

HANDBUCH AUS DEM LTTA / SCHULUNGSKURS

# MEDIENKOMPETENZ IM HINBLICK AUF POLITISCHE PARTIZIPATION UND ENGAGEMENT IN DEMOKRATISCHEN PROZESSEN



SPLIT, KROATIEN; 01.08.2022. - 11.08.2022.



Co-funded by  
the European Union



# Handbuch

Aus dem Trainingskurs  
Medienkompetenz im Hinblick auf politische Partizipation und  
Engagement in demokratischen Prozessen

Split, Kroatien; 01.08.2022. - 11.08.2022.

Der LTTA – Trainingskurs wurde im Rahmen des Projekts  
„Kritisches Denken und Partizipation als Fundament der  
Demokratie in Europa“ organisiert.

## MEDIENKOMPETENZ IM HINBLICK AUF POLITISCHE PARTIZIPATION UND ENGAGEMENT IN DEMOKRATISCHEN PROZESSEN

September 2022.



Co-funded by  
the European Union



NVO Glas  
www.nvo.glas.hr



YOUTH  
POWER



Carousel  
KAROLUSPIL

**TITEL:**

Handbuch „Medienkompetenz im Lichte politischer Partizipation und Engagement in demokratischen Prozessen“

für Jugendarbeiter/Pädagogen/Lehrer mit konkreten Workshops

**PROJEKT:**

„Kritisches Denken und Partizipation als Fundament der Demokratie in Europa“, gefördert durch die Exekutive für Bildung, Audiovisuelles und Kultur (EACEA) im Rahmen des Programms Erasmus+.

Antragsteller und Koordinator: Youth Power Germany e.V (Deutschland)

Partner:

Carousel 8/Ringišpil 8 (Kroatien)

Youth Power / Snaga Mladih (Bosnien und Herzegowina)

NVO „Glas“(Montenegro)

**HERAUSGEBER:**

Carousel 8/Ringišpil 8 (Kroatien)

**EDITOR:**

Irena Polic

**AUTOREN:**

Antonija Lelas

Nedim Mičijević

**GRAFIK-DESIGN:**

Carousel 8

September 2022.

## Inhalt

Einführung .....	1
Über das Projekt.....	2
Projektpartner.....	4
1.1. Jugendpower Deutschland e.V. ....	4
1.2. Karussell 8 Kroatien .....	4
1.3. Youth Power Bosnien und Herzegowina .....	5
1.4. NVO Glas Montenegro .....	5
Programm des Trainingskurses.....	7
Methodik und Methoden des Trainingskurses.....	9
Sitzungen .....	10
Sitzungsnummer 1: Begrüßungsabend und gegenseitiges Kennenlernen .....	10
Sitzungsnummer 2: Einführung / Erwartungen, Beitrag .....	12
Sitzungsnummer 3: Einführung in das Erasmus+ Programm / Youthpass und seine Relevanz für dieses TC.....	14
Sitzungsnummer 4: Teambuilding .....	16
Sitzungsnummer 5: Situation der Medien und ihre Beteiligung an Politik und demokratischen Werten in unseren Ländern – Analyse .....	20
Sitzungsnummer 6: Medienkompetenz definieren.....	23
Sitzungsnummer 7: Was wir über Medien wissen müssen .....	26
Sitzungsnummer 8: Medienrealität und die Welt, in der wir leben .....	28
Sitzungsnummer 9: Medien als soziale Institution .....	30
Sitzungsnummer 10: Medien als Informationsquelle .....	34
Sitzungsnummer 11: Wie man die bereitgestellten Medien und Informationen nutzt .....	38
Sitzungsnummer 12: Medien und Politik – ein Ort der Medien in der Politik.....	42
Sitzungsnummer 13: Medien und Politik – ein Ort der Medien in der Politik (praktische Arbeit) ....	46
Sitzungsnummer 14: Medien als Ort für die Präsentation unserer Ideen und unseres Aktivismus im politischen und demokratischen Bereich.....	49
Sitzungsnummer 14: Medien als Ort für die Präsentation unserer Ideen und unseres Aktivismus im politischen und demokratischen Bereich (praktische Arbeit).....	53
Sitzungsnummer 16: Entwicklung von Aktivitäten für die Arbeit lokaler Gemeinschaften mit Jugendlichen I.....	55
Sitzungsnummer 17: Entwicklung von Aktivitäten für die Arbeit lokaler Gemeinschaften mit Jugendlichen II.....	57
Sitzungsnummer 18: Markt der Projektideen & Verpflichtungen für die Nachbereitung .....	58
Sitzungsnummer 19: Abschlussbewertung und Youthpass-Zeremonie.....	60

## **Einführung**

Dieser Inhaltsbericht basiert auf der Learning, Teaching, Training Activity (LTTA) „Media Literacy in light of Political Participation and engagement in Democratic Processes“, die im Rahmen der Aktivitäten des Projekts „Kritisches Denken und Partizipation als Fundament der Demokratie in Europa“.

Die Schulungsaktivität wurde im Zeitraum 01.08.-11.08.2022 organisiert. in Split, Kroatien.

LTTA „Media Literacy in light of Political Participation and engagement in Democratic Processes“ basiert auf non-formalen Bildungs- und Learning-by-Doing-Methoden. Die Aktivität bot den Teilnehmern die Möglichkeit, ihre eigenen Lernerwartungen und -ergebnisse zu entwickeln, aber auch sich selbst und ihre eigenen persönlichen Grenzen zu entdecken. Die LTTA-Aktivität konzentrierte sich auf die Erhöhung der Kompetenzen der Jugendbetreuer/Lehrer/Pädagogen in Themen der Medienkompetenz, wie man dieses Thema angeht und wie man das kritische Denken bei den Jugendlichen fördert. Bei diesem zweiten LTTA lernten Jugendbetreuer die Definitionen dieser Begriffe, erkundeten Beispiele guter Praxis und gaben Experten Vorschläge und Empfehlungen für die Entwicklung eines Handbuchs 2 zu diesen Themen mit zehn konkreten Workshops, die Jugendbetreuer/Pädagogen/Lehrer in ihren lokalen Gemeinschaften umsetzen können für Jugendliche, insbesondere NEET und Jugendliche mit geringeren Chancen.

Wir hoffen, dass dieses Material für andere Jugendbetreuer hilfreich ist – als Ausgangspunkt für die Entwicklung neuer Projekte und Ideen oder als Ressource für die Organisation von Bildungsveranstaltungen zum Thema Medienkompetenz; für junge Menschen und Jugendbetreuer in lokalen Gemeinschaften in Europa.

*Projektteam*

## Über das Projekt

Die passive Einstellung junger Menschen zur Teilnahme an demokratischen Aktivitäten und Prozessen, Mangel an Fähigkeiten und Wissen von Jugendbetreuern darüber, wie junge Menschen mit Fähigkeiten und Wissen ausgestattet werden können, die für einen kritischen Umgang mit der Demokratie und Medienkompetenz im Zusammenhang mit demokratischen Prozessen erforderlich sind, Mangel an Vertrauen junger Menschen in Demokratie und demokratische Werte (besonders sichtbar in der Westbalkanregion), sind die Hauptgründe für die Arbeit der Partner bei der Entwicklung und Schaffung des CritiDe-Projekts (Abkürzung für den vollständigen Projektnamen „Kritisches Denken und Partizipation als Grundlage der Demokratie in Europa“).

Basierend auf der Bedarfsanalyse, Forschung und Veröffentlichungen aus allen Partnerländern konzentriert sich der Vorschlag darauf, das Niveau der politischen und Medienkompetenz junger Menschen zu erhöhen, etwas über Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und Werte zu lernen und zu untersuchen, wie man aktive Bürger wird. nicht nur an Wahlen, sondern an ein breiteres Spektrum von Aktionen denken: Wahlkampf, Demonstrationen, Freiwilligenarbeit, Engagement in politischen Parteien oder NGOs.

CritiDe als Projekt zielt darauf ab, die Kapazitäten der teilnehmenden Organisationen und ihrer lokalen Partner sowie Jugendbetreuer in den Bereichen kritisches Denken und Aktivismus junger Menschen in demokratischen Prozessen und der Entwicklung von Medienkompetenz zu erhöhen. Dies wird durch die Entwicklung und Bereitstellung von Schulungen für Jugendbetreuer und die Entwicklung von Bildungshandbüchern und Workshops erreicht. Als Sahnehäubchen eine Bildungsplattform mit entwickelten praktischen Handbüchern und einem Online-Lernkurs zur Verwendung und Anpassung von Materialien an die spezifischen Bedürfnisse lokaler Gemeinschaften und die Arbeit von Jugendbetreuern/Pädagogen/Professoren; wird entwickelt. Die Plattform bietet außerdem Möglichkeiten, lokale Organisationen als Anlaufstellen und Ressourcenzentren zu kontaktieren.

Das Projekt konzentriert sich auf diese Themenbereiche/spezifischen Ziele: Medienkompetenz, auch wo sich Jugendliche informieren, wem sie vertrauen und wie sie sich über das politische System und aktuelle politische Themen informieren.

### Bestimmte Ziele:

- Steigerung der Kompetenzen und Fähigkeiten von Jugendbetreuern in 4 Partnerländern und Partnerorganisationen für die Entwicklung, Umsetzung und Bewertung von Jugendarbeitsaktivitäten 3 und Programmen mit Schwerpunkt auf Demokratie, politischer Beteiligung und Medienkompetenz junger Menschen in lokalen Gemeinschaften durch LTTA 1: Aktive politische Beteiligung , Engagement in demokratischen Prozessen und LTTA 2: Medienkompetenz; an dem 30 Teilnehmer pro LTTA beteiligt sein werden (insgesamt 60 Teilnehmer, einschließlich Trainer, Experten und Mitarbeiter).
- Verbesserung und Erhöhung bestehender Kapazitäten von Projektpartnern für die Entwicklung, Umsetzung und Evaluierung von lokalen und internationalen Projekten mit Schwerpunkt auf aktiver Beteiligung Jugendlicher an demokratischen Prozessen

und Medienkompetenz durch Folgeaktivitäten nach LTTA 1 und LTTA 2, an denen jeweils 20 Teilnehmer teilnahmen die 4 Partner werden beteiligt sein (insgesamt 160 Teilnehmer an den Folgeaktivitäten).

- Entwicklung des Kompetenzrahmens für Jugendbetreuer für die Bildung junger Menschen zu Themen wie Demokratie, politische Partizipation und Medienkompetenz durch die Entwicklung und Veröffentlichung von Handbuch 1: Aktive politische Partizipation, Engagement in der Demokratisierung und Handbuch 2: Medienkompetenz wird in den Folgeaktivitäten (20 Teilnehmer pro Partner) und Verbreitungsaktivitäten (40 Teilnehmer pro Partner) verwendet und wird auf der Bildungsplattform verfügbar sein.
- Entwicklung des Kompetenzrahmens von Jugendbetreuern für die Entwicklung, Durchführung und Bewertung onlinebasierter Kampagnen und Nutzung digitaler Tools für Online-Kampagnen durch LTTA 3: Digitale Tools und Online-Kampagnen und Online-Kurs auf der Bildungsplattform, offen und für alle zugänglich.
- Entwicklung weiterer Partnerschaften zwischen der EU und dem Westbalkan zu Themen wie Demokratie, politische Partizipation und Medienkompetenz durch die Entwicklung einer Bildungsplattform, die entwickelte Handbücher und Bildungsmaterialien enthalten wird; digitale Tools für E-Partizipation und E-Demokratie, Online-Kurs zur Verwendung von Handbüchern und Materialien zur Entwicklung, Durchführung und Auswertung von Workshops für Jugendliche, Überblick über das politische System in allen 4 Partnerländern.
- Engagieren Sie sich für intensive Verbreitungs- und Verwertungsaktivitäten neu produzierter Produkte und binden Sie mindestens 240 Teilnehmer (mit besonderem Fokus auf das stärkere Engagement von NEETs und Jugendlichen mit geringeren Chancen) in unsere Jugendarbeitsaktivitäten ein, die sich auf Themen wie Demokratie, aktive politische Partizipation und Medien konzentrieren; durch, aber nicht beschränkt auf die Nutzung von digitalen Tools und Online-Kampagnen.

## Projektpartner

### 1.1. Jugendpower Deutschland e.V.

Internet: <https://de.youth-power.org>

Youth Power Deutschland (YP DE) ist eine Schwesterorganisation von Youth Power Bosnien und Herzegowina (YP BA), die bereits 2018 von einer Gruppe von Jugendfreiwilligen und Jugendbetreuern gegründet wurde. Ihr Hauptziel ist die Unterstützung der Jugend in der deutschen Gesellschaft und aller Jugendlichen in Europa. YP DE ist in Berlin aktiv, wo sie verschiedene Projekte zur Gewaltprävention unter Jugendlichen und jugendlichen Einwanderern unterstützt, Kunstprojekte für jugendliche Einwanderer unterstützt, Projekte zur Gleichstellung der Geschlechter unterstützt und EU-Werte und Menschenrechte fördert. Besonders relevant für dieses Projekt ist, dass YP DE in Zusammenarbeit mit 4 verschiedenen Experten und 2 Partnerorganisationen in den letzten 3 Jahren an der Entwicklung und Implementierung digitaler Tools in reguläre Jugendarbeitsaktivitäten gearbeitet hat. Der YP DE-Pool für die Umsetzung dieses Projekts verfügt über Mitarbeiter und Jugendbetreuer mit reichen Qualitäten/Kompetenzen im Umgang mit digitalen Fotowerkzeugen, digitalem Marketing, Social-Media-Marketing, Online-Kampagnen, Förderung der E-Partizipation usw. YP DE hat 6 Personen, die regelmäßig als Trainer tätig sind und Projektkoordinatoren in der Organisation und mindestens 300 Personen sind jedes Jahr als Lernende an verschiedenen lokalen und Bildungsprojekten beteiligt.

### 1.2. Karussell 8 Kroatien

Internet: <https://www.carousel8.org>

Carousel 8 (C8) aus Kroatien ist eine Nichtregierungsorganisation aus Zagreb, die gegründet wurde, um benachteiligten Jugendlichen Lern- und Freiwilligenarbeitsmöglichkeiten zu bieten. Die Hauptziele von C8 sind die Förderung von Freiwilligenarbeit und aktiver Bürgerschaft; Förderung der nicht-formalen Bildung; Förderung des Bewusstseins für die Entwicklung der Zivilgesellschaft; Einbeziehung von Menschen in das soziale und kulturelle Leben. Besonders relevant für dieses Projekt ist, dass C8 über eine reiche Erfahrung in der Organisation von Bildungsworkshops für Gymnasiasten in der Region Zagreb verfügt, wo sie an der Förderung einer aktiven Bürgerschaft, Freiwilligenarbeitsmöglichkeiten für Jugendliche und Grundlagen der Medienkompetenz gearbeitet haben. Darüber hinaus haben sie Erfahrung in der Arbeit mit NEET-Jugendlichen und Erstwählern bei der Steuerung des Wahlprozesses und der Entwicklung ihrer Fähigkeiten zur demokratischen Staatsbürgerschaft und zur Durchführung von Wahlen. Auf internationaler Ebene koordinierten und implementierten sie mehrere KA1-Projekte (Mobilität von Jugendarbeitern) zu Freiwilligenarbeit, Freiwilligenmanagement und Mentoring im internationalen Umfeld. C8 hat 4 5 Personen, die regelmäßig als Trainer und Projektkoordinatoren engagiert sind, und mindestens 100 Personen auf internationaler Ebene; und 200 Personen auf lokaler Ebene, die als Lernende an Bildungsprojekten beteiligt sind.

### **1.3. Youth Power Bosnien und Herzegowina**

Internet: <https://www.youth-power.org>

Youth Power Bosnien und Herzegowina (YP BA) ist eine NGO aus Mostar, die 2013 von einer Gruppe junger Menschen gegründet wurde, die bereits Erfahrung im zivilgesellschaftlichen Bereich hatten. Die Organisation verfügt über ein starkes Team von sieben angestellten Mitarbeitern und über 30 Freiwilligen und führt derzeit drei langfristige Programme durch. Die Vision von YP ist eine Gesellschaft mit positiven Werten, in der junge Menschen zu Toleranz und zwischenmenschlichem Dialog beitragen, einen gesunden Lebensstil, die Gleichstellung der Geschlechter, Gewaltlosigkeit fördern und sich aktiv am sozialen Leben und der Politik beteiligen. Die Hauptaktivitäten von YP BA sind: Organisation von Workshops, Schulungen, Jugendaustausch, Beratung, Peer Education, Organisation von Konferenzen und verschiedenen Veranstaltungen. YP BA arbeitet in verschiedenen Programmen auf lokaler und nationaler Ebene. YP BA ist auch am BOLD-Programm beteiligt, das derzeit in Bosnien und Herzegowina von der US-Botschaft durchgeführt wird. Mitarbeiter und Experten von YP BA sind verantwortlich für die Organisation von Schulungen und Sitzungen für Teilnehmer des BOLD-Programms zu den Themen politische Bildung, Demokratie, Menschenrechte, Journalismus und Medienkompetenz und Antikorruption. Besonders relevant für dieses Projekt ist, dass YP BA eine der ersten Organisationen war, die daran gearbeitet hat, Schulungskurse vor Ort an Online-Kurse anzupassen. Ihre reiche Erfahrung in der Nutzung kostenloser Plattformen sowie kostenpflichtiger Optionen zur Entwicklung von Online-Kursen in der nicht-formalen Bildung wird für die Entwicklung von Online-Lernaktivitäten im Rahmen dieses Projekts von Vorteil sein, aber auch, um ihre Erfahrungen und Praktiken mit anderen Partnern und Teilnehmern von Aktivitäten zu teilen.

