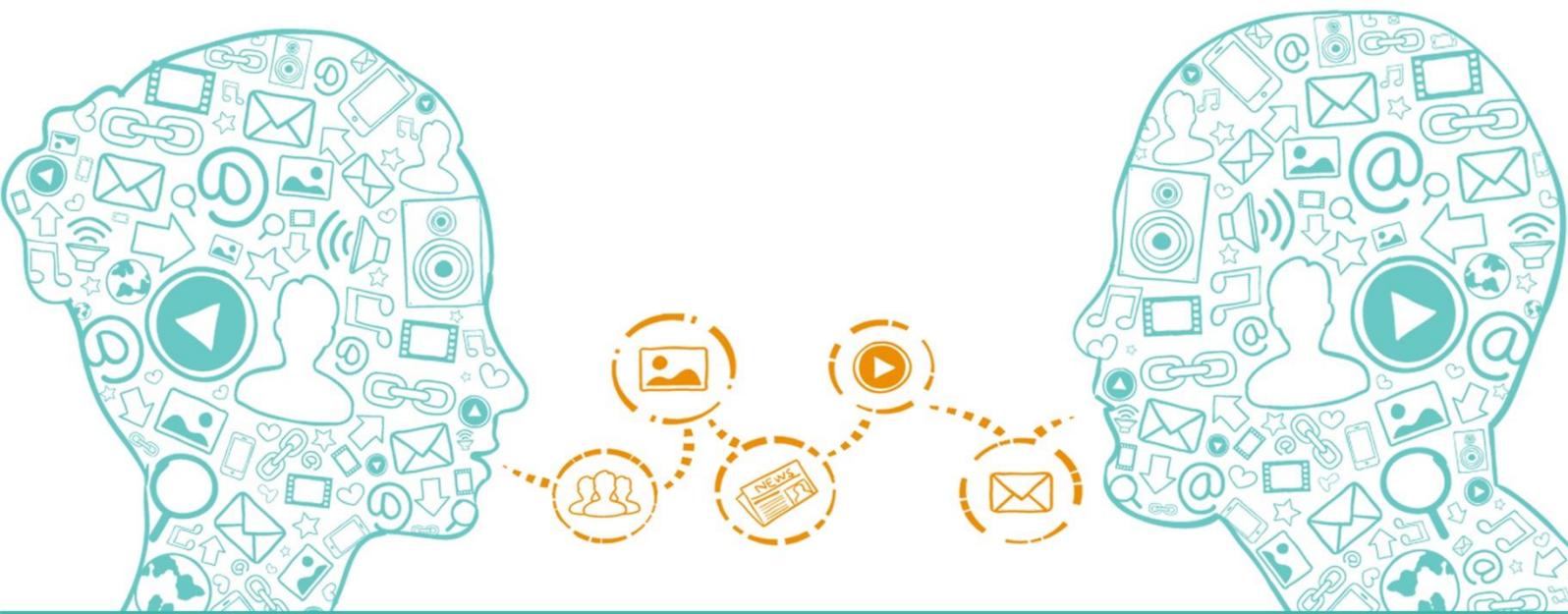


LOST IN

INFORMATION?



HANDBUCH ZUR FÖRDERUNG
DER INFORMATIONEN- UND MEDIENKOMPETENZ
VON JUGENDLICHEN

LEHR- UND ÜBUNGSHANDBUCH
ZUR WORKSHOPREIHE DER
ÖSTERREICHISCHEN JUGENDINFOS

**JUGEND
INFOS** österreichische

ÖSTERREICHISCHE JUGENDINFOS

Die Jugendinfos sind die österreichischen Fachstellen für jugendgerechte Informationsaufbereitung und –vermittlung für nicht-kommerzielle Zwecke.

Jugendinformation befähigt junge Menschen durch aktuelle, relevante und verständliche Informationen, ihre eigenen Entscheidungen auf Basis von Wissen um ihre Möglichkeiten zu treffen und somit autonom zu handeln. Durch die jugendgerechte Aufbereitung von Informationen werden junge Menschen somit auch unterstützt, aktiv an der Gesellschaft teilzuhaben.

Allgemeine Jugendinformation beschränkt sich dabei nicht auf spezielle Themen, sondern bietet den jungen Menschen einen ersten Anknüpfungspunkt bei allen Fragen. Dieses Prinzip des „one-stop-shops“ vermeidet Stigmatisierung und erhöht die Niederschwelligkeit des Angebots.

Die insgesamt 28 Stellen in allen Bundesländern bieten ein flächendeckendes Service für junge Menschen zwischen 12 und 26 Jahren und bearbeiten jährlich rund 160.000 Anfragen zu allen jugendrelevanten Themen von Arbeit und Ausbildung über Wohnen und Mobilität bis hin zum Zivildienst.

Darüber hinaus fördern unter anderen unsere Lehrangebote und -aktivitäten, wie Workshops und Trainings, das Empowerment von jungen Menschen. Wir sehen es dabei insbesondere als eine unsere Hauptaufgaben an, Jugendliche bei der Entwicklung der Informations- und Medienkompetenz zu unterstützen.

IMPRESSUM

AutorInnen: Elisabeth Egger, Lisa Pfanner, Alexandra Ajković, Sandra Bergmann, Ulrike Schriefl, Marika Zwidl

Redaktion und Layout: Elisabeth Egger, Aleksandar Prvulović

Grafik und Illustrationen: akzente Salzburg

Bilder: Wenn nicht anders vermerkt © Österreichische Jugendinfos. Mit freundlicher Unterstützung von Pixabay.

