

МЕДЫЯКАМПЕТЭНТНАСЦЬ ДЛЯ МОЛАДЗІ



 **Schwarzkopf** 
Stiftung
JUNGES EUROPA 



Auswärtiges Amt



**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.

CEMIHAP
„CHECK YOUR
SOURCES!“

ГЭТЫ СЕМІНАР НАВУЧЫЦЬ МАЛАДЫХ ЛЮДЗЕЙ КРЫТЫЧНА СТАВІЦЦА ДА КРЫНІЦ ІНФАРМАЦЫІ. АСНОЎНАЯ ІДЭЯ АДУКАЦЫЙНАГА МОДУЛЯ БЫЛА РАСПРАЦАВАНА ПЕДАГОГАМІ З УСТАНОЎ АДУКАЦЫІ І НЕДЗЯРЖАЎНЫХ АДУКАЦЫЙНЫХ АРГАНІЗАЦЫЙ З АРМЕНІІ, АЗЕРБАЙДЖАНА, ГРУЗІІ, УКРАЇНЫ, БЕЛАРУСІ, РАСІІ І ГЕРМАНІІ Ў МЕЖАХ ПРАЕКТА “МЕДЫЯКАМПЕТЭНТНАСЦЬ ДЛЯ МОЛАДЗІ”. ВОСЬ ШТО СТАЛА ЗЫХОДНЫМІ ПУНКТАМІ ПРАЕКТА:



Юнакі і дзяўчаты схільныя да таго, каб давяраць нейкай крыніцы проста таму, што яны лічаць яе надзейнай. Напрыклад, я спытала аднаго вучня, чаму ён верыць ВВС, а ён адказаў: таму што гэта ВВС”

*(Ніно Кварацкелія,
трэнерка Understanding Europe, Украіна)*



З пачатку вайны на Украіне я вельмі актыўна працую ў медыях – таму што вайна была выклікана прапагандай і фэйкавымі паведамленнямі, якія сталі прычынай пlynяў нянавісці і панікі. У нас па-ранейшаму шмат груп грамадзян, якія некрытычна спажываюць медыйны прадукт і не разумеюць, што і калі з’яўляецца сапраўдным, а што – не.

*(Яўген Федчанка,
заснавальнік Stopfake.org)*



Падчас аднаго з маіх семінараў адзін хлопец выказаў перакананне ў тым, што некаторыя краіны ніколі не змогуць стаць членамі Еўрасаюза. Ён пра гэта чытаў у нейкім газетным артыкуле. Ён не памятаў дакладна крыніцу, а таксама не задумваўся пра тое, наколькі яна была вартай даверу.

*(Тацеў Мкртумян,
трэнерка Understanding Europe, Арменія)*



Каб лепей дагрукацца да моладзі, патрэбны новыя фарматы і альтэрнатыўныя метады.

*(Ліяна Бадалян,
Фонд Фрыдрыхэ Эберта, Арменія)*

ТЭМА**ПРАВЕР СВАЕ КРЫНІЦЫ! КРЫТЫЧНЫ ПАДЫХОД
ДА АЎДЫЎІЗУАЛЬНЫХ МЕДЫЙ****ЧАС****2 X 90 ХВІЛІН****МЭТЫ**

- вызначыць параметры крытычнага спажывання відэа і папрактыкавацца ў іх
- пазнаёміцца з рознымі відэафарматамі і зрабіць творчыя спробы гэтых фарматаў
- атрымаць уяўленне пра эфектыўнасць уласнай відэапрадукцыі і ўспрымання відэаконтэнтэ
- павысіць адчувальнасць да сфабрыкаваных паведамленняў

МЕТОДЫКА**ПРАЦА Ў ПАРАХ І ГРУПАХ, АГУЛЬНАЕ АБМЕРКАВАННЕ, ДЫСКУСІЯ****МАТЭРЫЯЛ****МАТЭРЫЯЛЫ ДЛЯ МАДЭРАЦЫІ, СМАРТФОНЫ,
ПРАГРАМА SNARCHAT**

