

GƏNCLƏR ÜÇÜN MEDIA BACARIQLARI


Schwarzkopf
Stiftung
JUNGES EUROPA 



Auswärtiges Amt



GOETHE
INSTITUT

Sprache. Kultur. Deutschland.

SEMINAR-WORKSHOP „ÖZ MƏNBƏLƏRİNİZİ YOXLAYIN!“

ALMAN DİLİNİN XARİCİ DİL KİMİ YAYILMASI

BU WORKSHOP GƏNCLƏRƏ MƏNBƏLƏR İLƏ İŞƏ TƏNQIDI YANAŞMAĞI ÖYRƏDİR.

FOKUS AUDIOVİZUAL MEDIALAR ÜZƏRİNƏ YÖNƏLMİŞDİR. TƏHSİL MODULUNUN ƏSAS İDEYASI „GƏNCLƏR ÜÇÜN MEDIA BACARIQLARI „ LAYIHƏSİ ÇƏRÇİVƏSİNDƏ ERMƏNİSTAN, AZƏRBAYCAN, UKRAYNA, BELORUSIYA, RUSIYA VƏ ALMANIYA RƏSMİ VƏ QEYRİ -RƏSMİ TƏHSİLİN MÜƏLLİMLƏRİ TƏRƏFİNDƏN HAZIRLANIB. BAŞLANGIC ÜÇÜN AŞAĞIDAKI TƏCRÜBƏLƏR NƏZƏRDƏ TUTULMUŞDUR:



Gənclər etibarlı hesab etdikləri hər bir mənbəyə inanmağa meyl edirlər. Nümunə üçün deyə bilərəm ki, mən bir şagirddən soruşdum, nə üçün o BBC – ya inanır və cavab belə oldu; „BBC olduğu üçün“

(Nino Kvaratskheliya, Avropa Treyneri, Ukrayna)



Ukraynada müharibə başlanan gündən mən çox fəal şəkildə media ilə məşğul oluram, beləki yanlış – saxta məlumatlar və təbliğatın nəticəsində baş verən müharibə nifrət və həyəcan yaradır. Bizim məqsəd qruplarımız var və onlar hələ də mediaya (kütləvi informasiya vasitələri) kifayət qədər tənqidi yanaşmırlar və nəyin həqiqət olduğunu və yaxud olmadığını anlamırlar.

(Yevhen Fedchenko, Stopfake.org – in yaradıcısı, Ukrayna)



Bir dəfə məktəbdə (Seminar) Workshop zamanı gənclərdən biri məni inandırmağa çalışdı ki, müəyyən ölkələr heç bir zaman Avropa Birliyinə daxil ola bilməyəcəklər. Bu məlumatı o, bir qəzet məqaləsində oxumuşdur. Bu məlumatın hansı mənbəyə aid olduğunu xatırlamırdı

və mənbənin nə qədər etibarlı olduğunu da düşünürdü.

*(Tatev Mkrtumyan,
Understanding Europe Treyner, Ermənistan)*



Gənclərlə daha yaxşı münasibət qurmaq üçün yeni formatlar və alternativ metodlar lazımdır.

*(Liana Badalyan,
Friedrich-Ebert-Fondu, Ermənistan)*

MÖVZU**ÖZ MƏNBƏLƏRİNİ YOXLA - AUDIOVİZUAL MEDIA
İLƏ TƏNQIDI DAVRANIŞI****VAXT****2 X 90 DƏQIQƏ****MƏQSƏDLƏR**

- Mediadan tənqidi istifadə ölçülərini müəyyənləşdirmək və məşq etmək,
- müxtəlif video formatlar ilə tanış olmaq və kreativ məşq etmək,
- video çəkilişdə və video qəbulunda özünəməxsusluğu hiss etmək
- „saxta xəbərlərlə“ davranışda həssaslıq

MATERIALLAR**MODERATOR ÜÇÜN MATERIALLAR, SMARTPHONLAR, SNAPCHAT APP****METODIKA****PARTNYOR VƏ QRUP İŞI, PLENUM, MÜZAKIRƏ**

