**„Influencing“ durch Inszenierung?!**

**Aufgaben:**

1. Fassen Sie anhand des Interviews zusammen, welche menschlichen Grundbedürfnisse Social Media bedient und welche Risiken sich daraus ergeben.

<https://www.sr.de/sr/home/nachrichten/panorama/jugendliche_social_media_katharina_stenger_100.html>

1. Beschreiben Sie anhand des folgenden Beispiels in eigenen Worten, wie Inszenierung in sozialen Medien erfolgt. Nennen Sie weitere Mittel, die Sie schon einmal gesehen haben!

[](https://pixabay.com/illustrations/influencer-social-media-woman-4492841/)

Twitter-Post samt Bild muss wegen fehlender Rechte raus, wir können nur auf die Dame

selbst verlinken. Optisch hübscher wäre eine freies Bild daneben zu setzen, z.B.

https://pixabay.com/illustrations/influencer-social-media-woman-4492841/

(ist fast so bunt, wie das Original)

https://twitter.com/lemonblondeblog

@kathleen.post schreibt (am 22.03.2018): *“Guten Morgen Freunde! Ich wollte euch nur wissen lassen, dass es auf der Seite von @prettylittlething etwas zu verschenken gibt! Stellt sicher, dass ihr dem Account folgt, klickt auf das Foto dort, kommentiert mit “Gewinnen” und verlinkt eure Freunde, um die Chance auf einen Warengutschein im Wert von 500 Dollar zu erhalten! Viel Glück!”*

Die Influencerin nimmt ein **Selbstporträt** in ihren **privaten Räumlichkeiten** auf. Das erschafft eine gewisse **Intimität** wie bei Freunden\*innen. Sie wird somit zur **vertrauenswürdigen Beraterin**

Sie beginnt ihren Text mit: “Guten Morgen **Freunde**!” – ganz so, als würde sie Menschen schreiben, die sie schon lange kennt. Junge Frauen suchen sich **Identifikationsfiguren** in den sozialen Netzen, denen sie ihr Vertrauen schenken

“Ich wollte euch nur wissen lassen…”: Diese Ausdrucksweise erscheint sehr **harmlos** und kommt als **lieb-gemeinter Rat** daher

Besonders perfide: Das Verweisen auf ein Gewinnspiel wirkt erst einmal wie ein **kostenloser Mehrwert**. Dass das aber nicht ganz stimmt, da potentielle Kunden\*innen mit ihren **Daten** bezahlen, wird verschwiegen

Die Verwendung von **Emojis** macht die Botschaft emotionaler und kindlicher. Kleine Herzchen, Geldscheine und Blümchen wirken verspielt und vertuschen die werblichen Absichten

Abschließend wünscht die Influencerin ihren Followern “viel Glück” und gibt ihnen somit das Gefühl, selbst **emotional** beteiligt zu sein

1. Wählen Sie eines der Videos (Arbeitsblätter 3-6) und zeigen Sie, mit welchen Mitteln der Auftritt inszeniert wird.