

BAUSTEIN 4 – DIGITAL CAMPAIGNING: DIE ROLLE VON INSTAGRAM FÜR DIE POLITISCHE KOMMUNIKATION

Die Nutzung sozialer Medien gehört zum Alltag der Schüler*innen. Studien zeigen, dass Instagram von Jugendlichen mehrmals die Woche genutzt wird (vgl. JIM Studie 2020, S. 40), daher eignet sich Instagram, um im Unterricht exemplarisch zu erarbeiten, wie Soziale Netzwerke für Digital Campaigning genutzt werden. Während Instagram anfangs vor allem für den Austausch von privaten Kontakten und Aktivitäten genutzt wurde, werden mittlerweile vermehrt auch politische Inhalte auf Instagram abgebildet. Viele Parteien und Politiker*innen haben das Potenzial von Instagram als Informationsplattform erkannt und nutzen das Medium für den digitalen Wahlkampf. Angesichts dieser zunehmenden Bedeutung von Instagram als Plattform für politische Kampagnen widmet sich dieser Baustein der Produktion und Rezeption von politischen Inhalten auf Instagram sowie den Implikationen für die Meinungsbildung von Wähler*innen.



LEITFRAGEN

- Welche Rolle spielen soziale Medien (konkret: Instagram) für den Wahlkampf?
- Wie verändern sich (Wahl-)Kampagnen in der digitalen Gesellschaft?
- Wie unterscheidet sich digitaler Wahlkampf (digital campaigning) von Kampagnen zu vorangegangenen Bundestagswahlen?



LERNZIELE

Inhaltlich

Die Schüler*innen

- erarbeiten und erklären die Bedeutung von sozialen Medien für den Wahlkampf.
- kennen den Unterschied zwischen digital campaigning und traditionellen Kampagnen über Plakataushang.
- können die Chancen und Herausforderungen von Instagram als Medium für politische Kommunikation und Wahlkampf erklären.
- sind in der Lage, den Einfluss von digitalen Medien auf die politische Meinungsbildung für die Bundestagswahl 2021 einzuschätzen.
- sind sich der Gefahr von Desinformation via Instagram und anderen sozialen Medien bewusst ([Hinweise zum digitalen Wahlkampf der lpb Baden-Württemberg](#)).

Methodisch

Die Schüler*innen

- erschließen sich Wissen aus der Rezeption verschiedener medialer Formate (Text, Schaubild, Expertininterview, Instagram).
- können Instagram-Posts analysieren und innerhalb des politischen Wahlkampfes verordnen.
- erkennen politische (Werbe-)Strategien in den sozialen Medien.
- stellen selbst erarbeitete Inhalte in einer eigenen Wahlkampagne via Instagram dar.



PLANUNGSHINWEISE UND DIDAKTISCHE IDEE DES BAUSTEINS

Die Unterrichtsmaterialien teilen sich in vier einzelne Lerneinheiten, die zeitlich jeweils eine Unterrichtsstunde umfassen (45 Minuten) und sich modular auch zu Doppelstunden kombinieren lassen (z.B. B 04.01 + B.04.02 oder B 04.02 + B 04.04).

Die Lerneinheit B 04.03. umfasst den zeitlichen Rahmen einer Doppelstunde (90 min).

Die Angebote zum jeweiligen Einstieg der Lerneinheit sind frei kombinierbar, z.B. kann das kurze Video aus B 04.01 auch als möglicher Einstieg für weitere Lerneinheiten genutzt werden.

Lerneinheit B 04.01 Die Rolle von Instagram (45 min)




In der ersten Lerneinheit wird die Rolle von Instagram als digitales Informationsmedium thematisiert. Ausgehend von einem Brainstorming zur eigenen Nutzung sozialer Netzwerke stellen die Lernenden mithilfe eines Textes und eines Schaubilds Vermutungen über die Bedeutsamkeit von Instagram für den Wahlkampf auf. Die Schüler*innen werden methodisch und sprachlich dabei unterstützt, ein Schaubild auszuwerten. (Ein konkreter Analyseleitfaden zur Auswertung eines Diagramms findet sich in Baustein 01: M 01.04.02).

Phase	Inhalt	Sozialform	Material/Methode
Einstieg	<p>Einstieg über das Video, anschließend Brainstorming zur Nutzung sozialer Medien</p> <p>L: „Über welche Medien erreichen euch Informationen über Parteien und den Wahlkampf?“, die Ideen werden in einer gemeinsamen Mind-Map gesammelt</p>	UG	<p>📺 Video „Was ist digitaler Wahlkampf?“ RESPEKT: Was ist digitaler Wahlkampf? ARD-Mediathek (ardmediathek.de)</p> <p>Mind-Map</p> <p>📋 Analoge Tools: Tafel, Flipchart, Whiteboard Digitale Tools:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorschläge für Brainstormingtools (Wortwolken, etc.): Brainstorming Tools (bpb) • Vorschläge für Mind-Map-Tools: Mind-Map Tools (bpb)
Erarbeitung	S*S erarbeiten sich die Rolle von Instagram als häufig genutztes Medium mithilfe des Infotexts und des Schaubilds (M 04.01)	EA + PA	<p>📄 Infotext „Wahlkampf auf Instagram“ 📊 Schaubild „Aktivitäten im Internet“</p> <p>M 04.01</p>
Sicherung	Besprechung der Erkenntnisse im Plenum. Abgleich mit den Ideen aus der Mind-Map zu Beginn	UG	