ЧАС

45 ХВІЛІН

МАТЭРЫЯЛ

МАДЭРАЦЫЙНЫЯ КАРТКІ
МАРКЕРЫ
ДОШКА ДЛЯ
ПРЫШПІЛЬВАННЯ КАРТАК
ПРАЦОЎНЫ АРКУШ 1

ФОРМА ПРАЦЫ

АГУЛЬНАЕ АБМЕРКАВАННЕ
ПРАЦА Ё ПАРАХ

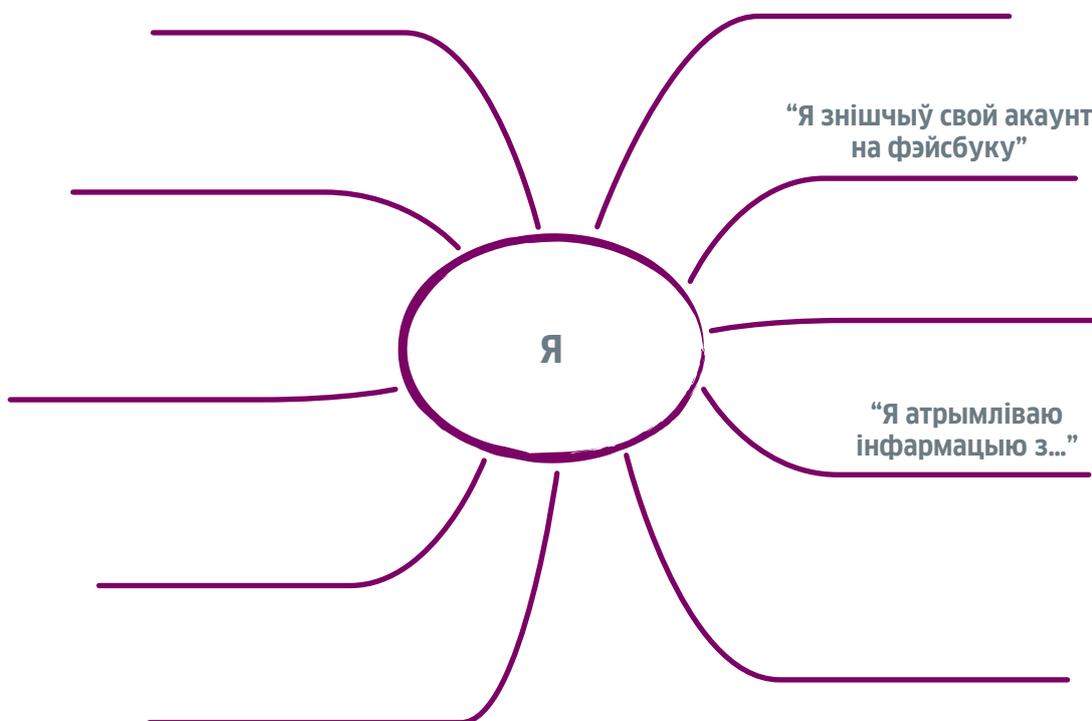
УВОДЗІНЫ: САМАРЭФЛЕКСІЯ

Вядучы семінара вітаецца з удзельнікамі і прапануе для разважання наступныя пытанні:

1. Якімі медыямі ты ўжо карыстаўся сёння?
2. Ці ёсць нейкі вобраз з СМІ, які доўгі час не выходзіць у цябе з галавы?
3. Ці “павёўся” ты ўжо калі-небудзь на фэйкавую навіну?
4. Да якога тыпа спажываўца медый ты адносішся? Якімі сродкамі камунікацыі ты карыстаешся больш, якімі менш? (напр., WhatsApp, Facebook, Youtube, Snapchat, онлайн-навіны, газета, радыё, падкаст) Намалюй зыходзячы з гэтага свой профіль спажываўца медый.

Удзельнікі абменьваюцца меркаваннямі па пытаннях 1-3 ў парах, карыстаючыся працоўным **аркушам 1**.

Пасля гэтага вядучы семінара просіць удзельнікаў прадставіць у пленуме іх профілі спажываўца медый. Вынікі можна зафіксаваць, каб склаці агульную карціну карыстання медыямі.