Herausgeber: Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfos

www.jugendinfo.at

Druck: Eigenvervielfältigung

ZVR: 682 385 929

Ausgabe: Januar 2019

VORWORT



Der Umgang mit Information ist in einer Zeit des Informationsüberflusses und der Fake News wichtiger denn je. Der kritische und kompetente Umgang mit Information will jedoch gelernt sein und ist gerade für Jugendliche, die mit vielen Fragestellungen zum ersten Mal in ihrem Leben konfrontiert sind, von großer Bedeutung. Durch die Vielfalt an Möglichkeiten ist zugleich auch das Verwerten der Informationen in kompetente Entscheidungen immer herausfordernder. Die Informations- und Medienkompetenz und darauf aufbauend die Entscheidungskompetenz sind somit zu Schlüsselfaktoren für das selbstbestimmte Leben junger Menschen geworden. Die Österreichischen Jugendinfos sehen es daher als eine ihrer Hauptaufgaben an, Jugendliche bei der Entwicklung der notwendigen Fähigkeiten zu unterstützen.

Seit dem Schuljahr 2017/2018 bieten die Österreichischen Jugendinfos kostenlose und digital-interaktive Workshops zur Förderung der Informations- und Medienkompetenz von Jugendlichen an. Hierfür wurde der bewährte Workshop „Lost in Information?“ der aha Jugendinfo Vorarlberg für den österreichweiten Einsatz adaptiert.

Das vorliegende Lehr- und Übungshandbuch beschreibt detailliert die Workshopabläufe sowohl des Basisworkshops „Lost in Information“ als auch der zugehörigen Vertiefungen. Wie schon der Name sagt, greifen die Vertiefungen einzelne Themen des Basisworkshops wieder auf und beleuchten sie genauer. Sie können aber auch unabhängig vom Basisworkshop eingesetzt werden.

Die Übungen eignen sich insbesondere für die Informations- und Medienkompetenzbildung mit Jugendlichen der 7. bis 9. Schulstufe und wurden für eine Einzel-Moderation für eine Gruppengröße von ca. 20 bis 25 Personen konzipiert.

Die Jugendinfos sind die österreichischen Fachstellen für jugendgerechte Informationsaufbereitung und –vermittlung für nicht-kommerzielle Zwecke und fühlen sich daher auch dem Konzept der Open Educational Resources verpflichtet. In diesem Sinne und insbesondere mit dem Anliegen, junge Menschen bestmöglich dabei zu unterstützen, ein selbstbestimmtes und erfülltes Leben zu führen, stellen wir das vorliegende Handbuch und die dazugehörigen Präsentationen sehr gerne als freie Lern- und Lehrmaterialien zur Verfügung.

Viel Spaß und Erfolg bei der Durchführung!



Aleksandar Prvulović

Geschäftsführung Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfos

INHALT

Zum Gebrauch des Handbuchs	5
Basisworkshop: Lost in Information? - Informationskompetenz im Internet	6
Vertiefung 1: Persönliche Daten und Geschäftsmodelle - Big Data, digitaler Fußabdruck & Co	21
Vertiefung 2: Die Macht der Bilder - Bildmanipulationen und gefälschte Bilder erkennen	28
Vertiefung 3: Recherche und Qualität - Kriterien zur Beurteilung von Quellen	34
Vertiefung 4: Entscheidungskompetenz - Wie treffe ich Entscheidungen und warum?	41
Glossar: Übersicht über die wichtigsten Begriffe	48
Anhänge	58

ZUM GEBRAUCH DES HANDBUCHS

Aufbau des Handbuchs

Das Handbuch beschreibt detailliert die Workshopabläufe sowohl des Basisworkshops „Lost in Information“ als auch der zugehörigen Vertiefungen. Dabei wurde auf größtmögliche Flexibilität für die Workshop-LeiterInnen geachtet: Wie schon der Name sagt, greifen die Vertiefungen einzelne Themen des Basisworkshops wieder auf und beleuchten sie genauer. Sie können aber auch unabhängig vom Basisworkshop eingesetzt werden. Wenn genügend Zeitressourcen vorhanden sind, ist eine weitere Möglichkeit, einzelne Vertiefungen in den Basisworkshop „einzubauen“ und so diesem gleich einen speziellen Schwerpunkt zu verleihen.

Die Übungen der einzelnen Workshopabläufe werden fahrplanartig erklärt und beinhalten neben einer Step-by-step-Anleitung auch Infos zu den Lernzielen, Zeitangaben, Materiallisten, Inputs und Tipps. Ergänzend bietet der umfangreiche Anhang Arbeitsblätter, Vorlagen und Begriffserklärungen.

Zu den Abläufen

Hier anschließend finden sich die Beschreibungen der Workshopmodule im Detail:

Die Zeitangaben zu den einzelnen Schritten dienen als Orientierungshilfe und wurden für eine Einzel-Moderation für eine Gruppengröße von ca. 20 bis 25 Personen konzipiert. Zeitliche Flexibilität ist möglich, der Ablauf kann prinzipiell an das Lerntempo der Gruppe angepasst werden. Auf Grund der bisherigen Erfahrungen sind die Zeitbudgets allerdings als Minimum zu sehen, eine zeitliche Ausdehnung ist leicht möglich, eine Verkürzung nur, wenn Schritte weggelassen werden.

Der Ablauf jedes Workshopmoduls wird Schritt für Schritt und im Detail erklärt. Jeder Schritt verfolgt eine eigene Zielsetzung. Eine Übersicht über den Gesamtablauf findet sich am Beginn jedes Moduls.

