

Verantwortung.

Planung Doppellektion zum Thema
Fake News.

Stand: 6. September 2024



Planung Doppellektion zum Thema «Fake News».

Das Dokument ist so aufgebaut, dass nach der Umsetzung der Doppellektion alle Unterlagen für die Lehrperson folgen und anschliessend die für die SuS.

Inhalt.

Reflektierter Umgang mit Medien/Sensibilisierung
Fake News

Stufe.

Mittel- und Oberstufe (11–16 Jahre)

Zeitaufwand.

90 Minuten; Für den zweiten Teil gibt es zwei Varianten.

Variante A: Fake News erstellen;

Variante B: News und ihre Absender.

Lernziele.

- SuS können das Akronym REAL in konkreten Beispielen anwenden.
- SuS können Absichten nennen, die Verfasserinnen und Verfasser von Fake News verfolgen.
- SuS kennen verschiedene Absendergruppen und können Nachrichtenbeiträge den Gruppen zuordnen.
- SuS erkennen die Vorteile von Qualitätsmedien als Absender von Nachrichten.
- SuS sind sich bewusst, dass alle Opfer von Fake News werden können.

Umsetzung Doppellektion.

Vorbereitung: SuS erhalten den Auftrag, zwei bis drei für sie relevante News (der letzten Tage) aufzuschreiben, als Printscreen mitzubringen oder als Link zum Teilen.

Dauer	Inhalt	Didaktische Umsetzung	Sozialform	Material
10'	Eigene News analysieren	In Gruppen tauschen sich die SuS über ihre mitgebrachten News aus. Jeweils ein:e SuS dreht am Rad und beantwortet die Frage. Dies wird wiederholt, bis alle Fragen beantwortet wurden. Wordwall-Fragen: • Wo hast du deine News gefunden/gesehen? • Weisst du wer der/die Absender:in deiner News ist? • Warum hast du diese News ausgewählt? • Hast du deine News überprüft? Wenn ja wie? • Hast du deine News geteilt? • Ist deine News auch für andere wichtig?	GA	Kommentar für Lehrperson: QR-Code Wordwall
10'	Fake News betrifft uns alle	Die SuS erhalten ein Beispiel, indem ein Kind eine Fake News nicht als diese erkennt und diskutieren darüber. Was könnten die Betroffenen tun?	GA	Arbeitsblatt Fake News betrifft uns alle
15'	Vertiefung REAL	REAL ist im Schulzimmer verteilt (pro Buchstabe gibt es einen QR-Code zu einem Videoausschnitt). Die SuS scannen die Codes und schauen die kurzen Videoausschnitte. • 5./6. Klasse erhalten ein vorbereitetes Arbeitsblatt; Ordnen jeweils den Buchstaben dem Satz korrekt zu; • 7.–9. Klasse arbeiten ohne Hilfsmittel, notieren die Sätze selbständig Kurze Kontrolle im Plenum	EA PL	Kommentar für Lehrperson: QR-Codes REAL Arbeitsblatt Vertiefung REAL Kommentar für Lehrperson: Lösung Vertiefung REAL Kommentar für Lehrperson: Plakat REAL

Legenden: PA Partnerarbeit, PL Plenum, GA Gruppenarbeit, EA Einzelarbeit, SuS Schülerinnen und Schüler

Dauer	Inhalt	Didaktische Umsetzung	Sozialform	Material
15'	Fake News mit REAL entlarven	SuS erhalten in Zweiergruppen eine Falschnachricht und schauen diese genau an. Sie finden Antworten auf folgende Fragen: Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? • Werden Personen respektvoll behandelt? (R) • Spricht euch die News emotional an? (E) • Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A) • Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L) • Was ist die Absicht der Nachricht? Austausch im Plenum; Sammeln von möglichen Absichten von Fake News; Input LP zu möglichen Absichten von Falsch-nachrichten: • Clickbaiting (reisserische Überschriften regen zum Anklicken des Artikels an); • Satire (überspitzte oder humoristische Darstellung); • Gerüchte verbreiten (Erzählungen werden ausgeschmückt/verändert); • Werbung und Gewinnspiele (möchte etwas verkaufen); • Desinformation (falsche Inhalte, die absichtlich verbreitet werden); • Meinungsbildung politisch motivierter Gruppen und Parteien. (Fakten werden bewusst weggelassen, um Menschen von einer politischen Ansicht zu überzeugen.) SuS ordnen die erhaltene Falschnachricht einer Absicht zu.	PA PL	Arbeitsblatt Fake News mit REAL entlarven Kommentar für Lehrperson: Lösung und Hintergrund Fake News mit REAL entlarven Kommentar für Lehrperson: Plakat Absichten Fake News

Variante A

25'	Fake News erstellen	SuS verändern eine Schlagzeile. • 5./6. Klasse: LP gibt eine Schlagzeile inkl. Bild vor (analog oder digital); • 7.–9. Klasse: SuS wählen im Internet selbst eine Schlagzeile inkl. Bild aus z.B. www.srf.ch/news/gesellschaft Ablauf: • SuS machen sich mit dem Inhalt des Artikels vertraut; • SuS erfinden eine neue Fake News-Schlagzeile zu diesem Titelbild und überlegen sich, was die Absicht der gefälschten Nachricht sein könnte. • SuS setzen ihre Fake-News-Schlagzeile um, digital mit einfacher Bildbearbeitungssoftware (z.B. Paint) oder analog;	PA	Kommentar für Lehrperson: Anleitung Fake News erstellen
-----	---------------------	--	----	--

Dauer	Inhalt	Didaktische Umsetzung	Sozialform	Material
10'	Austausch mit einer anderen Gruppe	Die SuS erklären den Inhalt ihres Fake-Artikels einer anderen Gruppe. Diese Gruppe gibt Rückmeldung zum Fake-Artikel mit Hilfe der untenstehenden Aussagen: • Interessiert mich (Ja $\longleftrightarrow$ Nein) • Wirkt überzeugend (Ja $\longleftrightarrow$ Nein) • Ist respektvoll gegenüber anderen Personen / Gruppen (R) (Ja $\longleftrightarrow$ Nein) • Weckt Emotionen (E) (Ja $\longleftrightarrow$ Nein) • Macht einfache Lösungsvorschläge (L) (Ja $\longleftrightarrow$ Nein) Die Rückmeldungen können kurz thematisiert werden. Gruppe wechseln.	GA	
5'	Abschluss (was nehmen wir mit?)	Kurzer Erfahrungsaustausch über die Aktivität: Wie habe ich mich in dieser Rolle gefühlt? Der Original-Artikel wurde von einem Journalisten/einer Journalistin geschrieben. Welche wichtigen Aufgaben haben sie? SuS erhalten das Merkblatt. Input durch LP: Hinweis Qualitätsmedien: • REAL hilft bei der Einschätzung von News. • Dabei lohnt es sich den Absender (A) besonders genau anzuschauen. • Ist der Absender ein Medienhaus, kann man sich viel eher darauf verlassen. • Journalist:innen haben eine «Informationshaftung». Das heisst jeder/jede kann sie einklagen, wenn sie sich nicht an ihre Rechte und Pflichten halten. Das ist ein zentraler Unterschied zu Influencern und allen anderen, die im Netz etwas posten. • Medienhäuser produzieren auch News explizit für Kinder/Jugendliche. Diese altersgerecht aufbereiteten News helfen komplexe Sachverhalte einzuordnen. • Viele Medienhäuser sind auch in den sozialen Medien präsent und haben eigene Konten z.B. SRF.	PL	Arbeitsblatt Merkblatt Qualitätsmedien

Variante B.

Dauer	Inhalt	Didaktische Umsetzung	Sozialform	Material
15'	News und ihre Absender	Überleitung: REAL: Buchstabe A: «Überprüfe den Absender» ist etwas, das sich relativ leicht und schnell überprüfen lässt. Wenn ich das bei jeder News machen muss, ist das trotzdem zeitraubend. Absender kann man gruppieren. Das hilft uns dabei, eine schnellere Einschätzung zu machen. 1. Was kennt ihr für Absender von News im weiteren Sinne? • 5./6. Klasse: Die «Tabelle I einfach» lesen und Begriffe klären. • 7.–9. Klasse: Mündlich Absender sammeln und diese gemeinsam gruppieren; «Tabelle II anspruchsvoll» lesen und Begriffe klären. 2. Zuordnung der News in die drei oder fünf Gruppen: • Jede/r SuS erhält eine News ausgedruckt und ordnet sie einer Gruppe zu. 3. Vertrauenswürdigkeit von Absendern einschätzen • Jede/r SuS markiert in der 1. Spalte der Tabelle I oder II die Absendergruppen mit einer Farbe; • Grün: überprüfe ich nicht, aber ich weiss auch bei Qualitätsmedien können Fehler passieren. • Orange: unsicher (REAL) • Rot: überprüfe ich (REAL) → Alarmglocken 4. Mit dem Nachbarn/der Nachbarin vergleichen: Welche Gruppen habe ich mit welcher Farbe markiert? Was ist der Grund dafür, dass ich diese Farbe gewählt habe? Input LP: Ziel ist nicht, dass die Zuordnung der Farben zu den Absender:innen bei allen SuS einheitlich ist. Je nach Fall muss unterschieden werden. Z.B. kann ich nicht allen Organisationen vertrauen. Dazu muss ich zwischen vertrauenswürdigen und nicht vertrauenswürdigen Organisationen unterscheiden können. Wenn eine Organisation mir nicht vertrauenswürdig erscheint, heisst das nicht, dass alle von ihren veröffentlichten Meldungen falsch sind. Aber ich muss beim Lesen kritisch sein (REAL läuft im Hintergrund mit). Wenn die Ampel immer auf rot ist, ist das mit der Zeit anstrengend. Ich brauche also eine Strategie, die mir hilft, eine grobe Einordnung zu machen. Dennoch bin ich mir bewusst, dass auch bei Qualitätsmedien Fehler passieren können.	PL PL PL EA PA	Arbeitsblatt News und ihre Absender Kommentar für Lehrperson: Hintergrund News und ihre Absender Arbeitsblatt News zuordnen Kommentar für Lehrperson: News zuordnen – Beispiele

