

I.A.57

Antropologie

YouTuber und Influencer – (K)Ein Abbild der Wirklichkeit?!

Bettina Birk



© RAABE 2021

© JohnnyGreig/E+

YouTuber, Vlogger oder Influencer – sie beeinflussen das Wandeln, den Kleidungsstil, die neuesten Beautytrends vor allem junger Menschen. Jugendliche schauen ihnen beim Kochen, beim Einkaufen und beim Dekorieren der Wohnung zu. Sie folgen ihnen, im wahrsten Sinne des Wortes. Viele kennen ihren Idol-YouTuber besser als ihre Sitznachbarn im Klassenzimmer. Wie kommt es zu diesem „Verfolgungswahn“? Was macht diese Personengruppe so interessant? Welche Gefahren birgt der Hype? Im Fokus dieser Einheit stehen die Schattenseiten des digitalen Lebens. Sie schult den kritischen Blick der Jugendlichen auf eine digitalisierte Welt und regt zum Nachdenken an.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe: ab Klasse 7 (G 8)

Dauer: 10 Unterrichtsstunden (als Einzelstunden oder Doppelstunden)

Thematische Bereiche: Medien und Wirklichkeit, Ethik und Moral, Umweltethik

Kompetenzen: Texte lesen und verstehen; eigenständig argumentieren; das eigene Handeln reflektieren; sich in andere hineinversetzen; Probleme benennen; Lösungen entwickeln; kreatives Schreiben

Medien: Sachtexte, Bilder, Rollenkarten, Interviews

Methoden: Bildanalyse, Textanalyse, Rollenspiel, kreatives Schreiben

Auf einen Blick

1./2. Stunde

Welche Wirkung hat Werbung? – Gut getroffen ist halb gewonnen

M 1 **Gut getroffen ist halb gewonnen? – Wie Werbung funktioniert** / Am Beginn setzen die Schülerinnen und Schüler sich mit Werbung aller Art auseinander und erarbeiten anhand von Bildern, wie Werbung auf uns wirkt, mit welchen Mitteln sie arbeitet, und erkennen, worauf es ankommt, wenn Werbung erfolgreich sein soll.

M 2 **Die Sprache der Werbung** / Ein Sachtext informiert über Strategien und Wirkung von Werbung. Die Schülerinnen und Schüler übertragen das Erlernete auf sich und überlegen, welcher Werbespruch ihnen gerade plausibel ist und warum er auf sie wirkt.

M 3 **Die Sprache der Werbung** / Ein Arbeitsblatt unterstützt Lernschwächere bei der Textanalyse. Ein Bild lädt ein, das im Text Erläuterte praktisch anzuwenden.

M 4 **Durch Werbung überzeugen** / In Kleingruppen erstellen die Lernenden selbst ein Werbeplakat. Dabei setzen sie die Werbemaßnahmen ein, die sie zuvor erarbeitet haben.

M 5 **Beobachtungszettel für Ausstellung – Durch Werbung überzeugen** / Der Beobachtungsbogen hilft bei der Auswertung der kreativen Arbeitsprodukte.

Benötigt: Arbeitsblätter in Kopie; leere DIN A4-Blätter für Werbeplakate; Magnete, um die Plakate aufzuhängen; M 1 als Folie vergrößert; alte Zeitungen und Zeitschriften, aus denen Bilder und Schlagwörter ausgeschnitten werden können, Kleber, Schere

3./4. Stunde

Bilder – Abbild der Wirklichkeit:

M 6 **Medien und Wirklichkeit – Mehr Schein als Sein?** / Ein Bildausschnitt wird im Vergleich zum Gesamtbild betrachtet. Welche Wirkung hat der Ausschnitt? Wie wirkt das ganze Bild? Wie kann man die Aussage eines Bildes manipulieren?

M 7 **Kamera: – Alles Einstellungssache** / Ein Text informiert über Möglichkeiten, mit Bildern zu „täuschen“. Diese Einsicht fungiert als Grundlage für die weitere Gruppenarbeit. In Kleingruppen erstellen die Jugendlichen selbst ein Foto.

Benötigt: M 6 als Kopie für jeden Schüler/jede Schülerin und als Folie für die Klasse; Bildausschnitt 1 und Gesamtbild 2 (getrennt und jeweils vergrößert) auf Folie; Kopie M 7; Kameras/Smartphones/Tablets etc. Gegebenenfalls die Möglichkeit, in die Natur zu gehen

5./6. Stunde

Wie steht es um die moralische Verantwortung von Influencern?

