

УЛУЧШЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ МОЛОДЕЖИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ




**Schwarzkopf
Stiftung**
JUNGES EUROPA 



Auswärtiges Amt



**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.

ТРЕНИНГ
«ПРОВЕРЬ СВОИ
ИСТОЧНИКИ!»»

ЭТОТ ТРЕНИНГ ЗАОСТРЯЕТ ВНИМАНИЕ МОЛОДЕЖИ НА НЕОБХОДИМОСТИ КРИТИЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ. ПРИ ЭТОМ ГЛАВНОЕ ВНИМАНИЕ УДЕЛЯЕТСЯ АУДИОВИЗУАЛЬНЫМ СРЕДСТВАМ КОММУНИКАЦИИ. АВТОРЫ ОСНОВНЫХ ИДЕЙ, КОТОРЫЕ ЛЕГЛИ В ОСНОВУ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО МОДУЛЯ - ПРЕПОДАВАТЕЛИ В ОБЛАСТИ ФОРМАЛЬНОГО И НЕФОРМАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ИЗ АРМЕНИИ, АЗЕРБАЙДЖАНА, ГРУЗИИ, УКРАИНЫ, БЕЛАРУСИ, РОССИИ И ГЕРМАНИИ В РАМКАХ ПРОЕКТА «УЛУЧШЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ МОЛОДЕЖИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ». ОТПРАВНОЙ ТОЧКОЙ ПРИ ЭТОМ ПОСЛУЖИЛИ ТАКИЕ ВЫВОДЫ, СДЕЛАННЫЕ НА ОСНОВЕ ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА:



Молодежь склонна доверять любому источнику лишь потому, что считает его надежным. Так, например, я спросила ученика, почему он верит ВВС и услышала такой ответ: „Потому, что это – ВВС.“

*(Нино Кварацхелия,
Understanding Europe, тренер, Украина)*



С начала войны в Украине я очень активно занимаюсь средствами массовой информации, так как у ее истоков стоят пропаганда и фейковые сообщения, спровоцировавшие всплеск ненависти и раскручивание паники. У нас существует еще много целевых групп, которые некритично подходят к использованию медиа, а потому не всегда понимают, где правда, а где нет.

*(Евгений Федченко,
основатель Stopfake.org, Украина)*



Во время одного из моих практических семинаров в школах один молодой человек высказал убеждение в том, что существуют определенные страны, которые никогда не станут членами ЕС. Об этом он прочитал в одной из газет. Точного источника припомнить не смог, но и не задумывался над тем, насколько надежным он был.

*(Татеv Мкртумян,
Understanding Europe тренер, Армения)*



Чтобы улучшить доступ к сознанию молодежи, нам нужны новые форматы и альтернативные методы.

*(Лиана Бадалян,
Фонд Фридриха Эберта, Армения)*

ТЕМА**ПРОВЕРЬ СВОИ ИСТОЧНИКИ - КРИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД
К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ
КОММУНИКАЦИИ****ВРЕМЯ****2 X 90 МИНУТ****ЦЕЛИ**

- Определение и практическое освоение аспектов критического подхода к использованию масс-медиа
- Ознакомление и творческая апробация различных видео-форматов
- Приобретение опыта оценки собственной эффективности в создании и восприятии видеоматериала
- Заострение внимания на «фейковых новостях» и особенностях их использования

МЕТОДИКА**РАБОТА С ПАРТНЕРАМИ И В ГРУППАХ, ОБЩАЯ ДИСКУССИЯ****МАТЕРИАЛ****МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ МОДЕРИРОВАНИЯ, СМАРТФОН,
МУЛЬТИМЕДИЙНОЕ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ SNAPCHAT APP**

Understanding Europe Члены команды тестируют концепцию воркшопа с помощью Snapchat.

ВРЕМЯ

45 МИНУТ

МАТЕРИАЛ

КАРТОЧКИ ДЛЯ
МОДЕРИРОВАНИЯ,
МАРКЕРЫ, МАГНИТНО-
МАРКЕРНАЯ ДОСКА
РАБОЧИЙ ЛИСТ 1

ФОРМА ОБЩЕНИЯ

ОБЩАЯ ДИСКУССИЯ
РАБОТА В ПАРАХ

ВСТУПЛЕНИЕ: СОБСТВЕННЫЕ РАЗМЫШЛЕНИЯ

Тренер приветствует участников и дает советы по осмыслению и анализу:

1. Какими средствами коммуникации ты уже пользовался?
2. Есть ли у тебя сложившееся представление о средствах коммуникации, которое прочно осело в сознании?
3. Попадался ли ты хотя бы раз на удочку неправдивых сообщений?
4. К какому типу пользователей медиа ты себя относишь? Какие средства коммуникации ты используешь чаще, а какие – реже? (например, мессенджер для смартфонов, WhatsApp, Фейсбук, Твиттер, Youtube, Snapchat, интернет-новости, газеты, радио, подкасты). Нарисуй свою индивидуальную карту (Identity-Chart).

Участники на основе **рабочего листа 1** попарно кратко обмениваются мнениями по вопросам 1-3.

После этого тренер просит участников представить свои индивидуальные карты, иллюстрирующие использование ими медиа, во время общей дискуссии. Результаты могут записываться с целью выяснения общей картины использования медиа участниками.

