

Armin Himmelrath Julia Egbers

FAKE NEWS

Unterrichtsmaterialien zum Buch

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
Modul 1 – Einführung/Definition	4
Modul 2 – Geschichte	5
Modul 3 – Fake News + Politik	8
Modul 4 – Fake News + Fakten	10
Modul 5 – Fake News + Werbung	12
Modul 6 – Fake News + Bots	14
Modul 7 – Aufmerksamkeit	17
Modul 8 – Glaubwürdigkeit.....	19

Einleitung

Dieses Dokument liefert Unterrichtsmaterial zum Buch «Fake News – Ein Handbuch für Schule und Unterricht» von Armin Himmelrath und Julia Egbers. Es wurde von Michael Egger und Julia Egbers konzipiert und bietet praktische Anwendungsaufgaben zum Thema «Fake News».

Die Unterrichtsmaterialien richten sich an Schülerinnen und Schüler der Stufe Sek I und II. Genauere Angaben sind jeweils am Anfang der jeweiligen Module zu finden.

Rückmeldungen zu den Aufgaben und Materialien sind herzlich willkommen.

Modul 1 – Einführung/Definition

Zielgruppe	II
Material	Kopiervorlagen, Buch, digitale Geräte zwecks Download/Recherche
Lernziel	Die Schülerinnen und Schüler können verschiedene Konzepte wie Fake News, Urban Legend, Parodie usw. unterscheiden.

Auftrag 1: Fake News erkennen

Material:

- Fake-News Artikel: <https://votum24.votum1.de/de/politik/deutsche-steuerzahler-blechen-auch-noch-fuer-fuehrerscheinerwerb-durch-migranten>
- Postillon-Post: <https://www.der-postillon.com/2014/11/rentner-hat-fuhrerschein-im-lotto.html>
- Echter News-Artikel: <https://www.aargauerzeitung.ch/ausland/zehntausende-fluechtlinge-im-sueden-syriens-zurueckgekehrt-132789972>

Aufgabenstellung:

- ➔ Lesen und vergleichen Sie die oben verlinkten Artikel. Wie unterscheiden Sie, welcher Artikel in welche Kategorie (echte News, Fake News oder Satire) gehört? Worauf muss geachtet werden?
- ➔ Wieso werden Fake News überhaupt verbreitet?
- ➔ Erstellen Sie eine Liste mit Merkmalen von Fake News.

Auftrag 2: Definitionen

Material:

Buch S. 14–28.

Aufgabenstellung:

- ➔ Lesen Sie im Buch die Definitionen und Beispiele zu «Gezielte Falschmeldung», «Urban Legend», «Parodie», «Hybrid-Fakes», «Kampfbegriff» und «Köder».
- ➔ Überlegen Sie für jedes Beispiel: Welche Absicht steckt jeweils hinter der Fake News? Weshalb wird «gelogen» oder zumindest die Wahrheit verdreht (z.B. Unterhaltung, Provokation, Manipulation usw.)? Schreiben Sie Ihre Antworten in wenigen Sätzen auf.

Modul 2 – Geschichte

Fake News sind keine Erfindung von Trump... – eine historische Genese

Zielgruppe	Sek II
Dauer	90–120 Minuten
Material	Kopiervorlagen
Methoden	Aufarbeitung historischer Beispiele; Aufzeigen von Parallelen zwischen Fake News und «klassischer Propaganda»; Demokratisierungs- und Medienerziehung
Kompetenzbereich	6: Analysieren und Reflektieren
Lernziele	Die Schülerinnen und Schüler können die Chancen und Risiken des Mediengebrauchs in unterschiedlichen Lebensbereichen erkennen, indem sie vormoderne Fake News analysieren. Die Schülerinnen und Schüler können den eigenen Mediengebrauch reflektieren und ggf. modifizieren sowie die Bedeutung von digitalen Medien für die politische Meinungsbildung und Entscheidungsfindung erkennen, indem sie unter Berücksichtigung bestimmter Gestaltungsmittel eigene Fake News erstellen und definitorische Parallelen zur NS-Propaganda herstellen.