Die benötigten Materialien werden für jeden Schritt angegeben. In den Anhängen finden sich die entsprechenden Kopiervorlagen und Unterlagen.

Tipps für die Moderation bzw. aus den gesammelten Erfahrungen mit den Workshops runden die Ablaufbeschreibungen ab und sollen praktische Hilfestellung bieten. Ebenfalls finden sich zu jeder Übung bzw. zu den einzelnen Schritten Vorschläge für Fragen und Inputs.

Anhang

Im Anhang finden sich alle in den Beschreibungen angeführten Vorlagen für die einzelnen Übungen. Darüber hinaus bietet ein Glossar kurze, komprimierte Erklärungen zu den wichtigsten, wiederkehrenden Begriffen.

VIEL SPAß UND ERFOLG BEI DER DURCHFÜHRUNG!

Basisworkshop

LOST IN INFORMATION?

Informationskompetenz im Internet

DAUER

2 x 50 Minuten (2 Unterrichtsstunden)

LERNZIELE

- ✓ Reflexion der eigenen Rolle in digitalen Medien und sozialen Netzwerken
- ✓ Besseres Verständnis für das mediale Informationsnetz und die dahinterstehenden Interessen
- ✓ Vermittlung von Kriterien zur Quellenkritik
- ✓ Fähigkeit, Fake News zu erkennen
- ✓ Vermittlung von Grundkenntnissen über Bild- und Urheberrechte

DIESER WORKSHOP UMFASST 5 SCHRITTE

SCHRITT 1: Einstieg | ca. 20 Min.

SCHRITT 2: Kahoot!-Umfrage | ca. 20 Min.

SCHRITT 3/1: Quellenkritik & Fake News | ca. 15 Min.

Pause | 10 Minuten

SCHRITT 3/2: Quellenkritik & Fake News | ca. 15 Min.

SCHRITT 4: Recht am eigenen Bild | ca. 20 Min.

SCHRITT 5: Abschluss | ca. 10 Min.

MATERIALIEN/VORBEREITUNG

- Laptop / PC mit Lautsprecher
- Beamer
- Internet (für Prezi und Kahoot-Umfrage) *und/oder* USB-Stick mit Präsentation und Videos
- Browser, in dem die im Workshop gezeigten Internetseiten in verschiedenen Tabs oder Fenstern geöffnet sind (*optional*)
- Like/Dislike-Daumen in Klassenstärke – *Vorlage siehe Anhang*
- Post-it's und Kugelschreiber in Klassenstärke *und/oder* begleitendes Plakat
- Selbstklebeetiketten (*optional*)
- Tafel inkl. Kreide *oder* Flipchart inkl. Stifte (*optional*)

PRÄSENTATION (PREZI)

- Name der Prezi:
„Lost in Information?-Präsentation“
- Zugang unter www.jugendinfo.at/oer

KAHOOT!

- Zugang unter:
<https://create.kahoot.it/share/umfrage/8758bbb6-0d71-4662-804d-3b4d11dfd304>

SCHRITT 1: EINSTIEG

Lernziele:

Ich als Medien-KonsumentIn

- ✓ Reflexion des eigenen Verhaltens und der eigenen Rolle online
- ✓ Verständnis für das dichte mediale Informationsnetz, in das man eingebettet ist
- ✓ Er-/Klärung des Begriffs „Medien“
- ✓ Herausarbeiten der Unterschiede zwischen analogen (alten) und digitalen (neuen) Medien
- ✓ Kennenlernen der Intentionen und Geschäftsmodelle hinter den verschiedenen Plattformen
- ✓ Sichtbarmachen, dass auch im Internet nichts gratis ist

Zeit: ca. 20 Min.

Materialien:

- Prezi „Lost in Information?-Präsentation“
- Selbstklebeetiketten für Namensschilder (*optional*)
- Tafel inkl. Kreide *oder* Flipchart inkl. Stifte zum Notieren der Antworten (*optional*)

TIPPS:

Am Beginn des Workshops ...

- ... den SchülerInnen das „Du“ anbieten
- ... die Modalitäten er-/abklären (Dauer 2 Unterrichtsstunden, 10 Minuten Pause, Hochdeutsch oder Dialekt etc.)
- ... abklären, wer ein Handy mit Internetzugang dabei hat – für die Kahoot!-Umfrage (*optional*)
- ... die SchülerInnen Namensschilder beschriften lassen (*optional*)

ABLAUF:

1. Prezi „Lost in Information?-Präsentation“ starten

Zugang unter www.jugendinfo.at/oer

Name der Prezi:
Basisworkshop- bzw. „Lost in Information?-Präsentation“

Die Prezi führt die TeilnehmerInnen und dich durch den gesamten Workshop. Daher solltest du die Prezi zumindest im Hintergrund immer geöffnet lassen.

2. Begrüßung und Vorstellung

Stelle kurz deine eigene Person vor, danach deine Organisation vor.

3. Wie und wo informiere ich mich?

Stelle nacheinander die folgenden Fragen:
Wo informiert ihr euch, wenn ihr Infos zu folgenden Dingen braucht?

- 1) *Übermorgen hast du ein Referat und noch nichts gemacht. Wo holst du dir Infos?*
- 2) *Yes! Endlich ein neues Handy! Wo informierst du dich, welches Gerät für dich passend ist?*
- 3) *Dein Star kommt in die Stadt und du musst alles über ihn wissen. Alles. Alles. ALLES*

4) *Schon wieder Kopfweh! Was tun? Wo holt ihr euch solche oder andere Lifehacks?*

Notiere eventuell auf der Tafel / dem Flipchart Stichworte mit.

