
BACHELORARBEIT

Frau
Henriette Heus

Politisches Wissen auf Instagram

Eine qualitative Inhaltsanalyse des Instagram Formats News-WG

2022

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Politisches Wissen auf Instagram

Eine qualitative Inhaltsanalyse des Instagram Formats News-WG

Autor/in:

Frau Henriette Heus

Studiengang:

Medienmanagement

Seminargruppe:

MM17wE-B

Erstprüfer:

Prof. Sc. Rika Fleck

BACHELOR THESIS

Political Knowledge on Instagram

A qualitative content analysis of the Instagram channel News-WG

author:

Ms. Henriette Heus

course of studies:

Media Management

seminar group:

MM17wE-B

first examiner:

Prof. Sc. Rika Fleck

second examiner:

Cornelia Kanter

Bibliografische Angaben

Heus, Henriette

Politisches Wissen auf Instagram. Eine qualitative Inhaltsanalyse des Instagram Formats News-WG

Political Knowledge on Instagram. A qualitative content analysis of the Instagram channel News-WG

55 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2022

Abstract

Diese Arbeit geht der Frage nach, wie politisches Wissen über Social Media an die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen vermittelt wird. Dazu wird eine qualitative Inhaltsanalyse des Instagram Formats News-WG durchgeführt. Der Theorieteil der Arbeit beschäftigt sich mit den Begriffen politisches Wissen, politischer Journalismus, Social Media, Instagram, der Relevanz Instagrams für den (politischen) Journalismus sowie mit dem Untersuchungsgegenstand der Analyse, der News-WG und ihrer Zielgruppe den 18- bis 24-Jährigen. Die Analyse wurde auf Grundlage von Storys und Feedposts durchgeführt, die über einen einwöchigen Zeitraum festgehalten wurden. Ergebnis der Analyse ist, dass die News-WG unter anderem mittels der Kategorien Form, Inhalt und Gestaltung, Interaktion sowie der (inhaltlichen) Struktur politisches Wissen an die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen vermittelt. Diese Arbeit stellt in diesem Zusammenhang eine erste Grundlage dar, um auf Basis ihrer Ergebnisse weitere Forschung in diesem Bereich vorzunehmen.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	IV
1 Einleitung.....	1
1.2 Methodische Vorgehensweise.....	2
1.3 Aufbau der Arbeit	4
2 Theoretische Grundlagen	5
2.1 Politisches Wissen	5
2.1.1 Politischer Journalismus.....	8
2.2 Social Media.....	12
2.2.1 Instagram	15
2.2.2 Die Relevanz von Instagram für den (politischen) Journalismus.....	23
2.3 Die News-WG	25
2.3.1 Die Zielgruppe.....	29
3 Analyse	34
3.1 Ablaufmodell	34
3.2 Gegenstand, Ziel und Material der Analyse.....	35
3.3 Induktive Kategorienbildung und theoriegeleitete	36
Zusammenfassung des Kategoriensystems	36
4 Schlussbetrachtung.....	52
4.1 Zusammenfassung der Ergebnisse und	52
Beantwortung der Forschungsfrage	52
4.2 Reflexion	54
4.3 Ausblick.....	54
Literaturverzeichnis	XIV
Anhang.....	XIX
Eigenständigkeitserklärung	CIV

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Profil der News WG auf Instagram.....	26
Abbildung 2: Ablaufmodell.....	35

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Formate und Bildformen auf Instagram.....	18
Tabelle 2: Gestalterische Funktionen Instagrams.....	22

1 Einleitung

Wie wird politisches Wissen über Social Media an die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen vermittelt? Dieser Frage widmet sich diese Arbeit. Aber warum gerade diese Frage? Soziale Medien werden vor allem von jungen Menschen vermehrt genutzt, um sich über politische Themen zu informieren.¹ Dies belegt auch der Reuters Digital News Report aus dem Jahr 2021. Demnach zählen soziale Medien zu den bedeutendsten Zugängen zu politischem Wissen in der Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen.² Auch die Social Media Plattform Instagram wird in dieser Zielgruppe zum Konsumieren von politischen Inhalten genutzt. Bei den Umfragen des Reuters Digital News Reports gab jede*r vierte in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen an, Instagram regelmäßig als Quelle politischer Inhalte zu nutzen.³ Die News-WG ist ein 2018 entwickeltes Instagram Format des Bayerischen Rundfunks, welches politische Inhalte über Instagram verständlich an die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen vermitteln soll. Das Format wurde bereits mit mehreren renommierten Preisen ausgezeichnet, darunter der Axel Springer Preis für Nachwuchsjournalist*innen, der Smart Hero Award und der Prix Italia 2019.⁴ Darüber hinaus wird die News-WG in verschiedener Literatur als innovatives Instagram Format genannt, beispielsweise in Selina Bettendorfs Buch „Instagram-Journalismus für die Praxis.“⁵ oder auch im Sammelband „Fake News, Framing, Fact-Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter.“⁶ und in „Journalismus und Instagram“⁷. Ausgehend von dem Erfolg des Formats soll es als Fallbeispiel in dieser Arbeit dienen, um der oben genannten Forschungsfrage nachzugehen.

Auch wenn das Phänomen der Social Media Nutzung für politische Inhalte durch Studien wie den Reuters Digital News Report bereits erfasst wird und Formate wie die News-WG diesem Nutzungsverhalten scheinbar entgegenkommen, wurde dieses Phänomen bisher nur vereinzelt tiefergehend erforscht. Darin liegt sowohl die Motivation

¹ Vgl. (Maier 2021, S. 6).

² Vgl. (Hölig et al. 2021, S. 42).

³ Vgl. (Hölig et al. 2021, S. 49).

⁴ Vgl. (Pötzsch 2020, S. 343).

⁵ Vgl. (Bettendorf 2020, S. 65).

⁶ Vgl. (Köhler 2020, S. 333).

⁷ Vgl. (Schützeneder und Graßl 2022, S. 23).

als auch die Relevanz dieser Arbeit. Ziel der Arbeit ist es daher eine Grundlage für die weitere Erforschung dieses Bereichs zu schaffen. Die Arbeit beschränkt sich durch die Auswahl des Fallbeispiels bewusst auf die Social Media Plattform Instagram, um eine möglichst tiefe Analyse und Betrachtung zu gewährleisten. Anhand der sogenannten Lasswell-Formel lässt sich der Fokus dieser Arbeit noch genauer erläutern. Die Formel lautet: „Wer sagt was, mit welchen Mitteln, zu wem, mit welcher Wirkung“.⁸ In dieser Arbeit geht es vor allem darum zu untersuchen „mit welchen Mitteln“ die News-WG das politische Wissen über die Plattform Instagram vermittelt. Um das „Wie“ bzw. „mit welchen Mitteln“ untersuchen zu können, wird auch, aus der Lasswell Formel abgeleitet, das „Wer sagt was“ und das „zu wem“ betrachtet. Mit welcher Wirkung die Inhalte vermittelt werden, kann in dieser Arbeit nicht abschließend beantwortet werden, da die Frage nach der Wirkung vor allem Teil der Wirkungsforschung ist.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Nachdem das Thema, die Forschungsfrage und Zielsetzung dieser Arbeit erläutert wurden, wird in diesem Kapitel auf die methodische Vorgehensweise eingegangen. Angewandt wird die beschriebene Methodik dann in Kapitel 3. Die vorliegende Arbeit richtet sich in ihrer methodischen Vorgehensweise nach der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring, die sich besonders für Einzelfallanalysen eignet. Mayring schreibt über die Methode folgendes:

„Zusammenfassend will [...] [die] Inhaltsanalyse:

- *Kommunikation* [Hervorhebung im Original] analysieren.
- *Fixierte* [Hervorhebung im Original] Kommunikation analysieren.
- Dabei *systematisch* [Hervorhebung im Original] vorgehen.
- Dabei also *regelgeleitet* [Hervorhebung im Original] vorgehen.
- Dabei auch *theoriegeleitet* [Hervorhebung im Original] vorgehen.

⁸ (Mayring 2015, S. 58).

- Das Ziel verfolgen, *Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation* [Hervorhebung im Original] zu ziehen.⁹

Was diese aufgeführten Charakteristika der Methode bedeuten, soll nun näher erläutert werden. Zunächst einmal wird die Methode genutzt, um sich mit verschiedenen Formen der Kommunikation zu beschäftigen. Mit Kommunikation ist häufig, aber nicht ausschließlich, Sprache gemeint. Auch Bilder, Musik oder andere Formen der Kommunikation können zum Gegenstand einer qualitativen Inhaltsanalyse gemacht werden. Um die jeweilige Form der Kommunikation der Analyse verfügbar zu machen, muss diese festgehalten, also protokolliert werden. Mayring spricht hier von „fixierter Kommunikation“.¹⁰ Ein weiterer Punkt, der sich auf den Gegenstand der Kommunikation bezieht, aber im oben genannten Zitat nicht vorkommt, ist der Einbezug des Kommunikationszusammenhangs in die Analyse. Damit ist gemeint, dass das zu analysierende Material immer als Teil eines Kommunikationsprozesses verstanden werden muss. Nur auf diesem Weg kann das Material innerhalb des jeweiligen Kontextes interpretiert werden und damit können dann „Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation [gezogen werden].“¹¹ Die Systematik und Regelgeleitetheit im Vorgehen der Analyse sind zentrales Merkmal der qualitativen Inhaltsanalyse. Damit ist insbesondere ein konkretes Ablaufmodell gemeint, an dem sich die Analyse orientiert. Da die qualitative Inhaltsanalyse kein Standardinstrument ist, muss auch das konkrete Ablaufmodell immer an den zu untersuchenden Gegenstand angepasst werden.¹² Zentraler Teil des Ablaufmodells ist die Erstellung eines Kategoriensystems. Ziel des Kategoriensystems ist es die Analyse zu konkretisieren. Die Kategorien selbst sind zu verstehen als die Bereiche, die anhand des Materials analysiert werden sollen. Somit wird deutlich, dass die Inhaltsanalyse ausschließlich die Untersuchung des Materials anhand der Kategorien anstrebt.¹³ Ähnlich zum Ablaufmodell muss auch das Kategoriensystem, angepasst an den Gegenstand, zu jeder Analyse passend konstruiert werden.¹⁴ Wichtig ist dabei die Definition der Analyseeinheiten, um die Systematik und Regelgeleitetheit weiterhin zu erfüllen. Die drei Analyseeinheiten, die es zu definieren gilt, sind die Aus-

⁹ (Mayring 2015, S. 13).

¹⁰ Ebd.

¹¹ Ebd.

¹² Vgl. (Mayring 2015, S. 61).

¹³ Vgl. (Mayring und Hurst 2005, S. 438).

¹⁴Vgl. (Mayring 2015, S. 86–87).

wertungseinheit, die Kodiereinheit und die Kontexteinheit. Mit der Auswertungseinheit ist gemeint, welche Textportionen, in welcher Reihenfolge analysiert werden. Die Kodiereinheit bezeichnet den kleinsten möglichen Teil des Textes, der in einer Kategorie berücksichtigt werden darf. Die Kontexteinheit beschreibt wiederum den größten Teil des Textes, der in einer Kategorie berücksichtigt werden darf.¹⁵¹⁶ Zuletzt bleibt die Theoriegeleitetheit der Analyse zu erläutern. Diese bedeutet, „dass der Stand der Forschung zum Gegenstand [...] systematisch bei allen Verfahrensentscheidungen herangezogen wird.“¹⁷

Nun wurden die grundlegenden Charakteristika der qualitativen Inhaltsanalyse, die in dieser Arbeit als Methode dienen soll, erläutert. In Kapitel 3 wird darauf aufbauend die Umsetzung der Methode in dieser Arbeit erklärt. Im nun folgenden Kapitel 1.3 wird der Aufbau dieser Arbeit beschrieben.

1.3 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit widmet sich in ihrem Aufbau zunächst den theoretischen Grundlagen für die darauffolgende Analyse. Dazu ist es wichtig zu sagen, dass in dieser Arbeit vorrangig mit Begriffsannäherungen, anstatt allgemeingültiger Definitionen gearbeitet wird. Sollten doch spezifische Definitionen genannt werden, dienen sie zur Verdeutlichung des in dieser Arbeit vorliegenden Verständnisses eines Begriffs. Das Kapitel der theoretischen Grundlagen ist in drei Unterkapitel unterteilt. Das erste dieser Unterkapitel widmet sich dem Begriff des politischen Wissens. Darauf aufbauend wird erläutert was unter politischem Journalismus verstanden wird und welche Funktionen dieser hat. Im zweiten Unterkapitel wird auf den Begriff Social Media im Allgemeinen und dann spezifisch auf die Social Media Plattform Instagram und deren Relevanz für politischen Journalismus eingegangen. Im darauffolgenden dritten Unterkapitel wird der konkrete Untersuchungsgegenstand, das Instagram Format News-WG vorgestellt und die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen näher betrachtet. Nachdem diese Grundlagen etabliert

¹⁵ Vgl. (Mayring und Hurst 2005, S. 439).

¹⁶ Vgl. (Mayring 2015, S. 51).

¹⁷ (Mayring 2015, S. 53).

wurden, wird im dritten Kapitel dieser Arbeit die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse in Bezug auf diese Arbeit erläutert. Daran anschließend werden die Ergebnisse der durchgeführten Analyse dargestellt. Zuletzt findet eine Schlussbetrachtung statt, in der die Ergebnisse der Analyse zusammengefasst werden, um die Forschungsfrage zu beantworten.

In dieser Arbeit wird gendergerechte Sprache verwendet, um alle Geschlechter gleichermaßen anzusprechen. Mit dem Gendersternchen werden alle Geschlechter in einem Wort erfasst.

2 Theoretische Grundlagen

Dieses Kapitel gibt einen Überblick über die wichtigsten theoretischen Grundlagen zu dieser Arbeit. Damit übernimmt dieses Kapitel die Einordnung des Analysegegenstandes in seinen allgemeinen Kommunikationszusammenhang. Indem Hintergrundwissen über den Objektbereich, die Autor*innen und die Zielgruppe des Analysegegenstandes bereitgestellt werden, können interpretative und vermutende Schritte der Analyse besser nachvollzogen werden. Insgesamt beschäftigt sich dieses Kapitel mit den Begriffen und Themen politisches Wissen, politischer Journalismus, Social Media, Instagram, der Relevanz Instagrams für den politischen Journalismus, der News-WG selbst sowie ihrer Zielgruppe.

2.1 Politisches Wissen

Der Begriff „politisches Wissen“ ist ein zentraler Bestandteil dieser Arbeit. Im folgenden Abschnitt findet daher eine Annäherung an den Begriff statt. Eine umfassende sowie allgemeingültige Definition wird dabei nicht gegeben, da in der Forschung unterschiedliche Konzeptionalisierungen des Begriffs bestehen. Des Weiteren wird der Begriff nicht in seine einzelnen Bestandteile „politisch“ und „Wissen“ getrennt. Viele Arbeiten, die sich mit dem Begriff auseinandersetzen, betrachten diese Bestandteile getrennt voneinander. Aus Gründen des Umfangs findet diese Vorgehensweise hier jedoch nicht statt und „politisches Wissen“ wird als ein Begriff verstanden.

Bei dem Versuch eine Annäherung an den Begriff „politisches Wissen“ zu formulieren, scheint die Auseinandersetzung mit den US-Forschern Delli Carpini und Keeter unumgänglich.¹⁸ Ihre Definition von politischem Wissen aus ihrem Standardwerk „What Americans should know about politics“ aus dem Jahr 1996 wird in der empirischen Forschung immer wieder zitiert und aufgegriffen.^{19,20,21} Diese lautet: „We define political knowledge as the range of factual information about politics that is stored in long term memory.“²² Auch wenn die Definition sehr kurz ausfällt, erscheint sie auf den ersten Blick inhaltlich nicht unbedingt eindeutig. Gemeint ist mit diesem Satz, dass der Begriff „politisches Wissen“ „das quantitative Ausmaß im Langzeitgedächtnis gespeicherter Fakten über politische Angelegenheiten [Hervorhebung im Original]“²³ beschreibt. Wichtig zu ergänzen ist, dass hier ausschließlich von Faktenwissen die Rede ist. Politische Fakten, die objektiv sowie eindeutig und überprüfbar richtig sind. Damit schließt die Definition subjektives politisches Wissen bzw. Verständniswissen aus.²⁴ Bettina Westle und Markus Tausendpfund nehmen Bezug auf dieses Defizit der Definition in ihrem Sammelband „Politisches Wissen: Relevanz, Messung und Befunde“. Politisches Faktenwissen sei nach Westle und Tausendpfund keine ausreichende Voraussetzung „für ein tieferes Verständnis politischer Vorgänge“²⁵, da die Fakten zunächst in ihren Kontext eingeordnet werden müssten, um Bedeutung zu erlangen. Dennoch sei das Faktenwissen das Fundament für darauf aufbauendes Verständniswissen.²⁶ Was ist nun aber genau mit politischem Verständnis(-wissen) gemeint? Auch hierzu äußern sich Westle und Tausendpfund und beschreiben politisches Verständnis als:

¹⁸ Es konnte bei der Recherche nur auf Ausschnitte des Buches „What Americans know about politics“ von Delli Carpini und Keeter zugegriffen werden. Deshalb wird im Zusammenhang mit den Aussagen dieses Werkes nicht immer die Primärquelle zitiert, da Sekundärquellen aufgrund des fehlenden Zugangs zu bestimmten Ausschnitten herangezogen werden mussten.

¹⁹ Vgl. (Oberle 2012, S. 49–50).

²⁰ Vgl. (Cleve und Tausendpfund 2021, S. 82).

²¹ Vgl. (Schübel et al. 2018, S. 15).

²² (Delli Carpini und Keeter 1996, S. 10).

²³ (Schübel et al. 2018, S. 15).

²⁴ Vgl. (Westle und Tausendpfund 2019, S. 4).

²⁵ Ebd.

²⁶ Vgl. Ebd.

„[...] die Fähigkeit, das [politische] Faktenwissen anzuwenden, um politische Informationen zu verstehen und einordnen zu können sowie fundierte Meinungen zu bilden und Entscheidungen treffen zu können [...].“²⁷

Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird es um die Wissensvermittlung gehen. Dabei wird vor allem von der Vermittlerseite, und weniger der Empfängerseite ausgegangen. Daher ist das Faktenwissen hier von größerem Interesse. Es soll - nicht wie in anderen empirischen Untersuchungen - das bestehende Wissen einer bestimmten Zielgruppe untersucht werden, sondern die Art der Wissensvermittlung an eine bestimmte Zielgruppe.

Daraus ergibt sich die Notwendigkeit einer näheren Betrachtung von politischem Faktenwissen. Delli Carpini und Keeter teilen dieses Wissen in drei Bereiche ein, erstens „rules of the game“, zweitens „people and parties“ sowie drittens „substance of politics“. Die Autor*innen Westle und Tausendpfund sowie Melcher greifen die Aufteilung Delli Carpini und Keeters auf und erläutern sie. Mit der Bezeichnung „rules of the game“ ist in erster Linie Strukturwissen²⁸ bzw. institutionelles Basiswissen²⁹ gemeint. Nach Westle und Tausendpfund ist damit vor allem „die Funktionsweise des politischen Systems“³⁰ gemeint. Melcher spezifiziert diese Aussage, indem er schreibt

„[der Wissensbereich „rules of the game“] beinhaltet Wissen über den institutionellen Aufbau des politischen Systems [...] und den darin ablaufenden Prozessen [...]“³¹

Daraus folgend würde unter diesen Bereich der Aufbau des Parlamentes fallen oder auch die Regelung der Erst- und Zweitstimmen bei Bundestagswahlen. Hinter „people and parties“ steht das sogenannte Akteur*innenwissen, das bedeutet, Wissen über politische Akteur*innen wie Politiker*innen aber auch Parteien. Zu dieser Kategorie gehören nicht nur die Namen von Politiker*innen und Parteien und welche Politiker*innen welcher Partei angehören, sondern auch deren jeweilige ideologische Orientierung sowie Standpunkte.³² Der Bereich „substance of politics“ bezeichnet

²⁷ (Westle und Tausendpfund 2019, S. 5).

²⁸ Vgl. (Melcher 2021, S. 28).

²⁹Vgl. (Westle und Tausendpfund 2019, S. 5).

³⁰ Ebd.

³¹ (Melcher 2021, S. 24).

³² Vgl. Ebd.

Themenwissen. Ausführlicher gesagt, Wissen über sozioökonomische sowie politische Probleme, Streitfragen und Themen. Darüber hinaus gehören zu diesem Bereich auch Wissensbestände zu den jeweiligen Themenschwerpunkten der Regierung und der Opposition eines Landes aber auch der einzelnen Parteien.³³ Doch warum ist politisches Wissen überhaupt von Relevanz für Bürger*innen? Kurz gesagt, es ermöglicht jeder einzelnen Person „die politische Welt zu begreifen“³⁴. Dazu gehört auch, die eigenen politischen Interessen zu erkennen und nach ihnen zu handeln, beispielsweise indem bei Wahlen die eigene Stimme abgegeben wird. Politisches Wissen fördert darüber hinaus die Fähigkeit neues politisches Wissen aufzunehmen, zu verstehen und kritisch zu beurteilen. Dies wiederum führt zu einer geringeren Anfälligkeit für Falschinformationen.³⁵ Eine weitere Auswirkung von politischem Wissen, ist die grundsätzlich demokratischere bzw. tolerantere Einstellung und das stärkere Engagement das es bei Bürger*innen fördert. Diese Auswirkungen von politischem Wissen zeigen auf, warum es essenziell für eine funktionierende Demokratie ist.³⁶

In diesem Kapitel fand eine Annäherung an den Begriff „politisches Wissen“ statt. Eingeteilt werden konnte der Begriff, unter Berufung auf die Definition von Delli Carpini und Keeters, in Verständniswissen und Faktenwissen. Das Faktenwissen wiederum kann nach Delli Carpini und Keeter in die drei Kategorien „rules of the game“, „people and parties“ sowie „substance of politics“ unterteilt werden. Das folgende Kapitel widmet sich dem Begriff des politischen Journalismus.

2.1.1 Politischer Journalismus

Im vorangegangenen Kapitel wurde beschrieben, was der Begriff politisches Wissen umfasst und warum dieses in einer Demokratie von Relevanz ist. Doch nun stellt sich die Frage mit welchen Mitteln politisches Wissen an die Bürger*innen herangetragen wird. Die Antwort auf diese Frage verbirgt sich hinter politischem Journalismus. Als Grundlage für die folgende Betrachtung dieses Begriffs ist zunächst wichtig zu wissen,

³³ Vgl. Ebd.

³⁴ (Schübel et al. 2018, S. 44).

³⁵ Vgl. (Westle und Tausendpfund 2019, S. 2–3).

³⁶ Vgl. Ebd.

was Journalismus ist bzw. bedeutet. Der Autor Klaus Meier formuliert passend dazu diese Definition:

„Journalismus recherchiert, selektiert und präsentiert Themen, die neu, faktisch und relevant sind. Er stellt Öffentlichkeit her, indem er die Gesellschaft beobachtet, diese Beobachtung über periodische Medien einem Massenpublikum zur Verfügung stellt und dadurch eine gemeinsame Wirklichkeit konstruiert. Diese konstruierte Wirklichkeit bietet Orientierung in einer komplexen Welt.“³⁷

Der Autor Janis Brinkmann erläutert diese Definition in seinem Buch „Journalismus. Eine praktische Einführung. Laut Brinkmann verbindet die Definition verschiedene Aspekte des Begriffs Journalismus miteinander, darunter verschiedene journalistische Handlungen sowie Funktionen des Journalismus. Zu den journalistischen Handlungen gehören beispielsweise die Recherche, Selektion und Präsentation von Themen. Aber auch die Herstellung von Öffentlichkeit, die Beobachtung der Gesellschaft und die Publikation dieser Beobachtungen in den Medien gehören zum journalistischen Handeln dazu. Eine Auswirkung dieses Handelns ist die Orientierung, die der Journalismus der Gesellschaft verschafft. Journalistische Handlungen und Funktionen des Journalismus überschneiden sich hier. Ein weiterer Aspekt der Definition ist die Abgrenzung des Journalismus zu anderen Feldern der Kommunikation. Nach Klaus Müller findet diese Abgrenzung durch folgende Eigenschaften des Journalismus statt: die Themen sind „*neu, faktisch und relevant*“³⁸, diese werden in regelmäßigen Abständen von Medien publiziert und damit einem Massenpublikum bereitgestellt.³⁹

Nachdem nun verdeutlicht wurde, was in dieser Arbeit unter dem Begriff Journalismus verstanden wird bleibt die Frage, was politischen Journalismus ausmacht. Die Autor*innen Prinzing und Blum stellen ihrem Handbuch für politischen Journalismus diese Definition voran:

„Politischer Journalismus ist jener Journalismus, der sich [...] mit den Rahmenbedingungen, Absichten, Ereignissen, Handlungen, Themen und Akteuren des politisch-administrativen Systems und politischer Bürgeraktionen befasst und die Informationen darüber dem Publikum über

³⁷ (Meier 2018, S. 14).

³⁸ Ebd.

³⁹ Vgl. (Brinkmann 2021, S. 22).

*Kanäle aktueller und öffentlicher Medien so rasch, so kompetent, so verständlich und so unterhaltend wie möglich vermittelt, in Zusammenhänge einordnet und kommentiert.*⁴⁰

In dieser Definition wird deutlich abgesteckt womit sich der politische Journalismus inhaltlich befasst und wie diese Informationen vermittelt und veröffentlicht werden. Soweit erscheint die Definition eindeutig. Was sind aber nun die genauen Funktionen dieses (politischen) Journalismus. Grundsätzlich umfasst der (politische) Journalismus nach Roland Burkart folgende Funktionen⁴¹:

- **Informationsfunktion:** Hierbei handelt es sich einfach ausgedrückt um „das Reduzieren von Nichtwissen“⁴². Der Journalismus vermittelt Informationen, die wiederum der Gesellschaft Orientierung bieten und die Meinungsbildung unterstützen. Somit wird Einfluss genommen auf das Wissen, die Wahrnehmung und Vorstellung der Bürger*innen. Da dieser Einfluss nicht zu unterschätzen ist, existieren bestimmte Qualitätskriterien wie Vollständigkeit, Objektivität und Verständlichkeit. Diese Kriterien jeder Zeit vollständig zu erfüllen ist jedoch faktisch nicht realisierbar.⁴³
- **Funktion Öffentlichkeit herzustellen:** Öffentlichkeit ist notwendig in einer Demokratie. Nur durch Öffentlichkeit, die der Journalismus durch die Berichterstattung schafft, können gesamtgesellschaftliche Themen wahrgenommen werden. In Verbindung damit steht auch die Artikulationsfunktion, die der Journalismus innehat. Dabei geht es darum, verschiedenen Interessensgruppen (beispielsweise Parteien oder auch Protestgruppen) und deren jeweiligen Standpunkten öffentliche Präsenz zu verschaffen.⁴⁴
- **Diskursive Funktion:** Hierbei geht es um die vermittelnde Position, die der Journalismus zwischen politischen Akteur*innen und den Bürger*innen einer demokratischen Gesellschaft einnimmt. Journalist*innen erhalten in der Regel Informationen von unterschiedlichen politischen Akteur*innen. Diese Informationen werden dann durch die Journalist*innen hinterfragt und auf ihren Wahrheitsgehalt hin geprüft und erst dann veröffentlicht. Auf diesem Weg

⁴⁰ (Prinzing und Blum 2021, S. 21).

⁴¹ Die hier aufgeführten Funktionen werden auf Grund des Umfangs dieser Arbeit komprimiert erläutert.

⁴² (Burkart 2021, S. 118).

⁴³ Vgl. (Burkart 2021, S. 118–119).

⁴⁴ Vgl. (Burkart 2021, S. 125–129).

moderieren Journalist*innen gesellschaftliche Diskurse, optimieren die medienvermittelte Kommunikation und handeln verständigungsorientiert zwischen Medienpublikum und politischen Akteur*innen.⁴⁵

- **Kritik- und Kontrollfunktion:** Indem der Journalismus seine Informationsfunktion und diskursive Funktion erfüllt und Vorgänge und Zustände im Zusammenhang mit politischen Akteur*innen transparent macht, ermöglicht er eine gewisse Kontrolle dieser. Daher kann der Journalismus auch als „*ständiges Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertreter[*innen] in Parlament und Regierung* [Hervorhebung im Original]“⁴⁶ gesehen werden. In Verbindung mit der Kritik- und Kontrollfunktion nimmt der Journalismus auch eine seismographische Rolle ein. Damit ist gemeint, dass der Journalismus als eine Art Frühwarnsystem für gesellschaftliche Probleme fungiert, indem er Missstände transparent macht. Auf diese Weise fördert der Journalismus gesellschaftliche Problembewältigung.⁴⁷
- **Politische Sozialisations- und Bildungsfunktion:** Mit der politischen Sozialisation ist vor allem die politische Wissensvermittlung durch den politischen Journalismus gemeint. Der Journalismus soll dazu beitragen „das politische System übersichtlicher und (einigermaßen) durchschaubar zu machen“⁴⁸ und Optionen der Partizipation offenlegen. Mit dieser politischen Sozialisation ist die Bildungsfunktion des politischen Journalismus eng verknüpft. Die politische Bildung steht vor allem für die Fähigkeit der Bürger*innen das eben genannte Wissen auch verstehen und in den Kontext setzen zu können. Denn nur so können die Bürger*innen vorhandene Möglichkeiten der Partizipation erkennen und sie auch entsprechend wahrnehmen.⁴⁹
- **Integrationsfunktion:** diese Funktion beschreibt laut Burkart die „Aufrechterhaltung eines öffentlichen Dialogs“⁵⁰ durch den politischen Journalismus.

⁴⁵ Vgl. (Burkart 2021, S. 129–132).

⁴⁶ (Burkart 2021, S. 134).

⁴⁷ Vgl. (Burkart 2021, S. 132–134).

⁴⁸ (Burkart 2021, S. 136).

⁴⁹ Vgl. (Burkart 2021, S. 135–136).

⁵⁰ (Burkart 2021, S. 137).

Nachdem nun die verschiedenen Funktionen des politischen Journalismus erläutert wurden, ist noch ein Begriff im Zusammenhang mit politischem Journalismus wichtig an dieser Stelle zu definieren – der Begriff Nachricht. Nach den Autoren Schwiesau und Ohler lässt sich der Begriff wie folgt definieren:

„Die Nachricht ist eine direkt auf das wesentliche konzentrierte und möglichst objektive Mitteilung über ein neues Ereignis, das für die Öffentlichkeit wichtig und/ oder interessant ist.“⁵¹

Damit ist die Nachricht eine von mehreren journalistischen Darstellungsformen, die besonders im politischen Journalismus ihren Einsatz findet.

In diesem Kapitel wurde der Begriff des politischen Journalismus betrachtet, da durch ihn politisches Wissen an die Bürger*innen eines Landes vermittelt wird und die News-WG ein politisch journalistisches Format darstellt. Zunächst wurde dafür das Verständnis des Begriffs Journalismus und darauf aufbauend das Verständnis von politischem Journalismus in dieser Arbeit dargestellt. Anschließend wurden die Funktionen des politischen Journalismus erläutert und die Darstellungsform der Nachricht definiert. Im nächsten Kapitel wird der Begriff Social Media näher betrachtet.

2.2 Social Media

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Vermittlung von politischem Wissen über Social Media. Mit dem Begriff des politischen Wissens wurde sich bereits auseinandergesetzt und ebenso welche Funktion der politische Journalismus im Zusammenhang mit politischem Wissen besitzt. Ausstehend ist damit eine Erklärung des Begriffs Social Media.

Alexander Decker nimmt in seinem Buch „Social Media - grundlegende Aspekte zum Begriff und zum systemischen Management“ eine Annäherung an den Begriff vor, indem er den Begriff durch das Analysieren bereits bestehender Definitionen greifbar zu machen versucht. Aus seiner Analyse zieht Decker folgende Schlüsse:

⁵¹ (Schwiesau 2016, S. 2).

- Es bestehen zwei unterschiedliche Arten von Definitionen. Zum einen die, die den technischen Aspekt des Begriffs in den Vordergrund stellen und zum anderen die, die sich damit auseinandersetzen wie Menschen die Plattformen nutzen.⁵²
- Unter den unterschiedlichen Definitionen des Begriffs herrscht jedoch vor allem Uneinigkeit darin, welche Plattformen als soziale Medien bezeichnet werden und welche nicht.⁵³
- Der Begriff wird häufig synonym mit unterschiedlichen Begriffen verwendet. Diese lauten: Soziale Medien, soziale (Anwendungs-) Plattformen, Social-Media-Kanäle oder -Plattformen oder auch Social Web.⁵⁴

Als Ergebnis seiner Analyse formuliert Decker selbst eine differenzierte Definition des Begriffs. Dabei unterscheidet er, was der Begriff im Singular und im Plural bedeutet.

„[Im Singular beschreibt der Begriff] das Phänomen, bei dem Nutzer über virtuelle Anwendungsformen des Web 2.0, des Web 3.0 oder sonstigen technischen Weiterentwicklungen miteinander interagieren, dabei eigene Inhalte kreieren und diese miteinander austauschen. [...] Im Plural umfasst [der Begriff] die damit verbundenen digitalen Kommunikationsdienste und Technologien, um die zuvor erwähnte Interaktion zwischen den Nutzern zu ermöglichen.“⁵⁵

Um diese immer noch weit gefasste Definition zu spezifizieren, führt Decker spezifische Charakteristika des Begriffs Social Media auf. Das erste der drei Kriterien ist das personalisierte Profil. Mit diesem Profil schaffen die User*innen eine virtuelle Selbstdarstellung von sich. Inhalt des Profils sind zunächst der Name sowie optional ein Spitzname. Auch ein Profilbild, also ein Foto der User*in, und andere persönliche Informationen wie beispielsweise das Geburtsdatum oder eigene Interessen, können Teil des Profils sein. Das zweite Kriterium beschreibt die Möglichkeit der User*innen untereinander Kontakte zu schließen und so ein Netzwerk zu bilden. Das dritte und letzte Kriterium bezieht sich auf die Kommunikation unter den User*innen. Dabei unterscheidet sich die Form der Kommunikation je nach Plattform. Möglichkeiten stellen beispielsweise Kommentare, persönliche Nachrichten oder auch öffentliche

⁵² Vgl. (Decker 2019, S. 113).

⁵³ Vgl. (Decker 2019, S. 110).

⁵⁴ Vgl. (Decker 2019, S. 115).

⁵⁵ (Decker 2019, S. 115).

Kommunikation dar. Anhand dieser Kriterien lässt sich entscheiden, welche Plattform oder Anwendung unter den Begriff Social Media fällt und welche nicht.⁵⁶

Wie bereits Decker aus seiner Analyse schlussfolgert, existieren verschiedene Arten von sozialen Netzwerken. Der Autor Jan-Hinrik Schmidt unterscheidet hier zwischen den Kategorien Netzwerkplattformen, Multimediaplattformen, Weblogs, Microblogs, Instant-Messaging-Diensten und Wikis.

Netzwerkplattformen, auch soziale Netzwerke und Online-Communities genannt, haben zum Ziel, dass sich die User*innen miteinander vernetzen. Zunächst erstellen die User*innen ein persönliches Profil wie bereits oben im Text beschrieben. Über diese Profile treten die User*innen in Kontakt miteinander. Die Kontaktaufnahme zwischen User*innen findet über explizite Kontaktanfragen statt, die dann angenommen werden. Direkte Nachrichten, Kommentare oder thematische Gruppen dienen zum Austausch mit eigenen Kontakten oder auch bisher unbekanntem Personen. Eine der bekanntesten Plattformen dieser Art ist nach wie vor Facebook.⁵⁷

Im Gegensatz zu Netzwerkplattformen auf denen die Profile der User*innen im Fokus stehen, geht es bei Multimediaplattformen mehr um das Teilen multimedialer Inhalte in Form von Bildern, Videos oder auch Audios. Neben den multimedialen Inhalten stehen aber meist auch noch andere Funktionen zur Verfügung. Die Inhalte können beispielsweise kommentiert oder auch mit anderen User*innen geteilt werden. Zu den bekanntesten Plattformen dieser Art zählen YouTube, Snapchat und auch Instagram. Aber auch Soundcloud (zum Teilen von Musik) oder Slideshare (zum Teilen von Präsentationen) werden zu dieser Kategorie gezählt.⁵⁸

Die verbleibenden vier Kategorien sozialer Medien nach Schmidt werden im Folgenden verkürzt beschrieben, da sie weniger Relevanz für diese Arbeit aufweisen aber aus Gründen der Vollständigkeit nicht fehlen dürfen.

⁵⁶ Vgl. (Decker 2019, S. 119).

⁵⁷ Vgl. (Schmidt 2018, S. 12).

⁵⁸ Vgl. (Schmidt 2018, S. 13).

Weblogs stellen eine der weiteren Kategorien dar. Der Begriff selbst setzt sich zusammen aus den Begriffen „Web“ und „Logbuch“. Auf dieser Art der Plattform können User*innen eigene Erlebnisse, Interessen o.ä. festhalten. Zu den Weblogs gehören als Unterkategorie auch die Microblogs. Micro, gleichbedeutend mit klein, sind diese Blogs deshalb, weil der Text eines Posts auf eine bestimmte Zeichenanzahl beschränkt ist. Als ein solcher Microblog gilt beispielsweise die Plattform Twitter.⁵⁹

Die Instant-Messaging-Dienste wie zum Beispiel WhatsApp oder Telegram weisen Merkmale der genannten Kategorie der Netzwerkplattformen auf, unterscheiden sich aber insofern, als dass die Chatfunktion im Mittelpunkt steht. Hier liegt also der Fokus weniger auf dem eigenen Profil und mehr auf der direkten Kommunikation mit anderen User*innen.⁶⁰

Zuletzt werden von Schmidt die Wikis als Kategorie aufgeführt. Die Bezeichnung Wikis kommt aus der hawaiianischen Sprache und bedeutet schnell. Benutzt wird der Begriff für Plattformen bei denen die User*innen den Inhalt selbst nutzen aber auch bearbeiten oder verbessern können. Bekannt ist in diesem Zusammenhang die Online-Enzyklopädie Wikipedia.⁶¹

Nachdem in diesem Kapitel eine Annäherung an den Begriff Social Media in seiner Gesamtheit stattgefunden hat, soll im folgenden Unterkapitel die Social Media Plattform Instagram näher betrachtet werden.

2.2.1 Instagram

Da es sich beim Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit um einen Instagram Kanal handelt ist es wichtig, nicht ausschließlich Social Media im Allgemeinen zu betrachten, sondern konkret auf die Plattform Instagram einzugehen. Bereits erwähnt wurde im letzten Kapitel, dass Instagram zu der Kategorie der Multimediaplattformen gehört. Nun

⁵⁹ Ebd.

⁶⁰ Vgl. (Schmidt 2018, S. 14).

⁶¹ Vgl. (Schmidt 2018, S. 15).

soll jedoch noch spezifischer auf die Funktionen und die Relevanz der Plattform für politische Inhalte eingegangen werden. Diese Ausführungen sind vor allem für die Vorstellung des Untersuchungsgegenstandes im darauffolgenden Kapitel als Grundlage essenziell. Wichtig ist dabei außerdem zu beachten, dass nicht alle Funktionsweisen Instagrams erläutert werden. Dieses Kapitel beschränkt sich auf die für diese Arbeit relevanten Funktionsweisen des Sozialen Netzwerks.

Die Social Media Plattform Instagram, die als Smartphone App Bekanntheit erlangte⁶², wurde im Jahr 2010 eingeführt und wuchs, laut den Autoren Schützeneder und Graßl anfänglich eher langsam.⁶³ Seit der Einführung hat Instagram jedoch inzwischen eine weltweite Nutzer*innen Anzahl von 1,478 Milliarden (Stand Januar 2022). Damit landet Instagram im weltweiten Ranking der größten Social Media Networks (gemessen an der Nutzer*innen Anzahl) auf Platz drei, hinter YouTube und WhatsApp.⁶⁴ Unter den wichtigsten Smartphone Apps landet Instagram sogar auf Platz 2, direkt hinter WhatsApp und gefolgt von YouTube.⁶⁵ Zwei Jahre nach der Einführung wurde Instagram dann vom Facebook Konzern Meta übernommen.⁶⁶

Doch was macht die Plattform Instagram aus und wie funktioniert sie? Die Autorin Tanja Maier beschreibt in „VISUELLER AKTIVISMUS MIT INSTAGRAM. POLITISCHE KOMMUNIKATION IN SOZIALEN MEDIEN“ die Social Media Plattform wie folgt:

„Mit Instagram können Menschen bewegte und unbewegte Bilder aufnehmen, in die App eingebettete Filter und Tools verwenden und die so erstellten visuellen Inhalte mit Freund*innen oder einer breiteren Öffentlichkeit teilen.“⁶⁷

Bevor Menschen auf Instagram eigene Inhalte erstellen und teilen können, müssen sie jedoch erstmal die App herunterladen, einen Benutzer*innennamen sowie ein Passwort festlegen. Dann gilt es das eigene Profil zu gestalten. Ein Profilbild kann eingefügt und die Kurzbeschreibung, auch Biography oder kurz Bio genannt, kann ausgefüllt werden.

⁶² Vgl. (Haarkötter 2019, S. 271).

⁶³ Vgl. (Schützeneder und Graßl 2022, S. 11).

⁶⁴ Vgl. (DataReportal 2022).

⁶⁵ Vgl. (Feierabend et al. 2021, S. 25).

⁶⁶ Vgl. (Bettendorf 2020, S. 5).

⁶⁷ Vgl. (Maier 2021, S. 7).

In der Bio können neben einer Beschreibung der eigenen Person, des Unternehmens oder des Profils auch Links zu externen Inhalten eingefügt werden.⁶⁸ Neben der App kann Instagram auch über einen Browser aufgerufen werden, auf diesem Weg stehen jedoch nicht alle Funktionen der Social Media Plattform zur Verfügung. Um sich mit anderen User*innen über die Plattform zu vernetzen, ist es möglich anderen Profilen zu folgen. Die Personen die einem Profil folgen werden daher auch Follower*innen oder auch Abonnent*innen genannt. Unterschieden wird dabei zwischen öffentlichen Profilen, also solchen denen ohne weiteres gefolgt werden kann und den privaten Profilen. Ist ein Profil privat eingestellt, muss erst eine Anfrage zum Folgen gestellt werden. Erst wenn diese bestätigt wurde, sind die Inhalte dieses Profils sichtbar.⁶⁹ Neben den einzelnen Profilen besteht der sogenannte Newsfeed als Startseite der Plattform, kurz auch Feed genannt. Auf dem Feed kann jede*r User*in etwas posten (publizieren).⁷⁰ Was jedoch von den publizierten Inhalten auf dem Feed zu sehen ist, entscheidet der Instagram Algorithmus, dieser passt die Inhalte individuell an die User*innen an, so dass jeder Feed unterschiedlich aussieht. Wonach der Algorithmus entscheidet, welche Inhalte angezeigt werden und welche nicht, richtet sich nach unterschiedlichen Kriterien. Zu diesen Kriterien gehören zum Beispiel mit welchen Accounts, die User*innen interagieren, wie vielen Accounts gefolgt wird, wie häufig und wie lange die Plattform genutzt wird.⁷¹ Weiter soll an diesem Punkt auf den Algorithmus jedoch nicht eingegangen werden, da die Erläuterungen der genauen Funktionsweisen den Umfang der Arbeit an dieser Stelle überschreiten würden. Stattdessen soll nun ein Blick auf weitere Funktionen von Instagram geworfen werden. Neben dem Feed gibt es verschiedene Darstellungsformen, die der Content auf Instagram annehmen kann. Diese sind in der folgenden Tabelle aufgelistet:

⁶⁸ Vgl. (Pahrmann und Kupka 2019, S. 365).

⁶⁹ Vgl. (Pahrmann und Kupka 2019, S. 366).

⁷⁰ Vgl. (Bettendorf 2020, S. 4).

⁷¹ Vgl. (Bettendorf 2020, S. 3–4).