Auftrag 1: Meinung machen: Vormoderne Fake-News

«(...) Tatsächlich war die «öffentliche Meinung» zu Beginn des 19. Jahrhunderts eine feste Größe in der Politik geworden. Zeitungen, Journalisten, Redakteure und eine wissbegierige Leserschaft stellten als Erbe der Französischen Revolution und Napoleons, oder besser: als Erbe von deren effektiver Meinungsmache, einflussreiche Akteure in ziemlich allen europäischen Staaten dar. Wie herausfordernd die Arbeit des Regierens unter diesen Umständen werden konnte, beweist ein Beispiel im Zusammenhang mit dem griechischen Unabhängigkeitskrieg, der ab März 1821 Europa in Atem hielt. Denn während Unterhändler der europäischen Großmächte einen drohenden russisch-türkischen Krieg abzuwenden suchten, der sich im Fahrwasser des griechischen Aufstandes abzuzeichnen begann, lancierten einige Journale bereits Nachrichten vom Scheitern der Verhandlungen: «Krieg zwischen Sultan und Zar!» lautete die griffige wie voreilige Parole, die Europas Öffentlichkeit in Unordnung versetzte. Wie wenig hilfreich diese dubiose Praxis für die Diplomaten vor Ort gewesen sein dürfte, lässt sich leicht erahnen. Deutsche, französische und englische Zeitungen fanden ihre Leser ja auch in Konstantinopel und St. Petersburg. Warum nun aber dieses Vorpreschen in der Öffentlichkeit, wenn die Folgen eines Kriegs unabsehbar waren? Warum? Die eigentliche Frage müsste jedoch lauten: Cui bono?

Mensch und Gewinnsucht bilden allzu oft eine unheilvolle Allianz. Auch das Phänomen von Kriegsprofiteuren ist ein altes. Die raffinierten Methoden gewisser «Kapitalisten» und «Spekulanten» dürften die Zeitgenossen allerdings überrascht haben. Gefälschte Briefe und fabrizierte Bulletins (= offizielle Verlautbarungen), welche vom (vermeintlich) bereits erfolgten Kriegsausbruch Zeugnis ablegten, sowie gewiefte Tricksereien, um staatliche Handelsblockaden zu umgehen und das Aufstandsgebiet mit Getreide (und schlimmerem) zu versorgen, waren gewinnbringende Instrumente. Von der künstlich erzeugten Unsicherheit erhoffte man sich, was wiederum reichlich «modern» klingt, ein Schwanken der Aktienkurse an den Börsen von London und Paris. Alles im Dienste saftiger Profite. Den Herrschenden blieb nur die Möglichkeit, auf diplomatische Geheimhaltung zu pochen, der Öffentlichkeit ihre Grenzen aufzuzeigen (notfalls mit dem Rotstift) und unaufhörlich falsche Nachrichten («Fake News» – noch so was Modernes) zu widerlegen. Wahrlich für die Ehre des schönen Ideals in der Politik ist es betrübt, die erhabensten Fragen der modernen Politik zu so rein materiellen Interessen herabgezogen zu sehen», wie ein ungenannter Zeitungsschreiber sich ausdrückte. (...)»

Quelle: Christian Maiwald: *Meinung machen. Vormoderne Fake-News. Blogbeitrag vom 5.10.2017*,
<http://www.blog-zeitenblicke.uni-koeln.de/meinung-machen-vormoderne-fake-news>

- ➔ Erläutern Sie, warum der Autor seinem Text die Überschrift «Vormoderne Fake-News» gegeben hat.
- ➔ Analysieren Sie die Argumentation des Autors. Bei welchen Punkten stimmen Sie zu, bei welchen nicht? Begründen Sie Ihre Positionen.

Auftrag 2: Definition

«Propaganda muss nichts mit der Wahrheit zu tun haben. Es gibt fünf Grundsätze, wie Propaganda wirkmächtig werden kann: Erstens soll sie sich auf so wenig Themen wie möglich begrenzen. Zweitens, sie darf einen nur geringen geistigen Anspruch haben. Drittens, sie muss auf das gefühlsmäßige Empfinden der Massen abzielen. Viertens, sie muss Differenzierungen vermeiden. Fünftens, die zu transportierenden Glaubensgrundsätze müssen fortwährend wiederholt werden.»

Quelle: Nach Schlechter, Daniel: *NS-Propaganda – Wegweiser zur Volksverdummung*,
https://www.mdr.de/lexi-tv/ns_propaganda100.html

- ➔ In obenstehendem Text wird beschrieben, welche Vorstellung Adolf Hitler in «Mein Kampf» von wirksamer Propaganda gehabt hat. Beschreiben Sie, inwiefern diese Definition auch auf Fake News übertragbar ist.
- ➔ Recherchieren Sie andere Definitionen für Fake News und vergleichen Sie.