VAXT

45 DƏQIQƏ

MATERIAL

TƏQDIMAT KARTLARI,
QƏLƏMLƏR, PİNVAND
İŞ VƏRƏQİ 1

SOSIAL FORMA

PLENUM
CÜTLƏR

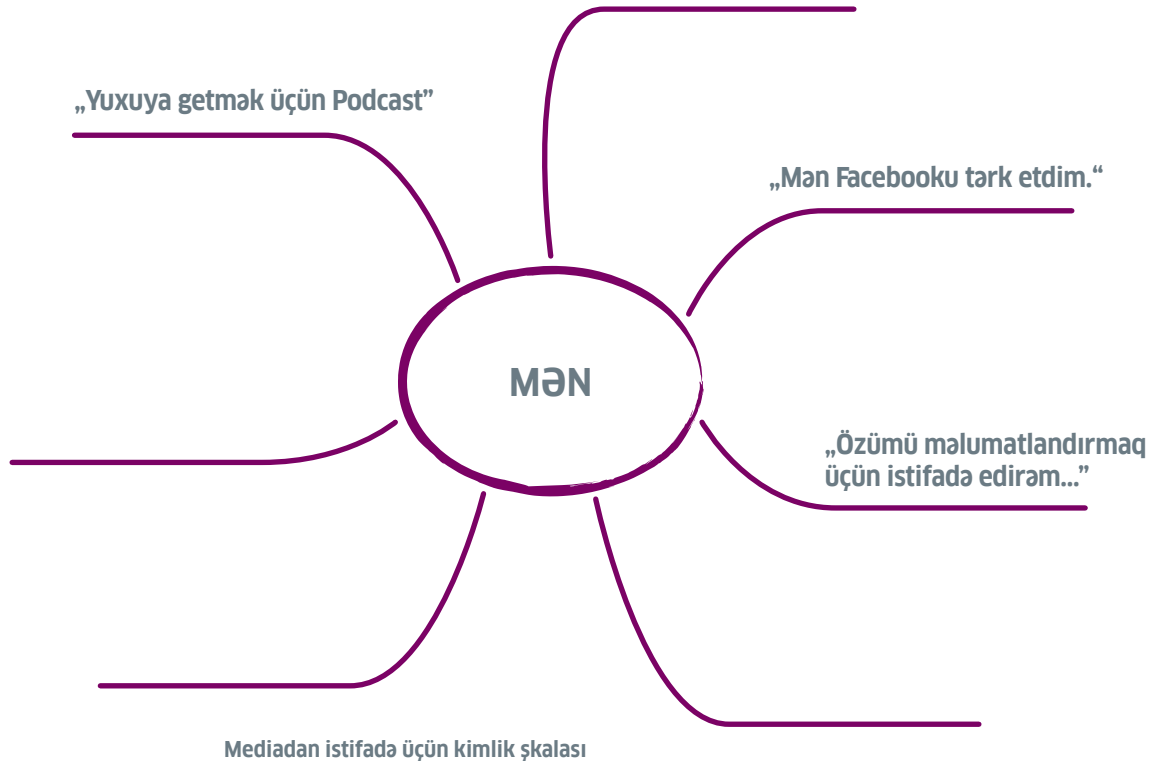
GIRIŞ: ÖZÜNÜ TƏHLİLETMƏ

Seminar rəhbərliyi bütün iştirakçıları salamlayır və analiz etməyə və düşünməyə istiqamətləndirir:

1. Bu gün sən hansı Kütləvi İnformasiya Vasitəsindən istifadə etmişən?
2. Mediadan elə bir səhnə xatırlayırsanmı ki, uzun müddət sənın yaddaşında qalsın?
3. Nə vaxtsa saxta məlumatla rastlaşmısanmı?
4. Sən hansı media tipisən? Medianın hansı növündən daha çox və hansı növündən daha az istifadə edirsən? (WhatsApp, Facebook, Youtube, Snapchat, Online – xəbərlər, Qəzet, Radio, Podcast) Buna uyğun Kimlik Şkalası yarat.

İştirakçılar **İş vərəqi 1** əsaslanaraq onun ətrafında cütlərlə 1-3 suallar ətrafında qısa olaraq fikir mübadiləsi edirlər.

