

DiBs: Moderatorenleitfaden für "Umgang mit Informationen im Netz"



Ziele und Mehrwert

- Die Teilnehmenden (TN) hinterfragen kritisch Herkunft und Intension von im Internet bereitgestellten Informationen und Nachrichten.
- Die TN nähern sich der Funktionsweise und Mechanik von Fake News im Vergleich zu seriösen Nachrichten.
- Die TN reflektieren das eigene „Konsumverhalten“ in Bezug auf Nachrichten und Informationen im Internet.



Prämissen und Voraussetzungen

- Benötigt wird ein Videokonferenztool mit Breakout Session-Funktion.
- TN verfügen über Zugang zu stabilem und schnellem Internet und ruhiger Arbeitsraum, wenn möglich mit Notebook oder Tablet
- Seitens der Teilnehmenden ist kein Vorwissen erforderlich



Teilnehmende

- Fokussierte Zielgruppe: 7-9 Klasse, auch für weitere Altersstufen möglich (ggf. sind dann Anpassungen notwendig)
- Empfohlene Gruppengröße: 6-24 Teilnehmende, bis 30 Teilnehmende möglich
- Moderation: ab 13 Teilnehmende wird eine Tandem-Moderation empfohlen; die Durchführung mit einem Moderator ist möglich, ggf. kann ein TN aus der Gruppe als Unterstützung eingebunden werden



Organisatorisches

- Zeitbedarf: 90 Minuten
- Die aufgeführten Alternativen ermöglichen eine Verkürzung oder auch eine Verlängerung des Moduls.



Material

- Neben dem Ablaufplan und den weiterführenden Informationen (s.u.) wird das begleitende Conceptboard benötigt. Dieses wird über die Jugendagentur gGmbH bereitgestellt.
- Das Conceptboard muss ggf. an die Anzahl der Teilnehmenden angepasst werden.

Das Projekt „DiBs – Digitale Beziehungsarbeit mit Jugendlichen stärken“ der Jugendagentur gGmbH wurde unterstützt durch das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Integration Baden-Württemberg aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF). Die Qualifizierung der DiBs-TrainerInnen sowie die Fertigstellung der Konzepte aus den Konzeptwerkstätten erfolgte durch Playful Insights GmbH.

Ablaufplan "Umgang mit Informationen im Netz"

Zeit	Methode	Beschreibung	Erfolgskriterien	[Wer?] Material
- :15	Check-In	<ul style="list-style-type: none"> • Warteraum öffnen, Teilnehmende individuell begrüßen • Sobald 3 Teilnehmende da sind, diese nach und nach in Kleingruppen in Breakout Sessions verschieben, so dass diese sich bereits austauschen können 	Technik testen	Zoom
00:00	Centering – „Mein Lieblings-Post“	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgabe für Kleingruppen: „Tauscht Euch zu Euren Lieblings-Posts auf den Kanälen Eurer Wahl aus. Wählt einen davon, den ihr im Plenum vorstellt.“ • Optional: „Erstellt davon einen Screenshot und stellt diesen (inkl. des Quellenlinks auf das Concept-board).“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Geschichten • Gemeinsam ins Gespräch kommen • Jeden einzelnen TN wahrnehmen • Erste Bestandserhebung zu Nutzung des digitalen Raums 	Zoom Optional: Concept-board
00:10	Präsentation und Austausch im Plenum	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung des Posts im Plenum • Kurzer Austausch: <ul style="list-style-type: none"> – Warum habt ihr Euch genau für diesen Post entschieden? – Was ist Eure Lieblings-Social Media Plattform der Wahl und warum? – Auf welchen Plattformen verbringt ihr am meisten Zeit und was macht ihr dort? 	<ul style="list-style-type: none"> • Relevanz des Themas prüfen und erste Fakten sammeln • Einstieg in den Austausch zum Thema 	Concept-board
00:25	Der News-Check	<ul style="list-style-type: none"> • Bearbeitung der Aufgabe in Kleingruppen: „Sichtet die Nachrichten auf dem News-Feed und ordnet sie den möglichen Kategorien (seriös, Unterhaltung, Meinung, unseriös) zu.“ • Die integrierten Videos sollen nicht komplett angeschaut werden – nur so viel 	<ul style="list-style-type: none"> • Hinterfragen von angebotenen Nachrichten und Einordnung nach vorgegebenen Kriterien. • Austausch zu „was ist seriös, was nicht?“ 	Concept-board