### **1.4. NVO Glas Montenegro**

Internet: <https://nvoglas.me>

NVO GLAS aus Montenegro wurde kürzlich in Podgorica von begeisterten Menschen gegründet, die die Vision haben, die gesamte Gesellschaft durch die Verbesserung von Fähigkeiten zu verbessern und lebenslanges Lernen für alle zu fördern. Im Bewusstsein der Tatsache, dass junge Menschen in Montenegro hochgebildet und talentiert sind, aber auch Angst haben, sich in der immer noch patriarchalischen montenegrinischen Gesellschaft zu äußern, in der der Einfluss politischer Parteien stark ist, organisiert die NRO GLAS Seminare, Schulungen und andere Formen der Nicht-formalen Bildung, unabhängig oder in Kooperation mit anderen Organisationen, will ihnen ermöglichen, Kenntnisse und Erfahrungen zu sammeln, die keine formale Bildung vermitteln. Dies würde es ihnen ermöglichen, ähnliche Menschen zu treffen, Kontakte zu knüpfen und zusammenzuarbeiten, und sie ermutigen, sich aktiv an der Entscheidungsfindung in folgenden Bereichen zu beteiligen: Menschenrechte, Antidiskriminierung, Gewaltlosigkeit, interkultureller und interreligiöser Dialog, Jugendpolitik und Jugendstrategien, gesunde Lebensweise und Initiativen von Interesse für Jugend, Frieden und Friedenspolitik. Die Aktivitäten der NGO GLAS würden junge Menschen ermutigen, zu forschen, Daten zu sammeln und zu analysieren, zu reisen und neue Kulturen kennenzulernen sowie ihre unternehmerischen Ideen zu entwickeln. Besonders relevant für dieses Projekt hat die NGO GLAS eine Bedarfsanalyse unter Jugendlichen in ihrer lokalen Gemeinschaft zur „Einstellung junger Menschen zu Demokratie als Wertesystem und der aktuellen Situation“ durchgeführt. Ihren Mitarbeitern ist es durch die Durchführung dieser Studie bereits gelungen, eine Gruppe von Jugendbetreuern zu engagieren, die daran interessiert sind, aktiv an den

Projektaktivitäten teilzunehmen und neue Kompetenzen und Kenntnisse direkt in den lokalen Gemeinschaften, in denen sie arbeiten, zu multiplizieren und umzusetzen.

## Programm des Trainingskurses

Jeder Arbeitstag umfasste 4 Workshop-Blöcke mit einer Dauer von jeweils 90 Minuten. Zwei davon wurden in der Vormittagssitzung (vor der Mittagspause) und zwei in der Nachmittagssitzung (nach der Mittagspause) durchgeführt. Jedes Thema des Programms wurde in 2 Blöcken umgesetzt - 2 Workshops; Somit wurden jeden Tag 2 Themen abgeschlossen (mehr Infos im Zeitplan unten und in Kapitel 4). Zwischen jedem der 90-minütigen Workshops wurde eine Kaffeepause mit Erfrischungen und Snacks für eine Dauer von 30 Minuten organisiert. Liste der Bildungseinheiten des Programms (detailliert erklärt in Kapitel 4 mit ihren inhaltlichen Inputs und Ergebnissen durch die Teilnehmer):

TAG 1: 01.08.2022.

- Ankunft der Teilnehmer
- Begrüßungsabend und Kennenlernen

TAG 2: 02.08.2022.

- Einführung / Erwartungen, Beiträge
- Einführung in das Erasmus+ Programm / Youthpass und seine Relevanz für dieses TC
- Teambildung

TAG 3: 03.08.2022.

- Situation der Medien und ihre Beteiligung an Politik und demokratischen Werten in unseren Ländern – Analyse
- Medienkompetenz definieren

TAG 4: 04.08.2022.

- Was wir über Medien wissen müssen
- Medienrealität und Welt, in der wir leben

TAG 5: 05.08.2022.

- Medien als soziale Institutionen
- Medien als Informationsquelle

TAG 6: 06.08.2022.

- Wie man die bereitgestellten Medien und Informationen nutzt
- Freier Nachmittag

TAG 7: 07.08.2022.

- Medien und Politik – Platz der Medien in der Politik
- Medien und Politik – Ort der Medien in der Politik (Praktikum)

TAG 8: 08.08.2022.

- Medien als Ort für die Präsentation unserer Ideen und unseres Aktivismus im politischen und demokratischen Bereich
- Medien als Ort der Präsentation unserer Ideen und Aktivitäten im politischen und demokratischen Bereich (praktische Arbeit)

TAG 9: 09.08.2022.

- Entwicklung von Aktivitäten für die lokale Gemeindearbeit mit Jugendlichen I
- Entwicklung von Aktivitäten für die lokale Gemeindearbeit mit Jugendlichen II

TAG 10: 10.08.2022.

- Markt für Projektideen / Zusagen für die Weiterverfolgung
- Schlussbewertung & Youthpass-Zeremonie

TAG 11: 11.08.2022.

- Abreise der Teilnehmer

## **Methodik und Methoden des Trainingskurses**

Das zweite Thema, auf das wir uns im CritiDe-Projekt konzentrieren, ist die Medienkompetenz, da sie Hand in Hand mit dem Thema der politischen Bildung geht, welches das Thema des ersten LTTA war. Es reicht nicht aus, nur zu verstehen, wie politische Systeme funktionieren, es ist auch relevant, wo und wie sich Jugendliche über das politische System und relevante und aktuelle Themen informieren, die sie und ihre Gemeinschaft betreffen. Damit sie politische Kommunikation besser verstehen und ihr kritisches Denken entwickeln können, planen wir die Organisation von Workshops zum Thema Medienkompetenz. Um dieses langfristige Ziel zu erreichen, müssen wir zunächst die Kapazität unserer Organisation im Umgang mit diesem Thema erhöhen.

LTTA wurde für die Dauer von 10 Arbeitstagen mit 1 Reisetag organisiert. Jeder Arbeitstag umfasste 4 Workshops mit einer Dauer von jeweils 90 Minuten. Zwei davon wurden in der Vormittagssitzung (vor der Mittagspause) und zwei in der Nachmittagssitzung (nach der Mittagspause) durchgeführt. Dazwischen wurde jeweils eine 30-minütige Kaffeepause mit Erfrischungen und Snacks organisiert. Am Ende jedes Arbeitstages hatten wir Selbstreflexions- und Bewertungssitzungen, die von Trainern und dem Mitarbeiterteam geleitet wurden, in denen die Teilnehmer ermutigt wurden, ihren Lernprozess an diesem Tag selbst zu reflektieren.

Abends hatten wir einige Freizeitaktivitäten, aber die Teilnahme daran war freiwillig und die Teilnehmer hatten die Möglichkeit, sie selbst zu entwickeln. Solche Aktivitäten waren eine interkulturelle Nacht, in der sie ihre Länder, Kulturen, Traditionen, Speisen und Getränke durch interaktive Spiele oder Präsentationen präsentierten; NGO-Messe, auf der die Teilnehmer ihre Organisationen und ihre regelmäßige Arbeit in lokalen Gemeinschaften vorstellten.

Die LTTA-Aktivität basierte auf nicht-formaler Bildung und Learning-by-Doing-Methoden. Es gab den Teilnehmern die Möglichkeit, ihre eigenen Lernerwartungen und -ergebnisse zu schaffen, aber auch sich selbst und ihre eigenen persönlichen Grenzen zu entdecken. Allgemeine Methoden, die wir verwendet haben, waren: Arbeiten in kleineren Gruppen, interaktive und kreative Präsentationen, Brainstorming, Arbeiten in nationalen Gruppen, Simulationsaktivitäten, Rollenspiele usw.

## Sitzungen

### **Sitzungsnummer 1: Begrüßungsabend und gegenseitiges Kennenlernen**

**Dauer:** 120 Minuten

**Hintergrund:** Zu Beginn jeder non-formalen Bildungsmaßnahme müssen Sie sicherstellen, dass sich Ihre Teilnehmer wohl und sicher fühlen, insbesondere wenn sie an einem mehrtägigen internationalen Schulungskurs teilnehmen. Die Teilnehmer kommen aus verschiedenen Ländern und Organisationen, haben unterschiedliche Hintergründe und Hindernisse, mit denen sie konfrontiert sind, und besonders wenn Sie Jugendliche mit geringeren Möglichkeiten haben, ist es wichtig, Zeit und Energie für den Einführungsteil des Programms aufzuwenden. Denken Sie daran, dass der Gruppenbildungsprozess den Beitrag der Teilnehmer und die Lernergebnisse des Schulungskurses erheblich beeinflussen kann. Bitte überstürzen Sie es nicht; Gehen Sie Schritt für Schritt vor, geben Sie einer Gruppe zunächst die Möglichkeit, sich zu treffen, und stellen Sie ihr dann das Programm und die Ziele vor, geben Sie ihnen alle notwendigen Informationen und beantworten Sie ihre Fragen. Das Kennenlernen beginnt am Nachmittag des Anreisetages und setzt sich am Morgen des zweiten Tages fort.

**Ziel der Sitzung:** Zusammenkommen und Treffen mit der Gruppe in einer angenehmen und unterhaltsamen Umgebung.

#### **Ziele:**

- Um die Namen der anderen kennenzulernen und ein wenig über Persönlichkeiten;
- Um einige Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu finden;
- Um die Gruppe und die Menschen in der Gruppe zu spüren.

#### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Mehrsprachigkeitskompetenz;
- Persönliche und soziale Kompetenz.

#### **Methodik und Methoden:**

- Plenarrunden
- Namensspiele

#### **Sitzungsablauf:**

##### 1. Einleitung

Ein Vertreter der gastgebenden Organisation Carousel 8 begrüßte die Teilnehmer und stellte das Team vor, welches in den kommenden Tagen, für das Programms sowie für logistische Angelegenheiten verantwortlich ist.

##### 2. Erste Runde im Plenum

Alle Teilnehmer und Trainer sitzen im Kreis und nennen ihren Namen und ihre Herkunft.

##### 3. Namensspiel mit dem Ball

Die Teilnehmer wurden gebeten, sich im Kreis aufzustellen. Ihre Aufgabe war es, den Ball einem Mitglied der Gruppe zuzuspielen und seinen/ihren Namen laut zu sagen. Die Person, die den Ball bekommt, muss ihn an eine andere Person aus der Gruppe weitergeben und dasselbe

tun. Niemand darf den Ball zweimal bekommen. Es wurden mehrere Runden durchgeführt, wodurch die Aufgabe jedes Mal komplizierter wurde (der Ball sollte nicht herunterfallen, die Geschwindigkeit muss höher sein usw.), bis zur letzten Anfrage, bei der sie ein System finden mussten, um den Ball durch den gesamten Zyklus zu führen in kürzester Zeit. Das Hauptziel dieser Aktivität war es, alle Namen zu lernen.

### 1) Übung – Richten Sie sich, ohne zu sprechen nach...

Bitten Sie die Teilnehmer, sich in eine Reihe zu stellen und sich, ohne zu sprechen, als Gruppe nach verschiedenen Themen auszurichten:

- Ihre Reisezeit von Ihrem Haus nach Split;
- Ihr Alter;
- Geburtsdatum;
- Größe Ihres Lieblingstieres;
- Farbe Ihrer Augen (von heller bis dunkler);
- Ihre Erfahrung in der Jugendarbeit (Arbeit mit Jugendlichen) / Freiwilligenarbeit;
- Jahre/Monate Erfahrung in Medienkompetenz;
- Jahre/Monate Erfahrung in politischer Partizipation.

**Benötigte Materialien:** Weicher Ball (mindestens einer, aber Sie können 2 weitere hinzufügen) und machen Sie mit dem Klebeband eine Linie auf dem Boden.

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Wie Sie einen Schulungskurs beginnen, ist von grundlegender Bedeutung, da sich die Teilnehmer willkommen und sicher fühlen müssen. Bereiten Sie ein Flipchart-Papier mit dem Namen des Trainingskurses vor und hängen Sie es an die Tür des Arbeitsraums und ein Logo der Erasmus+- und Gastorganisation an die Wände im Arbeitsraum. Stellen Sie sicher, dass jeder weiß, wo sich Ihr Arbeitszimmer befindet und wie Sie dorthin gelangen.
- Bereiten Sie einen Arbeitsraum so vor, dass er für die Teilnehmer einladend ist: Stellen Sie Stühle für jeden Teilnehmer in einen Kreis, damit sie beim Betreten im Kreis sitzen können.
- Das erste Treffen sollte informell und unterhaltsam sein! Denken Sie daran, dass die Teilnehmer verreist und möglicherweise müde sind. Konzentrieren Sie sich daher auf einfache Namensspiele und Übungen, um sich besser kennenzulernen.
- Erwägen Sie, ein Begrüßungspaket auf den Stühlen vorzubereiten: einen Stadtplan, eine SIM-Karte oder ähnliches.

## **Sitzungsnummer 2: Einführung / Erwartungen, Beitrag**

**Dauer:** 90 Minuten

**Hintergrund:** Diese Sitzung ist eine Fortsetzung der vorherigen Begrüßungssitzung, daher ist es wichtig, zuerst alle Namen zu wiederholen. Stellen Sie dann das Trainerteam den Teilnehmern vor, die den Schulungskurs leiten werden, ihren Hintergrund und ihre Erfahrungen sowie die für die Logistik verantwortliche Person (obwohl sie sie/ihn aus der Kommunikation vor dem TC kennen).

**Ziel der Sitzung:** Einen gemeinsamen Ausgangspunkt schaffen und den Gruppenprozess anstoßen

Entwicklung und liefern entscheidende Informationen in Bezug auf das Schulungsprogramm und den zu organisierenden Lernprozess.

### **Ziele:**

- Um Namen zu wiederholen;
- Um sich besser kennenzulernen;
- Um mehr über das Team zu erfahren, das den Kurs leitet;
- Vorstellung des geplanten Programms des Trainingskurses (durch eine interaktive Präsentation mit farbigen Papieren);
- Untersuchung der Beweggründe der Teilnehmer, an diesem Schulungskurs teilzunehmen (durch eine erste Runde im Plenum);
- Um ihre Erwartungen an den Trainingskurs und mögliche Beiträge, die sie für den Qualitätstrainingskurs leisten könnten, zu bestimmen (durch individuelle Selbstreflexion, Austausch in Kleingruppen und Präsentationen im Plenum).

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Mehrsprachigkeitskompetenz;
- Persönliche und soziale Kompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Plenarrunden;
- Namensspiele;
- Eingänge;
- Arbeiten in Kleingruppen mit vorgegebenen Aufgaben;
- Präsentationen der Teilnehmer.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Namensübung: Name und die Bewegung

Die Teilnehmer standen im Kreis, und jeder Teilnehmer musste seinen Namen sagen und eine Bewegung machen (springen, winken, beugen, strecken oder ähnliches). Der nächste Teilnehmer muss vorherige Namen und Bewegungen wiederholen und seine eigenen hinzufügen. Die Übung ist beendet, wenn der letzte Teilnehmer oder ein Trainer alle Namen und Bewegungen im Kreis wiederholt.

## 2) Vorstellung des Teams und des Programms

Die Trainer präsentierten sich den Teilnehmern, ihre Erfahrungen und ihr Fachwissen. Sie präsentierten auch das Projekt KA2 CritiDe – Hintergrund des Projekts, beteiligte Partner, alle geplanten Aktivitäten und Ergebnisse und wie dieser LTTA dazu beitragen wird, die gesetzten Ziele zu erreichen.

Die Trainer stellten die Ziele und die Agenda dieses spezifischen LTTA/Schulungskurses vor. Die Teilnehmer erfuhren besser, was die Themen und Sitzungen sind und wie der Ablauf des Programms in den nächsten 10 Tagen aussehen würde.

## 3) Erwartungen, Beiträge, Ängste – Boot, Meer, Sonne

Die Teilnehmer haben sich in kleine Gruppen aufgeteilt und mussten ihre Erwartungen, Befürchtungen und Beiträge zum TC diskutieren. Jede Gruppe musste auf Flipchartpapier niederschreiben, was sie sich ausgedacht hatte, und es der ganzen Gruppe präsentieren. Die Sonne symbolisierte ihren Beitrag, das Meer symbolisierte ihre Ängste und das Boot symbolisierte ihre Erwartungen.

**Benötigte Materialien:** Ziele und Programm/Agenda des Trainingskurses auf farbigen Papieren vorbereiten und an die Wand hängen. Flipchart-Papiere und Stifte für jede Gruppe.

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Obwohl sich alle Teilnehmer am Vornachmittag getroffen haben, ist es wichtig, den Tag mit einem Namensspiel zu beginnen, da es sich um eine große Gruppe von Menschen handelt und sie sich zum ersten Mal getroffen haben. Denken Sie auch daran, dass manche Menschen mehr Zeit brauchen, um sich Namen zu merken, also verwenden Sie am ersten Tag/an den ersten Tagen Energizer, die auch Namens- und Kennenlernspiele sind.
- Alle Teilnehmer haben die Ziele und die Agenda des Trainingskurses zuvor erhalten und wurden von ihrer Entsendeorganisation vorbereitet; Es ist jedoch wichtig, die Ziele und die Agenda durchzugehen, um auf der gleichen Seite zu sein, damit die Teilnehmer Fragen direkt an die Trainer stellen können, die das Programm umsetzen werden.
- Präsentationen des Hintergrunds, der Ziele und der Agenda des Projekts müssen immer kommen, bevor die Erwartungen, Ängste und Beiträge der Teilnehmer untersucht werden, da sie beim Teilen klarer und präziser sind.