Format	seit	Bildformen
Post im Feed (quadratisches Format)	2010	unbewegte Bilder (insb. Fotografien)
	2013	15-sekündige Videos
	2014	Zeitraffervideos (mit Hyperlapse-App)
	2015	Mini-Videos, die in einer Schleife vor- und zurücklaufen (mit Boomerang-App)
	2016	60-sekündige Videos
	2017	mehrere Fotos/Videos in einem Posting
Story (Hochformat)	2016	kurze, stark bearbeitete Videos, die nach 24 Stunden verschwinden
Live (Hochformat)	2017	Videos in Echtzeit
IGTV ⁷ (Hochformat)	2018	längere Videos, die bearbeitet werden können
Reels (Hochformat)	2020	kurze Multiclip-Videos mit Text, Musik, Filtern, Schnitt

Tabelle 1: Formate und Bildformen auf Instagram. Quelle: (Maier 2021, S. 14).

Die erste eingeführte Darstellungsform Instagrams ist, wie auch an erster Stelle der Tabelle zu sehen ist, der sogenannte Feedpost. Auch aus der Tabelle zu entnehmen sind die Eigenschaften dieser Darstellungsform und wie diese über die Jahre erweitert wurden. Nicht in der Tabelle beschrieben ist die Caption. Dies ist die Bezeichnung der Bild- bzw. Videobeschriftung, die unter einem Feedpost eingefügt werden kann. Vom Text in der Caption sind bei diesen Posts meistens nur die ersten paar Zeilen auf den ersten Blick zu sehen, um weiterzulesen, was unter einem Bild oder Video steht, müssen die User*innen den Text ausklappen. Zudem ist der Text der Caption auf 2200 Zeichen begrenzt.⁷² Um Text in der Verwendung von Feedposts sichtbar zu machen, gibt es die Möglichkeit Textkacheln als Bilder zu posten, sodass der Text auf einen Blick zu sehen und zu lesen ist.⁷³

Weitere Formen des Contents sind neben den Feed Posts die Stories und Reels. Die Story Funktion führte Instagram 2016 ein, mit ihr können ebenso wie im Feed Post Bilder oder Videos hochgeladen werden, allerdings werden die Stories nach 24 Stunden automatisch gelöscht und dienen daher eher bestimmten Momentaufnahmen. Eine Story besteht aus einzelnen oder mehreren hochformatigen Slides, auch Snaps genannt. Diese Story Elemente sind maximal 15 Sekunden lang. Um die Stories über die 24 Stunden hinaus festzuhalten, kann man sie im eigenen Profil „Highlighten“.⁷⁴ Weite-

⁷²Vgl. (Haarkötter 2019, S. 272).

⁷³Vgl. (Bettendorf 2020, S. 4).

⁷⁴ Vgl. (Bettendorf 2020, S. 4–5).

re Darstellungsformen auf Instagram sind der Livestream sowie IGTV. Das Wort Livestream deutet schon darauf hin, dass hiermit „Videos in Echtzeit“ gemeint sind. In den Livestreams kann mit den eigenen Follower*innen direkt interagiert werden. IGTV steht für Instagram-TV und bezeichnet bis zu 60 Minuten lange, bearbeitbare Videos.⁷⁵ Die fünfte, in Tabelle 1 aufgeführte Darstellungsform, sind die Reels. Diese Darstellungsform wurde erst vor zwei Jahren eingeführt und bezeichnet sogenannte Multiclip-Videos. Ein Reel kann bis zu 30 Sekunden lang sein und durch verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten wie Filter, Text oder Audioclips von User*innen angepasst werden. Ein Reel kann sowohl in einer Story als auch in einem Feedpost veröffentlicht werden.⁷⁶

Über den sogenannten Suchen und Erforschen-Bereich werden den User*innen Inhalte von anderen Instagram Accounts vorgeschlagen, denen sie noch nicht folgen aber auf Grundlage ihrer bereits abonnierten Profil interessant für sie sein könnten. Des Weiteren können User*innen in diesem Bereich gezielt nach Profilen, Orten oder Hashtags suchen.⁷⁷

Die technische Infrastruktur der Plattform, wie es die Autoren Schützeneder und Graßl nennen, bietet Werkzeuge, sogenannte „Tools“, nicht nur für das Produzieren, sondern auch für das Bearbeiten von Content. Bilder können beispielsweise in der Schärfe oder dem Farbton bearbeitet oder durch Filter verändert werden. Texte können durch die Schriftgröße, den Farbton oder die Schriftart angepasst werden. Und Videos können durch Schnitt und Filter editiert und gestaltet werden. Zudem kann auf Bildern und Videos mit verschiedenen Zeichentools gezeichnet werden.⁷⁸

In der folgenden Tabelle sind die verschiedenen gestalterischen Funktionen, die über die bereits genannten hinaus gehen aufgelistet.

⁷⁵ Vgl. (Maier 2021, S. 14).

⁷⁶ Vgl. (Maier 2021, S. 14).

⁷⁷ Vgl. (Kümpel und Rieger 2020, S. 7).

⁷⁸ Vgl. (Schützeneder und Graßl 2022, S. 15).

Bezeichnung	Darstellungsform	Funktion
“Du bist dran” Sticker	Story	User*innen können aufgefordert werden Storys zu einem bestimmten Thema zu posten. ⁷⁹
Untertitel	Story	Automatische Transkription von Videos ⁸⁰
Countdown	Story	Zur Erstellung eines Countdown Stickers wird ein Titel für den Countdown ausgewählt und die Uhrzeit sowie das Datum, zu dem der Countdown enden soll, wird festgelegt. User*innen können eine Erinnerung speichern und werden benachrichtigt, wenn der Countdown endet. ⁸¹
Uhrzeit & Wetter	Story, Reel	Die Uhrzeit oder das Wetter werden auf Grundlage von Standortinformationen angezeigt. ⁸²
Spenden	Story	Mit dieser Funktion können Spenden für eine bestimmte Organisation gesammelt werden. Ein Name für die Spendenaktion kann gewählt werden und User*innen können auf den Sticker tippen, um an die gewählte Organisation zu spenden. ⁸³
GIF	Story, Reel	Ein oder mehrere GIFs können ausgewählt werden. In einer Suchleiste kann auch nach bestimmten GIFs gesucht werden. ⁸⁴ Die Abkürzung GIF bedeutet “Graphics Interchange Format” und steht für kurze Animationen. ⁸⁵
Emoji	Caption von Feedposts, Story, Reel	„Emojis (japanisch für Bilderbuchstaben), [sind] kleine stilisierte Bilder [beispielsweise] Gesichter, Hände, Fahrzeuge [oder auch] Lebensmittel.“ ⁸⁶
Hashtag	Caption von Feedposts, Story, Reel	Eine weitere Gestaltungsfunktion sind die sogenannten Hashtags. Damit sind meist kurze prägnante Begriffe gemeint, die mit einem Rautenzeichen zusammen unter einen Feedpost, in einer Story oder in

⁷⁹ Vgl. (Meta 2022).

⁸⁰ Vgl. (Meta 2022).

⁸¹ Vgl. (Meta 2022).

⁸² Vgl. (Meta 2022).

⁸³ Vgl. (Meta 2022).

⁸⁴ Vgl. (Meta 2022).

⁸⁵ Vgl. (Seiler 2020).

⁸⁶ (Lüber 2015).

		einem Reel platziert werden. Wenn User*innen über die Suchfunktion Instagrams dann nach einem der Hashatgs suchen, werden ihnen die Beiträge mit genau diesen Hashtags angezeigt. Auf diesem Weg lassen sich themenspezifische Bildübersichten darstellen. ⁸⁷
Link (Auch Verlinkung genannt)	Biography eines Instagram Profils, Story	Um einen Link platzieren zu können muss die URL eingegeben werden. Wenn der Link platziert ist, können User*innen darauf tippen, um die URL aufzurufen. ⁸⁸
Ort	Story, Feedpost	Mit dieser Funktion können beliebige Standorte angegeben werden. User*innen die dann auf den angegebenen Ort tippen werden zur Standortseite weitergeleitet. ⁸⁹ Diese Funktion wird auch Geotagging genannt. ⁹⁰
Mention (Auch Markierung genannt)	Story, Reel, Feedpost	Mention bedeutet übersetzt erwähnen. Mit dieser Funktion können andere Profile erwähnt bzw. markiert werden. Tippen User*innen auf das markierte Profil gelangen sie direkt zu dessen Instagram Account. ⁹¹
Umfrage- oder Emoji-Slide-Sticker (Auch Abstimmtool genannt)	Story	Um diese Funktion zu nutzen, muss zunächst eine Frage formuliert werden über die die User*innen abstimmen sollen. Beim Umfrage Sticker müssen zudem die Antwortmöglichkeiten bestimmt werden. Beim Emoji-Slide-Sticker muss noch ein Emoji ausgewählt werden, welches dem Schieberegler als bewegliches Element dient. Die User*innen können auf eine der Antworten tippen oder den Emoji Schieberegler betätigen und auf diesem Weg abstimmen. Nachdem die User*innen abgestimmt haben, werden die Ergebnisse der Abstimmung in Echtzeit sichtbar. Die Person, die die Abstimmung erstellt hat, hat ebenfalls Zugriff auf die Ergebnisse. ⁹²
Fragen (Auch Abstimmtool ge-	Story	Diese Funktion ermöglicht es Fragen an andere User*innen oder die eigenen

⁸⁷ Vgl. (Haarkötter 2019, S. 271).

⁸⁸ Vgl. (Meta 2022).

⁸⁹ Vgl. (Meta 2022).

⁹⁰ Vgl. (Grabs et al. 2018, S. 301).

⁹¹ Vgl. (Meta 2022).

⁹² Vgl. (Meta 2022).

nannt)		Follower*innen zu stellen. Dazu muss die Frage selbst formuliert werden. Tippen User*innen auf das Antwortfeld, können sie auf die Frage antworten. Diese Antworten sind zunächst nur für die Person sichtbar, die die Frage gestellt hat. Jedoch kann die Person die Antworten anschließend anonymisiert teilen. ⁹³
Quiz (Auch Abstimmtool genannt)	Story	Das Quiz gibt User*innen die Möglichkeit eine Multiple-Choice-Frage mit vorher definierten Antworten zu erstellen. User*innen können auf eine der möglichen Antworten tippen und direkt sehen, ob sie richtig lagen. ⁹⁴
Musik/Audio-Effekte	Story, Reel	Mit dieser Funktion können User*innen ihren Content mit Musik unterlegen. Dazu kann in einer Suchleiste nach beliebigen Titeln oder Künstler*innen gesucht werden. Wurde ein Titel ausgewählt, können User*innen darüber hinaus entscheiden, welcher Teil des Titels abgespielt werden soll. Tippen die User*innen auf den abgespielten Titel haben sie die Möglichkeit mehr über den Song zu erfahren oder mehr davon anzuhören. ⁹⁵

Tabelle 2: Gestalterische Funktionen Instagrams Quelle: Eigene Darstellung

In der Tabelle sind die einzelnen gestalterischen Funktionen die Instagram für die verschiedenen Darstellungsformen bietet aufgelistet und erläutert. Einige dieser Funktionen haben nicht nur einen gestalterischen Zweck, sondern sorgen bei Verwendung auch für mehr Reichweite eines Profils auf Instagram. Mehr Reichweite ist dabei gleichbedeutend mit mehr Sichtbarkeit. Reichweite ist aufgrund des bereits kurz erläuterten Instagram Algorithmus nicht automatisch gegeben. Die Funktionen Hashtag, Link, Ort und Mention sind Möglichkeiten, um die Sichtbarkeit des eigenen Profils innerhalb einer Masse von Inhalten zu erhöhen.⁹⁶ Einige der gestalterischen Funktionen, beispielsweise die Abstimmtools, bieten darüber hinaus die Möglichkeit mit anderen User*innen in Kontakt zu treten. Interagieren können User*innen auf Instagram aber auch noch auf anderen Wegen. Posts und Storys können beispielsweise „geliked“,

⁹³ Vgl. (Meta 2022).

⁹⁴ Vgl. (Meta 2022).

⁹⁵ Vgl. (Meta 2022).

⁹⁶ Vgl. (Maier 2021, S. 16).

kommentiert oder mit anderen User*innen geteilt werden. User*innen können sich aber auch sogenannte Direct Messages schicken, um mit einer Person bzw. einem Account direkt und über einen privaten Chat in Verbindung zu treten.⁹⁷ Diese Interaktionen wertet Instagram stärker als beispielsweise die Follower*innenzahl eines Accounts um dessen Erfolg zu messen.⁹⁸ Wobei sich über die Follower*innen Anzahl dennoch quantitative Aussagen über die Größe eines Accounts treffen lassen.⁹⁹

In diesem Kapitel wurden die Social Media Plattform Instagram inklusive ihrer Funktionen vorgestellt. Im folgenden Kapitel soll nun auf die Relevanz der Plattform für den (politischen) Journalismus eingegangen werden.

2.2.2 Die Relevanz von Instagram für den (politischen) Journalismus

Im Zusammenhang mit der Vorstellung der Social Media Plattform Instagram im letzten Kapitel wurden bereits einige Statistiken ausgewertet, die aufzeigen wie beliebt die Plattform ist. Es stellt sich jedoch die Frage, ob Instagram, als sogenannte Lifestyle Plattform auch für den Konsum von politischen Wissensinhalten Relevanz hat. Dem soll in diesem Kapitel nachgegangen werden. Die Autoren Schützeneder und Graßl schreiben diesbezüglich folgendes:

„Das Suchen und Konsumieren von Informationen und Nachrichten [ist] keine primäre Motivation der Instagram-Nutzung, dennoch nimmt die Informationsfunktion eine wachsende Bedeutung ein.“¹⁰⁰

Aus dem Reuters Digital News Report des Jahres 2021 geht hervor, dass die Motivation der Nutzer*innen über Instagram politisch journalistische Inhalte zu konsumieren individuell sehr verschieden ist. Jedoch scheint, laut des Digital News Reports, die

⁹⁷ Vgl. Ebd.

⁹⁸ Vgl. (Pöttsch 2020, S. 341).

⁹⁹ Vgl. (Maier 2021, S. 23).

¹⁰⁰ (Schützeneder und Graßl 2022, S. 14).

Aussicht auf eine „kurzweilige und unterhaltsame“¹⁰¹ Nachrichtennutzung einer der Gründe zu sein.¹⁰² Tanja Maier schreibt diesbezüglich in „VISUELLER AKTIVISMUS MIT INSTAGRAM. POLITISCHE KOMMUNIKATION IN SOZIALEN MEDIEN“, dass es Instagram Nutzer*innen häufig wichtig ist „sich gut unterhalten zu fühlen, und das [sic!] auch – oder gerade – bei politischen Inhalten“.¹⁰³ Demnach würden gängige Nachrichtenangebote häufig eher als negativ aufgefasst werden. Der Konsum politischer Inhalte über Instagram hingegen ermögli­che „einen unbeschwerteren, unterhalt­sa­meren Blick auf aktuelle politische Ereignisse“.¹⁰⁴ Aus diesen, auf das Nutzungsverhalten bezogene Daten, ergibt sich für den politischen Journalismus die Notwendigkeit einer „emotionaleren“ bzw. unterhaltenderen Darstellung der Inhalte als es in klassischen journalistischen Medien üblich ist.¹⁰⁵ Die Autoren Schützeneder und Graßl beschreiben Instagram in diesem Zusammenhang auch als ein „verknüpfendes Element“, welches die „direkte Verbindung zwischen Medienmarken und Publikum (der jüngeren Zielgruppe)“¹⁰⁶ stärken kann. Ein weiteres Ergebnis des Reuters Digital News Reports aus dem Jahr 2021, welches die Aussagen von Schützeneder und Graßl stützt, ist, dass innerhalb der Nachrichtennutzung über Instagram vor allem klassischen Nachrichtenmedien am meisten Aufmerksamkeit zukommt.¹⁰⁷ Dies bestätigt auch Selina Bettendorf in ihrem Buch „Instagram-Journalismus für die Praxis“, sie schreibt, dass unter anderem die Tagesschau zu den beliebtesten Nachrichtenquellen auf Instagram gehört.¹⁰⁸ Insgesamt kann das Format der Tagesschau 4,1 Millionen Follower*innen verzeichnen (Stand 23.05.2022).¹⁰⁹ Klassische Nachrichtenmedien wie die Tagesschau verwenden in ihrem Instagram Auftritt häufig Textkacheln oder auch Videos mit nachrichtlichen Inhalten.¹¹⁰ Das Instagramprofil ist jedoch nur eine Erweiterung eines bereits bestehenden Nachrichtenangebots der Tagesschau. Laut den Autoren Schützeneder und Graßl ist dagegen auch ein Trend „hin zur Entwicklung eigener Formate“¹¹¹ zu be-

¹⁰¹ (Hölig et al. 2021, S. 6).

¹⁰² Vgl. Ebd.

¹⁰³ (Maier 2021, S. 19–20).

¹⁰⁴ (Maier 2021, S. 20).

¹⁰⁵ Vgl. (Schützeneder und Graßl 2022, S. 23).

¹⁰⁶ (Schützeneder und Graßl 2022, S. 18).

¹⁰⁷ Vgl. (Hölig et al. 2021, S. 51).

¹⁰⁸ Vgl. (Bettendorf 2020, S. 5).

¹⁰⁹ Vgl. (tagesschau 2022).

¹¹⁰ Vgl. (Bettendorf 2020, S. 4).

¹¹¹ (Schützeneder und Graßl 2022, S. 23).

obachten. Gemeint ist damit, dass politisch journalistische Formate ausschließlich für Instagram von Medienhäusern erarbeitet werden. Als Beispiel nennen Schützeneder und Graßl in diesem Zusammenhang unter anderem auch das Format News-WG.¹¹² Im Fokus dieser Formate steht, so Schützeneder und Graßl, die „komplementäre Nutzung von Story und Feed“¹¹³ sowie eine umfangreichere Integration der Nutzer*innen.

Grundsätzlich kann Instagram als Austauschplattform für politisch journalistische Themen und Inhalte eingesetzt werden und verbindet dadurch den politischen Journalismus insbesondere mit einem jüngeren Publikum. Darüber hinaus ermöglicht Instagram dem Publikum direktes Feedback zu geben oder auch Nachfragen zu stellen. Daraus wiederum kann ein „Austausch über Recherche, Inhalte und Argumente“¹¹⁴ zwischen den Journalist*innen und ihrem Publikum entstehen.¹¹⁵

In diesem Kapitel wurde die Relevanz der Social Media Plattform Instagram für den (politischen) Journalismus betrachtet. Im nun folgenden Kapitel wird aufbauend auf die bestehenden Kapitel der Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit vorgestellt – das Instagram Format News-WG.

2.3 Die News-WG

In diesem Kapitel soll, aufbauend auf die bereits erarbeiteten Kenntnisse dieser Arbeit, der Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit, das Instagram Format News-WG, vorgestellt werden. Dabei wird auf die Entstehung des Formats, die interne Organisation sowie die Zielsetzungen hinter dem Format eingegangen. Im Vordergrund soll jedoch die tägliche Arbeit des Formats stehen und wonach sich diese orientiert.

¹¹² Vgl. Ebd.

¹¹³ Ebd.

¹¹⁴ (Schützeneder und Graßl 2022, S. 18).

¹¹⁵ Vgl. Ebd.

Die News-WG ist ein mit mehreren renommierten Preisen ausgezeichnetes Instagram Format des Bayerischen Rundfunks.¹¹⁶ Und so stellt sich das Format auf der Social Media Plattform vor:



Abbildung 1: Profil der News WG auf Instagram. Quelle: (BR24 2022).

Auf dem Profilbild zu sehen sind die drei Hosts (Moderator*innen) und Gesichter des Formats, Minusch Afonso, Helene Reiner und Max Osenstätter (von links nach rechts). In ihrer Biografie verspricht die News-WG Nachrichten „zum Verstehen & Mitreden“, „Storys aus Politik, dem Drumherum & der WG“ sowie „Hintergründe statt Halbwissen“. Damit wird auf die grundlegende Idee und Zielsetzung des Formats eingegangen. Mit den Posts, bis jetzt insgesamt 1024 und den Storys erreicht die News-WG bereits 152.000 Follower*innen (Stand 04.04.2022).

Entwickelt wurde das Format Anfang 2018 in einem sogenannten Design-Sprint des Bayerischen Rundfunks. Den damaligen Volontär*innen des Senders, darunter auch Helene Reiner, wurde die Aufgabe gestellt folgende Frage zu bearbeiten:

„Wie können wir mit einem neuen, digitalen und gesellschaftlich relevanten Videoformat die Zielgruppe der Erstwähler*innen (18 Jahre) und der jungen erwachsenen bis 29 Jahre mit den

¹¹⁶ Vgl. (Pöttsch 2020, S. 334).

Themen von morgen versorgen? Und zwar so gut, dass das Format in ihrem Leben Orientierung und Einordnung im Informationsdschungel bietet.“¹¹⁷

Zwei Wochen Bearbeitungszeit bekam die Gruppe aus Volontär*innen, um Ideen und passende Prototypen zur Fragestellung zu entwickeln. Das strategische Ziel dieses Design Sprints war es ein Format zu entwickeln, mit dem eine Reichweitensteigerung in einer für den Bayerischen Rundfunk relevanten Zielgruppe gelingen würde. Parallel zur Bearbeitung der Fragestellung wurden vom Bayerischen Rundfunk User*innen der Plattform Instagram in der gefragten Zielgruppe interviewt, um Erkenntnisse über das Nutzungsverhalten zu gewinnen. Zusammenfassend waren die Ergebnisse, dass viele der befragten Nutzer*innen bereits Nachrichten über ihr Smartphone bezogen aber kritisierten, dass Hintergründe und Einordnungen fehlten oder zu viel Wissen vorausgesetzt werden würde. Mit diesen Ergebnissen als Grundlage entstand während des Design Sprints die Idee zur News-WG.¹¹⁸ Katrin Pöttsch fasst die Grundidee des Formats in Ihrem Beitrag „News-WG – Nachrichten im Insta-Style“ im „Handbuch politischer Journalismus“ wie folgt zusammen:

„Die News-WG – Nachrichten aus einer Wohnung heraus. Personalisiert und authentisch durch Hosts [...] aus der Zielgruppe, ähnlich wie Influencer*innen auf YouTube, die ebenfalls aus ihrer Lebenswelt heraus Informationen verbreiten – manchmal besser – manchmal schlechter – aber immer nah dran an der Zielgruppe und somit für diese glaubwürdig.“¹¹⁹

Diese Grundidee wurde dann ausgearbeitet. Unter anderem wurden Medienforscher*innen herangezogen, um die Formatidee auf Zielgruppentauglichkeit sowie Glaubwürdigkeit zu überprüfen. Schlussendlich wurde entschieden einen Instagram Kanal (statt ursprünglich geplanter drei) mit drei Volontär*innen als Hosts zu starten. Darauf folgte die Pilotphase des Projekts in der getestet werden sollte, ob das Format von der Zielgruppe angenommen wird. Eine Wohnung für die WG wurde vom Bayerischen Rundfunk gemietet und die ersten beiden Hosts Sophie von der Tann und Helene Reiner zogen als WG Bewohnerinnen ein. Die Zielsetzung für diese Testphase und Voraussetzung für eine Fortsetzung des Projektes war es, im Zeitraum September 2018 bis März 2019 10.000 bis 15.000 Follower*innen zu gewinnen. Am Ende dieses Zeitraumes konnte das Format doppelt so viele (30.000) Follower*innen vorweisen und

¹¹⁷ (Pöttsch 2020, S. 335).

¹¹⁸ Vgl. Ebd.

¹¹⁹ Ebd.

wurde somit fortgesetzt.¹²⁰ Das Team der News-WG besteht jedoch nicht nur aus den Hosts, sondern auch aus einer kleinen Redaktion, Social Media Manager*innen und der Projektleitung von Seiten des Bayerischen Rundfunks.¹²¹ Bei den Hosts hat es seit Beginn des Projektes auch Veränderungen gegeben. Sophie von der Tann ist aus der WG ausgezogen, macht aber als Korrespondentin des ARD-Studios in Tel Aviv¹²² immer wieder auch Gastbeiträge. Für sie ist Max Osenstätter eingezogen und als letztes ist Minusch Afonso zur WG dazugestoßen.¹²³ Das Team zeichnet sich in seiner Organisation durch flache Hierarchien aus. Beispielsweise gibt es keine Redaktionsleitung oder Chef*in vom Dienst, also eine Person, von der die Inhalte erst abgenommen werden müssen. Die Projektleitung des BR schreitet nur bei außerordentlichen Problemen oder auch bei rundfunkrechtlichen Fragen ein. Stattdessen arbeitet die News-WG nach der Regel, dass jede Story von einem der Redakteur*innen und einem der Channellmanager*innen überprüft werden muss, bevor sie gepostet wird. Anstatt mit Emails kommuniziert das News-WG Team mithilfe des Organisationstools Slack. Durch diese Art der internen Organisation und Kommunikation ist dem Team eine schnelle Umsetzung, Kontrolle und Nachbesserung der Inhalte möglich.¹²⁴ Die tägliche Arbeit des Teams dreht sich um die Produktion von Posts und Storys über aktuelle und gesellschaftliche Themen. Vorbereitet werden die Posts und Storys mit Hilfe sogenannter Treatments und Storyboards.¹²⁵ Die Tagesaktualität der Themen hat in der News-WG keine Priorität, stattdessen steht die Einordnung und Erklärung der Themen im Vordergrund. Bei der Einordnung bzw. Erklärung der Themen wird darüber hinaus kein Hintergrundwissen bei der Community vorausgesetzt.¹²⁶ Bezüglich der Themenauswahl hat das Team der News-WG folgende Regel für sich formuliert:

„Es ist dann ein Thema für die News-WG, wenn es einen politischen Hintergrund gibt, eine politische Entscheidung ansteht oder gesellschaftliche Gruppen eine politische Entscheidung fordern.“¹²⁷

¹²⁰ Vgl. (Pöttsch 2020, S. 336–337).

¹²¹ Vgl. (Pöttsch 2020, S. 343).

¹²² Vgl. (Tann 2022).

¹²³ Vgl. (Bayerischer Rundfunk 2021).

¹²⁴ Vgl. (Pöttsch 2020, S. 343).

¹²⁵ Vgl. (Erhard 2019).

¹²⁶ Vgl. (Pöttsch 2020, S. 339).

¹²⁷ Ebd.

Neben diesem Leitfaden für die Themenauswahl wird in den Storys aber auch hin und wieder das WG-Leben selbst thematisiert. Zum Teil gibt es auch Themenvorschläge direkt aus der Community des Kanals, die das Team dann aufnimmt und erläutert. Dabei gehen die Hosts vor der Kamera laut Pötzsch stets transparent mit ihrer Recherche und den daraus resultierenden Ergebnissen um.¹²⁸ Bei regelmäßigen Themensitzungen entscheidet das Team darüber welche Themen als nächstes behandelt werden und achten dabei darauf welches Thema aktuell am meisten Erklärungsbedarf hat.¹²⁹ Neben Themenvorschlägen kommen aber auch Fragen oder Feedback, sowohl Lob als auch Kritik, aus der Community. Kontaktiert wird das Team der News-WG dabei entweder über die Kommentarfunktion unter den Feedposts oder über die Direct Messages. Diese Rückmeldungen werden seitens des Teams sehr ernst genommen, es wird versucht auf alle Nachrichten zu antworten. Daraus folgt ein erhöhter Arbeitsaufwand im Bereich Channelmanagement und Community Pflege.¹³⁰ Ebenso regelmäßig wie die Themensitzungen finden auch Feedbacksitzungen in der News-WG statt. Auf der Tagesordnung dieser Sitzungen stehen beispielsweise folgende Punkte: Steigerung der Follower*innen Anzahl, Top und Flop Posts, Top und Flop Storys, User*innen Feedback der Woche sowie User*innen Kritik der Woche. Auf diesem Weg kann das Team überprüfen, was auf dem Kanal funktioniert, was von der Community angenommen wird und an welchen Stellen es noch Verbesserung bedarf.¹³¹

In diesem Kapitel wurde ausgehend von Katrin Pötzschs Beitrag „News-WG Nachrichten im Insta-Style“ im „Handbuch politischer Journalismus“ der Untersuchungsgegenstand vorgestellt. In der in Kapitel 3 folgenden Analyse soll herausgefunden werden, wie die News-WG die politischen Inhalte an ihre Zielgruppe vermittelt. Bevor mit der Analyse begonnen werden kann ist es jedoch unerlässlich, die Zielgruppe der News-WG genauer zu betrachten.

2.3.1 Die Zielgruppe

¹²⁸ Vgl. (Pötzsch 2020, S. 339–340).

¹²⁹ Vgl. (Erhard 2019).

¹³⁰ Vgl. (Pötzsch 2020, S. 340–342).

¹³¹ Vgl. (Pötzsch 2020, S. 342).

Die Zielgruppe steht nicht im Fokus dieser Arbeit und dennoch ist es unerlässlich sich mit den 18- bis 24-Jährigen näher auseinander zu setzen, um die Auswahl, Konzeption und die Veröffentlichung der Beiträge des Formats „News-WG“ besser zu verstehen. Denn die News-WG richtet sich mit ihrem Content vor allem an genau diese Altersgruppe. Im Folgenden werden die 18- bis 24-Jährigen zunächst in ihren Generationenkontext eingeordnet¹³² und wichtige Werte und Merkmale der Altersgruppe werden dargestellt. Dabei wird besonders das politische Interesse sowie die damit in Verbindung stehende Mediennutzung betrachtet.

Wenn von verschiedenen Generationen die Rede ist, sind meistens bestimmte Jahrgangsgruppen gemeint. Der Soziologe Karl Mannheim hat hingegen die Vorstellung geprägt, dass Generationen erst dann zu solchen werden, wenn sie über ihre Geburtsjahrgänge hinaus auch kollektive Erlebnisse teilen.¹³³ Dazu gehören historische, kulturelle sowie soziale Aspekte unter denen Altersgruppen gemeinsam aufwachsen. Diese wiederum führen zu vergleichbaren Einstellungen und Wertvorstellungen in der entsprechenden Altersgruppe.¹³⁴ Darum soll hier nicht nur eine Einordnung der Zielgruppe in eine Jahrgangsgruppe stattfinden, sondern auch die Lebenssituation und Sozialisation und daraus resultierende Werte der Zielgruppe erläutert werden. Grundsätzlich ist die Einteilung von Menschen in verschiedene Generationen aber vor allem eine vereinfachte Darstellung um, so schreibt der Autor Martin Klaffke, „wichtige Tendenzen und Entwicklungen in der Gesellschaft zu verstehen.“¹³⁵

Die 18- bis 24-Jährigen lassen sich der sogenannten Generation Z zuordnen. Als Folgeneration der Generation Y (auch Millennials genannt) umfasst die Generation Z grob gesagt alle zwischen 1996 und 2010 Geborenen. Die 18- bis 24-Jährigen, die zwischen 1998 und 2004 geboren wurden, liegen damit im älteren Spektrum der Generation, deren jüngste Angehörige im Jahr 2022 erst 12 Jahre alt sind. Da die Grenzen zwischen den einzelnen Generationen eher fließend verlaufen, ist es gut möglich, dass sich bei den 18- bis 24-Jährigen auch noch Merkmale der Generation Y finden las-

¹³² Wichtig zu beachten ist, dass die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen innerhalb Deutschlands betrachtet wird und diese somit auch in einen deutschen Generationenkontext eingeordnet werden.

¹³³ Vgl. (Mannheim 2010, S. 137).

¹³⁴ Vgl. (Käufer und Pawlik 2022, S. 7).

¹³⁵ (Klaffke 2021, S. 125).

sen.¹³⁶ Synonym zum Begriff Generation Z werden die Bezeichnungen Generation Internet, Generation Greta oder auch Generation Corona genannt. Während sich Generation Z auf die alphabetische Fortführung der vorherigen Generationsbezeichnungen bezieht, haben die verwendeten Synonyme andere Hintergründe. Generation Internet spielt darauf an, dass das Internet einen prägenden Aspekt der Generation darstellt, da es ab „1995 flächendeckend Einzug hielt“.¹³⁷ Die Bezeichnung Generation Greta verbindet die Generation mit der Klimaaktivistin Greta Thunberg, deren Schulstreiks für das Klima zur Fridays For Future Bewegung geführt haben.¹³⁸ Aber was prägt die Generation Z außer diesen Begrifflichkeiten? Dazu ist ein Blick in die aktuelle Lebensphase der Generation nötig. Zum jetzigen Zeitpunkt befindet sich der Großteil der Generation Z noch in der Schule, Ausbildung oder im Studium. Mit 18- bis 24-Jahren ist meist das Ende der Schulzeit erreicht, eine Ausbildung oder ein Studium angefangen oder teilweise schon der Schritt ins Berufsleben vollbracht. Damit befinden sich die jungen Menschen in einer Phase in der versucht wird eine eigene Existenz aufzubauen indem beispielsweise das Elternhaus verlassen wird. Eine eigene Familie haben aber die wenigsten der Generation Z zum jetzigen Zeitpunkt.¹³⁹ Ergänzend zu dieser grundlegenden Beschreibung der Lebensphase der Generation Z soll nun ein Blick auf die Einstellungen und Werte der Generation geworfen werden, gestützt durch die Ergebnisse der 18. Shell Jugendstudie. Die Studie wird bereits seit 1953 im Auftrag der Deutschen Shell Holding GmbH durchgeführt und hat zum Ziel „Sichtweisen, Stimmungen und Erwartungen von Jugendlichen in Deutschland zu dokumentieren“.¹⁴⁰ Die 18. Shell Jugendstudie wurde im März 2019 und dementsprechend vor der Corona-Pandemie durchgeführt. Befragt wurden insgesamt 2572 Personen zwischen 12 und 25 Jahren.¹⁴¹ In dieser Altersgruppe ist auch die Zielgruppe der News-WG einzuordnen. Wichtig sind dem Großteil (über 90 Prozent) der befragten Jugendlichen Freund*innen, die Familie und die eigenen Partnerschaften. Mit den eigenen Eltern verstehen sich laut Studie 92 Prozent der jungen Menschen. Zwei Drittel von ihnen gibt an, in Zukunft selbst Kinder haben zu wollen. Die Bedeutung des Umweltbewusstseins

¹³⁶ Vgl. (Klaffke 2021, S. 101).

¹³⁷ Ebd.

¹³⁸ Ebd.

¹³⁹ Vgl. (Klaffke 2021, S. 101–102).

¹⁴⁰ (Albert et al. 2019, S. 1).

¹⁴¹ Vgl. (Albert et al. 2019, S. 5).

als Wert steigt im Vergleich zu den Ergebnissen der letzten Jugendstudien.¹⁴² In Bezug auf die Einstellungen der jungen Menschen wurde im Rahmen der Studie außerdem herausgefunden, dass „ein hoher Lebensstandard und die Durchsetzung eigener Bedürfnisse eher an Bedeutung verlieren“.¹⁴³ Stattdessen „wenden sich viele Jugendliche eher den idealistischen, postmaterialistischen Einstellungen zu“.¹⁴⁴ Die drei größten Ängste der Jugendlichen beziehen sich auf die Zerstörung der Umwelt, terroristische Anschläge und die Klimakrise. Grundsätzlich sind aber 58 Prozent, also etwas mehr als die Hälfte der Jugendlichen, ihrer eigenen und der gesellschaftlichen Zukunft gegenüber optimistisch eingestellt.¹⁴⁵ Ein noch größerer Anteil (84 Prozent) geht davon aus die persönlichen Karrierewünsche umsetzen zu können. In Bezug auf den eigenen (zukünftigen) Arbeitsplatz sind den Jugendlichen vor allem Sicherheit und die Sinnhaftigkeit bedeutende Anliegen.¹⁴⁶ Auch die häufigsten Freizeitaktivitäten der 12 bis 25-Jährigen wurden in der Studie gemessen. Ergebnis ist, dass „Musik hören (57 Prozent), Freund[*innen] treffen (55 Prozent) und im Internet surfen (50 Prozent)“¹⁴⁷ die meistgenannten Hobbys unter den Jugendlichen sind. Außerdem nennen 45 Prozent der befragten Jugendlichen das Schauen von Serien, Filmen und Videos als eine ihrer Freizeitbeschäftigungen. Dabei konsumieren die 12 bis 25-Jährigen die Inhalte vor allem über Streaming Dienste und weniger über die sogenannten klassischen Medien. Darüber hinaus stellt das Smartphone für eine deutliche Mehrheit der Jugendlichen eines der wichtigsten Geräte im Alltag dar. Über das Smartphone findet ein Großteil der Online-Aktivitäten der Jugendlichen statt, so auch die Nutzung von Social Media Plattformen.¹⁴⁸

In diesem Zusammenhang erscheint eine Betrachtung der in dieser Arbeit relevanten Zielgruppe in Bezug auf die Nutzung von Instagram von Bedeutung. Die jährliche repräsentative Umfrage „Social Media Atlas“ im Auftrag des Unternehmens Faktenkontor ergab, dass 80% der 16- bis 29-Jährigen in den Jahren 2020 und 2021 die Social Me-

¹⁴² Vgl. (Albert et al. 2019, S. 3–4).

¹⁴³ (Albert et al. 2019, S. 3).

¹⁴⁴ Ebd.

¹⁴⁵ (Albert et al. 2019, S. 3–4).

¹⁴⁶ (Albert et al. 2019, S. 4).

¹⁴⁷ (Albert et al. 2019, S. 4–5).

¹⁴⁸ (Albert et al. 2019, S. 5).

die Plattform Instagram nutzten.¹⁴⁹ Die 25. ARD/ZDF Onlinestudie im Jahr 2021 ergab darüber hinaus, dass 55% der Befragten 14- bis 29-Jährigen Instagram täglich nutzen. Damit ist Instagram in dieser Altersgruppe das am meisten genutzte Social Media Angebot.¹⁵⁰

Zurück zu den Ergebnissen der 18. Shell Jugendstudie. Das bisher gezeichnete Bild der Generation Z soll nun noch durch die Haltung der Jugendlichen zum Thema Politik ergänzt werden. Insgesamt beschreiben 41 Prozent der 12- bis 25-Jährigen sich selbst als politisch interessiert. Eine Mehrheit der Jugendlichen (77 Prozent) zeigt sich „mit der Demokratie in Deutschland zufrieden“.¹⁵¹ Dementgegen steht jedoch auch eine nicht unbedeutende Verdrossenheit gegenüber der Politik in Deutschland, insbesondere den Politiker*innen selbst gegenüber. Von den befragten Jugendlichen geben 71 Prozent an, kein Vertrauen in die Politiker*innen dieses Landes zu haben. Beachtliche 84 Prozent sind der Meinung „junge Leute [sollten] in der Politik mehr zu sagen haben“.¹⁵² Ergänzend zu diesen Ergebnissen der 18. Shell Jugendstudie soll nun noch ein Blick auf die Ergebnisse des Reuters Institute Digital News Reports aus dem Jahr 2021 geworfen werden. Demzufolge Social Media Plattformen für die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen einen der wichtigsten Zugänge zu Nachrichten darstellen.¹⁵³ Eine ausschließliche Nachrichtennutzung über Social Media findet unter acht Prozent der 18- bis 24-Jährigen statt.¹⁵⁴ Laut des Digital News Reports konsumiert jede*r vierte in der gleichen Zielgruppe regelmäßig Nachrichteninhalte über Instagram, im Vorjahr (2020) jede*r fünfte.¹⁵⁵

Nachdem nun eine umfassende Beschreibung der 18- bis 24-Jährigen, ihrer Lebensphase, ihren Werten und Haltungen vorgenommen wurde, widmet sich das nächste Kapitel der Analyse der Inhalte der News-WG.

¹⁴⁹ Vgl. (Faktenkontor 2021).

¹⁵⁰ Vgl. (Beisch und Koch 2021, S. 499).

¹⁵¹ (Albert et al. 2019, S. 2).

¹⁵² Ebd.

¹⁵³ Vgl. (Höllig et al. 2021, S. 42)

¹⁵⁴ Vgl. (Höllig et al. 2021, S. 5).

¹⁵⁵ (Höllig et al. 2021, S. 6).

3 Analyse

Die vorherigen Kapitel bilden, wie schon die Überschrift ausdrückt, die theoretische Grundlage der nun folgenden Analyse. Dieses Kapitel widmet sich also der qualitativen Inhaltsanalyse des Instagram Formats News-WG. Im Kapitel 3.1 werden die Grundlagen der Analyse festgelegt. Ausgangspunkt dieser Grundlagen ist das für die Analyse erstellte Ablaufmodell. In Kapitel 3.2 und 3.3 werden dann die einzelnen Schritte des Ablaufmodells erläutert und durchgeführt.

3.1 Ablaufmodell

Zunächst muss ein Ablaufmodell, an den Gegenstand angepasst, erstellt werden, um die Analyse selbst zu strukturieren und das Kriterium der intersubjektiven Nachprüfbarkeit zu erfüllen. In Abbildung 2 ist das für diese Arbeit erstellte Ablaufmodell zu sehen. Als erster Schritt des Ablaufmodells wird noch einmal der Gegenstand und das Ziel der Analyse genannt. Darauf folgt die Betrachtung des Materials. Zunächst wird erläutert, wie das Material für die Analyse eingegrenzt wurde. Auch auf die Protokollierung, die das Material der Analyse erst verfügbar macht, wird eingegangen. Ebenso wird die Einordnung in den Kommunikationszusammenhang erläutert. Der dritte und vierte Schritt des Ablaufmodells wird in einem Kapitel zusammengefasst. Diese beiden Schritte stellen das Kernstück der Analyse dar. Zu Schritt 3 und 4 des Ablaufmodells wird auch Schritt 5 gezählt. Abschließend werden die Ergebnisse der Analyse zusammengefasst und die Forschungsfrage beantwortet. Die einzelnen Schritte geben Einblick in den Vorgang der Analyse und sollen auf diesem Weg die Analyse nachvollziehbar und verständlich machen.

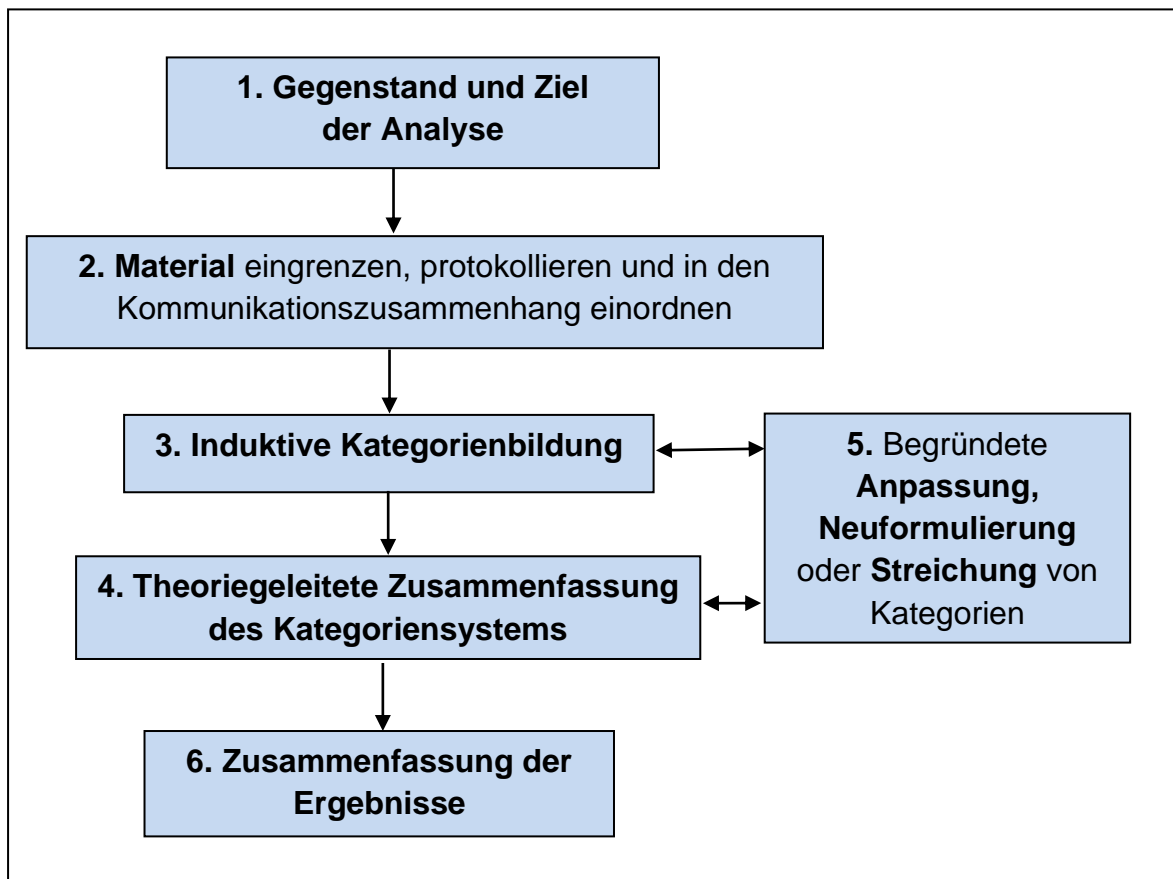


Abbildung 2: Ablaufmodell. Quelle: Eigene Darstellung.