Dauer	Inhalt	Didaktische Umsetzung	Sozialform	Material
15'	Qualitätsmedien erkennen	Input LP: Qualitätsmedien stellen Journalist:innen an. Journalist:innen verpflichten sich, Spielregeln (sogenannte Pflichten und Rechte) einzuhalten. Diese Spielregeln sind im Journalistenkodex festgehalten. Wenn Journalist:innen finden, dass Inhalte interessant sind für ihr Publikum, überprüfen sie diese und halten sich an den Journalistenkodex, bevor sie diese veröffentlichen. Diese Regeln und Pflichten gelten für Journalist:innen in der ganzen Schweiz. U.a. verpflichten sich Journalist:innen unabhängig zu sein. D.h. sie lassen sich nicht von Institutionen oder Menschen beeinflussen bzw. kaufen. Heute können alle Personen Inhalte veröffentlichen. Die Aufgabe der Journalist:innen ist darum noch anspruchsvoller geworden und das Checken der Fakten wird noch wichtiger. Mehr Informationen für die LP im Kommentar für Lehrperson: Hintergrund Pflichten Journalist:innen 1. SuS erhalten das Arbeitsblatt Journalistenkodex (vereinfachte Sprache) oder den Link zum Journalistenkodex presserat.ch/journalistenkodex/erklarung/. 2. SuS lösen das Quiz mit Hilfe des Journalistenkodex.	PL	Kommentar für Lehrperson QR-Code Quiz Kommentar für Lehrperson: Lösung digitales Quiz Journalistenkodex Arbeitsblatt Journalistenkodex Kommentar für Lehrperson: Hintergrund Pflichten Journalist:innen
10'	Abschluss (was nehmen wir mit?)	Kurzer Austausch über die Aktivität. Weitere Fragen: Bei welchen Absendergruppen möchte ich mich in Zukunft informieren? Welche Kanäle nutze ich bereits, die ich als vertrauenswürdig einschätze (Ampel auf Grün)? Input LP: • REAL hilft bei der Einschätzung von News. • Dabei lohnt es sich den Absender (A) besonders genau anzuschauen. • Ist der Absender ein etabliertes Medienhaus kann man sich eher darauf verlassen. • Einige etablierte Medienhäuser produzieren auch News explizit für Kinder/Jugendliche. Diese altersgerecht aufbereiteten News helfen komplexe Sachverhalte einzuordnen. • Viele Medienhäuser sind auch in den sozialen Medien präsent und haben eigene Konten z.B. SRF auf TikTok und Instagram. Das Merkblatt Qualitätsmedien abgeben (evtl. digital). Wenn noch Zeit ist, die SuS die Newsplattformen besuchen lassen.	PL	Arbeitsblatt Merkblatt Qualitätsmedien

Eigene News analysieren.

Link: view.genially.com/666c0f2b43c1b500154212a1



Vertiefung REAL.

R

Link: view.genially.com/66b4659fa5f11a13b7052c7c/horizontal-infographic-diagrams-rde



Vertiefung REAL.

E

Link: view.genially.com/66b46d56a5f11a13b708ff04/horizontal-infographic-diagrams-edc



Vertiefung REAL.

A

Link: view.genially.com/66b46d59a5f11a13b70901e6/horizontal-infographic-diagrams-ade



Vertiefung REAL.

L

Link: view.genially.com/66b46d5c31f7990ed83422f2/horizontal-infographic-diagrams-Ide



LÖSUNG: Vertiefung REAL.

R für Respekt

E für Emotion

A für Absender

L für Lösungsvorschlag

Scanne die QR-Codes im Schulzimmer und schaue dir die kurzen Videos an.

Lies anschliessend die Texte unten und überlege dir, welcher Buchstabe zu welchem Text gehört.

Kreise den richtigen Buchstaben ein.

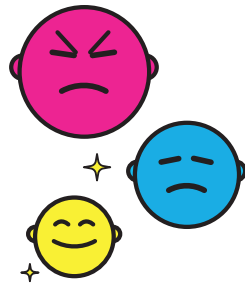
Fragt euch, wie ein Beitrag auf euch wirkt. Will er euch wütend, traurig oder glücklich machen? Will er nur, dass ihr «share» oder «like» drückt? Oder will er euch ehrlich informieren?	Fragt euch, ob ein Beitrag nur eine einfache Antwort gibt. Oder ob er zeigt, dass es auch ok ist, wenn man verschiedene Lösungen für ein Problem hat.	Überlegt euch, woher ein Beitrag kommt. Wer hat das gepostet? Gibt es andere Quellen, um zu überprüfen, ob das Gesagte stimmt? Will ein Absender euch von seiner Meinung überzeugen oder will er informieren?	Überlegt euch, ob ein Post respektvoll ist gegenüber Menschen oder gewissen Menschengruppen (oder Glaubensrichtungen). Oder passiert das Gegenteil: Wird jemand schlecht gemacht?
R E A L	R E A L	R E A L	R E A L



R

Respekt.

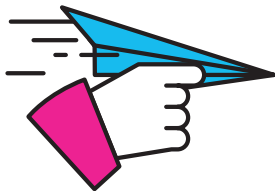
- Ist ein Beitrag respektvoll gegenüber Menschen oder gewissen Menschengruppen (oder Glaubensrichtungen)?
- Oder wird jemand schlecht gemacht?



E

Emotion.

- Will der Beitrag euch wütend, traurig oder glücklich machen?
- Will er nur, dass ihr «share» oder «like» drückt?
- Oder will er euch ehrlich informieren?



A

Absender.

- Wer hat den Beitrag gepostet?
- Gibt es andere Quellen, um zu überprüfen, ob das Gesagte stimmt?
- Will ein Absender euch von seiner Meinung überzeugen oder will er informieren?



L

Lösungsvorschlag.

- Gibt der Beitrag nur eine einfache Antwort?
- Oder zeigt er, dass es auch ok ist, wenn man verschiedene Lösungen für ein Problem hat?

LÖSUNG UND HINTERGRUND: Fake News mit REAL entlarven.

A) Clickbaiting.



Quelle: www.wissen-macht-den-unterschied.de

Hintergrund:

Beim Tier, das auf diesem Bild ersichtlich ist, handelt es sich um einen Megamouth-Hai, der sehr selten ist und sehr gross (circa 5 Meter). Fake ist in diesem Artikel der Begriff «Tiefseemonster» im Titel. Dieser Hai ist nicht gefährlich und ernährt sich hauptsächlich von Plankton.



Quelle: www.fastnews.online

Übersetzung:

Neues Update: Prinz William verkündet Liebeskummer: «Meine Frau, es ist vorbei ...»

Hintergrund:

Dieser Artikel nimmt Bezug auf die Bauchoperation von Kate Middleton. Dabei wurde die Öffentlichkeit nicht darüber informiert, was der Grund für die Operation war. Prinz William äusserte sich zu Fragen diesbezüglich bewusst ausweichend. Fake bei diesem Artikel ist das Zitat von Prinz William im Titel «Meine Frau, es ist vorbei», das verschiedene suggeriert, z. B. dass ihre Beziehung vorbei sei.



Quelle: www.wissen-macht-den-unterschied.de
(Quelle existiert nicht mehr)

Hintergrund:

Auf dem Bild zu sehen ist eine Pilzart, die in Europa und Amerika weit verbreitet ist. Die deutsche Bezeichnung des Pilzes lautet vielgestaltige Holzkeule. Aus der richtigen Perspektive fotografiert sehen die Pilze unheimlich aus. Nicht von ungefähr wird der Pilz daher im englischsprachigen Raum auch «Dead Man's Fingers» – «Leichenfinger» bezeichnet. Wegrennen muss man davor allerdings nicht, der Pilz ist ungiftig.



Quelle: www.ca.news.yahoo.com

Hintergrund:

Ein seltsames Bild eines massigen Pferdes mehrmals auf Sozialen Medien geteilt, zusammen mit der Behauptung, dass ein Pferd namens Felicia die Geburt verweigert habe. Demnach kam ein Tierarzt und sah auf einem Ultraschallbild etwas Schockierendes, woraufhin er die Polizei rief.

All dies war jedoch frei erfunden. Eine gängige Version dieser Geschichte endet mit der Enthüllung, dass ein «versteckter Ortungschip» in Felicia gefunden wurde. Der Geschichte zufolge hätte dieser Chip es einem der Pferdezüchter ermöglicht, Felicia zu finden.

Eine Bilderrückwärtssuche zeigt, dass das Bild manipuliert ist und ursprünglich eine von 36 Einsendungen im Rahmen eines Adobe-Photoshop-Wettbewerbs aus dem Jahr 2011 war.

B) Satire.



Quelle: www.x.com/extra3

Hintergrund:

Der satirische Post erweckt den Eindruck, dass geheime US-Dokumente mit dem 08/15 Passwort «12345» geschützt sind.

