



# ► Instagram als Informationsmedium

## Möglichkeiten für den Einsatz im Unterricht

Von Philippe Wampfler

Instagram ist für Kinder und Jugendliche nach YouTube und WhatsApp die wichtigste digitale Plattform (mpfs, 2018, 35). Wie YouTube-Videos (ebd., 52), werden Instagram-Bilder zunehmend für die Darstellung und Aufnahme von Informationen verwendet. Der folgende Beitrag zeigt, wie Instagram als Informationsmedium genutzt wird und leitet daraus Konsequenzen für den Unterricht ab.

### Wie funktioniert Instagram?

Wer Instagram nutzt, folgt Profilen und möglicherweise auch Hashtags, also Schlagworten. Im sogenannten Feed erscheinen dann die Beiträge der entsprechenden Profile sowie diejenigen, welche mit dem Hashtag versehen sind. Geordnet werden sie algorithmisch: vereinfacht kann davon ausgegangen werden, dass Instagram sie so sortiert, dass eine Interaktion mit den Beiträgen möglichst wahrscheinlich erscheint. Neben der Ansicht der Beiträge erscheinen oben die sogenannten Stories. Das sind Beiträge, die von Instagram nicht sichtbar archiviert werden, sondern nach 24 Stunden wieder verschwinden.

Die Affordanz von Instagram, also sein Angebots- oder Aufforderungsscharakter, lädt zu zwei Nutzungsarten ein: Von oben nach unten durch den Feed zu scrollen oder von links nach rechts durch die Stories zu klicken. Mit Gesten ist es dabei möglich, auf die Beiträge zu reagieren. Das Teilen von Beiträgen ist bei Instagram auf die Chat-Funktion beschränkt, die App selbst erlaubt es nicht, Beiträge oder Stories von anderen NutzerInnen wieder zu publizieren.

### Instagram als Informationsmedium

Wenn im Folgenden die Rede davon ist, Instagram sei ein Informationsmedium, dann ist das psychologisch von der Nutzungsseite her zu verstehen: Wer Instagram nutzt, nimmt dabei auch bewusst Informationen auf und erweitert so den eigenen Wissensbestand mit relevantem Wissen. Als Vergleich bietet sich die Zeitungslektüre an. Instagram ist in dem Sinne ein Informationsmedium, wie eine Zeitung auch.

Neben Beiträgen vermitteln auch Stories Informationen, die meist stark in Storytelling-Formate verpackt sind (vgl. Mihajlovic, 2016). Das bedeutet, dass informative Beiträge in mehrere Text-Bild-Kombinationen aufgeteilt werden. Journalistische Instagram-Konten, die ein digital affines Zielpublikum ansprechen wollen, setzen dabei sehr stark auf Story-Formate (siehe z. B. @nuovode, ein Kanal des öffentlich-rechtlichen Fernsehens der Schweiz).

### Wie wird Information wahrgenommen?

Entscheidend für die Wahrnehmung von Informationen ist das *Persönliche Lernnetzwerk* (PLN, vgl. Wampfler 2019, 150). Die PLN-Idee geht davon aus, dass die Vernetzung mit anderen

Personen für die Aufnahme von Wissen entscheidend ist. Vernetzung geschieht über Wahrnehmung und Interaktion. Im einfachsten Falle ist dies ein Like zu einem Beitrag – was dann auch die Wahrscheinlichkeit erhöht, vom Algorithmus als ähnlich identifizierte Beiträge im Feed angezeigt zu bekommen. Im aufwendigeren Fall ist dies eine Frage zu einem Beitrag oder einen Kommentar. Das Netzwerk ist zentral, weil es bestimmt, welche Beiträge im Instagram-Feed auftauchen und wie die Interaktionen zu diesen Beiträgen verlaufen. Es wird mit passenden Strategien erweitert: Instagram erlaubt eine Reihe von sozialen Ansichten, d. h. in der App kann dargestellt werden, wer mit wem wie interagiert. Indem also die Netzwerke von Profilen, die relevante und passende Informationen publizieren, analysiert werden, kann das eigene Netzwerk erweitert und verbessert werden. Auch Hashtags erlauben es, Profile zu identifizieren, die sich mit informativen Beiträgen zu bestimmten Themen profilieren.