		sichten, bis eine Zuordnung möglich ist.		
00:40	Diskussion und Austausch im Plenum	<ul style="list-style-type: none"> • Auswertung der Entscheidungen der Kleingruppen im Plenum • Auf einem Demo-Board werden die Nachrichten noch einmal gemeinsam sortiert, mögliche Unterschiede in der Zuordnung werden diskutiert, ebenso die Kriterien für eindeutige Zuordnung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verständigung auf „einheitliche“ Kriterien für die Bewertung von Nachrichten im Netz. 	CB
00:55	Nachrichten-Werkstatt „Fake oder seriös?“	<ul style="list-style-type: none"> • In Kleingruppen kreieren die Teilnehmenden zwei Social Media Beiträge für eine Plattform der Wahl (z.B. Snapchat, TikTOK, Instagram, Twitter, Youtube, Reddit), einer ist Fake, einer seriös 	<ul style="list-style-type: none"> • Selbst Fake Beitrag und seriösen Beitrag erstellen • Mechaniken hinter den beiden Varianten erkennen 	Concept-board
01:10	Austausch im Plenum	<ul style="list-style-type: none"> • Erklären der Funktion „gruppieren“ auf Conceptboard – im Anschluss sollen die Gruppen ihre beiden Nachrichten je so gruppieren, dass die Inhalte mit den Containern darunter verbunden sind • Vorstellen der beiden Nachrichten durch die Kleingruppen • Gemeinsame Entscheidung ob Fake oder seriös • Anschließende Reflexion: • Was fiel leicht, was schwer? • Erkenntnisse und Schlussfolgerungen 	<ul style="list-style-type: none"> • 	
	Alternativ: Nachrichten-Werkstatt „Learning des Tages“	<ul style="list-style-type: none"> • In Kleingruppen kreieren die Teilnehmenden (je) einen Social Media Beitrag für eine Plattform der Wahl (z.B. Snapchat, TikTOK, Instagram, Twitter, Youtube, Reddit) zum gemeinsamen/persönlichen Learning des Tages. 	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung ganz unterschiedlicher Beiträge • Zusammenfassung des persönlichen Learnings 	Concept-board

		<ul style="list-style-type: none"> • Kurzvorbereitung im Plenum 		
01:20	Transfer „Der Workshop in einem Zitat“	<ul style="list-style-type: none"> • Jeder fasst den Workshop für sich in einem Social Media fähigem Zitat zusammen – den eigenen Namen als Urheber nicht vergessen • Optional: Ergänzung um ein passendes Bild und Zusammenstellung als Abschluss-Post • Kurze Abschlussrunde und herausheben zentraler Punkte 	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung ganz unterschiedlicher Beiträge • Zusammenfassung des persönlichen Learnings 	CB
	Alternativ: „Hashtags des Workshops“	<ul style="list-style-type: none"> • Jeder erstellt ein Sticky Note mit drei Hashtags zum Workshop (z.B.: Was habt ihr gelernt? Was geht Euch durch den Kopf? Was wollt ihr tun?) • Alternativ auf Zettel und anschließend in Kamera halten • Kurze Abschlussrunde und herausheben zentraler Punkte 	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenfassung des persönlichen Learnings 	CB oder Stift und Papier
01:30	Abschluss und offenes Ende			

Weiterführende Informationen

Check-in

- Trainer sollte a. 20 Min vor dem Beginn online sein, um die eigene Technik zu prüfen.
- Als technische Ausstattung für die Moderation empfehlen wir: PC/Notebook mit Video und Audio, externer Maus; Headset und einen zweiten Bildschirm.

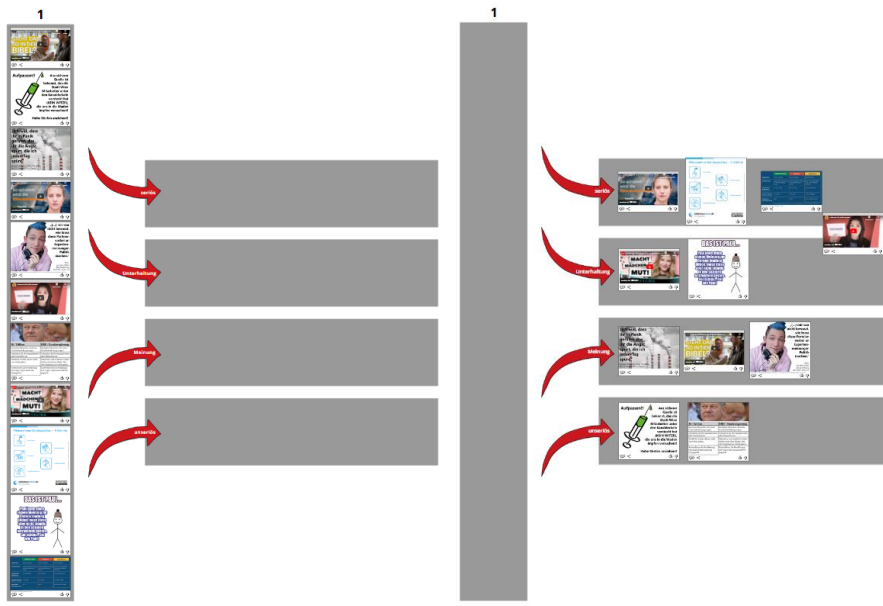
Centering

- Wichtig: Seien Sie offen für alle Social Media Kanäle. Fragen Sie nach und verstehen Sie die Teilnehmenden als Experten für die jeweiligen Plattformen.