3.2 Gegenstand, Ziel und Material der Analyse

Der Gegenstand der Analyse ist das Instagram Format News-WG des BR, dieses wurde in Kapitel 2.3 ausführlich vorgestellt und wird deshalb an dieser Stelle nicht näher beschrieben. Das Ziel der Analyse ist durch die Forschungsfrage vorgegeben.

Wie bereits in Kapitel 1.2 erklärt, ist es bei einer qualitativen Inhaltsanalyse essenziell, dass der Analyse zugrunde liegende Material einzugrenzen und in geschriebener Form festzuhalten bzw. zu protokollieren. Auf die Materialeingrenzung sowie Protokollierung in dieser Arbeit soll nun eingegangen werden.

Da auf dem Account der News-WG stetig neue Posts und Storys veröffentlicht werden, wurde ein fester Analysezeitraum bestimmt, um das Material einzugrenzen. Der Korpus der Analyse umfasst Posts und Storys der News-WG, die zwischen dem 04.04.2022 und 10.04.2022 publiziert wurden. Ein einwöchiger Untersuchungszeitraum

mag kurz erscheinen, ist jedoch an den Umfang dieser Arbeit angepasst. Die Posts und Storys wurden mithilfe der Screen Recording Funktion über die Smartphone App Instagram aufgenommen. Die einzelnen Screen Recordings befinden sich im Anhang dieser Arbeit.¹⁵⁶ Die Funktion des Screen Recordings wurde gewählt, um den Content möglichst nah am Gegenstand festzuhalten. Kommentare, Likes und Shares wurden nicht mit in den Korpus einbezogen. Dies ist auf das Ziel der Analyse zurückzuführen. Kommentare, Likes und Shares gehen größtenteils von der Community also der Zielgruppe aus. Daher sind diese Daten für die Beantwortung der Forschungsfrage dieser Arbeit nicht relevant.

Neben dieser nun vollzogenen Eingrenzung des Analysematerials ist an nächster Stelle die Protokollierung zu nennen. Die Protokollierung ist die Grundlage der Analyse und muss angepasst an den Gegenstand vollzogen werden. Es existiert jedoch keine allgemeingültige Vorgehensweise bzw. Vorlage zur Protokollierung von Instagram Inhalten. Daher wurde eine für diese Arbeit spezifische Protokollvorlage erstellt. Die Protokollvorlage und eine dazugehörige ausführliche Erklärung befinden sich im Anhang dieser Arbeit.¹⁵⁷ Innerhalb der Protokollierung des Materials wurde auch eine Einordnung des jeweiligen Posts oder der Story in den Kommunikationszusammenhang vorgenommen. Die einzelnen Protokolle der Posts und Storys befinden sich ebenfalls im Anhang dieser Arbeit.¹⁵⁸

Die ersten zwei Schritte des Ablaufmodells wurden nun bearbeitet. Das nächste Kapitel widmet sich dem dritten und vierten Schritt des Ablaufmodells.

3.3 Induktive Kategorienbildung und theoriegeleitete Zusammenfassung des Kategoriensystems

Bevor die Kategorienbildung beginnen kann, muss an dieser Stelle noch zwingend auf die Eigenschaften der induktiven Vorgehensweise eingegangen werden, die in dieser

¹⁵⁶ (Siehe Anhang 1).

¹⁵⁷ (Siehe Anhang 2).

¹⁵⁸ (Siehe Anhang 3 -4).

Arbeit gewählt wurde. Induktive Kategorienbildung bedeutet, dass die einzelnen Kategorien anhand derer die Analyse durchgeführt wird, nicht aus vorab verwendeten theoretischen Inhalten abgeleitet und dann auf das ausgewählte Material angewandt werden, sondern, dass diese direkt aus dem Material heraus entwickelt werden.¹⁵⁹ Begründet ist die Wahl des induktiven Vorgehens in dieser Arbeit durch die Möglichkeit einer

„naturalistischen, gegenstandsnahen Abbildung des Materials ohne Verzerrung durch Vorannahmen des Forschers [...] [und die] Erfassung des Gegenstandes in der Sprache des Materials.“¹⁶⁰

Dementsprechend kann das induktive Vorgehen dabei helfen, wissenschaftliche Grundlagen für die Erforschung eines bestimmten Bereichs zu schaffen. Mayring und Hurst schreiben bezüglich der induktiven Kategorienbildung folgendes im Sammelband „Qualitative Medienforschung“:

„Bei induktiver Kategorienbildung stellt im Sinne einer deskriptiven Analyse das aus dem Material entwickelte Kategoriensystem selbst bereits das Ergebnis dar.“¹⁶¹

Dies gilt auch für die vorliegende Arbeit. Um mit der Kategorienbildung beginnen zu können werden die notwendigen Analyseeinheiten definiert, um die Regelgeleitetheit im Vorgehen der Kategorienbildung zu gewährleisten. Die Analyseeinheiten umfassen, wie bereits in Kapitel 1.2 erwähnt, die Kodiereinheit, die Kontexteinheit und die Auswertungseinheit. Für diese Arbeit konnten die Einheiten wie folgt definiert werden:

- **Kodiereinheit:** Erkennbar bedeutungstragende Elemente in den Protokollen.
- **Kontexteinheit:** Die Protokolle eines Tages.
- **Auswertungseinheit:** Das gesamte Material, alle über den Untersuchungszeitraum gesammelten Posts und Storys und deren zugehörige Protokolle. Ausgewertet wurden die Protokolle dabei in chronologischer Reihenfolge, sortiert nach Veröffentlichungsdatum.

¹⁵⁹ Vgl. (Mayring 2015, S. 85).

¹⁶⁰ (Mayring 2015, S. 86).

¹⁶¹ (Mayring und Hurst 2005, S. 441).

Nun werden die aus dem Material abgeleiteten Kategorien genannt und theoriegeleitet erläutert. Zusätzlich wurden die Kategorien durch quantitative Belege aus dem Material gestützt. Damit ist keine umfassende Häufigkeitsanalyse gemeint. Es wurden lediglich die in den Kategorien aufgeführten Merkmale im Material ausgezählt. Dies ist laut Mayring eine Möglichkeit Ergebnisse qualitativer Analysen zu stützen.¹⁶²¹⁶³ Weiterhin zu beachten ist, dass auch Anpassungen, Neuformulierungen und Streichungen von Kategorien in die Kategorienbildung miteinbezogen werden. Es wurde versucht vier bis fünf prägnante Hauptkategorien zu formulieren. Unter diese Hauptkategorien sollten dann die bedeutungstragenden Elemente aus dem Material als Subkategorie eingeordnet werden. Dementsprechend wurde eine Top-Down Verfahrensweise und ein relativ hohes Abstraktionsniveau als Ausgangspunkt gewählt. Zudem wurde darauf geachtet, dass die Hauptkategorien sich möglichst auf sowohl Posts und Storys anwenden lassen. Als Hauptkategorien wurden, auf diese Überlegungen aufbauend, nach dem Materialdurchgang folgende formuliert:

1. Form
2. Inhalt und Gestaltung
3. Interaktion
4. Inhaltliche Struktur
5. Nonverbale Kommunikation
6. Sprache und Ausdruck

1. Form

Schon bei der Protokollierung des Materials wurde zwischen Posts und Storys unterschieden und das nicht ohne Grund. Beides sind Darstellungsformen, die von Instagram vorgegeben sind und sich durch verschiedene Charakteristika voneinander unterscheiden, wie bereits in Kapitel 2.2.1 beschrieben. Insgesamt 9 Feedposts und 55 Story Slides wurden von der News-WG im Analysezeitraum veröffentlicht. Beide Darstellungsformen sind wiederum durch sogenannte Multimodalität geprägt. Multimodali-

¹⁶² Vgl. Ebd.

¹⁶³ Vgl. (Mayring 2015, S. 53).

tät beschreibt nach Stöckel die Verbindung mehrerer unterschiedlicher Zeichensysteme wie beispielsweise Bild, Ton und Sprache.¹⁶⁴ Als aufbauende Erläuterung dieser Beschreibung schreibt Stöckel weiter:

„Wir kennen eine Vielzahl multimodaler Texte. [...] Gedruckte Texte setzen Sprache (Schrift) und Bild zueinander in Beziehung, Radiotexte integrieren gesprochene Sprache, Geräusche und Musik, und in audiovisuellen Texten verbindet sich potenziell ein Maximum an Zeichenressourcen: Sprache (geschrieben und gesprochen), Bild (statisch und bewegt), Ton (Musik und Geräusch).“¹⁶⁵

Auch in der Wissensvermittlung ist, laut Ballstaedt, die Verwendung verschiedener Modi zentral.¹⁶⁶ Die Verbindung verschiedener Modi innerhalb der Darstellungsformen Instagrams ist bereits bei der Protokollierung des Contents der News-WG aufgefallen. Das Ziel der Kategorie Form ist es deshalb, die Modi zu erfassen, die die News-WG für die Wissensvermittlung einsetzt. Aus dem Material lassen sich folgende Modi als Subkategorien zur Hauptkategorie Form formulieren.

Sprache

Die Autoren Felder und Müller schreiben in der Einführung des Sammelbandes „Wissen durch Sprache“, dass Sprache nicht nur als ein Transportmittel von Wissen bezeichnet werden kann, sondern, dass Wissen durch und in Sprache lebt.¹⁶⁷ Folglich ist Sprache ein zentraler Modi der Wissensvermittlung. Auch im Content der News-WG kommt Sprache vor, sowohl in geschriebener als auch gesprochener Form. Im Material ist Sprache in geschriebener Form unter den Überschriften „Text in der Caption“, „Text innerhalb des Bildes“, „Text innerhalb der Story“ und „Text innerhalb des Reels“ zu finden. Die Überschriften beziehen sich dabei auf die Fundstellen der geschriebenen Sprache. In gesprochener Form kommt Sprache auf Instagram nur in Videos (Bewegtbild) vor und findet sich im Material unter der Überschrift „Audiotranskription“. Daraus lässt sich schließen, dass Sprache im Content der New-WG in jedem Post und jeder Story vorkommt aber ausschließlich in Verbindung mit visuellen Elementen.

¹⁶⁴ Vgl. (Stöckel 2011, S. 45).

¹⁶⁵ Ebd.

¹⁶⁶ Vgl. (Ballstaedt 1997, S. 8).

¹⁶⁷ Vgl. (Müller und Felder 2009, S. 1).

Bild

Der Autor Ballstaedt beschreibt Bilder in seinem Buch „Wissensvermittlung“, als „Formen von Wissen“¹⁶⁸ und „adäquate Darstellungsform für visuelles Wissen“.¹⁶⁹ Folglich sind auch Bilder, neben Sprache, Modi, die in der Wissensvermittlung eingesetzt werden. Genauso wie Sprache in verschiedenen Formen existiert, bestehen auch verschiedene Arten von Bildern. Ballstaedt beispielsweise, zählt zum Modus Bild „Fotos, Gemälde, verschiedene Typen von Zeichnungen und schematisierte Bilder“.¹⁷⁰ Aus dem Content der News-WG lässt sich entnehmen, dass Fotos hier ebenfalls eingesetzt werden. Neben Fotos existiert im Material jedoch noch die sogenannte Textkachel, eine für Instagram spezifische Form des Bildes, die bereits in Kapitel 2.2.1 beschrieben wurde. Bilder, sowohl Fotos als auch Textkacheln, kommen im Content der News-WG in der Story und im Post vor. In den Feedposts wurden insgesamt zehn Bilder, davon vier Textkacheln und sechs Fotos publiziert. In den Storys wurden insgesamt 18 Bilder gepostet.

Video

Nach Ballstaedt sind Videos „zum Erwerb von Wissen [geeignet]“.¹⁷¹ Auch Markus Schäfer bestätigt dies in seinem Buch „Lehren und Lernen mit digitalen Medien und Technologien“. Schäfer schreibt: „Bewegtbilder sind [...] in der Lage Informationen anschaulich, passgenau und kompakt zu transportieren.“¹⁷² Dementsprechend können auch Videos in der Wissensvermittlung eingesetzt werden. Im Content der News-WG sind Videos ebenso wie Bilder und Sprache in unterschiedlichen Formen und an unterschiedlichen Stellen zu finden. In den Storys wurden insgesamt 40 Videos und in den Feedposts lediglich 3 Videos in Form von Reels veröffentlicht.

¹⁶⁸ (Ballstaedt 1997, S. 8).

¹⁶⁹ (Ballstaedt 1997, S. 6).

¹⁷⁰ (Ballstaedt 1997, S. 7).

¹⁷¹ (Ballstaedt 1997, S. 255).

¹⁷² (Schäfer 2020, S. 33).

2. Inhalt und Gestaltung

Wie bereits in der letzten Kategorie Form und den dazugehörigen Unterkategorien Sprache, Bild und Video erklärt wurde, können alle drei Modi zur Wissensvermittlung eingesetzt werden. Auch die Gestaltung der verschiedenen Modi kann laut Ballstaedt Einfluss auf die Wissensvermittlung nehmen, indem beispielsweise „Hervorhebungen einen [sic!] Blickzuwendung erzwingen oder durch die Anordnung ein Blickpfad nahegelegt wird.“¹⁷³ Im Folgenden sollen daher unter der Hauptkategorie „Gestaltung“, von der News-WG verwendete gestalterische Elemente als Subkategorien formuliert werden. Wie diese gestalterischen Elemente genau bei der Zielgruppe wirken, kann in dieser Arbeit nicht beantwortet werden und ist auch nicht der Anspruch dieser Arbeit. Jedoch können auf Literatur gestützte Vermutungen diesbezüglich angestellt werden. In Bezug auf die gestalterischen Elemente werden Bild und Video unter denselben Kategorien betrachtet, für Sprache hingegen wurden andere gestalterische Kategorien formuliert.

Bild- und Videoinhalt

Bevor jedoch Subkategorien der Gestaltung für die Modi Bild und Video formuliert werden können, gilt es zunächst darauf einzugehen wer oder was in den Bildern und Videos der News-WG abgebildet ist. Nur dann kann auch nachvollziehbar darauf eingegangen werden, wie das Abgebildete gestaltet ist. Daher auch der Begriff Inhalt in der Bezeichnung dieser Hauptkategorie. Unterschieden wird beim Bild- bzw. Videoinhalt zum einen zwischen den Darstellungsformen Post und Story und zum anderen nach den Inhaltskategorien Host, andere Menschen oder Objekte und den Textkacheln. Diese Inhaltskategorien wurden aus dem Material abgeleitet.

Feed Post

¹⁷³ (Ballstaedt 1997, S. 216).

In den neun Feedposts der News-WG wurden, wie bereits unter der Kategorie Form beschrieben, insgesamt zehn Bilder und drei Videos veröffentlicht. Vier von den Bildern sind Textkacheln, zeigen also vornehmlich Text. Die restlichen sechs Bilder sind Fotos. Drei bilden einen der Hosts ab und drei andere Menschen oder Objekte. In den drei Videos (Reels) sind vor allem andere Menschen abgebildet. In einem ist jedoch am Ende auch Max, also einer der Hosts zu sehen.

Story

In den 55 Story Slides die von der News-WG veröffentlicht wurden, sind 40 Videos und 18 Bilder enthalten. Von den 40 Videos zeigen 35 einen oder mehrere der Hosts. Die fünf übrigen Videos zeigen andere Menschen oder Objekte. Von den 18 Bildern zeigen nur 2 einen der Hosts und 16 zeigen andere Menschen oder Objekte sowie Text.

Nachdem nun die Bild- und Videoinhalte unter den drei Kategorien Hosts, andere Menschen und Objekte sowie Textkacheln erfasst wurden, werden die Gestaltungskategorien formuliert.

Bild- und Videogestaltung

Ausschnitt (Einstellungsgröße)

Als erste Gestaltungskategorie wurde der Bild- bzw. Videoausschnitt gewählt. Dieser Ausschnitt gibt an „aus welcher Entfernung ein Objekt aufgenommen wurde“.¹⁷⁴ Die verschiedenen Ausschnitte sind an unterschiedliche Wirkungen geknüpft. Dementsprechend wird vermutet, dass die News-WG bewusst bestimmte Bild- bzw. Videoausschnitte einsetzt, um eine bestimmte Wirkung bei der Zielgruppe hervorzurufen. Im Material der News-WG sind vor allem Nahaufnahmen zu finden. In Posts und Storys wurden insgesamt 41 Nahaufnahmen gezählt. Damit ist diese Einstellungsgröße in der Mehrheit. Weiterhin wurden 3 Totalen, 7 Halbtotale, 3 Amerikanische und 3 halbnaher Einstellungsgrößen gezählt. Textkacheln und Screen Recordings wurden bei dieser

¹⁷⁴ (Bendel Larcher 2015, S. 135).

Kategorie nicht mit einbezogen, da sich die Einstellungsgröße nicht bestimmen lässt. Des Weiteren ist aufgefallen, dass die Hosts des Formats nur in Nahaufnahmen gezeigt werden. Daher, und weil die Nahaufnahme den häufigsten Bild- bzw. Videoausschnitt darstellt, soll an dieser Stelle näher auf die Bedeutung der Nahaufnahme eingegangen werden. Die Autorin Bendel Larcher schreibt, dass Nahaufnahmen vor allem beim Erzählen eingesetzt werden und dabei meist einzelne Personen im Fokus stehen. Dies kann durch das Material bestätigt werden. Die Hosts sind, wenn sie in der Nahaufnahme gezeigt werden, meistens in Videos in den Storys beim Erzählen zu sehen. Dabei sind Max, Helene oder Sophie meist allein vor der Kamera. Darüber hinaus wirken Nahaufnahmen laut Bendel Larcher persönlich.¹⁷⁵ Vermutet werden kann an dieser Stelle, dass sich die News-WG über diese Wirkung bewusst ist und die Nahaufnahmen einsetzt, um zur Wissensvermittlung eine persönliche Beziehung zur Zielgruppe aufbauen möchte.

Selfie-Modus

Die Autorin Laura Maleyka schreibt in „Selfie-Kult: Bildvermittelte Kommunikation und Selbstbildnis als Kommunikationskode im digitalen Raum“, dass Selfies ein allgegenwärtiges Phänomen darstellen.¹⁷⁶ Gemeint ist mit dem Begriff Selfie ein „mit der Digitalkamera (des Smartphones oder Tablets) meist spontan aufgenommenes Selbstportrait einer oder mehrerer Personen.“¹⁷⁷ Seinen Ursprung hat der Begriff im Englischen und ist abgeleitet vom Wort „self“ welches übersetzt „selbst“ bedeutet.¹⁷⁸ Die Autorin Ulla Autenrieth schreibt über das Selfie:

„Charakteristisch für das Selfie ist daher nicht vorrangig das gestalterische Mittel des Selbstportraits, sondern kennzeichnend ist die Kombination des Selbstbildnisses mit der anschließenden Distribution und Verhandlung über entsprechende Medienkanäle. Konstituierend für das Selfie ist damit vorrangig seine Verwendung als Kommunikationsmittel. Es wird bereits mit der Intention erzeugt, eine Botschaft an andere zu übermitteln, dies zumeist unmittelbar im Anschluss an seine Herstellung.“¹⁷⁹

¹⁷⁵ Vgl. (Bendel Larcher 2015, S. 135).

¹⁷⁶ Vgl. (Maleyka 2019, S. 1).

¹⁷⁷ (Duden 2018).

¹⁷⁸ (Duden 2018).

¹⁷⁹ (Autenrieth 2014, S. 52).

Aus dem Zitat von Autenrieth kann vermutlich geschlossen werden, dass Selfies als Kommunikationsmittel auch in der Wissensvermittlung eingesetzt werden können. Der Selfie-Modus wird sowohl bei Bildern als auch Videos der News-WG verwendet. Insgesamt taucht der Selfie-Modus 4-Mal in Feedposts und 36-Mal in Story Slides der News-WG auf, insbesondere dann, wenn die Hosts abgebildet sind. Die Autorin Maleyka schließt aus der Wortherkunft des Begriffs Folgendes:

„Deutlich wird [...], dass das Selfie im wörtlichen als auch im übertragenen Sinn eine Präsentation des Selbst bzw. eine Form von Identitätsdarstellung ist.“¹⁸⁰

Aufbauend auf das Zitat von Maleyka scheinen die Hosts im Selfie-Modus nicht nur als reine Übermittler*innen von politischen Inhalten abgebildet zu werden. Stattdessen findet neben der Wissensvermittlung scheinbar auch eine Selbstdarstellung der Hosts statt, wenn sie im Selfie-Modus auftreten. Da das Selfie laut Maleyka ein allgegenwärtiges Phänomen darstellt und vermutlich auch generell in sozialen Medien zum Einsatz kommt, kann vermutet werden, dass auch die Zielgruppe der News-WG Selfies nutzt. Indem die News-WG das Selfie in ihrer Kommunikation aufgreift, wird vermutlich versucht, die Zielgruppe auf Augenhöhe anzusprechen.

Perspektive

Neben dem Bild- bzw. Videoausschnitt wurde die Perspektivierung als weiteres gestalterisches Element im Material der News-WG festgestellt. Sylvia Bendel Larcher schreibt in ihrem Buch „Linguistische Diskursanalyse. Ein Lehr- und Arbeitsbuch“, dass „mit der Wahl der Perspektive spezifische *Wirkungen* [Hervorhebung im Original] verbunden [sind]“.¹⁸¹ Mit Perspektive ist in Bezug auf Bilder und Videos hier der vertikale und horizontale Kamerawinkel gemeint, in dem das Abgebildete aufgenommen wurde.

Der vertikale Winkel wird, wie bereits in Zusammenhang mit der Protokollierung erläutert, in Normalansicht, Untersicht und Obersicht eingeteilt. Diese verschiedenen Ansichten erzeugen laut Bendel Larcher unterschiedliche Wirkungen. Die Normalansicht

¹⁸⁰ (Maleyka 2019, S. 2).

¹⁸¹ (Bendel Larcher 2015, S. 141).

beispielsweise zeigt den Rezipient*innen einen Menschen oder ein Objekt auf Augenhöhe. Hier entsteht laut Bendel Lacher bei den Rezipient*innen der Eindruck, sie seien dem gezeigten Menschen oder Objekt gleichgestellt. Wird ein Mensch oder Objekt aus der Untersicht gezeigt kann bei den Rezipient*innen der Eindruck entstehen, dass der gezeigte Mensch oder das Objekt sozial über ihnen steht, sie also unterlegen sind. Durch die Obersicht schauen die Rezipient*innen auf den gezeigten Menschen oder das Objekt hinab und scheinen daher dem Abgebildeten überlegen zu sein.¹⁸² In den Bildern und Videos der News-WG wurden 13 Normalansichten, 25 Untersichten und 23 Obersichten gezählt. Wobei die meisten Ober- und Untersichten lediglich sehr leicht ausgeprägt sind und womöglich während des eher flüchtigen Betrachtens der Inhalte nicht unbedingt als solche erkannt werden. Auch der Selfie-Modus kann vermutlich dazu beitragen, dass sich die von der Theorie vorgegebenen Wirkungen des vertikalen Winkels nicht eins zu eins in die Realität übersetzen lassen. Zumindest wird nicht vermutet, dass die News-WG bewusst versucht der Zielgruppe durch eine Ober- oder Untersicht, Über- oder Unterlegenheit zu vermitteln.

Der horizontale Winkel wird, in Frontalaufnahme und Seitenaufnahme (auch Halbprofil oder Profil genannt) eingeteilt. Dieser Kamerawinkel kann laut Bendel Lacher „ein unterschiedliches Maß an *Involvement* [Hervorhebung im Original]“¹⁸³ bei den Rezipient*innen hervorrufen. Mit diesem Kamerawinkel kann also bei den Rezipient*innen gezielt das „Gefühl, in das Geschehen einbezogen zu sein“¹⁸⁴, hervorgerufen werden. Die Frontalaufnahme sorgt laut Bendel Lacher dafür, dass Rezipient*innen „das Gefühl [bekommen], in die Szene hineinversetzt und den abgebildeten Gegenständen und Personen nahe zu sein.“¹⁸⁵ Die seitliche Aufnahme hingegen sorgt laut Bendel Lacher dafür, dass die Rezipient*innen vielmehr „in der Position von distanzierter Beobachter[*innen]“¹⁸⁶ platziert werden. In den Bildern und Videos der News-WG wurden 22 Seitenansichten und 43 Frontalansichten gezählt. Somit ist die Frontalansicht in der Mehrheit. Weiterhin wurde festgestellt, dass die Hosts ausschließlich in Frontalaufnahmen gezeigt werden. In Zusammenhang mit den bereits erläuterten Wirkungen der

¹⁸² Vgl. (Bendel Larcher 2015, S. 142–143).

¹⁸³ (Bendel Larcher 2015, S. 142).

¹⁸⁴ Ebd.

¹⁸⁵ Ebd.

¹⁸⁶ Ebd.

unterschiedlichen vertikalen Winkel wird vermutet, dass die News-WG durch die Frontalansichten dafür sorgen möchte, dass sich die Zielgruppe den Hosts nahe fühlt, sich mit ihnen identifizieren kann und sich mit einbezogen fühlt.

Unter die Kategorie der Perspektive fällt bei Bildern und Videos zudem die Blickrichtung, sollten Personen abgebildet sein. Denn die Blickrichtung abgebildeter Personen kann laut Bendel Lacher neben den Kamerawinkeln eine spezifische Wirkung bei den Rezipient*innen erzeugen. Ein Fall von besonderer Bedeutung ist hierbei der direkte Blick in die Kamera einer, in Video oder Bild abgebildeten, Person. Die Autorin Bendel Lacher schreibt diesbezüglich:

„Blickt eine Person direkt in die Kamera, [...] [gewinnen die Rezipient*innen] den Eindruck, dass nicht nur sie die Person [sehen], sondern dass sie auch von der Person gesehen [werden].“¹⁸⁷

Sie schreibt weiter:

„Der direkte Blick suggeriert eine soziale Beziehung zwischen [...] [Rezipient*innen] und dem Abgebildeten. Die abgebildete Person hat den Status eines Subjekts.“¹⁸⁸

Anhand des Materials der News-WG konnte festgestellt werden, dass die Hosts, sowohl in Bildern als auch Videos, ausschließlich mit Blick in die Kamera abgebildet sind. Andere Personen, die gezeigt werden, schauen hingegen nicht mit direktem Blick in die Kamera. Darauf aufbauend wird vermutet, dass die News-WG den direkten Blick in die Kamera einsetzt, um die User*innen direkt anzusprechen.

Sprache

Eine gestalterische Kategorie die sich sowohl auf die geschriebene als auch gesprochene Sprache des Materials bezieht ist die Perspektivierung. In Bezug auf Sprache geht es bei der Perspektivierung darum, wer aus welcher Sicht wen wie anspricht. Diese Perspektivierung der Sprache hat laut Bendel Larcher verschiedene Wirkungen „auf

¹⁸⁷ (Bendel Larcher 2015, S. 143).

¹⁸⁸ Ebd.

die Sachverhaltsdarstellung und die suggerierte Beziehung¹⁸⁹ zu den Rezipient*innen. Bendel Larcher unterscheidet als Kategorien der Perspektivierung von Sprache unter anderem folgende: Ich-Form, Wir-Form und die Leser*innenansprache. Diese Kategorien wurden auch im Content der News-WG gefunden. Wird die Ich-Form, also die erste Person Singular, verwendet, tendieren Rezipient*innen, laut Bendel Larcher dazu sich mit der sprechenden Person oder den Autor*innen eines Textes zu identifizieren. Die Ich-Form verleiht Sprache den Eindruck von „Authentizität, aber auch Subjektivität“.¹⁹⁰ Darüber hinaus kann die Ich-Form Sprache emotionalisieren. Die Wir-Form beschreibt meistens eine bestimmte Personengruppe, beispielsweise „Wir, die News-WG“. Die Leser*innenansprache kann, laut Bendel Larcher, „eine soziale Beziehung suggerieren“¹⁹¹, indem Rezipient*innen mit Sie oder du angesprochen werden.¹⁹² Im Material wurden die Feedpost Captions, die Story Slides und die Audiotranskriptionen auf die beschriebene Sprachperspektivierung untersucht. Dabei wurde der Fokus auf das Material gelegt, in dem die Hosts abgebildet sind. In Posts wurde 9-Mal die Ich-Form, 4-Mal die Wir-Form und 18-Mal die Leser*innenansprache gefunden. In Storys wurde 47-Mal die Ich-Form, 35-Mal die Wir-Form und 77-Mal die Leser*innenansprache gefunden. In jedem Post und in jeder Story kommt die Leser*innenansprache vor. In den Storys kommen auch die Ich-Form und die Wir-Form in jeder Einheit vor, während in den Posts nicht immer zur Wir- oder Ich-Form gegriffen wird. Die Wir-Form wird in den meisten Fällen wie im oben genannten Beispiel verwendet und meint das Team der News-WG. Die Ich-Form wird von den Hosts zur Darstellung ihrer Perspektive genutzt und schafft wie von Bendel Larcher beschrieben einen authentischen, aber auch subjektiven Eindruck der Hosts. Die Leser*innenansprache erzeugt wie auch schon bei vorherigen gestalterischen Elementen vermutet, eine Beziehung zwischen Hosts und Zielgruppe und spricht diese direkt an.

Gestalterische Elemente Instagrams

Eine gestalterische Kategorie, die sich sowohl auf Bild, Video und Sprache bezieht sind die gestalterischen Elemente Instagrams, die als Funktionen Instagrams bereits in Ka-

¹⁸⁹ (Bendel Larcher 2015, S. 59).

¹⁹⁰ (Bendel Larcher 2015, S. 59–60).

¹⁹¹ (Bendel Larcher 2015, S. 61).

¹⁹² (Bendel Larcher 2015, S. 59–62).

pitel 2.2.1 aufgeführt wurden. Im Material der News-WG wurden in den Storys insgesamt 50 GIFs gezählt. Darüber hinaus wurden 16 Emojis verwendet. Das in Instagram enthaltene Zeichentool wurde sieben Mal benutzt und Audio-Effekte sowie die Timelapse Funktion wurden jeweils einmal eingesetzt. In den Feedposts wurden 33 Emojis gezählt und ein Audio-Effekt wurde verwendet. Da keine aussagekräftige Literatur zum Einsatz von Emojis, GIF und Ähnlichem gefunden wurde, kann an dieser Stelle nur vermutet werden, dass diese gestalterischen Funktionen Instagrams unterhalterischen bzw. auflockernden Zwecken dienen.

3. Interaktion

Essenziell für die Wissensvermittlung ist die Aufmerksamkeit, die ein Profil bekommt. Die Follower*innen Anzahl mag zwar ein quantitativer Beleg für den Erfolg eines Profils sein, aber die Aufmerksamkeit die ein Profil bekommt ist nicht deckungsgleich mit der Anzahl der Follower*innen. Aufmerksamkeit oder auch Sichtbarkeit wird auf Instagram durch Interaktion hervorgerufen.¹⁹³ Tanja Maier schreibt diesbezüglich: „Wer auf sozialen Medien nicht interagiert, ist nicht sichtbar und verliert den Kontakt zu den Follower*innen.“¹⁹⁴ Sichtbarkeit ist somit auch ein notwendiges Mittel, um politisches Wissen zu transportieren.¹⁹⁵ Daher wird vermutet, dass auch die News-WG Interaktion als strategisches Mittel zur Sichtbarkeitserzeugung einsetzt, um ihre Inhalte zu vermitteln. Auf Instagram bestehen laut Tanja Maier verschiedene Möglichkeiten Sichtbarkeit zu erzeugen. Dazu gehören unter anderem Hashtags, Geotagging, Tagging anderer Profile, Abstimmtools, Fragen am Ende von Feedposts oder auch die Verlinkung externer Inhalte.¹⁹⁶ Diese Mittel zur Interaktionserzeugung wurden auch im Material der News-WG gefunden. Insgesamt wurden 74 Hashtags gefunden, davon 3 in Storys und 71 in den Captions der Feedposts. Orte wurden insgesamt 9-Mal getaggt, 5-Mal in Storys und 4-Mal in Posts. Andere Instagram Profile wurden ebenfalls erwähnt. Insgesamt wurden 14 Erwähnungen gefunden, davon 4 in Posts und 10 in Storys. Platzierte Links wurden 5-Mal in Storys gefunden und lediglich 2-Mal in den Captions der Posts. Die

¹⁹³ Vgl. (Maier 2021, S. 16).

¹⁹⁴ (Maier 2021, S. 23).

¹⁹⁵ Ebd.

¹⁹⁶ (Maier 2021, S. 16).

Abstimmtools sind eine reine Storyfunktion und wurden daher auch nur in Storys gefunden. Insgesamt wurden 23 Abstimmtools in den Storys gezählt. Die Fragen am Ende der Caption sind den Feedposts vorbehalten. Insgesamt wurden in 8 Captions Fragen an die User*innen gerichtet. Daraus abgeleitet lässt sich vermuten, dass die News-WG vielfältige Mittel zur Erzeugung von Interaktion einsetzt. In den Posts sind es vor allem Hashtags und in Storys vor allem Abstimmtools, die genutzt werden, um Sichtbarkeit zu erzeugen und die User*innen mit den politischen Inhalten zu erreichen.

4. Inhaltliche Struktur

Die bereits, innerhalb der Kategorie Form, beschriebene komplexe Multimodalität Instagrams führt dazu, dass sich eine eindeutige inhaltliche Struktur pro Post und Story wie beispielsweise Einleitung, Hauptteil und Schluss nicht immer feststellen lässt. Passend dazu schreiben die Autoren Maurer und Reinemann in „Medieninhalte. Eine Einführung.“: „Unter der inhaltlichen Struktur von Medieninhalten verstehen wir ihren groben inhaltlichen Aufbau.“¹⁹⁷ Durch die Formulierung „grober inhaltlicher Aufbau“ wird hier deutlich gemacht, dass es in Medieninhalten nicht zwangsläufig immer einen einheitlichen oder exakten Aufbau gibt. Als Beispiel für diese inhaltliche Struktur von Medieninhalten nennen die beiden Autoren, das Verhältnis von unterhaltenden und informierenden Inhalten. In dem Material der News-WG konnten keine intersubjektiv nachprüfbaren unterhaltenden Elemente ausgemacht werden, jedoch konnte das Verhältnis der verschiedenen politischen Wissensarten nach Delli Carpini und Keeter als ein inhaltlich strukturierendes Element festgestellt werden. Insgesamt konnten 13 Feedposts und Storys dem Themenwissen zugeordnet werden, 4 Posts und Storys dem Akteur*innenwissen und lediglich 2 dem Systemwissen. Eine Storyeinheit konnte keiner der Wissensarten zugeordnet werden. Aus diesem Verhältnis lässt sich schließen, dass die News-WG als Format vermutlich in ihrem inhaltlichen Aufbau den Fokus auf Themenwissen legt. Ein weiteres Element der inhaltlichen Struktur stellen die Feedpost Captions dar, diese erscheinen meist nach einem festen Aufbau gestaltet zu sein. Sie beginnen mit einer Überschrift, die in geschwungenen Klammern und in Großbuchstaben am Anfang platziert ist. Unter dieser Überschrift folgen meist mehrere

¹⁹⁷ (Maurer und Reinemann 2006, S. 83).

Absätze zu einem Thema und am Ende steht eine Frage an die Zielgruppe gerichtet sowie ein Gruß. Beispiele für den Gruß wären „Liebe Grüße, Max“ oder auch „Liebe Grüße, eure News-WG“. Da es sich bei den Captions um Text handelt, ist hier eine inhaltliche Struktur nach dem klassischen Muster Einleitung, Hauptteil, Schluss besser nachzuvollziehen und zu erkennen. Neben der inhaltlich strukturierten Feedpost Caption wurde ein weiteres Element der inhaltlichen Struktur in Zusammenhang mit Story und Post gefunden. Es wurde festgestellt, dass in den meisten Fällen zu einem Thema sowohl eine Story Einheit als auch einen Feedpost veröffentlicht wurde. Der Feedpost wird darüber hinaus in der Story Einheit des gleichen Themas geteilt.¹⁹⁸ Dieses Teilen der eigenen Feedposts stellt ein weiteres strukturgebendes Element im Material der News-WG dar. Festgehalten werden kann, dass die News-WG in der Wissensvermittlung scheinbar den Fokus auf Themenwissen legt. Darüber hinaus arbeitet die News-WG mit einem inhaltlich strukturierten Aufbau in den Feedpost Captions und einem komplementären Einsatz von Storys und Feedposts.

¹⁹⁸ Post Nr.: 1 wird in Story Einheit Nr.:1 geteilt; Post Nr.:2 wird in Story Einheit Nr.: 3 geteilt, Post Nr.: 3 wird in Story Einheit Nr.: 4 geteilt; Post Nr.:4 wird in Story Einheit Nr.: 5 geteilt; Post Nr.: 5 wird in Story Einheit Nr.: 6 geteilt; Post Nr.: 7 wird in Story Einheit Nr.: 7 geteilt; Post Nr.: 8 wird in Story Einheit Nr.: 8 geteilt.

5. Nonverbale Kommunikation

Julia Hintermann schreibt in ihrem Buch „Ich kommuniziere – also bin ich!“. „Nonverbale Signale sind die Zeichen, die nicht der gesprochenen Sprache zuzurechnen sind [...]“.¹⁹⁹ Die Bandbreite an non-verbale Signalen ist, laut Hintermann enorm. Unter anderem gehören Gestik und Mimik zu dieser Bandbreite.²⁰⁰ Auch im Material wurden Gestik und Mimik gezeigter Personen im Content der News-WG festgehalten. Jedoch wurde von der Aufnahme der Kategorie „Nonverbale Kommunikation“ in das Kategoriensystem abgesehen aufgrund des interpretativen, subjektiven Charakters. Eine intersubjektive Nachprüfbarkeit hätte im Fall dieser Kategorie, im Gegensatz zu den anderen, nicht sichergestellt werden können.

6. Sprache und Ausdruck

Diese formulierte Kategorie findet sich als Subkategorie in der Hauptkategorie „Inhalt und Gestaltung“ und beschäftigt sich mit der Perspektivierung der im Content der News-WG veröffentlichten sprachlichen Elemente. Die Kategorie wurde aus Gründen der besseren Nachvollziehbarkeit und Übersichtlichkeit als Subkategorie einer anderen Hauptkategorie untergeordnet.

Mit der theoriegeleiteten Erläuterung der induktiv formulierten Kategorien wurden Schritt drei und vier des Ablaufmodells umgesetzt. Im nun folgenden letzten Kapitel dieser Arbeit wird in drei Unterkapiteln die Schlussbetrachtung dieser Arbeit vollzogen, angefangen mit dem fünften und letzten Schritt des Ablaufmodells, der Zusammenfassung der Ergebnisse.

¹⁹⁹ Hintermann, Julia (2017): Ich kommuniziere - also bin ich! Kommunikationsmodelle, Fallbeispiele, Praxistipps. 1. Auflage 2010. Zürich, München: Versus Verlag; C.H. Beck eLibrary (Versus kompakt Management 2017 (eLibrary Paket)), S. 94.

²⁰⁰ (Hintermann 2017, S. 94–95).

4 Schlussbetrachtung

Im vorherigen Kapitel wurde die qualitative Inhaltsanalyse des Instagram Formats News-WG dargestellt. In diesem letzten Kapitel der Arbeit sollen die Ergebnisse der Analyse nun zusammengefasst und darauf aufbauend die Forschungsfrage beantwortet werden. Darüber hinaus findet eine Reflexion statt, um das wissenschaftliche Vorgehen sowie die daraus resultierenden Ergebnisse zu beurteilen. Zum Schluss dieser Arbeit erfolgt ein Ausblick auf offen gebliebene Fragen und mögliche Weiterführungen der Forschung dieser Arbeit.

4.1 Zusammenfassung der Ergebnisse und Beantwortung der Forschungsfrage

Die in dieser Bachelorarbeit gestellte Forschungsfrage lautete: „Wie wird politisches Wissen über Social Media an die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen vermittelt?“. Analysiert wurde hierzu als Fallbeispiel das erfolgreiche Instagram Format News-WG des Bayerischen Rundfunks. Untersucht wurden Posts und Storys die von der News-WG zwischen dem 04.04.2022 und dem 10.04.2022 veröffentlicht wurden. Als methodische Vorgehensweise wurde die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring gewählt. Das innerhalb der Analyse induktiv erstellte, theoretisch und durch quantitative Ergebnisse gestützte Kategoriensystem stellt das Ergebnis dieser Arbeit dar und soll im Folgenden Antwort auf die Forschungsfrage liefern. Im Theorieteil wurde in Bezug auf den Gegenstand und Kontext der Analyse nötiges Hintergrundwissen erfasst, indem eine Auseinandersetzung mit den Begriffen politisches Wissen, politischer Journalismus sowie Social Media und Instagram stattfand. Darüber hinaus wurde die Relevanz Instagrams für den (politischen) Journalismus dargestellt. Schließlich wurde vor dem Beginn der Analyse der Untersuchungsgegenstand, das Instagram Format News-WG vorgestellt und in einem Exkurs dessen Zielgruppe betrachtet.

Als Ergebnis dieser Arbeit lässt sich zusammenfassend festhalten, dass die News-WG unter anderem durch die Kategorien Form, Inhalt und Gestaltung, Interaktion und inhaltliche Struktur politisches Wissen an die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen vermittelt. Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der einzelnen Kategorien und ihrer Unterkategorien erläutert.

Festgestellt wurde, dass die News-WG, vor allem Storys aber auch Feedposts und Reels als Darstellungsformen der Wissensvermittlung nutzt. Die Multimodalität Instagrams zeigt sich dabei auch im Content der News-WG. Gemeint ist damit, dass die News-WG neben den unterschiedlichen Darstellungsformen auch verschiedene Modi zur Wissensvermittlung nutzt. Zu diesen Modi gehören Video, Bild und Sprache. Im Content der News-WG sind dabei die Videos im Vergleich zu den Bildern in der Mehrheit. Sprache kommt immer und ausschließlich in Verbindung mit einem visuellen Element, also einem Bild oder Video, vor. Abgebildet sind in der Mehrheit des Contents die Hosts des Formats. Diese werden vor allem in Naheinstellung, Frontalansicht, Selfie-Modus und mit direktem Blick in die Kamera gezeigt. In den sprachlichen Elementen findet sich in jedem Post und in jeder Story die Leser*innenansprache. Vermutet wird, dass durch diese gestalterischen Elemente eine Beziehung zwischen Hosts und Zielgruppe hergestellt werden soll, damit sich die Zielgruppe direkt angesprochen fühlt, sich ggf. mit den Hosts identifiziert und auf diese Weise das Wissen direkter und auf Augenhöhe vermittelt bekommt. Weiterhin wurden auch gestalterische Elemente wie Emojis und GIFs in großer Zahl im Material gezählt. Fraglich bleibt die Funktion dieser gestalterischen Elemente. Eine Vermutung ist an dieser Stelle, dass Emojis und GIFs unterhalterischen bzw. auflockernden Zwecken dienen. Des Weiteren wurde unter der Kategorie Interaktion festgestellt, dass die News-WG vor allem Abstimmtools in den Storys und Hashtags in den Feedposts zur Herstellung von Sichtbarkeit nutzt. Auf diesem Weg bekommen die User*innen die Wissensinhalte der News-WG häufiger in ihrem Feed angezeigt. Innerhalb der Kategorie inhaltliche Struktur konnte festgehalten werden, dass die News-WG in der Wissensvermittlung scheinbar den Fokus auf Themenwissen legt. Darüber hinaus arbeitet die News-WG mit einem inhaltlich strukturierten Aufbau in den Feedpost Captions und einem komplementären Einsatz von Storys und Feedposts.