Halte anschließend fest:

Grundsätzlich lässt sich zusammenfassen, dass wir uns über folgende Wege informieren:

- » *ExpertInnen*
- » *Vertraute Personen*
- » *Medien*

Wichtig: Keine Wertung vornehmen!

4. Diskussion – Was sind Medien?!

Stelle nun die folgenden Fragen:

Was sind eigentlich Medien? Kann jemand den Begriff erklären? Welche Arten von Medien gibt es?

Erkläre anschließend:

Medien sind Träger von Informationen und Botschaften. Inhaltlich lassen sich folgende Kategorien benennen: Information, Kommunikation, Spiele, Unterhaltung.

Frage als nächstes:

Wie haben sich Medien eurer Meinung nach verändert?

Zeig nun die Veränderungen im informationsbezogenen Medienhandeln auf:

Als ich in eurem Alter ein Referat machen musste, habe ich mich meistens in Büchern oder Zeitschriften informiert. Was ist der Unterschied zu den Medien, die ihr vorher aufgezählt habt?

Fasse die wesentlichen Unterschiede zusammen:

- » *analoge (alte) ↔ digitale (neue) Medien*
- » *Die Fülle an Informationen hat stark zugenommen.*
- » *Wir sind nicht nur mehr KonsumentInnen, sondern auch (Informations-) ProduzentInnen, d. h. wir stellen ebenfalls Informationen im Internet zur Verfügung.*

5. Informationsflut: Intentionen & Geschäftsmodelle erkennen

Stelle nun die folgenden Fragen:

Welche Apps verwendet ihr denn häufig? Warum sind WhatsApp & Co gratis?

Frage bei jeder genannten App nach, ob sie etwas kostet; wenn kein Geld dafür bezahlt werden muss, schließe folgende Fragen an:

Warum ist der Betreiber dieser App so nett und stellt diese gratis zur Verfügung? Facebook hat zum Beispiel WhatsApp um 19 Mrd. Dollar gekauft. Warum dürfen wir es gratis benutzen?

Hier soll durch Nachfragen klar gemacht werden, dass wir auch auf andere Art zahlen – nicht nur mit Geld:

Wir zahlen häufig mit unseren Daten und/oder es wird bei uns eine Botschaft angebracht, damit wir beeinflusst werden (z. B. Werbung).

Die wichtigste Währung in der digitalen Welt sind die Daten der NutzerInnen.



SCHRITT 2: KAHOOT!-UMFRAGE

Lernziele:

Ich als Medien-KonsumentIn

- ✓ Sichtbarmachen: Welche Daten gebe ich beim Internet-Surfen un-/absichtlich preis?
- ✓ Selbsteinschätzung: Wie gehe ich mit meinen Daten im Netz um?
- ✓ Phänomene des Internets kennen: Er-/klärung der Begriffe „Big Data“, „Filterblase/Filter Bubble“, „Cookies“ und „Tracking“
- ✓ Nach welchen Prinzipien funktioniert die Google-Suche? – Wie Algorithmen uns beeinflussen
- ✓ Wie funktioniert Wikipedia? – Stärken und Grenzen erkennen

Zeit: ca. 20 Min.

Materialien:

- Kahoot!-Umfrage



ABLAUF:

1. Kahoot!-Umfrage starten

Zugang unter:

<https://create.kahoot.it/share/umfrage/8758bbb6-0d71-4662-804d-3b4d11dfd304>

- Klicke auf

Play as guest

- Wähle den Umfragetyp

Classic

und starte die Umfrage.

- Bitte die SchülerInnen nun, auf ihren Handys die Website www.kahoot.it aufzurufen.
- Die SchülerInnen sollen den angezeigten Game PIN eingeben und im Anschluss einen Benutzernamen (Nickname) wählen.
- Sobald die SpielerInnen aktiv sind, werden ihre Namen im Spiel angezeigt.

3. Spielregeln erklären

- Es werden insgesamt 6 Aussagen gezeigt und vorgelesen, die SchülerInnen sollen sie mit Ja oder Nein bewerten.
- Es gibt kein Richtig oder Falsch.
- Die persönliche Einschätzung zählt.

4. Spiel starten

Wenn alle Teilnehmenden bereit sind, klicke auf

Start

Die Kahoot!-Umfrage wird gestartet.

Die Umfrage besteht aus folgenden 6 Fragen:

- 1) *Ich habe schon einmal online Daten hinterlassen.*
- 2) *Das Erfassen von Daten ist sehr gefährlich. Deshalb versuche ich keine Daten zu hinterlassen.*
- 3) *Es ist mir egal, dass Daten über mich gesammelt werden – ich habe nix zu verbergen.*
- 4) *Ups – ich habe schon Infos über mich gepostet, die besser nicht online sein sollten.*
- 5) *Der erste Treffer auf Google, den ich bei meiner Suche finde, ist immer der beste Treffer.*
- 6) *Ich finde alle Infos, die ich für die Schule brauche, auf Wikipedia.*

4. Diskussion – Meine Daten im Netz

Gehe nun die Fragen einzeln durch. Es soll ein Gespräch mit den SchülerInnen entstehen; frage zum Beispiel, ob jemand näher auf seine Antwort eingehen will.

Erkläre ggfls. den zentralen Begriff der Frage (Big Data, Filterblase/Filter Bubble).

Schaue gemeinsam mit den SchülerInnen die kurzen Clips zur jeweiligen Frage an.