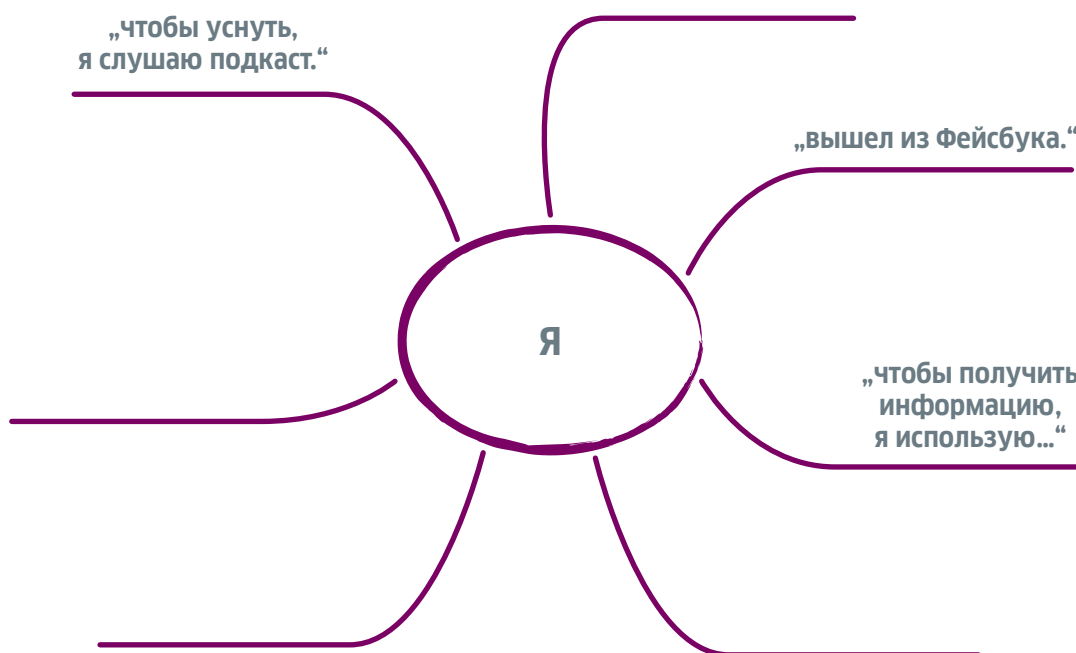


Диаграмма идентичности использования медиа

ВРЕМЯ

45 МИНУТ

МАТЕРИАЛ

**СМАРТФОНЫ,
СПИСОК ВИДЕОФОРМАТОВ,
SNAPCHAT-APP,
РАБОЧИЕ ЛИСТЫ 2, 3**

ФОРМА ОБЩЕНИЯ

**ОБЩАЯ ДИСКУССИЯ
МИНИ-ГРУППЫ**

РАЗРАБОТКА: ПРОИЗВОДСТВО ВИДЕО

Участники обмениваются мнениями относительно функциональных возможностей и рисков использования Snapchat-App. При необходимости – дополнения со стороны тренера. Участники согласуют правила использования с учетом высказанных мнений.

Участники делятся на группы по 3 человека. Каждой группе нужен смартфон со встроенным приложением Snapchat-App и собственным профилем пользователя (может создаваться заново). Все должны сформировать сеть друзей в App.

Мини-группы самостоятельно снимают короткие видео по избранной теме. Руководство тренинга представляет возможные видео-форматы. **(Рабочий лист 2)**. Участники кратко знакомятся с инструментарием в Snapchat. Видео должны содержать разнообразную информацию в визуальной и звуковой форме. Что произошло? Кто принимал участие? Где все происходило? Откуда взята информация? **(Рабочий лист 3)**

Мини-группы делают вывод о том, что представлено на их видео: факты или неправдивая информация.



Understanding Europe Члены команды записывают короткие видео в Snapchat.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Каждая группа сохраняет свои видео, а потом обсуждает вопрос, какими видео она хотела бы поделиться с другими через мобильное приложение Snapchat App.

ВРЕМЯ

45 МИНУТ

МАТЕРИАЛ

СМАРТФОН,
МОБИЛЬНОЕ
ПРИЛОЖЕНИЕ
SNAPCHAT

ФОРМА

МАЛЕНЬКИЕ ГРУППЫ

РАЗРАБОТКА: ПОДГОТОВКА ВИДЕО ПО ПРИНЦИПУ «ИСПОРЧЕННОГО ТЕЛЕФОНА»

Формируются 2 группы по 4 команды из трех человек. В каждой группе устанавливается очередность между командами.

Группа А: команда 1, команда 2, команда 3, команда 4

Группа В: команда 1, команда 2, команда 3, команда 4

Мини-группы еще раз просматривают отобранные ими видео и решают, менять свой выбор или нет. По сигналу тренера все команды посылают свои видео через Snapchat следующей команде. Таким образом запускаются две Snap-цепочки. Они работают по принципу «испорченного телефона». Сразу же после получения Snaps команды выполняют следующие задания (**Рабочий лист 4**):

1. Внимательно посмотрите видео! Подумайте, какие главные аспекты составляют их содержание. Внимание: видео доступны только в течение 10 секунд, после этого они исчезают.
2. Снимите свои видео, повторяющие важнейшие аспекты просмотренных. (Представьте себе, что вы передаете эту информацию подруге или другу). Сохраните эти видео.
3. Пошлите свой видеоряд следующей команде.

Движение по цепочке длится до тех пор, пока не возникнет по крайней мере четыре версии.



Understanding Europe Члены команды смотрят Snapchat видео, полученное ими от другой группы.

АЛЬТЕРНАТИВА: РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Команды из обеих групп (например, команда 1 из группы А и команда 1 из группы Б) демонстрируют одна другой видео и вместе решают, чьим видео поделиться с другими. По сигналу все команды посылают свои видео через мобильное приложение Snapchat App обеим следующим командам обеих групп. (Таким образом команда 1, например, посылает видео как команде 2 из группы А, так и команде 2 из группы Б.) Тем самым запускаются две параллельных Snap-цепочки.

ВРЕМЯ

15 МИНУТ

МАТЕРИАЛ

**МОДЕРАЦИОННЫЕ
КАРТОЧКИ, МАРКЕРЫ,
ДОСКА, СМАРТФОН,
SNAPCHAT APP,
СОХРАНЕННЫЕ SNAP-ВИДЕО,
РАБОЧИЙ ЛИСТ 5**

ФОРМА

**МАЛЕНЬКИЕ ГРУПЫ
ОБЩАЯ ДИСКУССИЯ**

ОЦЕНКА: АНАЛИЗ ВИДЕО

Команды выясняют дальнейшее прохождение своих видео, обмениваясь при этом видео, сохраненными в памяти, и письменно фиксируют общие признаки и различия между своими версиями на карточках для модерирования.