Auftrag 3: Fake News heute



- ➔ Formulieren Sie ein Fake-Zitat von Donald Trump zu einem von Ihnen gewählten Thema. Achten Sie dabei auf **Thema, Sprache** und **Klein-/Grossschreibung**.
- ➔ Begründen Sie, warum sich das von Ihnen gewählte Thema für Fake News eignet.
- ➔ Erläutern Sie, wie sich die heutige Verbreitung von Fake News von der Verbreitung von Falschmeldungen im 19. und frühen 20. Jahrhundert unterscheidet.

Modul 3 – Fake News + Politik

Zielgruppe	Sek II
Material	Kopiervorlagen, Buch, digitale Geräte zwecks Download/Recherche

Auftrag 1: Fake News in der US-Präsidentenwahl

Material:

Input zur Cambridge-Analytica-Geschichte: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/diginomics/fragen-und-antworten-zu-facebook-und-cambridge-analytica-15505321.html>

Auszug Nutzungsbedingungen Facebook:

«Wir erfassen die Inhalte, Kommunikationen und sonstigen Informationen, die du bereitstellst, wenn du unsere Produkte nutzt; dazu gehören auch deine Registrierung für ein Konto, das Erstellen oder Teilen von Inhalten sowie der Nachrichtenaustausch bzw. das Kommunizieren mit anderen. Dies kann Informationen über die von dir bereitgestellten Inhalte oder solche, die in ihnen enthalten sind (wie Metadaten) umfassen, wie z. B. den Aufnahme-Standort eines Fotos oder das Datum, an dem eine Datei erstellt wurde. Es kann auch das umfassen, was du durch von uns bereitgestellte Funktionen, wie z. B. unsere [Kamera](#), siehst, damit wir dir beispielsweise Masken und Filter, die dir gefallen könnten, vorschlagen oder dir Tipps für die Verwendung des Hochformats geben können.»

Auszug Nutzungsbedingungen Instagram:

«Wir erfassen Informationen darüber, wie du unsere Produkte nutzt, beispielsweise über die Arten von Inhalten, die du dir ansiehst bzw. mit denen du interagierst, über die von dir genutzten Funktionen, über die von dir durchgeführten Handlungen, über die Personen oder Konten, mit denen du interagierst, und über die Zeit, Häufigkeit und Dauer deiner Aktivitäten. Zum Beispiel protokollieren wir, wenn du unsere Produkte gerade nutzt bzw. wann du diese zuletzt genutzt hast, und welche Beiträge, Videos und sonstigen Inhalte du dir in unseren Produkten ansiehst. Wir erfassen auch Informationen darüber, wie du Funktionen wie unsere Kamera nutzt.»

Aufgabenstellung:

- ➔ Lesen Sie obenstehenden Artikel zum Cambridge-Analytical-Skandal sowie die Auszüge aus den Nutzungsbedingungen von Facebook und Instagram.
- ➔ Überlegen Sie, wie Social-Media-Unternehmen wie Facebook und Co. ihr Geld verdienen.
- ➔ Analysieren Sie unter Einbezug des Cambridge-Analytical Artikel, wieso dies problematisch für Demokratien ist.

Auftrag 2: Fake News und Twitter

Material:

Fake-News Artikel und Tweets aus dem Buch

Weitere Beispiele:

- <https://www.stimme.de/archiv/region-hn/Weit-verbreitete-Fake-News-Eine-Auswahl;art16305,3759434>
- <https://www.suedkurier.de/ueberregional/politik/Die-erfolgreichsten-Fake-News-Wir-zeigen-Ihnen-was-hinter-den-bekanntesten-Falschnachrichten-steckt;art410924,9713663>

Aufgabenstellung:

- ➔ Schauen Sie sich die Zusammenstellung politischer Fake-News-Artikel und Tweets an.
- ➔ Analysieren Sie, wie die Akteure versuchen, Einfluss auf die politische Meinungsbildung zu nehmen. Welche Mittel werden verwendet? Welche Rolle spielt die Verbreitung (z.B. Re-Tweets) dabei?
- ➔ Besuchen Sie nun selbst 2–3 Twitter-Profilen von Politikern Ihrer Wahl. Welche Inhalte werden geteilt?

Modul 4 – Fake News + Fakten

Fake News als politisches Machtinstrument – Bleibt die Wahrheit auf der Strecke?