Wichtig zu beachten ist, dass die Forschungsfrage, durch die Analyse eines Fallbeispiels auch lediglich bezogen auf den Einzelfall beantwortet werden kann. Damit ist gemeint, dass in dieser Arbeit die Forschungsfrage lediglich bezogen auf Instagram und die News-WG beantwortet werden kann. Für umfassendere und verallgemeinerbare Aussagen müsste weitere Forschung betrieben werden. Jedoch kann das in dieser Arbeit erstellte Kategoriensystem einen ersten Ausgangspunkt für diese weiterführende Forschung liefern. Nachdem nun die Forschungsfrage beantwortet wurde, soll eine Reflexion der methodischen Vorgehensweise und der Ergebnisse dieser Arbeit stattfinden.

4.2 Reflexion

Auf diese Zusammenfassung soll nun eine Bewertung der methodischen Vorgehensweise und der Ergebnisse dieser Arbeit folgen. Da es im wissenschaftlichen Umgang mit der Plattform Instagram kein standardisiertes Verfahren gibt, wurde die qualitative Inhaltsanalyse als Forschungsmethode gewählt. Diese Methode ließ genügend Freiraum, um an den Gegenstand der Arbeit angepasst zu werden. Angefangen mit der, für diese Arbeit erstellten, Protokollvorlage bis hin zum Ablaufmodell der Analyse dieser Arbeit. Zum einen lässt sich dieser Freiraum als eine Stärke der Methode betrachten, da sie auf diesem Weg ermöglicht, bisher wenig erforschte Bereiche greifbarer zu machen. Auf der anderen Seite hat die Methode durch diesen Freiraum auch immer einen subjektiven und interpretativen Charakter. Durch ein explizites Ablaufmodell und die Einhaltung inhaltsanalytischer Regeln wie beispielsweise dem Festlegen der Analyseeinheiten, sollte dennoch intersubjektive Nachprüfbarkeit hergestellt werden. Dennoch wäre die sogenannte Intercoder-Reliabilität²⁰¹ nötiges Kriterium zur vollständigen Bestätigung der Ergebnisse dieser Arbeit. Auch wenn diese Intercoder-Reliabilität an diesem Punkt nicht gegeben ist, liefern die Ergebnisse dieser Arbeit dennoch eine wichtige Grundlage zur weiteren Erforschung der politischen Wissensvermittlung auf Instagram und in anderen sozialen Medien. Weiterhin ist festzuhalten, dass mit dem einwöchigen Analysezeitraum lediglich eine Situationsaufnahme der News-WG möglich war. Dieser Analysezeitraum müsste in weiterführender Forschung ausgeweitet werden, um die Ergebnisse dieser Arbeit zu überprüfen und ggf. zu ergänzen.

4.3 Ausblick

Nach der Zusammenfassung der Ergebnisse und der Beantwortung der Forschungsfrage soll nun noch ein Ausblick gegeben werden indem auf offen gebliebene oder während des Forschungsprozesses aufgeworfene Fragen eingegangen wird. Festzuhalten ist, dass im Bereich der (politischen) Wissensvermittlung durch Social Media noch viele Teilbereiche unerforscht scheinen. In Bezug auf den Forschungsbereich

²⁰¹ Mit diesem Begriff ist die Übereinstimmung verschiedener Inhaltsanalytiker*innen gemeint

dieser Arbeit wäre weiterführend interessant, sich den Content der News-WG über einen längeren Zeitraum anzuschauen und die in dieser Arbeit etablierten Kategorien nicht nur zu überprüfen, sondern das Kategoriensystem ggf. auch zu erweitern. Daran anschließend wäre ebenfalls interessant zu untersuchen, wie der Unterhaltungswert des politischen Contents der News-WG von der Zielgruppe eingeschätzt wird und welche Elemente des Contents diesen Unterhaltungswert ausmachen. Eine weitere Frage, die sich vor allem an die Zielgruppe der News-WG richtet, wäre, wie nachhaltig die Wissensvermittlung wirklich ist. Das heißt, wie viel vom politischen Wissen, das die News-WG vermittelt, bleibt auch bei den 18- bis 24-Jährigen hängen. Darüber hinaus wäre ein Vergleich der News-WG mit einem anderen Instagram Format der politischen Wissensvermittlung von Interesse. Alle diese Fragen beziehen sich allein auf die Social Media Plattform Instagram. Viele weitere offene Fragen ließen sich in Bezug auf andere soziale Netzwerke an dieser Stelle formulieren. Daraus lässt sich schließen, dass eine Vielzahl an Forschungsmöglichkeiten im Bereich der politischen Wissensvermittlung über Social Media und darüber hinaus bestehen.

Literaturverzeichnis

Albert, Martin; Hurrelmann, Klaus; Quenzel, Gudrun (2019): 18. Shell Jugendstudie. Jugend 2019 Eine Generation meldet sich zu Wort. Hg. v. Deutsche Shell Holding GmbH. Hamburg. Online verfügbar unter https://www.shell.de/about-us/initiatives/shell-youth-study/infographics/_jcr_content/root/main/containersection-0/simple/simple/call_to_action_copy_/links/item0.stream/1642665739154/4a002dff58a7a9540cb9e83ee0a37a0ed8a0fd55/shell-youth-study-summary-2019-de.pdf, zuletzt geprüft am 21.04.2022.

Autenrieth, Ulla Patricia (2014): Die Bilderwelten der Social Network Sites. Bildzentrierte Darstellungsstrategien, Freundschaftskommunikation und Handlungsorientierungen von Jugendlichen auf Facebook und Co. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Ayass, Ruth (2005): Transkription. In: Lothar Mikos und Claudia Wegener (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Stuttgart: utb GmbH, S. 377–386.

Ballstaedt, Steffen-Peter (1997): Wissensvermittlung. Die Gestaltung von Lernmaterial. Weinheim: Beltz, Psychologie-Verl.-Union.

Bayerischer Rundfunk (2021): Politik hautnah erleben: Die News-WG startet jetzt auch auf YouTube. Hg. v. Bayerischer Rundfunk. Online verfügbar unter <https://www.br.de/presse/inhalt/pressemitteilungen/news-wg-you-tube-100.html>, zuletzt aktualisiert am 04.03.2021, zuletzt geprüft am 06.06.2022.

Beisch, Natalie; Koch, Wolfgang (2021): Aktuelle Aspekte der Internetnutzung in Deutschland. 25 Jahre ARD/ZDF-Onlinestudie: Unterwegsnutzung steigt wieder und Streaming/Mediatheken sind weiterhin Treiber der medialen Internets. In: *Media Perspektiven* (10). Online verfügbar unter https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2021/2110_Beisch_Koch.pdf, zuletzt geprüft am 17.03.2022.

Bendel Larcher, Sylvia (2015): Linguistische Diskursanalyse. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Tübingen: Narr Francke Attempto.

Bettendorf, Selina (2020): Instagram-Journalismus für die Praxis. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Online verfügbar unter <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-31484-2.pdf>, zuletzt geprüft am 11.03.2022.

Bienk, Alice (2014): Filmsprache. Einführung in die interaktive Filmanalyse. 4. Auf. Marburg: Schüren.

BR24 (2022): News-WG by BR24. News zum Verstehen & Mitreden. Storys aus Politik, dem Drumherum & der WG. Hintergründe statt Halbwissen. Hg. v. Instagram. Online verfügbar unter https://www.instagram.com/news_wg/, zuletzt aktualisiert am 06.06.2022, zuletzt geprüft am 06.06.2022.

Brinkmann, Janis (2021): Journalismus. Eine praktische Einführung. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Burkart, Roland (2021): Die Absichten Benennen: Funktionen des politischen Journalismus. In: Marlis Prinzing und Roger Blum (Hg.): Handbuch politischer Journalismus. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 117–138.

Cleve, Christian; Tausendpfund, Markus (2021): Politisches Wissen in Deutschland. In: Markus Tausendpfund (Hg.): Empirische Studien lesen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 79–105. Online verfügbar unter https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-33177-1_4.pdf, zuletzt geprüft am 01.03.2022.

DataReportal (Hg.) (2022): Digital 2022: Global Overview Report. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/>, zuletzt aktualisiert am 17.03.2022, zuletzt geprüft am 17.03.2022.

Decker, Alexander (2019): Social Media – Grundlegende Aspekte zum Begriff und zum systematischen Management. In: Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. (Hg.): Dialogmarketing Perspektiven 2018/2019. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 109–150.

Delli Carpini, Michael X.; Keeter, Scott (1996): What Americans Know about Politics and why it Matters. Hg. v. Google Books. Online verfügbar unter <https://books.google.de/books?hl=de&lr=&id=b2ZUquOLrzoC&oi=fnd&pg=PR9&dq=delli+carpini+and+keeter+1996&ots=kuqbi6tj1l&sig=K9naUIKQKtSBt24jXQ2GMstl7c4#v=onepage&q=delli%20carpini%20and%20keeter%201996&f=false>, zuletzt aktualisiert am 01.03.2022, zuletzt geprüft am 01.03.2022.

Duden (Hg.) (2018): Selfie. Online verfügbar unter <https://www.duden.de/node/164431/revision/434955>, zuletzt aktualisiert am 18.05.2018, zuletzt geprüft am 05.06.2022.

Erhard, Lena (2019): Zu Gast in der News-WG des BR: Endlich Politik verstehen. Hg. v. Bayerischer Rundfunk. Online verfügbar unter <https://www.br.de/unternehmen/inhalt/news-wg-br-hinter-den-kulissen-100.html>, zuletzt aktualisiert am 04.02.2019, zuletzt geprüft am 10.02.2022.

Faktenkontor (Hg.) (2021): Social-Media-Atlas. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/691584/umfrage/anteil-der-nutzer-von-instagram-nach-alter-in-deutschland/>, zuletzt aktualisiert am 16.03.2022, zuletzt geprüft am 16.03.2022.

Feierabend, Sabine; Glöckler, Stephan; Kheredmand, Hediye; Rathgeb, Thomas (2021): Ergebnisse der JIM-Studie 2020. Jugend, Information, Medien. In: *Media Perspektiven* (1), S. 17–32. Online verfügbar unter https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2021/2101_Feierabend_ua.pdf, zuletzt geprüft am 17.03.2022.

Grabs, Anne; Bannour, Karim-Patrick; Vogl, Elisabeth (2018): Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram, Pinterest und Co. 5. Auflage. Bonn: Rheinwerk Verlag. Online verfügbar unter https://ebooks.ciando.com/book/index.cfm/bok_id/2570977.

Haarkötter, Hektor (2019): Journalismus.Online. Das Handbuch zum Online-Journalismus. Köln: Herbert von Halem Verlag. Online verfügbar unter <https://elibrary.utb.de/doi/pdf/10.1453/9783744511100?download=true>, zuletzt geprüft am 24.03.2022.

Hintermann, Julia (2017): Ich kommuniziere - also bin ich! Kommunikationsmodelle, Fallbeispiele, Praxistipps. Zürich, München: Versus Verlag.

Hölig, Sascha; Hasebrink, Uwe; Behre, Julia (2021): Reuters Institute Digital News Report 2021 - Ergebnisse für Deutschland. Hg. v. Verlag Hans-Bredow-Institut. Hamburg. Online verfügbar unter https://hans-bredow-institut.de/uploads/media/default/cms/media/66q2yde_AP50_RIDNR20_Deutschland.pdf, zuletzt geprüft am 07.06.2022.

Käufer, Theresa; Pawlik, Victoria (2022): Gen Z, Millennials und Generation X – Ein Überblick. Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/studie/id/78414/dokument/gen-z-millennials-und-generation-x-ein-ueberblick/>, zuletzt aktualisiert am 27.04.2022, zuletzt geprüft am 27.04.2022.

Klauffke, Martin (2021): Millennials und Generation Z - Charakteristika der nachrückenden Beschäftigten-Generationen. In: Martin Klauffke (Hg.): Generationen-Management. Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, S. 79–133.

Köhler, Tanja (Hg.) (2020): Fake News, Framing, Fact-Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter. Ein Handbuch. Bielefeld: Transcript Verlag. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=6222531>.

Kümpel, Anna Sophie; Rieger, Diana (2020): Kann Instagram auch Politik? Beeinflussung der Informationsnutzung und Effekte für die Meinungsbildung durch politische Inhalte. Hg. v. Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. Berlin. Online verfügbar unter <https://www.kas.de/documents/252038/7995358/Kann+Instagram+auch+Politik.pdf/e8c04db5-0be9-101f-12d6-1b57dd64add3?version=1.0&t=1597911238796>, zuletzt geprüft am 30.04.2022.

Lüber, Klaus (2015): Emojis. Wie Bildzeichen die Kommunikation verändern. Hg. v. Goethe Institut. Online verfügbar unter <https://www.goethe.de/de/kul/med/20693483.html>, zuletzt aktualisiert am 03.05.2022, zuletzt geprüft am 31.05.2022.

Maier, Tanja (2021): VISUELLER AKTIVISMUS MIT INSTAGRAM. POLITISCHE KOMMUNIKATION IN SOZIALEN MEDIEN. Hg. v. Rosa-Luxemburg-Stiftung. Berlin. Online verfügbar unter https://www.rosalux.de/fileadmin/images/publikationen/Studien/Studien_10-21_Visuelleler_Aktivismus_web__1_.pdf, zuletzt geprüft am 17.05.2022.

Maleyka, Laura (2019): Selfie-Kult: Bildvermittelte Kommunikation und Selbstbildnis als Kommunikationskode im digitalen Raum. In: *kommges* 20 (1). Online verfügbar unter https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/62775/ssoar-ketg-2019-maleyka-Selfie-Kult_Bildvermittelte_Kommunikation_und_Selbstbildnis.pdf?sequence=3&isAllowed=y&Inkname=ssoar-ketg-2019-maleyka-Selfie-Kult_Bildvermittelte_Kommunikation_und_Selbstbildnis.pdf, zuletzt geprüft am 05.06.2022.

Mannheim, Karl (2010): Talkin' 'bout my generation. Karl Mannheim: "Das Problem der Generationen". In: Sighard Neckel (Hg.): Sternstunden der Soziologie. Wegweisende Theoriemodelle des soziologischen Denkens. Frankfurt am Main [u.a.]: Campus (Campus Reader), S. 137–160.

- Maurer, Marcus; Reinemann, Carsten (2006): Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Online verfügbar unter <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-531-90179-4.pdf>, zuletzt geprüft am 17.05.2022.
- Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 12., aktualisierte und überarb. Aufl. Weinheim: Beltz.
- Mayring, Philipp; Hurst, Alfred (2005): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Lothar Mikos und Claudia Wegener (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Stuttgart: utb GmbH, S. 436–444.
- Meier, Klaus (2018): Journalistik. 4., überarbeitete Auflage. Stuttgart, Deutschland: utb GmbH. Online verfügbar unter <https://elibrary.utb.de/doi/book/10.36198/9783838548081>, zuletzt geprüft am 07.06.2022.
- Melcher, Reinhold (2021): Der Zusammenhang zwischen politischer Versiertheit und Wahlentscheidungsqualität. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Online verfügbar unter <https://rd.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-35481-7.pdf>, zuletzt geprüft am 01.03.2022.
- Meta (Hg.) (2022): Filter und Effekte hinzufügen | Instagram-Hilfereich. Online verfügbar unter https://help.instagram.com/608433622656862/?helpref=hc_fnav, zuletzt aktualisiert am 30.05.2022, zuletzt geprüft am 30.05.2022.
- Müller, Marcus; Felder, Ekkehard (2009): Wissen durch Sprache: Theorie, Praxis und Erkenntnisinteresse des Forschungsnetzwerkes Sprache und Wissen. Berlin, New York: De Gruyter.
- Oberle, Monika (2012): Politisches Wissen über die Europäische Union. Subjektive und objektive Politikkenntnisse von Jugendlichen. Zugl.: Karlsruhe, Pädagogische Hochschule, Diss., 2011. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Online verfügbar unter <https://rd.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-531-94171-4.pdf>, zuletzt geprüft am 26.01.2022.
- Pahrmann, Corina; Kupka, Katja (2019): Social Media Marketing - Praxishandbuch für Twitter, Facebook, Instagram & Co. Mit Beiträgen von Thomas Schwenke, Wibke Ladwig und Tamar Weinberg. 5. Auflage. Heidelberg: O'Reilly.
- Pötzsch, Katrin (2020): News-WG - Nachrichten im Insta-Style. In: Tanja Köhler (Hg.): Fake News, Framing, Fact-Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter. Ein Handbuch. Bielefeld: Transcript Verlag, S. 333–344.
- Prinzing, Marlis; Blum, Roger (Hg.) (2021): Handbuch politischer Journalismus. Herbert von Halem Verlag. Köln: Herbert von Halem Verlag. Online verfügbar unter <https://elibrary.utb.de/doi/book/10.1453/9783869622392>.
- Schäfer, Markus (2020): Lehren und Lernen mit digitalen Medien und Technologien. Ein Lehrbuch für die Organisation der Lehre in der digitalen Welt. o.A.: Verlag Barbara Budrich. Online verfügbar unter <https://elibrary.utb.de/doi/book/10.3224/9783847415947>.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2018): Social Media. Medienwissen kompakt. Wiesbaden: Springer VS.

Schübel, Thomas; Westle, Bettina; Tausendpfund, Markus (2018): Die soziale Verteilung politischen Wissens in Deutschland. Wissensunterschiede und deren Ursachen. Wiesbaden: Springer VS. Online verfügbar unter <https://rd.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-21639-9.pdf>, zuletzt geprüft am 01.03.2022.

Schützeneder, Jonas; Graßl, Michael (2022): Journalismus und Instagram. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Online verfügbar unter <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-34603-4.pdf>, zuletzt geprüft am 11.03.2022.

Schwiesau, Dietz (2016): Nachrichten - klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Wiesbaden: Springer VS.

Seiler, Melina (2020): Was bedeutet "GIF"? Erklärung und Verwendung. Hg. v. Netzwelt GmbH. Online verfügbar unter <https://www.netzwelt.de/abkuerzung/174552-bedeutet-gif-erklaerung-definition.html>, zuletzt aktualisiert am 24.12.2019, zuletzt geprüft am 30.05.2022.

Stöckl, Hartmut (2011): Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz. In: Hans-Joachim Diekmannshenke, Michael Klemm und Hartmut Stöckl (Hg.): Bildlinguistik. Theorien - Methoden - Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt Verlag, S. 45–70.

tagesschau (2022): tagesschau. Nachrichten, Erklärgrafiken und besondere Momente aus aller Welt. Das ist die tagesschau auf Instagram. Hg. v. Instagram. Online verfügbar unter <https://www.instagram.com/tagesschau/>, zuletzt aktualisiert am 23.05.2022, zuletzt geprüft am 23.05.2022.

Tann, Sophie von der (2022): Sophie von der Tann. Korrespondentin Fernsehen. Hg. v. BR24. Online verfügbar unter <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/sophie-von-der-tann-korrespondentin-fernsehen,SVhwJd4>, zuletzt aktualisiert am 23.05.2022, zuletzt geprüft am 23.05.2022.

Westle, Bettina; Tausendpfund, Markus (Hg.) (2019): Politisches Wissen. Relevanz, Messung und Befunde. Wiesbaden: Springer VS. Online verfügbar unter <https://rd.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-23787-5.pdf>, zuletzt geprüft am 26.01.2022.

Anhang

Anhang 1: Digitaler Anhang

Im digitalen Anhang befinden sich die Screen Recordings der Posts und Storys der News-WG die zwischen dem 04.04.2022 und dem 10.04.2022 aufgenommen wurden. Benannt sind die Dateien mit „Datum_Post“ oder „Datum_Story“. So lassen sich Screen Recordings nach dem Aufnahmedatum und nach Post oder Story unterscheiden. Der digitale Anhang wurde den Prüferinnen dieser Arbeit via WeTransfer übermittelt.

Anhang 2: Protokollvorlage

PROTOKOLLVORLAGE

Nummer:

Datum:

[Bei Storys wie viele Slides die Einheit enthält]

Form und Inhalt

Bild:
Video:

Bildinhalt	Videoinhalt
	Audiotranskription

Text innerhalb der Story Text in der Caption Text innerhalb des Reels Text innerhalb des Feed Posts	

Thema und Kontext

--

Die hier aufgeführte Protokollvorlage wurde erstellt um die Inhalte, die durch die Screen Recordings bereits festgehalten wurden, einheitlich und nachvollziehbar zu transkribieren. Diese Verschriftlichung des Datenmaterials ist nötig, um es der Analyse verfügbar zu machen. Dabei ist die Auswahl eines bestimmten Protokollierungsverfahrens gebunden an den jeweiligen Datentyp, der protokolliert werden soll und an die Fragestellung der Analyse.²⁰² Im Fall dieser Arbeit galt es die verschiedenen Datentypen, die auf der Plattform Instagram vertreten sind, von Foto bis Bewegtbild, zu verschriftlichen. Da für diesen konkreten Zweck bisher keine allgemeingültige Vorgehensweise existiert, wurde spezifisch für diese Arbeit eine Protokollvorlage erstellt, auf die im Folgenden näher eingegangen werden soll.

Sowohl bei Posts als auch Storys wurde von dieser Vorlage ausgehend protokolliert. Wobei die Vorlage jeweils an Posts und Storys angepasst wurde. An erster Stelle steht die Nummer des jeweiligen Protokolls. Hierbei ist wichtig zu erwähnen, dass Posts und

²⁰² Ayass, Ruth (2005): Transkription. In: Lothar Mikos und Claudia Wegener (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Stuttgart: utb GmbH, S. 377–386.

Storys getrennt voneinander nummeriert wurden. Storys wurden zudem in sogenannte thematische Einheiten eingeteilt und pro thematische Einheit protokolliert. Da an einem Tag teilweise mehrere ineinander abgeschlossene Themen in den Storys der News-WG behandelt wurden, dient die Einteilung in thematische Einheiten vor allem der besseren Nachvollziehbarkeit. In den Protokollen wurde diesbezüglich festgehalten wie viele Slides eine Story Einheit jeweils enthält. Unter der Nummerierung steht in den Protokollen zudem das Datum an dem Storys oder Posts veröffentlicht wurden, um die Chronologie des Contents beizubehalten und auch hier eine bessere Nachvollziehbarkeit zu fördern. Darüber hinaus kann so festgestellt werden wie viel Content an einem Tag veröffentlicht wurde und an welchen Tagen keine Aktivität auf dem Instagram Kanal stattgefunden hat. Unter der Überschrift „Form und Inhalt“ wurde in den Protokollen als erstes festgehalten welche Form des Contents in den Posts und Storys in welcher Anzahl vorkommt. Unterschieden wurde hier zwischen Bild und Video. Bei Videos wurde zudem noch festgehalten, wenn es sich um ein Reel handelt und aus wie vielen Clips dieses besteht. Im nächsten Schritt wurde der Bild- bzw. Videoinhalt festgehalten. Mit Bild- bzw. Videoinhalt ist hier gemeint, was zu sehen ist und wie es zu sehen ist. Zur Beschreibung wurden unter anderem auch, die aus der Filmwissenschaft stammenden Begriffe der Einstellungsgröße und der Kameraperspektive verwendet. Zur Beschreibung der Einstellungsgrößen eines Videos oder Fotos wurde folgende Tabelle als Vorlage genutzt:









Begriff	Beispiel	Abk.
1. Detail (auch Makro)	 46	D
2. Groß (auch Close-Up)	 47	G
3. Nah	 48	N
4. Amerikanisch (in den USA auch Italienisch)	 49	A
5. Halbnah	 50	HN
6. Halbtotale	 51	HT
7. Total	 52	T
8. Weit (auch Panorama)	 53	W

Abbildung 3: Einstellungsgrößen Quelle: Bienk, Alice (2014): Filmsprache. Einführung in die interaktive Filmanalyse. 4. Auf. Marburg: Schüren.

Dieser Scan aus dem Buch „Filmsprache. Einführung in die interaktive Filmanalyse.“ zeigt die verschiedenen Einstellungsgrößen, ihre jeweilige Bezeichnung sowie die Abkürzungen dieser Bezeichnungen. Die Kameraperspektive drückt darüber hinaus aus, in welchem Winkel eine Kamera zu einem im Video oder Foto gezeigten Objekt oder Menschen steht. Unterschieden wird zwischen Normalansicht, Untersicht und Ober- sicht. Alice Bienk definiert die drei Ansichten wie folgt:

„Bei der **Normalansicht** befindet sich die Kamera auf Augen- bzw. Hüfthöhe der abgebildeten Person oder einer entsprechenden Höhe gegenüber einem Gegenstand. Bei der **Untersicht** blickt die Kamera aus der Froschperspektive oder Bauchhöhe von un-

ten nach schräg oben. Bei der **Obersicht** befindet sich die Kamera in einer höheren Position – also in der Vogelperspektive oder hoch – als das Dargestellte.“²⁰³

Neben dem bereits erläuterten vertikalen Kamerawinkel existiert der vertikale Winkel. Der vertikale Winkel beschreibt, ob ein Mensch oder Objekt im Bild bzw. Video frontal oder von der Seite gezeigt wird.

In den Protokollen wurde unter dem Videoinhalt zudem noch die Audiotranskriptionen eingefügt, die mit Hilfe des frei verfügbaren Online Transkriptionstools Amberscript erstellt wurden. Neben der gesprochenen Sprache wurde im nächsten Schritt die geschriebene Sprache festgehalten. Diese kann auf Instagram an verschiedenen Stellen vorkommen – in der Caption (unter Feed Posts), im Feed Post selbst, in der Story oder auch im Reel. Die Texte aus den Captions wurden direkt vom Profil der News-WG kopiert, um sie nicht zu verfälschen. Texte innerhalb der Feed Posts, Storys oder Reels wurden jeweils in einer eigenen Spalte platziert und pro Bild im Feed Post, Slide in der Story und Clip im Reel nummeriert. Auf diese Weise konnten die visuellen Eigenschaften des Textes sowie die jeweilige Position des Textes in der Spalte des Bildinhalts übersichtlicher eingebunden werden. Zum Schluss wurde unter dem Punkt „Thema und Kontext“ eine thematische Einordnung der Posts und Storys in ihren jeweiligen Kontext vorgenommen. Dieses Vorgehen entspricht zum einen der von Mayring vorgeschriebenen Einordnung in den Kommunikationszusammenhang. Zum anderen ermöglicht es eine Einordnung, der in den Posts und Storys behandelten Themen, in die verschiedenen Wissenskategorien nach Delli Carpini und Keeter.

Es ist grundsätzlich bei jeglichen Protokollen zu berücksichtigen, dass diese niemals vollständig objektiv sein können. Ruth Ayass schreibt diesbezüglich:

*„Schon in die Entscheidung für [...] [die Art des Protokolls] fließen Annahmen über den Untersuchungsgegenstand ein. Zudem lenken die unterschiedlichen Transkriptionsverfahren das Augenmerk des Betrachters auf unterschiedliche Phänomene.“*²⁰⁴

²⁰³ Bienk, Alice (2014): Filmsprache. Einführung in die interaktive Filmanalyse. 4. Auf. Marburg: Schüren.

²⁰⁴ (Ayass 2005).

Und sie schreibt weiter: „Auch die Transkripte selbst sind nicht frei von Interpretationen. In jedem Transkript finden sich interpretative Leistungen des Transkribenten wieder.“²⁰⁵

Um dieser subjektiven Charakteristik entgegenzuwirken, wurde bereits der Aufbau der Protokolle erläutert und im digitalen Anhang die ursprünglichen Screen Recordings des Contents zum Abgleich beigefügt.

Anhang 3: Feedpost Protokolle

Nr.: 1

Datum: 04.04.2022

Form und Inhalt

Bild: 2
Video: 0

Bildinhalt	
Bild 1	Bild 2
Das Foto, welches als erstes angezeigt wird, zeigt ein Kind, vermutlich zwischen 6 und 7 Jahre alt, stehend zwischen verschiedenartigen Trümmern. Das Kind schaut zum Boden und mit Blick auf die Trümmer vor sich. Der Ausdruck des Kindes ist schwer zu erkennen, aber erscheint in Gedanken versunken. Das Kind trägt eine blau gemusterte Jacke, eine dunkelblaue Jogginghose und dunkelblaue Schuhe sowie eine Mütze in	Das zweite Foto zeigt am rechten Bildrand einen Mann, vermutlich zwischen 40 und 50 Jahre alt, in militärischer Kleidung. Der Mann schaut auf den Boden und ist dabei, durch eine ebenfalls von Trümmern verwüstete Landschaft zu gehen. Am linken Arm trägt er eine Armbinde mit den Farben blau und gelb der ukrainischen Flagge. Die Hände hat er in die Hosentaschen gesteckt. Der Gesichtsausdruck ist schwer zu deuten,

²⁰⁵ (Ayass 2005).

<p>grauem Camouflage Muster. In der rechten Hand hält das Kind eine gelbe Plastiktüte und in der anderen Hand einen nicht zu erkennenden Gegenstand. Das Kind befindet sich am rechten Bildrand. Der Rest des Bildes wird durch Trümmer ausgefüllt. Insgesamt ist das Foto in einer halbtotalen Einstellungsgröße aufgenommen, das Kind ist in Seitenansicht und Normalperspektive (auf Augenhöhe des Kindes) fotografiert. Am unteren linken Bildrand steht die Quelle des Fotos in weißer kleiner Schrift, siehe Text 1. Links oben ist Text in das Bild eingefügt in schwarzer Schrift und weiß hinterlegt, siehe Text 2. Die Schrift besteht aus Großbuchstaben und ist teilweise hervorgehoben.</p>	<p>könnte aber als Trauer oder auch Entsetzen gewertet werden. Er ist in einer halbnahen Einstellungsgröße, in Seitenansicht und Normalperspektive zu sehen. Am linken unteren Bildrand ist auch hier die Quelle des Fotos angegeben, siehe Text 1, allerdings in schwarzer Schrift, weiß hinterlegt. In der linken oberen Ecke des Bildes ist ein Screenshot von Twitter eingefügt. Über dem Screenshot steht als Überschrift in schwarzer Schrift, weiß hinterlegt Text 2. Auf dem eingefügten Screenshot ist ein Tweet des Botschafters zu sehen. Am Anfang des Tweets steht zunächst in einem kleinen runden Ausschnitt das Profilbild des Botschafters und daneben erneut sein Name und darunter sein Username, siehe Text 3. Was der Botschafter in seinem Tweet schreibt ist unter Text 4 zu lesen. Der gesamte Screenshot hat einen weißen Hintergrund. Für diesen Screenshot steht unter der Bildquelle am unteren linken Bildrand Text 5, ebenfalls in schwarzer Schrift weiß hinterlegt.</p>
<p>Text innerhalb des Feed Posts</p>	
<p>Bild 1</p>	<p>Text 1: Bild: dpa-Bildfunk/oleksandr Ratushniak</p> <p>Text 2: "DIE HABEN EINFACH GESCHOSSEN, OHNE FRAGEN ZU STELLEN"</p>
<p>Bild 2</p>	<p>Text 1: Bild: dpa-Bildfunk/Matthew Hatcher</p> <p>Text 2: Andrij Melnyk, Botschafter der Ukraine in Deutschland</p> <p>Text 3: Andrij Melnyk @MelnykAndrij</p> <p>Text 4: Wir Ukrainer haben solche !!</p>

	<p>Kriegsverbrechen wie in #Butscha seit dem zweiten Weltkrieg nicht mehr gesehen. Die Ampel-Regierung muss dringend handeln: schon morgen soll der Importstopp (Emoticon der russischen Flagge) Gas, Öl, Kohle, Metalle eingeführt werden. Ohne Wenn und Aber!!</p> <p>Text 5: Quelle: Twitter</p>
<p>Text in der Caption</p>	
<p>{BUTSCHA}</p> <p>Wir haben uns bei der Recherche heute Morgen durch Bilder aus der ukrainischen Kleinstadt Butscha bei Kiew geklickt. Es sind blutige Bilder, die wir euch ersparen. Aber wir finden es wichtig, dass ihr wisst, was dort passiert sein soll. Hier die wichtigsten Infos (im Folgenden wird auch Gewalt geschildert):</p> <p>WAS IST PASSIERT?</p> <p>Nachdem sich russische Truppen aus der Stadt zurückgezogen haben, wurden hunderte Leichen entdeckt. Es soll sich um Zivilist:innen handeln, einige von ihnen sind gefesselt aufgefunden worden. Anwohner:innen berichten: "Leute liefen auf der Straße und sie wurden einfach abgeknallt. Die [Anm.: russische Soldat:innen] haben einfach geschossen ohne Fragen zu stellen".</p> <p>WAS SAGT DIE UKRAINE?</p> <p>Der ukrainische Präsident Selenskyj spricht von einem Genozid und warnt, dass mit der Rückeroberung anderer Gebiete weitere Gräueltaten entdeckt werden könnten. Mehr als 50 Mitarbeitende von Staatsanwaltschaft und der Nationalen Polizei ermitteln. Das Ziel: Russische Verantwortliche sollen wegen Kriegsverbrechen vor dem Internationalen Strafgerichtshof angeklagt werden. Der ukrainische Botschafter Melnyk fordert einen sofortigen Stopp von Energielieferungen aus Russland nach Deutschland.</p> <p>WAS SAGT RUSSLAND?</p> <p>Das russische Verteidigungsministerium weist die Vorwürfe von sich: „In der Zeit, in der die Siedlung unter der Kontrolle der russischen Streitkräfte stand, hat kein einziger Einwohner unter irgendwelchen Gewalttaten gelitten“. Das russische Außenministerium sprach davon, dass hinter den Bildern die USA und die NATO steckten. Russlands Ruf solle geschädigt werden.</p> <p>WAS SAGT DER WESTEN?</p> <p>Viele Staaten verurteilten die Geschehnisse als „Kriegsverbrechen“ – auch Bundespräsident Steinmeier und Außenministerin Baerbock sprachen davon. Die EU und die UN fordern eine unabhängige Untersuchung. Die Bundesregierung bleibt aber bei der Haltung, die Energielieferungen aus Russland nicht sofort zu stoppen. Laut Bun-</p>	

des Wirtschaftsminister Habeck arbeite man daran, unabhängig von russischen Importen zu werden – „nur eben nicht sofort“.

Sollten die Sanktionen gegen Russland verschärft werden?

- .
- .
- .
- .

[#ukraine](#) [#russland](#) [#butscha](#) [#krieg](#) [#kiew](#)

Thema und Kontext

Thema des Posts sind die Geschehnisse in der Kleinstadt Butscha in der Ukraine. In der Stadt wurden scheinbar hunderte Menschen von russischen Soldat*innen ermordet. Das Thema lässt sich somit dem russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine zuordnen. Der russische Angriffskrieg stellt, inklusive der Geschehnisse in Butscha, zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Posts ein aktuelles Thema dar. Auch wenn Perspektiven bestimmter Akteur*innen im Feedpost genannt werden, scheint dennoch das Thema der Geschehnisse in Butscha im Vordergrund zu stehen. Daher wird der Post dem Themenwissen nach Delli Carpini und Keeter zugeordnet.






Nr.: 2

Datum: 05.04.2022

Form und Inhalt

Bild: 1

Video: 0

Bildinhalt
Bild 1
<p>Auf dem Bild ist Max im Selfie-Modus in einer Naheinstellung, in Normalansicht zu sehen. Er schaut frontal in die Kamera und hält in seiner linken Hand, zwischen Daumen und Zeigefinger einen positiven Corona Schnelltest hoch (auf Höhe seines Gesichts) und in die Kamera. Dabei hat er einen skeptisch wirkenden Gesichtsausdruck. Er runzelt die Stirn und presst seine Lippen zusammen und hat die Augen dabei weit auf. Er trägt einen grünen Pullover mit weißem rundhals Kragen und eine runde Brille mit goldenem Rahmen. Am linken Bildrand ist das Foto durch einen weißen Streifen abgeschnitten. Am unteren linken Bildrand ist in schwarzer, weiß hinterlegter Schrift Text 1 platziert. Teile von Text 1 sind hervorgehoben. Über dem Bild des Feedposts ist der Ort „Quarantäne“ markiert.</p>
Text innerhalb des Feed Posts
Text 1: ISOLATION AB 1.MAI FREIWILLIG EURE MEINUNGEN?
Text in der Caption
<p>{ FREIWILLIG ISOLIEREN? }</p> <p>Keine Sorge: Der Test ist nicht aktuell! Ich wurde im November positiv auf Corona getestet – das war noch die Delta-Variante. Also: PCR-Test, Quarantänebescheid vom Gesundheitsamt und 14 Tage Isolation – ohne freitesten. Ich hatte leichte Symptome und obwohl sich die zwei Wochen gaaaanz schön lang angefühlt haben, war ich persönlich froh, dass ich keinen anstecken konnte. Wer sich demnächst infiziert, wird vermutlich eine ziemlich andere Quarantäne-Erfahrung durchleben als ich:</p> <p>  </p> <p>Ab 1. Mai wird Infizierten und Kontaktpersonen nur noch „dringend empfohlen“ sich für fünf Tage zu isolieren und Kontakte zu meiden. Man soll Schnelltests machen und warten, bis diese negativ sind. Eine Anordnung vom Gesundheitsamt gibt’s nicht mehr. Strengere Regeln gelten nur noch für Infizierte, die im Gesundheitswesen oder in der Pflege arbeiten. Das haben Bundesgesundheitsminister Lauterbach und die Gesundheitsminister:innen der Länder beschlossen.</p> <p></p> <p>Lauterbach argumentiert, dass die bestehenden Regeln funktioniert hätten, aber nicht dauerhaft nötig seien. Hintergrund für die Lockerungen ist die Omikron-Welle mit vielen, aber meist leichter verlaufenden Infektionen. Die Lage sei zwar noch angespannt, aber was den Anstieg der Fallzahlen angeht, scheine „der Wendepunkt erreicht zu sein“, sagt Lauterbach. Durch die Lockerungen sollen auch massenhafte Personalausfälle bei hohen Infektionszahlen vermieden werden.</p> <p></p> <p>Die Kritik daran: „Für die Hochrisikogruppe wird es immer gefährlicher. Diese Menschen leben mitten unter uns“, sagt der Chef der Deutschen Stiftung Patientenschutz, Eugen</p>

Brysch. Er findet die Entscheidung der Gesundheitsminister:innen widersprüchlich: „Auf der einen Seite die Mahnung vor der Ansteckung mit Corona. Die täglich transportierte Angst vor Leiden, Sterben und einem unkontrollierbaren Herbst.“ Und jetzt werde die Isolation abgeschafft. Epidemiologe Hajo Zeeb fordert: „Wenn eine Person Symptome aufweist, dann sollte sie zu Hause die Corona-Infektion aussitzen, anstatt noch mehr Menschen anzustecken“.

Wie findet ihr's, dass die Isolation bald nur noch freiwillig ist?

Liebe Grüße

Max

.
. .
. .

[#corona](#) [#quarantäne](#) [#isolation](#) [#covid19](#)

Thema und Kontext

In diesem Post wird darüber berichtet, dass Karl Lauterbach in Zusammenarbeit mit den Gesundheitsämtern beschlossen hat, dass die Isolation bei einer Coronainfektion ab 01. Mai (2022) nur noch freiwillig sein soll. Somit lässt sich das Thema dieses Posts dem Kontext der Corona Pandemie zuordnen. Auch wenn es um eine Entscheidung Karl Lauterbachs geht und verschiedene weitere Akteur*innen inklusive ihrer Perspektiven genannt werden, scheint dennoch die Regelung zur Isolation selbst im Fokus zu stehen. Somit kann der Inhalt dieses Posts als Themenwissen nach Delli Carpini und Keeter gewertet werden.

Nr.: 3

Datum: 06.04.2022

Form und Inhalt

Bild: 4
Video: 0

Bildinhalt	
Bild 1	Bild 2
<p>Im ersten Foto ist Helene im Selfie-Modus am linken Bildrand frontal in einer nahen Einstellungsgröße, in Normalansicht zu sehen. Sie stützt sich mit ihrem rechten Ellenbogen auf einem Tisch leicht nach vorne. Den Kopf neigt sie leicht nach links und ihr Gesichtsausdruck erscheint zweifelnd, da sie ihre Stirn leicht runzelt und ihre Lippen leicht aufeinanderpresst. Ihr Blick ist direkt in die Kamera gerichtet. Rechts, leicht vor ihr, in der Mitte des Bildes sind drei Pakete aufeinandergestapelt. Das unterste Paket ist das größte der drei und ist auf der Vorderseite mit einem handgeschriebenen Zettel beklebt. Auf dem Zettel steht Text 1 in schwarzer Schrift. Die beiden anderen Pakete sind jeweils gleich groß und stehen auf dem eben beschriebenen Paket. Auf dem rechten kleineren Paket klebt ebenfalls ein handbeschrifteter Zettel. Auf dem Zettel ist in Rot eine y- und eine x-Achse eingezeichnet mit einem gezackten Graphen. Das kleine Paket links daneben ist ebenso mit einem Zettel beklebt. Dieser wirkt aber ausgedruckt und nicht selbst geschrieben bzw. gezeichnet. Das Papier des Zettels ist nicht so wie die anderen beiden weiß, sondern rot und darauf ist ein FSK ab 60 Zeichen zu sehen. Am oberen und rechten Bildrand sind jeweils weiße Streifen, die das Foto innerhalb des Posts einrahmen. Aus diesem Grund ist auch nur wenig vom Hintergrund des</p>	<p>Das zweite Bild ist eine sogenannte Textkachel. In der oberen rechten Ecke des Bildes ist jedoch ein Foto eingefügt. Das Foto zeigt das Innere eines Päckchens. Im Paket ist zum einen eine Spritze und zum anderen ein Zettel mit rotem FSK 60 Zeichen zu sehen. Die Textkachel hat insgesamt einen weißen Hintergrund und ist mit Text in schwarzer Schrift versehen. Siehe Text 1 bis 5.</p>

Fotos erkennbar. In der oberen rechten Ecke des Fotos steht Text 2 in schwarzer, weiß hinterlegter Schrift.	
Bild 3	Bild 4
Das dritte Bild des Posts ist eine gleich aufgebaute Textkachel wie Bild 2. In der oberen linken Ecke befindet sich ein Foto, jedoch mit teilweise anderem Inhalt. Auf dem Foto ist genauso wie in Bild 2 das Innere eines kleinen Päckchens zu sehen. Es ist ebenso wie in Bild 2 eine Spritze im inneren des Päckchens. Darüber hinaus befindet sich ein Zettel mit, in rot aufgemalter, x- und y-Achse und Zickzack Graph im Inneren des Päckchens. Der Hintergrund der Textkachel ist ebenso weiß und mit Text in schwarzer Schrift versehen. Siehe Text 1 bis 5.	Das letzte Bild des Posts ist auch eine Textkachel und so aufgebaut wie Bild 2 und 3. Im Foto in der rechten oberen Ecke ist allerdings ein leeres Inneres eines Paketes zu sehen. Auf dem weißen Hintergrund ist in schwarzer Schrift Text 1 bis 5 platziert. Der vor Text 4 eingefügte Pfeil ist in der eigentlichen Textkachel größer und hellblau/türkis mit einer schwarzen Umrandung.
Text innerhalb des Feed Posts	
Bild 1	Text 1: <u>XXL- Komplettpaket</u> Text 2: Welches IMPF-PAKET kommt?
Bild 2	Text 1: DAS "FSK-60-PAKET" Text 2: Absender: Vertreter:innen der Ampel-Koalition (SPD, Grüne, FDP) Text 3: Das steckt drin: <ul style="list-style-type: none"> • Impfpflicht ab 60 Jahren • Bußgeldstrafe, wenn man nicht bis 1.Oktober 2022 geimpft ist • Ab sofort Impfberatungspflicht für alle Ungeimpften Text 4: Optional → Wenn die Impfquote durch die Beratungen ausreichend steigt, kann die Impfpflicht ausgesetzt werden.

