 2) und Robert Marc Lehmanns (Abb. 3) herausgearbeitet und reflektiert.</p>	Einzelarbeit	Digitales Lehr-Lern-Modul <i>zum 'Influencing'</i>	<p>Kognitiv-analytische Aktivierung</p> <p>Die SuS analysieren individuell die beiden Instagram-Auftritte auf medialer, semiotischer und ethischer Ebene.</p>
15	<p>Diskussion und Reflexion</p> <p>Einige SuS stellen ihre Arbeitsergebnisse zu den drei Analyseebenen <i>Medialität, Semiotik</i> und <i>Ethik</i> in Bezug auf die beiden digitalen Texte im physisch-präsenten Klassenplenum oder virtuell im ‚Didaktischen Chat-Raum‘ (DCR) zur Diskussion.</p>	Plenumsunterricht	Digitales Lehr-Lern-Modul <i>zum 'Influencing'; DCR</i>	<p>Kognitiv-analytische Aktivierung</p> <p>Die SuS präsentieren und diskutieren ihre Arbeitsergebnisse im Plenum.</p>
5	<p>Vertiefung II</p> <p>Als Hausaufgabe sollen die SuS in einem mit der Lernumgebung verknüpften virtuellen Kommunikationsbereich sämtliche in der Stunde in der Lerngruppe entstandenen Arbeitsergebnisse sichten. Auf dieser Basis sollen sie im Anschluss in Einzel- oder Partnerarbeit im Symboard in digital-kreativer Form ein erstes persönliches Fazit gestalten.</p>	Einzelarbeit oder Partnerarbeit; Hausaufgabe	Digitales Lehr-Lern-Modul <i>zum 'Influencing'; Symboard</i>	<p>Kognitiv-analytische, subjektive, emotionale, und kognitiv-selbst-reflexive Aktivierung</p> <p>Die SuS sichten alle Arbeitsergebnisse und formulieren ein persönliches Fazit.</p>

Zur Fortbildungsanmeldung und zu Materialien zum Unterrichtsplan:

Frederking, V., Hahn, S., Leutert, J. & Kretschmann, T. (2025): ‚Influencing – Manipulation – Fake News – Desinformation‘. https://digitale-souveränität.online/index/d_12.html

Unterrichtsmaterial

Abb. 1 Sich Wirkungen von Influencing bewusst machen

DIGITALE TEXTSOVERÄNITÄT
Modul 1
Influencer Marketing

Aufgabe 1

a. Wie wirkt das Video auf dich? Halte deinen ersten spontanen Eindruck fest. Indem du den Punkt auf der Skala von 0 bis 10 dort platzierst, wo du ihn am passendsten findest.
0 = Es spricht mich gar nicht an, 10 = Es spricht mich sehr an.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

b. Wie wirkt das Video auf dich? Ordne die Worte in die vier Bewertungsfelder ein. Mit dem Notizkärtchen kannst du auch eigene Wörter ergänzen.

NOTIZ

künstlich authentisch naiv glaubhaft
animierend überzeugend irritierend
informiert
ehrllich

Abb. 2 Die ‚Letzte Generation‘ auf Instagram

Soll für Protest bis zu 5 Monate ins Gefängnis.

Verursacht bei 4-stündigem Flug so viel CO₂ wie eine durchschnittliche Person in einem Jahr.

letztegeneration und 3 weitere
Izrehoe

letztegeneration FÖRDERUNG NACH BIS ZU 5 MONATEN HAFT IM SYLT PROZESS.

Urteilsverkündung am 06.12. in Izrehoe.

Für einen Farbprotest an einem Privatjet auf Sylt fordert die Staatsanwaltschaft nach 4 Verhandlungstagen nun 5 Monate Haft für einige der Angeklagten. Die Urteilsverkündung wurde nochmal aufgeschoben.

Mit dem Protest im Juni 2023 haben wir uns direkt an den Bundeskanzler gerichtet:

Ein 4-stündiger Flug in einem Privatjet verursacht so viel CO₂, wie eine durchschnittliche Person in einem ganzen Jahr.

Dieser Verschwendung & Zerstörung müssen Grenzen gesetzt werden.

letztegeneration.org
1 Wo.

Für dich

hannes.smmrkm Wann werden die bestraft die wirklich

Gefällt 2.121
15. November

Anmelden Registrieren

Abb. 3 Robert Marc Lehmann auf Instagram

robertmarclehmann • Folgen
Volxheim

robertmarclehmann MISSION : WALD über 2.500 neue Bäume!

Meine bisher größte Baumpflanz-Aktion zusammen mit @wald.zum.leben & @mission_erde_ev

Rheinessen ist Deutschlands waldärmste Region ... Das wollen wir gemeinsam ändern! Und das war nur der Anfang ... Der nächste Termin steht!
Insgesamt haben wir vier neue Flächen auf über einem Hektar

Gefällt 49.616 Mal
16. Februar 2023

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.

Foto hochladen

Ich finde den Instagram-Auftritt von Robert Marc-Lehmann cool. Da ist jemand, der anpackt und mit gutem Beispiel vorangeht.

Naja, und die Zahl seiner Follower ist auch sehr beeindruckend.

Mache ein Bildschirmfoto (📷), um dein Ergebnis zu sichern.

Abb. 4 Ein erster persönlicher Eindruck (vor der Analyse)