Sonda Seminarın rəhbərliyi iştirakçılardan Plenumda Mediadan İstifadə üçün özlərinin Kimlik Şkalasını təqdim etməyi xahiş edir. Mediadan istifadə üçün ümumi bir təsəvvür yaratmaq məqsədilə nəticələr qeyd edilə bilər.



VAXT

45 DƏQIQƏ

MATERIAL

SMARTFONLAR
SNAPCHAT-APP
TƏHLÜKƏSİZLİK QAYDALARI
VIDEOYA-BAXIŞ
FORMATLAR
İŞ VƏRƏQLƏRİ 2, 3

SOSIAL FORMA

PLENUM
KIÇIK QRUPLAR

HAZIRLANMA: VIDEO ÇƏKİLİŞ

İştirakçılar Snapchat-APP funksiyaları və həmçinin risklərləri barədə fikir mübadiləsi edirlər. Ehtiyac olduqda Seminar rəhbərliyi tamamlayır.İştirakçılar daha dəyərli istifadə qaydası ətrafında birləşirlər.

İştirakçılar 3 nəfərdən ibarət qruplar yaradırlar. Hər bir qrupa Snapchat – App və şəxsi profil yüklənmiş Smartfon verilir (yenidən yaratmaq olar). Hamı dost kimi şəbəkədə birləşməlidir.

Kiçik qruplar seçdikləri mövzuya uyğun müstəqil qısa Video –çəkilişlər edirlər. Seminar rəhbərliyi uyğun mümkün Video- formatlar təqdim edir **(İş vərəqəsi2)** İştirakçılar müxtəlif Snapchat – vasitələri ilə tanış olurlar.

Hər bir Video- Snap- çəkiliş 5 müxtəlif məlumatı vizual və səsli verməlidir. Nə baş verir? Kim iştirak edir? Harada baş vermişdir? Necə baş vermişdir? Məlumatın mənbəyi haradan alınır? **(İş vərəqi3)**

Kiçik qruplar çəkdikləri videoların fakt və ya yanlış (saxta) məlumatları ötürmələri barədə qərar verirlər.



NƏTİCƏYƏ ƏMİNLİK

Hər bir qrup öz Videosunu saxlayır və sonra hansı Videonu digərləri ilə Snapchat App vasitəsilə paylaşmaq istədiyini müzakirə edir.

VAXT

45 DƏQIQƏ

MATERIAL

SMARTFONLAR
SNAPCHAT APP

SOSIAL FORMA

KIÇIK QRUPLAR

HAZIRLANMA: VIDEONUN YAYILMASI „SAKIT MESAJ“

3 nəfərlik komanda hər birində 4 komanda olmaqla 2 qrupa bölünür. Hər bir qrupda komandalar arasında nizam intizam yaradılır.

Qrup A: Komanda 1, Komanda 2, Komanda 3, Komanda 4

Qrup B: Komanda 1, Komanda 2, Komanda 3, Komanda 4

Kiçik qruplar öz secdikləri videoları bir daha seyr edir və öz seçimlərində qalıb qalmadıqları barədə qərar verirlər.

Seminar (Workshop) rəhbərliyinin siqnalı ilə bütün komandalar öz videolarını Snapchat vasitəsilə sonrakı komandaya göndərirlər. Beləliklə iki Snap- Çəkiliş-zənciri yaranır. Onlar “səssiz mesaj “ kimi hərəkət edirlər. Komandalar Snap- Çəkilişi aldı etdikləri zaman aşağıdakı tapşırıqları alırlar **(İş vərəqi 4):**

1. Video- çəkilişə diqqətlə baxın! Düşünün, çəkilişin əsas mühüm aspektləri hansılardır. Diqqət: Kliplər – çəkilişlər yalnız 10 saniyə müddətində görünə bilər və sonra yox olurlar.
2. Bu Video – çəkilişin vacib aspektlərini təkrar edən Video- Snap yarat (təsəvvür edin ki,, siz bir dostunuzun məlumatlarını paylaşsınız) Snapi- çəkilişi saxlayın.
3. Snapi- Klipi sizdən sonrakı komandaya göndərin.

Zəncir 4 versiya cəkilib hazır olana qədər davam edir.