[Fortsetzung mit Lerneinheit B 04.02: Kann Instagram Politik? s. nächste Seite]

Lerneinheit B 04.02: Kann Instagram Politik? (45 min)

In der zweiten Lerneinheit erarbeiten sich die Lernenden mithilfe eines Expertininterviews (Videoformat) Chancen und Herausforderungen von Instagram als Wahlkampfmedium. Sie lernen dabei Strategien des digitalen Wahlkampfes kennen und können Unterschiede zum traditionellen Wahlkampf über Plakataushang erläutern.


Phase	Inhalt	Sozialform	Material/Methode
Einstieg	<p>S*S formulieren eigene Fragen und Annahmen über die Wirkweise von politischem Wahlkampf auf Instagram.</p> <p>Die einzelnen Ideen werden gesammelt und ggf. noch geclustert</p>	UG	<p>Sammlung mit einem gemeinsamen Medium</p> <p> Fragen- und Ideensammlung</p> <p> Analoge Tools: Tafel, Flipchart, Whiteboard Digitale Tools:</p> <ul style="list-style-type: none"> Vorschläge für Brainstormingtools (Wortwolken, etc.): Brainstorming Tools (bpb)
Erarbeitung	<p>S*S bearbeiten das Expertininterview mithilfe der Aufgaben (M 04.02)</p> <p>Als Unterstützung zum Video stehen Leitfragen für Notizen zur Verfügung (M 04.02).</p> <p>Zu dem Interview liegt auch ein Transkript vor (Info 04.02).</p>	EA+PA	<p> Expertininterview „Kann Instagram Politik?“ mit Prof. Kümpel</p> <p>M 04.02</p>
Sicherung	<p>S*S diskutieren im Plenum, welche Rolle Instagram für den Wahlkampf spielt.</p>	UG	

[Fortsetzung mit Lerneinheit B 04.03 und Lerneinheit B 04.04 s. nächste Seite]

Lehrereinheit B 04.03: Analyse eines Instagram-Post (90 min)



In der dritten Lehrereinheit analysieren die Lernenden Instagram-Posts der Kandidat*innen für das Kanzler*innenamt. Angeleitet werden die Lernenden durch einen konkreten Analyseleitfaden (Wahrnehmen – Beschreiben – Verstehen).

Es stehen 47 Parteien für die Bundestagswahl 2021 zur Wahl. Im Sinne der didaktischen Reduktion werden in dieser Lehrereinheit die Kandidat*innen für das Kanzler*innenamt fokussiert.

Phase	Inhalt	Sozial-Form	Material/Methode
Einstieg	Blitzlicht zu einer der folgenden Fragen <ul style="list-style-type: none"> „Folgt ihr Politiker*innen auf Instagram?“ „Werden euch Parteien oder Politiker*innen bei Instagram unter den Vorschlägen angezeigt?“ Das Blitzlicht dient als kurze Abfrage zum Vorwissen.	UG	Blitzlicht
Erarbeitung	S*S wählen einen der drei Instagram-Posts aus und analysieren diesen mithilfe des Analyseleitfadens.	EA	M 04.03  Analyse der Posts
Sicherung	Vergleich der Ergebnisse im Plenum.	UG	

Lehrereinheit B 04.04: Erstellung eines Instagram-Post für eine fiktive Wahlkampagne (45 min)

In der vierten Lehrereinheit gestalten die Lernenden für eine fiktive Wahlkampagne eigenständig einen eigenen Instagram-Post. Sie können dabei zwischen einer realen oder fiktiven Partei bzw. Person wählen.

Phase	Inhalt	Sozial-Form	Material/Methode
Einstieg	Kurzes Blitzlicht zur Frage „Wer hat schon einmal einen Instagram-Post gestaltet?“ Das Blitzlicht dient als kurze Abfrage zum Vorwissen.	UG	Blitzlicht
Erarbeitung	S*S bilden Kleingruppen und planen angeleitet durch die Arbeitsschritte (M 04.04) einen eigenen Instagram-Post. Als Hilfestellung dient ein interaktiver Instagram-Post.	GA	M 04.04 Planung Instagram-Post  https://lmy.de/HRo0y
Sicherung	S*S präsentieren ihre Ergebnisse und Überlegungen im Plenum.	GA/UG	 Präsentation

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

EA	Einzelarbeit
GA	Gruppenarbeit
L	Lehrer*in
M	Material
PA	Partner*innenarbeit
UG	Unterrichtsgespräch
S*S	Schüler*innen