

NEWS CACHING

ZWISCHEN FAKTEN, FAKES UND FILTERBLASEN
ZURECHTFINDEN IN ONLINE-NACHRICHTEN

Handreichung für Lehrkräfte



DAS PROJEKT UND DIE HANDREICHUNG

Bei *News Caching* beschäftigen sich Schüler*innen ab der 8. Klasse aktiv mit Chancen und Herausforderungen der Online-Nachrichtenwelt. Das Kernziel des Projekts liegt in der Förderung von Nachrichtenkompetenz, um Heranwachsenden eine fundierte und eigenständige Meinungsbildung zu ermöglichen. Die Schüler*innen lernen, mit Informationen im Internet kritisch umzugehen und Quellen wie auch Inhalte selbstbewusst zu hinterfragen.

Digitale und mobile Medien sind grundlegender Teil einer dynamischen und demokratischen Öffentlichkeit und damit auch in allen Facetten und Nutzungsweisen prägend für die Lebenswelt von Jugendlichen. Das betrifft auch die Art und Weise, wie sich Jugendliche über Neuigkeiten, Meinungen und ihre Interessen informieren.

Die Herausforderung – nicht nur für Heranwachsende: Im Nachrichtenschubel durchzublicken. Vor allem über social media nehmen immer mehr Akteure aus vormals nicht journalistischen Bereichen an der Bereitstellung, Bewertung und Verteilung von Informationen teil. Der digitale Wandel verwischt klassische journalistische Regeln und fügt neue Phänomene wie z. B. die Verwendung von KI hinzu. So können Inhalte vertrauenswürdig verpackt sein und dennoch manipulative Ziele verfolgen. Hier reicht das Spektrum von Übertreibungen und Clickbait bis hin zu gezielter Desinformation (Fake News). Gleichzeitig konkurrieren News mit Entertainment-Angeboten, Werbung oder Chats um die Aufmerksamkeit der User.



LEITFRAGEN DES PROJEKTS

- Wie und warum gelangen Informationen zu uns?
- Wie lassen sich verlässliche von weniger glaubwürdigen Quellen unterscheiden?
- Welche Orientierungsmöglichkeiten bestehen angesichts der Flut an Informationen?
- Wie können journalistische Produkte glaubwürdig und interessant gestaltet werden?

Die Teilnehmenden lernen im Projekt Hintergründe der Nachrichtenwelt kennen, üben Recherchetechniken, reflektieren ihre Informationsaneignung und überführen diese selbstständig in eine eigene journalistische Darstellung. Dabei erproben die Schüler*innen aktiv, wie journalistische Fehler, Unsauberkeiten und Fakes entstehen und wie man sie entlarvt. Die Beiträge der Schüler*innen werden von ihnen selbst auf einer eigens für das Projekt erstellten Website veröffentlicht. So setzt das Projekt *News Caching* moderne Pädagogik prozess-, erlebnis- und ergebnisorientiert um.

DIE NUTZUNG DER HANDREICHUNG

Diese Handreichung stellt drei konkrete Unterrichtseinheiten vor, die aus verschiedenen Abschnitten des Projekts entlehnt sind. Diese sind isoliert voneinander durchführbar und orientieren sich in der Zeitbemessung an etablierten Unterrichtsblöcken von etwa 45 bzw. 90 Minuten.

Dadurch sind die Unterrichtseinheiten vom Schulprojekt *News Caching* leicht abgewandelt. Beachten Sie bei den Methoden die zusätzlichen Hinweise und Variationen, die gegebenenfalls eine zusätzliche Vorbereitung beinhalten.

Für alle Methoden sind die Materialien zur Durchführung bereits vorbereitet auf der projektbegleitenden Website gespeichert. Dort stehen Ihnen die jeweiligen Dateien und Dokumente sowie eine Sammlung hilfreicher Links im Bereich Material für Lehrkräfte als Download zur Verfügung.

Projektbegleitende Website: <https://news-caching.medienblau.de>

Hinweis zu Abkürzungen und Formulierungen: SuS = Schülerinnen und Schüler | LK = Lehrkräfte



Zeit
35–45 Min.
Methode
Ausgehend von einem Foto (z. B. eines Promis) erstellen die SuS eine Collage aus Überschrift, grafischen Elementen und einer fiktiven Meldung. Im Fokus der Methode steht die kreative Beschäftigung mit Prinzipien von Aufmerksamkeit. Die Methode eignet sich als Einstieg in die Themen Online-Nachrichten und Qualitätskriterien im Journalismus.
Ziele
Durch diese Methode verstehen die SuS, wie durch die Aufbereitung von Informationen Aufmerksamkeit erzeugt wird. Die Auswertung der Ergebnisse eignet sich zur Thematisierung von Qualitätskriterien im Journalismus und den gesetzlichen Grenzen der Meinungs- und Pressefreiheit . Weiterhin kann besprochen werden, welche Auswirkungen die Aufmerksamkeitsökonomie auf die mediale Vermittlung von Informationen hat.
Material
<p>Vorlagen und Beispiele für die folgenden Materialien finden Sie auf der projektbegleitenden Website.</p> <p>Download und Ausdruck:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etwa 10 Bilder zur Auswahl (DIN A4- oder A5-Format). • Beispiele für Überschriften und Schlagzeilen. • Gestaltungsmittel (Smiley, Symbole, Zeichen, etc.). <p>Außerdem werden für diese Methode benötigt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6 Gruppentische und ein Materialtisch. • 6x DIN A3 Papier, 12x Flipchart-Marker. • 6x Scheren, Klebeband oder Klebestifte. • Suchen Sie ein aktuelles Titelblatt einer Zeitschrift und/oder ein YouTube-Thumbnail (am Beamer oder Smartboard zeigen) heraus, um die Art der Bild-Text-Collage zu illustrieren.

**Einstieg (5 Min.)**

Zeigen Sie zum Einstieg ein Beispiel für ein **YouTube-Thumbnail** und/oder ein Titelblatt eines Lifestyle-Magazins. Dieses sollte eine bekannte Person zeigen und über eine prägnante Überschrift durch Suggestivfragen oder Andeutungen neugierig machen.

Erklären Sie, dass in dem Beispiel mit bestimmten Tricks Aufmerksamkeit erzeugt wird und im Internet solche Gestaltungsmittel die Nutzer*innen dazu bringen sollen, Inhalte anzuklicken. Fragen Sie die SuS, ob jemand für dieses Phänomen einen Begriff kennt (Stichwort: **Clickbait**). Über die Besprechung des Phänomens Clickbait werden die SuS in das Thema eingeführt.

Erstellung der News-Collagen (15 Min.)

Zeigen Sie zur Erklärung der Aufgabe ein Beispiel für ein Ergebnis. Dieses soll aus einem Foto, einer Überschrift, einer kurzen Meldung und weiteren Gestaltungsmitteln bestehen. Durch die Überschrift mit bestimmten Phrasen soll Aufmerksamkeit und Neugier geweckt werden. In der kurzen Meldung wird die Spannung dann aufgelöst und das tatsächliche Ereignis beschrieben, welches wesentlich weniger Brisanz hat, als durch die Überschrift und weitere Phrasen angedeutet wurde.

**SKANDAL:
BOHLEN SEIT JAHREN FAST BLIND?!**

Dieter Bohlen wurde in den letzten Jahren häufig innerhalb von Gebäuden mit Sonnenbrille gesehen. Die Freundin eines Insiders vermutet daher, dass der Musiker ein Augenleiden haben könnte, welches er vor der Welt geheim hält.

Aufgabenstellung:

„Gestaltet eine **News-Collage** aus einem Foto, einer Überschrift, Symbolen, Emojis und einer kurzen Meldung.“ (Zeit ca. 10 Min.)