ALTERNATİVLƏR: YAYILMA

Hər iki qrupdan olan komandalar qarşılıqlı olaraq öz videolarını nümayiş etdirirlər (beləki, komanda 1 – A qrupundan və komanda 1 – B qrupundan) və hansı videonun paylaşmalı olması barədə birgə qərar verirlər. Bir siqnal ilə bütün komandalar öz videolarını Snapchat vasitəsilə hər iki qrupda olan sonrakı iki komandaya göndərirlər.(komanda 1 videonu A qrupundan olan komanda 2 ya həm də B qrupundan olan komanda 2 ya göndərir)beləliklə iki paralel Snap – Çəkiliş zənciri yaranır.

VAXT

15 DƏQIQƏ

MATERIAL

TƏQDIMAT KARTALARI
QƏLƏMLƏR
PINNWAND
SMARTPHONLAR
SNAPCHAT APP
SNAPLAR- KLIPLƏR
İŞ VƏRƏQI 5

SOSIAL FORMA

KIÇIK QRUPLAR
PLENUM

QIYMƏTLƏNDIRMƏ: VIDEOLARIN TƏHLILI

Komandalar öz kliplərini necə inkişaf etdirdiklərini- yaratdıqlarını araşdırırlar. Beləliklə komandalar qarşılıqlı öz saxladıqları Snapları – klip-çəkilişləri göstərirlər və versiyalardakı oxşarlıqları və fərqləri təqdimat kartlarında qeyd edirlər.

Seminarın rəhbərliyi nəticələri qruplaşdırır və izahat verir. Seminar (Workshop) rəhbərliyi 4 səviyyəyə diqqət yetirir:

1. Müəllif: Video-Snapın kim tərəfindən çəkildiyi (adı məlum edilir?)
2. Niyət- Məqsəd: Video-Snap-klipin məqsədi, niyyəti aydın oldumu? Bu Snap- Çəkiliş -Zəncir vasitəsilə necə dəyişdi? Qruplar qəsdən verilmiş yanlış- saxta məlumatlara və ya bu barədə qeyri- müəyyənliklərə necə reaksiya verdilər?
3. Məzmun: Hansı məzmun öyrədildi ? Məzmunlar Snap- Klip-Zənciri vasitəsilə necə dəyişdi? Yanlışlıq – saxtamı və yaxud faktiki məlumatları ötürdükləri qruplara məlumdurmu?
4. Forma: Video- Snap -Klipin forması çatdırildimi və/ yaxud əks olundumu? Forma necə dəyişdi? Media formaya necə təsir edir?



VAXT

30 DƏQIQƏ

MATERIAL

TƏQDIMAT KARTLARI
PINNWAND
VIDEO-SNAPLAR
VIDEO-MƏNBƏƏLƏRİ
İŞ VƏRƏQİ 6

SOSIAL FORMA

PLENUM
SƏSLİ QRUPLAR

TRANSFER: VIDEOLARA TƏNQIDI YANAŞMANIN FƏALİYYƏT STRATEGİYALARI

Qısa videolar komandalarda fərgli qəbul olunur, dəyərləndirilir və paylaşılır. İştirakçılar tərəfindən Snapin- çəkilişin necə başa düşülməsi, yayılması bilavasitə onların fərdi təsəvvürlərindən, maraqlarından, ön biliklərindən və təcrübələrindən aslıdır.

Videolara tənqidi yanaşma üçün iştirakçılar ən azı 5 konkret fəaliyyət ideyası toplamalıdır. Başlanğıc nöqtələri bunlar ola bilər:

- Məlumatları yoxlamaq üçün Siz nə edərdiniz?
- Hansı mənbələrə istinad edərdiniz? Nə üçün?
- Hansı məlumatları paylaşardın

YAYILMA İMKANLARI

Seminar rəhbərliyi (Workshop) seçilmiş Qısa -Videoları təqdim edir. Bəziləri yanlış- saxta məlumatlar alırlar (şüurlu və yaxud şüursuz). İştirakçılar qruplarda öz fəaliyyət ideyalarını sınaqdan keçirir və müzakirə edirlər.

Saxta- yanlış xəbərlərdən seçim və fəaliyyət strategiyaları:
www.stopfake.org/de/wie-identifiziere-ich-ein-fake/

NƏTİCƏYƏ ƏMİNLİK: İştirakçılar plenumda uğurlu strategiyalar və qeyri müəyyənliklər barədə fikir mübadiləsi edirlər. Bu mərhələdə daha çox gələcək ideyalarla və açıq suallarla fəaliyyət variantlarını inkişaf etdirmək imkanları yaranır.