Руководство тренинга проводит разбивку результатов по кластерам и модерирует обмен мнениями. При этом можно осуществить детальное рассмотрение по таким четырем показателям:

1. Автор: указано ли, кто снял видео?
2. Намерение: насколько четко вытекает из видео намерение их автора? Что поменялось после прохождения через Snap-цепочку? Как группы обошлись с сознательно неправдивыми сообщениями или же сомнениями по этому поводу?
3. Содержание: какое содержание несут видео? Как изменилось их содержание после прохождения через Snap-цепочку? Все ли группы осознали, что они передают: факты или неправдивую информацию?
4. Форма: донесена ли до сознания форма видео и/или произошло ли ее осмысление (рефлексия)? Как изменилась форма? Как влияет на форму соответствующее средство коммуникации?



Understanding Europe Члены команды структурируют сходства и различия между двумя Snapchat видео.

ВРЕМЯ

30 МИНУТ

МАТЕРИАЛ

**КАРТОЧКИ ДЛЯ
МОДЕРИРОВАНИЯ
ПИН-БОРД
ВИДЕОКАДРЫ
ВИДЕОИСТОЧНИКИ
РАБОЧИЙ ЛИСТ 6**

ФОРМА ОБЩЕНИЯ

**ОБЩАЯ ДИСКУССИЯ
ГРУППЫ,
ОБЩАЮЩИЕСЯ ШЕПОТОМ**

ПЕРЕДАЧА ЗНАНИЙ: СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ С ЦЕЛЬЮ ФОРМИРОВАНИЯ КРИТИЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ К ВИДЕО

Краткие видео воспринимались, оценивались и передавались по цепочке в различных группах по-разному. Понимание, восприятие и распространение видео участниками непосредственно связаны с индивидуальными представлениями, интересами, предыдущими знаниями и опытом.

Участники собирают не меньше **5 конкретных идей** относительно конкретных действий с целью критического использования видео. При этом можно отталкиваться от таких соображений:

- Что бы ты сделал, чтобы проверить информацию?
- На какие источники ты сослался бы? Почему?
- Какую информацию ты передал бы другим?

ВОЗМОЖНОСТИ РАСШИРЕНИЯ РАБОТЫ

Руководство тренинга представляет отобранные краткие видео. Некоторые из них содержат неправдивую информацию (сознательно или неосознанно). Участники апробируют и обсуждают свои идеи относительно способа действий в группах, общающихся шепотом.

Подборка фейковых новостей и стратегий поведения на странице:
www.stopfake.org/de/wie-identifiziere-ich-ein-fake/

ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ: Во время общей дискуссии участники обмениваются успешными стратегиями и сомнениями. На этом этапе существует возможность дополнения вариантов действий новыми идеями и постановкой открытых вопросов.

РАБОЧИЕ ЛИСТЫ

НА ПОСЛЕДУЮЩИХ СТРАНИЦАХ ДЛЯ ВСЕХ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ ЛИЦ ПРИВЕДЕНЫ ВСЕ РАБОЧИЕ ЛИСТЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТРЕНИНГА «ПРОВЕРЬ СВОИ ИСТОЧНИКИ!» („CHECK YOUR SOURCES!“).

ПОДРОБНУЮ ИНФОРМАЦИЮ И БОЛЕЕ ОБШИРНЫЙ МАТЕРИАЛ МОЖНО НАЙТИ НА СТРАНИЦЕ ГЕТЕ-ИНСТИТУТА В УКРАИНЕ И ФОНДА ШВАРЦКОПФ:

WWW.GOETHE.DE/UKRAINE/MEDIENKOMPETENZ

[HTTPS://SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE/MEDIENKOMPETENZ/](https://SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE/MEDIENKOMPETENZ/)

ПРОСЬБА С ЦЕЛЬЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

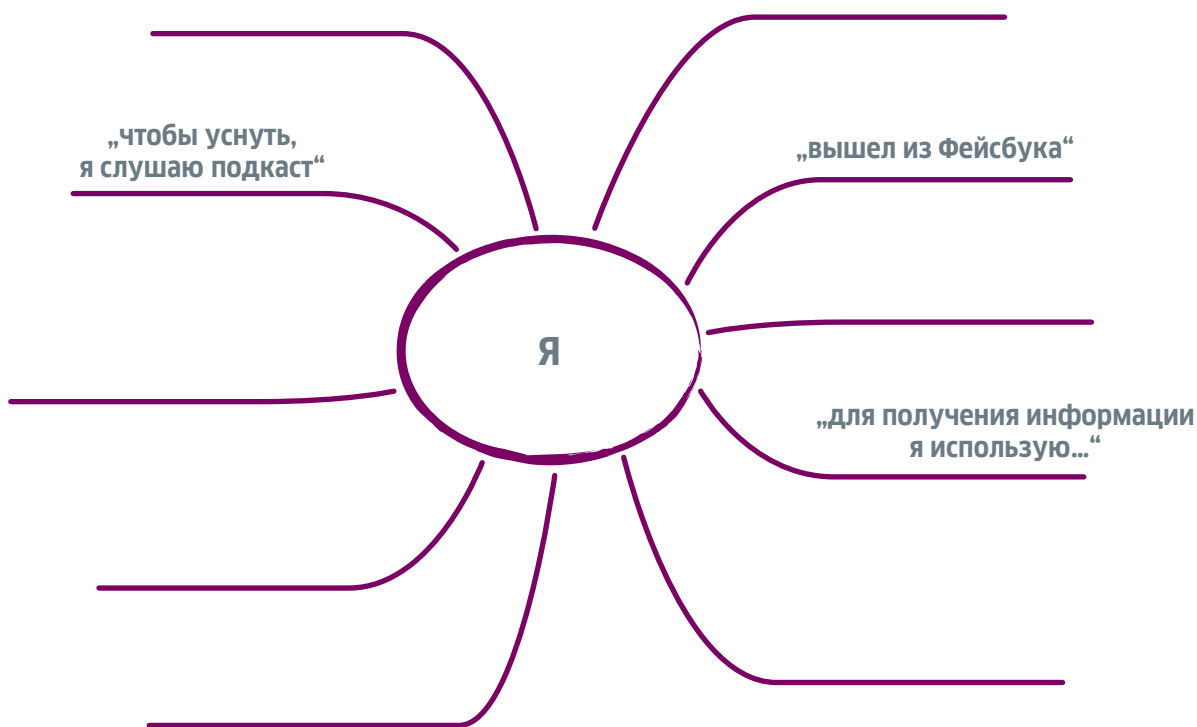
ВЫ УЖЕ ПРОВЕЛИ ТРЕНИНГ ИЛИ ЕГО ОТДЕЛЬНЫЕ МОДУЛИ? В ТАКОМ СЛУЧАЕ ПРИШЛИТЕ НАМ КРАТКИЙ FEEDBACK С ПОЗИТИВНЫМИ ОЦЕНКАМИ, КРИТИКОЙ ИЛИ НОВЫМИ ИДЕЯМИ: INFO@SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE

БОЛЬШОЕ ВАМ СПАСИБО ЗА ПОДДЕРЖКУ!

РАБОЧИЙ ЛИСТ 1

ЗАДАНИЕ 1: ОСМЫСЛЕНИЕ (РЕФЛЕКСИЯ) ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ

1. Какими средствами коммуникации ты сегодня уже воспользовался?
2. Почерпнул ли ты из медиа представления, которые прочно осели в твоём сознании?
3. Попадался ли ты хотя бы раз на удочку неправдивых сообщений?
4. Какими средствами коммуникации ты пользуешься чаще, а какими – реже? (например, мессенджер для смартфонов, WhatsApp, Фейсбук, Твиттер, Youtube, Snapchat, интернет-новости, газеты, радио, подкасты). Нарисуй для наглядности при помощи этого образца индивидуальную карту (Identity-Chart) с указанием не меньше 5 моментов, определивших твой выбор соответствующего средства коммуникации.



ЗАДАНИЕ 2: ОБМЕН МНЕНИЯМИ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ

1. Обменяйся мнениями с партнершей/партнером относительно поставленных вопросов.
2. Представь группе самые важные особенности твоей индивидуальной карты (Identity-Chart)

РАБОЧИЙ ЛИСТ 2

ШЕСТЬ ИДЕЙ ОТНОСИТЕЛЬНО ФОРМАТА КРАТКИХ ВИДЕО

1. УЛИЧНАЯ СЦЕНА

На видео – уличная сцена с действующими лицами. Речь идет об узнавании определенного лица, прослушивании и осознании информации о ней.

2. ДОМ

В кадре можно видеть (старое) строение. Кадр дополняется, например, звуковой информацией об истории жителей.

3. ДВИЖЕНИЕ - ВНУТРИ

Автор видео движется со смартфоном в определенном месте, например, от улицы за углом к следующей улице. Визуальный фон быстро меняется.

4. ДВИЖЕНИЕ - ИЗВНЕ

В этом случае камера закрепляется на определенном месте, но перед ней – интенсивное движение. Совет: если это будничная суета, понадобится много визуальной информации иного типа.

5. ИНТЕРВЬЮ

В кадре два человека. Сначала представляется первое лицо, затем камера поворачивается к другому участнику и звучит вопрос, адресованный ему.

6. РАЗОБЛАЧЕНИЕ

В этом случае камера сначала прячется – например, при помощи чехла или руки. На короткое время, в конце видеосъемки маскировка снимается, и происходит «разоблачение» лица или объекта. Решающее значение играет последнее краткое мгновение.

РАБОЧИЙ ЛИСТ 3

РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ВИДЕО

1. Напиши сообщение на избранную тобой тему, которое может привлечь внимание. Пробуди интерес к нему со стороны других участников. Подумай над 5 разными сообщениями, которые ты хотел бы распространить в визуальной или звуковой форме. Что произошло? Кто был участником этих событий? Где это случилось? Откуда информация?

Примите решение относительно необходимости передачи вашего сообщения/ваших фактов другим.

2. Затем снимите один или несколько видео! Испробуйте разные видео-форматы и разнообразный инструментарий приложения Snapchat. Сохраните свои видео.

3. Сформируйте единое мнение относительно того, какое видео вы хотели бы распространить. Пришлите свой видео-Snap следующей команде.

Команда 1 ⇒ команда 2 ⇒ команда 3 ⇒ команда 4 ⇒ команда 1.

Тем самым приводится в действие Snap-цепочка.

Она работает по принципу «испорченного телефона».

РАБОЧИЙ ЛИСТ 4

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ВИДЕО

Вы получили видео другой группы. Внимательно просмотрите видео! Внимание: видео доступны лишь в течение 10 секунд, после этого они исчезают.

1. Запишите тему и самые важные моменты увиденного. Обратите внимание на форму подачи.
2. Создайте свое видео с повторением самых важных моментов, сохраните его.
3. Пришлите свое видео следующей команде.
Команда 1 ⇒ команда 2 ⇒ команда 3 ⇒ команда 4 ⇒ команда 1.

Цепочка длится до тех пор, пока не будут сняты хотя бы четыре версии.

РАБОЧИЙ ЛИСТ 5:

АНАЛИЗ ВИДЕО

1. Просмотрите разные версии своего видеоматериала. Проанализируйте в своей группе отличия и общие черты этих версий.

