



M2

Was sind Influencer:innen und wie beeinflussen sie uns? Einem Artikel Informationen entnehmen

1. **Überfliege** den Text *Was sind Influencer und wie beeinflussen sie uns?*
2. **Lies** den Infokasten zum „Paraphrasieren, Zitieren und Zusammenfassen“ und dann den dir zugeteilten Textabschnitt (B, C oder D).
3. **Markiere** Sätze und Schlüsselwörter, die für deinen Textabschnitt zentrale Informationen beinhalten und übertrage die Schlüsselwörter auf Notizzetteln in deine Conceptboard.
4. **Paraphrasiere** die Sätze, die du in Aufgabe 2 markiert hast, und erstelle pro Paraphrase einen Notizzettel in deiner Conceptboard.
5. **Suche** ein **Zitat** aus dem Textabschnitt **aus**, das dir für deinen Abschnitt zentral erscheint, und notiere es in der Conceptboard.
6. **Sortiere** deine Schlüsselwörter, Paraphrasen und Zitate in der Conceptboard so, dass du den Inhalt deines Textabschnitts damit mündlich **zusammenfassen** kannst.
7. **Stelle** deiner Gruppe anhand der Ergebnisse deinen Textabschnitt **vor**.

**Artikel:** Schmid, Corinna: „Was sind Influencer und wie beeinflussen sie uns?“ Link: <https://medienkompass.de/was-ist-influencer-marketing/> (19.04.2023).

### **Didaktische Reduktion:**

Der Text kann entsprechend der Zwischenüberschriften in vier Abschnitte aufgeteilt werden. In Abschnitt A **„Was sind Influencer?“** können die Begriffe „Follower“, „Soziale Netzwerke“ und „Werbung“ als Schlüsselwörter markiert werden.

In Abschnitt B ist es möglich **„Influencer beeinflussen unsere Identitätsbildung“** die zweite Hälfte des ersten Absatzes von „Sie können uns auch dazu anhalten, aktiv zu werden...“ bis zum Ende des Absatzes „...sind Beispiele dafür“ aus dem Text zu kürzen. Als Schlüsselwörter lassen sich hier „Identitätsfindung“, „Zugehörigkeitsgefühl“, „Influencer Marketing“ und „authentisch“ markieren.

In Abschnitt C **„Wer vergleicht wird unglücklich“** kann man ab dem zweiten Satz des ersten Abschnitts „Nicht nur Jugendliche, ...“ kürzen. Als Schlüsselwörter können „unzufrieden“, „authentisch“, „Transparenz“ und „Bildbearbeitung“ markiert werden.

In Abschnitt D **„Influencer Marketing – nicht immer sind Meinungen und Empfehlungen von Influencern authentisch“** kann ab der Zwischenüberschrift „Kinder und Jugendliche mit ihren Influencer-Vorbildern begleiten“ bis „Es ist sinnvoll sich ehrlich zu fragen: ...“ gekürzt werden. Als Schlüsselwort kann man „Product Placement“ markieren.

## Info: Paraphrasieren, Zitieren und Zusammenfassen

Zur Erstellung eines **informierenden Sachtexts** ist es notwendig, Informationen aus unterschiedlichen Quellen zu entnehmen und zusammenzutragen. Bei einem schriftlichen Text ist dazu das folgende Vorgehen sinnvoll:

1. **Markiere die Sätze und Wörter**, die besonders wichtig zur Beantwortung deiner Fragestellung sind.
2. **Paraphrasiere die markierten Sätze.** Beim Paraphrasieren wird der Inhalt eines Satzes oder Textabschnitts in eigenen Worten wiedergegeben.

**Beispiel:**

<u>Original</u>	<u>Paraphrase</u>
Mit dem Wort „Influencer“ ist demnach eine Person gemeint, „die in sozialen Netzwerken besonders bekannt [und] einflussreich ist [und] bestimmte Werbebotschaften, Auffassungen o.Ä. vermittelt.“ (Z. 3f)	Influencer:innen sind Menschen, die in sozialen Netzwerken besonders berühmt sind und viel Einfluss haben. Sie vermitteln bestimmte Meinungen und / oder werben für Produkte (vgl. Z. 3f).

**Achtung:** Auch wenn eine Paraphrase kein direktes Zitat ist, muss man angeben, wo die paraphrasierten Inhalte im Text stehen. Dazu schreibt man hinter die Paraphrase in Klammern „(vgl. Z. xf.)“, was bedeutet: Vergleiche Zeile x (und) folgende.’

3. **Wähle direkte Zitate aus dem Text aus**, die den Inhalt besonders gut wiedergeben. Beispiel: „Influencer können maßgeblich Einfluss nehmen auf die Meinungsbildung ihrer ‚Follower‘“ (Z. 7) **Zitate stehen immer in Anführungszeichen.** Auch hier wird die Zeilenangabe hinter dem Zitat ergänzt.
4. **Fasse die wichtigsten Inhalte des Texts zusammen.** Eine Zusammenfassung ist kurz und enthält nur ausgewählte Informationen. Beispiel: Influencer\*innen sind Menschen, die in sozialen Netzwerken besonders berühmt sind und viel Einfluss haben. Sie vermitteln bestimmte Meinungen und / oder werben für Produkte (vgl. Z. 9f) Sie beeinflussen die Meinung ihrer Follower (vgl. Z.7), zum Beispiel indem sie Werbung für bestimmte Produkte machen. (Vgl. Z. 10)