

Was macht das mit mir?

Emotionen, Ästhetik und Wirkung von Social-Media-Inhalten reflektieren

Kurzbeschreibung

Social-Media-Inhalte wirken nicht nur über das, was gesagt wird, sondern vor allem darüber, wie sie gestaltet sind. Bilder, Musik, Schnitte, Sprache und Inszenierung sprechen Emotionen an und können Inhalte besonders eindrücklich erscheinen lassen. Diese gestalterischen Mittel werden auch von extremistischen Akteuren gezielt eingesetzt, um Aufmerksamkeit zu erzeugen, Emotionen zu verstärken und Inhalte wirkungsvoller zu platzieren. Unsere Methode lädt Jugendliche dazu ein, die emotionale Wirkung von Social-Media-Beiträgen bewusst wahrzunehmen und zu reflektieren. Ziel ist es, einen sensibleren Blick für Wirkungsweisen zu entwickeln – ohne Inhalte vorschnell zu bewerten oder zu problematisieren.

Ziele der Methode

Die Methode unterstützt die Teilnehmenden dabei:

- eigene emotionale Reaktionen auf Social-Media-Inhalte wahrzunehmen
- zu verstehen, dass Gestaltung und Ästhetik maßgeblich zur Wirkung beitragen
- zwischen Inhalt und Inszenierung unterscheiden zu können
- Medieninhalte reflektierter einzuordnen



Zielgruppe

- Jugendliche, unabhängig von Vorwissen oder Intensität der Social-Media-Nutzung

Rahmenbedingungen

- **Dauer:** 60–90 Minuten
- **Gruppengröße:** 6–20 Teilnehmende
- **Setting:** Gruppenraum mit WLAN
- **Technik:** Beamer/Screen, Smartphones/Tablets der Einrichtung
- **Material:** Moderationskarten, Stifte, ggf. vorbereitete Beispielclips oder Screenshots

INFO

In der Praxis haben sich **Einrichtungssaccounts** bewährt, um die Daten und die Persönlichkeitsrechte der Jugendlichen zu schützen. Es kann auch sinnvoll sein, technische Geräte (Smartphones/Tablets) der Einrichtung zu nutzen und einen Beamer zu verwenden. Natürlich können auch die Endgeräte der Teilnehmenden genutzt werden, wenn alle einverstanden sind und es sinnvoll erscheint.

Was macht das mit mir?

Emotionen, Ästhetik und Wirkung von Social-Media-Inhalten reflektieren

Inklusiv gedacht

Damit auch Jugendliche mit einer Behinderung teilhaben können, haben wir hier einige Tipps zusammengestellt:

- ➔ Informationen in verschiedenen Formaten anbieten, z. B. Verwendung von Einfacher Sprache, visuelle Symbole / Piktogramme und Hilfsmittel, Gebärdensprache.
- ➔ Medieninhalte barrierefrei gestalten, z. B. durch Untertitel und Audiodeskription. Dabei darauf achten, dass Untertitel und Hintergrund genug Kontrast haben, damit die Untertitel deutlich zu lesen sind.
- ➔ Weitere Informationen und Hinweise für die inklusive Gestaltung von Medienprojekten:
 - ➔ Netzwerk Inklusion mit Medien (nimm!): www.inklusive-medienarbeit.de
 - ➔ nimm!-Akademie: www.nimm-akademie.nrw
 - ➔ Tool-Tipps bei Instagram unter [@deinnimm](https://www.instagram.com/deinnimm)

Vorbereitung

- ➔ Auswahl **neutraler, nicht extremistischer** Social-Media-Beispiele (z. B. kurze Videos mit emotionaler Musik, schnelle Schnittfolgen, Zeitlupen, starke Bildkontraste oder wiederkehrende visuelle Motive, wie sie auf Plattformen wie TikTok und Instagram häufig zu finden sind).
- ➔ Fokus liegt auf **Form und Wirkung**, nicht auf der inhaltlichen Aussage.
- ➔ Fachkraft macht sich mit den Begriffen Emotion, Ästhetik und Wirkung vertraut.

Ablauf der Methode

Schritt 1 Einstieg – Was löst das in mir aus?