Обратите внимание на такие вопросы:

- Автор: кто снял видео?
- Намерение: с какими целями снято видео?
- Содержание: о чем идет речь?
- Форма: каким образом доносится это содержание до сознания адресата?

	ОБЩИЕ ЧЕРТЫ		
	кадр 2	кадр 3	кадр 4
кадр 1			

	UNTERSCHIEDE		
	кадр 2	кадр 3	кадр 4
кадр 1			

2. Запишите важнейшие результаты на карточках для модерирования!

WORKSHOP „CHECK YOUR SOURCES!“

ERWEITERUNG FÜR DEUTSCH ALS FREMDSPRACHE

THEMA **CHECK YOUR SOURCES – KRITISCHER UMGANG MIT AUDIOVISUELLEN MEDIEN IM UNTERRICHT FÜR DEUTSCH ALS FREMDSPRACHE (DAF)**

ВРЕМЯ **6 X 45 MINUTEN**
(45 MINUTEN / 135 MINUTEN / 45 MINUTEN / 45 MINUTEN)

ZIELE Im DaF-Unterricht:

- Dimensionen einer kritischen Mediennutzung definieren und einüben
- verschiedene Video-Formate kennenlernen und kreativ erproben
- Selbstwirksamkeit in der Videoproduktion und Videorezeption erleben
- Sensibilisierung für den Umgang mit „Fake News“
- Wortschatzerweiterung im Themenfeld „Fake News“

METHODIK **PARTNER- UND GRUPPENARBEIT, PLENUM, DISKUSSION**

MATERIALIEN **MODERATIONSMATERIALIEN, SMARTPHONE, SNAPCHAT-APP**

ZEIT

20 MINUTEN

MATERIAL

ARBEITSBLATT
1 PRO TEILNEHMENDEN

RAUM

SITZKREIS

EINSTIEG: SELBSTREFLEXION

Die Workshopleitung begrüßt die Teilnehmenden im Stuhlkreis und stellt folgende Fragen zur stillen Reflexion:

- Welche Medien hast du heute bereits genutzt?
- Gibt es ein Bild aus den Medien, das dir seit langem nicht mehr aus dem Kopf geht?
- Was für ein Medientyp bist du?

Die Teilnehmenden erhalten das **Arbeitsblatt DaF 1** zur Mediennutzung, bilden Paare, interviewen einander und notieren die Antworten. Die Workshopleitung bittet die Teilnehmenden in den Kreis zurück. Einige Freiwillige stellen die Mediennutzung ihrer Partnerin oder ihres Partners vor.

ZEIT

20 MINUTEN

MATERIAL

2 X ARBEITSBLATT 2
AUSGEDRUCKT AUF A3
SOWIE ARBEITSBLATT 3
PRO TEILNEHMENDEN

RAUM

SITZKREIS

EINSTIEG: ERARBEITUNG DES WORTSCHATZES

Die Teilnehmenden werden gebeten, eine Mindmap zum Begriff **Fake news** zu erarbeiten. Sie werden in 2 Gruppen aufgeteilt. Jede Gruppe bekommt das **Arbeitsblatt DaF 2** mit der Aufgabe, eine Mindmap zum Thema "Fake News" zu erstellen. Die erstellten Mindmaps werden im Raum aufgehängt. Zusätzlich erhalten die Teilnehmenden das **Arbeitsblatt DaF 3** mit einer Wortschatzliste und klären unbekannte Begriffe.

ZEIT

**60 MINUTEN,
15 MINUTEN PAUSE,
60 MINUTEN**

MATERIAL

**4 SMARTPHONES
4 SNAPCHAT-APPS
STOPPUHR
ARBEITSBLATT 4 UND 5
JE EINS PRO GRUPPE**

RAUM

FREIE BEWEGUNG

ERARBEITUNG: MEDIENBILDER UND MEDIENPRODUKTION

Die Teilnehmenden bilden erneut 4-5 Gruppen. Jede Gruppe benötigt ein Smartphone mit einer installierten Snapchat-App und einem eigenen Profil. Die Teilnehmenden tauschen sich zu grundlegenden Funktionen und Sicherheitseinstellungen der Snapchat-App aus. Bei Bedarf ergänzt die Workshopleitung. Vor Beginn des Experiments sollten sich alle Teilnehmenden in der App vernetzen und sich als Freunde registrieren.

Jede Gruppe bekommt eine Nummer. Sie bearbeiten das **Arbeitsblatt DaF 4** zur Themenfindung und zur Erstellung der Snapchats.

Haben die Gruppen das Arbeitsblatt bearbeitet und festgelegt, wer welchen Snapchat verschickt, erhält jede Gruppe das **Arbeitsblatt DaF 5**. Die Workshopleitung geht mit den Gruppen die Aufgaben durch und klärt Fragen.

PAUSE 15 MINUTEN

Nun beginnen die Snap-Ketten. Sie funktionieren ähnlich wie „Stille Post“. Die Workshopleitung organisiert das Versenden der Snaps: Jede Gruppe verschickt einen Snap und erhält einen Snap:

Gruppe 1 ⇒ Gruppe 2 ⇒ Gruppe 3 ⇒ Gruppe 4 ⇒ Gruppe 1

Sobald jede Gruppe einen Snap erhält, haben die Teilnehmenden maximal 10 Minuten Zeit für die Bearbeitung der Aufgabe auf **Arbeitsblatt DaF 5** (Anschauen des Snaps, Notieren der relevantesten Aspekte, Erstellung eines neuen Snaps).

Nun geht es weiter in der Snap-Kette. Die Workshopleitung fordert die Gruppen auf, den neu erstellten Snap an die nächste Gruppe in der Reihenfolge zu schicken. Sobald diese Gruppe den Snap erhält, bearbeitet sie dieselben Aufgaben.

So geht die Kette weiter bis zu jedem Snap drei Versionen produziert wurden.