1) *Ich habe schon einmal online Daten hinterlassen.*

Video: »Who's watching you? Unsere alltäglichen Datenspuren«, SIN - Studio im Netz, 2014, 1:28 min
https://youtu.be/KWK_ew3imKo



2) *Das Erfassen von Daten ist sehr gefährlich. Deshalb versuche ich keine Daten zu hinterlassen.*

Video: »Big Data in 3 Minuten erklärt«, explain-it Erklärvideos, 2014, 3:00 min
https://youtu.be/uH813u7_b0s



3) *Es ist mir egal, dass Daten über mich gesammelt werden – ich habe nix zu verbergen.*

Video: »Filter Bubble«, Leibniz-Institut für Wissensmedien (IWM), 2016, 1:35 min
https://youtu.be/l_xT6l2mO8c



Frage nach:

Kann mir jemand kurz erklären, worum es in diesem Film geht?“

4) *Ups – ich habe schon Infos über mich gepostet, die besser nicht online sein sollten.*

Video: »Check dein Profil, bevor es andere tun.«, Netzdurchblick - Der Internet-ratgeber für Jugendliche, 2011, 1:03 min
<https://youtu.be/n1TroNdzBWg>



Frage nach:

Glaubt ihr, er bekommt den Job?

SCHRITT 3: QUELLENKRITIK & FAKE NEWS

Lernziele:

Quellenkritik – Glaubwürdigkeit & Qualität

- ✓ Kriterien zur Bewertung von Quellen finden
 - » AutorIn und HerausgeberIn
 - » Inhalt und Gestaltung
 - » Glaubwürdigkeit
 - » Aktualität
 - » Zweck und Hintergrund
- ✓ Fake News erkennen und verstehen, warum sie nicht nur harmlose Falschmeldung sind
 - » Hilfreiche Stellen & Tools kennen
- ✓ Bilder lügen nie? Aufgabe und Verwendung von Bildern im Internet
 - » Google-Rückwärtssuche und YouTube-Data-Viewer kennen

Zeit: ca. 2x 15 Min., dazwischen 10 Min. Pause

Materialien:

- Like/Dislike-Daumen in Klassenstärke – *Vorlage siehe Anhang*



ABLAUF:

1. Like/Dislike-Daumen austeilen
2. Kriterien zur Bewertung von Quellen finden

Lies zu jedem Kriterium den kurzen Input vor.

In einem gemeinsamen Gespräch sollen dann die Jugendlichen entscheiden, ob

- die dargestellte Information glaubwürdig ist.
- welcher Punkt dafür oder dagegen spricht.

Es soll gleich auch eine Verbindung zum Internet/zu Websites gemacht werden.

Mit den Like-/Dislike-Daumen können die SchülerInnen anzeigen, ob die Geschichte für sie glaubwürdig ist oder nicht.



In der großen Pause stehen viele SchülerInnen vor dem Schwarzen Brett neben der Direktion. Unter der Rubrik „Information der

Schulleitung“ hängt ein unterschriebenes und gestempeltes Schreiben aus, in dem die Schulleitung darauf hinweist, dass in der nächsten Woche der Unterricht für alle SchülerInnen nur bis zur vierten Stunde stattfindet, da die Lehrerschaft eine Schulung für das neue Smartboard im Computerraum bekommt. Die meisten SchülerInnen freuen sich über den Stundenausfall, einige sind sich aber nicht sicher, ob es sich um einen Scherz handelt.

Frage anschließend:

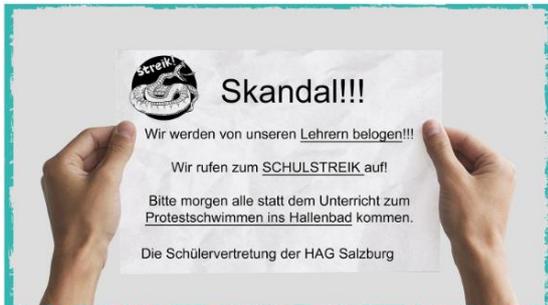
Was glaubt ihr? Ist der Aushang echt? Warum? Warum nicht?

Lasse die SchülerInnen mittels Like/Dislike-Daumen bewerten und sammle ihre Begründungen.

Impressum:

Stelle den Bezug zum Internet her → Erkläre, was ein Impressum ist – am besten anhand des Impressums der eigenen Jugendinfo-Website.

» Checkpunkt 2: Inhalt und Gestaltung



Auf dem Weg nach Hause werden Peter und Jonas Flyer in die Hand gedrückt, auf denen zum Schulstreik aufgerufen wird. Die SchülervertreterInnen rufen auf, morgen nicht zur Schule, sondern ins Hallenbad zu kommen und das Protestschwimmen zu unterstützen. Die Überschrift des Zettels lautet: „Skandal!!! Wir werden von unseren Lehrern belogen!!!!“ Die beiden sind sich nicht sicher, ob sie der Sache trauen können, zumal der Name der Schule falsch geschrieben ist und auch das Logo der Schule irgendwie komisch aussieht.

Frage anschließend:

Was glaubt ihr? Ist das Schreiben echt? Warum? Warum nicht?

Lasse die SchülerInnen mittels Like/Dislike-Daumen bewerten und sammle ihre Begründungen.

Hoax-Design:

Stelle den Bezug zum Internet her → Nicht nur formale Ungereimtheiten, auch schockierende Bilder, reißerische Überschriften u.Ä. deuten auf eine Fälschung hin.

» Checkpunkt 3: Glaubwürdigkeit



Eine Gruppe SchülerInnen diskutiert in der Pause über ein neues Handygame. Einer der Schüler erzählt, dass er jemanden kennt,

dessen Bruder das Spiel auch spielt und der dort bereits über 50,- Euro gewonnen hat.