M 8 **Perfekte Täuschung – Was ist erlaubt?** / Die Jugendlichen stellen ihre Ergebnisse der letzten Stunde aus. Sie diskutieren die Wirkung des Bildausschnittes im Vergleich zur Wirkung des Gesamtbildes. Mit welchen Mitteln wurde gearbeitet?

M 9 **Mit einem Influencer im Gespräch /** Ein Interview lädt ein, das Handeln von YouTube-Idolen kritisch zu hinterfragen. Die Lernenden sammeln Fragen in einer Mail.

Benötigt: Kopien der Arbeitsblätter; Möglichkeit, Fotos auszustellen; digitale Tafel/PC-Raum, um Gesamtbilder zeigen zu können; Kameras/Handys/Tablets

Einmal um die ganze Welt – Aspekte der Umweltethik erarbeiten

7./8. Stunde

M 10 **Einmal um die ganze Welt – Auf der Suche nach dem perfekten Bild /** Die Lernenden untersuchen in Partnerarbeit oder im Plenum ein exemplarisches Profil in den sozialen Netzwerken.

M 11 **Umweltethik – Wie gelingt ein guter Umgang mit Mensch und Natur? /** Sachtexte informieren die Lernenden über die beiden zentralen Positionen des Anthropozentrismus und des Pathozentrismus.

Benötigt: Kopien der Arbeitsblätter; Karteikarte für schnelle Schülerinnen und Schüler

Verantwortung tragen






9./10. Stunde

M 12 **Verantwortung gegenüber anderen /** Warum posten Idole auf Instagram Fotos? Ein Bild dient der Wiederholung des bisher Gelernten. Dieses ist Grundlage für die nachfolgende Rollen-Diskussion.

M 13 **Verantwortung gegenüber anderen – Eine Diskussionsrunde /** Im Rollenspiel üben sich die Lernenden darin, unterschiedliche Positionen zu vertreten und sich gegenüber anderen in der Debatte zu positionieren.

Benötigt: Kopien der Rollenkarten für die Gruppenarbeit; M 12 kopiert auf Folie für den Einstieg

Erklärung zu den Referenzsymbolen

	Finden Sie dieses Symbol in den Lehrerhinweisen, so findet Differenzierung statt. Es gibt drei Niveaustufen, wobei nicht jede Niveaustufe extra ausgewiesen wird.	
		
einfaches Niveau	mittleres Niveau	schwieriges Niveau
	Zusatzaufgabe	

M 1

Gut getroffen ist halb gewonnen? – Wie Werbung funktioniert

Das Ziel von Werbung ist es, Produkte auszuloben, mögliche Käufer anzusprechen und diese zum Kauf des Produktes zu bewegen. Wie gelingt das? Wann spricht Werbung uns an? Sprich wir uns der Strategien, die sie nutzt, bewusst?

Aufgaben

1. Betrachte die Bilder unten. Notiere, welches Produkt jeweils beworben wird.
 - a) _____
 - b) _____
 - c) _____
 - d) _____
2. Notiere nun über jedem Bild einen Begriff, der die Stimmung auf dem Bild ausdrückt.
3. Tauscht euch in der Klasse oder mit einem Partner/einer Partnerin darüber aus, ob ihr die beworbenen Produkte kaufen würdet.
4. Erstelle eine Mindmap zu einem der Fotos. Was wird gezeigt? Welche Stimmung wird vermittelt? Was findest du an der Werbung weniger gelungen? Überlege dir eine passende Überschrift und notiere sie in der Mitte deiner Mindmap.
5. Vervollständige den folgenden Satz mit einem der Bilder: Für mich sagt das Bild aus, dass ...

a) _____



c) _____



d) _____



© Bild a: Darumo/iStock/Getty Images Plus, Bild b: Jon Feingersh Photography Inc, Bild c: Ridofranz/iStock/Getty Images Plus, Bild d: Manuel Sulzer/Image Source.

Medien und Wirklichkeit – Mehr Schein als Sein?

M 6

Werbung verfolgt unterschiedliche Zielsetzungen und bedient sich dabei bestimmter Mittel, um uns anzusprechen. Was ist wahr? Was ist inszeniert? Und wie können wir das erkennen?