ЧАС

45 ХВІЛІН

МАТЭРЫЯЛ

**СМАРТФОНЫ
ПРАГРАМА SNAPCHAT
УКАЗАННІ ПА БЯСПЕЦЫ
ПАДКАЗКА ПА
ВІДЭАФАРМАТАХ/
ПРАЦОЎНЫ АРКУШ 2, 3**

ФОРМА ПРАЦЫ

**АГУЛЬНАЕ АБМЕРКАВАННЕ
МАЛЫЯ ГРУПЫ**

РАСПРАЦОЎКА ВІДЭАПРАДУКЦЫІ

Удзельнікі абменьваюцца інфармацыяй пра функцыі праграмы Snapchat і звязаныя з ёй рызыкі. Пры патрэбе кіраўнік семінара дае дадатковыя звесткі. Удзельнікі дамаўляюцца пра правілы ўзаемапавагі пры карыстанні праграмай.

Удзельнікі ўтвараюць групы па 3 чалавекі. У кожнай групы павінен быць смартфон з інсталяванай праграмай Snapchat і персанальным акаунтам у ёй (можа быць створаны на месцы). Усе павінны далучыць адно аднаго ў сябры ў прылажэнні.

Малыя групы самастойна ствараюць кароткія відэасюжэты на пэўную абраную імі тэму. Вядучы семінара прадстаўляе магчымыя відэафарматы (**працоўны аркуш 2**). Удзельнікі бегла знаёмяцца з рознымі інструментамі Snapchat.

Кожны відэасюжэт павінен праз аўдыё- і відэашэрагі адказаць на пяць асноўных пытанняў.

Што адбылося? Хто ў гэтым удзельнічаў? Дзе гэта адбылося? Як гэта адбылося? Адкуль з'явілася гэта інфармацыя? (**Працоўны аркуш 3**). Малыя групы вырашаюць, сапраўдныя або сфабрыкаваныя факты перадаваць у відэасюжэце.



ЗАМАЦАВАННЕ ВЫНІКАЎ

Кожная група захоўвае свае відэасюжэты і абмяркоўвае, якія са зробленых відэа варта апублікаваць у Snapchat і раздзяліць з іншымі.

ЧАС

45 ХВІЛІН

МАТЭРЫЯЛ

СМАРТФОНЫ ПРАГРАМА SNAPCHAT

ФОРМА ПРАЦЫ

МАЛЫЯ ГРУПЫ

РАСПРАЦОЎКА: РАСПАЎСЮД ВІДЭА „САПСАВАНЫ ТЭЛЕФОН“

Каманды з трох чалавек аб'ядноўваюцца ў дзве групы. У кожнай групе ўсталёўваецца парадак каманд.

Група А: каманды 1, 2, 3, 4

Група В: каманды 1, 2, 3, 4

Каманды глядзяць свае абраныя для публікацыі відэасюжэты і вырашаюць, ці застаюцца яны пры сваім выбары. Па сігналу вядучага семінару ўсе каманды дасылаюць свае відэасюжэты праз Snapchat наступнай па парадку камандзе. Такім чынам у снэпчаце стартуюць два ланцужкі. Яны перадаюць інфармацыю, як у гульні “сапсаваны тэлефон”. Атрымаўшы снэпы, каманды выконваюць наступныя заданні (**працоўны аркуш 4**):

1. Уважліва прагледзьце відэаролікі! Падумайце, якія аспекты снэпаў з'яўляюцца галоўнымі. Увага! Ролікі можна прагледзець толькі на працягу 10 секунд пасля атрымання, пазней яны знікнуць.
2. Стварыце відэаролік, які паўторыць важнейшыя аспекты атрыманага сюжэта. (Уявіце сабе, што вы перадаеце інфармацыю сяброўцы або сябру). Захавайце свой відэаролік.
3. Адпраўце свой відэаролік камандзе з наступным парадкавым нумарам.

Ланцужок працягваецца, пакуль на кожны сюжэт не будзе створана чатыры версіі.



АЛЬТЭРНАТЫЎНЫ ПАГЛЫБЛЕНЫ ВАРЫАНТ:

Каманды з абедзвюх груп (напрыклад, каманда 1 з групы А і каманда 1 з групы В) паказваюць адна адной свае відэаролікі і вырашаюць супольна, які з гэтых ролікаў будзе распаўсюджвацца. Па сігналу ўсе каманды дасылаюць свае відэаролікі праз у Snapchat абедзвюм наступным па парадку камандам абедзвюх груп. (Напрыклад, каманда 1 дасылае відэаролік камандзе 2 з групы А камандзе 2 з групы В.) Такім чынам паралельна запускаяцца два ланцужкі снэпаў.