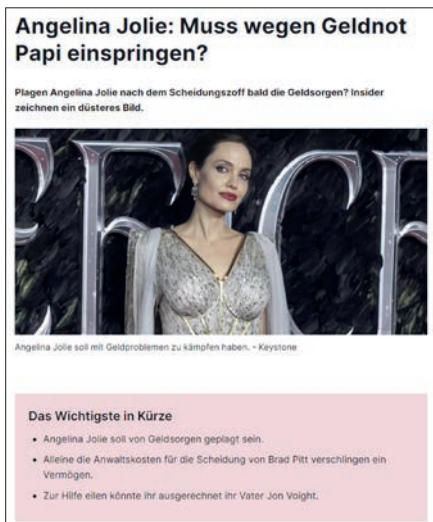
C) Gerüchte.



Quelle: www.nau.ch

Hintergrund:

Dieser Artikel verbreitet das Gerücht, dass Meghan Markle sich Schönheitsoperationen unterzogen hat. Sie wolle aussehen wie ihre Schwägerin Prinzessin Kate. Dabei beruft sich der Artikel auf Kommentare von User:innen auf Social Media.



Quelle: www.nau.ch

Hintergrund:

Dieser Artikel verbreitet das Gerücht, dass Angelina Jolie zukünftig sparen muss. Dabei beruft er sich auf nicht namentlich genannte Bekannte der Schauspielerin, die sagten, dass die Gefahr einer Schuldenfalle bestehe, weil u. a. ihr Weingut in Frankreich und die Scheidung mit Brad Pitt Unsummen verschlucken würden.

D) Desinformation.



Quelle: www.instagram.com/earth_is_flat_truth_page

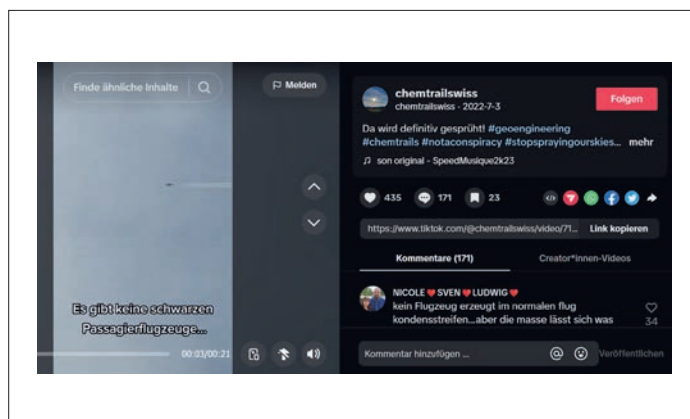
Übersetzung:

Sogar die UN, die Vereinten Nationen, wissen, was richtig ist

UN-Flagge – Flache Erde

Hintergrund:

Dieser Post behauptet, dass das Logo der UN (Vereinte Nationen) zeigt, dass die Erde eine Scheibe ist. Das Logo wurde seit 1958 genutzt werden, damals wollten sie den ersten Satelliten starten und realisierten dabei, dass die Erde eine Scheibe ist.



Quelle: www.tiktok.com/@chemtrailswiss

Hintergrund:

Chemtrails-Verschwörungstheorien behaupten, dass die Kondensstreifen (sogenannte «Chemtrails»), die von Flugzeugen am Himmel hinterlassen werden, in Wirklichkeit chemische oder biologische Substanzen enthalten, die absichtlich von Regierungen oder anderen Organisationen versprüht werden. Anhänger dieser Theorien glauben, dass diese Substanzen verschiedene Zwecke haben könnten, wie zum Beispiel Wettermanipulation, Bevölkerungsreduktion oder Gedankenkontrolle. Wissenschaftlich sind diese Behauptungen jedoch widerlegt, und die Kondensstreifen bestehen lediglich aus Wasser, das durch die Verbrennung von Flugzeugtreibstoff kondensiert. Im vorliegenden Beispiel sieht es aus als ob das Flugzeug schwarz wäre. Das stimmt aber natürlich nicht. Im Gegenteil wirkt alles schwarz oder dunkel, sogar ein weisses Flugzeug.

Absichten Fake News.



Clickbaiting.

Reisserische Überschriften regen zum Anklicken des Artikels an

Quelle: Article11



Satire.

Überspitzte oder humoristische Darstellung zur Gesellschaftskritik

Quelle: Article11



Desinformation.

Falsche Inhalte und Informationen, die absichtlich verbreitet werden

Quelle: Article11



Gerüchte.

Erzählungen, die ausgeschmückt und verändert werden

Quelle: Article11



Werbung & Gewinnspiele.

Fake-Werbung und Fake-Gewinnspiele versuchen oft, persönliche Daten oder Geld zu erhalten, indem sie falsche Versprechungen von Gewinnen oder Rabatten machen.

Quelle: Article11



Meinungsbildung politisch motivierter Gruppen und Parteien.

Wichtige Fakten werden bewusst weggelassen, um Menschen von einer politischen Ansicht zu überzeugen.

ANLEITUNG: Fake News erstellen.

Auf srf.ch finden sich viele aktuelle Schlagzeilen inkl. Bild. Die Lehrperson wählt eine oder mehrere Schlagzeilen aus, die die SuS interessieren und/oder Schlagzeilen deren Bilder die SuS ansprechen. Die Lehrperson macht einen Screenshot der ausgewählten Schlagzeile und stellt die Datei den SuS digital oder in ausgedruckter Form zur Verfügung.

www.srf.ch/news/gesellschaft

Beispiel für eine erstellte Fake News.

Originalnachricht

(Quelle: www.srf.ch/radio-srf-3/festivalsommer/festival-toiletten-was-passiert-mit-der-toi-toi-faekalien-suppe-nach-dem-open-air)



Fake



Printscreen in Paint eingefügt; mit Schriftart Arial Text überschrieben (siehe Video-Tutorial).

view.genially.com/66bdf28fb82c505be5e430fb/horizontal-infographic-diagrams-tutorialfake-news-erstellen



Hintergrund News und ihre Absender.

Tabelle I einfach (5./6. Klasse).

Absender von News	Beispiele	Ziele
1. Medienunternehmen	SRF; TX Group (mit 20Minuten); Ringier (mit Blick); NZZ Medien-gruppe;	Bereitstellung sachgerechter, unab-hängiger und aktueller Nachrichten, sowie bildende und unterhaltsame Beiträge.
2. Institutionen/Firmen (öffentlich und privat)	Bund; Kantone; BAG; WWF, poli. Parteien; Swisscom;	Informationen für Bewohner:innen der Schweiz über Gesetze, Beschlüsse, Aktivitäten, Neue-rungen, usw. Firmen wollen ihre Produkte verkau-fen, diese stellen sie im besten Licht dar (Werbung Paid Post) oder sie wollen ihr Image aufbessern.
3. Einzelpersonen	Influencer:innen; Expert:innen;	Aufbau einer persönlichen Marke; Geld verdienen mit Werbung, Engagement und Interaktion, Hin-weise auf Veranstaltungen oder aktuelle Ereignisse; Unterhaltung mit lustigen oder gruseligen Inhalten.

Farbcode

Grün: überprüfe ich nicht, aber ich weiss auch bei Qualitätsmedien können Fehler passieren.

Orange: unsicher (REAL)

Rot: überprüfe ich (REAL) → Alarmglocken

Tabelle II anspruchsvoll (7.–9. Klasse).

Absender von News	Beispiele	Ziele
1. Medienunternehmen (und Nachrichtenagenturen)	SRF; TX Group (mit 20 Minuten); Ringier (mit Blick); NZZ Medien- gruppe;	Bereitstellung sachgerechter, unab- hängiger und aktueller Nachrichten, sowie bildende und unterhaltsame Beiträge.
2. Regierungs- und öffentliche Institutionen	Bund; Kantone; BAG;	Informationen für Bewohner:innen der Schweiz über Gesetze, Beschlüsse, Aktivitäten, Neue- rungen, usw.
3. Akademische und Forschungs- einrichtungen	Hochschulen;	Wissenschaftliche Erkenntnisse
4. Nichtregierungsorganisationen, Interessensvertretungen, Firmen	WWF; polit. Parteien; Swisscom;	Sensibilisierung für bestimmte Themen; Einflussnahme auf polit. Entscheidungen; Firmen wollen ihre Produkte verkau- fen, diese stellen sie im besten Licht dar (Werbung Paid Post) oder sie wollen ihr Image aufbessern.
5. Einzelpersonen	Influencer:innen; Expert:innen;	Aufbau einer persönlichen Marke; Geld verdienen mit Werbung, Engagement und Interaktion, Hin- weise auf Veranstaltungen oder aktuelle Ereignisse; Unterhaltung mit lustigen oder gruseligen Inhalten.

Farbcode

Grün: überprüfe ich nicht, aber ich weiss auch bei Qualitätsmedien können Fehler passieren.

Orange: unsicher (REAL)

Rot: überprüfe ich (REAL) → Alarmglocken

Lösung News zuordnen – Beispiele.

