



Übung 2: Strategien des (Sensations-)Journalismus und Clickbaiting

Zeit

ca. 90 Minuten

Material

- Whiteboard-Tool wie z. B. Jamboard
- Abstimmungstool wie z. B. Tricider
- Folie mit verschiedenen Überschriften
- Möglichkeit, Breakout-Räume im Videokonferenz-Tool zu erstellen

Ziel

- Reflexion von Emotionalisierung und Clickbaiting im Journalismus
- Medieninhalte kritisch hinterfragen

Ablauf

1. Die Moderation zeigt eine Folie mit verschiedenen Überschriften. Sie stellt dazu folgende Fragen an die Gruppe:
 - Welche Überschriften würdet ihr anklicken und wieso?
 - Welche Rolle spielen Gefühle bei der Entscheidung, ob ihr etwas anklickt oder nicht?
2. Die Teilnehmenden recherchieren zu Definition, Zielen und Gefahren von "Clickbaiting" und tragen ihre Ergebnisse in Jamboard ein.
3. Die Ergebnisse werden in der Gruppe vorgestellt.
4. Anschließend verfassen die Teilnehmenden Überschriften für Artikel oder Videos zum Film "Doch so fern", von denen sie glauben, dass sie häufig angeklickt werden würden. Diese tragen sie in Tricider ein.

5. Die Teilnehmenden stimmen nun in Tricider für die Überschrift ab, die sie selbst mit der größten Wahrscheinlichkeit anklicken würden. Sie können die Vorschläge der anderen in Tricider auch kommentieren und für oder gegen sie argumentieren.

6. Abschließend stellt die Moderation zum Beispiel folgende Fragen:

- Sind Überschriften dabei, die ihr problematisch findet? Wenn ja, wieso?
- Welche Rolle spielen Emotionen im Beitrag der Journalistin im Film „Doch so fern“?
- Wie bewertet ihr ihre Strategien?

RISE_Folie_U beschriften

PDF 1,4 MB

(https://rise-jugendkultur.de/files/2021/03/rise_folie_ueberschriften.pdf)

Online verfügbar: <https://rise-jugendkultur.de/material/uebung-strategien-des-sensations-journalismus-und-clickbaiting/>

RISE ist ein Projekt des [JFF](#) in Zusammenarbeit mit [ufug](#), [Parabol](#), [Vision Kino](#) und [jugendschutz.net](#), gefördert durch die [Staatsministerin für Kultur und Medien](#).