Teilen Sie die Klasse in ca. sechs Kleingruppen. Jede Gruppe soll nun selbst solch eine Collage aus den genannten Bestandteilen erstellen. Dazu wählen die Kleingruppen jeweils eines der zur Auswahl gestellten Bilder. Dann erfinden sie ein Ereignis zu diesem Bild, welches sie anschließend mit den gegebenen Gestaltungsmitteln so aufbereiten, dass es besonders interessant und spannend wirkt. Die SuS können frei eine eigene Überschrift formulieren oder sich bei den vorbereiteten Phrasen bedienen. Zusätzlich sollen sie eine sehr kurze „Meldung“ dazu schreiben. Die SuS gestalten mit Hilfe der Materialien ein Poster, indem sie das gewählte Bild mit Klebeband befestigen, Symbole, Phrasen oder Emojis hinzufügen, sowie Überschrift und Text mit Flipchart-Markern groß und deutlich dazuschreiben. Weisen Sie die SuS darauf hin, dass es am Ende darauf ankommt, welche Collage für die anderen besonders spannend ist und am meisten Neugier erweckt.

**Auswertung (10 Min.)**

Alle **Ergebnisse** sind fertig und können in einer Reihe aufgehängt oder auf einem der Tische **präsentiert** werden. Die SuS sollen sich diese dann anschauen. Stellen Sie nach etwa zwei Minuten folgende Fragen ans Plenum:

„Welche Collagen findet ihr interessant? Warum?“

Stellen Sie heraus, mit welchen Mitteln Aufmerksamkeit und Neugier erzeugt werden. Was würden sich die Nutzer*innen fragen, wenn sie nur Bild und Überschrift sehen?

„Sind das Nachrichten?“

„Tauchen solche oder ähnliche ‚News‘ in den Medien auf?“

„Sollte man das so machen?“

„Darf man das so machen?“

Strafbar sind beispielweise Beleidigungen oder Verleumdungen. Wenn natürliche oder juristische Personen zu Schaden kommen, können sie die Urheber*innen bestimmter Inhalte verklagen. Weiterhin können journalistische Produkte den Straftatbestand der Volksverhetzung, der Anstiftung zu Gewalttaten und andere Paragrafen des Strafgesetzbuchs berühren. Die Veröffentlichung einer falschen Tatsachenbehauptung an sich ist dagegen nicht illegal.

Jedoch widersprechen viele journalistische Erzeugnisse den ethischen Grundregeln des Pressekodex, den der deutsche Presserat ausgearbeitet hat. Gerade in Boulevard-Medien werden häufig durch Suggestion Meinungen mit Fakten vermischt oder wenig gesellschaftlich relevante Ereignisse überdramatisiert. Solche Medien sind von journalistisch minderer Qualität, da sie wenig neutral und objektiv berichten und eher die Unterhaltung bzw. das Auslösen von Emotionen bei den Nutzer*innen im Fokus stehen.

**VARIANTE / ERGÄNZUNG****Schlagzeilenbasteln auf übermedien.de (5 Min.)**

Auf der Seite übermedien.de kritisieren Journalist*innen andere Nachrichtenmedien. Um den SuS den Transfer der Methode auf die Nachrichtenwelt zu verdeutlichen, kann hier das „Schlagzeilenbasteln“ gespielt werden. Dort finden sich Titelseiten von Zeitschriften der Boulevard-Presse mit den dazugehörigen tatsächlichen Ereignissen, die in der Regel viel unspektakulärer sind, als es die Schlagzeilen suggerieren. Dabei zeigen Sie entweder eine Titelseite und die SuS versuchen zu erraten, welches Ereignis sich dahinter verbirgt oder Sie lesen die Beschreibung zu einem Ereignis vor und die SuS können überlegen, welche reißerische Schlagzeile zu diesem Ereignis gewählt wurde.

<https://uebermedien.de/?s=schlagzeilenbasteln>

Social Media: <https://www.tiktok.com/@topfvollgold>



THUMBNAIL

Ein Thumbnail ist ein Bild, das in der Miniaturansicht von Webvideos als Vorschau angezeigt wird. Es ist möglich, hier Bilder einzufügen, die im Video gar nicht vorkommen.



CLICKBAIT

Meist erinnern sich die SuS durch das gezeigte YouTube-Thumbnail an den Begriff Clickbait (dt. „Klickköder“). Clickbait bezeichnet einen Prozess, bei welchem Inhalteanbieter im Netz versuchen, durch Text- oder Bildgestaltung höhere Zugriffszahlen zu erreichen und somit mehr Werbeeinnahmen durch Internetwerbung zu erzielen. Clickbaits bestehen beispielsweise aus reißerischen Überschriften oder Vorschaubildern (Thumbnails) für weitere Inhalte, welche die Neugierde der Nutzer*innen wecken.

Der Begriff wird oft als negative Kritik an den Produzent*innen von Social-Media-Inhalten verwendet, da über die Gestaltung des Klickköders Inhalte angedeutet oder versprochen werden, die dann im Inhalt der Produkte gar nicht vorkommen.



AUFMERKSAMKEITSÖKONOMIE

Anhand der Reichweite von Medieninhalten werden die Preise für Werbekooperationen ausgehandelt. Dabei orientieren sich Printmedien an Verkaufszahlen, Rundfunkmedien an Einschaltquoten und Internetmedien an der Anzahl der Interaktionen der Nutzer*innen. Um die Reichweite und damit den Profit zu erhöhen, bereiten Produzent*innen Inhalte so auf, dass sie viel Aufmerksamkeit erzeugen. Dazu stellen sie Inhalte häufig reißerisch, emotionalisierend, übertrieben, provokant, empörend und polarisierend dar.

Dies kann dazu führen, dass differenzierende Inhalte weniger Menschen erreichen und dadurch eine Radikalisierung von Weltbildern und politischen Einstellungen gefördert wird. Gerade im Internet wird dieser Effekt noch verstärkt, da oft geklickte Inhalte durch Algorithmen automatisch noch mehr Menschen angeboten werden.



Zeit

90 Min.

- Silent wiki: 15 Min.
- Gruppeneinteilung und Anleitung: 5 Min.
- Arbeitsphase Info-Plakate: 40 Min.
- Präsentation: 30 Min.

Methode

Zunächst äußern die SuS spontan und ohne Recherche ihr **Wissen und ihre Meinung** zu ausgewählten Fragen des Themenkomplexes „Medien und Nachrichten“. Diese dienen als Grundlage für die folgende Gruppenarbeit. Dort **produzieren** die Schüler*innen ein Info-Plakat zu einem der sechs Themen, **vertiefen** damit jeweils ihr Wissen und geben dies über eine kurze **Präsentation** weiter.

Ziele

Die SuS sammeln ihr bisheriges Wissen und Ideen zu Themen der Nachrichtenwelt und tauschen sich dazu aus. Sie erarbeiten sich zu einer der vorgegebenen Fragen vertiefendes Wissen und geben dieses weiter. Dann transferieren die Schüler*innen das Gelernte auf ein aktuelles Beispiel aus den Online-Nachrichten und beziehen es damit auch auf ihre Lebenswirklichkeit.

Material

- 6 Fragen für das silent wiki (siehe: Materialien auf der [Website](#)).
- 6 Arbeitstische und leere Papiere (DIN A3-Format) zum Bekleben mit den Fragen.
- 6 Arbeitsblätter für die Arbeitsphase (siehe: Materialien auf der [Website](#)).

Außerdem werden für diese Methode benötigt:

- 6 weitere Papiere (DIN A3-Format oder größer).
- Stifte (Marker), Scheren, Klebestifte (je 6).
- Auswahl an buntem Papier oder Moderationskarten (für alle).
- Ein Tablet / PC / Laptop mit Internetzugang pro Gruppe.



Vorschlag Einstieg

„Wir machen jetzt ein silent wiki (ggf. „Wiki“ klären als gemeinschaftliche Wissenssammlung). Wir sammeln eure Ideen und euer Wissen zu sechs unterschiedlichen Fragen rund um das Thema Nachrichten. Diese Plakate werden anschließend von euch weiterbearbeitet: Eure Ideen sind also die Grundlage für die Weiterarbeit danach.“

Auf sechs Tischen ist je ein DIN A3-Papier, auf dem eine These aufgeklebt ist. Die SuS sollen jeweils einzeln maximal 2 Minuten an einem Tisch stehen und dann direkt auf das Papier mit der Frage schreiben, was ihnen dazu einfällt. Damit sich auch zurückhaltende SuS aktiv beteiligen, ist diese Methode so erdacht, dass die Wissenssammlung zunächst rein schriftlich erfolgt und nicht mündlich diskutiert wird (Daher: „silent“ wiki).

Aufgabenstellung

„Notiert euer Wissen und eure Ideen auf den Plakaten.“

Hinweise an die SuS:

- Bitte leserlich schreiben und Platz für die anderen Gruppen lassen.
- Wenn eure Idee schon auf dem Plakat steht, könnt ihr einfach +1 dazu notieren.
- Ihr könnt die Ideen der anderen kommentieren und ergänzen, auch wenn ihr anderer Meinung seid oder etwas unklar ist.
- Ihr habt etwa zwei Minuten Zeit pro Frage.

Fragen:

1. „Wie verdienen die Nachrichtenanbieter ihr Geld?“
2. „Fake-Alarm – Woran erkennt man unglaubliche News?“
3. „Nicht jedes Ereignis kommt in die Nachrichten.
Was muss ein Ereignis „mitbringen“, damit es ausgewählt wird?“
4. „Welche Funktionen erfüllen Nachrichten? Wozu brauchen wir sie?“
5. „Wer macht und wer verbreitet unsere News?“
6. „Wir haben Meinungs- und Pressefreiheit. Aber was darf man nicht veröffentlichen?“



Ablauf

Nun gründen sich sechs etwa gleichgroße Kleingruppen, um anhand je eines silent wikis ein Thema zu vertiefen und ein Info-Plakat dazu zu erstellen. Dazu sind verschiedene Wege denkbar:

- Gruppeneinteilung (z. B. nach Interesse)
- Gruppeneinteilung und Zuweisung durch die LK
- Ein- und Zuteilung nach Losverfahren



Ablauf

Die sechs Gruppen erstellen **knappe und möglichst anschauliche** Wissensplakate zu den Themen. Dazu werten sie zunächst die silent wikis aus und bekommen ein Arbeitsblatt pro Station mit den wichtigsten Fragen, die das Plakat beinhalten bzw. beantworten soll.

Die Gruppen sollen / können dazu auch im Internet recherchieren und bekommen ggf. Quellen als Tipps auf das Arbeitsblatt.

Ab hier können sich die Gruppen je nach räumlicher Situation aufteilen in PC-Raum und Klassenraum. Wenn die Zeit (40 Min.) vorbei ist, sollen alle Gruppen wieder im Klassenraum sein. Dann stellen sich die Gruppen gegenseitig die Infoplakate vor.

Die sechs Themen gehen aus den silent wiki hervor:

- **Die Funktion von Nachrichten**
- **Nachrichtenfaktoren**
- **Akteure der NewsWelt**
- **Finanzierung** der Nachrichten
- **Meinungsfreiheit** und ihre Grenzen
- **Glaubwürdigkeit** und Quellenqualität

Aufgabenstellung

„Gestaltet ein **Info-Plakat** zu eurem Thema. Dieses **präsentiert** ihr nachher **kurz** vor der Klasse.

Schritt 1: Was steht im silent wiki? Was fällt euch außerdem dazu ein? Bearbeitet euer Arbeitsblatt.

Schritt 2: Erstellt das Plakat aus den gesammelten Infos.“

Auf den Arbeitsblättern sind weitere spezifische Anweisungen enthalten.

Hinweise an die SuS:

- Verschiedene grafische Elemente sollen genutzt werden.
- Groß und deutlich schreiben.



Hinweise an die LK:

Zur Orientierung, welche Inhalte auf den Plakaten enthalten sein könnten, ist folgend eine übersichtliche Stichwortsammlung zu jedem Thema beigefügt. Schwächere Gruppen sollten wesentlich aktiver unterstützt werden.



Je nachdem, was die SuS durch die Fragen auf den Arbeitsblättern, das silent wiki und die Netzrecherche heraus finden, ist es wichtig darauf zu achten, dass die Kerne der Themen auf den Infoplakaten aufgegriffen und benannt werden. Gleichzeitig ist es nicht wichtig, dass hier perfekte Ergebnisse vorliegen. Wenn die Gruppen Schwierigkeiten haben geben Sie Hilfestellung.



DIE FUNKTION VON NACHRICHTEN

- **Information der Öffentlichkeit** (alle Menschen) über aktuelle und wichtige Ereignisse.
- **Meinungsbildung**: Herstellung von Diskussion / Debatten, Abbildung verschiedener Meinungen.
- **Kritik & Kontrolle**: Medien als 4. Gewalt in einer Demokratie, die „beobachten“ und berichten, was die Regierung, die Gerichte und auch mächtige Unternehmen machen (evtl. Bezug zu Demokratie herstellen).



NACHRICHTENFAKTOREN

Achten Sie darauf, dass die SuS ein gutes Beispiel finden, um die Nachrichtenfaktoren daran zu erklären. Die wesentlichen Faktoren sind auf dem Arbeitsblatt bereits enthalten.

Die Summe der erfüllten Nachrichtenfaktoren ergeben den den sogenannten *Nachrichtenwert*. Je höher dieser Wert liegt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit einer Auswahl in die Nachrichten.



AKTEURE DER NEWSWELT

- **Nachrichtenagenturen**: Als Sammler und Zulieferer von Meldungen.
- **Nachrichtenredaktionen**: Profis, die schreiben, filmen, fotografieren, um die Öffentlichkeit zu informieren.
- **Influencer**: Wichtige Akteure in den sozialen Medien, die u. a. auch Nachrichten und Wissenswertes verbreiten und eine hohe Reichweite haben.
- **Alle User**: Durch social media haben User Einfluss auf die Verbreitung (Likes, Shares, Kommentare).
- **(optional) Unternehmen & Politik**: Machen Öffentlichkeitsarbeit mit dem Bestreben, dass über sie berichtet wird und liefern Informationen an die Redaktionen oder informieren ihre Kund*innen / Follower (z. B. über social media).



FINANZIERUNG DER NACHRICHTEN

- **Gebühren**: Öffentlich-Rechtlich (nicht staatlich).
- **Werbung**: Privat, Netzdienste, Öffentlich-rechtlich eingeschränkt.
- **Datensammlung**: Netzdienste (über die Nutzungsanalyse & Sammlung kann auch Geld verdient werden).
- **Direktes Bezahlen**: Streaming-Dienste, Netzdienste, Printmedien, Spenden und Pay-TV.



MEINUNGSFREIHEIT UND IHRE GRENZEN

- Grundgesetz Art. 5: Garantiert Meinungs- und Pressefreiheit (gibt es nicht überall).
- Jugendschutz und Strafgesetzbuch als Einschränkung von Artikel 5.
- Presserat / Pressekodex: Freiwilliger Berufskodex, der gewisses Verhalten missbilligt bzw. rügt.
- Persönlichkeitsrechte: Opfer-/Täterschutz, Recht am eigenen Bild.
- Symbolfotos / Zitate / Werbung / Bildbearbeitung müssen gekennzeichnet werden.



GLAUBWÜRDIGKEIT UND QUELLENQUALITÄT

Es bietet sich an, dass die Gruppe eine Gegenüberstellung macht:

- Was wirkt eher unglaublich, was wirkt glaubwürdig?
- „W-Fragen“: Sind diese klar und möglichst vollständig beantwortet? (ggf. an einem Beispiel durchgehen).
- Der Bezug der Quellen sollte hergestellt werden:
 - auf die Bezugsquelle (Analyse)
 - auf die im Beitrag genannten Informationsquellen
 - darauf, ob andere Quellen ebenfalls berichten



Vorbereitung und Material

Alle Gruppen sollten im Plenum versammelt sein. Definieren Sie eine Präsentationsfläche und halten Sie Material bereit, um die sechs Plakate danach sichtbar im Raum zu platzieren (z. B. Magnete, Klebeband).

Varianten: Bereiten Sie einen aktuellen Artikel aus einer beliebigen Nachrichtenquelle vor (z. B. tages-schau, Spiegel-Online, Lokalnachrichten), anhand dessen Sie gemeinsam mit der Klasse einige Aspekte aus den Info-Plakaten praxisnah durchsprechen können.

Dafür benötigen Sie eine Präsentationsmöglichkeit (Beamer / Smartboard & PC) mit Internetverbindung.

Ablauf

Die SuS präsentieren nacheinander ihre Plakate (max. 3 Min. pro Gruppe inkl. Fragen). Nach jedem Plakat können anhand der selben Beispiel-Online-Nachricht die Inhalte der Plakate kurz besprochen werden.

Die LK achten auf Stichpunkte und Verständlichkeit und fragen ggf. nach.

UNTERRICHTSEINHEIT: FAKE NEWS ENTLARVEN (ÜBERBLICK)



Zeit

45 Min.

- Beispielanalyse: 20 Min.
- Auswertung: 25 Min.

Methode

Die SuS gehen zunächst in Kleingruppen (je nach Anzahl der Beispiele) je ein Beispiel durch, in dem Fake News unterschiedlicher Art enthalten sind. Sie sollen das Beispiel analysieren und Auffälligkeiten, Wirkungen und Gefahren benennen. Ihre Ergebnisse stellen sie danach kurz vor. Anschließend beschäftigen sich vier Kleingruppen tiefergehend mit je einer Frage zu den Akteur*innen, Gefahren, dem Entlarven und dem Umgang mit Fake News. Vor allem letztere sollten festgehalten werden.

Ziele

Die SuS werden für die leichte **Manipulierbarkeit** von Bildern und Informationen **sensibilisiert**. In der Auswertung **erarbeiten die SuS gemeinsam Wissen zu Fake News** und **entwickeln Strategien** zum Entdecken und Umgang mit Fake News.

Material

- **Mehrere Fake News-Beispiele** als Ausdruck und/oder als Präsentationsmaterial (Folie, Bilder, Dokument)
- Jeweils 1 Notizzettel und 1 Schreibstift pro Gruppe

BEISPIELANALYSE: 20 MIN.



Vorbereitung

Leider können wir Ihnen aus urheberrechtlichen Gründen an dieser Stelle nicht direkt ein aus realen Beispielen zusammen gesetztes Quiz zur Verfügung stellen. Recherchieren Sie also zunächst mehrere Beispiele aus Online-Medien, in denen Fake News enthalten sind. Diese finden Sie auf mimikama.at oder correctiv.org.

Dort können Sie je nach Bedarf nach Themen ordnen oder filtern. Wichtig ist, dass sich die Beispiele in Bezug auf die Anforderungen und den Umfang ähneln. Folgende Vertiefungen oder Betrachtungsprioritäten bieten sich an:

- **Politische Meinungsmache:** Suchen Sie sich Beispiele aus dem Themenkomplex Geflüchtete, Corona oder der Bundesregierung zusammen und verschieben die Analyse der SuS auf die Problematik von Fake News im politischen Kontext.
- **Clickbait und Hoaxes:** Politisch weniger brisante Beispiele, die sich in erster Linie auf Kuriositäten, persönliche Schicksale, Prominente und Kriminalfälle beziehen. Hier ist die Grauzone zu Fake News fließend. Diese können gut auf (medien-)ethischer Basis diskutiert werden.

Ablauf

Offene Einstiegsfrage: *Was sind eigentlich Fake News?*

- Lassen Sie die SuS definieren und diskutieren. Es sollte deutlich werden, dass es sich um absichtliche Täuschungen zu einem Zweck handelt.
- Journalistische Fehler zählen nicht dazu.
- Der von Donald Trump genutzte Begriff der Fake News ist nicht gemeint, da dieser ähnlich dem Begriff der Lügenpresse in Deutschland eher dazu dient, den Großteil der berichtenden Medien in Generalverdacht zu stellen.

Gründen Sie so viele Gruppen wie Sie Beispiele vorbereitet haben. Diese sollen sich zusammen setzen, damit sie sich untereinander gut beraten können. Alle erhalten die gleiche **Aufgabenstellung** (5 Min.):

- *Was ist zu sehen? Was fällt euch auf?*
- *Wie wirkt die „Nachricht“ auf euch?*
- *Wie würdet ihr damit umgehen?*

Gemeinsame Analyse der Beispiele (15 Min.):

Die Gruppen stellen nacheinander ihr Beispiel vor und diskutieren mit allen anderen ihre Antworten. Gehen Sie gemeinsam mit den SuS konkret Ideen und Ansätze durch, wie man den Fake hier entlarven kann und wie man damit umgehen kann. Fragen Sie auch, woran der Fake erkannt wurde. Eine vertiefende Auswertung erfolgt im Anschluss.

AUSWERTUNG: 25 MIN.



Ablauf

Die SuS **diskutieren in Kleingruppen** über die folgenden Aspekte (**5 Min.**):

Akteure und Ziele (1) | Probleme (2) | Entlarven (3) | Umgangsmöglichkeiten (4) von / mit Fake News. Die SuS sollen ihre Ideen auf Zetteln oder Moderationskarten festhalten.

Im Anschluss: Auflösung und Besprechung (**20 Min.**)

Gehen Sie alle vier Gruppen in etwa nach folgendem Schema durch:

- kurz sammeln, was die Gruppe sich überlegt hat.
- andere ebenfalls fragen und ergänzen lassen.
- ggf. selbst mündlich ergänzen.

Gruppe 1:

Wer macht Fake News mit welchen Zielen?

- Erstes Ziel: Glaubwürdigkeit!
- Fake News sind absichtliche Falschmeldungen.
- Einzelpersonen (Alle können Fakes erstellen oder weiterleiten).
- Kriminelle (Betrug).
- Medien (Clickbait).
- Unternehmen (z. B. Wikipedia-Artikel optimieren oder verfälschen).
- Politische Parteien / Gruppen (Manipulation).
- Staaten / Regierungen = Propaganda.

Gruppe 2:

Wann sind Fake News ein Problem?

- Wenn Menschen betrogen werden oder Schaden davon tragen.
- Wenn Vorurteile und Ängste gegenüber Personengruppen entstehen.
- Wenn sie schnell weiterverbreitet werden.
- Wenn sie Gewalt auslösen.
- Wenn sie langfristig das Vertrauen in die Berichterstattung beeinträchtigen.

Gruppe 3:

Wie kann man heraus finden, ob es sich um Fake News handelt?

- Die Quelle genau anschauen (Autor*in / Umfeld / Impressum / Finanzierung der Seite).
- Text: Einseitigkeit vs. Perspektivenvielfalt? Meinung und Fakten getrennt?
- Informationen prüfen (andere Quellen, Bilderrückwärtssuche, Faktenchecker-Seiten wie mimikama.at oder correctiv.org).
- Kritisch sein bei starker Aufforderung zum Teilen.
- Kritisch sein, wenn viele Emotionen und drastische Sprache enthalten sind.

Gruppe 4:

Wie kann man mit Fake News umgehen?

- Handeln und aktiv werden (Nicht ignorieren).
- Widersprechen.
- Belege / Quellen beifügen.
- News nicht weiterleiten.
- Melden.



VARIANTE / ERGÄNZUNG

Fake News selbst erstellen:

Die Website paulnewsman.com bietet den Service, dass die Nutzenden eigene Fake News erstellen können. Das Besondere ist, dass die Ergebnisse in einem vermeintlich professionellen journalistischen Setting platziert werden. Für die Nutzung im pädagogischen Kontext gibt es auf der Seite Hinweise und Anleitungen. Im Prinzip brauchen die SuS nur ein Gerät mit Internetzugang, um aktiv zu werden. Die SuS können den Link dann weiter leiten und andere Leser*innen damit „reinlegen“. Sobald man als Leser*in auf einen Bereich klickt, löst sich der Hoax (Streich) sofort auf, indem eine Aufklärungsseite erscheint. Die Betreibenden bezeichnen die Website selbst als „grandioses Tool, um die Medienkompetenz deiner Freunde zu testen“, allerdings liegt auch das missbräuchliche Potenzial eines solchen Tools auf der Hand. Insbesondere in Zeiten der Coronakrise haben sich die problematischen Artikel so gehäuft, dass die Betreibenden das Tool deaktiviert hatten.

Wichtig ist, die Erstellung der Fake News kritisch aufzufangen und auf ethischer Grundlage zu diskutieren.

DER ABLAUF DES GANZEN PROJEKTS



NEWS TRAINING

Tag 1, Stunde 1-4

Die SuS durchlaufen mehrere kleine Praxisübungen und werten diese aus. Inhaltlich steht das Verhältnis von Information und Kommunikation sowie eine Sensibilisierung die Themen Aufmerksamkeit und Nachrichten, Fake News und der Rolle von KI für den Journalismus im Fokus.



NEWS ACADEMY

Tag 1, Stunde 4+5

Hier erarbeiten die SuS mithilfe kurzer Inputs und einer interaktiven Online-Methode mit Recherche- und Arbeitsphasen Wissen zu zentralen Themen der (Online-)Nachrichtenwelt.



NEWS FACTORY

Tag 1, Stunde 6 | Tag 2, Stunde 1-5

In Vorbereitung auf das Herzstück des Projekts werden die SuS in einen strukturierten Redaktionsprozess (Themenauswahl, Recherche, Textproduktion) eingewiesen.

Die SuS sind für die Kriterien der Textproduktion sowie der Verwendung von Bildern sensibilisiert und bekommen zudem geheime Aufträge, die den Interaktionsgrad erhöhen und weitere News-Phänomene behandeln. Die SuS veröffentlichen ihre Text- und Bildbeiträge auf einer Website.



NEWS CHECK

Tag 2, Stunde 6

Die SuS präsentieren ihre Texte und prüfen diese Ergebnisse im Plenum kritisch mit den im Projekt erlernten Standards.

NEWS CACHING ABLAUFPLAN

Räume Tag 1	Präsentationsmöglichkeit (Laptop/PC + Beamer oder Smartboard)	Räume Tag 2	Präsentationsmöglichkeit (Laptop/PC + Beamer oder Smartboard)
Stunde 1 + 2	Klassenzimmer bestuhlt + Arbeitstische	Stunde 1 + 2	Raum mit PC/Laptop/Tablets (mind. Anzahl = SuS: 2)
Stunde 3 + 4	Klassenzimmer und optional zweiter Raum für Gruppenarbeiten	Stunde 3 + 4	Raum mit PC/Laptop/Tablets (mind. Anzahl = SuS: 2)
Stunde 5 + 6	Klassenzimmer und optional zweiter Raum für Gruppenarbeiten	Stunde 5 + 6	Raum mit PC/Laptop/Tablets (mind. Anzahl = SuS: 2)

LEGENDE

SuS = Schüler*innen, LK = Lehrkraft, T = Trainer*innen, U = Unterrichtsstunde(n), AB = Arbeitsblätter, BYOD = Bring your own device (eigene Endgeräte der SuS, z. B. Handys)

Rolle der LK

Tag 1: aktiv unterstützend bei den selbstständigen Kleingruppenarbeiten der SuS

Tag 2: aktiv unterstützend bei den Recherche- und Schreibprozessen der Redaktionsgruppen

BAUSTEINE DES PROJEKTS

Das Projekt hat vier große, mit Farben und Icons codierte Blöcke. Diese Codierung taucht in der Präsentation, auf Arbeitsblättern, der Handreichung und im Projektablauf auf. Zeitlich und pädagogisch steht der dritte Block „News Factory“ im Zentrum.

Blockname	Abschnitte	Zeitbedarf	Ziele und Inhalte
NEWS TRAINING	1.1–1.8d	Tag 1, U 1–4	Die SuS durchlaufen mehrere kleine Praxisübungen und werten diese aus. Inhaltlich steht das Verhältnis von Information und Kommunikation sowie eine Sensibilisierung für die Themen Aufmerksamkeit und Nachrichten, Fake News und der Rolle von KI für den Journalismus im Fokus.
NEWS ACADEMY	2.1–2.5	Tag 1, U 2–6	Hier erarbeiten die SuS mithilfe kurzer Inputs (Wissenssnacks) und einer interaktiven Online-Methode mit Recherche- und Arbeitsphasen Wissen zu zentralen Themen der (Online-)Nachrichtenwelt.
NEWS FACTORY	3.1a–3.6	Tag 1, U 6 Tag 2, U 1–5	In Vorbereitung auf das Herzstück des Projekts werden die SuS in einen strukturierten Redaktionsprozess (Themenauswahl, Recherche, Textproduktion) eingewiesen. Die SuS sind für die Kriterien der Textproduktion sowie der Verwendung von Bildern sensibilisiert und bekommen zudem geheime Aufträge, die den Interaktionsgrad erhöhen und weitere News-Phänomene behandeln. Die SuS veröffentlichen ihre Text- und Bildbeiträge auf einer Website.
NEWS CHECK	4.1–4.4	Tag 2, U 6	Die SuS präsentieren ihre Texte und prüfen diese Ergebnisse im Plenum kritisch mit den im Projekt erlernten Standards.

VORBEREITUNG VOR ORT

Laptop/PC mit Präsentation + Beamer/Smartboard

1 Satz Tablets (mind. 1 Gerät für 2 SuS)

Stuhlkreis für SuS, LK und T, Arbeitstische am Rand

TAG 1

Block	Zeit	Name	Ziel	Inhalt	Methode	Material
	5 U1	1.1 Begrüßung	SuS lernen T kennen	T: Begrüßung und Erläuterung der eigenen Erfahrung in Journalismus + Mediendidaktik.	- Input mündlich Plenum - Stuhlkreis optional	- Präsentation Folie 1-3 - Namensschilder
	5 U1	1.2 Projektablauf	SuS kennen den Tages- und Projektablauf	T erläutern den ganzen Projektablauf (Tag 1 und Tag 2) inkl. der Farben + Icons.	- Input mündlich Plenum - Stuhlkreis optional	- Präsentation Folie 4-5
15 U1	1.3 News Training Short Storys	- SuS / T lernen einander kennen - SuS entwickeln Verständnis dafür, dass Informationen kommuniziert werden	SuS und T erzählen sich gegenseitig kurze Storys zu spontan gewählten Gegenständen aus ihrem Besitz.	- Stuhlkreis optional - Plenum interaktiv	- Präsentation Folie 6 - Gegenstände der SuS	- Präsentation Folie 1-3 - Stuhlkreis optional - Plenum interaktiv
15 U1	1.4a News Training Was ist los in der Welt?	- SuS haben ersten Überblick über Tagesmeldungen - SuS sind aktiviert	SuS tauschen sich über mediale Neuigkeiten aus. Das Kommunikations-Spiel ist ein Mix aus „Stille Post“ und „Ich packe meinen Koffer“.	zunächst Stuhlkreis + Tische zum Schreiben, dann frei im Raum.	- Präsentation Folie 7-10 - SuS; eigenes Handy (BYOD) oder Schultablets - Zettel, Stifte	- Präsentation Folie 7-10 - Tische zum Schreiben, dann frei im Raum.
5 U1	1.4b News Training Auswertung Kommunikation 1	- SuS sind gesünder darin, Meldungen zu finden, lesen und wiederzugeben	Schritt 1: Alle SuS können auf ein Handy/Tablet zugreifen und schreiben zur ersten gefundenen Nachricht auf: Schlagzeile, Quelle, eigenen Namen. Schritt 2: Die SuS stellen sich gegenseitig die News vor und tauschen dabei die Zettel (3- bis 4-mal).			
5 U1		- SuS lernen, dass Nachrichten Ereignisse nicht identisch wiedergeben - SuS verstehen, dass wir interpretieren, verändern	Zur Methode „Was ist los in der Welt?“ 3-4 SuS erzählen, was sie sich merken konnten, und werten ihre Erfahrung anhand von Leitfragen aus.	- Plenum Stuhlkreis - Live- Präsentation oder Live-Flipchart	- Präsentation Folie 11-12 - Flipchart-Papier oder als Tafelbild - ggf. Mod.-Karten	- Plenum Stuhlkreis - Live- Präsentation oder Live-Flipchart

NEWS TRAINING

5	1.4c News Training Auswertung Kommunikation 2	SuS verstehen den Zusammenhang von Kommunikation und Informationsvermittlung	In Bezug auf die Short Storys erfragen die T: „Warum bleiben bestimmte Geschichten in Erinnerung?“ als Hinführung zur weiterführenden Frage der Nachrichtenfaktoren.	interaktiver Input mit Live-Doku (z.B. mit excalidraw)	- Präsentation Folie 13–15
5	2.1 News Academy Nachrichten- faktoren	SuS wissen, dass Ereignisse selektiert werden und kennen die Auswahlfaktoren	„Was macht eigentlich ein Ereignis zu einer Nachricht?“ (Bedeutung von Nachrichtenfaktoren)	- Input - Sammlung im Plenum	- Präsentation Folie 16–25 (Wissenssnack No. 1)
5	1.5 News Training Topf voll Gold	SuS sind für Stilmittel des Aufmerksamkeits-Journalismus sensibilisiert	SuS spielen kreatives Schlagzeilen-Ratespiel im Stil von „Topf voll Gold“ mit 2–3 Beispielen. Auswertungsfrage: „Sind diese Beispiele für guten oder schlechten Journalismus? Warum?“	Plenum	- Präsentation Folie 26–32
5	1.6a News Training Gruppengründung	SuS haben sich in ihre Arbeitsgruppe für die kommende Methode eingefunden	Sechs gleich große Gruppen finden sich entweder freiwillig oder durch Zuteilung zusammen und erstellen sich jeweils einen Arbeitsbereich mit Tisch für die <i>Clickbait Challenge</i> .	- Gruppenarbeit	- 6 Arbeitsstische mit Stühlen
15	1.6b News Training Clickbait Challenge	- SuS haben kreativ ein Medienprodukt gestaltet - SuS haben Verständnis für Informationsreduktion und Clickbait	T zeigen ein Beispielbild aus den Komponenten Bild, Headline, kurze Meldung. Nach diesem Prinzip sollen die Gruppen Text und Titel zu einem Foto gestalten; sie suchen sich aus dem Material etwas aus und setzen es wie eine Collage zusammen. Wichtig: Clickbait gestalten, nicht Fake News!	- Klassenraum - Kleingruppenarbeit (6 Gruppen) - 6 Arbeitsstische	- Präsentation Folie 33–34 - 6x Clickbait-Layout Vorlage (A4) - Textschnipsel, Phrasen - mind. 6 Mod.-Karten - Stifte, Kleberolle, Scheren
10	1.6c News Training Galerie und Auswertung - Beginn	- SuS verstehen Prinzipien von Aufmerksamkeit - SuS transferieren auf Online-Umgebungen	SuS schauen die Ergebnisse als Gallery Walk an und werten diese anschließend mit den T inhaltlich und reflexiv aus (ggf. nur eine Auswahl). Szenario: „Bewertet kollegial die Arbeiten der anderen Clickbait-Redaktionen.“	- stehend und im Raum zu den Ergebnissen. - alles mündlich	- Präsentation Folie 35–36 - alle Ergebnisse aus 1.6b an Wand oder auf Tischen - Fotos für die Dokumentation
Pause					

10 U3	<p>2.2 News Academy Funktionen von Nachrichten</p> <ul style="list-style-type: none"> - SuS kennen die Aufgaben und Funktionen von Nachrichten - SuS verstehen die Wichtigkeit von Nachrichten 	<p>Anhand von realen Beispielen aus der Presse (austauschbar), werden die drei wesentlichen Funktionen von Nachrichten vorgestellt und kurz besprochen. Eine anschließende Übersicht über die Ergebnisse schließt die Einheit ab.</p>	<p>Anhand von realen Beispielen aus der Presse (austauschbar), werden die drei wesentlichen Funktionen von Nachrichten vorgestellt und kurz besprochen. Eine anschließende Übersicht über die Ergebnisse schließt die Einheit ab.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Input - Diskussion im Plenum 	<ul style="list-style-type: none"> - Präsentation Folie 37 – 41 (Wissenssnack No. 2) - Präsentation Folie 42 – 50 - Video: "Schumacher KI-Interview" https://www.youtube.com/watch?v=INYtaq0lO2M
10 U3	<p>1.7 News Training Auswertung Aufmerksamkeit & Journalismus</p>	<p>SuS sind sensibilisiert für Auswirkung von Aufmerksamkeit auf Nachrichten und den Einfluss von KI</p>	<p>Anhand eines Beispielvideos wird im Plenum diskutiert, welche Bedeutung der Faktor „Aufmerksamkeit“ im Journalismus hat und welche Rolle KI dabei spielen kann.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Input - Diskussion im Plenum 	<ul style="list-style-type: none"> - Präsentation Folie 42 – 50 - Video: "Schumacher KI-Interview" https://www.youtube.com/watch?v=INYtaq0lO2M
10 U3	<p>1.8a News Training Einleitung Fake News</p>	<p>SuS kennen die Kriterien, Ziele und erste Fake Check Methoden</p>	<p>SuS stimmen anhand von 2 Beispielen ab, ob es sich um Fake News handelt oder nicht.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Input - Diskussion im Plenum 	<ul style="list-style-type: none"> - Präsentation Folie 51 – 57 - Diskussion im Plenum
10 U3	<p>1.8b News Training Fake News</p>	<p>SuS wissen, was Fake News sind und kennen bereits die ersten Strategien zum Entlarven</p>	<p>Wichtig: Nach Begründung fragen!</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Input - Abstimmung 	<ul style="list-style-type: none"> - Präsentation Folie 51 – 57 - Abstimmung
15 U3	<p>2.3 News Academy Fake News</p>	<p>SuS wissen, was Fake News sind und kennen bereits die ersten Strategien zum Entlarven</p>	<p>1. Spiegel ED Video zu Fake News</p>	<p>Input</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Präsentation Folie 58 – 60 (Wissenssnack No. 3) - Spiegel ED Video
15 U3			<p>2. Zwei Methoden aus dem Video werden von den Teilnehmern vorgeführt (Bilder-Rückwärts-Suche + Impressum)</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Präsentation Folie 58 – 60 (Wissenssnack No. 3) - Spiegel ED Video
25 U4	<p>1.8b News Training Fake Check – Arbeitsphase</p>	<p>SuS wissen, wie Fake News Methoden praktisch angewandt werden</p>	<p>Gruppen aus der Clickbait Challenge prüfen News Beispiele auf ihren Wahrheitsgehalt mit den erlernten Fake Check Methoden und liefern eindeutige Beweise.</p>	<p>Gruppenarbeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Präsentation Folie 61 - Taskcards mit 6 erstellten News Beiträgen - QR-Codes/Short-Links von Taskcards-Seiten (laminiert)
15 U4	<p>1.8c News Training Fake Check – Ergebnisse</p>	<p>SuS wissen, welche Gegenstrategien wann erfolgreich sind</p>	<p>Die Gruppen stellen ihre Ergebnisse mit Beweisen vor und erläutern ihre angewandten Methoden.</p>	<p>Gruppenarbeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Präsentation Folie 62
			<p>Hinweis für T: Ggf. erfolgreiche Lösungswege im Plenum nachstellen.</p>		

NEWS TRAINING

<p>5 U4</p> <p>1.8d News Training Fake News – Auswirkungen</p>	<p>SuS kennen die gesellschaftlichen Auswirkungen von Fake News</p>	<p>Die T stellen die direkten Auswirkungen von Fake News mit Fakten vor und zeigen anhand eines Videobeispiels, wie russische Propaganda funktioniert und diese auch Auswirkungen auf Deutschland hat.</p>	<p>Input</p>	<p>- Präsentation Folie 63–65 - Arte Fake News Video https://youtu.be/4ia5jtYO_Fw?si=pcI4eNaL6_bkPVhY&t=299</p>
		<p>Pause</p>	<p>Vorbereitung der Menti-Werkstatt, Prüfung der Tablets etc.</p>	<p>Pause</p>
		<p>30 U5</p> <p>2.4 News Academy Menti-Werkstatt</p>	<p>SuS beschäftigen sich interaktiv mit dem Thema Finanzierung der Nachrichtenanbieter sowie der Meinungs- und Pressefreiheit und ihrer Grenzen</p>	<p>Anhand einer Menti-Meter-Präsentation erarbeiten sich die SuS in Einzel- oder Partnerarbeit mit abwechselnden Input- und Quizparts die Ergebnisse zu den Themen: Finanzierung und Meinungs- und Pressefreiheit.</p>
			<p>ACHTUNG: Für das Thema „Meinungs- und Pressefreiheit gibt es austauschbare Slides in Menti-Meter (je nach Zeitbudget und Lernniveau). Mehr Infos hierzu in den Slide-Notes der Menti-Präsentation.</p>	
		<p>5 U5</p> <p>3.1a News Factory Website</p>	<p>SuS kennen die Website und kennen die Vorgaben der Artikel</p>	<p>T leiten in die Produktionsphase ein: Ziel ist eine fertige Website mit X Artikeln (inkl. eingearbeiteter Geheimaufräge). Die Website kann hierzu kurz vorgestellt werden. Anschließend beginnt die Vorstellung der Redaktionsgruppen.</p>
		<p>10 U5</p> <p>3.1b News Academy News-Akteure</p>	<p>SuS wissen, was eine Redaktion ist, und kennen den Unterschied zu einer Nachrichtenagentur</p>	<p>Vor der Einteilung in Redaktionsgruppen wird von den T die Definition von Nachrichtenagentur und - redaktion erfragt und die Unterschiede kurz besprochen. Als Vorbereitung für die Bildung von eigenen Redaktionsgruppen durch die SuS.</p>
		<p>20 U6</p> <p>News Factory Vorbereitung</p>	<p>SuS haben sich in den Gruppen eingefunden und sich eine Identifikation geschaffen</p>	<p>Die SuS entwickeln in ihren Gruppen einen Namen für die Redaktionsgruppe, einen passenden Slogan sowie ein Logo (letzteres optional auch mit einer Website gestaltet).</p>
		<p>15 U6</p> <p>Abschluss + 10 min Puffer</p>	<p>Abschluss des ersten Projekttages.</p>	

TAG 2

Block	Zeit	Name	Ziel	Inhalt	Methode	Material
	10 U1	3.2 Begrüßung	SuS sind eingestimmt und haben ihr Wissen aktiv aufgefischt	Begrüßung und aktivierendes Spiel: Wiederholung der wesentlichen Themen von Tag 1, indem die SuS jeweils zu dritt mit zusammengehörigen Themen-Karten ein Set bilden.	- Plenum mündlich - Begriffe ordnen anhand von Aufstellung - PC-Raum oder genügend Geräte zum Recherchieren und Artikel schreiben	- Präsentation Folie 1-3 - Gemischte Karten Memory-Set (Karten = Anzahl SuS! Ggf. ganze Sets weglassen)
	10 U1	3.1a News Factory Vorbereitung der Recherchephase	SuS haben ihre klare Aufgabenstellung	Die jimdoo Website wird erneut vorgeführt und mit der digital zur Verfügung gestellten Kriterienliste für die Artikel abgeglichen. Es können noch wesentliche Fragen geklärt werden.	- Input - Fragerunde	- Präsentation Folie 4-5 - jimdoo Website der Klasse
	20 U1	3.3 News Factory Schreibübung - Eure erste Meldung	SuS wissen, wie kurze Nachrichtentexte mit wesentlichen Infos verfasst werden	Nach der Erläuterung der Aufgabe sollen die SuS ihre eigenen kurzen Texte anhand der Arbeitsblätter in Partnerarbeit verfassen. 3-4 Texte sollen von den SuS vorgelesen werden und auf ihre Unterschiede verglichen werden.	- Partnerarbeit - Vorlesen - Diskussion im Plenum - Notizen	- Präsentation Folie 6-8 - AB „Eure erste Meldung“ (je 2er-Team)
	20 U1/ U2	3.1c News Factory Ressorts	SuS kennen die Ressorts, zu denen sie schreiben	Die Ressorts werden anhand von praktischen Beispielen erst im Plenum gesammelt und dann in den Gruppen verteilt. Die Gruppen einigen sich untereinander auf das jeweilige Ressort.	- Sammlung - Input - Gruppenaustausch	- Präsentation Folie 9-10
	30 U2	3.1d News Factory Recherchephase	SuS haben ihr Thema, Quellen und erste Notizen	Unterstützung der SuS bei der Festlegung ihrer Themen und kritischer Prüfung der Quellen.	Selbstständige Arbeit mit Unterstützung	- Präsentation Folie 11 - für SuS: PCs/Laptops - für T: Tabellen-Übersicht
	Pause					
	45 U3	3.4a News Factory Erste Schreibphase	SuS schreiben ihre Artikel zu mindestens 50% fertig	SuS beginnen die Produktion ihrer Artikel.	Selbstständige Arbeit mit Unterstützung	- Präsentation Folie 12-13 - Artikel-Vorlage (geteiltes Dokument)

5 U4	3.5a News Factory Bilder im Kopf + Kurzauswertung	SuS verstehen, dass Bilder für die Vorstellung von Wirklichkeit bedeutsam sind	SuS sitzen für sich und schließen die Augen; T nennen zwei bis drei Runden hintereinander ein Stichwort zu einem Ereignis, welches aus den Medien bekannt sein sollte. SuS sollen dann ihre Augen öffnen und ihre Assoziationen nennen.	Plenum sitzend mündlich - Präsentation Folie 14
10 U4	3.5b News Factory Vorbereitung Bildrecherche	SuS wissen, welche Bilder sie speichern und nutzen dürfen	T erklären und zeigen - Urheberrecht und CC-Lizenzen - Wissen und Wege zu Foto-/Bilddatenbanken - Produktion KI-generierter Bilder als Symbolbilder - Downloadverfahren und Speicherung live	Input Plenum - Präsentation Folie 15–23
5 U4	2.6 News Academy Presserat und Pressekodex	SuS kennen im Allgemeinen Presserat und Pressekodex und erhalten einen groben Überblick zu dessen Aufgaben	Anhand von Auszügen aus dem Pressekodex wird die Wichtigkeit der Wahrheitsgemäßes Berichterstattung u. Veröffentlichung, die korrekte Kennzeichnung von Vermutungen, Gerüchten etc. in Schrift und Bild herausgearbeitet. Vorbereitung auf den News Check und die Übung „Der Klassenrat“ (S. 4.2).	Input - Präsentation Folie 24–25 (Wissenssnack No. 5)
10 U4	3.5c News Factory Bildrecherche	SuS haben jeweils ein Bild zu ihrem Artikel gespeichert	SuS nutzen die Ihnen vorgestellten Methoden recherchieren nach einem Bild zu ihrem Artikel oder erstellen dieses mit einem KI-Tool und speichern alles im korrekten Format ab.	Selbstständige Arbeit mit Unterstützung - Präsentation Folie 26–27 - Für KI-generierte Bilder: www.dream.ai
15 U4	3.4b News Factory Zweite Schreibphase	SuS schreiben ihre Artikel zu mindestens 75% fertig	Hinweis für T: Hier sollte noch einmal gut geprüft werden, dass alle Quellen (Texte, Bilder mit Lizenzangaben) korrekt in der Textvorlage gespeichert wurden.	Selbstständige Arbeit mit Unterstützung - Präsentation Folie 28
		Pause	Möglichkeit für T, Geheimaufträge für die Artikel vorzubereiten und zuzuordnen.	Pause
5 U5	3.6 News Factory Einleitung Geheimaufträge	SuS wissen, dass es Geheimaufträge geben wird	Im Plenum wird kurz eingeleitet, dass die Gruppen Geheimaufträge zu ihren Artikeln erhalten, die sie umsetzen sollen.	- Input - Präsentation Folie 29

NEWS FACTORY

<p>40 U5</p> <p>3.4c News Factory</p> <p>Letzte Schreibphase</p>	<p>SuS stellen ihre Artikel fertig, setzen ihre Geheimaufträge um und laden die Artikel auf der Website hoch</p>	<p>Die Geheimaufträge werden verteilt, während die SuS Ihre Artikel fertig stellen. SuS, die bereits früher fertig sind, werden zu „Tech-Supportern“ ausgebildet und in den Uploadprozess mit Jimdo eingewiesen. Sie unterstützen von nun an die anderen SuS.</p>	<p>- Selbstständige Arbeit - Unterstützung untereinander</p>	<p>- Präsentation Folie 30–32 - Geheimaufträge (raminiert)</p>
<p>20 U6</p> <p>4.1 News Check</p> <p>Präsentation und Auflösung</p>	<p>SuS sehen die Ergebnisse ihrer Arbeit und wissen, wie Texte kritisch geprüft werden</p>	<p>Einzelne Beiträge werden gezeigt. Dann wird im Plenum gesammelt, an welchen Stellen Ungereimtheiten im Text zu finden sind. Schließlich wird mündlich aufgelöst, welcher Auftrag dahintersteckte.</p>	<p>- Klassenraum - Plenum</p>	<p>- Präsentation Folie 33 - Jimdo Website der Klasse</p>
<p>Hinweis an die Trainer*innen: Die gemeinsame Präsentation ist wichtig und sollte wertschätzend durchgeführt werden. Danach können die T je nach Zeitbudget entscheiden, welche Methoden zur verbalen Auswertung sie durchführen möchten. Zeit einplanen für Zusammenfassung der T und Feedback.</p>				
<p>(15 U6)</p> <p>4.2 News Check</p> <p>Der Klassenrat</p> <p>Optionale Backup-Methode (nur bei 15 min Extra-Zeitpuffer)</p>	<p>SuS werten die Nachrichtenartikel samt der Geheimaufträge spielerisch mit einem Bezug auf Presserat und Richtlinien des Pressekodex aus.</p>	<p>- Verweis auf den Presserat und Pressekodex (s. Folien unter 2.6), ggf. kurze Wiederholung - Presse-Beispiel zur Erklärung der Klassenrat-Methode und Verteilen der Materialien - die SuS stellen ihre Artikel vor, die jeweils anderen Redaktionsgruppen diskutieren mögliche Konsequenzen (mit Blick auf die durch die Geheimaufträge eingearbeiteten Unsäuberkeiten)</p>	<p>- Gruppenarbeit - Diskussion im Plenum</p>	<p>- Präsentation Folien 34 – 36</p>
<p>10 U6</p> <p>4.3 News Check</p> <p>Abschlussquiz</p>	<p>SuS gehen das Erlernte abschließend in Kürze durch</p>	<p>SuS festigen das erlernte Wissen mit einem abschließenden Mentimeter-Quiz.</p>	<p>Quiz</p>	<p>- Präsentation Folie 37 (38) - Menti-Abschlussquiz (Mentimeter)</p>
<p>15 U6</p> <p>4.4 Feedback zum Projekt</p>		<p>Schritt 1 schriftlich (Medienanstalt Hessen): SuS füllen Feedbackbogen aus (3 Fragen) Schritt 2 mündlich: SuS geben Feedback zu Inhalt und Verlauf der Projekttag</p>	<p>SuS einzeln Plenum</p>	<p>- Präsentation Folie 39 - Feedback Bögen</p>
<p>NEWS CHECK</p>				

NEWS CACHING

ZWISCHEN FAKTEN, FAKES UND FILTERBLASEN ZURECHTFINDEN IN ONLINE-NACHRICHTEN

HANDBECKUNG FÜR LEHRKRÄFTE

Oktober 2025

HERAUSGEBER

Medienanstalt Hessen
Wilhelmshöher Allee 262
34131 Kassel
info@medienanstalt-hessen.de
Tel. (0561) 93 586 0

MEDIENPÄDAGOGISCHE GESTALTUNG UND KONTAKT

medienblau gGmbH
Inhaltlich verantwortlich: Philipp Buchholtz
Schillerstr. 73
34117 Kassel
mail@medienblau.de
Tel. (0561) 827 925 0

AUTOREN

Julian Kasten und Georg Uhrlandt

REDAKTION

Daniel Hildebrandt

LAYOUT

Silvana Kuhnert



Diese Handreichung gibt es auch als digitale Version.
Sie steht Ihnen kostenfrei zum Download über den nebenstehenden QR-Code
oder den Link www.news-caching.medienblau.de im Bereich Material für Lehr-
kräfte zur Verfügung.