Zielgruppe	Sek II
Dauer	90–180 Minuten (je nach Leistungsstand der Lerngruppe und nach individuellem Ermessen, die Materialgrundlage 1 intensiver als in den Aufgabenstellungen angegeben auszuwerten)
Material	Kopien der angefügten Materialgrundlagen und digitale Geräte zwecks Download/Recherche
Kompetenzbereich	6: Analysieren und Reflektieren
Lernziele	Die Schülerinnen und Schüler kennen die gesellschaftspolitische Bedeutung von Fake News für die Meinungsbildung und Entscheidungsfindung, indem sie diese anhand eines Interviews mit der Philosophin Susan Neiman herausarbeiten und Empfehlungen im Umgang mit Fake News erörtern. Die Schülerinnen und Schüler erkennen und beurteilen die interessengeleitete Setzung, Verbreitung und Dominanz von Themen in digitalen Umgebungen, indem sie einen Twitter-Post von Beatrix von Storch auf inhaltliche und gestalterische Sachlichkeit analysieren sowie die Aussage «Wahrheit wird zu einem Machtanspruch» kritisch diskutieren.

Auftrag 1: Umgang mit Fake News

Material:

Interview mit Susan Neiman: <http://www.pnn.de/campus/1235962/>

Aufgabenstellung:

- ➔ Lesen Sie das Interview mit Susan Neiman. Recherchieren Sie unbekannte Begrifflichkeiten aus dem Text in seriösen Onlinequellen und notieren Sie kurze Definitionen.
- ➔ Welche Bedeutung schreibt die Philosophin Susan Neiman Fake News zu? Belegen Sie am Text.
- ➔ Geben Sie die Empfehlungen Neiman's wieder, wie wir mit Fake News umgehen können.
- ➔ Erörtern Sie, welche Bedeutung Fake News für gesellschaftspolitische Entwicklungen haben können.

Auftrag 2: «Wir schaffen das!»



Quelle: Twitter-Post von Beatrix von Storch, MdB AfD, als Reaktion auf die Nachricht, dass in Münster ein Kleinwagen in eine Menschenmenge gefahren ist. Die Tat ereignete sich am 07. April 2018 um 15.27 Uhr, erste Erkenntnisse zum Täter und zum Motiv der Tat wurden am Folgetag veröffentlicht.

- ➔ Recherchieren Sie die politischen Hintergründe zu der Aussage «Wir schaffen das!».
- ➔ Werten Sie die den Post anhand der bekannten Text- und Bilderschließungsmethoden aus.
- ➔ Diskutieren Sie auf Grundlage der Materialgrundlage 1 und 2 folgende Aussage vor dem Hintergrund der aktuellen politischen Meinungsbildung kritisch: «Wahrheit wird zu einem Machtanspruch.»

Modul 5 – Fake News + Werbung

Zielgruppe Material	Sek II Kopiervorlagen, Buch, digitale Geräte zwecks Download/Recherche
------------------------	---

Auftrag 1:

Material:

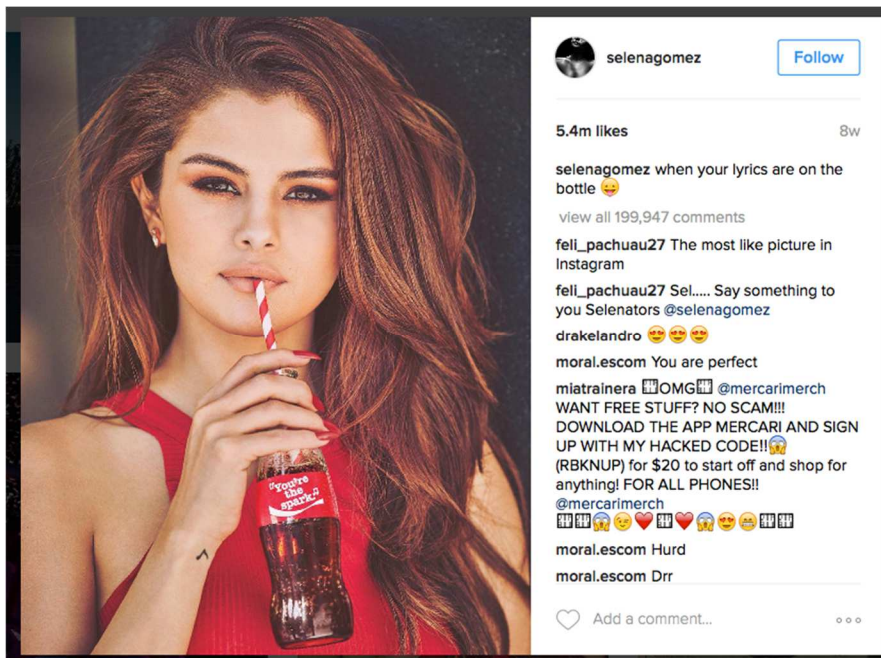
Buch, S. 81

ZEIT-Artikel: <https://www.zeit.de/2018/13/influencer-internet-social-media-instagram-werbung>