ЧАС

15 ХВІЛІН

МАТЭРЫЯЛ

**МАДЭРАЦЫЙНЫЯ КАРТКІ
МАРКЕРЫ
ДОШКА ДЛЯ
ПРЫШПІЛЬВАННЯ КАРТАК
СМАРТФОНЫ
ПРАГРАМА SNARCHAT
ЗАХАВАННЯ ВІДЭАРОЛІКІ
ПРАЦОЎНЫ АРКУШ 5**

ФОРМА ПРАЦЫ

**МАЛЫЯ ГРУПЫ
АГУЛЬНАЕ АБМЕРКАВАННЕ**

АЦЭНКА: АНАЛІЗ ВІДЭАРОЛІКАЎ

Каманды прыступаюць да аналізу таго, якія змены адбыліся з іх сюжэтамі. Для гэтага каманды паказваюць адна адной свае захаваныя снэпы і занатоўваюць на мадэрацыйных картках агульнае і адрознае ў розных версіях.

Вядучы семінара сартыруе вынікі і мадэруе абмен меркаваннямі. Пры гэтым ён можа спыніцца на чатырох узроўнях:

1. Аўтар: Ці згадвалася, хто стварыў відэаролік?
2. Намер: Ці відавочны намер, пасыл відэароліка? Як ён змяняецца праз ланцужок снэпаў? Якім чынам каманды абышліся з выпадкамі намеранай дэзінфармацыі або няпэўнасці ў праўдзівасці паведамлення?
3. Змест. Які быў змест перадаванай інфармацыі? Якім чынам змест змяніўся, праходзячы праз ланцужок снэпаў? Ці ўсе каманды разумелі дакладна, перадаюць яны факты або сфабрыкаваную інфармацыю?
4. Форма. Ці адбывалася перадача формы відэароліка? Ці адбывалася свядомае асэнсаванне яго формы? Якім чынам змянілася форма? Які ўплыў мае сродак камунікацыі на форму паведамлення?



ЧАС

30 ХВІЛІН

МАТЭРЫЯЛ

**МАДЭРАЦЫЙНЫЯ КАРТКІ
ЗАХАВАННЯ ВІДЭАРОЛІКІ
ВІДЭАКРЫНІЦЫ
ПРАЦОЎНЫ АРКУШ 6**

ФОРМА ПРАЦЫ

**АГУЛЬНАЕ АБМЕРКАВАННЕ
ГРУПЫ (ШЁПОТ???)**

ТРАНСФЕР: СТРАТЭГІІ КРЫТЫЧНАГА АБЫХОДЖАННЯ З ВІДЭАІНФАРМАЦЫЯЙ

Кароткія сюжэты ў кожнай камандзе успрымаліся, ацэньваліся і перадаваліся па-іншаму. Спосаб разумення і распаўсюджвання ўдзельнікамі відэаінфармацыі непасрэдна залежыць ад іх індывідуальных уяўленняў, цікавасцяў, папярэдніх ведаў і вопыту.

Удзельнікі збіраюць як мінімум **пяць канкрэтных прапанов**, у якіх дзеяннях можа выражацца крытычны падыход да відэаінфармацыі. Зыходнымі пунктамі могуць быць наступныя:

- Што вы робіце, каб праверыць інфармацыю?
- На якія крыніцы вы будзеце спасылацца? Чаму?
- Якую інфармацыю вы перададце далей?

ПАГЛЫБЛЕНЫ ВАРЫЯНТ

Вядучы семінара прадстаўляе абраныя ролікі. Некаторыя з іх утрымліваюць свядомую дэзінфармацыю або несвядома скажоную інфармацыю. Удзельнікі ў групах абмяркоўваюць крокі крытычнага аналізу інфармацыі і выпрабавваюць іх.