	<p>Text 5: Stand: 06.04.2022</p>
<p>Bild 3</p>	<p>Text 1: DAS “STUFEN-PAKET”</p> <p>Text 2: Absender: Unionsfraktion</p> <p>Text 3: Das steckt drin: Je nachdem, wie ernst die Pandemielage ist, sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • erst alle ab 60 Jahren, • dann alle ab 50 Jahren • und dann Beschäftigte der “kritischen Infrastruktur” (Schulen, Kitas, Polizei.) <p>geimpft werden.</p> <p>Text 4: Stand: 06.04.2022</p>
<p>Bild 4</p>	<p>Text 1: DAS “NIX-DRIN-PAKET”</p> <p>Text 2: Absender 1: eine Gruppe aus der FDP und der Linken</p> <p>Text 3: Absender 2: AfD</p> <p>Text 4: Das steckt drin:</p> <p>→ Gar keine Impfpflicht!</p> <p>Text 5: Stand: 06.04.2022</p>
<p>Text in der Caption</p>	

{ ABSTIMMUNG IMPFPFLICHT }

Leute, wir müssen euch enttäuschen! In den letzten Monaten gab es hier echt viele Storys und Posts zum Thema Impfpflicht. Die meisten von euch haben sich eine allgemeine Impfpflicht (eine Impfpflicht für alle ab 18 Jahren) gewünscht. Das wird es NICHT geben! Das "Impf-XXL-Komplettpaket" ist also vom Tisch - auch wenn Bundeskanzler Scholz und Bundesgesundheitsminister Lauterbach (SPD) lange Zeit dafür geworben haben. Nach vielem Feilschen und langen Verhandlungen sind jetzt noch drei "Pakete" übrig geblieben, über die am Donnerstag endlich final im Bundestag abgestimmt wird. Was die Pakete jeweils bedeuten, seht ihr in diesem Post und in unserer Story.



Welches Paket das Rennen machen wird, ist aktuell noch ziemlich unklar. Vor allem Vertreter:innen der Ampel-Koalition (SPD, Grüne, FDP) waren sich uneinig und zeitweise sogar mit verschiedenen Paketen am Start. Nach mehreren Kompromissrunden (die letzte war erst gestern Abend) haben die Vertreter:innen der Ampel-Koalition nun einen gemeinsamen Vorschlag - das "FSK-60-Paket".



Damit der aber auch die nötige Mehrheit im Bundestag bekommt, müssten alle Mitglieder der Ampel-Koalition dafür stimmen. Problem: Nicht alle stehen dahinter. Auch die Unionsfraktion ist davon bisher nicht überzeugt und will zu großen Teilen bei ihrem eigenen Vorschlag ("Stufen-Paket") bleiben.



Für welches Paket würdet ihr stimmen?

Liebe Grüße

Helene

.

.

.

.

[#impfpflicht](#) [#bundestag](#) [#abstimmung](#) [#corona](#) [#newswg](#) [#impfen](#) [#impfenschützt](#)
[#impfengegencorona](#) [#covid19](#)

Stand: 06.04.2022

Thema und Kontext

In diesem Post wird auf das Thema Corona Impfpflicht eingegangen. Somit lässt sich dieser Post dem Kontext der Corona Pandemie zuordnen. Inhalt des Posts sind verschiedene Vorschläge der Parteien, wie eine Impfpflicht aussehen könnte. Über diese Vorschläge wurde einen Tag nach der Veröffentlichung dieses Posts im Bundestag abgestimmt (darauf wird auch in der Caption des Feedposts eingegangen). Da über die Vorschläge der verschiedenen Parteien und somit über Standpunkte verschiedener Akteur*innen berichtet wird aber auch über die Abstimmung selbst im Bundestag könnte sowohl für die Zuordnung des Posts zum Strukturwissen als auch zum Akteur*innenwissen argumentiert werden. Jedoch scheint, ähnlich wie in Post Nr.: 1 und Post Nr.: 2, das zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Posts aktuelle Thema im Fokus zu stehen. Dies wird vor allem daran festgemacht, dass die Inhalte der einzelnen Impfpflicht Vorschläge im Vordergrund stehen. Somit wird auch dieser Post dem Themenwissen nach Delli Carpini und Keeter zugeordnet.

Nr.: 4

Datum: 06.04.2022

Form und Inhalt

Bild: 0

Video: 1 {[Reel] - [Bestehend aus 5 Clips]}

Videoinhalt

Clip 1: Im ersten Clip dieses Reels ist Karl Lauterbach in einer nahen Einstellungsgröße, in leichter/minimaler Untersicht und im Halbprofil zu sehen. Er spielt Tischtennis (in der rechten Hand den Schläger) und die Kamera, die links von Lauterbach platziert ist, folgt seinen Bewegungen. Lauterbach schaut nicht direkt in die Kamera und sein Gesichtsausdruck erscheint konzentriert. Lauterbach trägt eine Brille, ein hellblaues T-Shirt und darüber eine dunkelblaue Sweatshirt Jacke mit grauer Kapuze. Im Hintergrund ist in diesem Clip, außer einem hell erleuchteten Milchglasfenster, nichts eindeutig zu erkennen. Text 1 ist auf Brusthöhe von Lauterbach in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert.

Clip 2: In diesem Clip ist wieder Karl Lauterbach beim Tischtennis spielen (den Schläger weiterhin in der rechten Hand) zu sehen. Lauterbach schaut nicht direkt in

die Kamera und sein Gesichtsausdruck erscheint konzentriert. Er trägt die gleiche Kleidung und auch der Hintergrund ist derselbe wie in Clip 1. Die nahe Einstellungsgröße und die Ansicht im Halbprofil wurden ebenfalls beibehalten. Jedoch ist die Kamera rechts von Lauterbach positioniert und zeigt ihn aus einer stärkeren Untersicht als zuvor. Die Kamera folgt dabei wieder seinen Bewegungen. Text 2 ist wie zuvor Text 1 auf Brusthöhe von Karl Lauterbach positioniert. Der Text ist in größtenteils weißer, insgesamt rot hinterlegter Schrift geschrieben. Nur das Wort "Montag:" wurde in schwarz gefärbt.

Clip 3: In diesem Clip wird eine nahe Einstellung von Lauterbachs Händen gezeigt. Die Kamera ist also auf Bauchhöhe/Hüfthöhe von Lauterbach positioniert. Die Aufnahme zeigt Lauterbach weiterhin beim Tennisspielen (mit dem Schläger immer noch in der rechten Hand) - hier mit Fokus auf die Hände beim Spiel. Die Kamera folgt den Bewegungen weiterhin dynamisch. Die Kleidung Lauterbachs ist unverändert. Sichtbar wird in diesem Clip, dass er eine dunkelblaue Hose trägt. Vom Hintergrund ist nicht mehr zu erkennen als in den vorherigen Clips. Text 3 ist circa auf Hüfthöhe von Lauterbach in weißer, schwarz hinterlegter Schrift positioniert.

Clip 4: Erneut ist Karl Lauterbach beim Tischtennispielen zu sehen. Karl Lauterbach wird hier in einer halbnahen Einstellungsgröße, im Halbprofil und aus leichter Untersicht gezeigt. Die Kamera ist links von ihm platziert und folgt seinen Bewegungen weiterhin dynamisch. Lauterbach schaut nicht direkt in die Kamera und sein Gesichtsausdruck erscheint konzentriert. Im Hintergrund ist immer noch dasselbe, hell erleuchtete Milchglasfenster zu sehen. In diesem Clip ist jedoch ein größerer Ausschnitt des Hintergrundes sichtbar. Die Kleidung von Karl Lauterbach ist weiterhin dieselbe. Text 4 ist circa zwischen Brust- und Bauchhöhe Lauterbachs in hauptsächlich weißer, insgesamt rot hinterlegter Schrift positioniert. Nur das Wort "Dienstagabend:" ist in schwarz gefärbt.

Clip 5: Im fünften und letzten Clip dieses Reels ist Max zu sehen. Er ist im Selfie Modus in einer nahen Einstellungsgröße mit leichter Untersicht zu sehen. Er trägt einen hell lilanen Pullover und eine Brille. Mit seiner linken Hand hält er einen erkennbar positiven Corona Selbsttest vor die Kamera (am rechten Bildrand zu sehen). Er schaut mit einem verwirrt erscheinenden Gesichtsausdruck nach links und rechts (insgesamt zwei Mal). Dann schaut er frontal direkt in die Kamera und reißt seine Augen weit auf und zieht seine Augenbrauen hoch und seinen Kopf zurück. Text 5 ist dabei auf Brusthöhe von Max in weißer, Rot hinterlegter Schrift positioniert. Im Hintergrund ist nur eine weiße Wand zu erkennen.

Audiotranskription

→ Sound Effects Factory | Table Tennis, Ping-Pong [Es ist ausschließlich dieser verwendete Audioeffekt in Form von Ping Pong Geräuschen zu hören]

Text innerhalb des Reels

Text 1:

Karl Lauterbach beim Isolations-Regel-PingPong

Text 2:

Montag: Ey Leute, Corona-Isolation bald nur noch freiwillig!

Text 3:

Ein paar Ballwechsel später...

Text 4:

Dienstagabend: Okay Mist, war ein Fehler. Isolationspflicht bleibt!

Text 5:

Die Leute daheim mit ihren positiven Schnelltests:

Text in der Caption

{ ISOLATION? }

Das Hin und Her um die Corona-Isolationspflicht erinnert uns ein bisschen an ein Ping-pong-Match. Und das passt eigentlich ganz gut: Bundesgesundheitsminister Lauterbach spielt gern Tischtennis und heute, am 06. April, ist auch noch Welt-Tischtennis-Tag!



Wie findet ihr es, dass die Isolationspflicht jetzt doch bleibt?

Liebe Grüße

Max

.
. .
. .
. .

[#lauterbach](#) [#isolation](#) [#corona](#) [#pingpong](#) [#tischtennis](#) [#reels](#) [#politik](#) [#newswg](#)

P.S.: Das Video stammt aus der absolut sehenswerten Doku „Konfrontation: Markus Feldenkirchen trifft Karl Lauterbach“, die ihr in der ARD-Mediathek findet.

Quelle Video: WDR/BeckgroundTV

Thema und Kontext

In diesem Post bzw. Reel wird darauf eingegangen, dass Karl Lauterbach zunächst entschieden hatte die Isolation für Coronainfizierte ab 01. Mai (2022) freiwillig zu ma-

chen und am Abend des Folgetages diese Entscheidung zurückzog. Auch dieser Post kann somit dem Kontext der Corona Pandemie zugeordnet werden. Im Reel selbst ist Karl Lauterbach beim Ping Pong spielen zu sehen. Verglichen wird dieses Ping Pong spielen mit dem Hin und Her in Bezug auf Lauterbachs Entscheidungen. Auch wenn das Reel scheinbar nicht viel Informationsgehalt hat, kann es entfernt dem Akteur*innen Wissen zugeordnet werden, da Karl Lauterbach als Entscheidungsträger im Fokus steht.

Nr.: 5

Datum: 07.04.2022

Form und Inhalt

Bild: 1

Video: 0

Bildinhalt

Bild 1

Dieses Bild zeigt eine Textkachel. In der oberen rechten Ecke ist ein Emoji eines Me-gafons zu sehen. Auf weißem Hintergrund steht in schwarzer Schrift Text 1 bis 3.

Text innerhalb des Feed Posts

Text 1:
Ergebnis im
Bundestag:

Text 2:

VORERST
KEINE IMPFPFLICHT!

→ Die Abgeordneten konnten sich auf **keinen der Vorschläge einigen.**

→ Damit ist die **Impfpflicht** erst einmal **vom Tisch.**

Text 3:

Bild: Openmoji

Text in der Caption

{ VORERST KEINE IMPFPFLICHT }

Keine Entscheidung ist auch eine Entscheidung! Heute haben die Abgeordneten im Bundestag über eine mögliche Impfpflicht abgestimmt. Aber kein Vorschlag hat dabei die nötige Mehrheit erzielt. Das bedeutet, die allgemeine Impfpflicht ist erstmal vom Tisch.



Dabei hätte der Vorschlag der Ampel-Koalition (SPD, Grüne, FDP) noch die besten Chancen gehabt, der eine Impfpflicht ab 60 Jahren vorsah. Auch der Vorschlag der Union (gestufter Impfmehanismus) und zwei Anträge auf eine endgültige Ablehnung der Impfpflicht konnten sich nicht durchsetzen.



Bei der Abstimmung heute wurde um jede Stimme gekämpft: Außenministerin Annalena Baerbock (Grüne) musste sogar ein Nato-Treffen in Brüssel vorzeitig verlassen, um an der Abstimmung teilzunehmen – Bundeskanzler Scholz hatte sie darum gebeten, hieß es in Regierungskreisen. Ob sie es rechtzeitig nach Berlin geschafft hat, ist unklar.



Ob und wie die Diskussionen über eine mögliche Impfpflicht weitergeht, ist aktuell noch nicht klar.

Wie findet ihr es, dass es erstmal keine Impfpflicht geben wird?

Liebe Grüße
eure News-WG

.
. .
. .
. .
. .

[#impfpflicht](#) [#bundestag](#) [#abstimmung](#) [#entscheidung](#) [#corona](#) [#newswg](#) [#impfen](#) [#impfenschützt](#) [#impfengegencorona](#) [#covid19](#)

In diesem Post wird erneut die Corona Impfpflichtdebatte thematisiert. Auch dieser Post kann somit dem Kontext der Corona Pandemie zugeordnet werden. In Post Nr.: 3 wurden die verschiedenen Vorschläge der Parteien zur Impfpflicht vorgestellt. Dieser Post thematisiert die Ergebnisse der Abstimmung über die verschiedenen Impfpflichtvorschläge der Parteien. Da die Ergebnisse der Abstimmung und nicht die Funktionsweise der Abstimmung (Systemwissen) im Vordergrund stehen, wird auch dieser Post dem Themenwissen zugeordnet.

Nr.: 6

Datum: 07.04.2022

Form und Inhalt

Bild: 0

Video: 1 {[Reel] - [Bestehend aus 7 Clips]}

Videoinhalt

Clip 1: Im ersten Clip ist Martin Sichert zu sehen, so steht es auf einem schwarzen transparenten Balken (eine Art Bauchbinde) am unteren Rand des Clips. Martin Sichert steht hinter einem Redepult. Rechts und links sind am Pult Mikrofone befestigt. Auf der Vorderseite steht auf dem Pult in weißer Schrift der Bundesadler und rechts daneben "Deutscher Bundestag". Martin Sichert ist in einer amerikanischen Einstellungsgröße mit deutlicher Obersicht zu sehen. Die Kamera ist dabei fest. Da Sichert sich während des Clips bewegt, ist nicht eindeutig eine Ansicht zu bestimmen. Während er spricht, schaut er abwechselnd nach unten vor sich auf das Pult, geradeaus oder nach rechts. Während er spricht, hält er sich rechts und links am Pult mit seinen Händen fest oder benutzt seine Hände zum Gestikulieren. Sein Gesichtsausdruck erscheint ernst und aufgebracht. Er trägt ein graues Sakko und darunter ein weißes Hemd mit schwarzen Knöpfen. Er hat kurze schwarze Haare und trägt einen kurzen, schwarzen Bart. Im Hintergrund ist eine graue Balustrade zu sehen. Auf der erhöhten Plattform scheint hinter Martin Sichert eine Person in einem dunkelblauen Stuhl zu sitzen. Allerdings ist die Person nur zum Teil zu sehen. Ebenfalls im Hintergrund auf der erhöhten Plattform zu sehen ist ein Schnurtelefon und zwei dunkelgrüne, offen liegende Ordner mit eingeklebeten Unterlagen.

Clip 2: In diesem Clip ist genau derselbe Bildausschnitt zu sehen, wie in Clip 1. Einzi-

ger Unterschied ist der gesprochene Text (siehe Audiotranskription). Deshalb wird hier nicht nochmal der Inhalt von Clip 1 wiedergegeben.

Clip 3: In Clip 3 ist eine Frau mit dunkelblonden, kinnlangen Haaren, rotem Blazer und schwarzem Rollkragenpullover in einer nahen Einstellungsgröße zu sehen. Eine minimale Obersicht ist auch zu erkennen. Die Ansicht ihres Gesichts ist nicht mehr ganz frontal aber auch noch kein Halbprofil. Die Kamera ist fest. Sie sitzt auf einem Stuhl mit dunkelblauer Lehne. Vom unteren Bildrand ragen zwei Mikrofonköpfe ins Bild. Im Hintergrund ist nichts eindeutig zu erkennen. Die Frau gestikuliert mit ihrer rechten Hand, während sie spricht. Ihr Blick ist meist geradeaus gerichtet und ihr Gesichtsausdruck erscheint ernst.

Clip 4: In diesem Clip ist Martinichert in einer anderen Position zu sehen. Er wird in einer nahen Einstellungsgröße, im Halbprofil mit minimaler Obersicht gezeigt. Er sitzt an einem Tisch, seine Arme hat er auf dem Tisch abgelegt, die Hände ineinander gefaltet und rechts vor sich ein Glas auf dem Tisch. Er trägt dieselbe Kleidung wie in Clip 1 und 2, jedoch in diesem Clip auch eine weiße FFP2 Maske mit dem AfD Logo bedruckt. Durch die Maske ist sein Gesichtsausdruck sehr schwer zu erkennen. Sein Blick ist nach links gerichtet. Hinter ihm sitzt eine weitere Person, die allerdings nicht vollständig zu sehen ist. Ansonsten ist im Hintergrund nichts eindeutig zu erkennen.

Clip 5: Im fünften Clip ist eine halbtotale Einstellung des Plenarsaals im Bundestag aus leichter Obersicht, mit Blick auf die Abgeordneten zu sehen. Die Kamera ist dabei fest. Die Abgeordneten applaudieren.

Clip 6: In diesem Clip ist genau derselbe Bildausschnitt zu sehen, wie in Clip 3. Einziger Unterschied ist der gesprochene Text (siehe Audiotranskription). Deshalb wird hier nicht nochmal der Inhalt von Clip 3 wiedergegeben.

Clip 7: In diesem Clip ist derselbe Bildausschnitt zu sehen, wie in Clip 4. Größter Unterschied ist der gesprochene Text (siehe Audiotranskription). Deshalb wird hier nicht nochmal der gesamte Inhalt von Clip 3 wiedergegeben, sondern nur die Unterschiede neben dem gesprochenen Text hervorgehoben. Neben dem gesprochenen Text gibt es nur noch einen weiteren Unterschied zu Clip 4 und das ist Martinicherts Gestik und Mimik. Er gestikuliert energisch und sein Gesichtsausdruck wirkt genervt und aufgebracht. Zudem rückt er mit seiner linken Hand seine Maske zurecht.

Über den Clips ist der Bundestag als Ort markiert.

Text innerhalb des Reels

Text 1: "BUNDESTAGSKÜKEN" [in weißer, rot hinterlegter Schrift]

Text 2: AfD-Abgeordneter wird gerügt. [in weißer, schwarz hinterlegter Schrift]

→ Texte sind untereinander in der unteren Hälfte des Reels in allen Clips platziert.

Audiotranskription

Clip 1:

Martin Sichert: Aber wie kann man es dem Bundestagsküken zum Vorwurf machen, wenn selbst der Bundeskanzler lügt?

Clip 2:

Martin Sichert: Herr Scholz, Sie haben den Bürgern vor der Bundestagswahl gesagt Zitat Wir brauchen keine Impfpflicht. Wollen Sie wirklich auch dieses Wahlversprechen brechen und als Lügen Kanzler in die Geschichte eingehen?

Clip 3:

Bärbel Bas: Sie haben einmal die Kollegin Emilia Fester als Bundestagsküken bezeichnet. Das ist eine. Da mögen sie lachen. Das ist aber ein Angriff in der Person und eine despektierliche Äußerung. Dafür rüge ich Sie hier.

Clip 4 - Clip 5: [Applaus ist zu hören.]

Clip 6 - Clip 7:

Bärbel Bas: Und das zweite ist, Sie haben den Bundeskanzler in der Person als Lügner bezeichnet. Auch das. Auch das ist ein Angriff. Das ist ein Angriff auf die Person. Und auch dafür erteile ich Ihnen eine Rüge.

[Im Hintergrund sind sowohl Pfiffe, Buhrufe als auch Applaus zu hören.]

Text in der Caption

{RÜGE FÜR AFD }

In der heutigen Bundestagsdebatte zur Impfpflicht gab es eine kontroverse Szene: Der AfD-Abgeordnete Martin Sichert hat in seiner Rede die Grünen-Abgeordnete Emilia Fester als "Bundestagsküken" bezeichnet und sie der Lüge bezichtigt. Bundestagspräsidentin Bärbel Bas wertete dies als Angriff auf sie als Person und sprach eine Rüge aus. Außerdem rügte sie Martin Sichert, weil er Bundeskanzler Olaf Scholz als Lügner bezeichnet hat.

.

Zur Einordnung:

Emilia Fester ist 23 und damit die jüngste Bundestagsabgeordnete. Vor ein paar Wochen ging eine Rede viral, in der Fester sagte, dass sie seit Beginn der Coronapandemie aus Vorsicht und Rücksicht u.a. auf Auslandsreisen verzichtet habe. Auf ihrem Instagram-Kanal gibt es aber Hinweise, dass sie im Sommer 2020 in Dänemark gewesen sein soll. Dafür wird sie v. a. aus dem Lager der AfD kritisiert.

.

Eine Rüge ist eine Ordnungsmaßnahme, mit der die Bundestagspräsidentin unparlamentarisches Verhalten von Abgeordneten sanktionieren kann. Die Rüge ist in der Geschäftsordnung des Bundestags nicht genauer geregelt und ist eher ein parlamentarischer Brauch – sie hat keine größeren Konsequenzen. Zwischen 2017 und 2021

gab es nur 10 Rügen im Bundestag. Dass Martin Sichert zwei auf einmal bekommen hat, ist also ziemlich außergewöhnlich.

.

Wie bewertet ihr die Szene?

Liebe Grüße
eure News-WG

.

.

.

.

[#emiliafester](#) [#martinsichert](#) [#afd](#) [#bundestagsküken](#) [#rüge](#) [#debatte](#) [#bundestag](#)
[#politik](#) [#reels](#) [#newswg](#)

Quelle Video: Bundestag.de

Thema und Kontext

In diesem Post bzw. Reel wird thematisiert, dass der Bundestagsabgeordnete Martin Sichert von der Bundestagspräsidentin Bärbel Bas während der Debatte zur Impfpflicht im Bundestag zwei Mal gerügt wurde. Im Post steht Martin Sichert als Akteur im Fokus. Darüber hinaus wird erläutert, was eine Rüge ist. Daraus wird geschlossen, dass dieser Post sowohl aus Akteur*innenwissen als auch Systemwissen besteht.

Nr.: 7

Datum: 08.04.2022

Form und Inhalt

Bild: 1

Video: 0

Bildinhalt
Bild 1
<p>Das Foto dieses Posts zeigt ein Selfie von Sophie von der Tann. Es scheint, als würde sie die Kamera, mit der das Foto von ihr aufgenommen ist in der rechten Hand halten, da der rechte Arm bzw. die Schulter leicht gehoben ist. Das Selfie zeigt Sophie in einer frontalen, nahen Einstellungsgröße, in der Normalansicht. Sie lächelt leicht und schaut direkt in die Kamera. Sie trägt einen blauen, gerippten Pullover mit Stehkragen. Über ihrer linken Schulter ist der Riemen einer Tasche zu vermuten. Sie trägt kleine goldene Creolen als Ohrringe. Und ihre Haare scheinen vom Wind nach hinten geweht zu werden. Im Hintergrund sind die Dächer der Altstadt von Jerusalem zu sehen mit Tempelberg und Felsendom im Bild. Über dem Feedpost ist der Tempelberg als Ort markiert.</p>
Text in der Caption
<p>{ UPDATE AUS JERUSALEM }</p> <p>Hi Leute, heute gibt's mal wieder ein Update aus Jerusalem. Vielleicht erinnert ihr euch noch an mich – und wer mich nicht kennt: Ich bin Sophie @sopferl, die Ex-Mitbewohnerin von Max und Helene. Seit 2021 bin ich Korrespondentin im @ard.israel.palaestina-Studio in Tel Aviv.</p> <p>IL PS</p> <p>Gestern gab es in Tel Aviv einen Anschlag – der vierte innerhalb kurzer Zeit. Insgesamt sind bei den Anschlägen der letzten Wochen 13 Menschen ums Leben gekommen. So etwas gab es schon länger nicht mehr innerhalb von Israel. Die Situation ist ziemlich angespannt. Viele befürchten, dass es auch in Jerusalem eskalieren kann.</p> <p>IL PS</p> <p>In Jerusalem gibt es einen besonders umstrittenen Ort – den Tempelberg oder Haram al-Sharif, wie ihn die Muslime nennen. Warum das so ist und was heute in Jerusalem los ist, erfahrt ihr in der Story.</p> <p>👉</p> <p>Hättet ihr gerne mehr Updates von mir aus Israel und den palästinensischen Gebieten? Welche Themen interessieren euch? Schreibt's gerne hier drunter.</p> <p>Liebe Grüße aus Jerusalem Sophie</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>#newswg #jerusalem #israel #palästina #ramadan #tempelberg #felsendom #alaqsa-</p>

[mosque](#) [#fasten](#) [#fastenzeit](#) [#fastenbrechen](#) [#ramadan2022](#)

Thema und Kontext

Der Post geht auf eine Reihe von Anschlägen in Israel und die angespannte Situation in Jerusalem während der Osterfeiertage ein und erläutert warum die Lage angespannt ist. Der Post kann damit in den Kontext des Nah-Ost Konflikts eingeordnet werden. Da weder auf die Funktionsweise politischer Systeme noch auf spezifische Akteur*innen eingegangen wird, wird der Post dem Themenwissen zugeordnet.

Nr.: 8

Datum: 09.04.2022

Form und Inhalt

Bild: 1

Video: 0

Bildinhalt

Bild 1

Dieser Post zeigt das Pressefoto des Jahres. So steht es am unteren linken Bildrand in weißer Schrift auf dem Foto, siehe Text 1. Die Quelle des Fotos steht darunter, ebenfalls in weißer Schrift, siehe Text 2. Das Foto zeigt eine mit Gräsern bewachsene Landschaft mit bewölktem dunklem Himmel. In der oberen linken Ecke des Bildes ist ein Regenbogen zu sehen. Im Vordergrund, eher auf der rechten Seite des Bildes ist ein groß erscheinendes aufgestelltes Holzkreuz zu sehen. Am Holzkreuz hängt ein Kinderkleid in Orange. Hinter dem im Vordergrund stehenden Kreuz sind in gleichmäßigen Abständen weitere Holzkreuze mit Kinderkleidung aufgestellt. Die Kreuze und

kleinen Kleidungsstücke erscheinen heller als der Rest des Bildes. Es scheint, als würden sie von rechts durch Sonnenlicht leicht angestrahlt. Der Rest des Bildes ist eher dunkel und erscheint düster. Es sind keine Personen abgebildet. Das Foto ist in einer halbtotalen Einstellungsgröße aufgenommen und zeigt die Kreuze aus leichter Seitenperspektive und aus leichter Untersicht.

Text innerhalb des Feed Posts

Text 1: Pressefoto des Jahres

Text 2: Amber Bracken/The New York Times/World Press Photo/dpa

Text in der Caption

{ PRESSEFOTO DES JAHRES }

Dieses Foto wurde als "Pressefoto des Jahres" ausgezeichnet: Kleider, die vor einem Feld an Kreuzen hängen, im Hintergrund ein Regenbogen. Sieht idyllisch aus, die Geschichte dahinter ist aber schockierend:

.

Letztes Jahr wurden im Osten Kanadas die sterblichen Überreste von 215 indigenen Kindern auf dem Gelände einer katholischen Internatsschule gefunden. In Kanada waren ab 1874 rund 150.000 Kinder von Ureinwohner:innen und gemischten Paaren von ihren Familien und ihrer Kultur getrennt und in kirchliche Heime gesteckt worden, um sie so zur Anpassung an die weiße Mehrheitsgesellschaft zu zwingen. Viele von ihnen wurden in den Heimen misshandelt oder sexuell missbraucht. Mindestens 3.200 der Kinder starben, die meisten an Tuberkulose, Vernachlässigung oder Mangelernährung.

.

Das Foto der Kanadierin Amber Bracken, das in der "New York Times" erschienen ist, soll an das Schicksal der Kinder erinnern.

Liebe Grüße
eure News-WG

.

.

.

.

[@photobracken](#) [#worldpressphotoaward](#) [#pressefotodesjahres](#) [#kanada](#) [#amberbracken](#)
[#newswg](#)

Thema und Kontext

Dieser Post berichtet von der Auszeichnung des Pressefotos des Jahres und der Geschichte, die hinter dem Foto steht. Da auch hier weder auf die Funktionsweise politischer Systeme noch auf spezifische Akteur*innen eingegangen wird, wird der Post auch dem Themenwissen zugeordnet.

Nr.: 9

Datum: 09.04.2022

Form und Inhalt

Bild: 0

Video: 1 { [Reel] - [Bestehend aus 8 Clips] }

Videoinhalt

Clip 1: Im ersten Clip ist eine Frau mit dunkelblonden, etwa kinnlangen Haaren zu sehen. Sie trägt eine horizontal gestreifte Bluse. Die Bluse ist weiß, die Streifen blau. Über der Bluse trägt sie einen schwarzen Blazer. Ihr Blick ist nach unten gerichtet. Ihr Gesichtsausdruck ist schwer zu erkennen, erscheint aber eher ernst. Vor ihr ungefähr auf Brusthöhe sind zwei Mikrofonköpfe zu sehen. Im Hintergrund ist nichts eindeutig zu erkennen. Die Einstellungsgröße ist nah und es wurde aus einer leichten Obersicht, aber, wie es scheint, mit fester Kamera gefilmt. Die Frau ist zudem aus einer leichten Seitenansicht zu sehen.

Clip 2: Im zweiten Clip ist Olaf Scholz in einer nahen Einstellungsgröße und aus leichter Obersicht sowie leichter Seitenansicht zu sehen. Die Kamera ist dabei fest. Scholz trägt ein weißes Hemd mit schwarzer Krawatte und Sakko. Rechts von ihm ist ein Mikrofon zu sehen. Es ragt von der linken Bildseite bis in die Mitte des Bildes. Im Hintergrund ist ebenfalls nichts eindeutig zu erkennen. Scholz hat den Blick leicht nach unten/geradeaus gerichtet. Sein Gesichtsausdruck wirkt eher ernst.

Clip 3: In diesem Clip ist Friedrich Merz in einem Close-Up, im Halbprofil aus minimaler Obersicht zu sehen. Die Kamera ist dabei fest. Er trägt ein weißes Hemd, eine blau gemusterte Krawatte und ein blaues Sakko. Darüber hinaus trägt er eine dunkelblaue FFP2 Maske mit weißen Trägern. Kurz nach Beginn des Clips taucht über Merz rechtem Ohr, auf seinem Kopf platziert dieses Emoji auf: 😞. Sein Gesichtsausdruck er-

scheint müde und ggf. gelangweilt. Er hat den Kopf zunächst leicht nach vorne (mit dem Kinn zur Brust gelehnt) gekippt, schließt kurz die Augen, öffnet sie wieder und legt seinen Kopf dann leicht in den Nacken.

Clip 4: Im vierten Clip ist erneut eine Frau in einer nahen Einstellung, im Halbprofil mit erkennbarer Obersicht zu sehen. Die Kamera ist dabei fest. Sie sitzt vor einer Art Schreibtisch. Vor ihr auf dem Tisch liegt ein Stapel Unterlagen in einer gelben Sammelmappe. Auf der Sammelmappe liegt ein Smartphone. Schräg rechts von ihr ist der Kopf bzw. das Gesicht eines Mannes zu sehen (untere linke Ecke im Bild). Er hat dunkle kurze Haare, trägt ein schwarzes Sakko, eine Brille und eine schwarze FFP2 Maske. Seinen Blick hat er vor sich nach unten gerichtet. Die Frau, die im Mittelpunkt des Clips steht, hat einen altrosafarbenen Blazer und darunter eine weiße Bluse an. Um den Hals trägt sie eine goldene Kette. Sie hat blonde kinnlange Haare und trägt eine Brille sowie eine schwarze FFP2 Maske. Im Hintergrund ist nichts eindeutig zu erkennen. Ihre Arme hat die Frau vor ihrem Bauch leicht verschränkt. Den Kopf hat sie leicht zu ihrer rechten Schulter geneigt und die Augen geschlossen. Sie scheint zu schlafen. Kurz unterhalb ihrer linken Schulter ist folgendes Emoji platziert: 🤪. In der oberen rechten Ecke des Clips steht zudem in leicht transparenter Schrift das Wort "BUNDESTAG".

Clip 5: Im fünften Clip ist Alexander Gauland in einer nahen Einstellungsgröße, im Halbprofil mit erkennbarer Obersicht zu sehen. Die Kamera ist dabei fest. Er hat graue kurze Haare, trägt eine Brille sowie eine weiße FFP2 Maske. Gekleidet ist er in einem hellblauen Hemd, darüber trägt er einen gestrickten, dunkelblauen Pullover und ein braunes Sakko im Tweed Look. Er hat den Blick vor sich, leicht nach unten gerichtet und ist dabei, eine Zeitung zu lesen. Diese faltet er während des Clips zusammen. Im Hintergrund ist nichts eindeutig zu erkennen. Sein Gesichtsausdruck erscheint gelangweilt. Auf der Höhe seiner rechten Schulter ist ein Emoji mit Zeitung platziert.

Clip 6: Im sechsten Clip ist ert Olaf Scholz zu erkennen. Er ist in einer nahen Einstellungsgröße, im Halbprofil und mit leichter Obersicht zu sehen. Die Kamera ist dabei fest. Er trägt auch hier ein weißes Hemd, mit schwarzer Krawatte und ein schwarzes Sakko. Sein Kopf ist nach leicht nach links gedreht und sein Blick ist geradeaus in diese Richtung gewendet. Sein Gesichtsausdruck erscheint eher ernst. Ungefähr auf Kinnhöhe von Scholz ist ein Mikrofonkopf zu sehen. Im Hintergrund ist nichts eindeutig zu erkennen.

Clip 7: Im siebten Clip ist erneut eine Frau zu sehen. Sie ist in einer nahen Einstellungsgröße, frontal und in minimaler Obersicht zu sehen. Die Kamera ist dabei fest. Sie trägt eine rote Kurzhaarfrisur, einen schwarzen Rollkragenpullover und einen roten Blazer. Hinter ihr scheint eine weitere Person mit einem rosanen Blazer/Sakko zu sitzen, mehr ist im Hintergrund nicht eindeutig erkennbar. Ihr Blick ist leicht nach rechts gerichtet und ihr Gesichtsausdruck erscheint genervt. Auf Höhe ihrer linken Schulter ist folgendes Emoji platziert 🙄.

Clip 8: Im achten Clip ist erneut Scholz in einer nahen Einstellungsgröße, im Halbpro-

fil aus einer erkennbaren Übersicht zu sehen. Die Kamera ist dabei fest. Er ist am linken Bildrand positioniert und nicht vollständig zu sehen. Beim Sprechen gestikuliert er leicht mit beiden Händen. Er steht auch hier wieder vor einem Mikrofonkopf in weißem Hemd, schwarzer Krawatte und schwarzem Sakko. Sein Kopf ist leicht nach links gewandt, dementsprechend ist sein Blick auch in diese Richtung gerichtet. Sein Gesichtsausdruck erscheint leicht freundlich. Rechts hinter Scholz im Bild sitzt ein Mann. Der Mann trägt ein schwarzes Hemd, schwarzes Sakko, eine schwarz/grau karierte Krawatte und eine schwarze FFP2 Maske. Während des Clips nimmt er seine Brille ab und reibt sich mit beiden Händen die Augen und verdeckt damit sein Gesicht. Zwischen Scholz und dem eben beschriebenen Mann wird während des Clips folgendes Emoji eingefügt: 🙄.

Über den Clips ist der Bundestag als Ort markiert.

Audiotranskription

Clip 1:

Sprecherin: Herr Bundeskanzler, Sie haben das Wort.

Clip 2 - Clip 3:

Olaf Scholz: Wir haben das überall auf die Agenda gesetzt, ob das nun G20, G7, die OECD, der Internationale Währungsfonds

Clip 4:

Olaf Scholz: Bei den Flüssiggas Terminals ist das Gute, dass wir sie sowieso brauchen.

Clip 5:

Sprecherin: An unserer Seite brauchen. haben Sie den Eindruck, dass manche Bundesländer vielleicht auch

Clip 6- Clip 7:

Olaf Scholz: Das es notwendig ist, dass Recht und Ordnung auch durchgesetzt werden, in

Clip 8:

Olaf Scholz: Diese über einen Kamm zu scheren, weil es einfach ganz unterschiedliche Köpfe sind und das Zweite ist.

Text innerhalb des Reels

Text 1:

So gespannt verfolgen Abgeordnete die Befragung des Bundeskanzlers:
[in weißer Schrift, rot hinterlegt; In allen Clips in der unteren Hälfte des Reels positioniert]

Text in der Caption

{ BEFRAGÄÄÄÄHN 🤔 }

Dreimal im Jahr haben die Abgeordneten im Bundestag die Chance, den Bundeskanzler mit Fragen zu grillen. Am Mittwoch war es soweit und wie wir's von Olaf Scholz gewohnt sind, hat er die Abgeordneten mit seinen Antworten ganz schön mitgerissen ... NICHT!



Inhaltlich war die Befragung echt ganz interessant, aber es war schon bemerkenswert, wie sehr die Abgeordneten zum Teil zu kämpfen hatten – mit Sekundenschlaf, Genervtheit oder Ablenkungen ... Bei den Bildern hatte ich gleich 'nen Flashback zum Latein-Unterricht in der 6. Klasse 😊...



Woran erinnert euch das Aufmerksamkeitslevel im Bundestag?

Liebe Grüße

Max

.

.

.

.

[#bundestag](#) [#bundeskanzler](#) [#kanzler](#) [#scholz](#) [#regierungsbefragung](#) [#müde](#) [#politik](#)
[#reels](#) [#newswg](#)

.

P.S.: Wenn ihr Lust habt, könnt ihr euch die ca. 60 Minuten lange Befragung auf dem YouTube-Kanal von [@phoenix_de](#) reinziehen.

Thema und Kontext

Dieser Post bzw. das Reel thematisiert die Befragung des Bundeskanzlers im Bundestag. Zum einen geht der Post auf die Befragung als Teil des politischen Systems ein. Zum anderen wird auf die Bundestagsabgeordneten also die Akteur*innen eingegangen die die Befragung scheinbar desinteressiert verfolgen. Da die Befragung zum Zeitpunkt ein aktuelles Thema darstellt ist Themenwissen in dem Post enthalten. Darüber hinaus wird aber auch auf die Befragung als Teil des politischen Systems und verschiedene Akteur*innen eingegangen. Daraus wird geschlossen, dass auch Systemwissen sowie Akteur*innenwissen im Post enthalten ist.

4 Story Protokolle

Nr.: 1

Datum: 04.04.2022

Die Story Einheit besteht aus vier Slides.

Form und Inhalt

Bild: 1
Video: 3

Bildinhalt	Videoinhalt
<p>Slide 3: In diesem Slide wird der Post Nr. 1 geteilt. Zusehen ist in der Story selbst also das erste Bild des Posts Nr. 1. Darüber steht Text 1 (siehe unten). Auf dem angezeigten Feedpost ist in dem Story Slide noch ein GIF platziert. Ein weißer Button auf dem steht "TAP HERE" und der sich so bewegt, als würde er gedrückt werden. Der Hintergrund des Story Slides ist in grau gefärbt.</p> <p>Das Foto des Post Nr.:1 zeigt ein Kind, vermutlich zwischen 6 und 7 Jahre alt, stehend zwischen verschiedenartigen Trümmern. Das Kind schaut zum Boden und mit Blick auf die Trümmer vor sich. Der Ausdruck des Kindes ist schwer zu erkennen, aber erscheint in Gedanken versunken. Das Kind trägt eine blau gemusterte Jacke, eine dunkelblaue Jogginghose und dunkelblaue Schuhe sowie eine Mütze in grauem Camouflage Muster. In der rechten Hand hält das Kind eine gelbe Plastiktüte und in der anderen Hand einen nicht zu erkennenden Gegenstand. Das Kind befindet sich am rechten Bildrand. Der Rest des Bildes wird durch Trümmer ausgefüllt. Insgesamt ist das Foto in</p>	<p>Slide 1: Der Host Max sitzt vor der Kamera in einer nahen Einstellungsgröße und mit leicht untersichtiger Perspektive. Er sitzt dabei an eine weiße Wand gelehnt und hinter ihm am rechten Bildrand ist zudem ein weißer Vorhang zu sehen. Am rechten Bildrand, leicht vor sich positioniert hat Max einen Laptop. Anzunehmen ist, dass er selbst das Smartphone in der rechten Hand hält mit dessen Kamera er sich aufnimmt, er ist also im Selfie-Modus zu sehen. Mit der linken Hand gestikuliert er teilweise, während er redet. Vom linken Bildrand aus leuchtet (vermutlich) Tageslicht ins Bild. Beim Sprechen schaut Max meist direkt in die Kamera, dabei hat er einen eher ernst wirkenden Gesichtsausdruck. Zwischendurch blickt er nach links unten, weshalb er auch wechselnd in der Frontalansicht und Seitenansicht zu sehen ist. Er trägt einen hellgrauen gestrickten Pullover und eine große runde Brille mit goldenem Rahmen. Text 1 ist auf Brusthöhe von Max in weißer Schrift, rot hinterlegt platziert. Nur "#Butscha" ist in schwarz geschrieben.</p> <p>Slide 2: Auch hier sitzt Max vor der Kamera in einer nahen Einstellungsgröße und etwas größerer untersichtiger Perspektive als in Slide 1.</p>

einer halbtotalen Einstellungsgröße aufgenommen, das Kind ist in Seitenansicht und Normalperspektive (auf Augenhöhe des Kindes) fotografiert. Am unteren linken Bildrand steht die Quelle des Fotos in weißer kleiner Schrift, siehe Text 2. Links oben ist Text in das Bild eingefügt in schwarzer Schrift und weiß hinterlegt, siehe Text 3. Die Schrift besteht aus Großbuchstaben und ist teilweise hervorgehoben.

Der Hintergrund ist derselbe wie in Slide 1 und auch der Laptop ist noch zu sehen, wobei Max diesen im Laufe des Slides aus dem Bild schiebt. Der Selfie-Modus wird ebenfalls fortgeführt. Mit der linken Hand gestikuliert er teilweise, während er redet. Vom linken Bildrand aus leuchtet (vermutlich) Tageslicht ins Bild. Beim Sprechen schaut Max meist direkt in die Kamera, dabei hat er einen eher ernst wirkenden Gesichtsausdruck. Zwischendurch blickt er nach links unten, weshalb er auch wechselnd in der Frontalansicht und Seitenansicht zu sehen ist. Er trägt einen hellgrauen gestrickten Pullover und eine große runde Brille mit goldenem Rahmen. Text 1 ist auf Brusthöhe von Max in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert. Darunter ist Text 2 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift positioniert. Über Text 1 ist ein Hashtag platziert (siehe Text 3). Der Hashtag ist in orange/pinker Schrift geschrieben und in ein weißes Rechteck mit abgerundeten Ecken eingefügt. Am unteren Rand des Slides zeigt ein in rot gezeichneter Pfeil nach rechts.

Slide 4

Auch hier sitzt Max vor der Kamera in einer nahen Einstellungsgröße und gleicher untersichtiger Perspektive wie in Slide 2. Der Hintergrund ist derselbe wie in Slide 1 und 2. Der Laptop ist nicht mehr im Bild zu sehen. Der Selfie-Modus wird weiterhin fortgeführt. Mit der linken Hand gestikuliert er teilweise, während er redet. Vom linken Bildrand aus leuchtet (vermutlich) Tageslicht ins Bild. Beim Sprechen schaut Max meist direkt in die Kamera, dabei hat er einen eher ernst wirkenden Gesichtsausdruck. Max ist hier in der Frontalansicht zu sehen. Er trägt einen hellgrauen gestrickten Pullover und eine große runde Brille mit goldenem Rahmen. Text 1 ist auf Brusthöhe von Max in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert. Darunter ist ein Link positioniert (siehe Text 2). Der Link ist in blauer Schrift in ein weißes Rechteck mit abgerundeten Ecken eingefügt. Darunter ist in einem kleineren transparenten Rechteck in weißer Schrift ein Hashtag platziert (siehe Text 3). Im Laufe des Slides zeigt Max mit seinem linken Zeigefinger auf den Link.