Aufgaben

1. Betrachte das erste Foto unten. Unterstreiche drei der Begriffe rechts, die deiner Meinung nach am besten auf das Bild zutreffen.
2. Das zweite Foto zeigt den gesamten Bildausschnitt. Findest du die Frau im Bild wieder? Wie ändert sich nun im Wissen um das Gesamtbild deine Meinung zur Situation, in welcher sich die Frau befindet? Sprecht in der Klasse über die unterschiedliche Wirkung der beiden Bilder.

Bild 1



Entspannung
Urlaub
Erholung
Arbeitszeit
Freizeit
Zeit für sich
Ruhe
Einsamkeit

© laskyy/iStock/Getty Images Plus

Bild 2



© xaviernau/E+

M 10

Einmal um die ganze Welt – Auf der Suche nach dem perfekten Bild

Aufgaben

1. Betrachtet gemeinsam mit der Klasse/in Partnerarbeit das Instagram-Profil von _____
2. Notiere hier deinen ersten Eindruck:

3. Fülle das folgende Tagebuch aus. Schreibe Ort und Datum von fünf Bildern des unheimlichen Profils heraus. Verfasse einen kurzen Text aus der Ich-Perspektive der Person dazu, indem du die begonnenen Sätze fortsetzt. Dabei darfst du auch die Worte aus dem Profil selbst nehmen.
4. Diskutiert in der Klasse, welcher Eindruck auf dem Profil vermittelt wird und welche Gefahren sich daraus nicht nur für die Follower ergeben können.

Tagebuch zur Profil-Betrachtung von _____

like a shark - Secondary 26th May - a mill down...

Datum: _____ **Ort:** _____

Ich kann nicht fassen, ...

flat on the water - By bending the tail under the horrible shooting it out -

morning, there is no chance of falling asleep, unless you do so immediately you go to bed, as it is an awful snorer.

like a shark - Secondary 26th May - a mill down...

Datum: _____ **Ort:** _____

te bin ich ...

flat on the water - By bending the tail under the horrible shooting it out -

morning, there is no chance of falling asleep, unless you do so immediately you go to bed, as it is an awful snorer.



VORBANSICHT

und dadurch Leid empfinden kann. Moralisch handelt demnach derjenige, der nicht nur auf den Menschen Rücksicht nimmt, sondern auch das gute Leben der Tiere im Blick hat. Im Pathozentrismus kommt dem Tier- und Artenschutz daher eine bedeutende Rolle zu, da Leid unbedingt vermieden werden muss. Dies sieht aus pathozentrischer Sicht jedoch nicht vor, dass das Töten von Tieren strikt verboten ist. Dennoch sollte auf die Empfindungen der Tiere Rücksicht genommen werden. Philosoph, der diesen Standpunkt vertritt: _____

Der Philosoph Immanuel Kant (1724–1804)

Ich bin der Auffassung, dass man Tieren gegenüber keine Gewalt ausüben darf. Denn wird der Mensch gewalttätig gegenüber einem Tier, so schadet er sich damit selbst. Der Mensch verliert sein Mitgefühl, wird geschwächt und ausgetilgt.



Text: Kant, Immanuel: *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*. Hrsg.: Wilhelm Weisberg. Suhrkamp Verlag, 2000. Bild © wynter/iStock/Getty Images Plus.

Der Philosoph Jeremy Bentham (1748–1832)

Ich bin der Meinung, dass ein ausgewachsenes Pferd weitaus vernünftiger und mitteilbarer ist als ein Säugling von einem Tag oder gar einem Monat. Es stellt sich die Frage, ob ein Lebewesen denken oder sprechen kann, sondern ob es fähig ist, Leid zu empfinden.



Bentham, Jeremy: *Eine Einführung in die Prinzipien der Moral und der Gesetzgebung*. In: *Einführung in die utilitaristische Philosophie*. Hrsg.: Fried Hofe. Francke Verlag, 2013. Bild © ZU_09/Digital Visions Vector.

Sie wollen mehr für Ihr Fach?

Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



Über 4.000 Unterrichtseinheiten
sofort zum Download verfügbar



Sichere Zahlung per Rechnung,
PayPal & Kreditkarte



Exklusive Vorteile für Abonnent*innen

- 20% Rabatt auf alle Materialien für Ihr bereits abonniertes Fach
- 10% Rabatt auf weitere Grundwerke



Käuferschutz mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:
www.raabe.de