Um den Informationsgehalt von Beiträgen ermitteln zu können, ist *Digital Literacy* eine zentrale Kompetenz. Damit werden alle Fertigkeiten und Fähigkeiten bezeichnet, die es braucht, um digitale Texte beurteilen, herstellen und lesen zu können. In Bezug auf Informationen auf Instagram sind damit insbesondere Effekte des Netzwerks gemeint: Warum sehe ich gerade diesen Beitrag? Wie wirkt er (und weshalb)? Wer hat ihn mit welcher Absicht gepostet? Aber auch die Überprüfung und der kritische Umgang mit Informationen sind bedeutsam.

### Einsatz im Unterricht

Jugendliche nutzen Instagram auch als Informationsmedium – das geschieht aber oft unbewusst und mit einem eingeschränkten Repertoire an Methoden. Dieses kann im Unterricht erweitert und reflektiert werden. Instagram hier als Plattform zu verwenden, erscheint aus zwei Gründen naheliegend. Zum einen wird so eine den Jugendlichen vertraute Kulturtechnik im Unterricht fruchtbar gemacht und die spezifische Intermedialität von digitalen Texten berücksichtigt (während traditioneller Unterricht schriftliche Texte in den Vordergrund stellt). Zum anderen stützt der Unterricht so Kompetenzen, die für den Umgang mit Informationen auf Instagram von herausragender Bedeutung sind.

Als Vorbereitung ist es zu empfehlen, sich mit Lehrkräften auf Instagram zu vernetzen und eigene Erfahrungen im Umgang mit Informationen bei Instagram zu sammeln. Sascha Sohn hat eine digitale Wandtafel angelegt (Padlet), auf dem die Konten deutschsprachiger Lehrkräfte verzeichnet sind (siehe <https://padlet.com/saschasohn/InstaLehrerInnen>).

Grundsätzlich sind drei Schritte denkbar, um mit Klassen Instagram zu nutzen:

**1** - Ein Klassenkonto wie [instagram.com/klopstock\\_kantibaden](https://www.instagram.com/klopstock_kantibaden) oder [instagram.com/rietberg.spiegel](https://www.instagram.com/rietberg.spiegel) kann begleitend zum Unterricht eingesetzt werden. Ein entsprechendes Konto ist aus Datenschutzgründen so zu gestalten, dass weder eine Zuordnung zu Personen noch zur Schule möglich ist. Die Klasse teilt sich einen Zugang. Das Konto schafft Anlässe, um eigene informative Beiträge zu erstellen – und gleichzeitig über Kriterien der Informationsvermittlung auf Instagram nachzudenken. Ein Beispiel dazu ist der [@rietberg.spiegel](https://www.instagram.com/rietberg.spiegel)-Account: Er wurde angelegt, um einen Besuch im Museum Rietberg in Zürich zu dokumentieren. Die zu vermittelnden Informationen beziehen sich auf die gesehenen Kunstwerke, auf Themen der Ausstellung sowie auf die Wahrnehmung der Exponate. Das Konto sammelt die Eindrücke der ganzen Klasse und macht sie so für eine weitere Bearbeitung oder Reflexion verfügbar. Die Praxis hat eine Bedeutung für den Unterricht und ist auch gleichzei-

tig die Basis für den Aufbau von bewusster Medienkompetenz. **2** - Lässt sich Instagram nicht direkt im Unterricht nutzen, ist ein Medienvergleich denkbar: Was findet man zu einem bestimmten Thema auf Instagram? Was wissen Menschen über diese Frage, die sich nur mit Instagram informieren? Was wissen die Kinder oder Jugendlichen durch Instagram über das Thema, das gerade im Unterricht besprochen wird? Ausgehend von diesen Fragen, ist ein Gespräch über Informationskompetenz denkbar, das nahe am Unterricht und an den Informationsgewohnheiten junger Menschen bleibt.