Der News-Check

Der News-Check ist die zentrale Methode des Workshops „Umgang mit Informationen im Netz“. Die Teilnehmenden erhalten die Aufgabe, in Kleingruppen die gelisteten News-Meldungen bzw. Posts zu prüfen und in die entsprechende Kategorie (seriös, Unterhaltung, Meinung, unseriös) einzusortieren. Wichtiger Hinweis für die Teilnehmenden: Die Videos müssen/sollen nicht vollständig angeschaut werden. Es gilt nur möglichst schnell zu prüfen, um was für eine Art von Post es sich handelt.

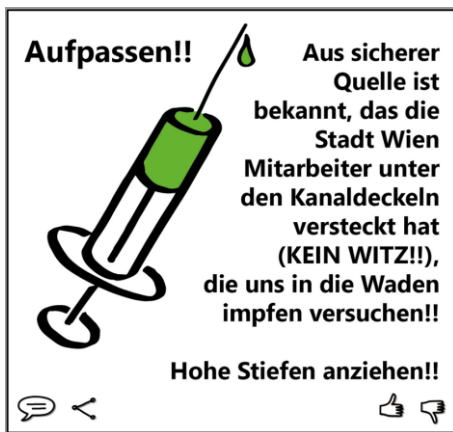
Im Anschluss werden die Nachrichten im Plenum einmal gemeinsam auf dem DEMO-Board richtig sortiert. Diskutiert werden dabei Unterschiede in der Zuordnung, Argumente und Kriterien für die Zuordnung, ...



Richtige Zuordnung



Meinung (Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=mVPGUOOPBwM>)



Unseriös (Quelle: anonymes Kommentar zu einem Post vom 20.11.2021 auf twitter.com)



Meinung (Quelle: Greta Thunberg, 25.01.2019, Davos; Bild: <https://pixabay.com/de/photos/kraftwerk-schornsteine-fabrik-smog-6579092/>)



Seriös (Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=fEY2iFEuDQQ>)



Meinung (Quelle: siehe Grafik)

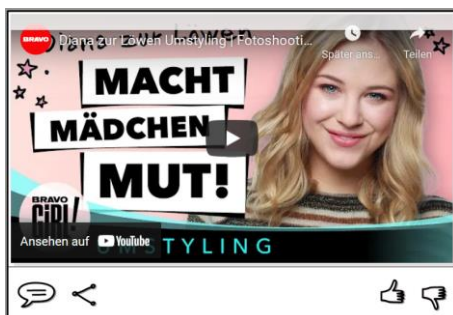


Seriöse Unterhaltung (Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=cjUDp3-4s14>)

Reihe von funk, dem Content-Netzwerk von ARD und ZDF, jeder Beitrag mit umfangreichen Quellenrecherchen und entsprechender Dokumentation



Unseriös (Bild: <https://pixabay.com/de/photos/mann-politiker-olaf-scholz-hamburg-2990405/>)



Meinung (Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=y7_LHyYUQ3Y)



Seriös (Quelle: <https://www.infektionsschutz.de/media-thek/infografiken/> - Format geringfügig angepasst, Inhalte unverändert)



Meinung (Quelle: <https://www.memecreator.org/meme/das-ist-paul...-paul-kann-seine-eigene-meinung-zur-corona-impfung-bilden-muss-di/>)

	BioNTech/Pfizer	Moderna	AstraZeneca
Impfstoffart	mRNA-Impfstoff	mRNA-Impfstoff	Vektorimpfstoff
Funktionsweise	Körper erhält Bauelemente, die Antikörperbildung anregt	Körper erhält Bauelemente, die Antikörperbildung anregt	Nicht vermehrungsfähige Viren regen Antikörperbildung an
Haltbarkeit im Kühlschrank (Impfstoff vor 2 °C)	bis zu fünf Tage	bis zu 30 Tage	bis zu sechs Monate
Anzahl Impfungen (Impfstoff vor 2 Wochen)	2 (21 Tage)	2 (28 Tage)	2 (28 bis 84 Tage)
Empfohlene Altersbegrenzung	ab 16	ab 18	ab 18 und bis 64 Jahre*

* 17000 Impfstoffe aufgrund fehlender Informationen über Sicherheit zur Impffähigkeit bei älteren Menschen | Quelle: PEI, BfArM, EMA

Quelle: <https://www.stuttgarter-zeitung.de> (02.03.2022)

Seriös (Quelle: <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.ab-wann-schuetzt-corona-impfung-mhhd.06cc82b1-ae5a-4302-85c1-9e53a2cb917d.html> (03.03.2022) sowie Presse- und Informationsamt der Bundesregierung)

Weiterführende Informationen zum Erkennen von Fake News

- <https://utopia.de/ratgeber/fake-news-wer-glaubt-denn-sowas/>
- <https://www.juuuport.de/ratgeber/fake-news>
- <https://fashionchangers.de/fact-checking-so-einfach-erkennst-du-fake-news/>

Technische Hinweise

- Das Conceptboard muss vor Workshop-Beginn vorbereitet werden. Die Anzahl der Gruppenboards (Life Cycle) muss auf die TN-Zahl angepasst werden.
- Die Einstellung der Berechtigung der TN mit Link muss auf „Bearbeiter“ gesetzt sein.
- Die T-News-Meldungen dürfen nicht fixiert sein, alle anderen Elemente hingegen schon.