Frage anschließend:

Glaubt ihr die Geschichte? Warum? Warum nicht?

Lasse die SchülerInnen mittels Like/Dislike-Daumen bewerten und sammle ihre Begründungen.

Vielfalt und Vertrauen:

Stelle den Bezug zum Internet her → Es gibt verschiedene Wege, die Glaubwürdigkeit zu überprüfen: Bilder-Rückwärtssuche bei Google, Vergleich mehrerer Quellen, Einschätzung vertrauter Personen usw.

» Checkpunkt 4: Aktualität



Lisa, Tom und Peter bereiten gemeinsam ein Referat vor. Damit sie nicht verhungern und besser arbeiten können, bestellen sie mittags Pizza. Die Preise auf dem Pizzaflyer, den Tom noch im Schrank gefunden hat, sind okay und das Angebot ist groß. Als die Pizza eine Stunde später endlich eintrifft, ist der Schock groß: Die Pizza kostet viel mehr als gedacht und die Pizza Nr. 4 ist nicht die Salami- sondern die Spargelpizza.

Frage anschließend:

Was ist passiert? Wo liegt der Fehler? Worauf hätten Lisa, Tom und Peter achten sollen?

Datum der letzten Aktualisierung:

Stelle den Bezug zum Internet her → Gibt es irgendwo ein Datum? Tote Links? Möglichkeit der Nachrichtensuche mit Google News (<https://news.google.com>)

» Checkpunkt 5: Zweck und Hintergrund



Timur sammelt Informationen für ein Referat zum Thema „Kostenfall Handy“. Er findet in einer Broschüre eines großen Mobilfunkanbieters einen umfangreichen Bericht über Vor- und Nachteile von Wertkarten und Jahresverträgen.

Frage anschließend:

Was glaubt ihr? Ist das eine gute Quelle für Timurs Recherche? Warum? Warum nicht?

Lasse die SchülerInnen mittels Like/Dislike-Daumen bewerten und sammle ihre Begründungen.

Werbung vs. Information

Stelle den Bezug zum Internet her → Wie kann man Werbung von Information unterscheiden? Welchen Zweck verfolgt eine bestimmte Internet-Seite?

Wir können nicht immer erkennen, ob eine Quelle glaubwürdig ist, aber diese Kriterien helfen uns dies einzuschätzen.

3. Fake News erkennen

Schau mit den SchülerInnen gemeinsam folgenden Film an und sprich gleichzeitig über die gezeigten Tipps:

Video: »Wie entlarve ich Fake News?«, BR24, 2017, 1:56 min

<https://youtu.be/K7xAjvPjgYI>



#1 Rückwärtssuche von Bildern ausprobieren

- Rufe die Google-Bildersuche auf: www.google.at/imghp (bzw. klicke auf der Google-Startseite rechts oben auf „Bilder“)
- Klicke auf das Kamera-Symbol in der Suchzeile



- Füge entweder eine Bild-URL ein oder ziehe das Bild einfach direkt hinein. Alternativ kann auch ein am Computer gespeichertes Bild hochgeladen werden.



Bildersuche

Suche auf Google mit einem Bild statt mit Text. Ziehe das Bild hierher.

Bild-URL einfügen Bild hochladen

Bildersuche

- Klicke zum Suchen auf

Bildersuche

#2 Mimikama und Hoax-Search

- Stelle die Seiten www.mimikama.at und www.hoaxsearch.com genauer vor.

#3 Amnesty International Data Viewer

- Stelle den YouTube Data Viewer von Amnesty International genauer vor. Er hilft beim Erkennen von gefälschten Videos.

<https://citizenevidence.amnestyusa.org>

TIPPS:

- ... Like/Dislike-Daumen: Bitte die SchülerInnen sie nach Gebrauch auf das Pult zu legen oder sammle sie wieder ein. Das Herumspielen mit den laminierten Blättern ist relativ laut und stört den weiteren Workshop-Verlauf.
- ... Als Beispiel zu Mimikama eignet sich der Kettenbrief „Killerclowns“:
www.mimikama.at/allgemein/halloween-2016-grusel-und-killerclowns
- ... Falls noch Zeit ist, kannst du auch diesen Film zu Fake News zeigen:
»Wie sich Lügen im Netz verbreiten«, so geht MEDIEN/BR, 2017, 9:07 min
https://youtu.be/1apU_sf0gp4

4. Kino im Kopf: Bilder lügen nie?

Betrachte und besprich gemeinsam mit den SchülerInnen folgende vier Bilder:

» Bsp. 1: Symbolbild



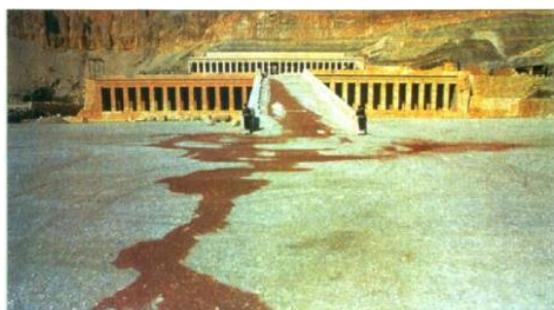
Frage:

Wie wirkt dieses Bild auf euch? Was könnte es darstellen?

Erkläre anschließend:

Symbolbilder müssen eigentlich als solche gekennzeichnet sein, was gerade online nicht immer der Fall ist. Sie dokumentieren nicht den tatsächlichen Sachverhalt, sondern stammen aus einem davon unabhängigen Zusammenhang, trotzdem erzählen sie schon vom Inhalt.