Die Gruppe wird eingeladen, über Situationen zu sprechen, in denen Social-Media-Inhalte besonders berührt, irritiert oder fasziniert haben.

Mögliche Impulsfragen:

- ➔ Welche Videos bleiben dir im Kopf?
- ➔ Gibt es Inhalte, die dich sehr emotional machen?
- ➔ Wann merkst du, dass dich ein Video „mitnimmt“?

Der Austausch erfolgt offen und ohne Bewertung.

Schritt 2 Arbeitsphase – Wirkung sichtbar machen

Die Teilnehmenden betrachten ein oder mehrere ausgewählte Social-Media-Beispiele. Je nach Anzahl der Teilnehmenden sind Kleingruppen möglich. Anschließend wird gemeinsam herausgearbeitet:

- ➔ Welche Emotionen werden angesprochen?
- ➔ Welche Rolle spielen Musik, Bilder und Schnitte?
- ➔ Was würde sich verändern, wenn diese zentralen Gestaltungselemente fehlen oder geändert werden würden?

Der Fokus liegt nicht auf der „Botschaft“, sondern auf der **Wirkungsebene**.

HINWEIS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG

Um den Austausch anzuregen, kann es hilfreich sein, Emotionen nicht auf wenige Begriffe zu verengen. Social-Media-Inhalte können sehr unterschiedliche Gefühle auslösen – oft gleichzeitig und nicht immer eindeutig benennbar.

Mögliche Emotionen können zum Beispiel sein: Neugier, Faszination, Freude, Erleichterung, Stolz, Zugehörigkeit, Anerkennung, Hoffnung, Irritation, Verunsicherung, Unbehagen, Angst, Wut, Traurigkeit, Überforderung, Ohnmacht, Langeweile oder Gleichgültigkeit.

Die Aufzählung dient nicht der Festlegung, sondern als Anregung, eigene Wahrnehmungen differenzierter auszudrücken.

Was macht das mit mir?

Emotionen, Ästhetik und Wirkung von Social-Media-Inhalten reflektieren

Schritt 3 Austausch und aktive Veränderung – Was beeinflusst die Wirkung?

Im nächsten Schritt wird die Wirkung der betrachteten Inhalte aktiv hinterfragt. Die Teilnehmenden werden eingeladen, sich vorzustellen, wie sich ein Clip verändern würde, wenn einzelne Gestaltungselemente wegfallen oder angepasst werden würden.

Je nach Setting kann dies im Plenum **oder** in Kleingruppen erfolgen. Hierbei kann die durchführende Person entweder veränderte Beispiele mitbringen oder die Veränderung als zusätzliche Aufgabe stellen.