Einzelne Beiträge sind von newstest.ch

1. Medienunternehmen (und Nachrichtenagenturen).



Quelle: www.instagram.com/nzz



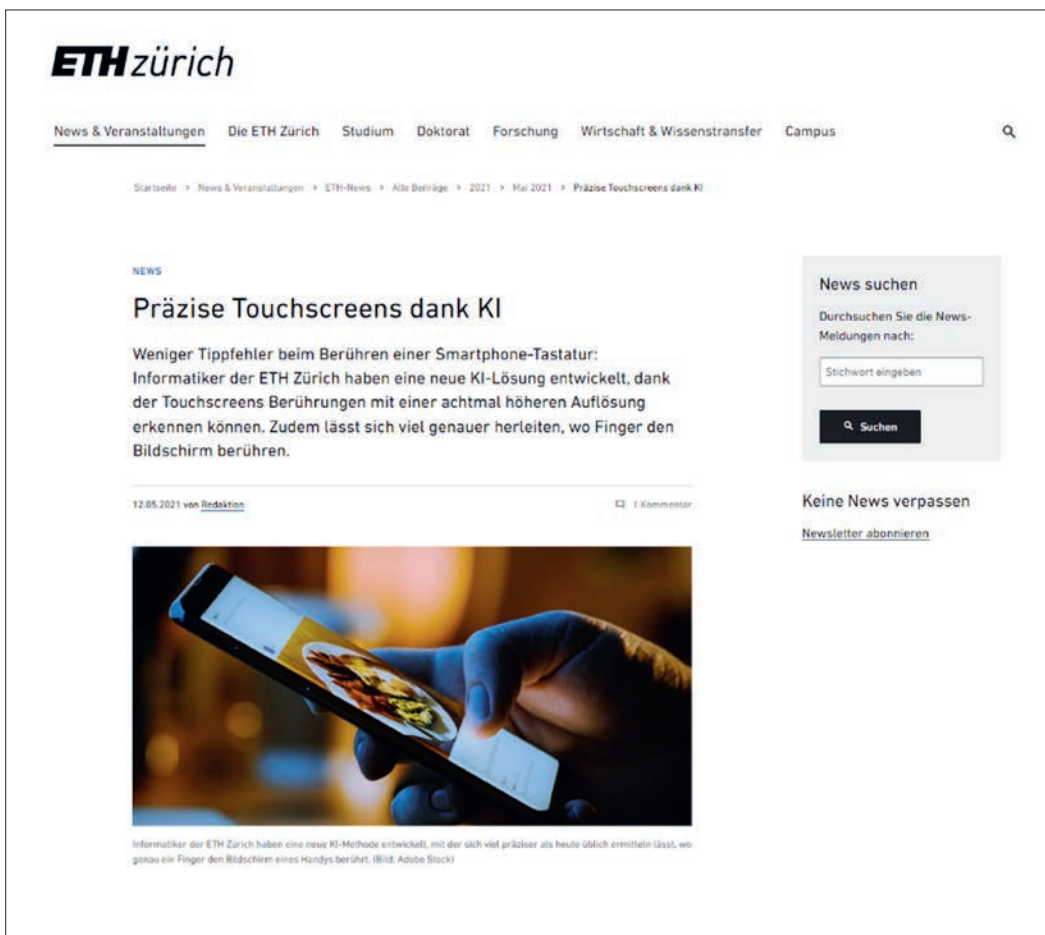
Quelle: www.instagram.com/srfnews

2. Regierungs- und öffentliche Institutionen.



Quelle: www.x.com/UVEK

3. Akademische und Forschungseinrichtungen.



Quelle: www.ethz.ch

4. Nichtregierungsorganisationen, Interessensvertretungen, Firmen.



UNSERE ZIELEWO WIR ARBEITENTIERARTENNACHHALTIG LEBENAKTIV WERDENÜBER UNS

MITGLIED WERDENSPENDEN

26. Mai 2024 — Medienmitteilung

Food Waste: Eine Toastreihe zweimal um den Äquator

Rund 170'000 Tonnen Brot werden in der Schweiz allein in Gastronomie, Handel und Haushalten jährlich verschwendet. Reiht man handelsübliche Toastbrote aneinander, käme man damit zweimal um den Äquator. Was absurd klingt, verdeutlicht unseren verschwenderischen Umgang mit Lebensmitteln.

Quelle: www.wwf.ch

PAID POSTAktualisiert 23. April 2019, 16:50

«Ich sparte 300 Franken bei meiner Reise»

Eine Online-Plattform zahlt Geld zurück für Hotel- und Flugbuchungen.



10

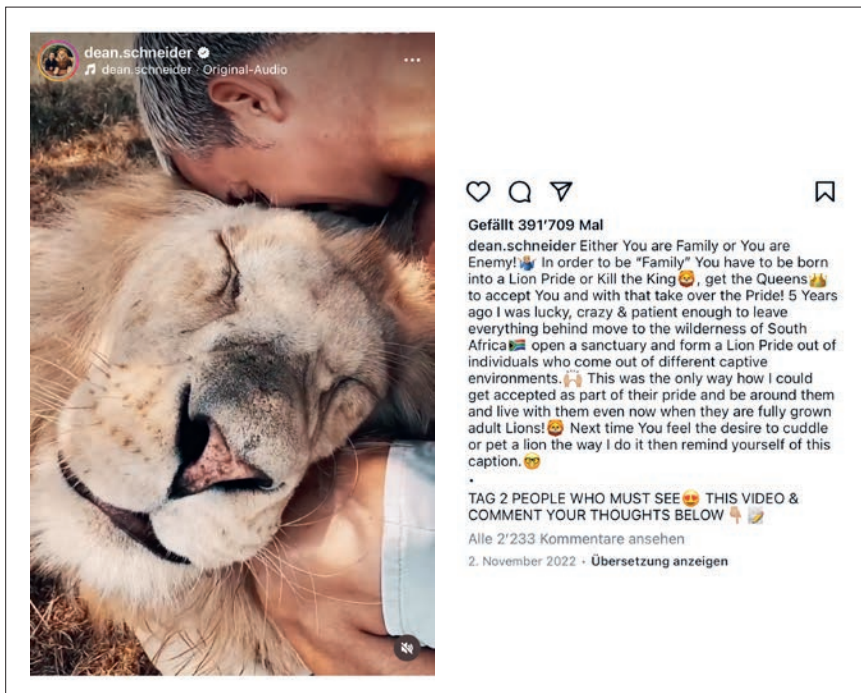


Peter sparte 300 Franken bei seiner letzten Reisebuchung. So funktioniert's...

Wer sich wie Peter auf der Cashback-Website Rabattcorner.ch anmeldet, profitiert automatisch von Rückvergütungen bei vielen bekannten Reiseplattformen und Onlineshops.

Quelle: www.20min.ch

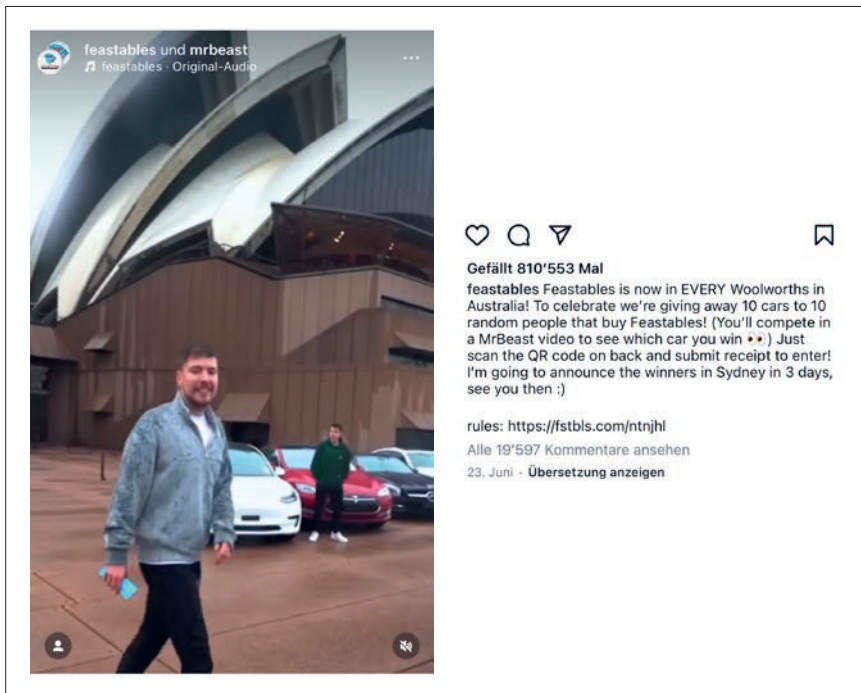
5. Einzelpersonen.



Quelle: www.instagram.com/dean.schneider

Übersetzung Deutsch:

Entweder du gehörst zur Familie oder du bist ein Feind! Um zur «Familie» zu gehören, musst du in ein Löwenrudel hineingeboren werden oder den König töten, die Königinnen dazu bringen, dich zu akzeptieren und damit das Rudel zu übernehmen! Vor 5 Jahren hatte ich das Glück, verrückt und geduldig genug zu sein, um alles hinter mir zu lassen, in die Wildnis von Südafrika zu ziehen, eine Auffangstation zu eröffnen und ein Löwenrudel aus Individuen zu gründen, die aus verschiedenen Gefangenschaften stammen. Das war der einzige Weg, wie ich als Teil ihres Rudels akzeptiert werden konnte und mit ihnen zusammen sein und leben konnte, selbst jetzt, wenn sie ausgewachsene Löwen sind! Das nächste Mal, wenn du den Wunsch verspürst, einen Löwen zu streicheln oder zu kuscheln, so wie ich es tue, dann erinnere dich an diese Überschrift.



Quelle: www.instagram.com/feastables

Übersetzung Deutsch:

Feastables gibt es jetzt in jedem Woolworth in Australien! Um das zu feiern, verlosen wir 10 Autos an 10 zufällige Personen, die Feastables kaufen! (Ihr werdet in einem MrBeast-Video gegeneinander antreten, um zu sehen, welches Auto ihr gewinnt). Einfach den QR-Code auf der Rückseite scannen und den Kassenschein einreichen, um teilzunehmen! Ich werde die Gewinner in 3 Tagen in Sydney bekannt geben, wir sehen uns dann :)



Quelle: www.instagram.com/manuelobafemiakanji

Übersetzung Deutsch:

Ein brutales Ende unserer @euro2024 Kampagne. Was bleibt, ist der Stolz auf das Erreichte und die Dankbarkeit für die überwältigende Unterstützung durch unsere Fans und Familien, sowohl in den Stadien als auch zu Hause in der Schweiz! #moa5

Digitales Quiz Journalistenkodex

Link: view.genially.com/66deb0850a8388b7aab8a044/interactive-content-quiz-journalistenkodexde



LÖSUNG: Digitales Quiz Journalistenkodex.