ZEIT

45 MINUTEN

MATERIAL

**4 SMARTPHONES
ARBEITSBLATT 5**

RAUM

**SITZKREIS UND FREIE
BEWEGUNG IM RAUM
GRUPPENARBEIT**

AUSWERTUNG: ANALYSE DER VIDEOS

Die Teilnehmenden kommen wieder im Stuhlkreis zusammen. Nun präsentiert jede Gruppe das Video, das sie zuerst erstellt hat (also jeweils das Video zu Beginn der Snap-Kette). Danach präsentiert jede Gruppe das dazu zuletzt erstellte Snap-Video.

Die Teilnehmenden gehen in ihre Arbeitsgruppen zurück. Jede Gruppe bekommt einen Stapel Moderationskarten und Marker. Die Gruppen werden gebeten, sich auszutauschen und Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den Versionen auf Moderationskarten gut leserlich zu notieren. Dabei dürfen sie auch nochmal auf ihre Notizen auf **Arbeitsblatt DaF 5** schauen.

In der Zwischenzeit hängt die Workshopleitung ein Flipchart mit den Kategorien „Gemeinsamkeiten“ und „Unterschiede“ auf. Sie sammelt die Moderationskarten ein und clustert sie sichtbar. Im Anschluss fasst die Workshopleitung die Ergebnisse kurz zusammen. Sie weist auf die vier unterschiedlichen Analyseebenen hin:

- Urheber: Wurde vermittelt, wer den Video-Snap produziert hat?
- Intention: Wurde die Intention des Video-Snaps deutlich? Wie hat sie sich durch die Snap-Kette verändert?
- Inhalt: Wurden alle Inhalte des Video-Snaps vermittelt? Wie haben sich die Inhalte durch die Snap-Kette verändert?
- Form: Wurde die Form des Video-Snaps vermittelt und/oder reflektiert? Wie hat sich die Form verändert? Welche Emotionen wecken die Snaps?

ZEIT

30 MINUTEN

MATERIAL

FLIPCHARTS
MODERATIONSKARTEN

RAUM

SITZKREIS

TRANSFER: HANDLUNGSSTRATEGIEN ZUM KRITISCHEN UMGANG MIT VIDEOS

Die Workshopleitung hängt Flipcharts mit den unten stehenden Fragen an die Wand.

- Was würdet ihr tun, um Informationen zu prüfen?
- Was sollte die Urheberin oder der Urheber einer Medienbotschaft tun, wenn die Botschaft „richtig“ verstanden werden soll? Welche Verantwortung hat sie oder er dabei?
- Was sollte eine Zuschauerin oder ein Zuschauer tun, um die Medienbotschaft des Urhebers möglichst „richtig“ zu verstehen? Welche Verantwortung hat sie oder er dabei?

Die Teilnehmenden finden sich in Paaren zusammen. Jedes Paar erhält Moderationskarten. Die Teilnehmenden werden gebeten, zu jeder Frage 1-2 Antworten auf die Moderationskarten (eine Antwort pro Karte) zu schreiben. Die Workshopleitung moderiert eine abschließende Reflexion.

Optional: Eine Auswahl von Handlungsstrategien, um Fake News zu identifizieren:
<http://www.stopfake.org/de/wie-identifiziere-ich-ein-fake/>

ZEIT

15 MINUTEN

MATERIAL

FLIPCHART
BALL

BLITZLICHT

Die Workshopleitung moderiert ein abschließendes Blitzlichtfeedback:
Was nehmt ihr aus dem Workshop mit? Was lasst ihr hier?

ARBEITSBLÄTTER

“DEUTSCH ALS FREMDSPRACHE”

**AUF DEN NACHFOLGENDEN SEITEN FINDEN INTERESSIERTE
ALLE ARBEITSBLÄTTER ZUR DURCHFÜHRUNG DES
WORKSHOPS „CHECK YOUR SOURCES!“.**

**WEITERFÜHRENDE MATERIALIEN UND INFORMATIONEN FINDEN
SIE AUF DEN WEBSEITEN DES GOETHE-INSTITUTS UKRAINE UND
DER SCHWARZKOPF-STIFTUNG:**