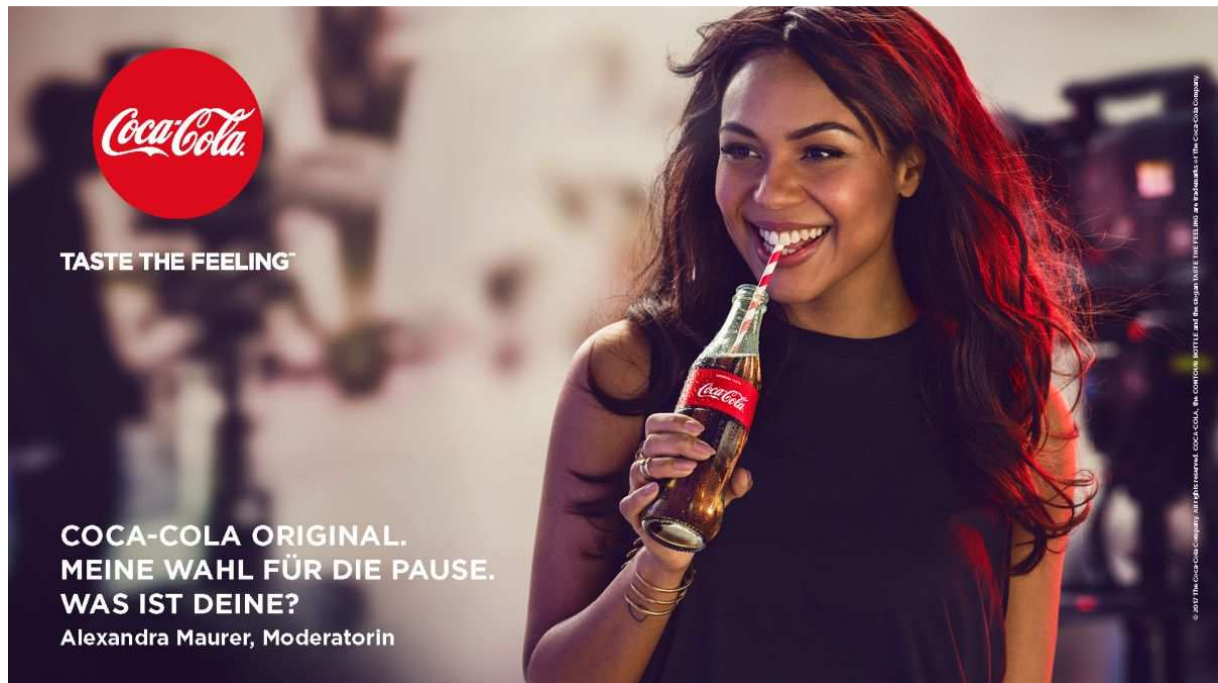
Aufgabenstellung:

- ➔ Betrachten Sie die Übung auf Seite 81 im Buch «Fake News» und lesen Sie Teile des ZEIT-Artikels.
- ➔ Überlegen Sie: Wie verdienen Influencer ihr Geld? Wie lautet das Geschäftsmodell?

Auftrag 2:



Tweet von Selena Gomez, Quelle: <https://www.truthinadvertising.org/ad-not-coke-ms-gomez/>



Coca-Cola-Werbung, Quelle: <https://www.persoendlich.com/kategorie-werbung/stress-und-xherdan-shaqiri-werben-fur-cola>

- ➔ Vergleichen Sie die beiden Bilder.
- ➔ Analysieren Sie die Instagram-Profile bekannter Influencer (z.B. Kim Kardashian, Rihanna oder Influencer aus dem ZEIT-Artikel). Diskutieren Sie zu zweit: Wie viele Produkte werden in einer gewissen Auswahl beworben? Wie werden die Produkte beworben? Inwiefern unterscheidet sich diese Art von Werbung von klassischer Werbung? Inwiefern unterscheidet sich die Beziehung zum Prominenten im Vergleich zu einer Bravo mit Postern (Aufhebung der Grenze privat-freundschaftlich und kommerziell)? Was bedeutet das für die Unternehmen (Emotionen! Sinn von Werbung)?