## **Sitzungsnummer 3: Einführung in das Erasmus+ Programm / Youthpass und seine Relevanz für dieses TC**

**Dauer:** 90 Minuten

**Hintergrund:** Die Teilnehmer des Trainingskurses haben unterschiedliche Hintergründe und Erfahrungen. Da die Europäische Kommission dieses Projekt über das Programm Erasmus+ finanziert, ist es wichtig, dass die Teilnehmer sich dessen bewusst sind und wissen, wie sie das Programm nutzen können, um ihre Projektideen und -aktivitäten zu finanzieren und umzusetzen. Wir arbeiten ständig an der Anerkennung von nicht formalem und informellem Lernen in Jugendprojekten, und aus diesem Grund ist es hilfreich, immer über Youthpass und die 8 Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen zu sprechen.

**Ziel der Sitzung:** Untersuchung der Programme Erasmus+ und des Europäischen Solidaritätskorps, Untersuchung von Youthpass und 8 Schlüsselkompetenzen.

### **Ziele:**

- Den Teilnehmern das Erasmus+ Programm und seine Möglichkeiten in der Jugendarbeit vorzustellen;
- Untersuchung von Möglichkeiten zur Finanzierung und Freiwilligenarbeit im Rahmen von Erasmus+ und Programmen des Europäischen Solidaritätskorps;
- Youthpass als Instrument zur Selbsteinschätzung und Anerkennung nicht-formaler Bildung einzuführen und das Bewusstsein dafür zu schärfen;
- Die Schlüsselkompetenzen von Youthpass 8 durch eine „Learning-by-Doing“-Aktivität zu erklären;
- Um die Relevanz von Youthpass für diesen Trainingskurs und die Jugendarbeit zu erklären;
- Um den Prozess der Teambildung zu starten.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Lesekompetenz;
- Staatsbürgerschaftskompetenz;
- Persönliche und soziale Kompetenz;
- Lernen, Kompetenz zu lernen.

### **Methodik und Methoden:**

- Input mit den Teilnehmern, die ihre Erfahrungen mit den Programmen teilen;
- Übung Youthpass-Inseln.

## **Sitzungsablauf:**

### 1) Einführung in das Erasmus+ Programm

Die Teilnehmer wurden in das Programm Erasmus+ und das Europäische Solidaritätskorps und seine Möglichkeiten für Jugendarbeiter/Pädagogen/Lehrer eingeführt.

Quelle:

[Was ist Erasmus+?](#)

### 2) Einführung in das Programm des Europäischen Solidaritätskorps

Quellen:

<https://www.salto-youth.net/rc/solidarity/european-solidarity-corps-programme/>

<https://youth.europa.eu/solidarity.de>

### 3) Youthpass-Inseln

Quelle:

[https://www.salto-youth.net/downloads/4-17-3533/YP-unfolded\\_method\\_05.pdf](https://www.salto-youth.net/downloads/4-17-3533/YP-unfolded_method_05.pdf)

**Benötigte Materialien:** Flipcharts und Marker für Eingaben, Videos über die Erasmus+- und ESC-Programme und -Möglichkeiten sowie Videos aus früheren Projekten, die in der WhatsApp-Gruppe der Teilnehmer geteilt werden können. Vorbereitete 8 Tische mit 8 Flipcharts und Aufgabenkarten (Kompetenzen) für die Youthpass-Inseln, Ausdrucke der Youthpass-Ports (einer pro Gruppe), ein achtseitiger Würfel, farbige Stifte, Klebeband, Pappe, Handouts mit einer Matheaufgabe, Tangram-Spiel, Plastilin, Papier, farbiges Papier, Kleber, Stempel & Tinte (um den Reisepass zu validieren), Schere.

## **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Gehen Sie bei der Präsentation von Erasmus+ und ESC-Programmen von Anfang an und präsentieren Sie den Hintergrund, Zweck und Überblick der Programme. Planen Sie auch genügend Zeit für die Teilnehmer ein, um ihre Erfahrungen mit den Programmen auszutauschen, da sie diejenigen sind, die auf Details und praktische Beispiele eingehen werden.
- Für die Übung Youthpass-Inseln haben wir einige der Aufgaben an das Thema des Trainingskurses angepasst. Versuchen Sie, die Übung so anzupassen, dass sie für Ihre Gruppe und das Thema relevant ist.

## **Sitzungsnummer 4: Teambuilding**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Um unseren Teilnehmern das nicht-formale und informelle Lernen zu erleichtern, ist es wichtig, dass sie sich in der Gruppe wohl und sicher fühlen. Auch um manchmal schwierige und kontroverse Themen zu diskutieren, ist es wichtig, dass die Gruppe einander vertraut. Um das zu erreichen, haben wir den ganzen Nachmittag für Teambuilding vorgesehen.

**Ziel der Sitzung:** Bauen Sie Vertrauen und Verständnis zwischen den Teilnehmern in der Gruppe auf.

### **Ziele:**

- Um sich besser kennenzulernen und ein Gefühl der Vertrautheit und des Komforts zwischen den Teilnehmern zu schaffen;
- Beginnen Sie mit der Entwicklung von vertrauensvollen Beziehungen;
- Sensibilisierung für Gleichberechtigung in diversen Beiträgen;
- Untersuchen Sie die Verbindungen zwischen den Teilnehmern und entwickeln Sie den Gruppenzusammenhalt.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Mehrsprachigkeitskompetenz;
- Kulturelles Bewusstsein und Ausdruck;
- Unternehmerschaft;
- Staatsbürgerschaft;
- Persönliche und soziale Kompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Übungsmission unmöglich;
- Selbstorganisiertes Arbeiten in Klein- und Großgruppen;
- Diskussion im Plenum;
- Übung Walk&Talk.

### **Sitzungsablauf:**

#### **1) Teambuilding-Übung: MISSION IMPOSSIBLE**

Die Gruppe musste daran arbeiten, 11 Schritte/Aufgaben der Mission abzuschließen, was sie veranlasste, nach draußen zu gehen und zu kooperieren. Die Gruppe musste sich selbst organisieren, um alle Aufgaben rechtzeitig lösen zu können. Die Gruppe präsentierte den Trainern alle erreichten Schritte, um die Anerkennung für die Leistung zu erhalten.

Aufgaben:

Sie haben 35 Minuten Zeit, um alle folgenden Aufgaben zu erledigen oder es zumindest zu versuchen. Und wir haben ein paar einfache Regeln: Du kannst das Trainingsteam nicht um Hilfe bitten, die ganze Gruppe muss mitmachen und dein Bestes geben.

- Bringen Sie 50 verschiedene Socken und 30 verschiedene T-Shirts mit.

- Trinken Sie als Gruppe 12 Liter Wasser – es ist wichtig, im Sommer hydriert zu bleiben.
- Zählen Sie, wie viele Stufen es vom Strand unterhalb des Bruno Busic Hostels bis zum Eingang unseres Arbeitsraums gibt.
- Erstellen Sie drei Clickbait-Social-Media-Posts (einschließlich Text mit Hashtags, Fotos + Videos), die für den heutigen Tag gepostet werden.
- Zählen Sie, wie viele Betten und Kissen es in den Zimmern gibt, in denen wir uns als Gruppe aufhalten.
- Erstellen Sie ein Logo für den Schulungskurs.
- Zählen Sie, wie viele Personen auf dem Boden des Arbeitsraums liegen können.
- Sammle 30 verschieden große Steine vom Strand.
- Machen Sie einen Plan und eine Werbekampagne für nächtliche Gruppenaktivitäten (mit einem großartigen Poster, um dafür zu werben).
- Erstellen Sie ein 2-5-minütiges Video, das die Geschichte von Split und einige interessante Orte in der Umgebung von Split präsentiert (im Format einer Videoreportage).

Erstellen Sie eine Liste mit mindestens 10 verschiedenen Energizern, an denen Sie zuvor teilgenommen haben und die Sie in den nächsten Tagen des Programms ausprobieren möchten. Neben dem Namen des Weidezaungerätes muss die Liste verständliche Erklärungen zur Herstellung des Weidezaungerätes enthalten.

Fragen, die nach dem Auftrag besprochen wurden:

- Was war die einfachste Aufgabe, die Sie erledigen mussten, und warum?
- Was war die schwierigste Aufgabe und warum?
- Wie haben Sie es geschafft, Aufgaben zu erledigen?
- Gab es Leiter in der Gruppe?
- Wer hat die Aufgaben aufgeteilt?
- Wie haben Sie es geschafft, als Team zu arbeiten? Welche Note von 1 bis 10 würdest du dir selbst geben?
- Was haben Sie aus dieser Aktivität gelernt und wie werden Sie sie in den nächsten Tagen anwenden?

Am Ende der Übung erklärten die Trainer zusammen mit der Gruppe den Zweck der Übung und verstanden, wie wir in den folgenden Schulungstagen zusammenarbeiten und arbeiten könnten. Gemeinsam als Gruppe haben sie eine Gruppenvereinbarung getroffen, alle „Regeln“ für die Zusammenarbeit während des Trainings auf das Flipchartpapier geschrieben, unterschrieben und an die Wand gehängt. Zum Abschluss der Teambuilding-Nachbesprechung stellten die Trainer den Teilnehmern 4 Eckpunkte vor: Respekt, Zuhören und Dialog, gegenseitige Akzeptanz, andere so behandeln, wie Sie möchten, dass andere Sie behandeln.

## 2) Walk&Talk – Fragen zum besseren Kennenlernen

Gehen Sie zu zweit vor die Herberge und in den Park Marjan, die nach jeder Frage folgende Fragen stellen:

- Was liebst oder findest du in deinem Leben schön?
- Was ist Ihr idealer Beruf?
- Was gefällt Ihnen und was nicht an Ihrem (zukünftigen) Beruf?
- Was würde Ihr bester Freund über Ihre Stärken sagen?
- Was würde Ihr bester Freund über Ihre Schwächen oder Schwächen sagen?
- Bitte beschreiben Sie zwei oder drei Ereignisse aus Ihrer Vergangenheit, die den größten Einfluss darauf hatten, wer Sie heute sind.
- Was ist/sind Ihre größte Angst/Ängste im Leben?
- Was ist/sind Ihr größter Wunsch/Ihre größten Wünsche im Leben?
- Wie sieht Ihr perfekter Morgen, Nachmittag oder Abend aus?
- Was macht Sie beim Lernen glücklich > warum?
- Wen oder was hast du zu Hause gelassen, um hierher zu kommen?
- Wenn Sie etwas an sich ändern könnten, was wäre das?
- Das Verrückteste, was du in deinem Leben getan hast?
- Was macht dich traurig?
- Was ärgert Sie?
- In welchem Teil der Welt, in welcher Stadt würdest du gerne leben > warum?
- Welche Musik oder welches Lied gibt Ihnen ein gutes Gefühl > warum?
- Wer ist die Person, die Sie in Ihrem Leben am meisten beeinflusst hat?
- Wenn Sie für das kommende Jahr nur ein Projekt durchführen könnten, welches wäre das?
- Wenn Sie im Lotto gewinnen würden, was würden Sie auf jeden Fall tun?
- Wenn Sie morgen Abend mit jemandem zu Abend essen könnten, lebend oder tot, wer wäre das?
- Welchen Rat würde Ihr älteres Ich Ihrem jüngeren Ich geben?
- Wie würde der Titel der Autobiografie Ihres Lebens lauten?
- Was ist Ihre Lieblingsjahreszeit und warum?
- Wer war Ihr Lieblingskollege in irgendeinem Bereich (Schule, Arbeit, Freiwilligenarbeit) und warum?
- Welches war das Lieblingsland, in das Sie gereist sind?
- Erzählen Sie von Ihrer ersten internationalen Aktivität als Teilnehmer?
- Welches Land besuchen Sie am wenigsten?
- Was war der schwierigste Lernmoment in Ihrem Leben?
- Was war Ihr herausforderndster Bildungsmoment in einem Schulungskurs?
- Wen bewundern Sie am meisten und warum?
- Was war der glücklichste Moment in Ihrem Leben?

**Benötigte Materialien:** Gedruckter QR-Code mit dem Link zu Aufgaben für die Übung „Mission Impossible“, Timer einstellen und projizieren, damit er für alle Teilnehmer sichtbar ist. Flipchart-Papiere für die Gruppenvereinbarung. Drucken Sie die 4-Ecken-Linie auf farbigem Papier. Gedruckte Fragen zur Übung Walk&Talk.

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Testen Sie verschiedene Variationen der Übung „Mission Impossible“ und nehmen Sie die Elemente, die für Sie am vorteilhaftesten sind. Passen Sie die Aufgaben für „Mission Impossible“ an das Thema des Trainingskurses, des Veranstaltungsortes und der Gruppe an. Machen Sie es herausfordernd und unterhaltsam.
- Die Teilnehmer gehen gerne aus dem Arbeitsraum, und das ist eine großartige Übung, die Sie draußen durchführen können, besonders wenn Sie einen schönen Außenbereich haben, in dem die Teilnehmer spazieren gehen können. Wenn sie nicht laufen können, können sie auch sitzen und die „sitzenden“ Paare wechseln.

## **Sitzungsnummer 5: Situation der Medien und ihre Beteiligung an Politik und demokratischen Werten in unseren Ländern – Analyse**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Wir kommen alle aus verschiedenen Ländern und mit unterschiedlichen Hintergründen. Um in unserer zukünftigen lokalen Arbeit zur Medienkompetenz zusammenzuarbeiten, zu diskutieren und uns gegenseitig zu unterstützen, müssen wir unsere unterschiedlichen Realitäten verstehen. Es gibt einige Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen unseren Ländern im Bereich der Medien und der Politik. Um zu verstehen, welche globalen Trends in jedem unserer Länder ähnlich sind, aber auch um unterschiedliche Situationen zu verstehen, müssen wir sie ausführlicher teilen und diskutieren.

**Ziel der Sitzung:** Analyse und Diskussion der Situation in unseren Ländern in Bezug auf Medieneinflüsse auf Politik und demokratische Werte.

### **Ziele:**

- Um die Medienlandschaft in unserem eigenen Land besser zu erforschen, zu analysieren und zu verstehen;
- Um spezifischere Medien und politische Situationen in jedem Land kennenzulernen, konzentrieren Sie sich hauptsächlich darauf, wo Jugendliche Informationen suchen und finden;
- Versuchen, die spezifische Beziehung zwischen Medien und Politik in jedem Land zu verstehen;
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Ländern diskutieren und zu Schlussfolgerungen kommen.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Persönliche, soziale und Lernkompetenz;
- Kulturelles Bewusstsein und Ausdruck;
- Lesekompetenz;
- Bürgerkompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Arbeit in nationalen Gruppen;
- Gruppenpräsentationen;
- Diskussionen im Plenum.

### **Sitzungsablauf:**

#### **1) Realitäten der Länder – Vorbereitung der Präsentationen**

Die Teilnehmer versammelten sich in ihren Nationalmannschaften und hatten 60 Minuten Zeit, um eine Präsentation über die Medienlandschaft in ihrem Heimatland vorzubereiten. Einige von ihnen präsentierten auf Flipchart-Papier, andere verwendeten PowerPoint.

Dies sind die Fragen, die den Teilnehmern in ihrer Präsentation als Leitfaden und zur Unterstützung des Arbeitsprozesses gestellt werden:

- Welche Medien werden in Ihrem Land von jungen Menschen konsumiert?
- Welche Art von Medien nutzen Sie persönlich?
- Wem gehören die Medien in Ihrem Land? (öffentlich, staatlich, privat)
- Zahlen und Fakten zu Medien und Konsum?
- Gibt es einen rechtlichen Rahmen? Pressekodex? Selbstregulierungsgremien?
- Kennen Sie Faktenprüfungsdienste (Websites, Portale ...) in Ihrem Land? Haben Sie persönlich welche verwendet?
- Wie ist die Beziehung zwischen Medien und Politik in Ihrem Land?
- Nennen Sie ein Beispiel für gefälschte Nachrichten im Zusammenhang mit Politik oder Wahlen aus Ihrem Land:
  - präsentiere die Geschichte,
  - wer war die Zielgruppe,
  - auf welchen Kanälen wurde es verbreitet,
  - was waren die Auswirkungen,
  - kennst du die Quelle?

Die Teilnehmer konnten wählen, wie sie die Ergebnisse der Arbeit in nationalen Gruppen präsentieren, sie hatten die Möglichkeit, ein Poster zu erstellen und es der Gruppe zu präsentieren, einen Artikel, einen Blogbeitrag, eine Instagram-Story, ein Titelblatt einer Zeitschrift, eine Fernsehsendung oder ein Radio zu schreiben oder Podcast-Folge ...

## 2) Realitäten der Länder – Präsentationen und Nachbesprechungen

Jede Gruppe präsentierte die Ergebnisse ihrer Arbeit, und nach den Präsentationen führten die Trainer die Diskussion:

- "Welche Ähnlichkeiten sind Ihnen aufgefallen?",
- "Können Sie sich die Situation in Land X in Ihrem Land vorstellen?",
- "Was könnte der Grund für Unterschiede sein?"

Alle Poster der Teilnehmer werden als Erinnerung und Referenz für die folgenden Tage an die Wand gehängt.

**Benötigte Materialien:** Wi-Fi, schreiben Sie Fragen für „Realitäten der Länder“ auf Papier und hängen Sie es an die Wand, damit es jederzeit für alle sichtbar ist, Flipchart-Papier, farbiges Papier, Buntstifte, Kleber, Haftnotizen ...

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Die Teilnehmer müssen wissen, dass sie, bevor sie zum Schulungskurs kommen, eine Präsentation über die Realitäten in ihren Ländern halten müssen. Dies ist eine der Aufgaben, die Kontaktpersonen von jedem Partner mit ihnen besprechen und sie beim Sammeln von Informationen unterstützen müssen. Wir haben es auch in das Infoblatt geschrieben, das sie vor der Schulung erhalten haben. Da sie jedoch spezifische Fragen zu der Sitzung erhalten haben, müssen Sie ihnen genügend Zeit (60 bis 90 Minuten) geben, um die Informationen in der Gruppe zu diskutieren und vor der Gruppe zu präsentieren.