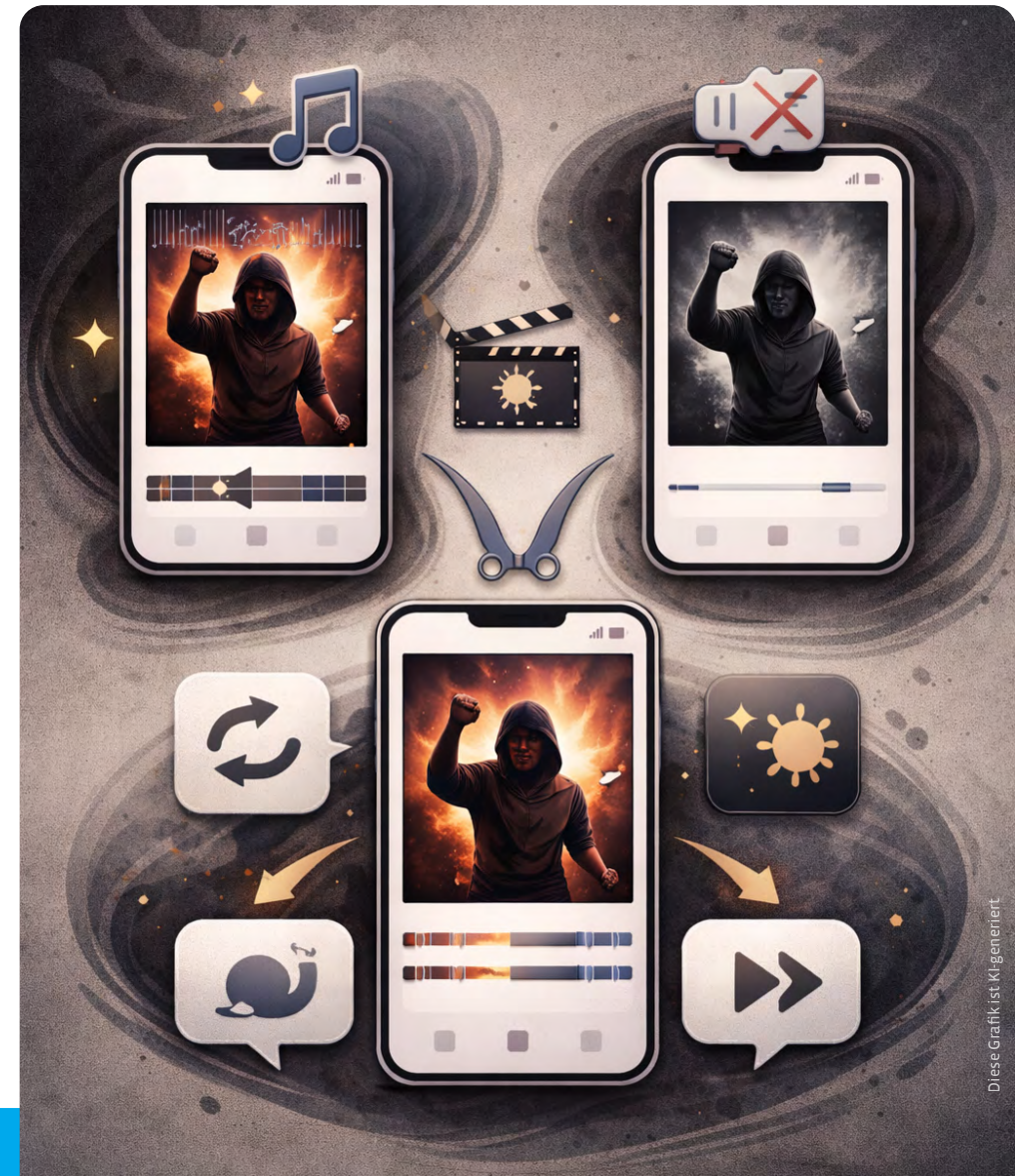
Mögliche Aufgabenstellungen:

- ➔ Wie wirkt der Clip ohne Musik? Oder mit einer ganz anderen Hintergrundmusik?
- ➔ Was verändert sich, wenn die Bilder langsamer oder schneller gezeigt werden?
- ➔ Welche Wirkung hätte der Clip, wenn nur der Text oder nur das Bild zu sehen wäre?

Die Beobachtungen werden anschließend gemeinsam gesammelt und besprochen.

Dabei wird deutlich:

- ➔ Wirkung entsteht nicht allein durch den Inhalt.
- ➔ Gestaltungselemente verstärken, lenken oder verändern die Wahrnehmung.
- ➔ Kleine Veränderungen können große Effekte haben.
- ➔ Emotionale Ansprache ist ein zentrales Element digitaler Kommunikation.



Was macht das mit mir?

Emotionen, Ästhetik und Wirkung von Social-Media-Inhalten reflektieren

Reflexionsfragen (Beispiele)