1. In einer Online-Zeitung erscheint ein Artikel über eine Firma, die Mitarbeitende unfair behandelt. Die Information ist vertraulich und stammt von jemandem aus der Firma. Die Firma verlangt von der Zeitung, die Quelle der Information preiszugeben.

Muss die Zeitung die Quelle angeben? Regel 6 im Journalistenkodex hilft dir weiter.

- A) Nein
- B) Ja

Lösung: A

Regel 6 hält fest, dass Journalist:innen die Quelle von vertraulichen Informationen nicht preisgeben sollen, wenn diese unerkannt bleiben will. Das geschieht zum Schutz der Quelle.

2. Muss die Zeitung die Quelle kennen? Regel 3 im Journalistenkodex hilft dir weiter.

- A) Ja
- B) Nein

Lösung: A

Regel 3 sagt, dass die Zeitung wissen muss, woher die Information ursprünglich stammt.

3. In einem Radiobeitrag wird berichtet, dass ein berühmter Star für das Schreiben seiner Lebensgeschichte (Biografie) einen Vorschuss von mehreren Millionen Franken erhält. Es stellt sich heraus, dass die Nachricht grundsätzlich stimmt, aber der Vorschuss viel weniger hoch ist.

Was passiert nun? Regel 5 im Journalistenkodex hilft dir weiter.

- A) Der Sender muss die Meldung von sich aus richtigstellen.
- B) Der Sender muss die Meldung nur richtigstellen, wenn der Star das verlangt.
- C) Nichts. Es stimmt ja, dass diese Person einen Vorschuss erhalten hat.

Lösung: A

Regel 5 sagt, dass Journalist:innen eine von ihnen veröffentlichte Meldung berichtigen, wenn sie sich als ganz oder teilweise falsch erweist.

4. Eine erfahrene Journalistin, arbeitet für eine Online-Zeitung. Sie erhält ein Angebot von einem grossen Automobilhersteller, der bereit ist, viel Geld für eine ganzseitige Werbung in der Zeitung zu zahlen. Im Gegenzug verlangt der Hersteller, dass die Journalistin in ihrem nächsten Artikel positiv über die neuen Modelle des Automobilherstellers berichtet und die technischen Weiterentwicklungen (Innovationen) hervorhebt.

Wie soll die Journalistin handeln? Regel 10 im Journalistenkodex hilft dir weiter.

- A) Sie akzeptiert das Angebot und schreibt den Artikel gemäss den Wünschen des Automobilherstellers, weil die Werbung für die Online-Zeitung eine gute Einnahmequelle ist.
- B) Sie lehnt das Angebot ab und schreibt den Artikel unabhängig, ohne Werbung zu machen oder Bedingungen von Firmen zu akzeptieren.
- C) Sie verhandelt mit dem Automobilhersteller und einigt sich auf einen Kompromiss, der sowohl die Anzeige als auch einen positiven Artikel beinhaltet.

Lösung: B

Regel 10 hält fest, dass Journalist:innen keine Werbung machen dürfen.

5. Ein Journalist erhält das Angebot, einen luxuriösen Urlaub kostenlos zu verbringen, wenn er im Gegenzug über das neue Hotel berichtet, das ihn einlädt. Wie soll der Journalist handeln? Regel 9 im Journalistenkodex hilft dir weiter.

- A) Der Journalist sollte das Angebot annehmen, da es eine gute Gelegenheit ist, über das Hotel zu berichten, weil er so das Hotel auch wirklich anschauen kann.
- B) Der Journalist sollte das Angebot ablehnen, da das Annehmen von Geschenken oder Vorteilen die Unabhängigkeit und die Äusserung der persönlichen Meinung einschränken könnte.
- C) Der Journalist sollte das Angebot annehmen, aber in seinem Bericht darauf hinweisen, dass er den Urlaub kostenlos erhalten hat.
- D) Der Journalist sollte das Angebot ablehnen und das Hotel öffentlich anprangern.

Lösung: B

Regel 9 besagt, dass Journalist:innen keine Vorteile annehmen, die ihre berufliche Unabhängigkeit beeinträchtigen.

Hintergrund Pflichten Journalist:innen.

Journalist:innen in der Schweiz unterliegen einer Reihe von Pflichten, die sowohl durch Gesetze als auch durch ethische Richtlinien oder interne Dokumente (z. B. Publizistische Leitlinien) bestimmt werden. Diese Pflichten lassen sich grob in **rechtliche Pflichten (1)** und **ethische bzw. berufliche Pflichten (2)** unterteilen. Bei Verstössen kann man sich an gewisse **Rechtsinstanzen (3)** wenden

1. Rechtliche Pflichten

Wahrheitspflicht und Sorgfaltspflicht: Journalisten sind verpflichtet, die Wahrheit zu suchen und zu verbreiten sowie Informationen sorgfältig zu prüfen. Dies ist in Art. 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention (EMRK) verankert, die auch in der Schweiz gilt.

Persönlichkeitsschutz: Das Schweizerische Zivilgesetzbuch (ZGB) schützt die Persönlichkeitsrechte (Art. 28 ZGB). Journalisten müssen bei der Berichterstattung die Privatsphäre und die persönlichen Rechte der Menschen achten.

Richtigstellungspflicht: Sollte es dennoch zu fehlerhaften Veröffentlichungen kommen, haben Journalisten die Pflicht, diese zu korrigieren.

Quellenschutz: Journalisten haben das Recht und die Pflicht, ihre Informanten zu schützen, um die Vertraulichkeit der Informationsquellen zu gewährleisten.

Trennung von Tatsachen und Meinungen: In der Berichterstattung sollte eine klare Unterscheidung zwischen Tatsachenberichten und Meinungsäusserungen vorgenommen werden.

Urheberrecht: Das Urheberrechtsgesetz (URG) regelt den Schutz von geistigem Eigentum. Journalisten müssen die Rechte der Urheber respektieren und dürfen nicht ohne Erlaubnis Texte, Bilder oder andere Werke verwenden.

Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG): Journalisten dürfen keine irreführenden oder täuschenden Informationen verbreiten, die den Wettbewerb verzerren könnten.

Strafrechtliche Bestimmungen: Journalisten müssen auch strafrechtliche Normen beachten, z.B. Verleumdung (Art. 174 StGB), üble Nachrede (Art. 173 StGB) und die Verletzung des Amtsgeheimnisses (Art. 320 StGB).

2. Ethische und berufliche Pflichten

Pflichten gemäss Presserat: Der Schweizer Presserat hat einen «Journalistenkodex» entwickelt, der ethische Richtlinien enthält. Diese umfassen die Verpflichtung zur Wahrheit, Unparteilichkeit, Respekt vor der Menschenwürde und die Vermeidung von Sensationsjournalismus.

Transparenz und Interessenkonflikte: Journalisten sollen transparent arbeiten und Interessenkonflikte vermeiden, um ihre Unabhängigkeit zu wahren.

3. Rechtsinstanzen

Gerichte: In Fällen von Persönlichkeitsverletzungen oder strafrechtlichen Verstössen sind die ordentlichen Gerichte (Bezirks-, Kantons- und Bundesgerichte) zuständig.

Schweizer Presserat: Der Schweizer Presserat ist eine Selbstregulierungsinstanz, die Beschwerden über journalistische Arbeiten prüft und ethische Richtlinien durchsetzt. Er kann allerdings nur moralische, keine rechtlich bindenden Sanktionen verhängen.

Ombudsstelle der SRG SSR: Diese Ombudsstelle befasst sich mit Beanstandungen über die Programme der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft. Sie untersucht diese und kann Empfehlungen aussprechen.

Ombudsstellen der Privaten

Die **Unabhängige Beschwerdeinstanz** für Radio und Fernsehen (UBI) überprüft Beschwerden über Radio- und Fernsehprogramme und kann verbindliche Entscheidungen treffen (der Gang über die Ombudsstelle ist zwingend).

Insgesamt ergibt sich für Journalist:innen in der Schweiz ein Rahmen von Pflichten und Zuständigkeiten, der sowohl auf rechtlichen als auch auf ethischen Grundlagen basiert und von verschiedenen Instanzen überwacht wird.

Fake News betrifft uns alle.

Beispiel 1:

Gefährliche Challenges.

Tom, ein 14-jähriger Schüler, erhält eine WhatsApp-Nachricht von einer unbekannten Nummer, die sich als Momo ausgibt. Momo fordert ihn auf, kleine Aufgaben zu erledigen, die schnell bedrohlich werden. Im Internet liest Tom, dass schlimme Dinge passieren könnten, wenn man die Momo-Challenges nicht ausführt. Aus Angst folgt er widerwillig den Anweisungen, wie Dinge zu stehlen und nachts heimlich das Haus zu verlassen. Schliesslich ist Tom völlig verängstigt und überfordert, ohne zu wissen, an wen er sich wenden soll.



Fake News betrifft uns alle.

Beispiel 2:

Falschmeldungen.