Modul 6 – Fake News + Bots

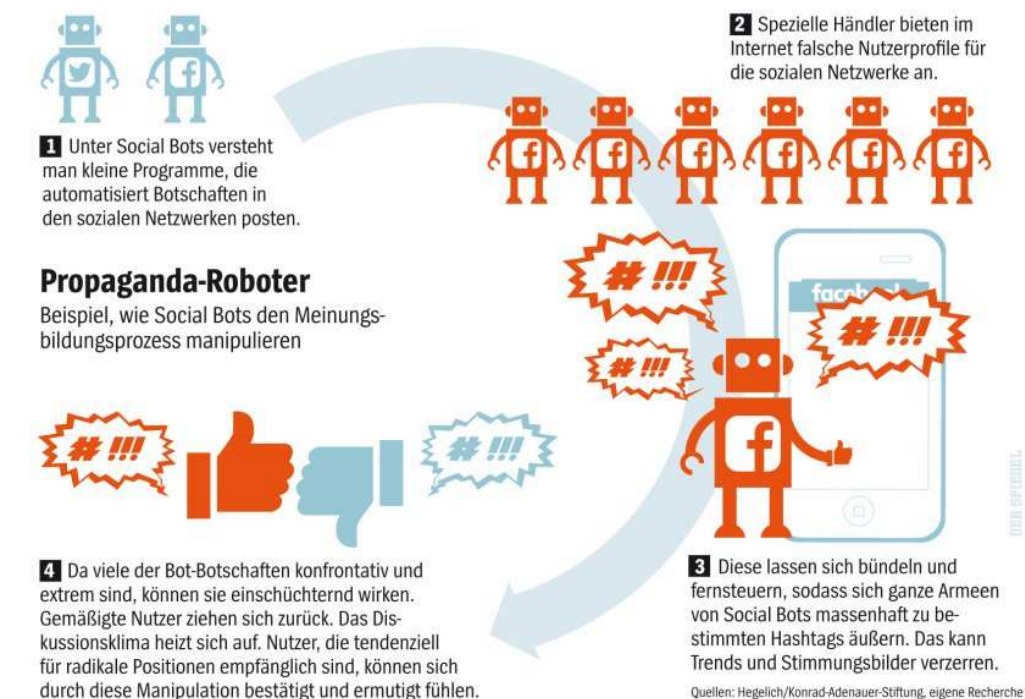
Bots in sozialen Netzwerken – Kommuniziere ich mit einem Roboter?!

Zielgruppe	Sek I (9./10. Klasse)
Dauer	etwa 90 Minuten (abhängig von der Recherche-Zeit)
Material	Kopiervorlagen, Buch, digitale Geräte zwecks Download/Recherche
Kompetenzbereich	5: Problemlösen und Handeln + 6: Analysieren und Reflektieren
Lernziele	Die Schülerinnen und Schüler können algorithmische Strukturen in genutzten digitalen Tools erkennen und formulieren, indem sie das Verhalten von Bots beschreiben und kritisch über die Gefahren, die von Bots ausgehen können, diskutieren. Die Schülerinnen und Schüler kennen Gestaltungsmittel von digitalen Medienangeboten und können diese bewerten, indem sie das eigene Mediennutzungsverhalten vor dem Hintergrund von Bots auswerten.

Auftrag 1: Social Bots

«Eine Partei möchte Wähler mobilisieren. Dazu nutzt sie soziale Medien wie Twitter und Facebook, über die viele Menschen ihre Nachrichten beziehen. Um dort möglichst präsent zu sein, werden sogenannte Social Bots eingeschleust, Computerprogramme, die menschliche Verhaltensweisen simulieren. Diese Bots verbreiten die Wahlkampf-Slogans der Partei millionenfach und verleihen ihnen damit ein so großes mediales Gewicht, dass sich potenzielle Wähler tatsächlich davon beeinflussen lassen.»

Quelle: Lüber, Klaus (2017): Social Bots. Die Macht der Meinungsroboter:
<https://www.goethe.de/de/kul/med/20951165.html>



Quelle: Amann, M. et al.: Social Bots. Wie digitale Drecksschleudern Meinung machen, DER SPIEGEL, Ausgabe 43/2016.

Aufgabenstellung:

- ➔ Wie funktionieren Bots? Fasse die Materialgrundlage 1 und 2 zu den «Propaganda-Robotern» in eigenen Worten in wenigen Sätzen zusammen.
- ➔ Recherchiere online nach Beispielen von «Bot-Armeen», die bereits aufgedeckt worden sind. Beschreibe, wie die Ermittler auf die «Bot-Armeen» aufmerksam geworden sind und wodurch die Bots sich «verraten» haben.
- ➔ Begründe, warum die Bots auch als «digitale Drecksschleudern» bezeichnet werden.