İŞ VƏRƏQLƏRİ

**NÖVBƏTİ SƏHİFƏLƏRDƏ MARAQLANANLAR „ÖZ MƏNBƏLƏRİNİ YOXLA“
WORKSHOP- SEMINARI APARMAQ ÜÇÜN İŞ VƏRƏQLƏRİNİ TAPA BİLƏRLƏR.**

**DİGƏR APARICI MATERIALLARI VƏ MƏLUMATLARI UKRAYNA HÖTE INSTITUTUNUN
VƏ SCHWARZKOPF - FONDUNUN INTERNET
SƏHİFƏLƏRİNDƏN TAPA BİLƏRSİNİZ:**

WWW.GOETHE.DE/UKRAINE/MEDIENKOMPETENZ

WWW.SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE/MEDIENKOMPETENZ/

FIKRİNİZİ BİLDİRİN

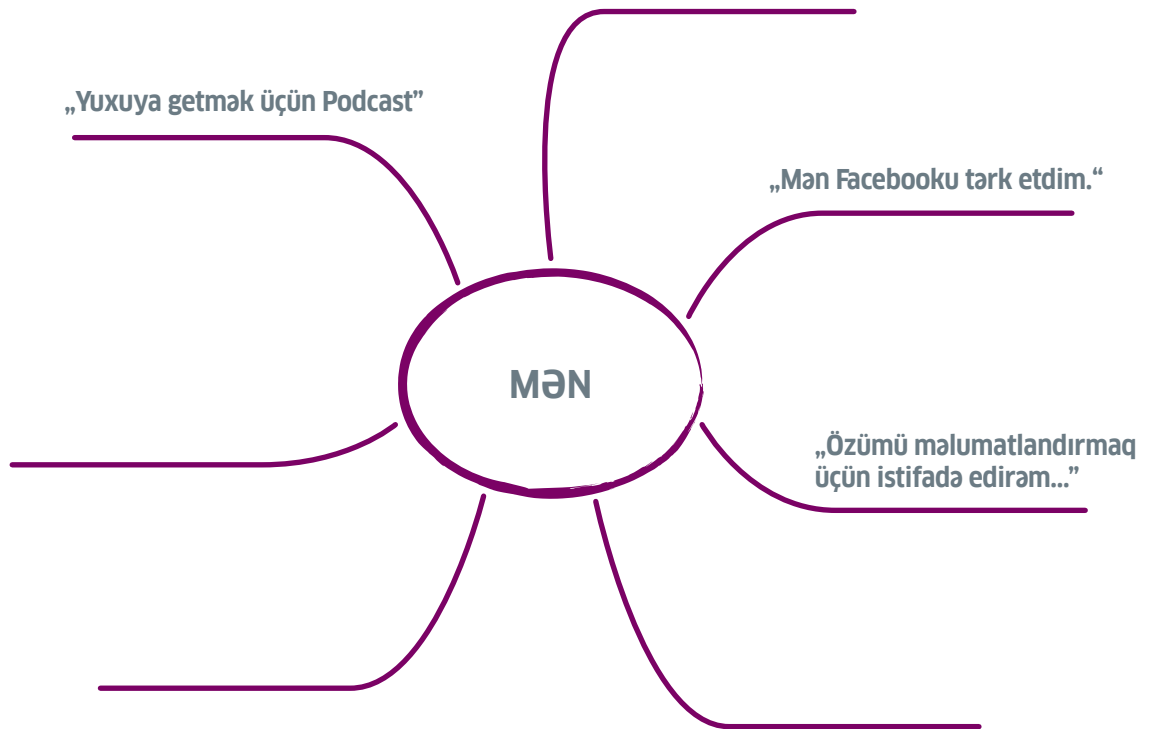
**SİZ WORKSHOPU - SEMINARI VƏ YAXUD TƏK - TƏK MODULLARI ETDİNİZMİ? BİZƏ
BU BARƏDƏ QISA ŞƏKİLDƏ ÖZ TƏRİFLƏRİNİZİ, TƏNQIDI FIKİRLƏRİNİZİ VƏ YAXUD
HƏYƏCANINIZI BİLDİRİN: INFO@SCHWARZKOPF-STIFTUNG.DE**

DƏSTƏYİNİZ ÜÇÜN TƏŞƏKKÜR EDİRİK!