» Bsp. 2: Fälschung



Frage:

Was seht ihr auf diesem Bild?

Erkläre anschließend:

Dieses Bild zu einem Artikel über einen Terroranschlag in der ägyptischen Stadt Luxor ist ein Beispiel für eine Fälschung: Das Wasser wurde eingefärbt, damit es wie Blut aussieht.

» Bsp. 3: Falsche Zuordnung



Frage:

Was meint ihr? Zeigt dieses Bild eine Übung oder einen Anschlag?

Erkläre anschließend:

Das Bild wurde bei einer Übung gemacht, es wurde aber im Zusammenhang mit dem Anschlag in München gepostet. Es entsteht der Eindruck, dass es ein Bild vom Anschlag war.

» Bsp. 4: Bildausschnitte



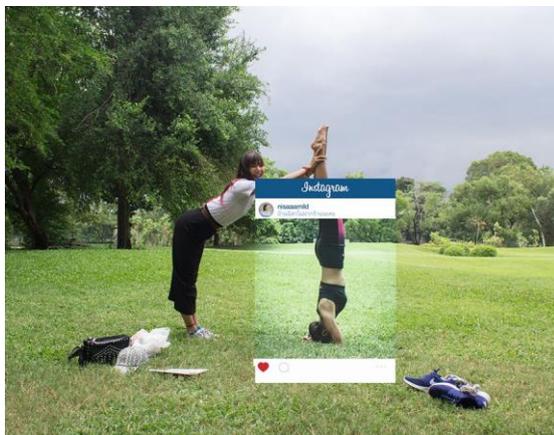
Frage:

Handelt es sich um zwei verschiedene Bilder? Welche Botschaft(en) werden vermittelt.

Erkläre anschließend:

Es kann auch nur ein bestimmter Ausschnitt eines Bildes gezeigt werden. Dadurch vermittelt das Bild womöglich eine andere Botschaft, als wenn es komplett gezeigt wird.

Wie wichtig die Wahl des „richtigen“ Bildausschnittes ist, zeigt sich auch auf Instagram ...



Fasse zusammen:

Formen der Bildmanipulation und Manipulation mit Bildern:

- Symbolbilder
- Fotomontagen
- Farbmanipulationen
- Bildausschnitte
- Gestellte Szenen
- Falsche Kontexte
- Bildauswahl
- Retuschieren (nachträglich verbessern)

(Quelle:

<http://rhetorik.ch/Bildmanipulation/Bildmanipulation.html>)

Bilder prägen sehr stark unsere Wahrnehmung, medial vermittelte Bilder werden zur gefühlten Wahrheit.



SCHRITT 4: RECHT AM EIGENEN BILD

Lernziele:

Ich als Medien-ProduzentIn

- ✓ Bildrechte: Recht am eigenen Bild
- ✓ Bildrechte: Urheberrecht und Creative Commons
- ✓ Kurzinfor Urheberrecht und Creative Commons für Musik und Filme/Videos
- ✓ Kurzer Exkurs über Images in sozialen Medien und wie sie kreiert und gesteuert werden

Zeit: ca. 20 Min.

Materialien:

- Like/Dislike-Daumen in Klassenstärke-Vorlage siehe Anhang

ABLAUF:

1. Überleitung zum Thema

Plaudere mit den SchülerInnen über ihren Umgang mit Bildern:

Wer hat in der letzten Woche ein Bild im Internet veröffentlicht? Egal, ob über Snapchat, Instagram oder WhatsApp... Was für Bilder postet ihr in der Regel so?

Während die Jugendlichen ein wenig von sich erzählen, mache heimlich mit deinem Handy ein Bild von ihnen.

Weil's so nett ist, habe ich jetzt einfach mal ein Foto von euch gemacht. Darf ich das jetzt einfach so veröffentlichen? Z. B. auf die Facebook-Seite der Jugendinfo stellen?

2. Das Recht am eigenen Bild

Erkläre, was das Recht am eigenen Bild ist, und was daher erlaubt ist und was nicht:

- Bilder von Personen dürfen nicht veröffentlicht werden, ohne die Einwilligung dieser Personen einzuholen.
- Für Fotos, die im privaten Rahmen gemacht wurden, gelten strengere Regeln als für solche, die in der Öffentlichkeit gemacht wurden.
- Es dürfen niemals Bilder veröffentlicht werden, die die Abgebildeten bloßstellen oder herabsetzen.
- Das Recht am eigenen Bild ist stärker als das Urheberrecht.

➔ **Am besten immer nachfragen!**

TIPPS:

- ... Alternativer Einstieg: Anstatt die SchülerInnen beim Erzählen zu fotografieren, kannst du auch alle SchülerInnen bitten aufzustehen. Jede/r soll eine Pose für ein Party-Bild oder ein Bewerbungsfoto einnehmen. Dann fotografiere mit dem eigenen Handy – ohne zu fragen – ein/e SchülerIn.
- ... Der Einstieg bietet auch die Möglichkeit, eventuell kurz über Snapchat sprechen: Sind Bilder wirklich gelöscht? (Bilder bleiben am Snapchat-Server gespeichert; Hackerangriffe; versendete Dateien können relativ einfach wiederhergestellt werden; Möglichkeit, Bilder per Screenshot zu speichern)

3. Urheberrecht

Erkläre was das Urheberrecht ist.