- Motivieren Sie die Teilnehmer während der Präsentationen, sich gegenseitig Fragen zu spezifischen Realitäten in ihren Ländern zu stellen.
- Konzentrieren Sie sich in der Nachbesprechung auf Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen den Ländern, identifizieren Sie insbesondere globale Trends, die in allen Ländern vorhanden sind, und identifizieren Sie gemeinsame Schlussfolgerungen.

## **Sitzungsnummer 6: Medienkompetenz definieren**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Die Teilnehmer sollten in die grundlegenden Konzepte eingeführt werden, um ein angemessenes Verständnis der Bedeutung hinter Terminologien zu bekommen, die wir oft hören wie: Medien, Medienkompetenz, politische Bildung, gefälschte Nachrichten usw.; und auch Begriffe, die wir nicht so oft hören, die uns aber helfen können, die Situation besser zu verstehen, wie: kognitive Dissonanz und kognitive Verzerrung.

**Ziel der Sitzung:** Die grundlegenden Konzepte verstehen, die bei der Diskussion über Medienkompetenz und politische Partizipation verwendet werden.

### **Ziele:**

- Diskussion und Definition der Begriffe im Zusammenhang mit Medienkompetenz und politischer Partizipation;
- Wissen, wie man die Bedeutung dieser Konzepte recherchiert und zuverlässige Quellen findet;
- Zu diskutieren ist, dass unser Verständnis der Konzepte von gefundenen Definitionen abweicht.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Mehrsprachigkeitskompetenz;
- Lesekompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Arbeit in nationalen Gruppen;
- Gruppenpräsentationen;
- Eingang;
- Videos;
- Diskussionen im Plenum.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Lassen Sie uns diese Konzepte definieren

Die Teilnehmer wurden in kleinere Gruppen (6 Gruppen) eingeteilt, und jede Gruppe musste eine Definition finden und sich darauf einigen, um sie der Gruppe vorzustellen:

- Medien;
- Medienkompetenz;
- politische Beteiligung;
- politische Bildung;
- kritisches Denken;
- gefälschte Nachrichten;
- Desinformation;
- kognitive Verzerrung;
- kognitive Dissonanz;
- Click-Bait.

Sie müssen ein Flipchart über den Begriff oder PPT erstellen oder ein Video finden/machen.

## 2) Präsentationen der Konzepte

Die Teilnehmer präsentierten die Ergebnisse ihrer Diskussionen und Gruppenarbeiten.

## 3) Zusätzlicher Input der Trainer nach den Präsentationen:

Medienkompetenz impliziert die Fähigkeit von Bürgern/Publikum zum qualitativ hochwertigen Zugang, zur Analyse, Bewertung, Gestaltung und Teilhabe an der Gesellschaft auf der Grundlage von Nachrichten in verschiedenen Formen – von gedruckt und per Video bis hin zu On-Line. Medienkompetenz ermöglicht es, die Rolle der Medien in der Gesellschaft zu verstehen und vermittelt den Bürgern grundlegende Fähigkeiten, Botschaften zu hinterfragen, aber auch, sich durch sie auszudrücken. Wichtige Stichworte in diesem Zusammenhang sind Bildung (was bedeutet, dass Medienkompetenz erlernt wird); Verständnis der Medien (was ihre soziale Rolle und die Notwendigkeit impliziert, Wege zu verstehen, auf die sie in die Gesellschaft integriert sind); Hinterfragen (was eine kritische Haltung der Nutzer impliziert) und Selbstdarstellung (was die Beteiligung der Bürger an der Kommunikationsgemeinschaft impliziert, nicht nur ihre passive Rolle beim Empfang von Medienbotschaften).

Medienkompetenz ist in der Tat eine Verbesserung der allgemeinen Alphabetisierung, da das Konzept der Medienbeherrschung (traditionelle Medien und neue Medien, z. B. das Internet) in die Definition von Alphabetisierung „eingeführt“ wurde. Daraus würden wir schließen, dass Alphabetisierung im 21. Jahrhundert multidimensional ist, also auf mehreren Ebenen organisiert ist:

- **erstens** – traditionelles Niveau, das allgemeine Lesefähigkeiten und Schreiben umfasst;
- **zweitens** – Medienebene, die die Fähigkeiten eines erfolgreichen Medienkritikers impliziert;
- **drittens** – Ebene der neuen Medien, die die Fähigkeiten eines erfolgreichen kritischen Umgangs mit neuen Medien, vor allem dem Internet, impliziert.

## 4) Medienkompetenz und andere Begriffe definieren:

Einführungsvideo: Warum liebt unser Gehirn Fake News? (6:40 Minuten)

<https://www.youtube.com/watch?v=dNmwwntMF5A>

Diskussion des Videos und Abschluss der Definitionsdiskussion:

- Was denkst du über das Video?
- Welche Begriffe und Themen waren Ihnen bekannt und welche neu?
- Denken Sie, dass diese Themen zur Medienkompetenz gehören?
- Welche anderen Begriffe/Konzepte, die Sie in Ihrem Umfeld sehen, sollten in der Medienkompetenzerziehung angesprochen werden?

**Benötigte Materialien:** Flipchart und A4-Blätter, Marker, Stifte, Schere, Laptop und Projektor, WLAN.

**Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Falls die Teilnehmer Hilfe beim Verständnis der Begriffe oder der Unterschiede zwischen den Begriffen benötigen, bereiten Sie Beispiele vor, die ihnen helfen könnten, sie besser zu verstehen. Bereiten Sie auch einige zusätzliche Materialien vor (Handouts, Videos, Quellen ...), die Sie auch nach der Sitzung in der WhatsApp-Gruppe mit ihnen teilen können.

## **Sitzungsnummer 7: Was wir über Medien wissen müssen**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Um besser zu verstehen, wie Medien uns als Individuen und unsere heutige Gesellschaft beeinflussen, müssen wir uns mit den Ursprüngen der Medien und der Geschichte ihres Einflusses befassen.

**Ziel der Sitzung:** Erforschung des Ursprungs der Medien und der Rolle der Medien im Laufe der Geschichte. Außerdem ist der Beginn der Ausbildung ein guter Zeitpunkt, um kritisch zu hinterfragen, wie jeder von uns persönlich mit seinen Smartphones, Anwendungen und Umgang mit Informationen und Medien umgeht.

### **Ziele:**

- Erforschung der Mediengeschichte;
- Diskutieren und verbinden, wie bestimmte Ereignisse unsere heutige Medienlandschaft beeinflusst haben;
- Unseren persönlichen Medienkonsum als Informationsquelle kritisch zu reflektieren.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Persönliche und soziale Kompetenz;
- Bürgerkompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Arbeiten in kleinen Gruppen;
- Gruppenpräsentationen und Zeitplan;
- Individuelle Reflexion und stiller Boden;
- Gruppendiskussion.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Einführungsvideo: Geschichte der Medien

Video: Medien und Globalisierung: <https://www.youtube.com/watch?v=2p0NRBaQ4Ic>

#### 2) Übung: Mediengeschichte

Die Teilnehmer wurden in 8 Gruppen eingeteilt und mussten diese Themen recherchieren und Infografiken erstellen:

- Die Erfindung von Johannes Gutenberg
- Facebook-Cambridge Analytica-Skandal
- Penny-Papiere
- Schleuse
- Franklin D. Roosevelt & berühmte Reden im Radio
- Die Erfindung des Radios und seine Auswirkungen auf den Massenkonsum
- Informationsrevolution
- Napoleon & Propaganda (welche Medien nutzte er?)

Nach der Gruppenarbeit stellte jede Gruppe die von ihnen recherchierten Themen vor – erläuterte Ereignisse/Themen und platzierte die Infografiken auf einer Zeitachse.

### 3) Diskussion nach den Präsentationen

Aufgeworfene und diskutierte Fragen:

- Welche dieser Ereignisse waren Ihnen bekannt?
- Welches dieser Ereignisse war Ihnen nicht bekannt?
- Glauben Sie, dass eines dieser Ereignisse unsere Medienlandschaft und -wirklichkeit beeinflusst hat? Wenn ja, was waren die Auswirkungen?
- Würden Sie ein weiteres Ereignis hinzufügen, wenn Sie über die Geschichte der Medien sprechen?

### 4) Was ist mit uns? Welche Online-Dienste nutzen Sie?

Auf dem Boden standen 2 Flipcharts mit Titeln: Medien, die ich als Informationsquelle nutze und Medien, die ich nicht als Informationsquelle nutze.

Einzelübung, Brainstorming, Reflexion für Teilnehmer: Schauen Sie auf Ihr Smartphone und sehen Sie sich alle Apps an, die Sie im letzten Monat genutzt haben: Schreiben Sie auf Post-Its auf, welche Sie als Informationsquelle und welche Sie für andere Zwecke genutzt haben (z.B. Spaß, Unterhaltung usw.)

Nachdem die Teilnehmer alle im letzten Monat verwendeten Apps aufgeschrieben und die Post-its auf eines der Flipcharts geklebt hatten, wurden alle Post-its laut vorgelesen. Die Teilnehmer überlegten, für welche Apps sie bezahlten und welche kostenlos waren. Was glauben sie, warum sie frei sind? Wie verdienen sie Geld?

Die Teilnehmer reflektierten auch die Zeit, die sie auf ihren Smartphones verbringen, und die Anwendungen, die sie hauptsächlich verwenden.

### 5) Positive und negative Seiten der Top 5 oder 6 Medien, die wir in der vorherigen Übung besprochen haben:

- Wie wirken oder können sie unser Leben positiv beeinflussen?
- Wie beeinflussen sie oder wie können sie unser Leben negativ beeinflussen?
- Wo und wie finden Sie und andere junge Menschen in Ihrer Gemeinde oder Ihrem Land Informationen zu politischen Themen?

Benötigte Materialien: Bereiten Sie eine Zeitleiste mit Jahren/Jahrhunderten vor und legen Sie sie auf den Boden. Weißes und farbiges A4-Papier, Stifte, Marker, Schere, Kleber, WLAN, Smartphones, Laptop und Beamer. 2 Flipchart-Blätter und Post-its zur individuellen Reflexion und stillen Boden.

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Wenn die Gruppe erfahrener ist, können Sie sie bitten, Themen und Ereignisse für die Zeitleiste der Mediengeschichte auszuwählen. Es kann interessant sein zu sehen, was sie sich einfallen lassen. Für diese Gruppe hat das Trainerteam diese 8 Veranstaltungen diskutiert und ausgewählt.
- Geben Sie den Teilnehmern genügend Zeit, um über die Ereignisse aus der Geschichte zu recherchieren und zu lesen. Geben Sie ihnen zusätzliche Fragen, um die historischen Ereignisse mit der heutigen Medienlandschaft zu verbinden.

## **Sitzungsnummer 8: Medienrealität und die Welt, in der wir leben**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Da Medien- und Politikkompetenz ein anspruchsvolles Thema ist, kann viel Input, Kleingruppenarbeit, Recherche und Präsentation ermüdend sein. Ein Film ist eine hervorragende Methode, um neue Themen einzuführen und eine Diskussion zu beginnen.

**Ziel der Sitzung:** Erforschung und Diskussion positiver und negativer Aspekte der Medienrealität in der heutigen Welt.

### **Ziele:**

- zu erforschen und zu diskutieren, auf welche Weise Medien, insbesondere soziale Medien, uns und unser tägliches Leben beeinflussen;
- Sensibilisierung für die vielfältigen Auswirkungen der sozialen Medien auf unser tägliches Leben und unsere politische Tätigkeit;
- Um zu diskutieren, wie wir die negativen Auswirkungen von Social Media begrenzen können.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Digitale Kompetenz;
- Naturwissenschaftliche, technologische, ingenieurwissenschaftliche und mathematische Kompetenz;
- Persönliche und soziale Kompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Filmvorführung;
- Diskussion.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Film Das soziale Dilemma

Die Teilnehmer sahen sich den Film „Das soziale Dilemma“ (<https://www.thesocialdilemma.com>) an. Sie diskutierten alle im Film erwähnten Themen, insbesondere den Teil über den Einfluss sozialer Medien auf politische Kampagnen und Wahlen. Sie teilten auch ihre eigenen Erfahrungen mit Wahlen in ihren Ländern mit.

#### 2) Nachbesprechung und Diskussion

Fragen nach dem Film:

- Wie fühlen Sie sich?
- Worum ging es in diesem Film?

- Welcher Teil des Films spricht Sie an?
- Worüber wurden die wichtigsten „Dilemmata“ in Filmgesprächen gesprochen?
- Stimmen Sie den im Film gemachten Punkten zu oder nicht zu?
- Wie stellte der Film die Verbindung von Social Media mit Demokratie und politischer Partizipation dar? Stimmst du dem zu? Nennen Sie Beispiele aus Ihrem Leben, Ihrer lokalen/nationalen Umgebung.
- Filmthema Justin Rosenstein sagt: „Du schaust auf die andere [politische] Seite und Du fängst an zu denken: „Wie können diese Leute nur so dumm sein? Sehen Sie sich all diese Informationen, an die ich ständig sehe. Wieso sehen sie nicht dieselben Informationen?“ Und die Antwort ist: Sie sehen nicht dieselben Informationen.“ Findest du es wichtig, dass alle die gleichen Fakten haben? Folgen Sie Menschen und Quellen Sie nicht zustimmen mit? Warum oder warum nicht?
- Die Filmsubjekte Aza Raskin und Renée DiResta haben geschrieben, dass es „einen Unterschied gibt zwischen Meinungsfreiheit und Reichweitenfreiheit.“ Was glauben Sie, was sie damit meinen
- Sollten alle – oder einige – Ideen durch Algorithmen verstärkt werden? Sollten für Einzelpersonen die gleichen Standards gelten wie für Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens oder Werbetreibende? Wer soll entscheiden?
- Was denkst du, wie Social Media dich und deine politische Beteiligung beeinflusst?
- Haben Sie vor, nach dem Ansehen des Films Ihre Datenschutzeinstellungen zu ändern? Sozialen Medien? Welche und warum oder warum nicht?
- Bei der Nutzung sozialer Medien werden Daten gesammelt, um Modelle zu erstellen und Vorhersagen zu treffen Aktionen, damit die Technologieunternehmen Engagement, Wachstum und Werbung steigern können. Welche Aktionen können die Technologieunternehmen Ihrer Meinung nach über Sie vorhersagen?
- Welche Schritte können Sie als Einzelpersonen unternehmen, um bewusstere Nutzer sozialer Medien zu werden?

**Benötigte Materialien:** Laptop, Lautsprecher, Projektor, WLAN.

**Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Fragen Sie die Teilnehmer, welche Filme sie zu den Themen Medienkompetenz und politische Partizipation empfehlen würden und ob sie diese Methode in ihren lokalen Workshops verwenden könnten.

## **Sitzungsnummer 9: Medien als soziale Institution**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Um die Funktionsweise und Positionierung von Medien kritisch zu verstehen, müssen wir uns mit dem sozialen Umfeld von Medien in der Gesellschaft befassen. Oft nehmen wir Medien einfach als selbstverständlich hin, aber da sie unsere Informationsquelle über die Politik und die Welt sind, müssen wir uns bewusst sein, wem die Medien gehören und wer die Medien beeinflussen könnte.

**Ziel der Sitzung:** Erforschung der Rolle der Medien als soziale Institution.

### **Ziele:**

- Kategorien von Medien verstehen;
- Verständnis des allgemeinen sozialen Umfelds von Medien und ihrer Funktionsweise;
- Verstehen, wer und wie Medien beeinflussen kann;
- Den Hintergrund von Medien zu erforschen, die in unseren Ländern populär sind.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Lesekompetenz;
- Staatsbürgerschaftskompetenz;
- Digitale Kompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Eingang;
- Individuelle Reflexion;
- Forschung in der nationalen Gruppe;
- Präsentationen und Diskussion.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Medien als soziale Institution – PPT

Media, vom lateinischen „media“ – in der Mitte stehend.

Die Medien sind technisch-technologische Vermittler, also Träger von Informationen und im technologischen Sinne unterteilen wir sie in:

- Druck (Tages-, Wochen-, Zeitschriftenzeitungen),
- elektronisch (Rundfunk und Fernsehen),
- online (Internetmedien: Webportale, soziale Netzwerke, kollaborative Medien wie Wikipedia usw.).

Aber die Medien sind kein neutrales Mittel zur Übermittlung der Informationen. Sie sind auch spezifische soziale Institutionen, die ihre eigenen Eigentümer, Funktionsweisen, Macht und Einfluss haben. Das Wesen der medialen Beeinflussung spiegelt sich darin wider, dass das Publikum, oft sogar über die Veranstaltungen, an denen es selbst teilgenommen hat, mehr Informationen aus den Medien erhält als aus eigener Erfahrung.

Der Hauptgrund, warum wir die Medien als soziale Institutionen betrachten, ist nicht, dass sie nur reine Informationsträger sind, weil sie nicht nur Informationen über einige Ereignisse, Akteure und Phänomene übermitteln, sondern auch die Ereignisse interpretieren, in denen ihr Einfluss liegt (das Publikum erwartet, dass Journalisten ihnen über die Medien nicht nur sagen, was passiert ist, sondern auch wie und warum es passiert ist).

Die Macht der Medien spiegelt sich in der Tatsache wider, dass sie bestimmte Ereignisse positiv oder negativ kontextualisieren können, woraufhin das Publikum positiv oder negativ auf diese Ereignisse reagiert, je nachdem, wie sie von den Medien „dargestellt“ wurden.

