

M1a

Arbeitsauftrag:

1 Stellen Sie Vermutungen dazu an, welches die beliebtesten „Sozialen Medien“ der Deutschen sind.



Vermutung:

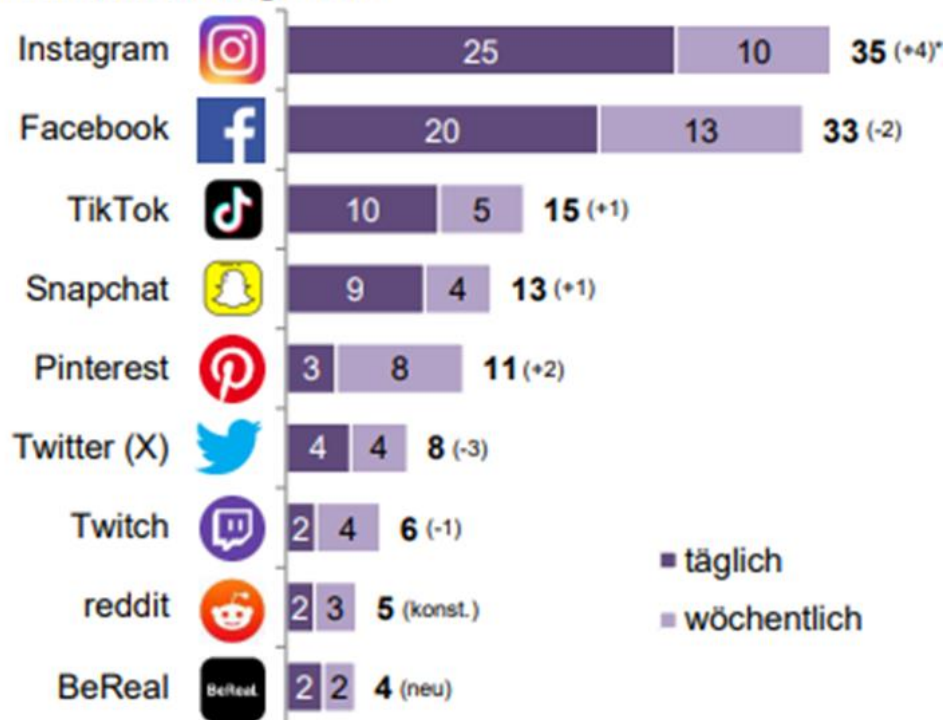
M1b

Arbeitsauftrag:

1. Vergleichen Sie Ihr Ergebnis mit den Ergebnissen der Untersuchung:
 - a. Überrascht Sie das Ergebnis, wenn ja, in welcher Weise?
 - b. Welche Gemeinsamkeiten haben Vermutungen und Untersuchungsergebnisse?
 - c. Was vermuten Sie, wieviel Prozent der Deutschen über 16 Jahren nutzen „Soziale Medien“?

Instagram baut seine Führung vor Facebook aus, TikTok hat sich auf Platz 3 etabliert, gefolgt von Snapchat. Twitter (X) mit weniger Reichweite.

Social Media-Angebote

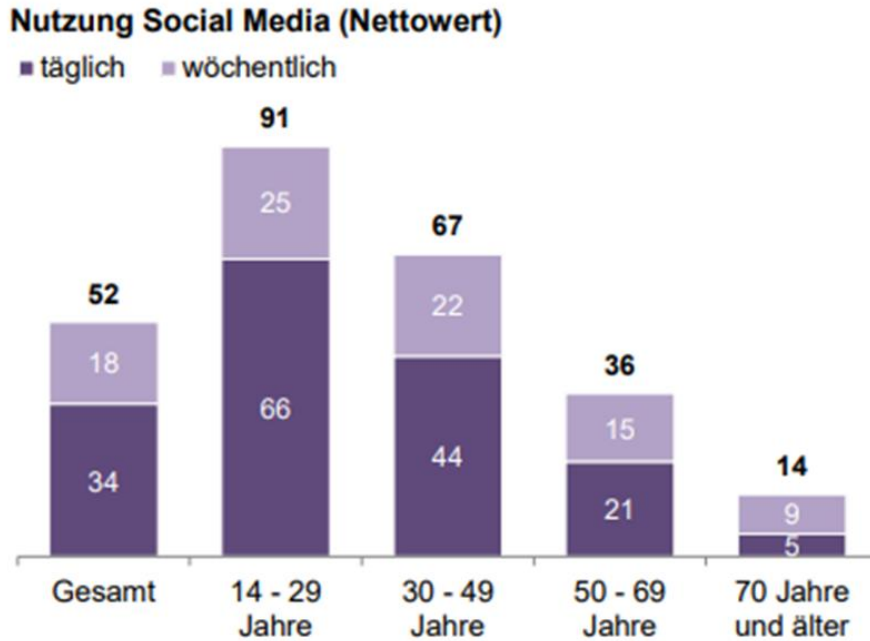


Quelle: ard-zdf-onlinestudie 2023

M1c

Arbeitsauftrag:

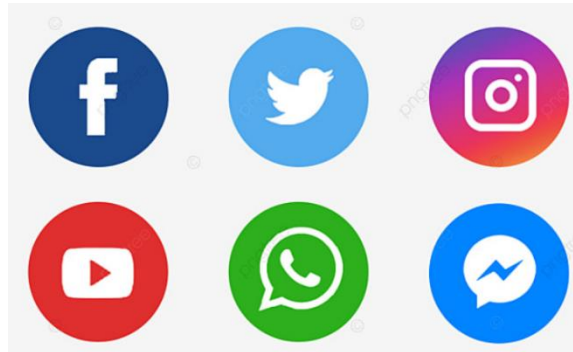
91 % der Deutschen ab 16 Jahren nutzen „Soziale Medien“. Erklären Sie, inwiefern das eine Bedeutung für die nächste Bundestagswahl hat?



Quelle: ard-zdf-onlinestudie 2023

https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2023/ARD_ZDF_Onlinestudie_2023_Publikationscharts.pdf

M2



Aufgabe

**Erstellen Sie eine Profil-Analyse Ihrer Wahlkreiskandidierenden
in den sozialen Netzwerken.**

Arbeitsschritte:

➔ Partnerarbeit (PA)

1. Analysieren Sie mithilfe von M3 das Profil der/des Ihnen zugewiesenen Wahlkreiskandidat/in in dem sozialen Netzwerk
 - a. Facebook
 - b. X (Twitter)
 - c. Instagram
 - d. You-Tube
 - e. ...

2. Finden Sie sich in Gruppen so zusammen, dass Sie unterschiedliche Kandidierende in unterschiedlichen sozialen Netzwerken miteinander vergleichen können.
 - a. Stellen Sie sich gegenseitig Ihre Profil-Analysen vor. Die Zuhörenden übernehmen die Informationen zum „**Fazit - Wirkung des Profils**“ in die Übersicht (M4).

 - b. Diskutieren Sie in der Gruppe folgende Fragen und notieren Sie Ihre Erkenntnisse (M4):
 - Welche Gemeinsamkeiten weisen die unterschiedlichen sozialen Medien auf?
 - Welche Unterschiede weisen die unterschiedlichen sozialen Medien auf?
 - Welches Profil fanden Sie besonders gelungen? Warum?

M3 Analyse in Partnerarbeit

Profil-Analyse	
Name Kandidat/in	
Wahlkreis	
Partei	
zu analysierendes soziales Netzwerk	
Analyse-Kriterien und Informationen zum Profil	
formale Analyse	
1 Profilname	
2 Profilbild - Wie wirkt das Profilbild auf Sie?	
3 angemeldet seit	
4 Anzahl Follower/ Abonnenten	
5 Anzahl abonnierte Profile	
6 Anzahl Posts/ Beiträge insgesamt	
7 Anzahl Posts/ Beiträge in den letzten 4 Wochen	
inhaltliche Analyse	
1 Themenschwerpunkt(e) - Lassen sich in den letzten 20 Posts Themenschwerpunkte erkennen? - Wenn ja, welche?	
2 Informationsgehalt der Beiträge - Sind für Sie neue Informationen dabei? - Wenn ja, welche?	
3 Verständlichkeit - Sind die Beiträge für Sie verständlich formuliert?	
4 Begründbarkeit - Werden Aussagen und Forderung begründet und erklärt?	
5 Art der Beiträge - vornehmlich Fotos, (lange/ kurze) Texte oder Collagen?	
6 Schreibstil - z.B. sachlich, angreifend, vorwerfend, anklagend, aggressiv, ironisch, humorvoll, überzogen?	
7 Adressat/innen - Welche Nutzergruppe(n) werden angesprochen?	
Fazit - Wirkung des Profils - Spricht Sie das Profil insgesamt an? Was gefällt Ihnen/ was gefällt Ihnen nicht? - Finden Sie die Form der Darstellung überzeugend? Was ist überzeugend/ nicht überzeugend?	

M4 Auswertung in der Gruppe

Profil-Analyse					
Name Kandidat/in					
Wahlkreis					
Partei					
zu analysierendes soziales Netzwerk					
Fazit - Wirkung des Profils					

Diskutieren Sie in der Gruppe folgende Fragen und notieren Sie Ihre Erkenntnisse:

<i>Welche Gemeinsamkeiten weisen die unterschiedlichen sozialen Medien auf?</i>	
<i>Welche Unterschiede weisen die unterschiedlichen sozialen Medien auf?</i>	
<i>Welches Profil fanden Sie besonders gelungen? Warum?</i>	