Lena, eine 15-jährige Schülerin, stösst online auf einen Artikel, der behauptet, dass eine gefährliche Chemikalie in beliebten Softdrinks enthalten ist. Besorgt teilt sie den Artikel mit Freunden und Familie, und viele ihrer Mitschüler hören auf, die Getränke zu konsumieren. Die Schule reagiert und erklärt, dass der Artikel eine Fake News ist, die wissenschaftlich unbegründet ist. Lena ist beschämt.

Fake News betrifft uns alle.

Beispiel 3:

Fake Accounts.

Sophia, eine 17-jährige Schülerin, erhält eine Freundschaftsanfrage auf Instagram von einer jungen Frau namens Laura. Laura postet viel über Fitness und gesunde Ernährung, was Sophia interessiert. Neugierig akzeptiert Sophia die Anfrage.

Laura schreibt Sophia regelmässig. Sie sprechen über Fitness und Diäten. Laura teilt Links zu Artikeln und Videos, die behaupten, dass extreme Diäten und Nahrungsergänzungsmittel wie «Wunder-Pillen» und «Detox-Tees» Wunder wirken. Sophia ist skeptisch, aber Laura wirkt überzeugend.

Nach einigen Wochen schlägt Laura vor, dass Sophia diese Produkte in ihrer Schule und online empfehlen sollte. Sophia beginnt, diese «Wunder-Pillen» und «Detox-Tees» ihren Freunden zu empfehlen und in den sozialen Medien zu bewerben.

Eine Freundin von Sophia wird misstrauisch. Gemeinsam recherchieren sie Lauras Profil und finden heraus, dass es ein Fake-Profil ist, das von Betrügern erstellt wurde, um falsche Gesundheitsprodukte zu verkaufen.



Fake News betrifft uns alle.

Beispiel 4:

Trading.

Lukas, ein 17-jähriger Schüler, stösst auf Instagram auf eine Werbung für eine Trading-Plattform, die hohe Gewinne verspricht. Neugierig besucht er die Website und sieht viele positive Bewertungen und Erfolgsgeschichten. Er meldet sich an und investiert eine kleine Anfangssumme von CHF 50.–.

Kurz darauf kontaktiert ihn ein «Berater» der Plattform per Telefon und überredet ihn, mehr Geld zu investieren, um noch höhere Gewinne zu erzielen. Lukas folgt dem Rat und investiert weitere CHF 200.–.

Nach einigen Wochen bemerkt Lukas, dass er seine Gewinne nicht abheben kann. Der «Berater» fordert ihn auf, weitere Gebühren zu zahlen, um sein Geld freizuschalten. Lukas wird misstrauisch und recherchiert die Plattform. Dabei findet er heraus, dass es sich um eine unseriöse Trading-Plattform handelt, die nur darauf abzielt, Geld von unerfahrenen Anlegern zu stehlen.

Vertiefung REAL.

Aufgabe.

Scanne die QR-Codes im Schulzimmer und schaue dir die kurzen Videos an.

Lies anschliessend die Texte unten und überlege dir, welcher Buchstabe zu welchem Text gehört.

Kreise den richtigen Buchstaben ein.

Fragt euch, wie ein Beitrag auf euch wirkt. Will er euch wütend, traurig oder glücklich machen? Will er nur, dass ihr «share» oder «like» drückt? Oder will er euch ehrlich informieren?				Fragt euch, ob ein Beitrag nur eine einfache Antwort gibt. Oder ob er zeigt, dass es auch ok ist, wenn man verschiedene Lösungen für ein Problem hat.				Überlegt euch, woher ein Beitrag kommt. Wer hat das gepostet? Gibt es andere Quellen, um zu überprüfen, ob das Gesagte stimmt? Will ein Absender euch von seiner Meinung überzeugen oder will er informieren?				Überlegt euch, ob ein Post respektvoll ist gegenüber Menschen oder gewissen Menschengruppen (oder Glaubensrichtungen). Oder passiert das Gegenteil: Wird jemand schlecht gemacht?			
R	E	A	L	R	E	A	L	R	E	A	L	R	E	A	L

Ergänze die passenden Begriffe:

R für _____

E für _____

A für _____

L für _____

Fake News mit REAL entlarven.



Japanische Fischer waren schockiert, als sie auf ihrer Fahrt zur See ein riesiges Tiefseemonster entdeckten (Video)

© 27. April 2023 Causevic 0

Ein riesiger Megamouth-Hai, der von überraschten Fischern in Owase, Präfektur Mie, Japan, gefangen wurde, wog eine Tonne und war etwa fünf Meter lang. Der seltene [...]

Quelle: www.wissen-macht-den-unterschied.de

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.

NEW UPDATE: PRINCE WILLIAM ANNOUNCES HEARTBREAK: 'MY WIFE, IT'S OVER...' –

April 29, 2024 - by fastnewws.online - Leave a Comment



Quelle: www.fastnewws.online

Übersetzung:

Neues Update: Prinz William verkündet Liebeskummer: «Meine Frau, es ist vorbei ...»

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.

AUFMERKSAMKEIT! Wenn Sie DAS im Wald sehen, rennen Sie sofort weg

3. März 2024 Causevic Tiere 0



Quelle: www.wissen-macht-den-unterschied.de (Quelle existiert nicht mehr)

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.

Pferd weigert sich zu gebären, als der Tierarzt den Ultraschall sieht, ruft er die Polizei

3. Februar 2024 Causevic Tiere 0



Quelle: www.ca.news.yahoo.com

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.

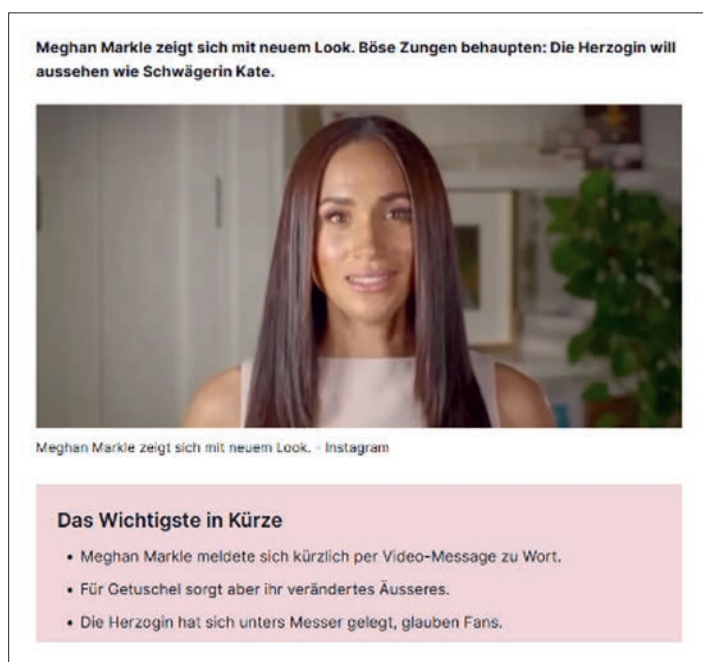


Quelle: www.x.com/extra3

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.



Quelle: www.nau.ch

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.

Angelina Jolie: Muss wegen Geldnot Papi einspringen?

Plagen Angelina Jolie nach dem Scheidungszoff bald die Geldsorgen? Insider zeichnen ein düsteres Bild.



Angelina Jolie soll mit Geldproblemen zu kämpfen haben. - Keystone

Das Wichtigste in Kürze

- Angelina Jolie soll von Geldsorgen geplagt sein.
- Alleine die Anwaltskosten für die Scheidung von Brad Pitt verschlingen ein Vermögen.
- Zur Hilfe eilen könnte ihr ausgerechnet ihr Vater Jon Voight.

Quelle: www.nau.ch

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

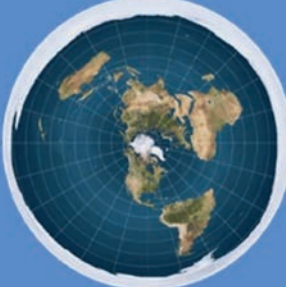
Fake News mit REAL entlarven.

Even the UN, The UNITED NATIONS knows which is correct

UN flag



flat Earth



Quelle: www.instagram.com/earth_is_flat_truth_page

Übersetzung:

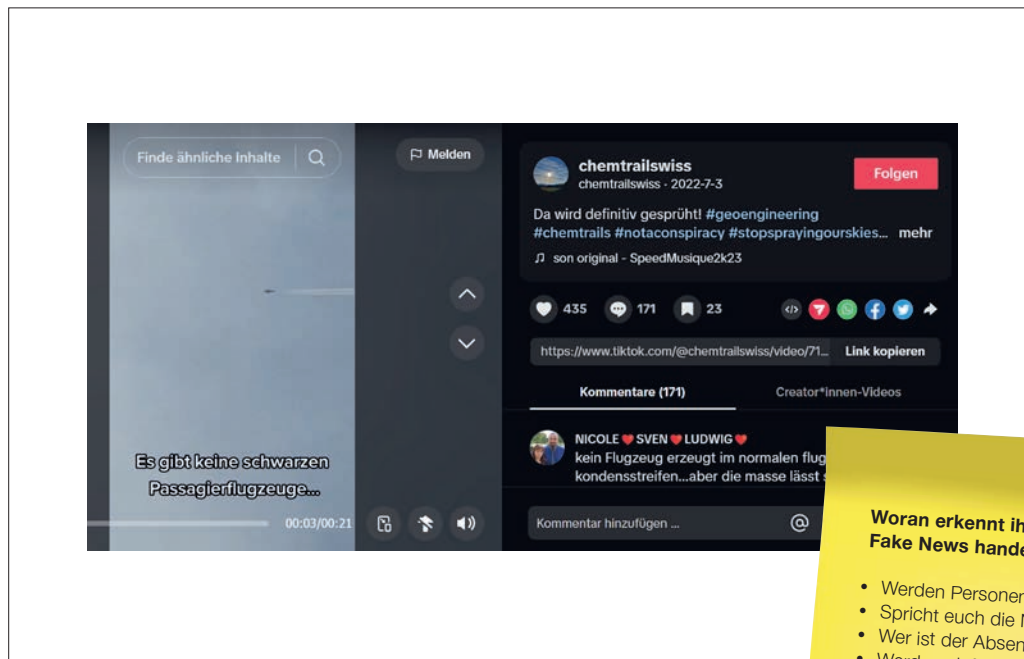
Sogar die UN, die Vereinigten Nationen, wissen, was richtig ist

UN-Flagge – Flache Erde

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.