Die Tatsache, dass die Medien soziale Institutionen sind, weist auf ihre zwei Hauptmerkmale/Eigenschaften hin:

- Gerade weil sie Teil des Gesellschaftssystems sind, d.h. in einem bestimmten sozialen Umfeld agieren, haben die Medien eine besondere gesellschaftliche Verantwortung – den Austausch von Informationen, Einstellungen, Meinungen und Ideen zu ermöglichen und eine Plattform zu sein für den sozialen Dialog.
- Medien sind aufgrund ihrer Deutungs- und Kontextualisierungsmacht vielfältigen Einflüssen anderer gesellschaftlicher Elemente (Teilsysteme) ausgesetzt, wie staatliche Institutionen, politische Eliten, Wirtschaft, Zivilgesellschaft, einflussreiche Persönlichkeiten usw.

Ein Gleichgewicht zwischen der Verantwortung der Medien selbst und der Einflussnahme Dritter auf die Medien ist die Grundlage der Informations- und Kommunikationsaktivitäten in der modernen Gesellschaft. Und wir als Publikum und Einzelpersonen haben die Rolle und Verantwortung, dieses Gleichgewicht zu gewährleisten. Wir werden es in den nächsten Sitzungen besprechen.

Zentrale Medienfunktionen in jeder Gesellschaft sind:

- **informativ** (Bürger mit ausreichend verifizierten, qualitativ hochwertigen und ausgewogenen Informationen versorgen, damit sie sich darauf aufbauend in der Gesellschaft, in der sie leben, orientieren und verstehen können);
- **pädagogisch** (das Publikum über eine Vielzahl von Themen und Phänomenen sozialer Realitäten aufklären);
- **unterhaltsam** (Menschen ermöglichen, sich durch unterhaltsame Inhalte zu entspannen).

**Frage an die Teilnehmer:** Welche Medienfunktion nutzen Sie am häufigsten?

Um diese Funktionen zu erfüllen, insbesondere die informative, müssen die Medien glaubwürdig sein; Das heißt, die Bürger müssen sicher sein, dass ihre Interessen in und durch die Medien vertreten werden.

Die Glaubwürdigkeit der Medien wird durch alle Aspekte realisiert:

- professionelle Medienarbeit (Arbeit im öffentlichen Interesse, ohne Einflussnahme auf einzelne Akteure der Gesellschaft, ohne Druck und Kompromisse mit Eliten);
- Vertrauen der Öffentlichkeit in den Inhalt der Medienberichterstattung.

Dies ist immer ein wechselseitiger Prozess: Er bewirkt, dass sich die Medien an das Publikum anpassen (funktionale Kommunikation) und das Publikum an die Medien (Medienkompetenz).

### **Welche Einflüsse können die Glaubwürdigkeit von Medien beeinflussen?**

Funktionale Kommunikation impliziert, dass die Medien ihre Darstellungen, Erwartungen und Handlungen mit den Darstellungen, Erwartungen und Handlungen des Publikums/der Öffentlichkeit verfremden/harmonisieren. Dann sagen wir, dass die Medien im öffentlichen Interesse arbeiten.

Medien sind neben gesellschaftlichen Einrichtungen mit besonderer gesellschaftlicher Verantwortung auch konkrete Wirtschaftsorganisationen, also Unternehmen, deren Ziel es ist, Gewinn zu erzielen. Der Mediengewinn wird vom Publikum (durch den Verkauf von Zeitungsauflagen und Abonnements von Nutzern) oder von Unternehmen, die in den Medien werben, erwirtschaftet. Da die Werbewirtschaft, die wichtigste Einnahmequelle der Medien, deren Überleben bedingt, versuchen die Medien, so viel wie möglich gesehen/gelesen/gehört zu werden, um Werbetreibende davon zu überzeugen, dass ihre Werbebotschaft bei einem ankommt große Anzahl von Menschen. Deshalb sagen wir, dass das kommerzielle Ziel der Medien darin besteht, Werbetreibende und das Publikum zu verbinden, d.h. wir sagen, dass die Medien die Einschaltquoten und Leserzahlen sowie die Klicks auf Portale überwachen, um das Publikum an Werbetreibende zu „verkaufen“.

Die Tatsache, dass die Medien von den Werbetreibenden leben, erzeugt einen gewissen kommerziellen Druck auf die Medien, so dass sie oft nicht in der Lage sind, Themen, Herangehensweisen und Darstellungsweisen einer Geschichte unabhängig zu wählen, weil sie befürchten, eine bestimmte Anzeige/Werbung zu verlieren. Um so viele Zuschauer wie möglich und damit so viele Werbetreibende wie möglich anzuziehen, wenden sich die Medien oft auch so genannten geschmacksschwachen Inhalten zu, wie Seifenopern, Reality-Programmen usw. (Seifenriegel, zum Beispiel, wurden nach der Seife benannt, die zwischen den Folgen der Serie beworben wurde, weil solche Serien von Hausfrauen gesehen wurden, die die Hauptzielgruppe der Seifenhersteller sind).

Neben den politischen sind die kommerziellen Einflüsse die stärksten Einflüsse auf die Medien.

### **2) Übung: Finden Sie Hintergrundinformationen zu den Medien**

Die Teilnehmer wurden in Gruppen eingeteilt, und jede Gruppe erhielt den Namen eines Mediums. Die Aufgabe lautete: Die Teilnehmenden sollten Informationen zu diesem Medium finden, die ihnen helfen können, die Hintergründe der jeweiligen Medien besser zu verstehen.

Die Teilnehmer mussten diese Informationen finden:

- Um welche Art von Medien handelt es sich: privat oder öffentlich?
- Wem gehören die Medien?
- Wer ist der Chefredakteur?
- Wo ist der Hauptsitz der Medien?

- Was ist der dominierende Inhalt der Medien: informativ, unterhaltsam oder etwas anderes?
- Was sind die dominierenden Themen (auf der ersten Seite)?
- Wer ist die Zielgruppe der Medien?
- Wer sind die führenden Werbetreibenden?

**B&H:** N1, Klix-Portal, Avaz, Herzegovina.info, radiosarajevo.ba, Buka

**Kroatien:** 24sata, Jutarnji-Liste, Večernji-Liste, Narodni-Radio, Otvoreni-Radio, RTL, Nova TV

**Montenegro:** Vijesti, DAN, Pobjeda, RTVCG

**Deutschland:** Deutsche Welle, Bild, ARD, Der Spiegel, FAZ, SAT1

### 3) Präsentationen und Diskussion

Die Teilnehmer stellten die Ergebnisse der Forschung in ihren nationalen Gruppen vor.

Fragen zur Diskussion:

- War diese Übung leicht oder schwer für Sie?
- Kannten Sie diese Informationen über Medien vor der Übung?
- Haben Sie einige der Informationen überrascht?
- Welche Ähnlichkeiten gibt es zwischen den Ländern?
- Welche Unterschiede gibt es zwischen den Ländern?
- Wie beeinflussen diese Informationen Ihren Medienkonsum?

### **Benötigte Materialien:**

Laptop, Beamer, WLAN, Smartphones, Flipchart-Blätter, A4-Blätter in Farbe, Kugelschreiber und Marker.

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Recherchieren Sie im Voraus verschiedene Medien in jedem der teilnehmenden Länder und geben Sie den Teilnehmern eine Auswahl an Medien, aber konzentrieren Sie sich auf diejenigen, die am meisten gelesen/gesehen und denen vertraut wird.
- Geben Sie den Teilnehmern genug Zeit, um alle Medien zu recherchieren, da sie Antworten auf einige Fragen finden müssen.

## **Sitzungsnummer 10: Medien als Informationsquelle**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Nachdem wir über die Medien als soziale Institution gesprochen haben, müssen wir uns auch mit den Medien als Informationsquelle befassen und 7 Schritte der Medienkompetenz kennenlernen.

**Ziel der Sitzung:** Untersuchung der Rolle der Medien als Informationsquelle.

### **Ziele:**

- Prinzipien der Glaubwürdigkeit erforschen;
- Unterschiedliche Medienkontexte untersuchen;
- Erlernen von 7 Schritten zur Medienkompetenz und zur Bewertung von Informationen in Medien.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Digitale Kompetenz;
- Bürgerkompetenz;
- Persönliche und soziale Kompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Eingang;
- Arbeiten in kleinen Gruppen;
- Präsentationen;
- Gruppendiskussion.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Medien als Informationsquelle - Input

Die meisten Informationen über die Welt, in der wir leben, stammen aus den Medien. Entweder durch Medien, deren Inhalte von professionellen Journalisten erstellt werden (Presse, Hörfunk, Fernsehen, Webportale) oder durch Medien, deren Inhalte von anderen Nutzern erstellt werden (soziale Netzwerke), Medien stehen insbesondere in Krisensituationen im Mittelpunkt unseres Interesses.

Was jeder Nutzer beim Betrachten von Medieninhalten wissen muss, ist die Notwendigkeit einer kritischen Überprüfung der Inhalte. Dies bedeutet jedoch nicht, dass er/sie den Medien misstraut und sie für unsachlich hält, aber in jedem Fall bedeutet es, dass er/sie verpflichtet ist, die Informationen zu prüfen und über ihren Kontext nachzudenken.

Wie bereits gesagt, was das Publikum von den Medien erwarten sollte, ist Glaubwürdigkeit. Glaubwürdigkeit impliziert:

- Unparteilichkeit (dass die Medien/Journalisten die Informationen so erstellt haben, dass sie wirklich widerspiegeln, was passiert ist, indem sie eine Reihe verschiedener Quellen verwendet haben, die das Ereignis aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten, ohne einer Quelle oder Position in den Informationen den Vorzug zu geben);

- Wahrung menschlicher Interessen (dass die Medien/Journalisten Informationen so erstellt haben, dass sie für das Publikum von öffentlichem Interesse sind, aber auch diejenigen, die Gegenstand der Geschichte sind, nicht in ihrer Privatsphäre, vertraulichen Informationen usw., gefährdet werden);
- sich um das öffentliche Interesse kümmern (das bedeutet praktisch, dass die Medien ein Gespür dafür haben müssen, was dem Publikum wichtig ist, was sein Leben beeinflusst und was es ihm ermöglicht, die Umwelt, in der es lebt, zu verstehen);
- Achtung der Privatsphäre (Die Medien haben klar definierte Berichterstattungsstandards, und der Schutz der Privatsphäre ist einer der Grundstandards, insbesondere wenn es um Minderjährige geht).

Als Publikum der Medien haben wir das Recht, von den Medien zu verlangen, dass sie die Grundsätze der Glaubwürdigkeit respektieren.

## 2) Medienkompetenz: Eine Analyse der medienvermittelten Informationen

Übung: Erzählen Sie das Video - <https://www.youtube.com/watch?v=tk+B4AQ5oko&t=3s>

4 Gruppen von Teilnehmern müssen das Video entsprechend den Medien, die sie vertreten, kommentieren.

- Gruppe 1: Rechtsextremer Fernsehsender mit starker Einstellung zu Einwanderern
- Gruppe 2: Business-TV-Sender mit Fokus auf Wirtschaft, Finanzthemen, BIP, Euro, Inflation...
- Gruppe 3: Naturprogramm – Fernsehsender, der sich auf Natur, Tiere, Umweltverschmutzung, Klimawandel usw. konzentriert.
- Gruppe 4: Kleines TV-Netzwerk, das von und für nationale/religiöse Minderheiten in einem Land geführt wird

Die Teilnehmer präsentierten ihre Arbeit: Erzählung des Videos und andere erraten, welche Art von Kanal diesen Nachrichtenclip gemacht hat.

## 3) Input nach der Übung:

Medienkompetenz impliziert, wie bereits gesagt, die Fähigkeit, auf die Medien zuzugreifen, Medien und Medieninhalte zu verstehen und kritisch zu bewerten, und Kommunikation in verschiedenen Kontexten zu entwickeln.

Eine medienkompetente Person nimmt Medieninhalte nicht als selbstverständlich hin, sondern wertet sie kritisch unter Berücksichtigung mehrerer wichtiger Parameter aus:

- Für wen ist eine bestimmte Medienbotschaft bestimmt?
- Wer will damit das Publikum/Öffentlichkeit erreichen und warum?
- Aus welcher Perspektive wird eine Mediengeschichte erzählt?
- Wessen Ansichten wurden darin geäußert, und wessen wurden weggelassen?

## 4) 7 Schritte der Medienkompetenz von Herbert Meyer

Die Teilnehmer wurden in 7 Gruppen eingeteilt – jede Gruppe musste einen Schritt präsentieren.

Herbert Meyer listet sieben Schritte der Medienkompetenz auf, die jeder von uns als Mediennutzer anwenden kann (und sollte):

- Schritt 1. Wissen, wo Sie sind: „Bis Sie nicht wissen, wo Sie sind, wissen Sie auch nicht, welche Informationen Sie brauchen“; Damit ist natürlich keine geografische Verortung gemeint, sondern eine metaphorisch beschriebene Einschätzung unseres Informationsbedarfs in einem bestimmten Kontext.
- Schritt 2. Klar sehen: Klar sehen im Zusammenhang mit Informationen, impliziert unsere Selbstwahrnehmung, durch welches Prisma wir bestimmte Informationen betrachten, also welche Vorkenntnisse, Vorurteile und Einstellungen wir zu bestimmten Themen haben. Selbstreflexion ist daher in diesem Zusammenhang zentral).
- Schritt 3. Finden Sie heraus, welche Art von Entscheidung Sie treffen müssen: Die häufigsten Informationen, die wir sammeln, sind die Grundlage für Entscheidungen in unserem täglichen Leben. Daher ist es notwendig, sich vor dem Sammeln dieser Informationen darüber im Klaren zu sein, welche Art der Entscheidung wir treffen müssen, was bei der Suche nach Informationen (z. B. Antworten auf eine bestimmte Frage / ein bestimmtes Problem) erforderlich ist, um sicherzustellen, dass wir überhaupt echte Fragen stellen. Mit anderen Worten: Wenn wir wissen, was wir wollen, wissen wir auch, wie wir es finden, egal ob es sich um Personen, Dinge oder Informationen handelt.
- Schritt 4. Bestimmen Sie, was Sie wissen müssen: Die Menge an Informationen, die wir direkt sammeln, hängt von der Menge an Wissen ab, die erforderlich ist, um Informationen über eine Situation, ein Problem oder ein Phänomen zu erhalten, über das wir lernen. Daher ist es wichtig zu bestimmen, wie viel Wissen benötigt wird, um eine Informationsüberflutung zu vermeiden. Dieser Prozess der Bewusstwerdung dessen, was wir überhaupt wissen müssen, beinhaltet in erster Linie auch Selbstreflexion (genauso wie die vorangegangenen drei Schritte).
- Schritt 5. Informationen sammeln: Dies ist im Wesentlichen der Moment, in dem die Selbstreflexion in konkretes Handeln münden soll. Das erste und äußerst wichtige Segment dieser Aktivität ist die Bewertung glaubwürdiger Informationsquellen (bereits diskutiert), gefolgt von der Auswahl von Quellen, die unsere Glaubwürdigkeitsparameter erfüllen, und dem Sammeln und Auswählen von Informationen. Dies ist ein zeitaufwändiger Prozess, der nicht nur Zeit und Geduld erfordert, sondern auch die Beurteilung der Glaubwürdigkeit der Kompetenz und das Sammeln von Informationen.
- Schritt 6. Informationen in Wissen umwandeln: Das Ziel ist tatsächlich zu wissen, was bestimmte Informationen im Zusammenhang mit der Entscheidung, die wir treffen, oder den Problemen/Problemen, mit denen wir konfrontiert sind, bedeuten. Dies ist ein äußerst intellektueller Prozess und auch eine erlernte Fähigkeit, und dabei ist es außerordentlich wichtig, „um die Ecke zu denken“, also verschiedene Dimensionen und Aspekte des Problems zu betrachten, über das wir uns informieren, indem wir uns befreien von Vorurteilen, mit denen wir diesen Prozess begonnen haben und die wir uns im zweiten Schritt bewusst gemacht haben.
- Schritt 7. Fügen Sie die letzte „Zutat“ hinzu: Urteilen ist die letzte Zutat jeder informationsbasierten Entscheidungsfindung und Handlung. Es ist eine Kombination aus unserem Charakter, unserer Persönlichkeit, unserem Instinkt und unserem Wissen. In diesem Zusammenhang ist unsere Fähigkeit, die gesammelten Informationen zu kontextualisieren, äußerst wichtig, und dieser Schritt erklärt tatsächlich, warum zwei Menschen über dasselbe Phänomen und mit denselben Informationen unterschiedlich denken können. "Einfach, wir sind Menschen, keine Maschinen."

Präsentation der sieben Schritte durch die Teilnehmer.

##### 5) Informationsbewertungsparameter:

Wenn wir als Mediennutzer Informationen bewerten müssen, die wir von einigen Medien erhalten haben, wenden wir einige Bewertungsparameter an, die es uns ermöglichen, sicher zu sein, wie wir Informationen kritisch bewertet haben. Diese Parameter sind:

- Autorität der Quelle (wir sind sicher, dass die Informationen bestanden wurden, d.h. die Medien haben sie aus einer zuverlässigen Quelle erhalten);
- der abgedeckte Umfang (Breite und Tiefe, in der die Quelle das abdeckt, was Gegenstand der Information ist);
- Aufbau und Organisation (Informationen werden auf logische und konsistente Weise dargestellt und an den Regeln ausgerichtet);
- Objektivität (aus den Informationen geht hervor, dass es keine Voreingenommenheit bei der Interpretation gibt);
- Integrität (das Bekenntnis zu moralischen und ethischen Grundsätzen ist aus den Informationsgrundsätzen ersichtlich, sowie Vollständigkeit, sodass die Informationen alle Aspekte des beschriebenen Ereignisses oder Phänomens abdecken);
- Umfang (aus den Informationen geht hervor, dass es sich um substantielle, d.h. detaillierte Informationen handelt);
- Gültigkeit (Unwiderlegbarkeit, Gültigkeit), (aus den Informationen kann man den Wahrheitsgrad „lesen“, den die Informationen haben);
- Aktualität (Informationen sind aktuell, frisch und für uns noch gültig).

#### 6) Übung: Analyse von 4 Nachrichtenartikeln

Jede Gruppe (4 Gruppen) erhielt einen Nachrichtenartikel/Artikel von einem Medienunternehmen (von einer Zeitung oder von einer Website) und musste ihn anhand der folgenden Parameter analysieren:

- Wer ist die Informationsquelle?
- Wer sind Subjekte und wer Objekte?
- Wie viele Quellen wurden verwendet?
- Sind die Informationen unvoreingenommen und objektiv?
- Wem nützen die Informationen?
- Wem schadet es?
- Was fehlt ihm? Oder was könnte besser geschrieben werden, im Interesse der Öffentlichkeit?

Die Gruppen präsentieren die Artikel und Ergebnisse ihrer Arbeit.

Fragen zur Diskussion:

- War diese Übung schwierig für Sie?
- Waren alle gesuchten Informationen in den Artikeln leicht zu finden? Wenn nicht, was haben Sie getan, wie haben Sie Informationen gefunden?
- Hat sich Ihre Meinung über die Glaubwürdigkeit der Informationen aus dem Artikel nach der Recherche geändert? Wie und warum?
- War diese Übung hilfreich für Sie?

**Benötigte Materialien:** Laptop, Beamer, WLAN, PPT, Smartphones, Flipchart und A4-Blätter, Stifte und Marker, Handzettel für jeden der 7 Schritte zur Medienkompetenz, Handzettel von 4 Artikeln.

#### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Verwenden Sie Artikel für Analysen, die für Ihre Gruppe interessant sind, Themen, die ihnen nahestehen, aber etwas, das vielleicht nicht so bekannt ist.

## **Sitzungsnummer 11: Wie man die bereitgestellten Medien und Informationen nutzt**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** In dieser Session haben wir uns mehr auf Online-Medien und ihre spezifischen Eigenschaften konzentriert.

**Ziel der Sitzung:** Zu lernen, wie man kritisch untersucht, wie Medien konstruiert werden und wie diese Elemente dazu beitragen, wie Medien verstanden und damit umgegangen wird.

### **Ziele:**

- die Eigenschaften von Online-Medien zu diskutieren und zu analysieren;
- Erkunden, wie man Online-Inhalte und -Informationen analysiert.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Digitale Kompetenz;
- Staatsbürgerschaftskompetenz;
- Unternehmerische Kompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Mentimeter (Brainstorming);
- Arbeit (Diskussion) in Gruppen;
- Plenumsdiskussion;
- Eingang;
- Fragebögen.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Kennenlernen über Google

Die Teilnehmer stellten sich vor, indem sie ihre Namen googelten und dann die Geschichte über sich selbst erzählten, basierend auf den ersten 10 Ergebnissen.

#### 2) Online-Medien sind ... Menmeter

Die Teilnehmer tragen zum Brainstorming-Board von Mentimeter bei, um zu definieren, was Online-Medien sind.

#### 3) Merkmale von Online-Medien... insbesondere im Vergleich zu traditionellen Medien

Durch die Verwendung des Schneeballeffekts führt der Trainer die Teilnehmer dazu, Paare zu bilden. Paare bilden dann kleinere Gruppen, kleinere Gruppen bilden sich zu immer größeren Gruppen, bis sie als ganze Gruppe von Teilnehmern eine gemeinsame Liste von Merkmalen von Online-Medien finden. Jedes Mal, wenn Gruppen größer werden, müssen sich die Teilnehmer mit den neuen Personen in der Gruppe über die Priorisierung der Merkmale einigen – von zuerst als am wichtigsten bis zuletzt als am wenigsten wichtig.

Die Teilnehmer werden dann aufgefordert, die gesamte Liste in das Google-Dokument einzugeben. Trainer liest am Ende die ganze Liste vor:

Merkmale von Online-Medien - endgültige Liste (priorisiert)

1. Zugänglich
2. Informativ
3. Verbinden/ interaktiv
4. Unterhaltsam
5. Rentabel
6. Werbeatikel
7. Einflussreich

Fragen zur Diskussion:

- Was waren die Eigenschaften, denen Sie schwer zustimmen konnten?
- Wie sah der Prozess aus?
- Welche Eigenschaften waren Ihnen persönlich vorher nicht bewusst?

#### 4) Merkmale von Online-Medien – Input des Trainers zur Präsentation

Die grundlegenden Merkmale von Online-Medien sind:

- Schwächung der Dominanz institutioneller Informationsquellen – User-Generated-Content, also von den Nutzern selbst erstellte Inhalte;
- die Möglichkeit, Inhalte in verschiedenen symbolischen Formaten zu sammeln und zu produzieren – Multimedia;
- Interaktivität und Partizipation – Bürgerjournalismus, in dem jeder, der über die technischen Fähigkeiten und das Interesse an der Veröffentlichung von Informationen verfügt, dies tun kann;
- das Potenzial von unbegrenztem Raum und Zeit – anders als bei Printmedien, die durch die Anzahl der Seiten begrenzt sind, oder Radio und Fernsehen, die durch Minuten des Programms begrenzt sind, gelten räumliche und zeitliche Beschränkungen im Online-Raum nicht, sodass alle Informationen zu finden sind ein Ort im Internet;
- die Möglichkeit für jedermann, Geschichten und Informationen sofort zu veröffentlichen – jeder Benutzer kann live über alles berichten, was er miterlebt;
- multidirektionale Kommunikation – es geht nicht nur um die Kommunikation von der Quelle zum Publikum, sondern jeder kann jederzeit Quelle/Sender von Informationen und Empfänger von Informationen sein;
- die Möglichkeit, individuelle Ansichten und Diskussionen zu äußern – Soziale Netzwerke ermöglichen allen Benutzern, zu kommunizieren und ihre Ansichten und Meinungen zu äußern.

Online-Medien sind ein Ort, an dem wir als Nutzer die Möglichkeit haben, Informationen zu sammeln, aber auch zu veröffentlichen. Daher zwei Kernkompetenzen im Online-Raum:

- Kompetenz zur Beurteilung der Qualität von Quellen und Informationen im Internet,
- Präsentationskompetenz im Online-Raum.

#### 5) Praktische Übung – Erstellen Sie Nachrichten in Online-Medienräumen

Die Teilnehmer werden in 4 Gruppen eingeteilt. Jede Gruppe muss Quellen finden und Geschichten zu verschiedenen Themen und verschiedenen Formaten entwickeln (wie unten dargestellt). Für diese Arbeit stehen den Gruppen 60 Minuten zuzüglich 30 Minuten Kaffeepause zur Verfügung. Jede Gruppe erhält Anweisungen, um die Geschichte in einem bestimmten Format auf höchst professionelle und ansprechende Weise für die jugendliche Zielgruppe vorzubereiten.

- Abstimmung ab 16 Jahren – Format einer YouTube-Videogeschichte oder eines Vlogs mit einer Dauer von mindestens 5 Minuten
- Legalisierung von Marihuana – Format von TikTok mit einer Dauer von 3 Minuten
- Legalisierung der Prostitution – Format eines Nachrichtenportalartikels mit entsprechenden Bildern
- Freiwilligenarbeit von Jugendlichen – Format einer Instagram-Story (Videos) mit einer Dauer von 3 Minuten

Anzeigen der erstellten Online-Medieninhalte

Erstellte Materialien wurden auf dem Projektor präsentiert, mit etwas zusätzlicher Zeit, um Fragen zu stellen und über jede einzelne Geschichte nachzudenken.

#### 6) Analysieren unserer Geschichten

Die Gruppen erhalten Fragebögen und werden gebeten, ehrlich auf jede Frage innerhalb ihrer Gruppe zu antworten und darauf basierend Punkte zu berechnen. Am Ende teilt jede Gruppe mit, wie viele Punkte sie hat, was widerspiegelt, wie zuverlässig ihre Quellen sind und wie gut ihre Geschichte ist.

Reflexionsfragen:

- Sind bei der Erstellung von Online-Inhalten nur gute Absichten wichtig? Wer kann Inhalte online erstellen?
- Worauf sollten wir besonders achten, wenn es um Informationen geht, die von Online-Medien bereitgestellt werden?
- Was sind positive Seiten davon, Online-Medien in unserem Leben zu haben? Und negative?
- Worauf sollten wir achten, wenn wir Inhalte aus Online-Medien konsumieren?
- Was können wir als Lehren aus diesem Workshop ziehen?

Auswertung von Informationen online

*Für jede Frage, die Sie vollständig beantworten können, fügen Sie 1 Punkt hinzu. Wenn Ihnen Teile der Antworten fehlen, markieren Sie 0 Punkte. Wenn Sie eine bestimmte Frage nicht beantworten können, markieren Sie 0 Punkte.*

Minimum: 0 Punkte

Maximum: 14 Punkte

Wenn wir die uns online zur Verfügung stehenden Informationen auswerten, müssen Sie sich einige Schlüsselfragen stellen:

- Wer ist der Autor des Inhalts auf der Seite? Ist der Autor als Experte auf dem Gebiet anerkannt? Ist der Autor eine Person oder eine Organisation? Inhalte, für die nicht bekannt ist, wer verantwortlich ist – sind nicht zuverlässig.
- Wem gehört die Website? Wer gibt die Inhalte heraus, ist es ein persönlicher Blog oder ist es ein Nachrichtenportal, oder ist es eine Organisation, Institution etc. (Um diese Elemente zu bewerten, können Sie nachsehen unter: About, Autor-Details, Contact, Publisher, Copyright Erklärung usw.).
- Ist der Inhalt original oder eine überarbeitete Version der Originalquelle?
- Ist der Inhalt objektiv? Werden alle Standpunkte angezeigt? Enthält es Seitenlinks zu anderen Quellen?
- Wie werden Informationen bewiesen?
- Sind die Informationen genau und zuverlässig? Basieren sie auf Forschung oder auf persönlicher Einstellung?
- Ist der Inhalt relevant für das, was Sie interessiert und was Sie brauchen?
- Wird die Seite regelmäßig aktualisiert?
- Funktionieren die Links? Gibt es Links, die nirgendwohin führen?
- Können Sie Informationen darüber finden, wann die Seite veröffentlicht und wann zuletzt aktualisiert wurde?
- Sind die Informationen eindeutig veraltet?
- Spiegelt die Website politische, ideologische, wirtschaftliche oder persönliche Vorurteile wider? Versucht es, Ihnen etwas zu verkaufen? Gibt es einen bestimmten Zweck, für den es voreingenommen sein könnte?
- Für wen ist der Inhalt bestimmt?
- Hat die Seite eine Verbindung zu sozialen Netzwerken (z. B. Facebook) und was sind die Facebook-Kommentare zu dieser Quelle?
- Nachdem wir die Quelle bewertet und festgestellt haben, dass sie für uns zuverlässig und relevant ist, sind die Elemente der Inhaltsbewertung dieselben wie für Inhalte/Informationen aus klassischen/traditionellen Medien.

**Benötigte Materialien:** Laptop, Projektor, WLAN, A4-Papier, Stifte und Marker, Smartphones und Laptops sowie Fragebögen.

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Für die Erstellung von Nachrichten in Online-Medienräumen können Sie die Teilnehmer ihre eigenen Themen auswählen lassen. In diesem Schulungskurs haben wir uns Themen im Voraus ausgedacht, daher sind sie kontrovers. Wenn Sie das tun, geben Sie den Teilnehmern genügend Zeit, da sie über bestimmte Themen diskutieren und wahrscheinlich anderer Meinung sein werden und Zeit brauchen, um darüber zu recherchieren und eine Nachricht zu schreiben.

## **Sitzungsnummer 12: Medien und Politik – ein Ort der Medien in der Politik**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Nachdem wir besser verstanden haben, was Medien sind und wie wir sie einteilen, gehen wir tiefer auf die Eigenschaften von Medien ein, insbesondere im Zusammenhang mit der Interpretation politischer Ereignisse.

**Ziel der Sitzung:** Den Einfluss und die Interaktion von Medien und Politik erforschen und verstehen.

### **Ziele:**

- Die Diskussion darüber zu beginnen, wie Medien unsere persönlichen politischen Ansichten beeinflussen;
- Die Rolle der Medien in der Politik verstehen;
- zu untersuchen, wie soziale Medien zur politischen Polarisierung beitragen;
- Das Verhältnis von Politik und Medien im eigenen Land zu erforschen und kritisch zu hinterfragen.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Staatsbürgerschaftskompetenz;
- Digitale Kompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Erklärungen zur Diskussion im Plenum;
- Video;
- Schatzsuche;
- Arbeiten in kleinen Gruppen;
- Präsentationen;
- Eingang.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Einführungsfakten:

- Die Zahl der Länder mit politischen Desinformationskampagnen in den sozialen Medien hat sich in den letzten zwei Jahren verdoppelt. (New York Times, 2019)
- 64 % der Personen, die sich auf Facebook extremistischen Gruppen angeschlossen haben, taten dies, weil die Algorithmen sie dorthin gelenkt haben. (Interner Facebook-Bericht, 2018)

#### 2) Video: Wie Social Media uns trennt (9:20 min)

<https://www.youtube.com/watch?v=sPcFmfa0qFU>

Fragen zur Diskussion:

- Was denkst du über das Video?
- Welcher im Video geäußerten These stimmen Sie zu und welcher nicht?
- Können Sie Beispiele aus Ihrer Erfahrung oder Ihrer Gemeinschaft erkennen?

### 3) Schatzsuche: 3 zentrale Medienaktivitäten

Kommunikation in der Moderne findet (größtenteils) über die Medien statt. Die Rolle der Medien in der Politik spiegelt sich in drei zentralen Medienaktivitäten wider:

- Interpretation politischer Ereignisse,
- Agenda-Setting,
- Selektivität im Ansatz.

Die **Interpretation politischer Ereignisse** ist eine zentrale Medienfunktion in einer demokratischen Gesellschaft, da die Medien eine spezifische Rolle in der Gesellschaft haben, um die Bürger mit Informationen über das Geschehen in der Gemeinschaft (in diesem Fall in der politischen Gemeinschaft) zu versorgen. Aber Medien informieren die Bürger nicht nur, Medien interpretieren auch Ereignisse. Deshalb sagen wir, dass es die Medien sind, die unser Verständnis der politischen Ereignisse einschränken, und machen uns als Mitglieder einer bestimmten Gemeinschaft eine Meinung über politische Ereignisse, Trends und Akteure, basierend auf medialer Interpretation.

**Agenda Setting** bedeutet, Themen und Akteure öffentlich zur Diskussion zu stellen, die im Fokus des medialen Interesses stehen. Das Agenda-Setting steht in direktem Zusammenhang mit der Selektivität beim Mediengriff, da die Medien nicht über alle Ereignisse berichten, die jeden Tag passieren, sondern diejenigen Ereignisse auswählen, die sie für berichtenswert halten. Diese Auswahl rückt bestimmte Fragen, Ereignisse oder Themen in den Fokus des interessierten Publikums / Publikums, dass das, was in den Medien präsentiert wird, tatsächlich für wahr und grundlegend wichtig hält (es gibt ein bekanntes Sprichwort, was nicht im Fernsehen lief, ist nie passiert). Die Medien trennen also einen Teil der Realität vom Publikum, das sie vermitteln, d. h. übertragen auf ihre eigene Realität. Was für die Medien berichtenswert ist, wird wertvoll für die Aufmerksamkeit des Publikums. Deshalb sagen wir oft, dass die Medien uns vielleicht nicht sagen, was wir denken sollen, aber mit ihrer Selektivität und der öffentlichen Debatte sagen uns die Medien, was wir denken sollen.

Worauf beruht die **Selektivität der Medien**, also wie wählen die Medien aus, was berichtenswert ist? Es ist kein zufälliger Prozess, noch ist es ein spontaner Prozess und ohne äußere Einflüsse. Die Medien sollten Themen und Veranstaltungen nach dem Kriterium des öffentlichen Interesses auswählen. Das bedeutet nicht, dass sie auswählen, was für die Öffentlichkeit interessant ist, sondern was die Öffentlichkeit wissen sollte, um kompetent am politischen Leben teilnehmen zu können. Aber Selektivität basiert auf anderen internen und externen Kriterien, wie z.B. unterschiedliche politische Interessen von Medieninhabern, Medienredaktionspolitik, die Verbindung zwischen Werbetreibenden und Politik usw.

#### 4) Input: Medien und Politik: die Beziehung zwischen zwei sozialen Akteuren

Wer beeinflusst die Parameter der Medienauswahl:

- diejenigen mit wirtschaftlicher Macht (große Werbetreibende, Unternehmen, Agenturen, deren Vorstände häufig Politiker umfassen, sowie deren Eigentümer, die möglicherweise politische Ambitionen haben oder ein Interesse daran haben, mit Politikern zusammenzuarbeiten, um einige in Entscheidungsgremien „durchzusetzen“. in einem Land Entscheidungen, die in ihrem Interesse sind);
- diejenigen, die politische Macht besitzen (Mitglieder staatlicher Organe und Organe, politische Parteien und Politiker einzeln);
- diejenigen, die Kanäle für die Übermittlung von Informationen besitzen (Medieneigentümer, die möglicherweise politische Ambitionen haben oder einige politische Optionen unterstützen).

Das bedeutet praktisch, dass die Medien nicht nur Vermittler im politischen Leben irgendeiner Gemeinschaft sind, sondern ihre gleichberechtigten Teilnehmer. Eine faire, ausgewogene und unvoreingenommene Berichterstattung sollte ihre zentrale Aufgabe sein, und politische Unabhängigkeit ist Voraussetzung für ihr verantwortungsvolles Handeln in der Gesellschaft. Gerade deshalb sagen wir, dass der Grad der Demokratie einer Gesellschaft an der Freiheit und Qualität ihrer Medien gemessen wird.

Fragen zur Diskussion in den Ländergruppen:

- Sind die Medien in Ihrem Land unabhängig?
- Sind die Medien in Ihrem Land objektiv?
- Welche politischen Einflüsse erkennen Sie in den Medien Ihres Landes?
- Wie beeinflusst die Politik die Medien und wie beeinflussen die Medien die Politik in Ihrem Land?
- Wie wirkt es auf die Bürger/Öffentlichkeit?
- Sind politische Einflüsse nur im Wahlkampf oder über die Wahl hinaus sichtbar?
- Stellen die Medien qualitativ hochwertige Informationen bereit, die die Bürger nutzen und ihre Entscheidungen auf Wahlen stützen können?
- Wissen die Bürger genug über das Verhältnis von Politik und Medien in Ihrem Land?
- Wenn sie es wissen, warum tun sie nichts, um die Situation zu ändern?
- Wenn sie es nicht wissen, was sollte getan werden, um ihnen die Interdependenz und gegenseitige Beeinflussung von Medien und Politik bewusster zu machen?

Die Teilnehmer präsentieren die Ergebnisse der Forschung und Diskussionen in nationalen Gruppen.

Fragen zur Nachbesprechung:

- Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede haben Sie festgestellt?
- Glauben Sie, dass die allgemeine Öffentlichkeit, insbesondere die Jugend, genug Informationen zu diesem Thema hat?
- Was würden Sie tun, um das Bewusstsein dafür zu schärfen?

**Benötigte Materialien:** Schriftliche Intro-Statements auf dem Flipchart, Laptop, Beamer, Wi-Fi, Papiere in 3 verschiedenen Farben mit Text vorbereiten und für die Schatzsuche im Raum verteilen, ppt.

**Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Finden Sie für einführende Aussagen etwas, das die Diskussion in Gang setzt und die Teilnehmer dazu bringt, kritisch über den Einfluss der Medien auf sie und die Beziehung zwischen Politik und Medien nachzudenken.
- Es gibt verschiedene Videos zu diesem Thema, sodass Sie dasjenige auswählen können, das zu Ihren Teilnehmern, Thema, Zeit und den gewünschten Ergebnissen passt.
- In dieser Version nutzten wir eine Schatzsuche, um die Teilnehmer für Beiträge zu interessieren, die sie finden, verstehen und dann anderen präsentieren mussten.

## **Sitzungsnummer 13: Medien und Politik – ein Ort der Medien in der Politik (praktische Arbeit)**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Alle unsere Sessions hatten eine Mischung aus Input, Diskussion und Recherche unserer Teilnehmer. Bisher haben sie die Medienlandschaft in ihren Ländern recherchiert, Nachrichten anhand von 7 Schritten der Medienkompetenz analysiert und das Verhältnis von Medien und Politik in ihren Ländern diskutiert. Diese Sitzung konzentriert sich auf gefälschte Nachrichten, die stark zur Realität der politischen Polarisierung beitragen.

**Ziel der Sitzung:** Den Einfluss und die Interaktion von Medien und Politik erforschen und verstehen.

### **Ziele:**

- Um Ihre Fähigkeiten bei der Faktenprüfung von Informationen zu üben;
- Zur Recherche und zum Kennenlernen verschiedener Tools zur Überprüfung von Fakten.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Staatsbürgerschaftskompetenz;
- Persönliche und soziale Kompetenz;
- Digitale Kompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Video;
- Kleingruppenarbeit;
- Präsentationen;
- Diskussion im Plenum.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Intro-Video: Strategien gegen Fake News und die Wahrheit finden

Ajla Obradović, TEDxYouth@ISPrague (9:47 min)

<https://www.youtube.com/watch?v=y9u9kLgkC1I>

## 2) Gefälschte Nachrichten

Die Teilnehmer wurden in 5 Gruppen eingeteilt und jede Gruppe erhielt einen Post und analysierte ihn:

- ist der Beitrag wahr oder handelt es sich um Fake News,
- wer sie wo veröffentlicht hat;
- wer war das Publikum;
- Welche Wirkung hatte dieser Beitrag/diese Nachricht?

Beitrag zur Analyse und Diskussion:

- Laut einer ARD-Umfrage würden 11 Millionen Deutsche im Kriegsfall für Putin und Russland gegen die Nato kämpfen.  
Gepostet von: Facebook-Post
- Hillary und Bill Clinton nutzten das Pizzarestaurant Comet Ping Pong in Washington, D.C., als Tarnung für einen pädophilen Sexring.  
Gepostet von: 4Chan
- Der spanische Premierminister Pedro Sánchez sagte bei seinem Besuch in Albanien: Kosovo ist Serbien.  
Gepostet von: Facebook-Post
- Yoko Ono: „ICH HATTE IN DEN 70ER JAHREN EINE AFFÄRE MIT HILLARY CLINTON“  
Gepostet von: Reddit
- Karl Lauterbach, Bundesgesundheitsminister, zeigte den Hitlergruß.  
Gepostet von: Facebook-Post

Diskussion nach Präsentationen:

- Haben Sie schon einmal von dieser Neuigkeit gehört?
- Was war die Verbindung zwischen diesen gefälschten Nachrichten und Politik/Wahlen?
- Nennen Sie Beispiele für Fake News im Zusammenhang mit Politik und Wahlen in Ihren Ländern.
- Wie haben Sie die Nachrichten recherchiert und herausgefunden, dass sie gefälscht sind?

## 3) Tools zur Überprüfung von Fakten

Die Teilnehmer wurden in Gruppen eingeteilt und analysierten Tools zur Überprüfung von Fakten und präsentierten sie dann anderen: Was sind sie, wie können wir sie verwenden ...

- Snopes.com
- InVID
- Umgekehrte Bildsuche (TinEye)
- Schwindel
- Wolfram|Alpha
- twXplorer
- Faktencheck.org
- Wer zielt auf mich ab
- YouTube-Datenbetrachter – Citizen Evidence Lab

- Botometer
- Das Tatsächliche
- Twitter-Trails

Präsentation aller Tools und Demonstration der Funktionsweise.

Diskussion:

- Welche Tools waren Ihnen bekannt und/oder haben Sie bereits verwendet?
- Welches Tool erscheint Ihnen am nützlichsten und wird es sicher in Zukunft verwendet und warum?
- Warum ist es wichtig, Fakten zu überprüfen und Tools zur Überprüfung von Fakten zu verwenden und sich nicht nur auf unseren gesunden Menschenverstand zu verlassen?

**Benötigte Materialien:** Laptop, Beamer, Wi-Fi, Vorbereitung von 4 Fake-News, die nicht sehr bekannt sind, Vorbereitung einer Liste von Tools zur Überprüfung von Fakten, Smartphones.

**Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Das als Einführung in diese Sitzung verwendete Video bietet eine gute Einführung, wie sie ein Faktenprüfer gibt, und ich empfehle, es (oder ein ähnliches Video) als Motivation und Erinnerung daran zu verwenden, warum Faktenprüfung wichtig ist. Es mag den Anschein haben, dass wir ähnliche Eingaben immer wieder wiederholen, aber eigentlich tun wir das nicht, sondern betrachten sie nur aus verschiedenen Blickwinkeln. Und diese Punkte müssen mehrmals betont werden, damit sie bei den Teilnehmern bleiben.
- Stellen Sie sicher, dass alle Tools zur Überprüfung von Fakten „auf dem neuesten Stand“ sind, da einige abgelaufen sind und es einige neue geben könnte.
- Geben Sie den Teilnehmern die Möglichkeit, Tools, mit denen sie vertraut sind und die sie verwenden, zur Liste hinzuzufügen.

## **Sitzungsnummer 14: Medien als Ort für die Präsentation unserer Ideen und unseres Aktivismus im politischen und demokratischen Bereich**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Ein wichtiger Teil unserer Jugendprojekte und -aktivitäten ist die Sichtbarkeit unserer Arbeit für andere junge Menschen und die lokale Gemeinschaft, damit andere junge Menschen an unseren Aktivitäten teilnehmen oder motiviert werden können, ihre eigenen Projekte/Aktivitäten zu starten. Dazu müssen wir verstehen, wie wir in den Medien sichtbar werden.

**Ziel der Sitzung:** Erkunden und Brainstorming, wie wir als Jugendbetreuer und NGOs unsere Ideen und Werte über die Medien präsentieren können.

### **Ziele:**

- Medienverpflichtungen gegenüber Jugendlichen verstehen;
- Verstehen, wie die Medien junge Menschen darstellen;
- Lernen, sich in den Medien zu präsentieren.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Lesekompetenz;
- Digitale Kompetenz;
- Bürgerkompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Eingang;
- Diskussion im Plenum.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Input: Die Jugend und die Medien

Wenn wir über die Art und Weise sprechen, wie die Medien junge Menschen und Themen/Themen, die sie interessieren, darstellen, ist es wichtig, mehrere gesetzliche Bestimmungen zu kennen, die die Verpflichtungen der Medien gegenüber der jungen Bevölkerung definieren:

- die Medien sind verpflichtet, Sendungen für junge Menschen zu produzieren: Kinderbildungssendungen und Kultursendungen;
- junge Menschen müssen in die Erstellung des Programms einbezogen werden: z.B. Jugendprogramm;
- Jugendliche haben das Recht auf eigene Medien: die sogenannten „gemeinnützigen“ Medien: Studentenradio, z.B.

Wenn Sie Jugendthemen in den Mittelpunkt des Interesses und auf die Tagesordnung der Medien stellen wollen, müssen Sie Folgendes tun:

- seien Sie proaktiv – wenden Sie sich kontinuierlich an die Medien und die Öffentlichkeit; "Gehen Sie auf sie zu", warten Sie nicht darauf, dass sie sich für Sie interessieren und für das, was Sie tun - um zu informieren;
- auf die Bedeutung von Jugendthemen als Thema für die Gesellschaft/Gemeinschaft hinweisen – Journalisten, aber auch der Öffentlichkeit erklären, welche Themen sie für junge Menschen interessieren und warum dies für die gesamte Gemeinschaft wichtig ist erziehen;
- die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit und der Medien auf die durchgeführten Aktivitäten lenken, aber auch auf Akteure, die ihnen Informationen darüber geben können – sie orientieren.

## 2) Diskussion: Wie präsentieren/porträtieren die Medien junge Menschen?

Fragen zur Diskussion:

- Wie stellen die Medien Jugendliche dar?
- Geht es in den Medien „um“ die Jugend oder „für“ die Jugend?
- Berichten die Medien Ihrer Meinung nach eher positiv oder negativ über Jugendliche?
- Haben Sie schon einmal von dem Begriff „gelegentliche“ Berichterstattung gehört? Zu welchen Anlässen berichten Medien über Jugendliche?
- Was würden Sie an der Herangehensweise der Medien an die Jugend ändern?

## 3) Wie Sie sich in den Medien gut präsentieren

Es gibt drei Schlüsselthemen in der Medienarbeit:

- Wie komme ich in die Medien?
- Wie vermittelt man die Botschaft, damit sie die gewünschte Wirkung erzielt?
- Wie baut man einen langfristigen öffentlichen Ruf und Vertrauen zu den Medien auf?
- Wie komme ich in die Medien?

Es gibt zwei Wege, die Medien zu erreichen: den kommerziellen Weg (durch Marketing) und den nicht-kommerziellen Weg (durch PR oder Public Relations). Das Ziel der meisten unserer Kommunikationsaktivitäten ist es, die Medien auf nicht-kommerziellem Weg zu erreichen, nicht nur, weil es keine finanziellen Ressourcen erfordert, sondern auch, weil Menschen im Allgemeinen nicht-kommerziellen Medieninhalten mehr als vertrauen Marketingbotschaften.

Um in den Medien präsent zu sein, ist es notwendig, Beziehungen zu den Medien aufzubauen, was eine langfristige, planende und strategische Aktivität ist, die darauf abzielt, eine kooperative Beziehung zu den Medien und Journalisten aufzubauen und aufrechtzuerhalten, damit sie "at Hand", wenn wir einige Informationen haben, die wir mit der Öffentlichkeit teilen können. Auch wenn wir dies heute direkt, ohne Zwischenhändler, über soziale Netzwerke und Online-Plattformen tun können, brauchen wir immer noch „klassische“ Medien (Presse, Radio und Fernsehen), um einen möglichst breiten Publikumskreis zu erreichen.

Für eine erfolgreiche Medienansprache ist Folgendes wichtig:

- eine Liste mit Medienkontakten haben;

- Medien zu Veranstaltungen einladen, Ankündigungen, Fotos, Links zu Seiten... versenden - Portale und Agenturen sind besonders wichtig, weil sie von anderen Medien übermittelt werden.

Sie sollten nicht zögern und Platz suchen – z.B. Morgen- oder Nachmittagssendungen in Radio und Fernsehen haben immer Platz für Geschichten von einfachen Menschen und einige Projektaktivitäten oder positive Geschichten von jungen Menschen.

- Wie vermittelt man die Botschaft, damit sie die gewünschte Wirkung erzielt? Wie erreiche ich den entsprechenden Effekt?

Wie bereits erwähnt, sind die zentralen Funktionen/Aufgaben der Medien informativ, bildend und unterhaltend. Deshalb müssen auch diejenigen, die über die Medien eine angemessene Wirkung erzielen wollen, das Publikum informieren und aufklären, ihm also helfen, sich in der Gesellschaft, in der es lebt, zu orientieren.

Wichtige Tipps für einen erfolgreichen Medienauftritt:

- Seien Sie kurz, aber informativ! - INFORMIEREN! - Versuchen Sie, alles, was Sie sagen wollen, in kurzer Form zu sagen, aber auch so, dass das Publikum sofort versteht warum das, worüber Sie sprechen oder was Sie tun, nicht nur für Sie, sondern für die Gesellschaft als Ganzes wichtig ist.
- Nicht andeuten! Erklären! – BILDEN! - Denken Sie immer daran, dass es wichtig ist, das zu erklären, was Sie gesagt haben, damit das Publikum Ihre Botschaften besser verstehen und akzeptieren kann.
- Verwenden Sie persönliche Geschichten, aber erklären Sie auch den größeren Zusammenhang – ORIENTIEREN SIE! - Das Publikum identifiziert sich am leichtesten mit einigen persönlichen Geschichten, also geben Sie Beispiele, helfen Sie, dass, worüber Sie sprechen, für diejenigen, die lesen / sehen / hören, unvergesslich zu machen.
- Denken Sie immer daran, wer Ihre Zielgruppe ist, denn Sie sprechen nicht mit einem Journalisten, sondern über einen Journalisten mit Ihrem Publikum (wenn Sie über Jugendthemen und -probleme sprechen, sind Ihre Zielgruppe nicht nur junge Menschen, sondern auch diejenigen, die es sind Entscheidungen darüber treffen, sondern auch die allgemeine Öffentlichkeit – alle, die an Jugendthemen interessiert sein könnten).
- Denken Sie über die Konsequenzen nach. - Fragen Sie sich immer: Welche Wirkung wird diese Botschaft erzielen? Welche Botschaft sende ich als Organisation / Einzelperson? Könnte dies anders interpretiert werden, als wir möchten?
- Überwachen Sie Veröffentlichungen über Sie – machen Sie Presseauschnitte, vergleichen Sie, wie viel von dem, was Sie in den Medien haben wollten, sich (nicht) von dem unterscheidet, was schließlich veröffentlicht wurde.
- Beobachten Sie die Reaktionen – z. B. Kommentare in sozialen Netzwerken oder Portalen, dies ist eine Möglichkeit, die Meinung der Öffentlichkeit über Sie zu hören.

o Wie baut man einen langfristigen öffentlichen Ruf und Vertrauen zu den Medien auf?

Wie bereits erwähnt, sind die Beziehungen zu den Medien eine langfristige, geplante, strategische Aktivität. Sie suchen nicht nach großen finanziellen Ressourcen (nicht unbedingt), aber sie suchen nach dem Aufbau eines positiven Klimas und einer vertrauensvollen Beziehung zwischen Ihnen und den Medien. Es ist immer eine Zwei-Wege-Beziehung: Manchmal braucht man die Medien, manchmal brauchen sie dich. Denken Sie daran: Journalisten sind Ihr soziales Kapital!

Gute Beziehungen zu den Medien implizieren in der Tat gute Beziehungen zu Journalisten. Um sie zu erreichen, müssen Sie:

- Erreichbar – Anfragen beantworten, Zeit für die Medien finden, auch wenn es Ihnen gerade nicht direkt zugutekommt;
- Professionell – Verstehen Sie die Fristen, die Journalisten haben, um ihnen beispielsweise bei der Suche nach Informationen zu helfen, an denen sie interessiert sind;
- Seien Sie ehrlich – wenn Sie zum Beispiel zu einem bestimmten Zeitpunkt keine Antwort auf eine Frage haben, versprechen Sie, danach zu suchen und es ihnen zu sagen, und halten Sie dieses Versprechen ein;
- Informiert – Versuchen Sie vorherzusagen, woran alle Journalisten interessiert sein könnten, und bereiten Sie einige Daten vor, Indikatoren, die ihnen helfen, eine gute Geschichte zu schreiben;
- Responsive – Erleichtern Sie es beispielsweise Journalisten, wenn Sie einige Fotos von einer Veranstaltung haben, senden Sie sie usw.;
- Zuverlässig – lassen Sie den Journalisten wissen, dass er sich bei einer Stellungnahme, einem Gastauftritt usw. auf Sie verlassen kann.

Um die Werte, Ideen und Aktivitäten junger Menschen in den Medien zu fördern, ist es entscheidend, den Medien zu helfen, zu verstehen, warum dies für die Bürger wichtig ist und nicht nur für Sie, die sich an bestimmten Aktivitäten beteiligen oder eine Meinung zu etwas haben. Auf diese Weise werden die Medien eher bereit sein, das zu veröffentlichen, was Sie sagen möchten, denn so erfüllen sie ihre Rolle, d.h. sie arbeiten im öffentlichen Interesse.

**Benötigte Materialien:** Laptop, WLAN, Beamer.

**Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Wann immer Sie viel Input haben, verwenden Sie verschiedene Methoden an, um die Aufmerksamkeit der Teilnehmer zu erhalten: machen Sie kurze Energizer nach einigen Segmenten des Inputs; Bitten Sie sie, einen bestimmten Absatz zu wiederholen und umzuformulieren; fragen Sie sie, ob sie mit der Eingabe einverstanden sind oder nicht und warum; Bitten Sie die Teilnehmer, sich konkrete Beispiele im Zusammenhang mit dem Input auszudenken.

## **Sitzungsnummer 14: Medien als Ort für die Präsentation unserer Ideen und unseres Aktivismus im politischen und demokratischen Bereich (praktische Arbeit)**

**Dauer:** 180 Minuten

### **Hintergrund:**

**Ziel der Sitzung:** Erkunden und Brainstorming, wie wir als Jugendbetreuer und NGOs unsere Ideen und Werte über die Medien präsentieren können.

### **Ziele:**

- Ideen sammeln und üben, wie man eine Social-Media-Kampagne zum Thema Medienkompetenz und politische Partizipation macht.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Lesekompetenz;
- Digitale Kompetenz;
- Bürgerkompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Praktisches Arbeiten in Kleingruppen,
- Präsentationen.

### **Sitzungsablauf:**

#### **1) Aufgabenstellung für in Gruppen aufgeteilte Teilnehmer:**

In Ihrer Gruppe müssen Sie eine Kampagne für soziale Medien (Facebook und Instagram) zu den Themen Aktivismus in politischen und demokratischen Bereichen, Medienkompetenz und Medienkompetenz im Hinblick auf politische und demokratische Teilhabe vorbereiten.

Die Kampagne muss mindestens 20 Beiträge für Facebook und Instagram enthalten.

Sie müssen Folgendes vorbereiten:

- Zeitplan für Postings auf Social-Media-Profilen,
- Inhalt (Text) für jeden der geplanten Beiträge,
- Visuals von jedem einzelnen Beitrag.

Alle visuellen Elemente, die Sie vorbereiten, müssen urheberrechtsfrei sein. Der Vorschlag ist, Canva oder ein ähnliches Tool zu verwenden, mit dem Sie als kleinere Gruppe vertraut sind.

In den Ordnern, die für jede der 4 Gruppen erstellt wurden, müssen Sie Folgendes hochladen:

- Visuals für jeden der Posts,
- Text für jeden der Posts (stellen Sie eine klare Verbindung zwischen den Bildern und den Texten her) und

- Zeitplan der Stellenausschreibungen (Erläuterung, an welchen Daten Stellenausschreibungen erstellt werden sollten).

Der beste Gruppenplan (basierend auf der Abstimmung aller Teilnehmer) wird prämiert.

## 2) Präsentationen von Social-Media-Kampagnen

Jede Gruppe präsentiert die Idee für ihre Kampagne, bestimmte Themen, die sie ausgewählt haben und warum, wer die Zielgruppe ist, wie sie sich die Kampagne vorgestellt hat, welche Tools sie zur Erstellung von Inhalten verwendet haben usw.

**Benötigte Materialien:** Laptops, WLAN, Projektor, digitale Tools wie Canva, Photoshop und ähnliches.

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Geben Sie minimale Anweisungen, um die Kreativität und den Ausdruck der Teilnehmer nicht einzuschränken. Legen Sie für diese Übung und ihre zukünftigen Posts und Kampagnen in den sozialen Medien einfach fest, dass sie sich der Urheberrechte bewusst sein müssen.

## **Sitzungsnummer 16: Entwicklung von Aktivitäten für die Arbeit lokaler Gemeinschaften mit Jugendlichen I**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Nach all den Themen, die die Teilnehmer erforscht und gelernt haben, ist es wichtig, dass sie auch wissen, wie sie dieses Wissen an andere Jugendliche in ihren lokalen Gemeinschaften weitergeben können. Um dies zu erreichen, müssen sie die Struktur eines Workshops verstehen und sich neue Workshops zu den Themen Medienkompetenz und politische Partizipation vorstellen.

**Ziel der Sitzung:** Entwicklung lokaler Workshops zu Medien- und politischer Bildung für Jugendliche.

### **Ziele:**

- Um die Struktur eines Workshops zu erkunden;
- Brainstorming und Entwicklung von Ideen für Folgeworkshops in Kleingruppen.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Lesekompetenz;
- Digitale Kompetenz;
- Bürgerkompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Puzzle-Übung;
- Eingang;
- Brainstorming.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Struktur eines Workshops

Übungspuzzle – Die Teilnehmer erhielten Workshop-Elemente auf farbigem Papier und mussten die Elemente in der Reihenfolge diskutieren und ausrichten. Nachdem sie die Ergebnisse ihrer Arbeit mit anderen Gruppen und Trainern verglichen hatten, führten sie sie durch alle Elemente und gaben Beispiele für Elemente aus dem Schulungskurs.

Bestandteile eines Workshops:

- TITEL
- Ziele
- Benötigtes Material:

- Erster Kreis – „Wie geht es dir?“ - Um uns das Energieniveau und die Stimmung in der Gruppe zu zeigen.
- Einführungsaktivität - Ziel ist es, die Teilnehmer in die Atmosphäre und das Thema des Workshops einzubinden; sie körperlich und geistig zu erschüttern. Zumindest einige Aspekte davon müssen mit dem Thema des Workshops verbunden sein.
- Hauptaktivitäten:  
hauptsächlich durch das Thema des Workshops bestimmt. Das Ziel der Hauptaktivität ist es, eine Erfahrung zu provozieren, die in direktem Zusammenhang mit dem Thema steht. Oftmals bieten Hauptaktivitäten den Teilnehmern die Möglichkeit, sich aus „verschiedenen Ecken“ zu äußern.
- Nachbesprechung: Erfahrungen in neues Wissen umwandeln.
- Abschlussspiele
- Evaluation des Workshops (z. B.: „Was hast du in diesem Workshop gelernt?“, „Wie hast du dich gefühlt?“)

## 2) Brainstorming-Ideen für Workshops und Arbeiten in Gruppen

Die Teilnehmer sammelten Ideen für Folgeworkshops zum Thema Medienkompetenz in ihrer lokalen Gemeinschaft, nachdem sie nach Hause zurückgekehrt waren. Sie schrieben ihre Ideen auf A4-Blätter und bildeten Gruppen zu ähnlichen Themen. Gruppen arbeiteten zusammen und entwickelten Workshops, die sie als Praxis für die Teilnehmer dieses Trainings umsetzten.

**Benötigte Materialien:** Struktur eines Workshops, gedruckt auf A4-Blättern (jedes Element auf separatem Papier) für 3-4 Gruppen. Papiere, Stifte und Marker, Laptops oder Smartphones, Wi-Fi.

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Lassen Sie die Teilnehmer sich selbst gruppieren, oder die Trainer teilen sie nach ihren Interessen und dem Thema auf.
- Es wird empfohlen, Gruppen zusammenzulegen, damit sie aus mehr und weniger erfahrenen Teilnehmern bestehen.
- Ihre Rolle als Trainer ist es, Gruppen zu unterstützen, wenn sie Sie um Ihre Unterstützung bitten.

## **Sitzungsnummer 17: Entwicklung von Aktivitäten für die Arbeit lokaler Gemeinschaften mit Jugendlichen II**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Da die Teilnehmer lokale Workshops zu den Themen Medienkompetenz und politische Partizipation durchführen werden, müssen sie üben, wie man einen Workshop entwickelt und durchführt.

**Ziel der Sitzung:** Entwicklung lokaler Workshops zu Medien- und politischer Bildung für Jugendliche.

**Ziele:**

- Einüben der Umsetzung lokaler Workshops zu den Themen Medienkompetenz und politische Partizipation.

**Angesprochene Kompetenzen:**

- Lesekompetenz;
- Digitale Kompetenz;
- Bürgerkompetenz.

**Methodik und Methoden:**

- Praktische Arbeit in Kleingruppen: Leitung der Sitzungen;
- Rückmeldung.

**Sitzungsablauf:**

### 1) Teilnehmer-Workshops

Die Teilnehmer setzen ihre in Kleingruppen entwickelten Workshops um, andere Teilnehmer übernehmen die Rolle der Zielgruppe.

### 2) Rückmeldung

Jede Gruppe erhält Feedback von den Teilnehmern und den Trainern.

**Benötigte Materialien:** Abhängig davon, was die Teilnehmer zur Durchführung ihrer Workshops benötigen, aber auf jeden Fall Laptop, WLAN, Projektor, Papiere, Stifte und Marker.

**Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Bevor die Teilnehmer mit der Durchführung ihrer Workshops beginnen, geben Sie jeder Gruppe ein bestimmtes Zeitfenster und weisen Sie sie darauf hin, dass sie die Verantwortung tragen und sich auch um die Zeit kümmern müssen.
- Um sicherzustellen, dass Feedback mit einer positiven Einstellung gegeben und empfangen wird, geben Sie ihnen Vorschläge, wie sie konstruktives Feedback geben können.

## **Sitzungsnummer 18: Markt der Projektideen & Verpflichtungen für die Nachbereitung**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Der letzte Tag des Trainings ist für die anschließende Phase der Gruppenentwicklung vorgesehen. Vor Abschluss der Veranstaltung geben wir den Teilnehmern die Möglichkeit, Ideen für zukünftige Projekte auszutauschen. Während des Schulungskurses erforschten die Teilnehmer verschiedene Themen und hatten die Möglichkeit, ihre Leidenschaften und Interessen zu teilen. Deshalb müssen wir ihnen Raum geben, ihre Projektideen auszutauschen, Aktionspläne zu entwickeln und zukünftige Partnerschaften zu fördern. Außerdem erstellen wir gemeinsam einen Plan für die Aufgaben und Fristen für die Nachbereitung der Aktivität.

**Ziel der Sitzung:** Ideen für zukünftige Projekte austauschen.

### **Ziele:**

- Brainstorming und Austausch von Ideen für zukünftige Projekte;
- Gruppen bilden und daran arbeiten, erste Projektideen zu entwickeln und Aktionspläne zu erstellen;
- Aufgaben und Verantwortlichkeiten für die Folgeaktivitäten vereinbaren und verteilen.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Persönliche und soziale Kompetenz;
- Staatsbürgerschaftskompetenz;
- Unternehmerische Kompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Brainstorming;
- Arbeiten in kleinen Gruppen;
- Präsentationen;
- Diskussion im Plenum.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Ideen für Projekte

Die Teilnehmer schrieben Ideen für ihre zukünftigen Projekte auf Papier und tauschten ihre Ideen aus. Sie bildeten Gruppen und erarbeiteten gemeinsam ihre Projektideen und vereinbarten Partnerschaften. Einige der Projektideen waren für lokale Gemeinschaften und einige für das Programm Erasmus+. Die Teilnehmer stellten sie kurz im Plenum vor.

## 2) Verpflichtungen für die Weiterverfolgung

Die Teilnehmer arbeiteten in ihren nationalen Gruppen und planten Folgeaktivitäten in ihren lokalen Gemeinschaften. Sie diskutierten Zeitpläne und Fristen, mögliche Themen und Zielgruppen. Außerdem stellten die Trainer die folgenden Aktivitäten im CritiDe-Projekt vor.

**Benötigte Materialien:** Papiere, Stifte, Marker, Aktivitäten des CritiDe-Projekts auf das Flipchartpapier schreiben (oder projizieren, um Papier zu sparen).

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Es wäre großartig, wenn das Trainerteam während des Trainings die Ideen der Teilnehmer sammelt und aufschreibt, und sie daran erinnern würde, was sie sich ausgedacht haben.
- Bereiten Sie zusätzliches Material für weniger erfahrene Teilnehmer vor, die Projektvorschläge entwickeln und schreiben möchten.
- Ermöglichen Sie den Teilnehmern, sich zusätzliche Folgeaktivitäten auszudenken, nicht nur die in der Folgestrategie, da sie frisch sind und innovative und kreative Ideen haben könnten.

## **Sitzungsnummer 19: Abschlussbewertung und Youthpass-Zeremonie**

**Dauer:** 180 Minuten

**Hintergrund:** Abschlusssitzung, in der wir den Trainingskurs auswerten und „abschließen“. Vor der Bewertung gingen wir das Programm und die Aktivitäten des gesamten Schulungskurses durch, damit sich die Teilnehmer daran erinnern konnten, was sie erforscht, gelernt und woran sie gearbeitet hatten. Nach der Erinnerung gehen wir mit verschiedenen Methoden (Dixit-Assoziativkarten, fantasievolle Heimreise, schriftliche Auswertung mit Google-Formular) in die Evaluation des TC. Für die letzte Phase der Gruppenentwicklung – die angrenzende Phase – veranstalten wir eine Youthpass-Zeremonie, bei der die Teilnehmer nette Dinge sagen und sich voneinander und vom Trainingskurs verabschieden.

**Ziel der Sitzung:** Bewertung und Abschluss des Schulungskurses.

### **Ziele:**

- Abschluss der Auswirkungen, die das Training auf die Teilnehmer und ihr Lernen während des Kurses hinterlassen hat;
- die Schulung visuell, mündlich und schriftlich zu evaluieren;
- Förderung von Youthpass als Instrument zur Anerkennung von Lernergebnissen.

### **Angesprochene Kompetenzen:**

- Persönliche und soziale Kompetenz;
- Lernkompetenz lernen;
- Lesekompetenz.

### **Methodik und Methoden:**

- Reflexion im Plenum;
- Assoziative Dixit-Karten;
- Reflektion in Paaren;
- Individuelle Reflexion und Ausfüllen des Bewertungsbogens;
- Youthpass-Zeremonie.

### **Sitzungsablauf:**

#### 1) Zeitplan des Schulungskurses

Die Teilnehmer gingen zusammen mit den Trainern durch das Programm und erinnerten sich an alle Aktivitäten, die sie während des Schulungskurses vom ersten bis zum letzten Tag durchgeführt hatten.

## 2) Dixit-Reflexion – Bewertung

Jeder Teilnehmer nimmt eine assoziative Karte, die seine Erfahrungen mit dem Schulungskurs darstellt. Im Plenum teilte jeder Teilnehmer einzeln seine Gefühle und Eindrücke über den Schulungskurs, das Programm, die Aktivitäten, die Trainer und die Gruppe mit.

## 3) Auf dem Heimweg

Die Teilnehmer stehen in zwei Kreisen und wechseln die Gesprächspartner für jede der Reflexionsfragen:

- Sie sind auf dem Heimweg vom Schulungskurs, Sie haben gerade die Herberge verlassen und sind mit dem örtlichen Bus zum Busbahnhof/Flughafen gefahren. Die Person, die im Bus neben Ihnen sitzt, fragt, warum Sie in Kroatien sind und was Sie hier gemacht haben.
- Sie sind auf dem Heimweg vom Schulungskurs und in Ihrem Bus/Zug/Flugzeug nach Hause. Die Person, die neben Ihnen sitzt, fragt, wo Sie gewesen sind und was Sie dort gemacht haben.
- Sie kommen nach Hause und treffen Ihre Mutter/Vater/Partner/Mitbewohner, mit wem auch immer Sie leben, und sie fragen Sie, wie der Schulungskurs war.
- Sie kommen bei Ihrer NGO an und treffen Ihre Kollegen, die Sie fragen, wie der Schulungskurs war.
- Am Ende des Tages kommen Sie ins Badezimmer, betrachten Ihr Spiegelbild und sprechen mit sich selbst über Ihre Erfahrungen mit dem Training.

## 4) Schriftliche Bewertung – Google-Formular

Die Trainer teilten den Teilnehmern den Link für das Google-Formular mit, und die Teilnehmer reflektierten und füllten das Bewertungsformular individuell aus. Evaluationsfragen und Evaluationsergebnisse finden Sie im Inhaltsbericht dieser Schulung.

## 5) Youthpass-Zeremonie

Die Teilnehmer nehmen einen Youthpass und sagen nicht, wem es gehört, stattdessen sagen sie ein paar Worte über diesen Teilnehmer und andere versuchen zu erraten. Beim Erhalt des Youthpass verabschieden sich die Teilnehmer von der Gruppe.

**Benötigte Materialien:** Programm des Schulungskurses und die Flipcharts der Arbeiten der Teilnehmer, Dixit-Karten, Bewertungsformular auf Google-Formular, gedruckte Youthpass-Zertifikate.

### **Empfehlungen für Trainer, die die Sitzung multiplizieren:**

- Die Abschlusssitzung kann ziemlich emotional werden, sich mit Emotionen wohlfühlen und es den Teilnehmern ermöglichen, ihre Emotionen auszudrücken, wenn dies erforderlich ist.
- Überstürzen Sie diese Sitzung nicht, da das Schließen des Schulungskurses einige Zeit in Anspruch nimmt.
- Wenn Sie keine stabile WLAN-Verbindung haben, müssen Sie die Bewertungsformulare im Voraus ausdrucken, damit die Teilnehmer sie von Hand ausfüllen können.



Co-funded by  
the European Union



GEFÖRDERT VON DER EUROPÄISCHEN UNION. DIE GEÄUSSERTEN ANSICHTEN UND MEINUNGEN SIND JEDOCH NUR DIE DES AUTORS/DER AUTOREN UND SPIEGELN NICHT UNBEDINGT DIE DER EUROPÄISCHEN UNION ODER DER EUROPÄISCHEN EXEKUTIVAGENTUR FÜR BILDUNG UND KULTUR (EACEA) WIDER. WEDER DIE EUROPÄISCHE UNION NOCH DIE EACEA KÖNNEN DAFÜR VERANTWORTLICH GEMACHT WERDEN.