WWW.GOETHE.DE/UKRAINE/MEDIENKOMPETENZ

WWW.SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE/MEDIENKOMPETENZ/

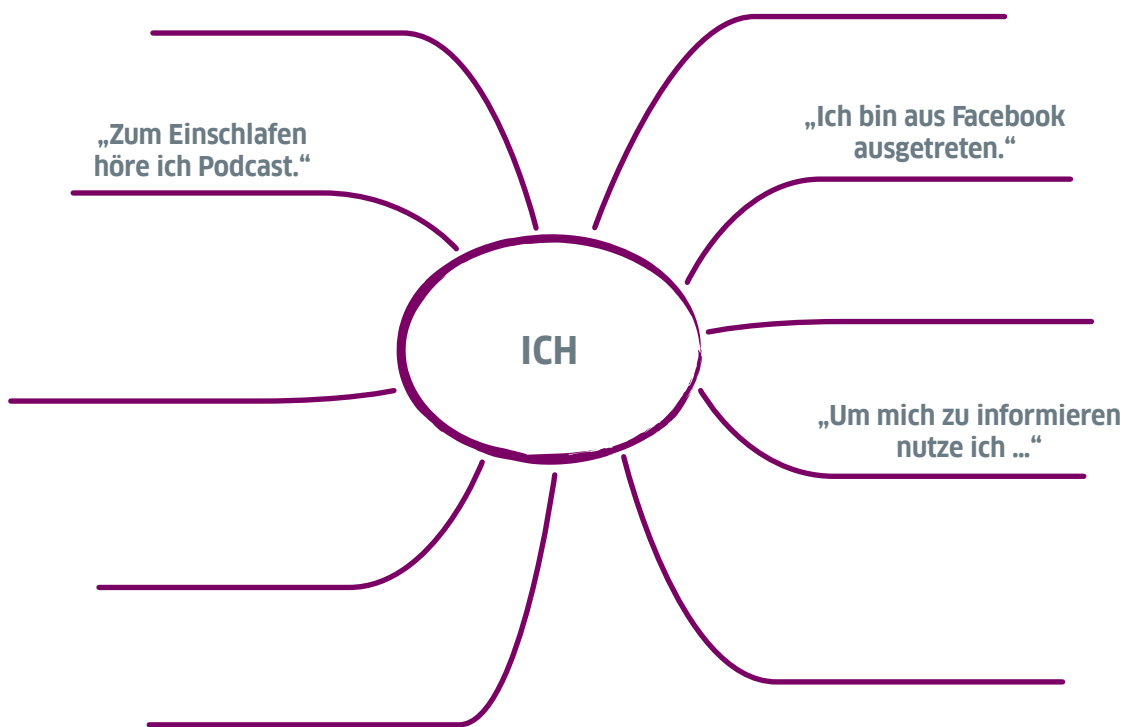
ARBEITSBLATT DaF 1

REFLEXION ZUR MEDIENNUTZUNG

Macht ein Interview mit eurer Lernpartnerin oder eurem Lernpartner. Stellt Fragen und notiert die Antworten.

Stellt die Ergebnisse eurer Interviews zur Mediennutzung in der Gruppe vor.

1. Welche Medien hast du heute schon genutzt?
2. Gibt es ein Bild aus den Medien, das dir seit langem nicht mehr aus dem Kopf geht?
3. Welche Medien nutzt du mehr, welche weniger? (z.B. WhatsApp, Facebook, Twitter, Youtube, Snapchat, Online-Nachrichten, Zeitung, Radio, Podcast)
Zeichne dazu mithilfe dieser Vorlage ein Identity Chart.

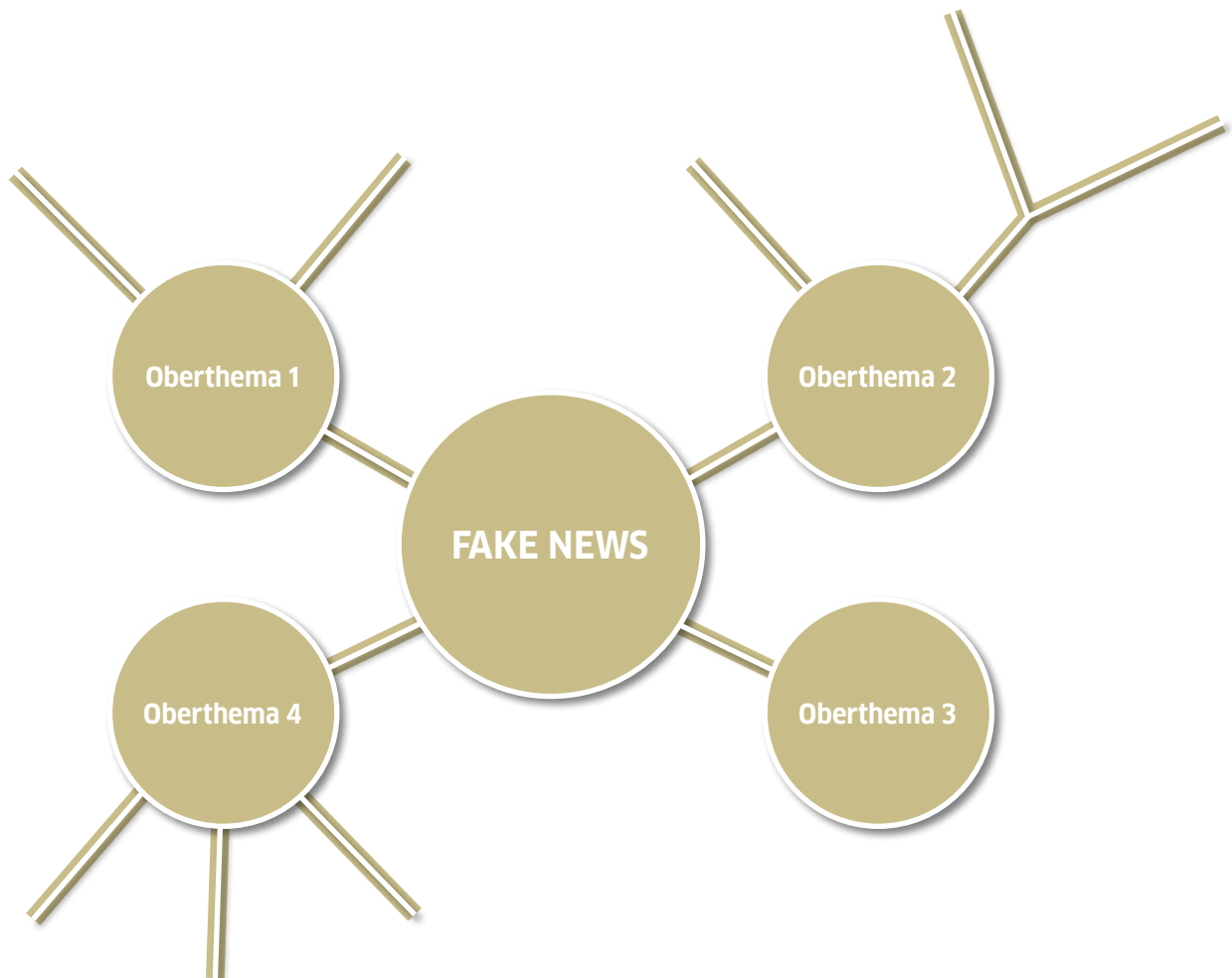


Identity Chart zur Mediennutzung

ARBEITSBLATT DaF 2

WORTSCHATZ 1

Erstellt in der Gruppe eine Mindmap zum Thema „Fake News“.
Die Struktur könnt ihr beliebig weiterführen und aufteilen.