İŞ VƏRƏQƏSİ 1

TAPŞIRIQ 1: MEDIADAN İSTİFADƏ ETMƏ REFLEKSİ

1. Bu gün sən artıq hansı media növündən istifadə etdin?
2. Media ilə bağlı elə bir səhnə xatırlayırsanmı ki, uzun müddət sənin yaddaşında qalsın?
3. Nə vaxtsa saxta, – yanlış məlumatla rastlaşmısanmı?
4. Sən hansı media növündən daha çox və hansı media növündən daha az istifadə edirsən? (nüminə : WhatsApp, Facebook, Twitter, Youtube, Snapchat, Online-xəbərlər, Qəzet, Radio, Podcast) Bu nümunənin köməyi ilə ən azı 5 (Punkt) məqam göstərməklə Sənin mediadan istifadə barədə Kimlik Şkalasını yarat



TAPŞIRIQ 2: MEDIADAN İSTİFADƏ ÜÇÜN FIKİR MÜBADİLƏSİ

1. Suallarınızı bir *m Pratnyorla paylaşın.
2. Kimlik – Şkalasındakı əsas məqamları qrupda təqdim et.

İŞ VƏRƏQİ 2

ALTI FORMAT-İDEYA- QISA VİDEOLAR ÜÇÜN

1. KÜÇƏ SƏHNƏLƏRİ

Videoda insanlardan ibarət bir küçə səhnəsi göstərilir. Burada mövzu konkret bir insanı tanımaqdan, ona aid məlumatlara qulaq asmaqdan və bu məlumatları toplamaqdan ibarətdir.

2. BINA

Snapda- Çəkilişdə köhnə bir bina göstərilir. Sakinlərin hekayələr danışılır.

3. HƏRƏKƏT - DAXILI

Video istehsalçı Smartphonla məkanda hərəkət edir, beləki bir küçədən növbəti küncə qədər. Vizual fon tez dəyişir.

4. HƏRƏKƏT - XARICI

Burada kamera sabit bir yerdə qalır, lakin buna qədər bir çox hərəkət baş verir. Məsləhət: Əgər hərəkətin növü nisbətən adi olarsa, çoxlu digər vizual məlumatlar verilə bilər.

5. MÜSAHİBƏ

İki insan görünür. Kameranı ikinci şəxsə yönəltməkdən və suallar verməkdən öncə, birinci şəxs özünü təqdim edir.

6. AÇILIŞ

Bu zaman kamera əvvəlcə mobil telefon və yaxud əl ilə qapanır. Qısa bir an üçün, video çəkilişinin sonunda, kamera açılır və obyekt və yaxud insan „aşkar edilir“. Sonuncu qısa an həlledicidir.

İŞ VƏRƏQI 3

VIDEO-ÇƏKLIŞ

1. Diqqət çəkə biləcək bir mövzuda mesaj yazın. Başqalarını maraqlandırın. Vizual və səsli vermək istədiyiniz 5 müxtəlif məlumatı nəzərdən keçirin. Nə baş verdi? Kim iştirak edir? Harada baş vermişdir? Necə baş vermişdir? Məlumatın mənbəyi haradan alınır?

Qərar verin, mesajınız faktları və yaxud yanlış- saxta məlumatları ötürməlidirmi.

2. Bir və yaxud bir neçə Video-Snap çəkin! Müxtəlif Video formatlar və müxtəlif Snapchat-Tool ilə sınaqlar edin. Video- Snap – Çəkilişləri qoruyub saxlayın.
3. Hansı videonu yaymaq, paylaşmaq istədiyiniz barədə birgə razılığa gəlin. Video – Snap- Çəkilişi sizdən sonrakı komandaya göndərin. Komanda 1 ⇒ Komanda 2 ⇒ Komanda 3 ⇒ Komanda 4 ⇒ Komanda1.