	<p>Audiotranskription [In allen Slides spricht Max]</p> <p>Slide 1: Als Journalist bin ich es gewohnt mich mit Bildern auseinanderzusetzen, mit denen sich andere Leute nicht wohl fühlen. Das ist mein Job und damit habe ich auch eigentlich nie ein großes Problem. Die Bilder, die ich aber heute Morgen aus der ukrainischen Stadt Butscha gesehen habe, die werde ich so schnell nicht mehr vergessen.</p> <p>Slide 2: Ich erspare euch an der Stelle Details und auch die Bilder aber ich find's einfach super wichtig, dass wir uns weiter damit auseinandersetzen was den Menschen in der Ukraine da gerade passiert und das wir auf keinen Fall vergessen, was sich da gerade abspielt.</p> <p>Slide 4: Ich weiß, dass sich einige von euch schlecht fühlen, wenn sie sowas sehen und lesen und ich kann das total nachvollziehen. Wenn ihr gerade überlegt, wie ihr helfen könnt, ich verlink euch hier mal nen Artikel mit aktuellen Spendenmöglichkeiten</p>
<p>Text innerhalb der Story</p>	
<p>Slide 1</p>	<p>Text 1: Die Bilder, die ich heute Morgen bei der Recherche zur Lage in der ukrainischen Stadt #Butscha gesehen habe, werde ich nicht so schnell vergessen.</p> <p>Text 2: Bild: dpa-Bildfunk/oleksandr Ratushniak</p> <p>Text 3: "DIE HABEN EINFACH GESCHOSSEN, OHNE FRAGEN ZU STELLEN"</p>
<p>Slide 2</p>	<p>Text 1: Ich erspare euch die Bilder, aber ich finde es wichtig, dass wir uns weiter damit auseinandersetzen, was den Leuten in der Ukraine gerade widerfährt.</p> <p>Text 2: Wir haben euch Infos zu den mutmaßlichen Kriegsverbrechen in Butscha zusammengefasst.</p>

	Text 3: #BUTSCHA
Slide 3	Text 1: Klickt auf den Post und lest die Caption für die wichtigsten Infos zur Lage in Butscha:
Slide 4	Text 1: Wenn ihr euch angesichts solcher Nachrichten überlegt wohin ihr spenden könnt: Text 2: HIER KLICKEN! Text 3: #BUTSCHA

Thema und Kontext

Thema dieser Story sind die Geschehnisse in der Kleinstadt Butscha in der Ukraine. In der Stadt wurden scheinbar hunderte Menschen von russischen Soldat*innen ermordet. Das Thema lässt sich somit dem russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine zuordnen. Der russische Angriffskrieg stellt, inklusive der Geschehnisse in Butscha, zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Story ein aktuelles Thema dar. Das Thema der Geschnisse in Butscha scheint im Vordergrund der Story zu stehen. Daher wird die Story dem Themenwissen nach Delli Carpini und Keeter zugeordnet.

Nr.: 2

Datum: 05.04.2022

Die Story Einheit besteht aus fünf Slides.

Form und Inhalt

Bild: 0

Video: 7

Videoinhalt

Slide 1: Max spricht frontal, mit leichter Untersicht in einer nahen Einstellungsgröße mit Blick in die Kamera. In der kurzen Sprechpause (siehe Audiotranskription) schaut

er links aus dem Bild und dann wieder in die Kamera. Sein Gesichtsausdruck erscheint freundlich, da er durchgängig lächelt. Er trägt einen grünen Pullover mit weißem Rundhalskragen. Im Hintergrund ist nicht viel zu erkennen außer einer weißen Wand und in der linken oberen Ecke ein weißer Vorhang. Dieses Slide scheint im Selfie-Modus gedreht worden zu sein. Auf Brusthöhe von Max ist Text 1 in weißer Schrift und rot hinterlegt eingefügt. An der oberen rechten Ecke des Textes, auf Schulterhöhe von Max, ist ein GIF eingefügt. Es stellt eine Art Wappen dar, ist blau umrandet und in der Mitte steht auf weißem Hintergrund TOP 50 im selben blau wie die Umrandung. Die Bewegung des GIFs ist eine Art Schimmer, der immer wieder über das Wappen zieht. Direkt unter Text 1 ist ein Tool zur Abstimmung eingefügt, bei dem man einen Schieberegler in Form eines Emojis (Der Emoji zeigt einen Daumen hoch) nach rechts schieben kann, um seine Zustimmung oder Ablehnung auszudrücken. Unter dem Abstimmtool ist Text 2 in weißer Schrift, schwarz hinterlegt eingefügt.

Slide 2: In diesem Slide ist Max genauso zu sehen wie in Slide 1. Er spricht frontal, mit leichter Untersicht in einer nahen Einstellungsgröße mit Blick in die Kamera. Die einzigen Unterschiede sind im eingefügten Text sowie den GIFs zu erkennen. Auf Brusthöhe ist Text 1 in weißer Schrift und rot hinterlegt eingefügt. An der rechten oberen Ecke des Textes und auf Schulterhöhe von Max ist ein GIF eingefügt. Das GIF zeigt ein kleines Kind, das die Arme, die Hände zu Fäusten geballt, immer wieder nach oben streckt und dabei lächelt. Unter Text 1 ist Text 2 in weißer Schrift, schwarz hinterlegt eingefügt. An der unteren rechten Ecke des Text 2 ist ein weiteres GIF eingefügt. Das GIF zeigt eine gezeichnete Hand von der Seite, die ihren Zeigefinger ausstreckt und sich nach links und rechts bewegt. Es erscheint als zeige die Hand auf das nächste Slide. Unter dem GIF ist Text 3 in weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt. Am Ende des Slides zeigt Max mit seinem Daumen nach rechts und weist auf das nächste Slide hin.

Slide 3: Diese Slide hat einen grünen Hintergrund und enthält zwei Videos gleichzeitig. Zum einen in der rechten oberen Ecke ein Video von Max, dass den Aufnahmen in den vorherigen Slides gleicht. Und in einem größeren Format am linken Bildrand ein Screen Recording. Beide Videos sind leicht überlappt (Rechte obere Ecke des Screen Recordings und linke untere Ecke des Videos von Max), dabei ist das Video von Max im Vordergrund und das Screen Recording im Hintergrund. Das Screen Recording zeigt zunächst die Suchfunktion von Instagram. Unter der Suchleiste steht "zuletzt gesucht", zu den darunter angezeigten Instagram Profilen gehört auch die News-WG. Diese wird im nächsten Schritt aufgerufen. Links unter der Bio der News-WG befindet sich ein Button mit der Bezeichnung "Gefolgt". Dieser wird angeklickt und damit öffnet sich eine Liste von weiteren Optionen am unteren Bildrand. An zweiter Stelle dieser Liste steht "Zu Favoriten hinzufügen". Diese Option wird betätigt. Kurz danach steht an derselben Stelle "Aus den Favoriten entfernen" und die Liste schließt sich wieder. Auf Ebene des Story Slides ist ein GIF an zwei unterschiedlichen Stellen eingefügt. Das GIF stellt einen gezeichneten hellblauen Pfeil dar, der sich leicht hin und her bewegt. Der erste Pfeil zeigt im Screenrecording auf den zuvor beschriebenen "Gefolgt" Button und der zweite Pfeil auf die Option "Zu den Favoriten hinzufügen". Am unteren Rand des Screen Recordings ist Text 2 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift eingefügt. Im Selfie-Video von Max sind keine Unterschiede zu den vorherigen Slides zu erkennen. Max spricht frontal, mit leichter Untersicht in einer nahen Einstellungsgröße mit Blick in die Kamera. Unter dem Video von Max ist Text 1 eingefügt und überlappt leicht das Screen Recording am rechten Rand. Text 1 ist in weißer Schrift, rot hinterlegt geschrieben. Die Zahlen in Text 1 sind ebenfalls in weißer Schrift jedoch mit kleinen blauen Vierecken hinterlegt. Zwischen den einzelnen Sätzen von Text 1 ist jeweils eine Lücke gelassen.

Slide 4: Slide 4 ist Slide 3 ähnlich, jedoch nicht gleich im Aufbau und Inhalt. Slide 4 besteht ebenfalls aus zwei Videos, davon ebenfalls ein Screen Recording und ein Selfie-Video von Max. Der Hintergrund ist wieder grün, jedoch ist die Anordnung der Videos anders als in Slide 3. Hier ist das Selfie-Video von Max in der unteren rechten Ecke, das Screen Recording wieder am rechten Rand des Story Slides. An der unteren rechten Ecke des Screen Recordings und der oberen linken Ecke des Selfie-Videos überlappen beide Videos. Links neben dem Video von Max und unter dem Screen Recording steht Text 2 in weißer Schrift, schwarz hinterlegt. Text 2 ist am rechten Rand des Screen Recordings in weißer Schrift, rot hinterlegt, leicht überlappend eingefügt. Auch hier ist zwischen jedem Satz eine Lücke und die Zahlen sind in weißer Schrift mit kleinen blauen Vierecken hinterlegt eingefügt. Im Screen Recording ist wieder Instagram zu sehen, diesmal der Feed der App. Dieser ist allerdings verpixelt und nur der Instagram Schriftzug ist in der oberen linken Ecke sichtbar. Auf diesen wird dann geklickt und ein graues Feld mit zwei Optionen klappt sich unterhalb des Schriftzugs auf. Die erste Option lautet "Gefolgt" mit einem kleinen Piktogramm eines Menschen und einem Häkchen daneben (Schrift auf dem grauen Feld ist weiß). Die zweite Option ist "Favoriten" mit einem Stern daneben (Schrift auf dem grauen Feld ist weiß). Auf die zweite Option wird im nächsten Schritt geklickt. So gelangt man zum Favoriten Feed. Jetzt steht anstatt des Instagram Schriftzuges "Favoriten" in der oberen linken Ecke. Oben rechts in der Ecke ist ein Listensymbol angezeigt. Dieses wird angeklickt, daraufhin sieht man, unter einer Suchleiste, die hinzugefügten Favoriten in einer Auflistung der Profilbilder der jeweiligen Kanäle und deren Namen. Darunter werden Vorschläge für neue Favoriten ebenfalls mit Profilbildern der Kanäle und deren Namen angezeigt. Jedoch sind alle vorgeschlagenen Profile verpixelt. Die zwei aufgelisteten Favoriten sind die News-WG und br24. Rechts neben Profilbild und Name des Kanals ist ein Entfernen Button zu sehen. In der oberen rechten Ecke ist nun ein Pluszeichen sichtbar. Das Pfeil GIF aus Slide 3 wird auch hier in zweifacher Ausführung verwendet. Die Pfeile sind in der oberen linken und oberen rechten Ecke des Screen Recordings eingefügt. Und zeigen jeweils auf die Elemente, die dort im Screen Recording zu sehen sind. Das Selfie-Video von Max unterscheidet sich im Bildinhalt nicht von den vorherigen. Er spricht frontal, mit leichter Untersicht in einer nahen Einstellungsgröße mit Blick in die Kamera.

Slide 5: Nun ist wieder nur Max im Selfie-Modus zu sehen wie auch in Slide 1 und 2. Er spricht frontal, mit leichter Untersicht in einer nahen Einstellungsgröße mit Blick in die Kamera. Unterschied zum ersten und zweiten Slide ist der eingefügte Text und andere eingefügte Elemente. Text 1 ist auf Brusthöhe von Max in weißer Schrift, rot hinterlegt eingefügt. An der linken oberen Ecke des Textes ist ein GIF eingefügt, welches Max und Helene dabei zeigt wie sie nebeneinander stehen und sich ein High Five geben. Unter Text 1 ist Text 2 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift zu sehen. Darunter ist ein Abstimmtool zu sehen. In dem weißen Kästchen steht die Frage "...was können wir besser machen?" (Daneben ein Emoji mit Brille). Darunter ist im weißen Kästchen ein grauer Balken eingefügt auf dem steht "Schreibe etwas". Von Text 2 zeigt ein in rot gezeichneter Pfeil auf das Abstimmtool. Links neben dem Abstimmtool steht Text 3 in weißer Schrift, rot hinterlegt.

Audiotranskription [In allen Slides spricht Max]

Slide 1: Sagt mal ganz ehrlich: Würdet ihr sagen das dieser Kanal hier zu euren Top 50 Instagram Kanälen gehört? [Kurze Pause] Ich hoff's schon ein bisschen. Falls ja, hab ich da nen Tipp für euch.

Slide 2: Instagram hat jetzt ne nämlich 'ne neue Funktion. Ihr könnt bis zu 50 Lieblingsaccounts auswählen und diese Accounts werden euch besser ausgespielt also ihr verpasst weniger und ihr könnt euch 'nen extra Favoritenfeed anzeigen lassen, wo nur diese Kanäle drin sind. Ich zeig euch mal wie's geht.

Slide 3: Also ihr macht erstmal unseren Kanal auf. So sieht der aus und dann klickt ihr da links auf dieses gefolgt zeichen und da gibts dann die Funktion - zu den Favoriten hinzufügen - zack fertig. Jetzt gehören wir zu euren Favoriten und ihr verpasst (Satz an dieser Stelle abgeschnitten)

Slide 4: So und dann zeige ich euch mal noch, wie ihr eure Favoritenliste verwalten könnt. Ihr seid in eurem Insta Homefeed und klickt da links oben auf den Instagram Schriftzug. Da könnt ihr dann eure Favoriten auswählen und wenn ihr dann rechts auf die Liste klickt, dann seht ihr eure Favoriten und könnt die suchen und (Satz an dieser Stelle abgeschnitten)

Slide 5: Würde uns voll freuen, wenn ihr uns zu euren Favoriten hinzufügt und wenn ihr sagt: Naja, wenn ich ehrlich bin gehört die News WG nicht zu meinen Lieblings Kanälen dann ist das auch voll okay. Dann würde uns aber interessieren warum das so ist und was wir besser machen können. Schreibts uns mal hier hin. Wir freuen uns ehrlich immer sehr über konstruktive Kritik.

Text innerhalb der Story

Slide 1	<p>Text 1: Würdet ihr sagen, dass wir zu euren 50 Lieblingskanälen auf Instagram gehören?</p> <p>Text 2: Falls ja, hab ich einen Tipp für euch!</p>
Slide 2	<p>Text 1: Ihr könnt bei Instagram jetzt bis zu 50 Lieblings-Accounts auswählen.</p> <p>Text 2: Der Vorteil: Instagram spielt diese Kanäle besser aus (ihr verpasst weniger) und es gibt einen extra "Favoriten-Feed", wo nur diese Kanäle drin sind.</p> <p>Text 3: Ich zeig euch wie's geht:</p>
Slide 3	<p>Text 1: So fügt ihr uns zu euren Favoriten hinzu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 News-WG-Kanal öffnen. 2 Auf "Gefolgt" klicken (findet ihr links). 3 Auf "Zu Favoriten hinzufügen" klicken. <p>Text 2: (Es kann sein, dass die Funktion noch nicht bei allen verfügbar ist, also</p>

	nicht wundern.)
Slide 4	<p>Text 1: So könnt ihr eure Favoritenliste verwalten:</p> <ol style="list-style-type: none">1 Insta-Homefeed öffnen2 Oben links auf den Instagram-Schriftzug klicken.3 Auf "Favoriten" klicken4 Oben rechts auf das Listen-Symbol klicken.5 Eure Lieblingskanäle hinzufügen. <p>Text 2: (Es kann sein, dass die Funktion noch nicht bei allen verfügbar ist, also nicht wundern)</p>
Slide 5	<p>Text 1: Wir würden uns freuen, wenn ihr uns zu euren favoriten hinzufügt.</p> <p>Text 2: Und falls wir nicht zu euren Lieblingskanälen gehören interessiert uns...</p> <p>Text 3: Wir freuen uns über euren Input!</p>

Thema und Kontext

In dieser Story Einheit wird eine neue Instagram Funktion thematisiert. Daher wird hier kein politisches Wissen vermittelt. Die Story Einheit kann somit weder dem Themenwissen, Systemwissen noch dem Akteur*innenwissen zugeordnet werden.

Nr.: 3

Datum: 05.04.2022

Story Einheit besteht aus drei Slides.

Form und Inhalt

Bild: 1
Video: 2

Bildinhalt	Videoinhalt
<p>Slide 3: In Slide 3 ist der Feedpost Nr. 2 geteilt. Das Bild des Posts ist in der Mitte des Story Slides platziert. Der Hintergrund des Slides hat von oben nach unten einen Farbverlauf von einem hellbraun/orange zu einem hellbeige. Über dem geteilten Feedpost ist Text 1 platziert und auf dem Bild des Feedposts ist ein GIF. Das GIF ist ein weißer gezeichneter Button, der sich auf und ab bewegt, als würde er gedrückt mit der Aufschrift "TAP HERE" in schwarzer Schrift.</p> <p>Auf dem Foto des Feedposts ist Max in einer Naheinstellung, in Normalansicht zu sehen. Er schaut frontal in die Kamera und hält in seiner linken Hand, zwischen Daumen und Zeigefinger einen positiven Corona Schnelltest hoch (auf Höhe seines Gesichts) und in die Kamera. Dabei hat er einen skeptisch wirkenden Gesichtsausdruck. Er runzelt die Stirn und presst seine Lippen zusammen und hat die Augen dabei weit auf. Er trägt einen grünen Pullover mit weißem rundhals Kragen und eine runde Brille mit goldenem Rahmen. Am linken Bildrand ist das Foto durch einen weißen Streifen abgeschnitten. Am unteren linken Bildrand ist in schwarzer, weiß hinterlegter Schrift Text 2 platziert. Teile von Text 2 sind hervorgehoben.</p>	<p>Slide 1: Max ist im Selfie-Modus, frontal in einer nahen Einstellungsgröße und Normalansicht zu sehen. Er schaut direkt in die Kamera und hat einen freundlich erscheinenden Gesichtsausdruck. Im Hintergrund ist auf der linken Seite ein weißer Vorhang zu sehen und auf rechter Seite eine weiße Wand. Max trägt einen grünen Pullover mit weißem Rundhalskragen. Mit seiner rechten Hand, zwischen Zeigefinger und Daumen, hält er einen positiven Corona Schnelltest nah in die Kamera. Der Test befindet sich im Bild auf Höhe seines Kopfes. Auf Brusthöhe von Max ist Text 1 in weißer Schrift, rot hinterlegt platziert. Rechts geht von Text 1 ein gezeichneter roter Pfeil aus, der auf den Coronatest in Max Hand zeigt. Links unter Text 1 ist ein Abstimmtool eingefügt. Ein weißes Kästchen mit zwei grauen Balken in denen die Optionen zum Abstimmen stehen. Im oberen grauen Balken steht die Option "Leider ja..." und im unteren Balken "Gott sei Dank nicht!". Rechts unter Text 1 und rechts neben dem Abstimmtool ist ein GIF eingefügt. Das GIF zeigt ein amateurhaft gezeichnetes grünes Virus in einer Art Verbotsschild. Das heißt das Virus ist rot umrandet und rot durchgestrichen. Unter dem GIF steht Text 2. Der erste Satz in weißer Schrift, der zweite in roter und beide sind schwarz hinterlegt.</p> <p>Slide 2: Max ist im Selfie-Modus, frontal in einer nahen Einstellungsgröße, in Normalansicht zu sehen. Er schaut direkt in die Kamera und hat einen freundlich erscheinenden Gesichtsausdruck. Im Hintergrund ist auf linker Seite ein weißer Vorhang zu sehen und auf rechter Seite eine weiße Wand. Max trägt einen grünen Pullover mit weißem Rundhalskragen. Auf Brusthöhe von Max ist Text 1 eingefügt größtenteils in weißer Schrift und rot hinterlegt. Nur die Worte "nur</p>

	<p>noch freiwillig" sind in schwarzer Schrift. Rechts über Text 1 ist ein GIF eingefügt. Das GIF zeigt ein kleines gezeichnetes lilanes Haus, mit rosa Dach und gelber Tür, welches sich leicht hin und her bewegt. Auf der Seite des Hauses steht "STAY HOME". Über das GIF ist ein weiteres gesetzt in Form eines roten Kreuzes, das immer wieder gezeichnet wird. Unter Text 1 ist Text 2 eingefügt in weißer Schrift und schwarz hinterlegt. Rechts unter Text 2 ist ein weiteres GIF platziert. Dieses zeigt einen hellblauen Pfeil, der nach rechts zeigt auf dem in Orange geschrieben ist "LOOK". In den beiden Buchstaben O tauchen im GIF kleine schwarze Augen auf und verschwinden wieder.</p>
	<p>Audiotranskription [In allen Slides spricht Max]</p> <p>Slide 1: Und mal noch kurz ein anderes Thema, hattet ihr sowas hier auch schon? Das ist mein positiver Corona Schnelltest aus dem November damals musste ich zwei Wochen in Isolation. Wer sich dann jetzt dann demnächst infiziert, für den wird das Ganze dann komplett anders ablaufen.</p> <p>Slide 2: Ab 1. Mai ist die Corona Quarantäne nämlich nur noch freiwillig. Es wird zwar empfohlen, dass man sich fünf Tage isoliert und dass man Selbsttests macht, aber das ist dann kein Muss mehr. Zu der neuen Regelung findet ihr hier Details und auch Kritik.</p>
Text innerhalb der Story	
Slide 1	<p>Text 1: Hattet ihr auch schon Corona?</p> <p>Text 2: Ich musste im November zwei Wochen in Isolation. Das wird bald ganz anders ablaufen.</p>
Slide 2	<p>Text 1: Ab 1.Mai ist die Isolation für Infizierte und Kontaktpersonen nur noch freiwillig. Es wird lediglich "dringend empfohlen", dass</p>

	<p>man sich fünf Tage isoliert.</p> <p>Text 2: Details und Kritik zur neuen Regelung findet ihr, wenn ihr auf unseren neuen Post klickt:</p>
Slide 3	<p>Text 1: Schreibt uns eure Meinung zur neuen Quarantäne-Regelung gerne unter unseren Post!</p> <p>Text 2: ISOLATION AB 1.MAI FREIWILLIG EURE MEINUNGEN?</p>

Thema und Kontext

In dieser Story Einheit wird darüber berichtet, dass die Isolation bei einer Coronainfektion ab 01. Mai (2022) nur noch freiwillig sein soll. Somit lässt sich das Thema dieses Posts dem Kontext der Corona Pandemie zuordnen. Die Regelung zur Isolation selbst steht im Fokus der Story Einheit. Somit kann der Inhalt dieser Story Einheit als Themenwissen nach Delli Carpini und Keeter gewertet werden.

Nr.: 4

Datum: 06.04.2022

Die Story Einheit besteht aus acht Slides.

Form und Inhalt

Bild: 4
Video: 4

Bildinhalt	Videoinhalt
Slide 3: Hier ist in der oberen linken Ecke ein Foto eingefügt. Es ist leicht schräg platziert und zeigt eine Großaufnahme	Slide 1: Helene ist im Selfie-Modus, frontal in einer nahen Einstellungsgröße, aus leicht-

aus Übersicht, die das Innere eines Kartons abbildet. Im Karton ist der Zettel mit dem FSK ab 60 Zeichen zu sehen und eine Spritze. Der Hintergrund des Slides ist in einem hellen grau gefärbt. Etwa mittig des Fotos, am rechten Rand des Slides und leicht überlappend mit dem Hintergrund ist Text 1 und direkt darunter Text 2 eingefügt. Sowohl Text 1, als auch Text 2 sind in weißer, rot hinterlegter Schrift geschrieben. Am linken Rand des Slides und ebenfalls zwischen Foto und Hintergrund überlappend ist Text 3 platziert. Die einzelnen Stichpunkte sind mit kleinen Abständen untereinander platziert. Alle drei Stichpunkte sind schwarz hinterlegt und größtenteils in weißer Schrift. Die Worte "für alle ab 60 Jahren", "Bußgeldstrafe" und "Impfberatungspflicht" sind in rot geschrieben. Ebenfalls am linken Rand des Slides, vollständig auf dem hellgrauen Hintergrund ist Text 4 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift platziert. Darunter ist Text 5 in weißer, rot hinterlegter Schrift positioniert. Unter Text 5 ist ein Abstimmtool eingefügt. Das Tool zeigt ein breites weißes Rechteck mit abgerundeten Ecken und einem Schieberegler. Der Regler ist lila und hat einen erhobenen Zeigefinger Emoji als bewegliches Element. Links über dem Abstimmtool steht "gar nicht" (siehe Text 5) und rechts über dem Tool steht "sehr" (siehe Text 5).

Slide 4: Auch hier ist wieder in der linken oberen Ecke ein Foto eingefügt. Es ist leicht schräg platziert und zeigt eine Großaufnahme aus Übersicht, die das Innere eines Kartons abbildet. Diesmal ist im Paket der Zettel mit dem roten zickzack Graphen zu sehen (beschrieben in Slide 2) und ebenso wie im vorherigen Bild eine Spritze. Der Hintergrund des Slides ist in einem hellen beige gefärbt. Etwa mittig des Fotos, am rechten Rand des Slides und leicht überlappend mit dem Hintergrund steht Text 1 und direkt darunter ist Text 2 eingefügt. Sowohl Text 1 als auch Text 2 sind in weißer, rot hinterlegter Schrift geschrieben. Jedoch hat Text 1 eine etwas größere Schriftgröße. Am linken Rand des Slides und ebenfalls zwischen Foto und Hintergrund überlappend ist Text 3 und Text 4 platziert. Sowohl

ter Übersicht zu sehen. Sie sitzt an einem Holztisch und links hinter ihr ist eine orangene Ledercouch an eine weiße Wand gestellt. Links über der Couch ist ein schwarzer Bilderrahmen mit einer nicht zu erkennenden Zeichnung zu sehen. Rechts hinter Helene sind an einer weiteren weißen Wand zwei weitere Bilderrahmen mit nicht zu erkennenden Bildern nebeneinander aufgehängt. Helene selbst trägt ein weißes langärmeliges Shirt und an ihrer linken Hand hat sie an Mittel- und Ringfinger zwei einfache silberne Ringe. Beim Sprechen schaut sie mit freundlich erscheinendem Gesichtsausdruck direkt in die Kamera. Während sie mit ihrer rechten Hand scheinbar das Smartphone zum Filmen hält, gestikuliert sie, während sie spricht mit ihrer linken Hand oder legt diese flach vor sich auf den Tisch. Auf Höhe ihrer rechten Schulter ist ein GIF platziert. Das GIF zeigt einen gezeichneten Fliegenpilz mit Augen, Nase und Armen sowie Händen. Der Fliegenpilz winkt mit seiner rechten Hand. Über dem Fliegenpilz ist das Wort "Hello" in gezeichneten, grünen Buchstaben platziert. Am Buchstaben "H", "L" und "O" sind zudem kleine Blumen platziert. Während der Pilz winkt, bewegen sich die Buchstaben leicht hin und her. Direkt unter dem Fliegenpilz befindet sich eine Markierung (Text 1). Unter der Markierung, auf Brusthöhe von Helene ist dann Text 2 positioniert in weißer, rot hinterlegter Schrift. Darunter ist dann Text 3 in teilweise weißer und roter, insgesamt schwarz hinterlegter Schrift platziert.

Slide 2: Auch in Slide 2 ist Helene in einer nahen Einstellungsgröße zu sehen. Diesmal ist Helene jedoch nicht im Selfie Modus zu sehen und das Video von ihr füllt auch nicht den gesamten Bildausschnitt des Story Slides aus. Stattdessen ist das Video von ihr in der oberen linken Ecke des Slides platziert. Der Hintergrund des Slides ist in einem Farbverlauf von einem hellen Branton zu einem Beigeton gestaltet. Das Video von Helene ist mit einer statischen bzw. fest aufgestellten Kamera aufgenommen. Die Kamera ist ca. einen halben Meter von

Text 3 als auch Text 4 sind in weißer, schwarz hinterlegter Schrift geschrieben. Unter Text 4 ist Text 5 vollständig auf dem farbigen Hintergrund platziert und in weißer, rot hinterlegter Schrift geschrieben. Darunter befindet sich auch hier ein Abstimmtool. Es ist wieder ein lila Schieberegler mit erhobenem Zeigefinger Emoji als bewegliches Element genauso wie in Slide 3. Auch hier steht links über dem Abstimmtool "gar nicht" und rechts darüber "sehr".

Slide 5: Auch in diesem Slide ist in der linken oberen Ecke ein Foto eingefügt. Es ist leicht schräg platziert und zeigt eine Großaufnahme aus Obersicht, die das Innere eines Kartons abbildet. Das Paket hat hier allerdings keinen Inhalt. An der unteren linken Ecke des Fotos ist ein GIF in Form eines roten Kreuzes eingefügt, welches abwechselnd größer und kleiner wird. Der Hintergrund des Slides ist in einem hellen grau gefärbt. Etwa mittig des Fotos, am rechten Rand des Slides und leicht überlappend mit dem Hintergrund ist Text 1 und direkt darunter Text 2 eingefügt. Sowohl Text 1 als auch Text 2 sind in weißer, rot hinterlegter Schrift geschrieben. Jedoch hat Text 1 eine etwas größere Schriftgröße. Am linken Rand des Slides, neben dem roten Kreuz und ebenfalls zwischen Foto und Hintergrund überlappend ist Text 3 platziert. Text 3 ist in weißer, schwarz hinterlegter Schrift und ebenso wie Text 1 in einer größeren Schrift geschrieben. Unter Text 3 ist Text 4 vollständig auf dem farbigen Hintergrund platziert und in weißer, rot hinterlegter Schrift geschrieben. Darunter befindet sich auch hier ein Abstimmtool. Es ist wieder ein lila Schieberegler mit erhobenem Zeigefinger als bewegliches Element genauso wie in Slide 3. Auch hier steht links über dem Abstimmtool "gar nicht" und rechts darüber "sehr".

Slide 8:

Auf diesem Slide ist der Feedpost Nr. 3 geteilt. Das Bild des Posts ist in der Mitte des Slides platziert. Der Hintergrund ist in einem kreisförmigen Farbverlauf, vom Rand aus schwarz, bis zur Mitte weiß, gestaltet. An der linken oberen Ecke des

ihr auf oder hinter dem zuvor genannten Holztisch positioniert. Eine minimale Untersicht ist zu erkennen, die Frontansicht bleibt bestehen. Zunächst steht vor ihr auf dem Tisch ein größerer Pappkarton. Der Karton nimmt verhältnismäßig ca. die Hälfte des Videoschnitts ein. Deshalb ist Helene mit dem Karton im Bild nur von den Schultern aufwärts zu sehen. Auf der Seite des Pappkartons, die in Richtung der Kamera steht, ist ein weißer Zettel mit der handgeschriebenen Aufschrift "XXL-Komplettpaket" geklebt. Beim Sprechen gestikuliert Helene mit beiden Händen und wirft dann den Karton über ihren Kopf, hinter sich. Hinter dem großen Karton tauchen dann drei kleinere aufeinander gestapelte Kartons auf. Auf den zwei unteren Kartons ist jeweils ein Zettel geklebt und auf den darauf gestapelten Karton nicht. Auf dem unteren rechten ist ein weißer Zettel mit einer in rot gezeichneten x- und y-Achse und einem zickzack Graphen. Auf dem unteren linken Karton ist ein gedrucktes rotes FSK ab 60 Zeichen geklebt. Am unteren Rand des Videos ist Text 1 in größtenteils weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt. Die Worte "Impfpflicht für alle" und "NICHT" sind jedoch in schwarzer Schrift. An der rechten unteren Ecke des Videos unter Text 1 ist ein Abstimmtool eingefügt. Im weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken sind zwei graue Balken platziert, auf denen die Optionen zum Abstimmen stehen. Auf dem oberen Balken steht die Option "Finde ich gut!" auf dem unteren Balken "Finde ich nicht gut!". Unter dem Abstimmtool, vollständig auf dem farbigen Hintergrund der Story platziert steht Text 2 in größtenteils weißer Schrift, schwarz hinterlegt. Nur "3 Vorschläge" ist in roter Schrift geschrieben. Direkt unter Text 2 ist Text 3 platziert allerdings in einer kleineren Schriftgröße und in einer anderen Schriftart, aber auch in weißer, schwarz hinterlegter Schrift. In der unteren rechten Ecke des Story Slides ist ein GIF in Form eines Pfeils eingefügt. Der Pfeil wechselt zwischen den Farben blau, rot, rosa, orange und gelb. Dabei gehen die Farben ineinander über. Dieser Farbverlauf wiederholt sich mehrmals während

Feedpost Bildes ist ein GIF in Form eines gezeichneten, aufgeklappten Buches platziert. Auf der rechten Buchseite ist ein Stift positioniert. Das GIF bewegt sich leicht hin und her. Über dem Feedpost Bild ist Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert.

Im geteilten Feedpost Nr.:3 ist Helene am linken Bildrand frontal in einer nahen Einstellungsgröße, in Normalansicht zu sehen. Sie stützt sich mit ihrem rechten Ellenbogen auf einem Tisch leicht nach vorne. Den Kopf neigt sie leicht nach links und ihr Gesichtsausdruck erscheint zweifelnd, da sie ihre Stirn leicht runzelt und ihre Lippen leicht aufeinanderpresst. Ihr Blick ist direkt in die Kamera gerichtet. Rechts, leicht vor ihr, in der Mitte des Bildes sind drei Pakete aufeinandergestapelt. Das unterste Paket ist das größte der drei und ist auf der Vorderseite mit einem handgeschriebenen Zettel beklebt. Auf dem Zettel steht Text 2 in schwarzer Schrift. Die beiden anderen Pakete sind jeweils gleich groß und stehen auf dem eben beschriebenen Paket. Auf dem rechten kleineren Paket klebt ebenfalls ein handbeschrifteter Zettel. Auf dem Zettel ist in rot eine y- und eine x-Achse eingezeichnet mit einem gezackten Graphen. Das kleine Paket links daneben ist ebenso mit einem Zettel beklebt. Dieser wirkt aber ausgedruckt und nicht selbst geschrieben bzw. gezeichnet. Das Papier deszettels ist nicht so wie die anderen beiden weiß, sondern rot und darauf ist ein FSK ab 60 Zeichen zu sehen. Am oberen und rechten Bildrand sind jeweils weiße Streifen, die das Foto innerhalb des Posts einrahmen. Aus diesem Grund ist auch nur wenig vom Hintergrund des Fotos erkennbar. In der oberen rechten Ecke des Fotos steht Text 3 in schwarzer, weiß hinterlegter Schrift.

des Slides. Helene hat dieselben Sachen an wie in Slide 1 und ist trotz anderer Kameraposition wieder in einer nahen Einstellungsgröße zu sehen. Sie schaut auch hier meistens direkt in die Kamera beim Sprechen und ihr Gesichtsausdruck erscheint freundlich. Auch das was vom Hintergrund im Video zu sehen ist, gleicht dem in Slide 1.

Slide 6: In diesem Slide ist Helene zu sehen. Hier ist es eine statische bzw. feste Kameraposition und nicht der Selfie-Modus. Die Einstellungsgröße ist wieder nah. Die Frontalansicht sowie eine leichte Untersicht sind auch zu erkennen. Hintergrund im Video und Kleidung von Helene gleicht Slide 1 und Slide 2. Das Video ist hier ähnlich wie in Slide 2 in einer Ecke des Slides positioniert. Hier ist es die rechte obere Ecke, in der das Video platziert ist und es füllt weitaus mehr Raum des Slides als das Video in Slide 2. Nur am rechten und unteren Rand ist der in hellbraun gefärbte Hintergrund des Slides zu sehen. Im Video hat Helene wie am Ende von Slide 2 vor sich drei kleine Päckchen stehen. Diesmal ist das untere linke das mit dem roten zickzack Graphen und das untere rechte, das ohne Aufschrift. Auf den beiden unteren ist das Päckchen mit dem roten FSK ab 60 Zeichen zu sehen. Auf dieses obere Päckchen hält Helene ihre linke Hand gestützt. Mit der rechten gestikuliert sie beim Sprechen, wobei ihre Hand nicht immer im Video zu sehen ist. Am unteren Rand des Videos und linken Rand des Slides, zwischen Video und Slide Hintergrund überlappend ist Text 1 positioniert. Text 1 ist größtenteils in weißer, schwarz hinterlegter Schrift geschrieben. Nur die Worte "Mehrheit der Stimmen" ist in rot geschrieben. Direkt unter Text 1 ist Text 2 platziert, ebenfalls am unteren Rand des Videos und linken Rand des Slides, zwischen Video und Slide Hintergrund überlappend. Auch hier ist der Text größtenteils weiß und insgesamt schwarz hinterlegt. Nur die Worte "nicht alle stehen hinter dem FSK-60-Paket..." sind in rot geschrieben.

Slide 7: Zwischen Slide 6 und 7 findet

	<p>ein fließender Übergang statt. Die einzige Unterscheidung zwischen den beiden Slides ist der Text innerhalb des Slides und der gesprochene Text. Am unteren Rand des Videos und linken Rand des Slides, zwischen Video und Slide Hintergrund überlappend ist Text 1 positioniert. Text 1 ist größtenteils in weißer, schwarz hinterlegter Schrift geschrieben. Nur das Wort "Union" ist in rot geschrieben. Direkt unter Text 1 ist Text 2 platziert, ebenfalls am unteren Rand des Videos und linken Rand des Slides, zwischen Video und Slide Hintergrund überlappend. Text 2 ist jedoch in einer größeren Schrift und in weiß, rot hinterlegt geschrieben.</p>
	<p>Audiotranskription</p> <p>Slide 1: Leudee ich bin wieder da, ich hab mir mal 'ne kleine Auszeit genommen aber jetzt gehts wieder direkt los und zwar gibts morgen im Bundestag die alles entscheidende Abstimmung über die Impfpflicht. Wie hoch stehen denn die Chancen, dass da überhaupt noch was kommt? Schauen wir uns jetzt mal an.</p> <p>Slide 2: Was es schonmal nicht geben wird ist das Impf XXL-Komplettpaket also eine Impfpflicht für alle ab 18. Das gibts nicht. Weg damit. In den letzten Wochen wurde richtig hart verhandelt was denn dann überhaupt noch drin ist und übrig geblieben sind diese drei etwas kleineren Pakete.</p> <p>Slide 6: Welches der Pakete das Rennen macht, hängt davon ab, welches morgen die Mehrheit der Stimmen im Bundestag bekommt. Alle Mitglieder der Ampel Koalition zusammen hätten diese Mehrheit. Aber nicht alle stehen hinter diesem FSK-60-Paket und dann gibts ja noch die Union.</p> <p>Slide 7: Da haben sich manche wohl bereit erklärt über dieses Paket hier zu diskutieren, andere wollen aber unbedingt an ihrem</p>

	eigenen Vorschlag festhalten. Also es bleibt wirklich spannend morgen. Wir halten euch auf dem Laufenden. Ähm, für welches Paket würdet ihr denn stimmen?
Text innerhalb der Story	
Slide 1	<p>Text 1: @Hell_ene</p> <p>Text 2: Bin nach einer kleinen Auszeit wieder da und es geht direkt los:</p> <p>Text 3: Morgen gibts die alles entscheidende Abstimmung im Bundestag zur Impfpflicht!</p>
Slide 2	<p>Text 1: Ein "Impf-XXL-Komplettpaket", also eine Impfpflicht für alle ab 18 Jahren, wird es NICHT geben!</p> <p>Text 2: In den letzten Wochen ist hart verhandelt worden - und diese 3 Vorschläge ("Pakete") sind übrig geblieben*.</p> <p>Text 3: *Stand: 06.04.22 17 Uhr</p>
Slide 3	<p>Text 1: Das "FSK-60-Paket":</p> <p>Text 2: Absender: Vertreter:innen der Ampel-Koalition (SPD, Grüne, FDP)</p> <p>Text 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impfpflicht für alle ab 60 Jahren • Bußgeldstrafe, wenn man nicht bis 1. Oktober geimpft ist • Impfberatungspflicht für alle Ungeimpften ab sofort <p>Text 4: Optional: Wenn sich die Impfquote durch die geplanten Beratungen ausreichend steigert, kann die Impfpflicht ausgesetzt werden!</p> <p>Text 5:</p>

	<p>Wie zufrieden wärt ihr mit diesem Paket? gar nicht sehr</p>
<p>Slide 4</p>	<p>Text 1: Das "Stufen-Paket":</p> <p>Text 2: Absender: Unionsfraktion</p> <p>Text 3: Je nachdem, wie ernst die Pandemiela- ge, sollen</p> <p>Text 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • erst alle ab 60 Jahren, • dann alle ab 50 Jahren • und dann Beschäftigte der "kriti- schen Infrastruktur" (Kitas, Poli- zei) <p>geimpft werden.</p> <p>Text 5: Wie zufrieden wärt ihr mit diesem Paket? gar nicht sehr</p>
<p>Slide 5</p>	<p>Text 1: Das "Nix-drin-Paket":</p> <p>Text 2: Das gibts sogar zwei Mal: Von einer Gruppe aus der FDP und der Linken und dann nochmal von der AfD.</p> <p>Text 3: Gar keine Impfpflicht</p> <p>Text 4: Wie zufrieden wärt ihr mit diesem Paket?</p>
<p>Slide 6</p>	<p>Text 1: Welches Paket kommt, hängt davon ab, welches morgen im Bundestag die Mehr- heit der Stimmen bekommt.</p> <p>Text 2: Alle Mitglieder der Ampel-Koalition zu- sammen hätten diese Mehrheit, aber nicht alle stehen hinter dem FSK-60- Paket...</p>

Slide 7	<p>Text 1: ...und dann gibts ja noch die Union! Hier sind manche wohl bereit, über das FSK-60-Paket zu diskutieren, andere wollen am eigenen Vorschlag festhalten.</p> <p>Text 2: Es wird spannend!</p>
Slide 8	<p>Text 1: Für welches Paket würdet ihr denn stimmen? Diskutiert gerne unter unserem Feedpost!</p> <p>Text 1: <u>XXL- Komplettpaket</u></p> <p>Text 2: <u>Welches IMPF-PAKET kommt?</u></p>

Thema und Kontext

In dieser Story Einheit wird auf das Thema Corona Impfpflicht eingegangen. Somit lässt sich diese Story Einheit dem Kontext der Corona Pandemie zuordnen. Inhalt der Story Einheit sind verschiedene Vorschläge der Parteien, wie eine Impfpflicht aussehen könnte. Über diese Vorschläge wurde einen Tag nach der Veröffentlichung dieser Story Einheit im Bundestag abgestimmt. Da über die Vorschläge der verschiedenen Parteien und somit über Standpunkte verschiedener Akteur*innen berichtet wird aber auch über die Abstimmung selbst im Bundestag könnte sowohl für die Zuordnung der Story Einheit zum Strukturwissen als auch zum Akteur*innenwissen argumentiert werden. Jedoch scheint, dass zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Story Einheit, aktuelle Thema der Impfpflichtdebatte im Fokus zu stehen. Dies wird vor allem daran festgemacht, dass die Inhalte der einzelnen Impfpflicht Vorschläge im Vordergrund stehen. Somit wird auch diese Story Einheit dem Themenwissen nach Delli Carpini und Keeter zugeordnet.

Nr.: 5

Datum: 06.04.2022

Die Story Einheit besteht aus drei Slides.