Падборка фэйкавых навін і стратэгіі крытычнага аналізу:

www.stopfake.org/de/wie-identifiziere-ich-ein-fake/

ЗАМАЦАВАННЕ ВЫНІКАЎ: Усе ўдзельнікі разам абменьваюцца меркаваннямі пра паспяховыя стратэгіі і дзеляцца няпэўнасцю. У гэтай фазе з'яўляецца магчымасць дапоўніць прапановы па кроках далейшымі ідэямі і прагаварыць адкрытыя пытанні.

ПРАЦОЎНЫЯ АРКУШЫ

НА НАСТУПНЫХ СТАРОНКАХ ЗАЦІКАЎЛЕННЫЯ ЗНОЙДУЦЬ УСЕ АРКУШЫ З
ЗАДАННЯМІ ДЛЯ ПРАВЯДЗЕННЯ СЕМІНАРА „CHECK YOUR SOURCES!“.

ДАЛЕЙШЫЯ МАТЭРЫЯЛЫ І ІНФАРМАЦЫЮ ВЫ ЗНОЙДЗЕЦЕ НА СТАРОНКАХ
GOETHE-INSTITUT ВА УКРАІНЕ І ФОНДА SCHWARZKOPF:

WWW.GOETHE.DE/UKRAINE/MEDIENKOMPETENZ

WWW.SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE/MEDIENKOMPETENZ/

ПРОСЬБА АБ АДВАРОТНАЙ СУВЯЗІ

ВЫ ПРАВЯЛІ СЕМІНАР АБО АСОБНЫЯ ЯГО МОДУЛІ? ТАДЫ ДАШЛІЦЕ НАМ
КАРОТКІ ВОДГУК З ПАХВАЛОЙ, КРЫТЫКАЙ АБО ІМПУЛЬСАМІ:

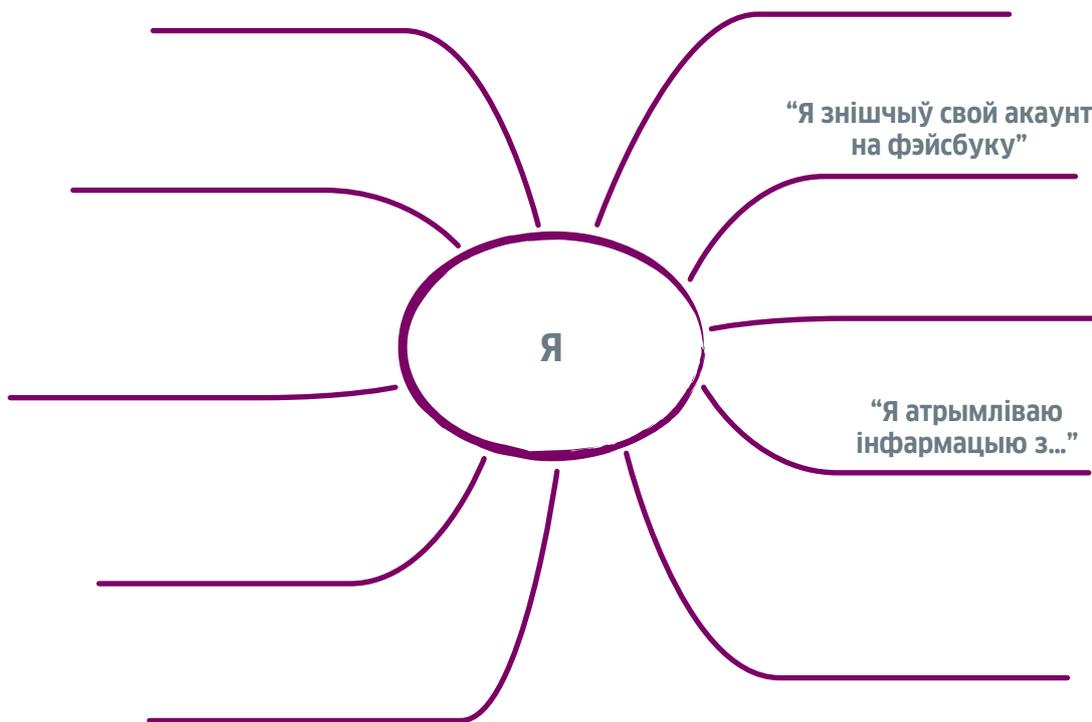
INFO@SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE

ВЯЛІКІ ДЗЯКУЙ ЗА ВАШУ ПАДТРЫМКУ!