Auftrag 2: Social Bots erkennen

Social Bots erkennen

	Thesen und Fragen, um einen Social Bot zu erkennen.	Hinweis auf einen Bot?
Wer ist es?	Die Person, die postet, ist bekannt.	✗
	Der Profilname ist ein Fantasiename.	✓
	Der Profilname ist ein echter Name.	✗
	Es sind Fotos mit einem echten Menschen zu finden.	✗
	Es liegen keinerlei private Informationen zu Hobbys oder Ähnlichem vor.	✓
	Es gibt keinerlei konkrete Verbindungen/Freundschaften zu Profilen, die echt erscheinen.	✓
Wie ist das Verhalten?	Es gibt mehr als 50 Posts am Tag.	✓
	Es wird zu jeder Tages- und Nachtzeit gepostet.	✓
	Die Posts ähneln sich thematisch.	✓
	Wird mit einem kleinen Wortschatz gepostet?	✓
	Liegen Orthografiefehler vor?	✓
	Gibt es sehr schnelle Reaktionen wie Likes/Retweets?	✓
	Gibt es keine Antworten auf komplizierte Fragen?	✓

Quelle: Himmelrath, A./Egbers, J. (2018): *Fake News. Ein Handbuch für Schule und Unterricht*. hep Verlag: Bern, S. 110.

- ➔ Lade als positives Beispiel für einen Bot den Nachrichtenmessenger «Novi» herunter und überprüfe die Fragen und Thesen aus obenstehender Tabelle.
- ➔ Achte in deinen nächsten Chats auf die Thesen und Fragen aus der Materialgrundlage 3. Arbeite Auffälligkeiten heraus und notiere diese. Wir werden diese Sammlung gemeinsam am (TT/MM/JJ) auswerten.

Zusatzaufgabe: Fake News-Bingo

«Nur weil etwas im Internet steht, muss es noch lange nicht stimmen. In sozialen Netzwerken werden Fake-News und Gerüchte oft gezielt verbreitet, um Leser/innen zu verunsichern oder Stimmung für bzw. gegen bestimmte Gruppen oder Themen zu machen. Doch wie erkennt man Falschmeldungen im Internet? Zeit für eine Runde Fake-News Bingo! Alles, was Sie brauchen, ist der Newsfeed in einem Sozialen Netzwerk und diese Bingo-Karte. Viel Erfolg!»

Link: https://www.saferinternet.at/fileadmin/files/SID_2017/Fake-News_Bingo.pdf

Modul 7 – Aufmerksamkeit

Zielgruppe	Sek II
Material	Kopiervorlagen, digitale Geräte zwecks Download/Recherche

Auftrag 1:

Material:

 **Wulline** am 28.10.2015 12:24 ▲ Diesen Beitrag melden

Geht mir auf den Nerv
Na ja, vielleicht sollte Jolanda einfach mal still sein. Sie hat sich nicht gerade beliebt gemacht und hätte sich schon lange über einen Rücktritt Gedanken machen sollen. Mir geht sie mit diesem Theater gehörig auf den Nerv.

 **B.B.** am 28.10.2015 12:18 via  ▲ Diesen Beitrag melden

Einfach nur Peinlich!
Wie peinlich ist das generell, das Personen die im öffentlichen Leben stehen, vor allem Politiker die in gewisserweise das Volk vertreten, sich da Schlammschlachten liefern. Jeder normale Arbeitnehmer dürfte bei HR antreten und das Unternehmen wahrscheinlich verlassen.



 **Sandra G.** am 28.10.2015 15:30 ▲ Diesen Beitrag melden

Kommunikationsberater
Vielleicht sollte Spiess-Hegglin einen Kommunikationsberater engagieren. Sie tappt wirklich in alle Fettnäpfchen und würde sich selbst etwas Gutes tun, wenn sie sich für einige Zeit aus den Schlagzeilen nähme. Wie lange ihr Mann das noch mitmacht? Er tut mir leid.

Quelle: 20 Minuten.

stephan franzen
aus hünenberg
24.09.2015

Man muss schon zugeben, da diese nette Frau schon lange für ihre Lüste in Menzingen und dem Kanton ZUG bekannt ist. Wer diese Frau kennt oder irgendwo antrifft, sollte sich besser nicht ansprechen oder sogar versuchen mit ihr ins Gespräch zu kommen, das könnte sehr gefährlich sein. Mir tun eigentlich nur die Eltern und die ganze Familie sehr leid.

 788  71 Melden

Quelle: Blick

Aufgabenstellung:

- ➔ Sieh dir obenstehende Online-Kommentare an.
- ➔ Analysiere: Was wird öffentlich geteilt? Wieso ist das heikel? Wann ist etwas verletzend?
- ➔ Verfasse selbst Kommentare zu Online-Artikeln.