Form und Inhalt

Bild: 1

Video: 2 { [1 Reel] - [Bestehend aus 5 Clips]}

Bildinhalt	Videoinhalt
<p>Slide 2: In Slide 2 ist ein Hintergrund eingefügt, der eine dunkelgrüne metallene Oberfläche zeigt, bei der die Farbe an bestimmten Stellen abgeblättert ist. Auf diesem Hintergrund ist an erster Stelle Text 1 eingefügt in größtenteils weißer Schrift, rot hinterlegt. Nur die Worte “und er gesteht einen Fehler ein” sind in schwarzer Schrift geschrieben. Direkt darunter ist ein Screenshot von Karl Lauterbachs Twitter Account eingefügt, der zwei Tweets von ihm zeigt. Links von den Tweets ist jeweils sein Profilbild zu sehen. Über den Tweets steht sein Profilname: Prof. Karl Lauterbach. Rechts von seinem Profilnamen steht, wann der Tweet gepostet wurde (in diesem Fall vor acht Stunden). Unter den Tweets steht die Anzahl der Kommentare, Shares und Likes. Der Text der Tweets ist als Text 2 von Slide 2 in diesem Protokoll angegeben. Unter dem Screenshot ist Text 3 in weißer Schrift, schwarz hinterlegt. Direkt darunter steht Text 4 und links daneben ist ein GIF eingefügt. Das GIF zeigt einen weißen Pfeil, der rechts und links von sich kleine gelbe und rosane Sternchen hat und sich mit den Sternchen leicht hin und her bewegt.</p>	<p>Slide 1: Max ist im Selfie-Modus zu sehen. Er spricht frontal, mit leichter Untersicht, in einer nahen Einstellungsgröße, mit Blick in die Kamera. Dabei hat er einen freundlich erscheinenden Gesichtsausdruck. Im Hintergrund ist eine weiße Wand zu sehen. Seitlich wird er scheinbar vom Sonnenlicht angestrahlt, weshalb er einen Schatten auf die Wand hinter sich wirft. Er trägt einen hell-lilanen Pullover. Während er scheinbar mit seiner rechten Hand das Smartphone hält, mit dem er sich filmt, gestikuliert er mit seiner linken Hand, während er spricht. Auf Brusthöhe von Max ist Text 1 in weißer Schrift, schwarz hinterlegt eingefügt. Direkt darunter ist Text 2 in größtenteils weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt. Nur die Worte “Isolationspflicht doch bleiben soll!” sind in schwarzer Schrift geschrieben. An der rechten oberen Ecke von Text 2 ist ein GIF eingefügt. Dieses zeigt eine weiße Katze in gezeichneter Form, die einen Partyhut trägt und mit Konfetti aus einem Karton mit Gesicht springt. Direkt über diesem GIF ist ein weiteres zu sehen. Das zweite GIF zeigt das Wort “SURPRISE” in rosa/ hellblauen Buchstaben, das sich nach links und rechts dreht. Unter Text 2 ist ein Abstimmtool eingefügt. In dem weißen Kästchen sind zwei graue Balken platziert, in denen jeweils eine Option zum Abstimmen steht. Im oberen grauen Balken steht “Gute Entscheidung!” und im unteren grauen Balken steht “Oh Mann ey...”</p> <p>Slide 3: In Slide 3 ist das Reel aus Post Nr.: 4 eingefügt. Der Hintergrund des Slides ist von unten nach oben mit einem Farbverlauf von dunkelblau zu hellgrau versehen. Leicht überlappend am oberen Rand des Reels ist Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt. Ausgehend vom rechten unteren Rand von Text 1 geht ein GIF in Form eines gewellten Pfeils aus, welcher auf das Reel zeigt. Der</p>

eigentlich weiße Pfeil wird wiederholt in hellgrün nachgezeichnet. Am unteren Rand des Reels ist ebenfalls überlappend, Text 2 eingefügt. Über Text 2, auf dem Reel sind zwei GIFs nebeneinander platziert. Das linke GIF zeigt den grünen Schriftzug "TABLETENNIS" mit einem roten und einem gelben Tischtennisschläger darüber, zwischen denen ein Tischtennisball hin und her fliegt. Das rechte GIF zeigt eine Art Sprechblase in gezeichneter Form in weiß/hellgrün in der in schwarzer Schrift steht "FUN FACT". Die Sprechblase bewegt sich auf und ab. Im Reel selbst sind mehrere Clips, insgesamt fünf, zusammengeschnitten. Davon zeigen vier Karl Lauterbach beim Tischtennis spielen aus unterschiedlichen Perspektiven. Der fünfte Clip zeigt Max. Im Folgenden wird der Inhalt pro Clip aufgeschlüsselt.

Clip 1: Im ersten Clip dieses Reels ist Karl Lauterbach in einer nahen Einstellungsgröße, in leichter/minimaler Untersicht und im Halbprofil zu sehen. Er spielt Tischtennis (in der rechten Hand den Schläger) und die Kamera, die links von Lauterbach platziert ist, folgt seinen Bewegungen. Lauterbach schaut nicht direkt in die Kamera und sein Gesichtsausdruck erscheint konzentriert. Lauterbach trägt eine Brille, ein hellblaues T-Shirt und darüber eine dunkelblaue Sweatshirt Jacke mit grauer Kapuze. Im Hintergrund ist in diesem Clip außer einem hell erleuchteten Milchglasfenster nichts eindeutig zu erkennen. Text 3 ist auf Brusthöhe von Lauterbach in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert.

Clip 2: In diesem Clip ist wieder Karl Lauterbach beim Tischtennis spielen (den Schläger weiterhin in der rechten Hand) zu sehen. Lauterbach schaut nicht direkt in die Kamera und sein Gesichtsausdruck erscheint konzentriert. Er trägt die gleiche Kleidung und auch der Hintergrund ist derselbe wie im letzten Clip. Die nahe Einstellungsgröße und die Ansicht im Halbprofil wurden ebenfalls beibehalten. Jedoch ist die Kamera rechts von Lauterbach positioniert und zeigt ihn aus einer stärkeren Untersicht als zuvor. Die Kame-

ra folgt dabei wieder seinen Bewegungen. Text 4 ist wie zuvor Text 1 auf Brusthöhe von Karl Lauterbach positioniert. Der Text ist in größtenteils weißer, insgesamt rot hinterlegter Schrift geschrieben. Nur das Wort "Montag:" wurde in schwarz gefärbt.

Clip 3: In diesem Clip wird eine nahe Einstellung von Lauterbachs Händen gezeigt. Die Kamera ist also auf Bauchhöhe/Hüfthöhe von Lauterbach positioniert. Die Aufnahme zeigt Lauterbach weiterhin beim Tennisspielen (mit dem Schläger immer noch in der rechten Hand) - hier mit Fokus auf die Hände beim Spiel. Die Kamera folgt den Bewegungen weiterhin dynamisch. Die Kleidung Lauterbachs ist unverändert. Sichtbar wird in diesem Clip, dass er eine dunkelblaue Hose trägt. Vom Hintergrund ist nicht mehr zu erkennen als in den vorherigen Clips. Text 5 ist circa auf Hüfthöhe von Lauterbach in weißer, schwarz hinterlegter Schrift positioniert.

Clip 4: Erneut ist Karl Lauterbach beim Tischtennispielen zu sehen. Karl Lauterbach wird hier in einer halbnahen Einstellungsgröße, im Halbprofil und aus leichter Untersicht gezeigt. Die Kamera ist links von ihm platziert und folgt seinen Bewegungen weiterhin dynamisch. Lauterbach schaut nicht direkt in die Kamera und sein Gesichtsausdruck erscheint konzentriert. Im Hintergrund ist immer noch dasselbe hell erleuchtete Milchglasfenster zu sehen. In diesem Clip ist jedoch ein größerer Ausschnitt des Hintergrundes sichtbar. Die Kleidung von Karl Lauterbach ist weiterhin dieselbe. Text 6 ist circa zwischen Brust- und Bauchhöhe Lauterbachs in hauptsächlich weißer, insgesamt rot hinterlegter Schrift positioniert. Nur das Wort "Dienstagabend:" ist in schwarz gefärbt.

Clip 5: Im fünften und letzten Clip dieses Reels ist Max zu sehen. Er ist im Selfie-Modus in einer nahen Einstellungsgröße mit leichter Untersicht zu sehen. Er trägt einen hell-lilanen Pullover und eine Brille. Mit seiner linken Hand hält er einen erkennbar positiven Corona Selbsttest vor die Kamera (am rechten Bildrand zu sehen). Er schaut mit einem verwirrt erscheinenden Gesichtsausdruck nach links

	<p>und rechts (insgesamt zwei Mal). Dabei ist er in einer Seitenansicht zu sehen. Dann schaut er frontal direkt in die Kamera und reißt seine Augen weit auf und zieht seine Augenbrauen hoch und seinen Kopf zurück. Text 7 ist dabei auf Brusthöhe von Max in weißer, rot hinterlegter Schrift positioniert. Im Hintergrund ist nur eine weiße Wand zu erkennen.</p>
	<p>Audiotranskription [In allen Slides spricht Max]</p> <p>Slide 1: Das Corona Infizierte sich bald nicht eher isolieren müssen fanden viele von euch gestern eher so semi geil sag ich mal und als hätte Karl Lauterbach eure Kommentare mitgelesen hat er gestern Abend noch gesagt okay dumme Idee wir behalten die Isolationspflicht.</p> <p>Slide 3: Sound Effects Factory Table Tennis, Ping-Pong [Es ist ausschließlich dieser verwendete Audio Effekt in Form von Ping Pong Geräuschen zu hören]</p>
<p>Text innerhalb der Story</p>	
<p>Slide 1</p>	<p>Text 1: Viele von euch fanden es nicht so cool, dass sich Infizierte bald nur noch freiwillig isolieren müssen.</p> <p>Text 2: Bundesgesundheitsminister Lauterbach hat angekündigt, dass die Isolationspflicht doch bleiben soll.</p>
<p>Slide 2</p>	<p>Text 1: So begründet Lauterbach seine Entscheidung - und er gesteht einen Fehler ein:</p> <p>Text 2: (Screenshot von Lauterbachs Twitter Account)</p> <p>Tweet 1: Die Beendigung der Anordnung der Isolation nach Corona Infektion durch die Gesundheitsämter zugunsten von Freiwilligkeit wäre falsch und wird nicht kommen. Hier habe ich einen Fehler gemacht. Das entlastet zwar die Gesund-</p>

	<p>heitsämter. Aber das Signal ist falsch und schädlich. Tweet 2: Corona ist keine Erkältung. Daher muss es weiter eine Isolation nach Infektion geben. Angeordnet und kontrolliert durch die Gesundheitsämter. Dazu morgen mehr. Der Fehler lag bei mir und hat nichts mit der FDP oder Lockerung zu tun. Es ging um Entlastung der Gesundheitsämter.</p> <p>Text 3: Quelle: Twitter Karl Lauterbach, 06.06.2022</p> <p>Text 4: Mehr Details: Link -Tagesschau.de</p>
Slide 3	<p>Text 1: Uns erinnert das Hin und Her gerade ein bisschen an ein Pingpong-Match</p> <p>Text 2: Heute ist Welt-Tischtennis-Tag!</p> <p>Text im Reel selbst:</p> <p>Text 3: Karl Lauterbach beim Isolations-Regel-PingPong</p> <p>Text 4: Montag: Ey Leute, Corona-Isolation bald nur noch freiwillig!</p> <p>Text 5: Ein paar Ballwechsel später...</p> <p>Text 6: Dienstagabend: Okay Mist, war ein Fehler. Isolationspflicht bleibt!</p> <p>Text 7: Die Leute daheim mit ihren positiven Schnelltests:</p>

Thema und Kontext

In dieser Story Einheit bzw. Reel wird darauf eingegangen, dass Karl Lauterbach zunächst entschieden hatte die Isolation für Coronainfizierte ab 01. Mai (2022) freiwillig zu machen und am Abend des Folgetages diese Entscheidung zurückzog. Auch diese Story Einheit kann somit dem Kontext der Corona Pandemie zugeordnet werden. Im Reel selbst ist Karl Lauterbach beim Ping Pong spielen zu sehen. Verglichen wird dieses Ping Pong spielen mit dem Hin und Her in Bezug auf Lauterbachs Entscheidungen. Da auch explizit Screenshots von Karl Lauterbachs Twitter Account gezeigt werden kann die Story Einheit dem Akteur*innen Wissen zugeordnet werden, da Karl Lauterbach als Entscheidungsträger im Fokus steht.

Nr.: 6

Datum: 07.04.2022

Die Story Einheit besteht aus sieben Slides.

Form und Inhalt

Bild: 3

Video: 4

Bildinhalt	Videoinhalt
<p>Slide 1: In diesem Slide wird zunächst einmal der Feed Post Nr.: 5 geteilt. Auf dem Bild des Feedposts, in der rechten unteren Ecke, ist ein GIF positioniert. Das GIF zeigt eine gezeichnete, weiße Hand, die mit dem Zeigefinger auf etwas drauf zu klicken scheint. Die Hand wird abwechselnd kleiner und größer. Unter dem Feed Post Bild, welches in der Mitte des Story Slides platziert ist, ist ein Abstimmtool eingefügt. In dem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken sind zwei graue Balken, die die Abstimmoptionen anzeigen. Auf dem oberen Balken</p>	<p>Slide 2: In diesem Slide sieht man Helene auf einer orangenen Ledercouch sitzen. Sie ist in einer nahen Einstellungsgröße im Selfie-Modus zu sehen. Da sie die Kamera anscheinend mit der rechten Hand hochhält, ist eine Übersicht deutlich zu erkennen. Im Laufe des Slides bewegt sie die Kamera von der Übersicht in eine Normalansicht. Drei aufeinander gestapelte Päckchen, die vor ihr auf der Lehne der Couch stehen, kommen zum Vorschein. Nachdem sie die Päckchen kurz gezeigt hat, hält sie die Kamera wieder in der Übersichtsperspektive vom Anfang. Links</p>

steht "YAY!" und auf dem unteren Balken steht "NAY!". Über dem Feedpost Bild steht Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift. In der in diesem Slide geteilten Textkachel aus Post Nr.: 5 ist folgendes zu sehen: In der oberen rechten Ecke ist ein Emoji eines Megafons zu sehen. Auf weißem Hintergrund steht in schwarzer Schrift Text 2 bis 4.

Slide 3: Der Hintergrund dieses Slides zeigt ein transparentes Foto der Bundestageskuppel. Oben links in der Ecke am linken Rand des Slides steht Text 1 in weißer Schrift, die rot hinterlegt ist. Darunter, etwas nach rechts eingerückt steht Text 2 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift. In kleinerer Schriftgröße und anderer Schriftart steht Text 3 darunter. Noch ein Stück weiter nach rechts eingerückt steht Text 4 in größerer Schriftgröße und in weißer, rot hinterlegter Schrift. Dieses Muster wiederholt sich bei allen weiteren Textbestandteilen. Demnach sind Texte 2, 5, 8 und 10 gleich formatiert. Die Texte 3, 6, 9, und 12 haben die gleiche Formatierung und die Texte 4,7,10,13 bilden ebenfalls eine Gruppe in ihrer Formatierung. Alle Textbestandteile sind untereinander platziert, immer mit etwas Abstand zwischen einander.

Slide 7: Das transparent gemachte Foto der Kuppel des Bundestages ist erneut als Hintergrund eingefügt. In der Mitte des Story Slides ist in blauer Schrift eine Verlinkung platziert (siehe Text 2). Rechts unterhalb der Verlinkung ist ein GIF platziert, welches bereits in Slide 1 verwendet wurde. Das GIF zeigt eine gezeichnete, weiße Hand, die mit dem Zeigefinger auf etwas drauf zu klicken scheint. Die Hand wird abwechselnd kleiner und größer. Über der Verlinkung steht in größtenteils weißer, rot hinterlegter Schrift Text 1. Die Worte "Mehr Details zur Debatte heute" sind in schwarz geschrieben. Die in Text 1 vorgenommene Markierung ist in gelb/orangener Schrift weiß hinterlegt geschrieben.

hinter Helene ist die Ecke eines schwarzen Bilderrahmens zu erkennen. Ansonsten ist außer der Rückenlehne der Couch nur ein wenig von einer weißen Wand im Hintergrund erkennbar. Helene selbst spricht direkt in die Kamera und gestikuliert beim Sprechen mit ihrer linken Hand. Sie trägt ein mit Zebrastreifen gemustertes Shirt mit Stehkragen. Auf der Höhe ihrer rechten Schulter ist eine Markierung platziert (siehe Text 1). Direkt darunter ist Text 2 platziert in weißer, rot hinterlegter Schrift. An der rechten Ecke von Text 2 ist ein GIF eingefügt in Form von zwei gezeichneten Würmern. Der rechte Wurm ist orange, beige gestreift und der linke gelb. Beide Würmer haben Gesichter und schauen aus Löchern und versuchen sich gegenseitig zu beißen, weichen einander aber immer wieder aus. Unter Text 2 ist dann Text 3 positioniert, allerdings in weißer, schwarz hinterlegter Schrift. Direkt darunter wurde ein Abstimmtool eingefügt. Ein weißes Rechteck mit abgerundeten Ecken ist in der Mitte durch einen grauen Strich in zwei Teile geteilt. Auf der rechten Seite steht "HAT MICH ÜBERRASCHT!" in pink/orangener Schrift und auf der linken Seite steht "WAR DOCH KLAR!" in grün/blauer Schrift. Unter dem Abstimmtool steht dann eher am unteren Rand des Slides Text 4 in weißer, rot hinterlegter Schrift. Die Päckchen, die zwischenzeitlich im Bild zu sehen sind, zeigen zuunterst ein ganz normales Päckchen aus Karton, darüber ein gleiches Päckchen allerdings mit einem Zettel beklebt, auf dem ein in rot gezeichneter zickzack Graph innerhalb einer X- und Y-Achse zu sehen ist und das oberste ist ebenfalls ein Päckchen im gleichen Format allerdings mit einem Zettel beklebt auf dem ein rotes FSK ab 60 Zeichen geklebt ist.

Slide 4: In diesem Slide ist Helene wieder im Selfie-Modus, frontal in einer nahen Einstellung auf der orangenen Couch sitzend zu sehen. Der Hintergrund ist der gleiche wie in Slide 2. Die Übersicht ist hier nicht mehr ganz so stark wie in Slide 2, aber dennoch erkennbar. Helene hält auch hier wieder die Kamera in ihrer rechten Hand. In der linken hält sie das Päckchen mit dem roten FSK ab 60 Schild.

Helenes Kleidung ist die gleiche wie in Slide 2. Auf Brusthöhe von Helene steht Text 1 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift. Darunter ist Text 2 platziert größtenteils in weißer, insgesamt schwarz hinterlegter Schrift. Nur die Worte "FDP" und "hat fast geschlossen dagegen gestimmt." sind in rot geschrieben. Während Helene spricht, schaut sie erneut direkt in die Kamera, ihr Gesichtsausdruck wirkt konzentriert. Ihre linke Hand, in der sie das Päckchen hält, bewegt sie beim Sprechen.

Slide 5: Slide 4 und 5 scheinen direkt ineinander über zu gehen. Das bedeutet, dass Helene auch hier wieder auf der orangenen Leder Couch sitzend frontal in einer nahen Einstellungsgröße im Selfie Modus zu sehen ist. Ihre Kleidung bleibt die gleiche, der Hintergrund bleibt gleich. Auch hier schaut Helene mit einem eher konzentrierten Gesichtsausdruck direkt in die Kamera beim Sprechen. Der Unterschied zum vorherigen Slide ist, dass Helene nicht mehr das Päckchen in ihrer linken Hand hält und mit dieser frei gestikuliert beim Sprechen. Auch die Übersicht ist wieder stärker als im vorherigen Slide. Auf Brusthöhe steht hier Text 1 in größtenteils weißer Schrift, die insgesamt schwarz hinterlegt ist. Nur die Worte "Gesundheitssystem nicht überlastet" sind in rot geschrieben. An der rechten oberen Ecke des Textes ist ein GIF eingefügt. Das GIF stellt ein gezeichnetes Krankenhausgebäude dar, welches sich abwechselnd auflöst und wieder zusammensetzt.

Slide 6: Auch hier ist der Übergang von Slide 5 zu Slide 6 fließend. Helene ist in derselben Position zu sehen wie in den vorherigen Slides - auf der orangenen Ledercouch sitzend, im Selfie-Modus, in einer nahen Einstellungsgröße, mit leichter Übersicht, in Frontalansicht, mit scheinbar konzentriertem Gesichtsausdruck und direktem Blick in die Kamera, in derselben Kleidung, mit demselben Hintergrund. Die Unterschiede zu den vorherigen Slides: Zum einen hält Helene scheinbar die Kamera hier mit zwei Händen. Ihre linke Hand ist erst am Ende des Slides wieder im Bild zu sehen und erst dann auch wieder am Gestikulieren. Auf der Höhe ihrer

	<p>linken Schulter ist ein GIF eingefügt. Das GIF zeigt drei weiße Balken, die optisch so aussehen, als wären sie mit weißer Farbe gestrichen. Auf diesen Balken steht das Wort "again". Auf dem ersten Balken steht das Wort alleine, auf dem zweiten steht "and again" und auf dem dritten steht ebenfalls "and again". Die drei Balken tauchen nacheinander auf und dann verschwinden die unteren beiden wieder und tauchen wieder nacheinander auf. Am linken Rand des Slides auf Brusthöhe von Helene ist Text eingefügt, größtenteils in roter Schrift, insgesamt schwarz hinterlegt. Nur die Worte "Dieses Ergebnis bedeutet, dass die" sind in weiß geschrieben. Unter Text 1 ist leicht schräg positioniert ein Abstimmtool eingefügt. Im weißen Rechteck, mit abgerundeten Ecken, ist ein lila Schieberegler zu sehen mit folgendem Emoji als beweglichem Element: 🗳️. Unter dem Abstimmtool ist Text 2 positioniert. Hier ist größtenteils weiße, insgesamt schwarz hinterlegte Schrift benutzt worden. Nur die Worte "Wir machen weiter!" sind in roter Schrift geschrieben.</p>
	<p>Audiotranskription</p> <p>Slide 2: Leude was war das für ne spannende Debatte und Abstimmung heute Morgen im Bundestag über die Impfpflicht. Es hat kein einziges von diesen Impfpaketen die ich gestern erklärt hab die Mehrheit bekommen. Wie konnts dazu kommen? Und was bedeutet das jetzt?</p> <p>Slide 4: Was bei diesen Ergebnissen wirklich beachtenswert ist, das FSK 60 Paket der Ampel Parteien, das hätte die Mehrheit bekommen können aber die FDP hat, obwohl sie ja ne Ampel Partei ist, fast geschlossen dagegen gestimmt.</p> <p>Slide 5: Sie begründet es damit, dass im Moment das Gesundheitssystem ja nicht belastet sei und man deswegen eine Impfpflicht nicht rechtfertigen könne.</p> <p>Slide 6: Das heißt jetzt für uns, dass wir eigentlich</p>

	<p>keinen Schritt weiter sind und die Impfpflichtdebatte im Herbst nochmal von vorne losgehen kann.</p> <p>Bundesgesundheitsminister Lauterbach der hat ja immer sehr für ne Impfpflicht gekämpft der war heute sehr enttäuscht hat aber schon angekündigt: wir machen weiter.</p>
Text innerhalb der Story	
Slide 1	<p>Text 1: Die Entscheidung zur Impfpflicht ist da:</p> <p>Text 2: Ergebnis im Bundestag:</p> <p>Text 3: VORERST KEINE IMPFPFLICHT!</p> <p>→ Die Abgeordneten konnten sich auf keinen der Vorschläge einigen.</p> <p>→ Damit ist die Impfpflicht erst einmal vom Tisch.</p> <p>Text 3: Bild: Openmoji</p>
Slide 2	<p>Text 1: @Hell_ene ist markiert</p> <p>Text 2: Spannende (und hitzige!) Abstimmung heute im Bundestag:</p> <p>Text 3: Kein einziges der "Impf-Pakete", die ich gestern erklärt habe, hat die Mehrheit bekommen!</p> <p>Text 4: Was bedeutet das jetzt?</p>
Slide 3	<p>Text 1: Die Ergebnisse der Abstimmung über die Impfpflicht im Bundestag:</p> <p>Text 2:</p>

	<p>1. "FSK-60-Paket" von Mitgliedern der Ampel-Koalition:</p> <p>Text 3: (Impfpflicht für alle ab 60)</p> <p>Text 4: → 296 Ja-Stimmen</p> <p>Text 5:</p> <p>2. "Stufen-Paket" der Union:</p> <p>Text 6: (stufenweise Impfpflicht, abhängig von der Pandemielage im Herbst)</p> <p>Text 7: → 172 Ja-Stimmen</p> <p>Text 8:</p> <p>3. "Nix-drin-Paket" von einer Gruppe aus der FDP und der Linken:</p> <p>Text 9: (keine Impfpflicht)</p> <p>Text 10: → 85 Ja-Stimmen</p> <p>Text 11:</p> <p>4. "Nix-drin-Paket" der AfD:</p> <p>Text 12:(keine Impfpflicht + Abschaffung der bereits geltenden Impfpflicht im Gesundheitswesen)</p> <p>Text 13: → 79 Ja-Stimmen</p>
Slide 4	<p>Text 1: Was beachtenswert ist:</p> <p>Text 2: Das Paket der Ampel hätte die Mehrheit bekommen können, aber die FDP (die ja eigentlich auch zur Ampel gehört) hat fast geschlossen dagegen gestimmt.</p>
Slide 5	<p>Text 1: Die FDP begründet es damit, dass im Moment das Gesundheitssystem nicht</p>

	überlastet sei, weshalb man eine Impfpflicht nicht rechtfertigen könne.
Slide 6	<p>Text 1: Dieses Ergebnis bedeutet, dass die Debatte um die Impfpflicht im Herbst vermutlich nochmal von vorne losgeht!</p> <p>Text 2: Bundesgesundheitsminister Lauterbach (SPD) hat schon angekündigt: "Wir machen weiter!"</p>
Slide 7	<p>Text 1: Mehr Details zur Debatte heute, auch mit Zitaten der Abgeordneten findet ihr bei unseren Kolleg:innen von @BR24</p> <p>Text 2: HIER GEHT'S ZUM ARTIKEL</p>

Thema und Kontext

In dieser Story Einheit wird erneut die Corona Impfpflichtdebatte thematisiert. Auch diese Story Einheit kann somit dem Kontext der Corona Pandemie zugeordnet werden. In einer der vorherigen Story Einheiten wurden die verschiedenen Vorschläge der Parteien zur Impfpflicht vorgestellt. Diese Story Einheit thematisiert die Ergebnisse der Abstimmung über die verschiedenen Impfpflichtvorschläge der Parteien. Da die Ergebnisse der Abstimmung und nicht die Funktionsweise der Abstimmung (Systemwissen) im Vordergrund stehen, wird auch diese Story Einheit dem Themenwissen zugeordnet.

Nr.: 7

Datum: 08.04.2022

Die Story Einheit besteht aus 13 Slides.

Form und Inhalt

Bild: 5

Video: 8

Bildinhalt	Videoinhalt
<p>Slide 4: In diesem Slide ist ein Foto in einer halbtotalen Einstellungsgröße zu sehen. Auf dem Foto ist eine Art Steinmauer abgebildet mit einem großen, mit einer Art Torbogen als Eingang, auf den Menschen zu gehen. Auf dem gepflasterten Gang vor dem Durchgang ist in der linken unteren Ecke des Fotos ein, mit einem blauen Pavillon überdachter, Obststand zu sehen. Am unteren Rand des Fotos ist ein graues Metallgeländer zu sehen. Rechts vor dem Durchgang ist im Foto ein kleiner Unterstand zu sehen und dahinter ein großer dunkelgrüner Busch. Im oberen Drittel des Fotos über dem Eingang der Steinmauer ist Text 2 in weißer, rot hinterlegter Schrift zu sehen. Rechts neben Text 2 ist ein GIF in Form eines blauen, gezeichneten, sich leicht hin und her bewegendes Pfeils zu sehen. Der Pfeil zeigt nach rechts. Über Text 2 ist Text 1 platziert. Text 1 ist größtenteils in weiß geschrieben und insgesamt schwarz hinterlegt. Nur die Worte "Spannungen" und "Ramadan eskalieren" sind in rot geschrieben.</p> <p>Slide 7: Etwa in der Mitte des Story Slides ist ein Foto in einer weiten bzw. Panorama Einstellungsgröße eingefügt. Der Hintergrund des Story Slides ist in einem Farbverlauf von oben nach unten, von einem hellblau in einen Beigeton, gestaltet. Das Foto zeigt eine Skyline Aufnahme von der Altstadt Jerusalems mit einem blauen Himmel darüber. Über dem Foto steht Text 1 in größtenteils weißer Schrift, schwarz hinterlegt. Nur die Worte "al-Aqsa Moschee" und "Felsendom" sind in rot geschrieben. Von diesen beiden Wörtern ausgehend ist jeweils ein roter Pfeil auf das Foto gezogen. In der rechten oberen Ecke des Fotos ist eine Markierung eines Ortes platziert (siehe Text 4). Die Markierung steht in einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken in einer lilanen Schrift geschrieben. Unter dem Foto ist Text 2</p>	<p>Slide 1: In diesem Slide ist Sophie im Selfie-Modus in einer nahen Einstellungsgröße, im Halbprofil zu sehen. Dabei ist eine minimale Übersicht zu erkennen. Sophie trägt einen blauen Pullover mit Stehkragen und goldene Creolen als Ohrringe. Ihre Haare trägt Sie in einem Pferdeschwanz. Sie schaut mit einem freundlich erscheinenden Gesichtsausdruck beim Sprechen meistens direkt in die Kamera. Während des Sprechens läuft sie anscheinend durch die Altstadt von Jerusalem. Am Anfang des Slides winkt sie mit ihrer linken Hand in die Kamera, später streicht sie sich mit der linken Hand Haare aus dem Gesicht, ansonsten ist ihre linke Hand nicht im Bild zu sehen. Mit ihrer rechten Hand scheint sie die Kamera zu halten. Das Video von ihr füllt jedoch nicht den ganzen Slide aus. Das Video ist in der oberen linken Ecke des Slides positioniert. Am rechten und unteren Rand des Slides ist deshalb ein farbiger Hintergrund zu sehen. Dieser Hintergrund ist in einem Farbverlauf von unten nach oben, von dunkelblau zu hellblau gefärbt. Am oberen, rechten Rand des Story Slides ist sowohl ein Ort markiert als auch ein anderes Instagram Profil direkt untereinander und überlappend zwischen Video und Slide Hintergrund (siehe Text 4). Die Ortsmarkierung ist in einem weißen mit abgerundeten Ecken in lila Schrift geschrieben. Der Name des markierten Profils ist in einem hellgrauen, transparenten Rechteck mit abgerundeten Ecken in weißer Schrift geschrieben. Auf Brusthöhe von Sophie ist Text 1 platziert auch leicht überlappend zwischen Video und Slide Hintergrund, in weißer, rot hinterlegter Schrift. Unter Text 1 ist leicht nach rechts eingerückt, überlappend zwischen Video und Slide Hintergrund, ein Abstimmtool eingefügt. In dem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken ist ein lila Schiebepalken mit einem Emoji einer winkenden Hand als bewegliches Element. Unter dem Abstimmtool ist (nicht eingerückt) Text 2 in weißer, schwarz hin-</p>

in weißer, rot hinterlegter Schrift positioniert. An der unteren rechten Ecke von Text 2 ist ein GIF eingefügt. Das GIF ist etwas schwer zu erkennen, es zeigt zwei nebeneinander gezeichnete Hände, deren Handinnenflächen zu sehen sind. Um die Finger sind kleine Sternchen gezeichnet, die sich leicht hin und her bewegen. Unter Text 2 und dem GIF befindet sich Text 3, in weißer, schwarz hinterlegter Schrift. An der linken Seite des Fotos steht horizontal, in weißer, wesentlich kleinerer Schrift, Text 5.

Slide 8:

In der rechten oberen Ecke dieses Story Slides ist hier ein Foto eingefügt. Das Foto ist aus der Untersicht aufgenommen und zeigt in einer Totalen einen mit hellen Steinen gepflasterten Platz und ein mehreckiges Gebäude mit einer goldenen Kuppel. Auf das Gebäude laufen drei Menschen zu, diese sind von hinten zu sehen. Zwei der Menschen tragen lange schwarze Gewänder und dazu weiße Kopftücher. Der dritte Mensch trägt helle Hosen, ein helles T-Shirt und hat dunkle kurze Haare. Das Foto füllt nicht den gesamten Story Slide aus. Am linken und unteren Rand ist der farbige Story Slide Hintergrund zu sehen. Der Hintergrund ist von oben blau bis unten beige in einem Farbverlauf gefärbt. Kurz vor dem unteren Rand des Fotos, überlappend am linken Rand mit dem Story Slide Hintergrund steht Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift. Über der linken oberen Ecke von Text 1 ist auf dem Story Slide Hintergrund ein GIF platziert. Das GIF zeigt in gezeichneter Form eines kleinen grünen Teppichs auf dem eine Person in einem lila Gewand kniend sitzt und die Hände ineinander gefaltet vor die Brust hält. Um die Hände sind kleine lilane Sternchen platziert, die sich leicht hin und her bewegen. Ganz am unteren Rand des Fotos, überlappend mit dem Story Slide Hintergrund ist Text 2 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift platziert. Links vor Text 2 ist ein weiteres GIF platziert in Form eines kleinen gezeichneten rosa Kreises, der sich leicht hin und her bewegt. Unter Text 2 ist auf dem Story Slide Hintergrund Text 3,

terlegter Schrift platziert auch hier wieder überlappend zwischen Video und Slide Hintergrund. Unter Text 2 steht Text 3, ausschließlich auf dem Slide Hintergrund platziert und in roter, schwarz hinterlegter Schrift geschrieben.

Slide 2: Auch in diesem Slide ist das Video von Sophie in die obere linke Ecke des Slides eingefügt und auch hier ist der gleiche Slide Hintergrund am rechten und unteren Rand des Slides zu sehen. Im Hintergrund des Videos ist immer noch die Altstadt von Jerusalem zu sehen, jedoch nicht derselbe Standpunkt wie im letzten Story Slide. Sophie läuft auch nicht beim Reden, sondern steht an einer Stelle. Sie stützt ihren linken Arm auf ein Geländer, neben dem Sie steht. In der rechten Hand hält sie wie im letzten Slide die Kamera. Das bedeutet, sie ist auch hier wieder frontal im Selfie-Modus und in einer nahen Einstellungsgröße, allerdings mit einer leichten Obersicht zu sehen. Sie trägt die gleiche Kleidung wie im letzten Slide, jedoch ist nun noch ein brauner, lederner Riemen schräg über ihrer rechten Schulter sichtbar, der höchstwahrscheinlich der Träger einer Tasche ist. Beim Sprechen schaut sie meistens direkt in die Kamera, wobei sie ihre Augen etwas zusammenkneift, höchstwahrscheinlich, weil es sehr windig zu sein scheint, auch erkennbar daran, dass ihre Haare im Wind wehen. Ihr Gesichtsausdruck wirkt eher ernst. Am unteren Rand des Videos und rechts leicht überlappend mit dem Story Slide Hintergrund steht Text 1, zur Hälfte in roter Schrift (bis einschließlich "Tel Aviv") und zur anderen Hälfte in weißer Schrift. Insgesamt schwarz hinterlegt. Direkt unter Text 1 und dem Video ist auf den Story Slide Hintergrund Text 2 platziert. Dieser ist in weißer, schwarz hinterlegter Schrift geschrieben.

Slide 3: In diesem Slide ist auch wieder Sophie frontal im Selfie-Modus und in einer nahen Einstellungsgröße, mit leichter Untersicht zu sehen. Sie trägt die gleiche Kleidung wie in Slide 2. Ihre Augen kneift Sophie nicht mehr zu, sie schaut die meiste Zeit mit einem nach wie vor ernst erscheinenden Gesichtsausdruck in die

ebenfalls in weißer, schwarz hinterlegter Schrift positioniert. Auch hier ist links vor dem Text das eben beschriebene GIF platziert.

Slide 10: In diesem Slide ist in der oberen Hälfte vertikal ein Foto eingefügt. Insgesamt ist der Hintergrund des Story Slides in einem hellen grau gefärbt. Über dem Foto ist Text 1 platziert in weißer, schwarz hinterlegter Schrift. In der oberen rechten Ecke des Bildes ist ein Ort markiert (Siehe Text 4). Die Markierung ist in einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken in lila Schrift eingefügt. Am linken Bildrand auf dem Story Slide Hintergrund ist in weißer, kleiner Schrift Text 5 horizontal positioniert. Unter dem Foto ist auf dem Story Slide Hintergrund Text 2 in schwarzer, rot hinterlegter Schrift platziert. Von der rechten Seite von Text 2 ist ein roter Pfeil zum Foto gezogen. Unter Text 2 ist Text 3 in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert. Auf dem Foto selbst ist eine Totale eines alt erscheinenden, mit hellen Steinen gemauerten Gebäudes zu sehen, dass drei Torbögen hat. Im Hintergrund ist über dem Gebäude zudem eine graue Kuppel zu erkennen. Auf dem Vorplatz des Gebäudes sind einige Menschen zu sehen, viele von Ihnen ducken sich auf den Boden. Von rechts und links im Bild sind Rauchschwaden zu erkennen. Am rechten Bildrand steht zudem ein Baum.

Slide 13: Auf dem letzten Slide dieser Story Einheit ist der Post Nr.: 7 geteilt. Das Bild des Posts ist mittig auf einen von unten dunkelblau bis oben hellgrauen farbigen Story Slide Hintergrund platziert. Das Selfie, welches Post Nr.: 7 ausmacht, zeigt Sophie in einer frontalen, nahen Einstellungsgröße, in der Normalansicht. Sie lächelt leicht und schaut direkt in die Kamera. Sie trägt einen blauen, gerippten Pullover mit Stehkragen. Über ihrer linken Schulter ist der Riemen einer Tasche vermutlich. Sie trägt kleinere goldene Creolen als Ohringe. (Wie auch in den vorherigen Slides dieser Story Einheit) Und ihre Haare scheinen vom Wind nach hinten geweht

Kamera. Auch hier ist wieder das Video in der oberen linken Ecke des Story Slides platziert. Am rechten und unteren Rand des Story Slides ist wieder der Hintergrund, der auch schon in Slide 1 und 2 beschrieben wurde zu sehen. Der Hintergrund des Videos ist jedoch ein anderer. Zum einen sind rechts hinter Sophie mehrere schwarze Metallgeländer zu sehen und in einem Unterstand steht ein bewaffneter Soldat. Links hinter ihr ist eine mit Pflanzen bewachsene Steinmauer zu sehen. Weiter im Hintergrund sind eine Palme und andere Bäume zu sehen. Während sie spricht, dreht Sophie sich jedoch nach links, sodass ihr Gesicht nur noch abgeschnitten zu sehen ist. Im Hintergrund werden während dieses Schwenks, der eben beschriebene Unterstand sichtbar, unter dem mehr als nur der eine Soldat steht. Dann dreht sie sich noch etwas weiter nach links, ihr Gesicht ist wieder voll im Bild und hinter ihr sind Menschen zu sehen, die durch eine Art provisorisches, mit Zäunen erstelltes Tor zu gehen scheinen. In der oberen rechten Ecke des Videos, überlappend mit dem Story Slide Hintergrund, ist ein Ort markiert (Siehe Text 3). Am unteren Rand des Videos ist Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert. Darunter, leicht überlappend zwischen Video und Story Slide Hintergrund ist Text 2 positioniert. Text 2 ist in weißer, schwarz hinterlegter Schrift geschrieben. An der unteren rechten Ecke von Text 2 ist zudem ein GIF eingefügt. Das GIF zeigt in gezeichneter Form den Oberkörper eines kleinen Jungen aus dem Profil. Der Junge trägt ein blaues Hemd mit weißen, weiten Ärmeln und eine weiße Kippa als Kopfbedeckung. Er führt seine Hände zusammen zu einer Art betenden Handhaltung, bewegt seinen Mund und hält die Augen geschlossen und macht eine kleine Verbeugung. Dieser Bewegungsablauf wiederholt sich.

Slide 5: In diesem Slide ist ein Timelapse Video zu sehen. In der unteren Hälfte des Videos ist Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift zu sehen. Darunter ist ein Abstimmtool eingefügt. In dem größtenteils weißen Viereck, mit abgerundeten Ecken sind drei Balken mit grauer Rahmenlinie und abge-

zu werden. Im Hintergrund sind scheinbar die Dächer der Altstadt von Jerusalem zu sehen mit Tempelberg und Felsendom im Bild. Über dem Bild des Posts ist auf dem Story Slide Hintergrund Text 1 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift platziert. Unter dem Bild des Feedposts steht Text 2 in ebenfalls weißer, schwarz hinterlegter Schrift. Zwischen Text 2 und Bild ist auf dem Story Slide Hintergrund ein GIF in Form von drei gemalten weißen Pfeilen zu sehen, die einen kleinen Halbkreis bilden und kurz nacheinander kleiner und wieder größer werden und sich abwechselnd nach oben und unten bewegen. An der rechten oberen Ecke von Text 2 ist ein weiteres GIF eingefügt in Form eines gezeichneten gelben Bleistifts der leicht nach rechts und links wackelt.

rundeten Seiten eingetragen. Der obere Rand des weißen Vierecks ist in schwarz gefärbt. In der Mitte dieses schwarzen Abschnitts steht ein weißes Fragezeichen. Im ersten Balken steht neben einem "A" das Wort Tempelberg. Im zweiten Balken steht neben einem "B" das Wort Grabeskirche. Im dritten Balken steht neben einem "C" das Wort Ölberg. In der oberen rechten Ecke des Slides ist ein Ort markiert (siehe Text 2). Die Markierung steht in einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken in lilaner Schrift. Der Timelapse führt die Zuschauer*innen durch den Torbogen, der im letzten Slide zu sehen war und durch verschiedene kleine Gassen, links und rechts sind Ladengeschäfte zu sehen. Immer wieder werden verschiedene kleinere Tunnel durchlaufen. Im Bild sind viele Menschen von hinten zu sehen, die vor der Kamera laufen. Das Video ist in einer halbtotalen Einstellungsgröße in Normalansicht gedreht.

Slide 6: In diesem Slide ist wieder Sophie zu sehen. Das Video von ihr ist wie in den ersten Slides in die linke obere Ecke eingefügt. Am rechten und unteren Rand ist somit der farbige Hintergrund des Story Slides zu sehen, der hier in einem braunen Farbverlauf gestaltet ist - von unten dunkelbraun bis oben hellbraun. Sophie hat dieselbe Kleidung wie in den vorherigen Slides an. Sie hält die Kamera in ihrer rechten Hand und lehnt mit ihrem linken Arm an einer Steinmauer, somit ist sie auch hier wieder im Selfie-Modus zu sehen. Sophie ist zunächst frontal in einer nahen Einstellungsgröße in leichter Obersicht zu sehen. Hinter Sophie ist in größerem Abstand zum einen ein Parkplatz zu sehen und noch weiter im Hintergrund des Videos ist das Gebäude aus Slide 8 zu erkennen. Während sie spricht, zeigt sie mit ihrer linken Hand und ausgestrecktem Zeigefinger auf die goldene Kuppel. Im Laufe des Videos dreht sich Sophie mit der Kamera nach links zeigt auf eine weitere Kuppel im entfernten Hintergrund. Während sie auf die zweite Kuppel zeigt, ist ihr Gesicht nur noch minimal am linken Bildrand zu sehen. Sie schwenkt dann die Kamera wieder zurück und ist in der beschriebenen Ausgangssituation zu sehen.

Solange Sophie im Bild zu sehen ist, schaut sie beim Sprechen direkt in die Kamera und hat dabei einen leicht ernst erscheinenden Gesichtsausdruck und kneift die Augen leicht zusammen, vermutlich weil sie von der Sonne geblendet wird. Noch auf Brusthöhe von Sophie und am unteren Rand des Videos, an der Seite leicht überlappend mit dem Story Slide Hintergrund ist Text 1 platziert. Text 1 ist in weißer, schwarz hinterlegter Schrift geschrieben. Links über Text 1 ist ein anderes Instagram Profil verlinkt (Siehe Text 3). In einem kleinen transparenten Rechteck mit abgerundeten Ecken steht die Markierung in weißer Schrift. Unter Text 1 ist zwischen unterem Rand und Story Slide Hintergrund Text 2 in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert. An der unteren rechten Ecke des Videos, auf dem Hintergrund des Story Slides ist zudem ein GIF platziert. Das GIF zeigt einen schmalen grauen Balken, der sich wiederholend mit gelber Farbe füllt. Links neben dem Balke ist eine gelbe Halbmondsichel zu sehen. Über dem Balken steht in kleiner, gelber Schrift "Ramadan loading..."