Beləliklə Snap – Zənciri başlayır. O, «səssiz poçt» kimi fəaliyyət göstərir.

İŞ VƏRƏQİ 4

VIDEO-YAYILMA

Siz Video-Snap- çəkilişi digər qrupdan aldınız. Videoya diqqətlə baxın! Diqqət: Snap- Çəkilişlər yalnız 10 saniyə müddətində görüntülüdür və sonra yoxa çıxırlar.

1. Mövzunu və Snap - çəkilişin uyğun aspektlərini özünüzdə qeyd edin. Təqdimat formasına diqqət edin.
2. Mühüm aspektləri təkrar edən Video - Snap- çəkin. Onları saxlayın.
3. Yeni Video Snapı sizdən sonrakı komandaya göndərin.
Komanda 1 ⇒ Komanda 2 ⇒ Komanda 3 ⇒ Komanda 4 ⇒ Komanda1.

Zəncir 4 versiya çəkilişinə qədər davam edir.

İŞ VƏRƏQİ 5

VIDEO-TƏHLİL

1. Snap-Videonun müxtəlif versiyasına nəzər yetirinn. Versiyalar arasındakı fərqləri və oxşarlıqları qrupunuzda təhlil edin.

Bu məqamlara diqqət yetirin:

- Müəllif: Videonu kim çəkmişdir?
- Niyyyət: Video hansı məqsədlə çəkilmişdir?
- Məzmun: Söhbət nədən gedir?
- Forma: Məzmunlar necə ötürülür?

	OXŞARLIQLAR		
	Snap 2	Snap 3	Snap 4
Snap 1			

	FƏRQLƏR		
	Snap 2	Snap 3	Snap 4
Snap 1			

2. Vacib nəticələri təqdimat kartlarına qeyd edin!

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)**

ZEIT **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/

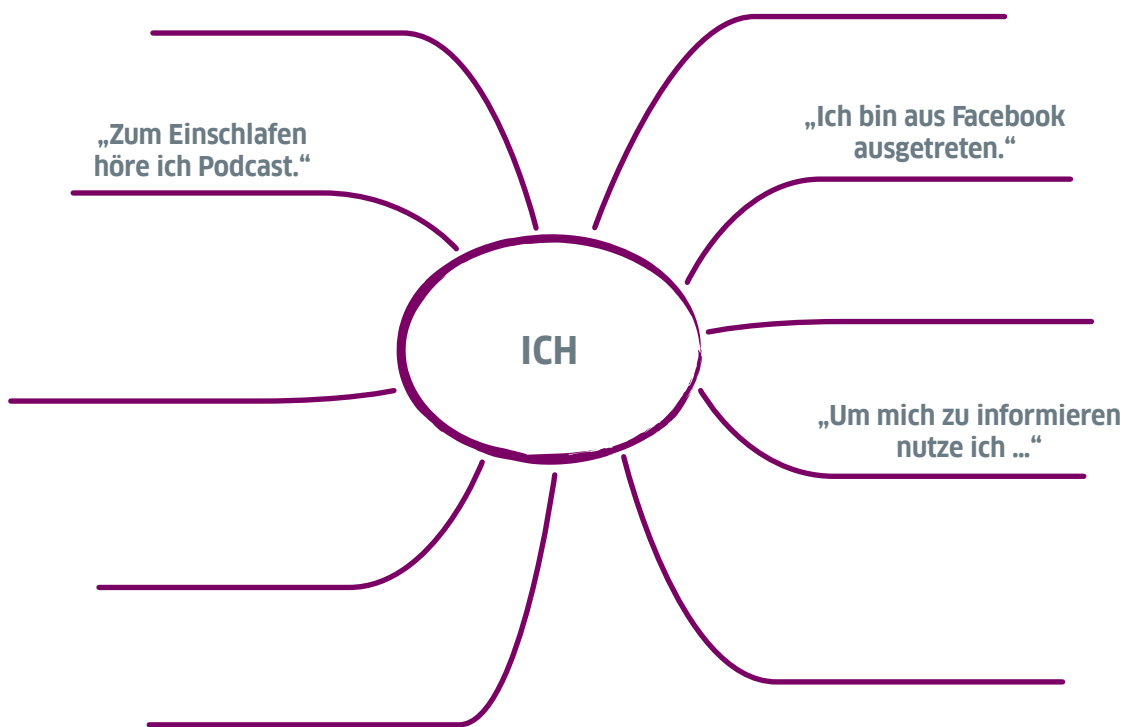
ARBEITSBLATT DaF 1

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.