Quelle: www.tiktok.com/@chemtrailswiss

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.

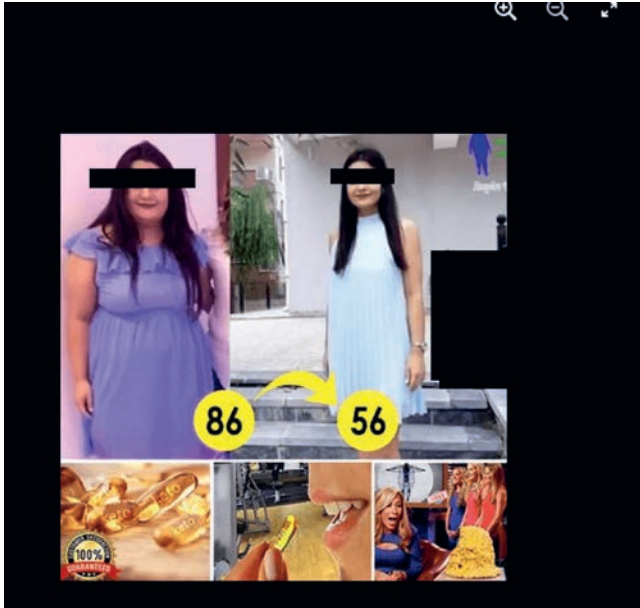


Quelle: www.kryptozene.de

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.



24 Februari pukul 14.54

Abnehmen ist meiner Meinung nach schwer! Ich habe dieses Produkt von meinem Freund empfohlen gesehen und in 7 Tagen 5 Pfund abgenommen! Dieser Effekt ist unglaublich! Empfehle es meinen Freunden!
 >>><https://is.gd/fsrJWFZuHLw1vioxMa>
 — bersama [redacted]

10 4 Kommentar

Suka Kommentari Bagikan

Quelle: www.correctiv.org

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Fake News mit REAL entlarven.



Edeka Fans.
1. Dezember

Edeka Fans.
Einkaufszentrum

Edeka Fans, menanggapi komentar yang Anda buat di Halamannya. [Lihat komentar.](#)

Herzlichen Glückwunsch, Sie haben Anspruch auf einen Preis für Ihre Teilnahme an unserem Wettbewerb! Um den Preis einzufordern, befolgen Sie diese Schritte:

1. Teilen Sie unsere Beiträge.
2. Vervollständigen Sie Ihre Registrierung, um Ihren Sieg zu bestätigen!

Besuchen Sie den folgenden Link, um sich zu registrieren

<https://t.ly/CJyJz>

WILLKOMMEN WEIHNACHTEN

1. Dezember

Zur Begrüßung von Weihnachten in diesem Jahr verlost das @Edeka-Team 750 besondere Geschenkküten an alle, die „Frohe Weihnachten“ schreiben. Das Gewinnspiel endet am 7. Dezember 2023. Viel Glück.

16 31 Kommentare 91 Mal geteilt

Quelle: www.correctiv.org

Woran erkennt ihr, dass es sich um eine Fake News handelt? Diskutiert zu zweit.

- Werden Personen respektvoll behandelt? (R)
- Spricht euch die News emotional an? (E)
- Wer ist der Absender dieser Nachricht? (A)
- Werden einfache Lösungen vorgeschlagen? (L)

Merkblatt Qualitätsmedien.

- REAL hilft bei der Einschätzung von News.
- Es lohnt sich den Absender (A) besonders genau anzuschauen.
- Ist der Absender ein sogenanntes Qualitätsmedium (dazu gehören viele Medienhäuser in der Schweiz), kann ich den Informationen eher vertrauen. Aber auch hier passieren ab und an Fehler.
- Einige Medienhäuser produzieren auch News explizit für Kinder/Jugendliche. Diese altersgerecht aufbereiteten News helfen komplexe Sachverhalte einzuordnen.

Beispiele 5./6. Klasse

www.srf.ch/kids/srf-kids-news



www.zdf.de/kinder/logo



www.arte.tv/de/videos/RC-014082/arte-journal-junior



www.chinderzytig.ch



www.geo.de/geolino



Beispiele 7.–9. Klasse

www.srf.ch/news



www.planet-wissen.de



www.wissen.de



www.educ.arte.tv/?lang=de



News und ihre Absender.

Tabelle I einfach (5./6. Klasse).

Absender von News	Ziele
1. Medienunternehmen	Bereitstellung sachgerechter, unabhängiger und aktueller Nachrichten, sowie bildende und unterhaltsame Beiträge.
2. Institutionen/Firmen (öffentlich und privat)	Informationen für Bewohner:innen der Schweiz über Gesetze, Beschlüsse, Aktivitäten, Neuerungen, usw. Firmen wollen ihre Produkte verkaufen, diese stellen sie im besten Licht dar (Werbung Paid Post) oder sie wollen ihr Image aufbessern.
3. Einzelpersonen	Aufbau einer persönlichen Marke; Geld verdienen mit Werbung, Engagement und Interaktion, Hinweise auf Veranstaltungen oder aktuelle Ereignisse; Unterhaltung mit lustigen oder gruseligen Inhalten.

Farbcode

Grün: überprüfe ich nicht, aber ich weiss auch bei Qualitätsmedien können Fehler passieren.

Orange: unsicher (REAL)

Rot: überprüfe ich (REAL) → Alarmglocken

Tabelle II anspruchsvoll (7.–9. Klasse).

Absender von News	Ziele
1. Medienunternehmen (und Nachrichtenagenturen)	Bereitstellung sachgerechter, unabhängiger und aktueller Nachrichten, sowie bildende und unterhaltsame Beiträge.
2. Regierungs- und öffentliche Institutionen	Informationen für Bewohner:innen der Schweiz über Gesetze, Beschlüsse, Aktivitäten, Neuerungen, usw.
3. Akademische und Forschungseinrichtungen	Wissenschaftliche Erkenntnisse
4. Nichtregierungsorganisationen, Interessensvertretungen, Firmen	Sensibilisierung für bestimmte Themen; Einflussnahme auf polit. Entscheidungen; Firmen wollen ihre Produkte verkaufen, diese stellen sie im besten Licht dar (Werbung Paid Post) oder sie wollen ihr Image aufbessern.
5. Einzelpersonen	Aufbau einer persönlichen Marke; Geld verdienen mit Werbung, Engagement und Interaktion, Hinweise auf Veranstaltungen oder aktuelle Ereignisse; Unterhaltung mit lustigen oder gruseligen Inhalten.

Farbcode

Grün: überprüfe ich nicht, aber ich weiss auch bei Qualitätsmedien können Fehler passieren.

Orange: unsicher (REAL)

Rot: überprüfe ich (REAL) → Alarmglocken

News zuordnen.



Quelle: www.instagram.com/nzz

News zuordnen.



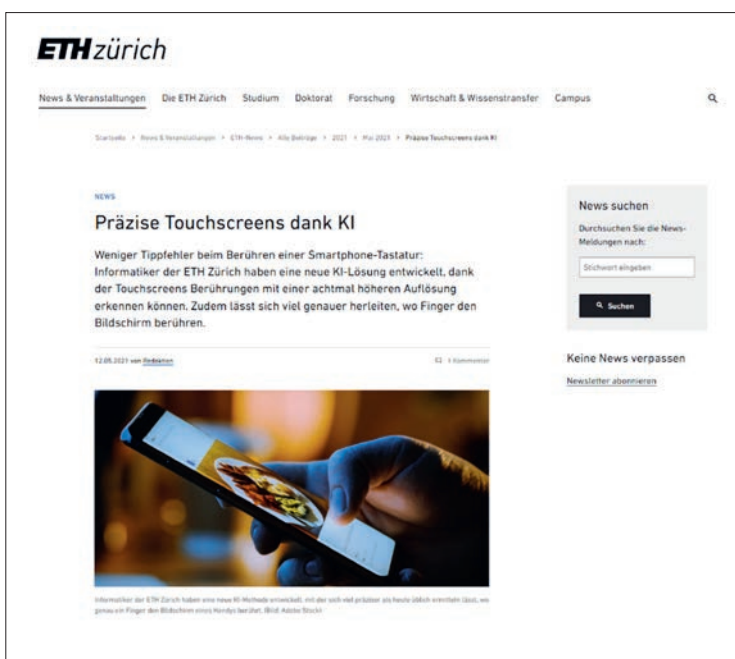
Quelle: www.instagram.com/srfnews

News zuordnen.



Quelle: www.x.com/UVEK

News zuordnen.



Quelle: www.ethz.ch

News zuordnen.