**3** - Ein sinnvoller Unterrichtsaufbau lässt Recherchephasen in der Klasse zu, die aber dann strukturiert und vertieft werden. Ein Beispiel: Eine Klasse interessiert sich für die Waldbrände in der Amazonas-Region. In einer selbstorientierten Sequenz suchen die SchülerInnen zu zweit jeweils nach zwei Bildern, die Waldbrände dokumentieren (möglich auch ohne Instagram-Konto über [instagram.com](https://www.instagram.com)). Dann tauscht sich die Klasse über gewählte Suchmethoden aus. In einem gemeinsamen Online-Dokument (z. B. [zumpad.de](https://www.zumpad.de)) werden dann Hashtags und gute Konten gesammelt. Denkbar wäre auch, einzelne Bilder kritisch auf ihre Echtheit zu überprüfen.

Die konsequente Umsetzung der hier entwickelten Überlegungen resultiert in der Verwendung von Instagram als Medium des Unterrichts. Exemplarisch für dieses Verfahren kann die Arbeit von Christoph Pallaske auf [segu-Geschichte](https://www.segu-geschichte.de), der „Lernplattform für offenen Geschichtsunterricht“ angeführt werden und das dazugehörige Konto [instagram.com/segu\\_geschichte](https://www.instagram.com/segu_geschichte), auf dem historisches Wissen vermittelt wird. Pallaske nutzt die Story-Funktion teilweise, um das Wissen in Instagram-Form darzustellen. Sehr oft sind die Beiträge aber auch Hinweise auf Blogbeiträge, in denen Unterrichtssequenzen beschrieben werden (auf [segu-geschichte.de](https://www.segu-geschichte.de)). Das Konto richtet sich primär an Lehrkräfte. Es zeigt jedoch, dass historische Zusammenhänge auf Instagram dargestellt werden können – von Lehrenden wie auch von Lernenden. Gerade die Instagram-Konten von Museen oder anderen Institutionen nutzen innovative und zeitgemäße Formate, um Wissen zu vermitteln und Informationen weiterzugeben. Sie eignen sich auch, um außerschulische Lernorte zu erkunden oder Besuche vorzubereiten.

### Fazit

Medien sind keine Werkzeuge, sondern sie schaffen Umgebungen, die Wahrnehmungen, Erwartungen, Praktiken und Gesprächsformen prägen. Wenn Instagram für SchülerInnen ein wichtiges Medium darstellt, betrifft das auch ihren Umgang mit Informationen und verändert die Art, wie sie Wissen verarbeiten. Ob ein Geschichtsbuch oder [@segu\\_geschichte](https://www.segu-geschichte.de) besser sind, lässt sich unabhängig von der Mediensozialisation und den Gewohnheiten von SchülerInnen nicht beantworten. Entscheidend ist, ob mediale Formen den Aufbau von Kompetenzen im Umgang mit Information befördern können. Das ist in Bezug auf Instagram zu bejahen.

### Literatur

- ▶ Medienpädagogischer Forschungsbund Südwest (mpfs, 2018): JIM-Studie 2018. Jugend, Information, Medien. Stuttgart <https://mpfs.de/studien/jimstudie/2018/> [Letzter Zugriff: 08. 10. 2019].
- ▶ Mihajlovic, D.: Snapchat-Story – eine Alternative zum klassischen Referat <https://t1p.de/5ij7> [Letzter Zugriff: 30. 04. 2019].
- ▶ Wampfler, P. (2019): Generation Social Media, 2. Auflage, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.

Philippe Wampfler ist Deutschlehrer an der Kantonsschule Enge (Zürich) und Dozent für Fachdidaktik Deutsch an der Universität Zürich.  
[phwampfler@gmail.com](mailto:phwampfler@gmail.com) / [www.schulesocialmedia.com](http://www.schulesocialmedia.com)