ПРАЦОЎНЫ АРКУШ 1

ЗАДАННЕ 1: РЭФЛЕКСІЯ ПРА СПАЖЫВАННЕ СРОДКАЎ КАМУНІКАЦЫІ

1. Якімі медыямі ты ўжо карыстаўся сёння?
2. Ці ёсць нейкі вобраз з СМІ, які даўно не выходзіць у цябе з галавы?
3. Ці трапляў ты сам у пастку дэзінфармацыі?
4. Якімі сродкамі камунікацыі ты карыстаешся больш, якімі менш? (напрыклад, WhatsApp, Facebook, Twitter, Youtube, Snapchat, онлайн-парталы, газеты, радыё, падкасты) Накрэслі пры дапамозе гэтага шаблона свой профіль спажыўца інфармацыі, у які ўнясі не менш за пяць пунктаў пра твае звычкі як карыстальніка сродкаў камунікацыі.



ЗАДАННЕ 2: АБМЕН МЕРКАВАННЯМІ ПРА КАРЫСТАННЕ МЕДЫЯМІ

1. Абмяняйся меркаваннямі з партнёрам па дыскусіі.
2. Прадстаў важныя пункты з твайго профіля спажыўца інфармацыі усёй групе.

ПРАЦОЎНЫ АРКУШ 2

6 ПРАПАНОЎ ФАРМАТАЎ ДЛЯ ВІДЭАРОЛІКАЎ

1. НА ВУЛІЦЫ

Відэаролік паказвае вулічную сітуацыю з людзьмі. Сэнс заключаецца ў тым, каб пазнаць пэўную асобу, паслухаць і засвоіць інфармацыю пра яе.

2. БУДЫНАК

У гэтым снэпе паказваецца (стары) будынак. У гукавым суправаджэнні, напрыклад, могуць распавядацца гісторыі жыхароў.

3. РУХ – АД СЯБЕ

Стваральнік ці стваральніца відэароліка рухаецца са смартфонам па нейкім месцы, напрыклад, ад адной вуліцы да наступнай. Візуальны фон хутка змяняецца.

4. РУХ – АД ЗНЕШНЯГА НАГЛЯДАЛЬНІКА

Тут камера зафіксавана на нейкім месцы, але перад ёй адбываецца шмат руху. Парада: Калі гэты рух дастаткова руцінны, то трэба ўключыць у кадр шмат іншай візуальнай інфармацыі.

5. ІНТЭРВ'Ю

Мы бачым дваіх. Спачатку першая асоба прадстаўляецца, і толькі пасля пераводзіць камеру на іншую асобу і задае той пытанні.

6. ВЫКРЫЦЦЁ

Тут камера спачатку захінута – напрыклад, чахлом мабільніка або рукой. На кароткае імгненне, у самым канцы відэароліка, гэта перашкода знікае, “выкрываючы” нейкі аб’ект або асобу. Апошняе, кароткае імгненне адыгрывае вырашальную ролю.

ПРАЦОЎНЫ АРКУШ 3

РАСПРАЦОЎКА І СТВАРЭННЕ ВІДЭА

1. Напішыце паведамленне на любую тму, якая прыцягне ўвагу. Зацікаўце астатніх. Прадумайце пяць розных звестак, якія вы хочаце данесці – як праз відэшэраг, так і праз гукавое суправаджэнне. Што адбылося? Хто ў гэтым удзельнічаў? Дзе гэта адбылося? Як гэта адбылося? Адкуль паходзіць гэта інфармацыя?

Прыміце рашэнне, што павінна перадаваць ваша паведамленне: праўдзівыя або сфабрыкаваныя факты.

2. Стварыце адзін або некалькі відэаснэпаў. Паэксперыментуйце з рознымі фарматамі відэа і рознымі інструментамі Snapchat. Захавайце відэаролікі.

3. Дамоўцеся пра тое, які з ролікаў вы хочаце распаўсюджаць. Адпраўце ролік камандзе з наступным пасля вашага парадкавым нумарам. Каманда 1 ⇒ каманда 2 ⇒ каманда 3 ⇒ каманда 4 ⇒ каманда 1.

Такім чынам запускаецца ланцужок снэпаў. Ён працуе падобна да “сапсаванага тэлефона”.