Material:

Interview mit Spiess-Hegglin: <https://www.blick.ch/news/schweiz/ich-hatte-eine-depression-jetzt-spricht-jolanda-spiess-hegglin-id4032929.html>

Aufgabenstellung:

- ➔ Diskussion über die Opferperspektive

Auftrag 2:

Material:

Videos:

- Maggi-Werbung 1954: <https://www.youtube.com/watch?v=1WGMGAzAJEo>
- Maggi-Werbung 2016: https://www.youtube.com/watch?v=3P_1fpnnZ3o

- Ford-Werbung 1951: https://www.youtube.com/watch?v=g3U-FdtrZ_Y
- Ford-Werbung 2018: <https://www.youtube.com/watch?v=DZ5WVAffNII>

Werbebilder früher und heute: <https://www.littlethings.com/vintage-ads-then-now/>

Aufgabenstellung:

- ➔ Diskussion: Was ist die Botschaft? Wer wird angesprochen?
- ➔ Wie lange dauert es, bis die Message angekommen ist?

Modul 8 – Glaubwürdigkeit

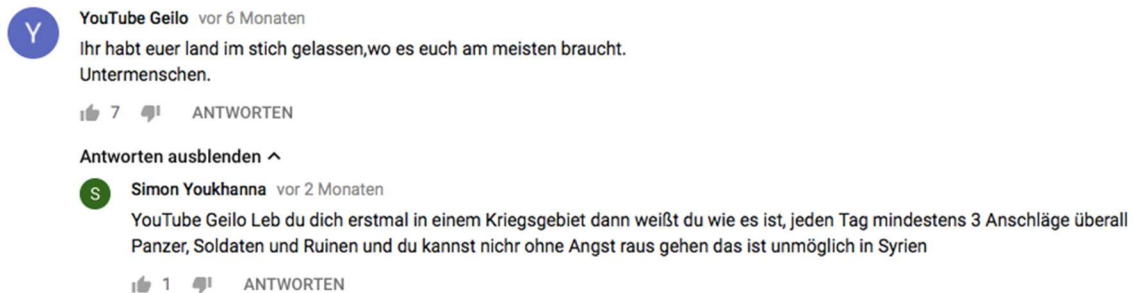
Zielgruppe	Ende Sek I/Anfang Sek II
Dauer	90–120 Minuten (inklusive Recherchezeit und je nach gesellschaftspolitischem Vorwissen)
Material	Kopiervorlage und digitale Endgeräte
Kompetenzbereich	2: Kommunizieren und Kooperieren
Lernziele	Die Schülerinnen und Schüler können ethische Prinzipien bei der Kommunikation berücksichtigen, indem sie ausgewählte Kommentare in «YouTube» bewerten und Regeln für einen digitalen Umgang erstellen. Die Schülerinnen und Schüler können kulturelle Vielfalt in digitalen Umgebungen berücksichtigen, indem sie deutsche und syrische Kulturstandards aus Videomaterial herausarbeiten und gesellschaftspolitisch einordnen.

Auftrag 1: Digitale Netiquette – Umgangsregel kennen und einhalten

Material:

Video: «German Life Style: Syrisch oder Deutsch? Kann ich beides sein?»

<https://www.youtube.com/watch?v=hmVBOExqbal>



Y YouTube Geilo vor 6 Monaten
 Ihr habt euer land im stich gelassen,wo es euch am meisten braucht.
 Untermenschen.
 👍 7 🗨️ ANTWORTEN

Antworten ausblenden ^

S Simon Youkhanna vor 2 Monaten
 YouTube Geilo Leb du dich erstmal in einem Kriegsgebiet dann weißt du wie es ist, jeden Tag mindestens 3 Anschläge überall
 Panzer, Soldaten und Ruinen und du kannst nichr ohne Angst raus gehen das ist unmöglich in Syrien
 👍 1 🗨️ ANTWORTEN

Quelle: German Life Style: Syrisch oder Deutsch? Kann ich beides sein? YouTube, 06.11.2017,
<https://www.youtube.com/watch?v=hmVBOExqbal> (18.06.2018).

- ➔ Notiere die deutschen und syrischen Kulturstandards, die in dem Video benannt und gezeigt werden.
- ➔ Diskutiert den Titel des Videos: «Syrisch oder Deutsch? Kann ich beides sein?»
- ➔ Recherchiere im Internet und erstelle einen kurzen Steckbrief zum Bürgerkrieg in Syrien.
- ➔ Wie bewertest Du die Kommentare? Erstelle eine Liste mit Regeln für eine «gute» digitale Kommunikation. Begründe, was eine «gute» digitale Kommunikation ausmacht.