

# 3

## TAG 3

Rolle von Emotionen



Am dritten Tag der Projektwoche steht die Rolle von Emotionen im Vordergrund. Nachdem sich die Teilnehmenden mit verschiedenen Emotionen aus ihrer eigenen Lebenswelt auseinander gesetzt haben, bekommen sie einen Input zu medialen Stilmitteln, mit welchen bewusst Emotionen erzeugt werden können. Da sie sich an Tag 2 bereits mit Bildern auseinander gesetzt haben, liegt der Fokus heute auf der Wirkung von Be-  
wegtbildern und Sprache / Rhetorik.

Die Teilnehmenden entwickeln ihre Geschichte weiter, indem sie verschiedene Eigenschaften der Figuren konkretisieren und darüber reflektieren, welche Emotionen diese bei Menschen auslösen könnten. Im letzten Schritt werden Strategien entwickelt und mediale Beweise produziert, um „die Anderen“ zu emotionalisieren und sie somit für die eigene Verschwörung zu gewinnen.

#### LERNZIEL

---

Die Rolle von Emotionen; Wissen über Framing; Stilmittel der Emotionalisierung in den Bereichen Video / Bewegtbild, Sprache / Rhetorik

#### STORYRASTER-ZIEL

---

Die Teilnehmenden vertiefen ihre Geschichte; Wie überzeuge ich „die Anderen“ von meiner Geschichte / Verschwörung? Wie generiere ich Beweise und Emotionen?

#### ZEITAUFWAND

---

Ein Schultag, ca. 5 Stunden (inklusive Pausen)

#### HINWEISE

---

- Beim Erstellen von Beweisen zur Verschwörungsgeschichte suchen sich die Teilnehmenden entweder Inhalte aus dem Internet und bearbeiten diese oder erstellen selbst mediale Inhalte (Fotos, Videos, Audios, etc.). Beachten Sie dabei bitte, dass die Verschwörungsgeschichte am Ende nicht veröffentlicht wird, wenn die Inhalte Urheberrechte verletzen oder Personen / Gruppen diskriminiert werden.
- Zur Erstellung der medialen Inhalte können alle Tools / Webseiten, etc. genutzt werden, die bereits aus der „Klimaverschwörung“ und der „Clickbaiting-Übung“ (Tag 1) bekannt sind. Es ist sinnvoll, sich vor der Projektwoche die einzelnen Tools genauer anzuschauen. In den Modellworkshops haben die Teilnehmenden darüber hinaus selbstständig und kreativ eigene, ihnen bekannte Tools auf dem Smartphones genutzt, um Fotos / Videos / Audios zu produzieren. Daher ist es sinnvoll eine E-Mail Adresse einzurichten, um die Inhalte von den Handys an die Projektlaptops zu übertragen.

**ABLAUFPLAN**

INHALTE	METHODE	MATERIAL/TECHNIK	HINWEISE	DAUER
Die Teilnehmenden reflektieren eigene Emotionszustände.	Die Workshopleitung teilt die fünf Seiten aus der Emotionsübung an verschiedene Teilnehmende aus. Sie beantworten die Frage schriftlich, knicken ihre Antwort um, so dass nur die Fragestellung sichtbar ist und geben die Zettel weiter. Am Ende werden alle Zettel vorgelesen und verschiedene Situationen gesammelt, die emotionalisierend sein können.	PDF Druckvorlage Emotionsübung	Bei dieser Übung ist es wichtig, die Anonymität der Teilnehmenden zu wahren und nicht im Plenum zu fragen, wer welche Emotionen aufgeschrieben hat. Sollten problematische Situationen auftauchen (Probleme in der Familie, etc.), ist es sinnvoll entweder die Gruppenverantwortlichen zu informieren oder selbst nach dem Workshoptag nachzuhaken, um in ein Gespräch unter vier Augen gehen zu können.	20 Min.
Die Teilnehmenden bekommen einen Input zu Framing und Stilmittel der Emotionalisierung mit den Schwerpunkten Wirkung von Video / Bewegtbild (u.a. Schnitt, Musik, Erzählweise) und Sprache / Rhetorik.	Die Workshopleitung zeigt an verschiedenen Beispielen wie Framing funktioniert und durch welche Stilmittel man in Videos und mit Sprache bestimmte Emotionen hervorrufen kann.	PowerPoint: Input FramingVideoSprache	Die Teilnehmenden kennen häufig selbst gute Beispiele aus ihrer Mediennutzung (Filme, Werbung, Influencer*innen, Gaming). Die Zeit sollte auch genutzt werden, um mit den Teilnehmenden über eigene Erfahrungen zu reflektieren.	30 Min.
Die Teilnehmenden entwickeln ihre Geschichte weiter und überlegen, mit welchen Argumenten sie „die Anderen“ von ihrer Verschwörung überzeugen könnten.	Nach dem Input widmen sich die Teilnehmenden wieder ihrer Geschichte. Mit Hilfe der Verschwörungskarten überlegen sie, wie sie ihre Verschwörung am besten emotional aufladen können. Welche Eigenschaften haben die Bösewichte (z.B. gierig, rachsüchtig)? Welche Emotionen löst das bei den Menschen aus (z.B. Wut, Angst)? Welche Argumente / Zusammenhänge können erfunden werden, um die Menschen emotional anzusprechen?	Verschwörungskarten	Sollten einige Teilnehmende sehr schnell zu ihrer Geschichte finden, können sie jetzt bereits beginnen, sich Gedanken über die mediale Beweisproduktion zu machen.	60 Min.

INHALTE	METHODE	MATERIAL / TECHNIK	HINWEISE	DAUER
Die Teilnehmenden überprüfen ihre Erzähllogik durch einen Perspektivenwechsel.	Jede Gruppe unterteilt sich in Skeptiker*innen und Verteidiger*innen der Verschwörung. Die Skeptiker*innen stellen nun Sinnfragen zu den Einzelheiten der Geschichte. So entstehen spontane Ideen zu neuen Argumenten / Beweisen, die es zu produzieren gilt. Die neuen Ideen zur Verschwörung werden in das Storyraster eingetragen	Storyraster-Checkliste		30 Min.
Die Teilnehmenden produzieren emotional aufgeladene Audio- und oder Videobeweise zu ihrer Geschichte.	Die Teilnehmenden beginnen, ihre bereits produzierten Fotobeweise mit Audio- und / oder Videobeweisen zu erweitern. Sie nutzen dazu das Internet oder nehmen selbst Sprachnachrichten oder Videos auf.	Rechner mit Schnitt-, Bild- (z.B. Gimp) und Soundbearbeitungsprogramm (z.B. Audacity)  Tablets mit Foto-, Video-, Audibearbeitungs-Apps, z.B. Adobe Spark Video, Canva, Launchpad, Garage Band	Wählen Sie Programme, Apps und Tools mit denen Sie vertraut sind und lassen Sie den Teilnehmenden zusätzlich die Möglichkeit offen, eigene Programme und Apps zu nutzen.	100 Min.