ПРАЦОЎНЫ АРКУШ 4

РАСПАЎСЮД ВІДЭА

Вы атрымалі відэаролік ад іншай групы. Уважліва прагледзьце яго! Увага! Ролікі можна прагледзець толькі на працягу 10 секунд пасля атрымання, пазней яны знікнуць.

1. Запішыце тэму і самыя галоўныя аспекты снэпа. Звярніце ўвагу на форму падачы інфармацыі.
2. Стварыце відэаролік, які паўторыць важнейшыя аспекты з атрыманага сюжэта. Захавайце яго.
3. Адпраўце новы відэаролік наступнай па парадку камандзе.
Каманда 1 ⇒ каманда 2 ⇒ каманда 3 ⇒ каманда 4 ⇒ каманда 1.

Ланцужок працягваецца, пакуль не будуць створаны чатыры версіі кожнага сюжэта.

АРКУШ 3 ЗАДАННЯМІ 5

АНАЛІЗ ВІДЭА

1. Прагледзьце розныя версіі вашых снэпаў. Прааналізуйце ў групе адрозненні і падабенства паміж рознымі версіямі.

Звярніце ўвагу на наступныя пункты:

- Аўтар: Хто стварыў гэты відэаролік?
- Намер: З якой мэтай быў створаны гэты сюжэт?
- Змест: пра што ідзе гаворка?
- Форма: як перадаецца змест?

	ПАДАБЕНСТВА		
	Ролік 2	Ролік 3	Ролік 4
Ролік 1			

	АДРОЗНЕННІ		
	Ролік 2	Ролік 3	Ролік 4
Ролік 1			

2. Запішыце асноўныя вынікі на мадэрацыйных картках.

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)**

TIME **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/

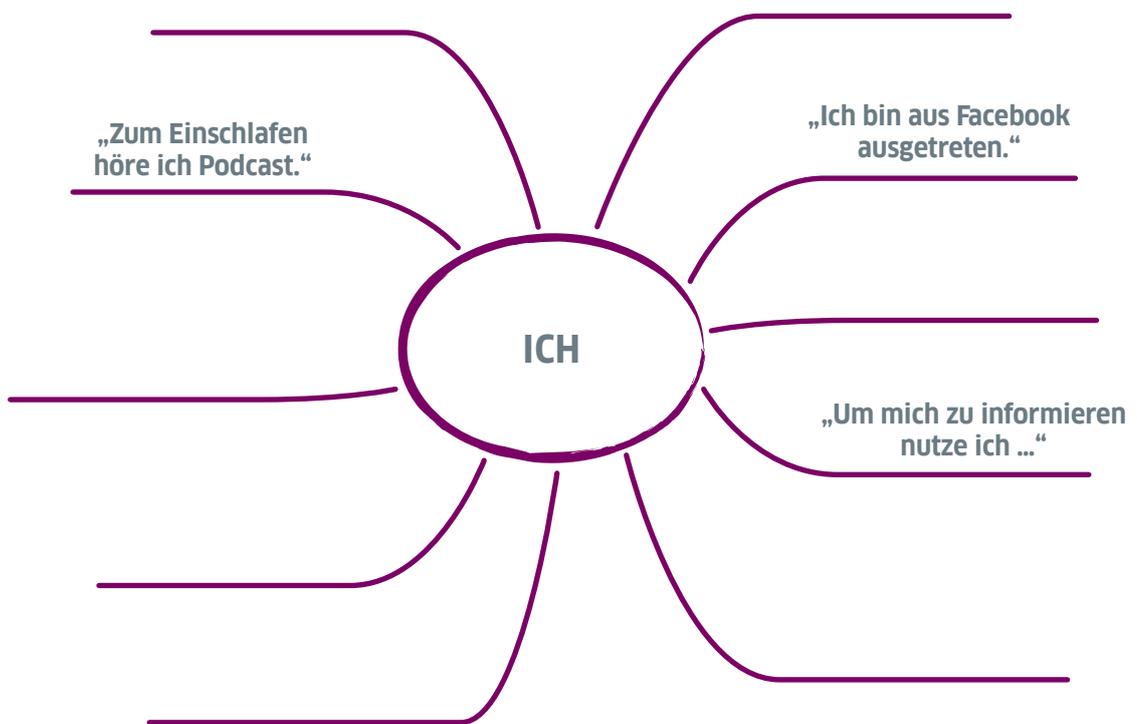
ARBEITSBLATT DaF 1

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.