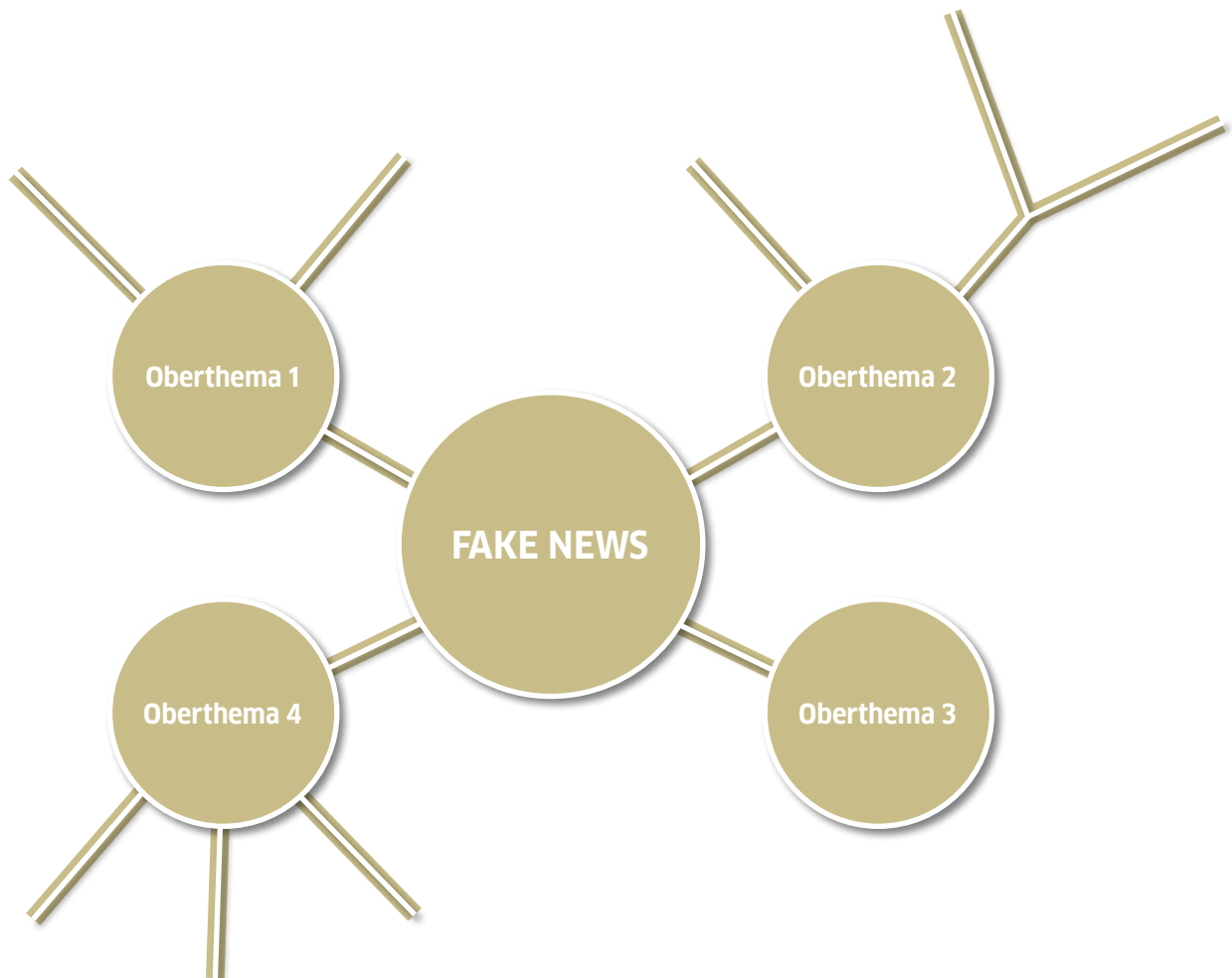


Identity Chart zur Mediennutzung

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.