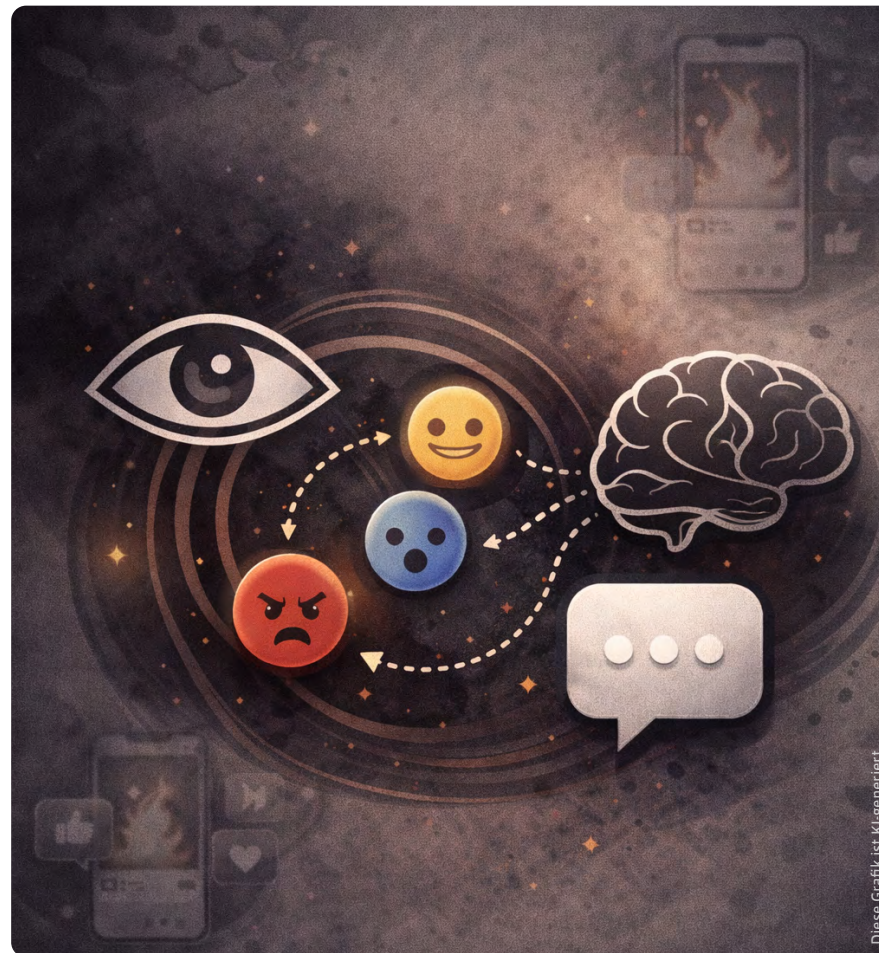
- ➔ Woran merke ich, dass ein Inhalt mich emotional erreicht?
- ➔ Was hilft mir dabei, diese Reaktion bewusster einzuordnen?
- ➔ Welche Gestaltungselemente wirken besonders stark auf mich?

Pädagogische Hinweise

- ➔ Emotionale Reaktionen gehören zum Alltag (digitaler Mediennutzung) und erfolgen oft unbewusst – umso wichtiger ist es, sie wahrzunehmen und zu besprechen.
- ➔ Das bloße Wahrnehmen von Wirkung bedeutet keine unmittelbare Zustimmung zum Inhalt.
- ➔ Es gibt keine „richtigen“ oder „falschen“ Emotionen – entscheidend ist, dass unterschiedliche Reaktionen wahrgenommen und eingeordnet werden können.

Fazit

Unsere Methode stärkt die Fähigkeit Jugendlicher, die emotionale Wirkung von Social-Media-Inhalten bewusster wahrzunehmen. Sie schafft eine wichtige Grundlage, um emotionale Reaktionen zu reflektieren und einzuordnen. Damit eröffnet sie einen zentralen Zugang zur medienpädagogischen Präventionsarbeit.



Unser Autor

Mehmet Koç B.A. Soziale Arbeit und Islamische Studien, sowie M.A. Forschung in der Sozialen Arbeit. Er entwickelt und erprobt innovative Ansätze digitaler Präventionsarbeit auf Social Media, u.a. zur Dekonstruktion von ‚islamistischen Narrativen‘ – und bringt seine Perspektiven in den fachlichen und gesellschaftlichen Diskurs ein.

Aktuell ist er unabhängiges Mitglied im Expertenbeirat von KN:IX connect | Verbund Islamismusprävention und Demokratieförderung.



Praxistipps für die Medienarbeit
mit jungen Geflüchteten



Lizenz: CC BY-NC-ND 2.0

Ein Angebot der



Gefördert vom

Ministerium für Kinder, Jugend, Familie,
Gleichstellung, Flucht und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen