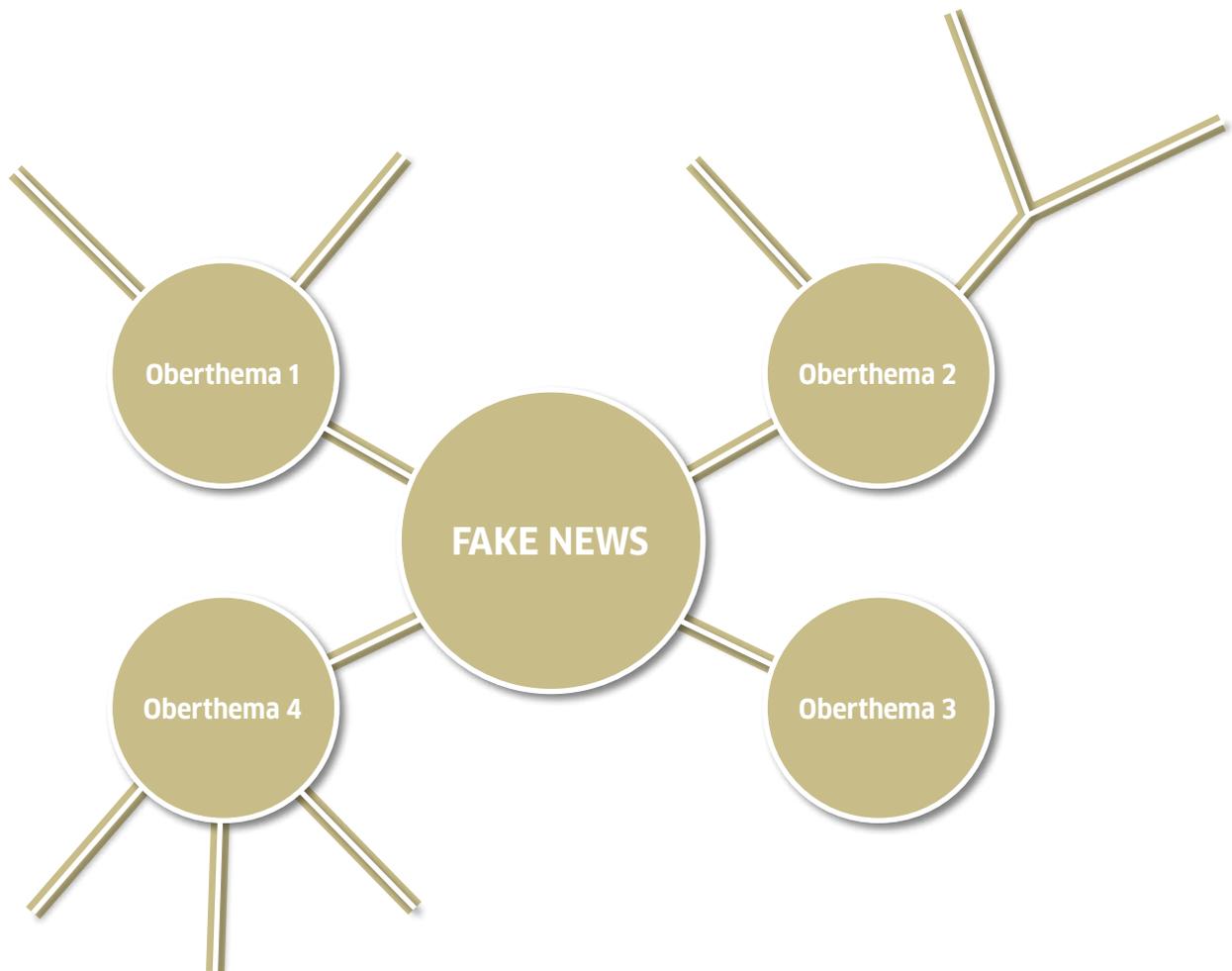


Identity Chart zur Mediennutzung

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/

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.