[MITGLIED WERDEN](#)[SPENDEN](#)

[UNSERE ZIELE](#)[WO WIR ARBEITEN](#)[TIERARTEN](#)[NACHHALTIG LEBEN](#)[AKTIV WERDEN](#)[ÜBER UNS](#)

26. Mai 2024 — Medienmitteilung

Food Waste: Eine Toastreihe zweimal um den Äquator

Rund 170'000 Tonnen Brot werden in der Schweiz allein in Gastronomie, Handel und Haushalten jährlich verschwendet. Reiht man handelsübliche Toastbrote aneinander, käme man damit zweimal um den Äquator. Was absurd klingt, verdeutlicht unseren verschwenderischen Umgang mit Lebensmitteln.

Quelle: www.wwf.ch



News zuordnen.

PAID POSTAktualisiert 23. April 2019, 16:50

«Ich sparte 300 Franken bei meiner Reise»

Eine Online-Plattform zahlt Geld zurück für Hotel- und Flugbuchungen.

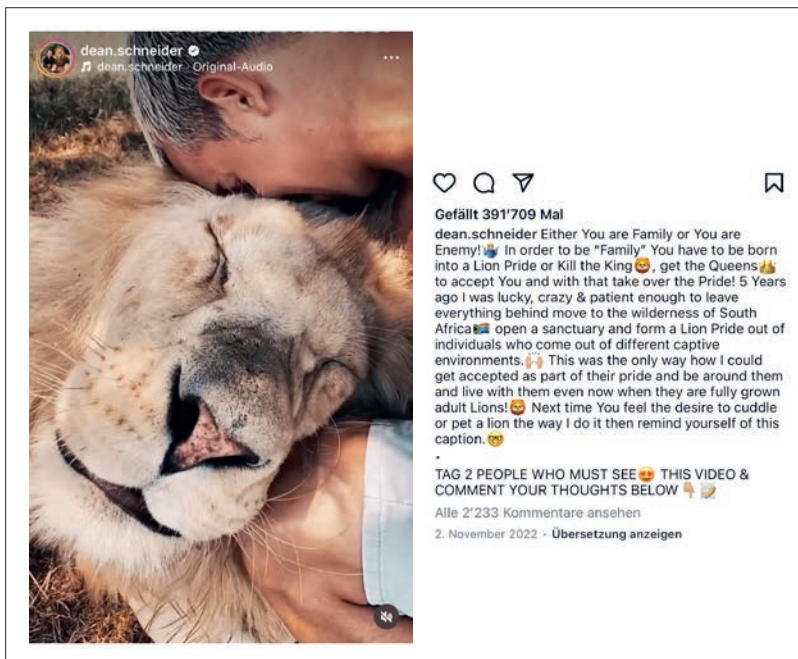


Peter sparte 300 Franken bei seiner letzten Reisebuchung. So funktioniert's...

Wer sich wie Peter auf der Cashback-Website Rabattcorner.ch anmeldet, profitiert automatisch von Rückvergütungen bei vielen bekannten Reisepattformen und Onlineshops.

Quelle: www.20min.ch

News zuordnen.

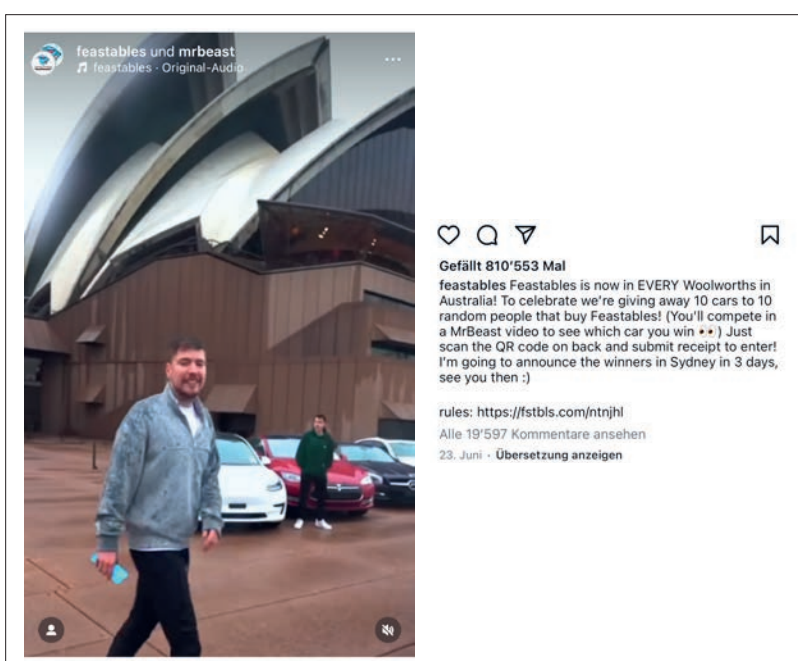


Quelle: www.instagram.com/dean.schneider

Übersetzung Deutsch:

Entweder du gehörst zur Familie oder du bist ein Feind! Um zur «Familie» zu gehören, musst du in ein Löwenrudel hineingeboren werden oder den König töten, die Königinnen dazu bringen, dich zu akzeptieren und damit das Rudel zu übernehmen! Vor 5 Jahren hatte ich das Glück, verrückt und geduldig genug zu sein, um alles hinter mir zu lassen, in die Wildnis von Südafrika zu ziehen, eine Auffangstation zu eröffnen und ein Löwenrudel aus Individuen zu gründen, die aus verschiedenen Gefangenschaften stammen. Das war der einzige Weg, wie ich als Teil ihres Rudels akzeptiert werden konnte und mit ihnen zusammen sein und leben konnte, selbst jetzt, wenn sie ausgewachsene Löwen sind! Das nächste Mal, wenn du den Wunsch verspürst, einen Löwen zu streicheln oder zu kuscheln, so wie ich es tue, dann erinnere dich an diese Überschrift.

News zuordnen.



Quelle: www.instagram.com/feastables

Übersetzung Deutsch:

Feastables gibt es jetzt in jedem Woolworth in Australien! Um das zu feiern, verlosen wir 10 Autos an 10 zufällige Personen, die Feastables kaufen! (Ihr werdet in einem MrBeast-Video gegeneinander antreten, um zu sehen, welches Auto ihr gewinnt). Einfach den QR-Code auf der Rückseite scannen und den Kassenbon einreichen, um teilzunehmen! Ich werde die Gewinner in 3 Tagen in Sydney bekannt geben, wir sehen uns dann :)

News zuordnen.



Quelle: www.instagram.com/manuelobafemiakanji

Übersetzung Deutsch:

Ein brutales Ende unserer @euro2024 Kampagne. Was bleibt, ist der Stolz auf das Erreichte und die Dankbarkeit für die überwältigende Unterstützung durch unsere Fans und Familien, sowohl in den Stadien als auch zu Hause in der Schweiz! #moa5

Arbeitsblatt Journalistenkodex.

Jeder Mensch hat das Recht, sich zu informieren, seine Meinung zu sagen und Kritik zu üben. Dafür müssen sich die Menschen untereinander austauschen. Die Journalistinnen und Journalisten sorgen dafür, dass der dafür nötige Austausch in der Gesellschaft stattfindet.

Daraus ergeben sich ihre Spielregeln (sogenannte Pflichten und Rechte), die im Journalistenkodex festgehalten sind:

1. Sie sagen immer die Wahrheit, egal was passiert. Sie wollen, dass die Öffentlichkeit die Wahrheit erfährt.
2. Sie kämpfen für freie Informationen, freie Meinungsäußerung und die Unabhängigkeit ihres Berufes.
3. Sie veröffentlichen nur Informationen, Bilder, Töne und Dokumente, von deren Wahrheitsgehalt sie überzeugt sind. Sie verschweigen keine wichtigen Informationen und verändern keine Tatsachen, Dokumente, Bilder, Töne oder Meinungen anderer. Sie kennzeichnen unbestätigte Meldungen, Bild- und Tonmontagen als solche.
4. Sie beschaffen Informationen, Töne, Bilder und Dokumente auf ehrliche Weise. Sie verändern Bilder nicht, um die Leute zu täuschen.
5. Wenn eine von ihnen veröffentlichte Meldung falsch ist, korrigieren sie das.
6. Sie halten sich an das Redaktionsgeheimnis und sagen nicht, woher sie vertrauliche Informationen haben, zum Schutz dieser Personen.
7. Sie respektieren die Privatsphäre von Personen, solange das öffentliche Interesse nicht dagegen spricht. Sie unterlassen anonyme und sachlich nicht gerechtfertigte Anschuldigungen.
8. Sie respektieren die Menschenwürde. In ihrer Berichterstattung erwähnen sie keine diskriminierenden Anspielungen. Dazu zählen zum Beispiel Anspielungen auf die ethnische oder nationale Zugehörigkeit, Religion, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Krankheiten oder Behinderung. Die Berichterstattung über Kriege, Terroranschläge, Unfälle und Katastrophen muss so erfolgen, dass das Leid der Betroffenen und ihrer Angehörigen respektiert wird.
9. Sie nehmen keine Vorteile oder Versprechungen an, die ihre berufliche Unabhängigkeit beeinträchtigen könnten.
10. Journalistinnen und Journalisten machen keine Werbung für Produkte oder Dienstleistungen. Sie nehmen keine Aufträge von Unternehmen an.
11. Sie nehmen journalistische Weisungen nur von den dafür verantwortlichen Mitgliedern ihrer Redaktion entgegen. Diese Anweisungen dürfen nicht im Widerspruch zu den Pflichten von Journalistinnen und Journalisten stehen.

SBB Schulen in Zusammenarbeit mit:

Hauptpartner



Partner



SBB AG
Kommunikation
Hilfikerstrasse 1
3000 Bern 65, Schweiz

sbb.ch/schulen