Slide 9: In diesem Slide ist in der oberen linken Ecke ein Video eingefügt. Am rechten und unteren Rand ist der Story Slide Hintergrund zu sehen. Der Hintergrund ist in einem von unten braun bis oben grauen Farbverlauf gefärbt. Am unteren Rand des Videos ist überlappend mit dem Story Slide Hintergrund Text 1 eingefügt. Text 1 ist größtenteils in weißer Schrift, insgesamt schwarz hinterlegt geschrieben. Nur der Satz "Auch im Judentum ist der Tempelberg ein heiliger Ort." ist in rot geschrieben. An der rechten unteren Ecke von Text 1 ist auf dem Story Slide Hintergrund ein GIF positioniert. Das GIF zeigt offene Torarolle die nach links und rechts wackelt. Über der linken oberen Ecke von Text 1 ist zudem ein Profil markiert (siehe Text 2). Die Markierung steht in einem kleinen, transparenten Rechteck mit abgerundeten Ecken in weißer Schrift. Im Video selbst ist zunächst nur ein mit hellen Steinen gepflasterter Platz und eine aus hellen Steinen gemauerte Mauer zu sehen, vor der ein paar vereinzelte Menschen stehen. Erst nach ein paar Sekunden kommt So-

ophie am linken Rand ins Bild. Während Sophie kurz im Bild ist, ist sie wieder aus dem Selfie-Modus, frontal in einer nahen Einstellungsgröße mit leichter Obersicht zu sehen. Sie trägt die gleiche Kleidung wie in den vorherigen Slides und schaut beim Sprechen mit zusammengekniffenen Augen in die Kamera. Ihr Gesichtsausdruck wirkt eher ernst. Sie lehnt mit ihrem linken Arm auf einem Geländer. Kurz nachdem Sophie im Bild aufgetaucht ist, schwenkt sie die Kamera wieder nach links und ist nicht mehr im Bild, stattdessen, ist mehr von der Mauer und dem Vorplatz zu sehen. Sie schwenkt kurz zu sich zurück, sodass sie kurz halb im Bild zu sehen ist, dann wieder nach links und zeigt mit ihrem linken Zeigefinger auf die Mauer. Diesen Schwenk wiederholt sie noch einmal.

Slide 11: In der oberen rechten Ecke dieses Slides ist ein weiteres Selfie-Video von Sophie eingefügt. Während sie die Kamera in ihrer linken Hand hält, läuft sie durch eine engere Gasse. Im Hintergrund ist nicht viel zu erkennen außer den Menschen, die hinter oder neben Sophie laufen. Sie ist wieder in derselben Kleidung, frontal, in einer nahen Einstellungsgröße zu sehen. Diesmal mit deutlicher Obersicht. Sie schaut beim Sprechen die meiste Zeit direkt in die Kamera und hat nach wie vor einen eher ernst wirkenden Gesichtsausdruck. Am linken und unteren Rand des Story Slides ist ein farbiger Hintergrund eingefügt. Dieser Story Slide Hintergrund ist von unten dunkelblau bis oben blaugrau in einem Farbverlauf gefärbt. Am unteren Rand des Videos ist überlappend zwischen Video und Story Slide Hintergrund ein Abstimmtool eingefügt. In einem weißen Viereck mit abgerundeten Ecken. Der obere Rand des Vierecks ist schwarz gefärbt. Auf dieser schwarzen Fläche steht in weißer Schrift "WAS IST NÄCHSTEN FREITAG?". Unter der schwarzen Fläche im weißen Viereck sind vier Balken mit einer grauen Rahmenlinie und runden Seiten eingefügt. Auf dem ersten Balken unter der schwarzen Fläche steht neben einem "A" das Wort "Freitagsgebet". Im Balken darunter steht neben einem "B" das Wort "Karf Freitag". Im dritten Balken steht neben einem "C" die Worte "Beginn jüdisches

Pessach" und im vierten Balken steht neben einem "D" das Wort "Alle". Links neben dem Abstimmtool, leicht überlappend zwischen Video und Story Slide Hintergrund steht Text 2 in weißer, rot hinterlegter Schrift. Darüber ist, ebenfalls überlappend zwischen Video und Story Slide Hintergrund Text 1 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift positioniert.

Slide 12: In diesem Slide ist wieder ein Selfie-Video von Sophie eingefügt, allerdings in der linken oberen Ecke des Slides. Der Story Slide Hintergrund ist im selben Farbverlauf gefärbt wie der vorherige. Sophie ist wieder in derselben Kleidung, frontal, in einer nahen Einstellungsgröße aber nur mit einer minimalen Übersicht und eher am linken Rand des Videos zu sehen. Sie schaut beim Sprechen die meiste Zeit direkt in die Kamera und hat einen leicht ernst wirkenden Gesichtsausdruck. Im Hintergrund des Videos ist eine Absperrung in einer Gasse zu erkennen, durch die Menschen von zwei Soldat*innen durchgelassen werden. Die Menschen, die durchgelassen wurden, laufen links an Sophie vorbei. Unter dem Video auf dem Story Slide Hintergrund ist ein Abstimmtool eingefügt. Auf einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken ist ein lilafarbener Schieberegler eingefügt mit einem Emoji einer winkenden Hand als bewegliches Element. Rechts davon ist ebenfalls auf dem Story Slide Hintergrund ein GIF in Form eines gezeichneten weißen Pfeils, der sich wiederholt nach rechts und links bewegt. Über dem Abstimmtool ist an den unteren Rand des Videos angrenzend Text 3 in weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt. Direkt darüber, auf dem Video, am rechten Rand leicht überlappend mit dem Story Slide Hintergrund ist Text 2 eingefügt. Der erste Satz von Text 2 ist in weißer Schrift, der zweite Satz in roter Schrift geschrieben. insgesamt ist Text 2 schwarz hinterlegt. Über Text 2 ist auf dem Video, ebenfalls am rechten Rand leicht überlappend mit dem Story Slide Hintergrund Text 1 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift eingefügt. Links über Text 1 ist zudem eine Markierung eines anderen Instagram Profils eingefügt (Siehe Text 4). Die Markierung ist in einem kleinen

	transparenten Rechteck mit abgerundeten Ecken in weißer Schrift eingefügt.
	<p data-bbox="826 295 1114 331">Audiotranskription</p> <p data-bbox="826 383 1382 618">Slide 1: Sophie: Hallo aus Jerusalem, ich bin Sophie und für alle, die mich noch nicht kennen Ich war mal Teil der News-WG und bin jetzt ARD-Korrespondentin in Israel und den besetzten palästinensischen Gebieten. Und die Situation ist hier grad ziemlich angespannt.</p> <p data-bbox="826 689 1382 954">Slide 2: Sophie: Gestern gab es mitten in Tel Aviv einen Anschlag in 'ner Bar. Dabei wurden zwei Menschen getötet und mindestens zwölf weitere verletzt. Und die Polizei hat dann die ganze Nacht nach dem Täter gesucht. Und nach einem Schusswechsel wurde der palästinensische Täter dann erschossen.</p> <p data-bbox="826 994 1382 1258">Slide 3: Sophie: Das war jetzt der vierte Anschlag innerhalb von kurzer Zeit und so eine schwere Anschlagsserie innerhalb von Israel gab es schon länger nicht mehr. Deswegen ist jetzt überall viel Polizei, auch hier am Damaskustor. Man sieht's hinter mir und hier gehen gerade ganz viele Leute zum Freitagsgebet.</p> <p data-bbox="826 1330 1382 1565">Slide 6: Sophie: Es geht um den Tempelberg, hier dieses ganze Areal. Ich komme da gerade nicht hoch als Nicht Muslimin, weil da is gerade Freitagsgebet. Ganz viele Muslime sind dorthin gekommen zum Ersten Freitagsgebet im Ramadan. Bis zu 100.000 Leute werden da erwartet.</p> <p data-bbox="826 1606 1382 1841">Slide 9: Sophie: Auch fürs Judentum ist der Tempelberg ein heiliger Ort. Hier sollen die zwei jüdischen Tempel gestanden haben. Davon ist jetzt nur noch diese Mauer hier übrig, die Klagemauer. Da kommen viele zum Beten hin. Da hinten die Frauen, hier die Männer.</p> <p data-bbox="826 1881 1382 2004">Slide 11: Sophie: Die Situation kann besonders heikel hier werden, wenn viele Leute da sind, so wie jetzt beim Freitagsgebet. Davon</p>

	<p>kommen die ganzen Leute jetzt hier auch gerade. Und nächste Woche fallen sogar drei Feiertage aufeinander. Ratet mal, welche?</p> <p>Slide 12: Sophie: Also man sieht, hier sind wahnsinnig viele Polizisten. Es gibt viele Durchsuchungen und Kontrollen, wie man jetzt hier hinter mir gerade sieht. Da liegt schon ziemlich Spannung in der Luft und ich hoffe, dass es nicht noch mal so eskaliert wie letztes Jahr.</p>
Text innerhalb der Story	
Slide 1	<p>Text 1: Hallo aus Jerusalem! Ich bin Sophie.</p> <p>Text 2: Ich war früher auch Teil der News-WG und arbeite jetzt als ARD-Korrespondentin in Israel und den palästinensischen Gebieten.</p> <p>Text 3: Die Situation hier ist gerade ziemlich angespannt.</p> <p>Text 4: @ARD.ISRAEL.PALAESTINA JERUSALEM,ISRAEL</p>
Slide 2	<p>Text 1: Gestern gabs einen Anschlag in einer Bar - mitten in Tel Aviv. Zwei Menschen wurden getötet, mindestens zwölf weitere verletzt.</p> <p>Text 2: Die Polizei erschoss den palästinensischen Täter später bei einem Schusswechsel.</p>
Slide 3	<p>Text 1: Das war der vierte Anschlag in kurzer Zeit. So eine schwere Anschlagsserie innerhalb von Israel gab es schon länger nicht mehr.</p> <p>Text 2: Jetzt ist überall viel Polizei - auch hier am Damaskus-Tor in der Jerusalemer Altstadt. Hier gehen viele Leute gerade zum Frei-</p>

	<p>tagsgebet.</p> <p>Text 3: DAMASKUS GATE</p>
Slide 4	<p>Text 1: Viele befürchten, dass die Spannungen während des muslimischen Fastenmonats Ramadan eskalieren - besonders in Jerusalem.</p> <p>Text 2: Ich nehme euch jetzt zu einem besonders umstrittenen Ort mit.</p>
Slide 5	<p>Text 1: Wo geht's hin?</p> <p>Text 2: JERUSALEM, ISRAEL</p>
Slide 6	<p>Text 1: Es geht um den Tempelberg oder Haram al-Sharif. Ich darf als Nicht-Muslimin da gerade nicht hoch.</p> <p>Text 2: Dort kommen jetzt ganz viele Muslime zum Freitagsgebet hin - dem ersten im Ramadan. Bis zu 1000.000 Gläubige werden erwartet.</p> <p>Text 3: @SOPFERL</p>
Slide 7	<p>Text 1: Auf dem Tempelberg oder Haram al-Sharif stehen zwei islamische Heiligtümer: die al-Aqsa Moschee und der Felsendom.</p> <p>Text 2: Jede:r darf den Tempelberg besuchen, aber nur Muslime dürfen dort öffentlich beten.</p> <p>Text 3: Islam UND Judentum beanspruchen ihn aber für sich, denn...</p> <p>Text 4: @TEMPLE MOUNT</p> <p>Text 5: Bild: picture alliance/ Bildagentur-online/</p>

	Schöning
Slide 8	<p>Text 1: Bedeutung für Muslime:</p> <p>Text 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> einer der heiligsten Orte (nach Mekka und Medina) <p>Text 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> von dem Felsen, wo jetzt der Felsendom steht, soll der Prophet Mohammed in den Himmel aufgestiegen sein
Slide 9	<p>Text 1: Auch im Judentum ist der Tempelberg ein heiliger Ort. Jüd:innen glauben, dass hier DIE beiden jüdischen Tempel gestanden haben. Von ihnen ist heute nur noch die Klagemauer übrig, wo viele zum Beten hinkommen. Dort die Frauen - hier die Männer.</p> <p>Text 2: @SOPFERL</p>
Slide 10	<p>Text 1: Weil der Ort so umstritten ist, kommt es hier immer wieder zu Spannungen.</p> <p>Text 2: Letztes Jahr ist es im Ramadan auf dem Tempelberg eskaliert:</p> <p>Text 3: Die israelische Polizei ist auf den Tempelberg vorgedrungen, es gab Auseinandersetzungen zwischen Palästinensern und der Polizei.</p> <p>Text 4: TEMPLE MOUNT</p> <p>Text 5: Bild: dpa-Bildfunk/ Mahmoud Illean</p>
Slide 11	<p>Text 1: Die Situation hier kann besonders heikel werden, wenn viele Leute da sind, wie heute zum Freitagsgebet.</p> <p>Text 2: Nächsten Freitag wird besonders viel los</p>

	sein:
Slide 12	<p>Text 1: Man sieht es überall: sehr viel Polizei, viele Durchsuchungen, auch Festnahmen.</p> <p>Text 2: Es liegt große Spannung in der Luft, besonders nach dem Anschlag gestern. Ich hoffe sehr, dass es nicht wieder eskaliert wie letztes Jahr.</p> <p>Text 3: Viele Grüße nach Deutschland!</p> <p>Text 4: @SOPFERL</p>
Slide 13	<p>Text 1: Hättet ihr gerne mehr Updates von mir aus der Region hier?</p> <p>Text 2: Schreibt's gerne unter den Feedpost!</p>

Thema und Kontext

Diese Story Einheit geht auf eine Reihe von Anschlägen in Israel und die angespannte Situation in Jerusalem während der Osterfeiertage ein und erläutert warum die Lage angespannt ist. Die Story Einheit kann damit in den Kontext des Nah-Ost Konflikts eingeordnet werden. Da weder auf die Funktionsweise politischer Systeme noch auf spezifische Akteur*innen eingegangen wird, wird die Story Einheit dem Themenwissen zugeordnet.

Nr.: 8

Datum: 10.04.2022

Die Story Einheit besteht aus zwölf Slides.

Form und Inhalt

Bild: 4

Video: 8

Bildinhalt	Videoinhalt
<p>Slide 2: In diesem Slide ist der Story Slide Hintergrund in einem dunklen grün gefärbt. Etwas unter dem oberen Rand des Story Slides ist Text 1 eingefügt. Text 1 ist in hauptsächlich weißer Schrift geschrieben und rot hinterlegt. Nur die Worte "ab 16 Jahren wählen" sind in schwarz geschrieben. Die "1" am Anfang des Satzes ist in ein kleines blaues Viereck eingefügt. Unter Text 1 ist ein GIF eingefügt. Das GIF zeigt eine gezeichnete weiße Box mit schwarzen Rahmenlinien. Die Box hat oben in der Mitte einen Schlitz, aus dem ein Blattpapier heraus kommt auf dem in lilanen Buchstaben "VOTE" steht. Unter dem GIF ist darüber hinaus ein Abstimmtool platziert. In einem weißen Viereck, mit abgerundeten Ecken und schwarzen oberen Rand stehen drei Abstimmoptionen. Auf dem schwarz gefärbten oberen Rand des Vierecks steht in weißer Schrift "IN WELCHEM?". Darunter auf der weißen Fläche sind untereinander drei Balken, die an den Seiten rund sind, durch graue Rahmenlinien erkennbar gemacht. Im obersten Balken steht neben einem "A" das Wort "Bayern". Im Balken darunter steht neben einem "B" das Wort "Baden-Württemberg" und im letzten Balken steht neben einem "C" das Wort "Sachsen".</p> <p>Slide 4: Dieses Story Slide wird von einem Foto ausgefüllt. Zu sehen ist die Sitzfläche der orangenen Ledercouch. Auf der Sitzfläche liegen links eine Packung Kinder Schokobons und rechts eine Packung Kinder Happy Moments. Mittig über den Packungen und unter den Packungen liegt jeweils ein Kinder Überraschungsei. Das Foto ist von oben in einer nahen Einstellungsgröße aufgenommen. Über den beschriebenen Gegenständen, mit der Couch Sitzfläche als Hintergrund ist Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert. Rechts unten geht ein roter, gezeichneter Pfeil von</p>	<p>Slide 1: In diesem Slide sind sowohl Max und Helene zu sehen. Beide sitzen auf der orangenen Ledercouch, die auch schon in vorherigen Story Slides vorkam. Die beiden sind dabei im Selfie-Modus zu sehen. Max scheint die Kamera zu halten. Max ist dementsprechend näher an der Kamera dran. Helene sitzt links und eher leicht hinter Max. Auch wenn Helene dadurch etwas weiter von der Kamera entfernt ist als Max, sind beide dennoch in einer nahen Einstellungsgröße zu sehen. Beide sind frontal und in Normalansicht zu sehen. Im Hintergrund ist über Helenes Kopf an einer weißen Wand ein goldbrauner Bilderrahmen zu sehen, der jedoch am oberen Rand des Story Slides abgeschnitten und deshalb nicht vollkommen zu sehen ist. Hinter Helenes linker Schulter ist ein Teil einer Oberfläche einer hellblauen Kommode zu sehen auf der ein Globus steht. Max trägt einen dunkelblauen Pullover. Helene trägt eine bunte (türkis, pink, lila, gelb) Jacke, ihre Haare hat sie über ihre linke Schulter nach vorne gelegt. Beide schauen, wenn sie sprechen in die Kamera und haben dabei einen freundlich wirkenden Gesichtsausdruck. Kurz dreht sich Max über seine linke Schulter zurück zu Helene und schaut sie an. Zum Schluss des Slides zeigt Helene mit ihrem linken ausgestreckten Arm und Zeigefinger in die Kamera. Ansonsten gestikulieren die beiden nicht. Auf Höhe von Max rechter Schulter ist nach links unten neigend Text 4 eingefügt. Text 4 steht dabei in regenbogenfarbener Schrift in einem kleinen weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken. Rechts daneben und leicht darunter auf Brusthöhe von Max steht dann Text 1 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift. Direkt unter Text 1 ist Text 2 in weißer, rot hinterlegter Schrift positioniert. Unter Text 2 ist dann noch ein Abstimmtool eingefügt. Das Abstimmtool zeigt einen lilanen Schieberegler in einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken. Als bewegliches</p>

Text 1 aus und zeigt auf die Kinder Happy Moments Packung. Links unten geht ebenfalls ein roter, gezeichneter Pfeil von Text 1 aus, dieser zeigt auf die Packung Kinder Schokobons. Unten mittig geht von Text 1 ein dritter roter, gezeichneter Pfeil aus, der auf das obere Kinder Überraschungsei zeigt. Mittig auf der Kinder Schokobon Packung und der Kinder Happy Moments Packung ist ein Abstimmtool platziert. In dem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken sind zwei graue Balken, ebenfalls mit abgerundeten Ecken untereinander eingefügt. Auf dem oberen Balken steht "Kann sein..." und auf dem unteren steht "Glaube nicht ...", beides in schwarzer Schrift geschrieben. Unter dem Frage- tool ist dann Text 2 in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert. Rechts unter Text 2 ist zudem ein GIF eingefügt. Das GIF zeigt eine gezeichnete Hand, die von der Seite zu sehen ist und ihren Zeigefinger ausstreckt. Dieser ausgestreckte Finger zeigt nach rechts und bewegt sich abwechselnd nach rechts und links.

Slide 7: In diesem Slide ist der Story Slide Hintergrund in einem dunklen grün gefärbt. Etwas unter dem oberen Rand des Story Slides ist Text 1 eingefügt. Der erste Satz von Text 1 bis zum Doppelpunkt ist in weißer Schrift geschrieben, der zweite in schwarz. Der gesamte Text 1 ist rot hinterlegt. Die "3" die am Anfang steht ist in ein kleines blaues Viereck eingefügt. Unter Text 1 sind drei GIFs mehr oder weniger nebeneinander eingefügt. Das GIF am linken Story Slide Rand zeigt eine Uhr. Die Uhr hat ein weißes Zifferblatt, jedoch schwarze Striche statt Ziffern und der Stundenzeiger dreht sich schnell im Kreis. Das Gif rechts daneben besteht aus einem kleinen, gezeichneten weiß blauen Flugzeug. Um das Flugzeug sind kleine gezeichnete weiße Wolken, die an dem Flugzeug vorbeiziehen, während das Flugzeug sich leicht auf und ab bewegt. Das GIF am rechten Rand des Story Slides zeigt kleine Stapel grüner Geldscheine, die sich aufeinander stapeln. Am linken Story Slide Rand unter den GIFs ist zudem ein Abstimmtool einge-

Element wurde ein Emoji in Form einer winkenden Person genutzt.

Slide 3: In diesem Slide sind Helene und Max in derselben Position zu sehen wie in Slide 1. Daher ist auch der Hintergrund im Video unverändert. Max und Helene sind also auch hier wieder frontal im Selfie-Modus in einer nahen Einstellungsgröße zu sehen. Einziger Unterschied ist eine minimale Untersicht. Während die beiden sprechen, schauen sie mit ein wenig ernsteren Gesichtsausdrücken als in Slide 1 direkt in die Kamera. Sowohl Max als auch Helene gestikulieren mit der linken Hand, während er oder sie spricht. Helenes Haare liegen in diesem Slide über ihrer rechten Schulter. Zum Schluss des Slides lächeln beide leicht in die Kamera. Auf Höhe von Max linker Schulter ist in kleiner Schriftgröße Text 1 in hauptsächlich weißer Schrift und rot hinterlegt eingefügt. Nur die Worte "vier Bundesländer" sind in schwarz geschrieben. Darunter etwas nach links eingerückt steht Text 2 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift. Über der linken oberen Ecke von Text 2 ist zudem ein GIF eingefügt. Das GIF hat die Form einer gezeichneten pinkfarbenen Box, auf der vorne in rosaner Schrift "VOTE" draufsteht und oben ein weißer Zettel in einen Schlitz geschoben wird. Um die Box herum sind kleine gelbe Sternchen, die abwechselnd größer und kleiner werden. Unter Text 2 ist Text 3 positioniert und in weißer Schrift, rot hinterlegt geschrieben. Text 3 hat in diesem Slide die größte Schriftgröße. Direkt unter Text 3 ist darüber hinaus ein Abstimmtool platziert. In einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken ist ein lilafarbener Schieberegler mit - 🗳️ - als beweglichem Element positioniert. Rechts unter dem Rechteck steht "Top" in weißer, rot hinterlegter Schrift. Links unter dem Rechteck steht in ebenfalls weißer, rot hinterlegter Schrift "Flop".

Slide 5: In diesem Slide sind Helene und Max in derselben Position zu sehen wie in Slide 1 und 3. Daher ist auch der Hintergrund im Video unverändert. Max und Helene sind also auch hier wieder frontal im Selfie-Modus in einer nahen Einstellungsgröße zu sehen. Einziger Unter-

fügt. In einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken befindet sich ein lila Schieberegler mit einem 🍌 Emoji als bewegliches Element. Unter dem Abstimmtool ist Text 3 in weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt. Vor Text 2 ist ein Flugzeug Emoji eingefügt, vor Text 3 sind es sogar 3.

Slide 11: In diesem Slide ist der Feedpost Nr.: 8 geteilt. Das heißt, das Foto, welches schon im letzten Slide eingefügt wurde ist hier erneut zu sehen. Es ist circa mittig des Story Slides eingefügt. Der Hintergrund des Story Slides ist in einem leichten Farbverlauf von unten schwarz bis oben dunkelgrau gefärbt. Post Nr.: 8 zeigt das Pressefoto des Jahres. So steht es am unteren linken Bildrand in weißer Schrift auf dem Foto, siehe Text 1. Die Quelle des Fotos steht darunter, ebenfalls in weißer Schrift, siehe Text 2. Das Foto zeigt eine mit Gräsern bewachsene Landschaft mit bewölktem dunklen Himmel. In der oberen linken Ecke des Bildes ist ein Regenbogen zu sehen. Im Vordergrund, eher auf der rechten Seite des Bildes ist ein groß erscheinendes aufgestelltes Holzkreuz zu sehen. Am Holzkreuz hängt ein Kinderkleid in Orange. Hinter dem im Vordergrund stehenden Kreuz sind in gleichmäßigen Abständen weitere Holzkreuze mit Kinderkleidung aufgestellt. Die Kreuze und kleinen Kleidungsstücke erscheinen heller als der Rest des Bildes. Es scheint, als würden sie von rechts durch Sonnenlicht leicht angestrahlt. Der Rest des Bildes ist eher dunkel und erscheint düster. Es sind keine Personen abgebildet. Das Foto ist in einer halbtotalen Einstellungsgröße aufgenommen und zeigt die Kreuze aus leichter Seitenperspektive und aus leichter Untersicht. Über dem Foto ist Text 3 in weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt. Unter dem Foto ist Text 4, ebenfalls in weißer, rot hinterlegter Schrift positioniert. Von Text 4 geht ein GIF in Form eines roten, gezeichneten Pfeils aus, der auf das Foto zeigt und sich leicht nach rechts und links bewegt.

schied ist eine größere Untersicht als in Slide 2. Während die beiden sprechen, schauen sie mit ein wenig ernsteren Gesichtsausdrücken als in Slide 1 meist direkt in die Kamera. Helenes Haare liegen in diesem Slide über ihrer linken Schulter. Helene hält am Anfang des Slides ein Kinder Überraschungsei in beiden Händen und hält es dann mit der linken Hand noch etwas näher an die Kamera. Max hat eine Packung Kinder Schokobons und eine Packung Kinder Happy Moments auf seinem Bauch liegen. Kurz nachdem Helene das Kinder Überraschungsei gezeigt hat, zeigt Max mit ausgestrecktem Zeigefinger der linken Hand auf die Verlinkung, die auf Bauchhöhe von ihm platziert ist (Siehe Text 3). Die Verlinkung ist in einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken in blauer Schrift platziert. Rechts und links von der Markierung sind zwei rote Pfeile gezogen, die auf die Verlinkung zeigen. Auf der Unterseite der Verlinkung, sind ebenfalls drei rote gezeichnete Pfeile, die in Richtung Verlinkung zeigen. Auf Brusthöhe von Max ist Text 1 in größtenteils weißer, insgesamt schwarz hinterlegter Schrift positioniert. Nur das Wort "Salmonellenfälle" ist in rot geschrieben. Unter Text 1 ist Text 2 in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert. An der rechten oberen Ecke von Text 1 ist zudem ein GIF eingefügt. Das GIF zeigt vermutlich eine Art Bakterium. Es hat die Form einer Kidneybohne und ist blau und gelb gefärbt. Vom unteren Teil gehen mehrere wellige lilane Striche aus die sich hin und her bewegen.

Slide 6: Slide 5 geht fließend in Slide 6 über. Dementsprechend gilt: In diesem Slide sind Helene und Max in derselben Position zu sehen wie in Slide 5. Daher ist auch der Hintergrund im Video unverändert. Max und Helene sind also auch hier wieder frontal im Selfie Modus in einer nahen Einstellungsgröße mit gleicher Untersicht wie in Slide 5 zu sehen. Während die beiden sprechen, schauen sie mit einem eher leicht ernsten Gesichtsausdrücken meist direkt in die Kamera. Helenes Haare liegen in diesem Slide über ihrer linken Schulter. Helene hat immer noch das Kinder Überraschungsei in ihrer linken Hand und schaut sich dieses am Anfang

und während des Story Slides kritisch an. Direkt am Anfang des Slides nimmt Max die Kinder Schokobon Packung von seinem Bauch und hält die Rückseite direkt vor die Kamera, sodass Helene komplett verdeckt ist. Er legt sie jedoch wenige Sekunden später wieder auf seinen Bauch. Dann hält Max nochmal die Kinder Schokobon Packung und die Kinder Happy Moments Packung gemeinsam leicht hoch und zieht dabei die Mundwinkel runter. Dann lachen Max und Helene leicht und Max dreht sich über seine linke Schulter um zu Helene. Zum Schluss schauen beide lachend in die Kamera. Auf Brusthöhe von Max ist Text 1 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift eingefügt. Links unter Text 1 ist ein GIF eingefügt in Form eines gelben Dreiecks, mit abgerundeten Ecken in dessen Mitte ein schwarzes Ausrufezeichen gezeichnet ist. Das Dreieck wird abwechselnd größer und dann wieder kleiner. Rechts unter Text 1 ist ein weiteres GIF positioniert. Dieses GIF zeigt eine gezeichnete Tafel Schokolade von der immer mehr abgebissen wird. Während die Schokolade auf diesem Weg immer kleiner wird bildet sich und verschwindet ein rotes Kreuz, welches die Schokolade durchstreicht. Unter den beiden GIFs ist Text 2 auf Bauchhöhe von Max in weißer, rot hinterlegter Schrift platziert.

Slide 8:

Auch hier sind Max und Helene in der Position und Kleidung der vorherigen Slides zu sehen - frontal, Selfie-Modus, nahe Einstellungsgröße, meist Blick in die Kamera jedoch nur noch eine kleinere Untersicht (im Vergleich zu Slide 5 und 6). Helenes Haare liegen erneut über ihrer rechten Schulter. Vom Hintergrund ist allerdings nicht mehr so viel zu sehen, da sich Helene etwas in Richtung Kamera vorbeugt. Beide haben einen freundlich erscheinenden Gesichtsausdruck. Nur Helene gestikuliert mit ihrer linken Hand, während sie spricht. Etwas unter Max linken Schulter ist eine Verlinkung eingefügt. Die Verlinkung ist in einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken in blauer Schrift platziert (Siehe Text 4). Unter der Verlinkung, ungefähr auf Brusthöhe von

Max ist Text 1 positioniert. Die "4" am Anfang ist, geschrieben in weißer Schrift, in ein kleines blaues Viereck eingefügt. Der erste Satz von Text 1 bis zum Doppelpunkt ist in weißer Schrift geschrieben. Der zweite Satz von Text 1 ist in schwarzer Schrift geschrieben. Links unter Text 1 ist Text 2 in weißer, schwarz hinterlegter Schrift eingefügt. Unter Text 2 ist zudem ein Abstimmtool eingefügt. In einem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken befinden sich zwei graue Balken mit ebenfalls abgerundeten Ecken, in denen die Abstimmoptionen stehen. Im oberen Balken steht, "Ich" und dahinter ein Emoji eines Menschen der seine rechte Hand hebt. Im unteren grauen Balken steht "Ich nicht" und dahinter ein rotes Kreuz. Rechts neben dem Abstimmtool ist ein GIF in Form eines Geldscheinstapels mit weißen engelartigen Flügeln zu sehen. Die Flügel bewegen sich auf und ab, als würden sie fliegen. Unter dem GIF ist Text 3 in weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt.

Slide 9: In Slide 9 ist ein Ausschnitt aus der Tagesschau zu sehen. In dem Video, welches vertikal und in der oberen Hälfte des Slides positioniert ist, sieht man rechts eine Tagesschau Sprecherin. Sie steht hinter einer Art Pult und hat einen Stapel Papiere vor sich auf dem Pult liegen. Sie wird in einer amerikanischen Einstellungsgröße, frontal, in Normalansicht gezeigt. Im Hintergrund ist ein Foto von Bundeskanzler Scholz und Gesundheitsminister Karl Lauterbach zu sehen. Die beiden stehen in dem Foto nebeneinander im Anzug und tragen beide eine schwarze FFP2 Maske. Das Foto ist in einer nahen Einstellungsgröße, mit Übersicht aufgenommen und zeigt Karl Lauterbach frontal und Olaf Scholz von der Seite. Am unteren Rand des Hintergrundfotos ist ein blauer, leicht transparenter Balken eingefügt. Auf diesem Balken wird folgende Überschrift eingeblendet "Abstimmung im Bundestag", "Keine Mehrheit für Corona Impfpflicht". Links unten im Bild ist zudem eine Bauchbinde in dem neben dem Tagesschau Logo der Name der Sprecherin eingeblendet wird (Julia-Niharika Sen). Die Sprecherin trägt ein dunkelrotes Oberteil. Zudem werden am unteren Rand im Video ukraini-


sche Untertitel in weißer Schrift eingeblendet. Über dem Video steht Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift. In Text 1 ist das Instagram Profil der Tagesschau markiert und die "5" am Anfang des Textes steht in weißer Schrift in einem kleinen blauen Viereck. Links unten geht ein roter, gezeichneter Pfeil von Text 1 aus und zeigt auf die eingeblendeten Untertitel im Video. An der linken oberen Ecke des Videos, leicht überlappend mit dem dunkelgrauen Story Slide Hintergrund ist ein Sticker eingefügt. Dieser Sticker zeigt ein Herz, zur oberen Hälfte in blau und zur unteren in gelb. Unter dem Tagesschau Video, auf dem Story Slide Hintergrund ist ein Abstimmtool eingefügt. Das Abstimmtool zeigt ein weißes Rechteck mit abgerundeten Ecken und einem lilanen Schieberegler und einem 🗳️ - Emoji als bewegliches Element. Unter dem Abstimmtool ist Text 2 in weißer, rot hinterlegter Schrift und etwas kleinerer Schriftgröße platziert. Direkt darunter ist Text 3, ebenfalls in weißer, rot hinterlegter und kleinerer Schrift positioniert. In Text 3 wird darüber hinaus auch das Instagram Profil von ZDF heute markiert.

Slide 10: Auch hier sind Max und Helene in der Position und Kleidung der vorherigen Slides zu sehen - frontal, im Selfie-Modus, nahe Einstellungsgröße, meist Blick in die Kamera jedoch nur noch eine minimale Untersicht. Helenes Haare liegen über ihrer rechten Schulter. Vom Hintergrund ist weiterhin nicht mehr so viel zu sehen, da sich Helene immer noch etwas mehr in Richtung Kamera vorbeugt. Beide haben einen eher ernst erscheinenden Gesichtsausdruck und gestikulieren leicht mit der linken Hand beim Sprechen. Etwas unter Max linken Schulter ist Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt. Unter Text 1 ist etwas nach links eingerückt auf Brusthöhe von Max das Foto aus Post Nr.: 8 eingefügt. Von Text 1 zeigt ein GIF in Form eines weißen, welligen Pfeils auf das Foto. Der Pfeil, der zunächst weiß ist, färbt sich nach und nach grün. Das Foto dieses Posts zeigt eine mit Gräsern bewachsene Landschaft mit bewölktem dunklen Himmel. In der oberen linken Ecke des Bildes ist ein Regenbogen zu sehen. Im Vorder-

grund, eher auf der rechten Seite des Bildes ist ein groß erscheinendes aufgestelltes Holzkreuz zu sehen. Am Holzkreuz hängt ein Kinderkleid in Orange. Hinter dem im Vordergrund stehenden Kreuz sind in gleichmäßigen Abständen weitere Holzkreuze mit Kinderkleidung aufgestellt. Die Kreuze und kleinen Kleidungsstücke erscheinen heller als der Rest des Bildes. Es scheint, als würden sie von rechts durch Sonnenlicht leicht angestrahlt. Der Rest des Bildes ist eher dunkel und erscheint düster. Es sind keine Personen abgebildet. Das Foto ist in einer halbtotalen Einstellungsgröße aufgenommen und zeigt die Kreuze aus leichter Seitenperspektive und aus leichter Untersicht. Am linken Rand des Fotos ist in horizontaler, schwarzer, weiß hinterlegter Schrift die Bildquelle angegeben (Siehe Text 3). An der unteren rechten Ecke des Fotos ist leicht überlappend Text 2 in weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt.

Slide 12: Auch hier sind Max und Helene in der Position und Kleidung der vorherigen Slides zu sehen - frontal, im Selfie-Modus, nahe Einstellungsgröße, meist Blick in die Kamera jedoch nur noch eine minimale Untersicht. Helenes Haare liegen über ihrer rechten Schulter. Vom Hintergrund ist weiterhin nicht mehr so viel zu sehen, da sich Helene immer noch etwas mehr in Richtung Kamera vorbeugt. Beide haben einen freundlich erscheinenden Gesichtsausdruck und gestikulieren leicht mit der linken Hand beim Sprechen. Zum Schluss lächeln beide in die Kamera. Etwas unter Max linken Schulter ist Text 1 in weißer, rot hinterlegter Schrift eingefügt. Unter Text 1 ist Text 2 in größtenteils weißer, insgesamt rot hinterlegter Schrift platziert. Nur die Worte "erste schwarze Frau" sind in schwarz geschrieben. Links neben den beiden Texten ist, auf Brusthöhe von Max, ein rundes Foto eingefügt, welches eine lächelnde schwarze Frau zeigt. Sie trägt eine Brille, dunkelroten Lippenstift und ein dunkellilanes Oberteil und eine Kette. Das Foto ist in einer nahen Einstellungsgröße aufgenommen und die Frau ist in leichter Obersicht sowie leichter Seitenansicht zu sehen. Links neben dem Foto ist in schwarzer, weiß hinterlegter Schrift

	<p>die Bildquelle aufgeführt (Siehe Text 3). Unter Text 2 und dem runden Foto ist ein Abstimmtool eingefügt. In dem weißen Rechteck mit abgerundeten Ecken ist ein lilaner Schieberegler mit 🖱️-Emoji als bewegliches Element eingefügt.</p>
	<p>Audiotranskription</p> <p>Slide 1: Max: Es ist Zeit für unseren News WG-Wochenrückblick und den können wir ee-eeendlich mal wieder zu zweit aufnehmen. Helene war im Urlaub. Ich habe dich ein bisschen vermisst, gebe ich zu. Ganz ehrlich. Helene: Das sind ja ganz neuen Töne hier. Aber ich habe dich auch ein bisschen vermisst. Und euch vor allem. So, und jetzt kommen paar Good News.</p> <p>Slide 3: Max: Damit ist Baden-Württemberg das vierte Bundesland in Deutschland, wo man bei Landtagswahlen ab 16 mitmachen darf. Bei Kommunalwahlen sind's ein paar mehr. Helene: Und auf Bundesebene solls ja auch noch kommen, steht auf der To Do Liste der Ampelkoalition.</p> <p>Slide 5: Helene: Die Firma Ferrero hat ne große Rückrufaktion gestartet in mehreren Ländern. Es wurden nämlich Salmonellen Fälle gemeldet. Die könnten damit zusammenhängen, dass Leute eben diese Produkte hier gegessen haben. Max: Wenn ihr wissen wollt, ob ihr gefährdete Produkte daheim habt, dann klickt mal auf diesen Link hier.</p> <p>Slide 6: Max: und gleicht das Mindesthaltbarkeitsdatum ab oder diesem diese Zahl hier unter dem Barcode. Ich hab das tatsächlich gerade mal gemacht und diese zwei Produkte hier sind tatsächlich betroffen. Helene: Das ist eigentlich schade. Ich hätte schon Bock jetzt eins zu essen. Max: Ja ich auch.</p> <p>Slide 8:</p>

	<p>Max: Und dann noch ne Nachricht, die zumindest erstmal gut klingt. Der BAföG Satz soll erhöht werden.</p> <p>Helene: Das Studentenwerk ist aber nicht so happy damit, weil der Bedarfssatz nur um 5 Prozent erhöht wird und das bei der aktuellen Inflation schnell futsch ist. Mehr Details dazu findet ihr hier.</p> <p>Slide 9: Sprecherin der Tagesschau: Guten Abend, meine Damen und Herren, ich begrüße Sie zur Tagesschau. Der Vorstoß für eine allgemeine Corona Impfpflicht ist heute im Bundestag gescheitert.</p> <p>Slide 10: Max: Und dann wurde noch das Pressefoto des Jahres ausgezeichnet. Dieses hier hat gewonnen. Helene: Die Geschichte dahinter ist ziemlich heftig. Ihr könnt euch in unserem Post hier mal durchlesen, was dahinter steckt.</p> <p>Slide 12: Helene: Und zum Abschluss noch eine gute Nachricht aus den USA. Max: Das ist Ketanji Brown Jackson. Sie ist jetzt die erste schwarze Frau, die Richterin am höchsten Gericht in den USA ist. Helene: Das ist 'ne historische Entscheidung. Und jetzt noch 'nen schönen Sonntag euch.</p>
Text innerhalb der Story	
Slide 1	<p>Text 1: Es ist Zeit für unseren News-WG-Wochenrückblick... Und den können wir nach Helenes Urlaub endlich wieder gemeinsam aufnehmen!</p> <p>Text 2: Wer freut sich auch, dass Helene wieder da ist? </p> <p>Text 3: #UNDSO NSTSO</p>
Slide 2	<p>Text 1: 1 In einem Bundesland wurde diese Woche beschlossen, dass man dort bald ab 16 Jahren wählen darf!</p>

<p>Slide 3</p>	<p>Text 1: Jetzt gibt es vier Bundesländer, in denen man bei Landtagswahlen ab 16 wählen darf (Baden-Württemberg, Brandenburg, Bremen und Hamburg)</p> <p>Text 2: Auch auf Bundesebene könnte Wählen ab 16 bald kommen - das steht auf der To Do-Liste der Ampel-Koalition.</p> <p>Text 3: Wählen ab 16 finde ich...</p>
<p>Slide 4</p>	<p>Text 1: Nächstes Thema: Habt ihr eines dieser Produkte daheim?</p> <p>Text 2: Falls ja, solltet ihr aufpassen!</p>
<p>Slide 5</p>	<p>Text 1: Die Firma Ferrero hat eine Rückrufaktion gestartet, weil in mehreren Ländern Salmonellenfälle aufgetreten sind.</p> <p>Text 2: Klickt auf diesen Link um zu checken, ob eure Produkte dabei sind:</p> <p>Text 3: FERRERO.DE</p>
<p>Slide 6</p>	<p>Text 1: Wir haben gerade mal die Nummer unter unserem Barcode abgeglichen und unsere sind tatsächlich betroffen!</p> <p>Text 2: Als: Nicht essen und am besten zum Supermarkt zurückbringen.</p>
<p>Slide 7</p>	<p>Text 1: 3 Der Europäische Gerichtshof stärkt die Rechte von Fluggästen: Wenn eure Flüge verspätet sind oder gestrichen werden, kriegt ihr Geld zurück!</p> <p>Text 2: Bei Flügen unter 1.500km hat man Anspruch auf bis zu 250 Euro.</p> <p>Text 3: Bei längeren Strecken bis zu 600 EURO.</p>

<p>Slide 8</p>	<p>Text 1: 4 Eine Nachricht, die erstmal gut klingt: Der BAföG-satz soll erhöht werden.</p> <p>Text 2: Wer von euch kriegt BAföG?</p> <p>Text 3: Das Deutsche Studentenwerk ist aber nicht so happy und fordert mehr: “Die Inflation frisst diese Erhöhung gleich wieder auf”.</p> <p>Text 4: MEHR DETAILS HIER</p>
<p>Slide 9</p>	<p>Text 1: 5 Die @tagesschau gibts jetzt mit russischen und ukrainischen Untertiteln*!</p> <p>Text 2: Das Angebot ist v.a. für Leute gedacht, die aus der Ukraine fliehen mussten. Nach der 20 Uhr-Ausgabe wird die untertitelte Variante in die ARD-Mediathek oder auf dem YouTube-Kanal der Tagesschau hochgeladen.</p> <p>Text 3: *Gleiches gilt übrigens auch für die Sendung von @zdfheute.</p>
<p>Slide 10</p>	<p>Text 1: Das ist das “Pressefoto des Jahres“:</p> <p>Text 2: Die Geschichte hinter dem Foto ist ziemlich schockierend. Wir haben sie in unserem aktuellen Post zusammengefasst:</p> <p>Text 3: Bildquelle: Amber Bracken\The New York Times\World Press Photo\dpa</p>
<p>Slide 11</p>	<p>Text 1: Pressefoto des Jahres</p> <p>Text 2: Amber Bracken/The New York Times/World Press Photo/dpa</p> <p>Text 3: Das Foto soll an hunderte indigene Kinder erinnern, die in Kanada getötet wurden.</p> <p>Text 4:</p>

	Klickt auf den Post und lest euch die Geschichte durch.
Slide 12	Text 1: Zum Abschluss noch diese Nachricht aus den USA: Text 2: Ketanji Brown Jackson ist jetzt die erste Schwarze Frau die Richterin am höchsten Gericht der USA wird. Text 3: Bildquelle: Jacquelyn Martin\AP\dpa bild-funk

Thema und Kontext

In dieser Story Einheit werden in einem Wochenrückblick mehrere Themen behandelt. Hier einer Auflistung der Themen:

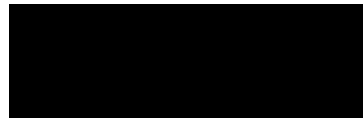
1. Neue Regelung in Baden-Württemberg: Wählen ab 16 bei Landtagswahlen ist dort jetzt möglich
2. Rückrufaktion der Firma Ferrero
3. Erhöhung des BAföG Satzes
4. Nachrichtensendungen im Fernsehen jetzt mit ukrainischen Untertiteln
5. Auszeichnung des Pressefotos des Jahres
6. Ernennung von Ketanji Brown Jackson zur Richterin am Supreme Court in den USA

Da es weder um die Funktionsweise von politischen Systemen noch um Akteur*innen geht, sondern lediglich Nachrichten behandelt werden, wird diese Story Einheit dem Themenwissen zugeordnet.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Lüneburg, den 07.06.2022



Ort, Datum

Vorname Nachname