ARBEITSBLATT DaF 3

WORTSCHATZ 2

Content, der
Desinformation, die
Facebook (wird meist ohne Artikel verwendet)
Facebook-Account, der
Fake, der
Faker, der/ Fakerin, die
Faktencheck, der
Falsch- und Fehlinformationen, die (Plural)
Follower, der/ Followerin, die
Kommentar, der
Like, der
Link, der
Lügenpresse, die
Manipulation, die
Medienethik, die
Post, der (englische Aussprache)
Profil, das
Retweet, der
Social Bot, der
sozialen Medien, die (Plural)
Twitter (wird meist ohne Artikel verwendet)
virale Verbreitung, die
Zensur, die

ARBEITSBLATT DaF 4

VIDEOPRODUKTION

1. Überlegt euch 6-7 Medienthemen, die euch wichtig und für euch interessant sind. **5 min.**
2. Wählt 3-4 Themen aus, die ihr gerne in einem Snap darstellen wollt. **5 min.**
3. Produziert nun je einen Video-Snap. Experimentiert mit unterschiedlichen Video-Formatideen und Snapchat-Tools. Speichert die Snaps ab, damit ihr sie später nochmal nutzen könnt. **20 min.**
4. Wählt den besten Snap aus und bestimmt eine Person, die den Snap verschicken soll.

ARBEITSBLATT DaF 5

VIDEOPRODUKTION

1. Ihr habt einen Video-Snap von einer anderen Gruppe erhalten. Schaut euch das Video aufmerksam an! Achtung: Die Snaps sind nur 10 Sekunden lang sichtbar und verschwinden danach. Welches sind die relevantesten Aspekte? **10 min.**
2. Produziert nun einen Snap, der die wichtigsten Aspekte wiederholt und speichert ihn. **10 min.**

IMPRESSUM / IMPRINT

REDAKTIONSSCHLUSS / PRESS DATE 11.12.2017

**V.I.S.D.P. / RESPONSIBLE
ACCORDING TO THE PRESS LAW**

KATHARINA GÖRIG

REDAKTION / EDITORS

VIVIANE OTTO, KATHARINA GÖRIG, MARIIA
SAVELOVA, FRITZ SCHUMANN

REDAKTIONSLEITUNG / EDITORIAL DIRECTOR

KATHARINA GÖRIG

HERAUSGEBER / PUBLISHER

GOETHE-INSTITUT UKRAINE
WOLOSKA 12/4
04070 KIEW
UKRAINE
WWW.GOETHE.DE/KIEW
INFO-KIEW@GOETHE.DE

SCHWARZKOPF-STIFTUNG JUNGES EUROPA
SOPHIENSTR. 28/29
10178 BERLIN
DEUTSCHLAND
WWW.SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE
INFO@SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE

BILDNACHWEIS / PHOTO CREDITS

FRONT PAGE: VALENTIN FANEL BADIU
3-4: LOREDANA LA ROCCA
5-10: FRITZ SCHUMANN / 2470.MEDIA

GESTALTUNG / DESIGN

KOSTYANTYN PALAMARCHUK

COPYRIGHT

2017, GOETHE-INSTITUT UKRAINE, SCHWARZKOPF-
STIFTUNG, AUTOREN / AUTHORS, FOTOGRAFEN /
PHOTOGRAPHERS. DAS MATERIAL KANN
ZU BILDUNGSZWECKEN VERGÜTUNGSFREI
VERVIELFÄLTIGT WERDEN. / THE MATERIAL CAN
BE COPIED FOR EDUCATIONAL PURPOSE.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS / EXCLUSION OF LIABILITY

DIE HERAUSGEBER SIND FÜR DEN INHALT DER
AUFGEFÜHRTEN EXTERNEN INTERNETSEITEN
NICHT VERANTWORTLICH. / THE PUBLISHER
IS NOT RESPONSIBLE FOR THE CONTENT OF
EXTERNAL WEBSITES.

**BEGLEITENDE VIDEOMATERIALIEN / ADDITIONAL
VIDEO MATERIALS**

IN ERGÄNZUNG ZUR HANDREICHUNG STEHEN
INTERESSIERTEN VIDEOMATERIALIEN ZUR
VERFÜGUNG / IN ADDITION TO THAT PUBLICATION
YOU CAN FIND ADDITIONAL VIDEOS HERE:

WWW.GOETHE.DE/UKRAINE/MEDIENKOMPETENZ
[WWW.SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE/
MEDIENKOMPETENZ/](http://WWW.SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE/MEDIENKOMPETENZ/)

VIDEOPRODUKTION / VIDEO PRODUCTION

FRITZ SCHUMANN / 2470.MEDIA
YURIY KOMAROV

VIELEN DANK! / THANK YOU VERY MUCH!

WIR DANKEN ALLEN TEILNEHMENDEN
DES PROJEKTS „MEDIENKOMPETENZ FÜR
JUGENDLICHE“ SOWIE ALLEN BETEILIGTEN
KOLLEGINNEN UND KOLLEGEN. EIN BESONDERER
DANK GILT DEN UNDERSTANDING EUROPE PEER-
MULTIPLIKATOREN UND -MULTIPLIKATORINNEN,
DER LEHRERIN OLGA DASHKINA UND DEN
SCHÜLERINNEN UND SCHÜLERN DES SUMY
GYMNASIUMS EINS FÜR DIE ERPROBUNG DES
WORKSHOPS UND DIE BERATUNG.

THANKS TO ALL THE PARTICIPANTS OF THE
PROJECT “MEDIA LITERACY FOR YOUNG PEOPLE”
AS WELL AS TO ALL OUR COLLEAGUES. A SPECIAL
THANKS GOES TO THE UNDERSTANDING EUROPE
PEER TRAINERS, THE TEACHER OLGA DASHKINA
AND THE STUDENTS OF THE SUMY SECONDARY
SCHOOL NO. ONE FOR TRYING OUT THE
WORKSHOP AND CONSULTATION.