- UrheberIn ist, wer das Werk geschaffen hat, egal ob Lied, Foto, Text etc.
- Das Urheberrecht entsteht automatisch.
- Ein Werk ist auch ohne Copyright-Vermerk – © – urheberrechtlich geschützt!
- Um ein urheberrechtlich geschütztes Werk verwenden und veröffentlichen zu können, braucht man unbedingt die Zustimmung des/der UrheberIn.
- Man unterscheidet zwischen Privatgebrauch und Nutzung im öffentlichen Bereich.
- Das Urheberrecht erlischt nach einer gewissen Frist, je nach Art des Werks und von Land zu Land unterschiedlich.
- Werke, bei denen die Schutzfrist abgelaufen ist, nennt man „gemeinfrei“.
- Werke, die von ihren UrheberInnen zur Verwendung freigegeben wurden, nennt man „lizenzfrei“.
- Creative Commons: CC-Lizenzen kennzeichnen Werke, die unter bestimmten Bedingungen genutzt werden können. Es gibt verschiedene Abstufungen.

➔ **Grundsätzlich gilt: Bei der Verwendung von Liedern, Fotos etc. aus dem Netz immer auf das Urheberrecht achten!**

Zeige, wie und wo man rechtfreie Bilder und Musik finden kann.

- Lizenzfreie Bilder auf Google:
 - Öffne die Google-Bildersuche: www.google.at/imghp (bzw. klicke auf der Google-Startseite rechts oben auf „Bilder“)
 - Klicke rechts unten auf „Einstellungen“ > „Erweiterte Suche“.
 - Wähle unter dem Punkt „Nutzungsrechte“ im Dropdown-Menü „frei zu nutzen oder weiterzugeben“ bzw. „frei zu nutzen, weiterzugeben oder zu verändern“.
 - Klicke auf 

Hier kann man den Jugendlichen gut den Unterschied der Bilder-Ergebnisse zeigen:

Welche Bilder werden zuerst bei der Suche nach einem Begriff angezeigt? Welche werden nach dem Umstellen der Nutzungsrechte angezeigt?

- <https://pixabay.com>: kostenlose, lizenzfreie Bilder und Videos
- <https://unsplash.com>: kostenlose, lizenzfreie Bilder
- www.jamendo.com: kostenlose, lizenzfreie Musik
Achtung: Musik darf aber nicht weiterverbreitet werden!
- www.youtube.com/audiolibrary/music:
In der YouTube Audio-Bibliothek findet man kostenlose Musik, die für YouTube Videos verwendet werden darf.

4. ExpertInnen-Quiz

Die SchülerInnen sollen mittels Like/Dislike Daumen bewerten (Like = erlaubt, Dislike = nicht erlaubt):

- » *Du fotografierst mit deinem Handy in einem Vergnügungspark in die Menge und veröffentlichst das Bild auf Instagram.*
➔ **erlaubt**
- » *Auf einem Bild vom Vergnügungspark ist ein Junge zu sehen, der sich nach einer Fahrt mit der Achterbahn übergibt. Du postest das Foto in der Klassen-WhatsApp-Gruppe.*
➔ **nicht erlaubt**
- » *Du möchtest dein altes Longboard über Ebay verkaufen und kopierst dafür ein Bild von blue-tomato.com.*
➔ **nicht erlaubt**
(Alternative: das eigene Board fotografieren)
- » *Du machst ein Foto von deiner Freundin beim Klettern und fragst sie, ob du das Bild für ein YouTube-Video verwenden kannst. Sie sagt ja.*
➔ **erlaubt**

SCHRITT 5: ABSCHLUSS

Lernziele:

Life-Hacks

- ✓ Reflexion des im Workshop Gehörten
- ✓ Sammlung von praktischen Tipps

Zeit: ca. 10 Min.

Materialien:

- Post-its und Kugelschreiber in Klassenstärke
und/oder
begleitendes Plakat



ABLAUF:

1. Was nehmt ihr mit?

Ersuche die SchülerInnen Tipps, die sie aus dem Workshop mitnehmen, auf Post-its zu schreiben und aufzuhängen, z. B.: Mimikama, CC-Lizenz, Pixabay, Unsplash, DuckDuckGo, Google-Bilderrückwärtssuche, Data Viewer von Amnesty International usw.

oder

Verweise auf das begleitende Plakat: Da am Ende oft nicht genügend Zeit für die Post-its-Runde bleibt, kannst du ein entsprechendes Plakat schon vorbereitet mitbringen. Ein weiterer Vorteil: Du kannst dieses vor Ort lassen, damit die SchülerInnen auch später noch auf die Informationen zurückgreifen können.

2. Feedbackrunde

Samle in einer Schlussrunde noch generelles Feedback zum Workshop:

Was hat euch am Workshop gefallen? Was nicht? Was würdet ihr anders machen?

Bedanke dich bei den SchülerInnen fürs Mitmachen und lade sie ein, bei Fragen zu diesem oder anderen Themen die Jugendinfo zu kontaktieren.

Lost in Information: Vertiefung 1

PERSÖNLICHE DATEN UND GESCHÄFTSMODELLE

Big Data, digitaler Fußabdruck & Co.

DAUER

50 Minuten (1 Unterrichtsstunde)

LERNZIELE

- ✓ Reflektion des eigenen Nutzungsverhaltens
- ✓ Geschäftsmodelle verstehen & Begrifflichkeiten kennenlernen (Algorithmen, Big Data usw.)
- ✓ Sensibilisierung bzgl. Umgang mit den eigenen Daten, Schwerpunkt Fotos
- ✓ Hilfestellungen für bewusstes Onlineverhalten kennenlernen

DIESER WORKSHOP UMFASST 5 SCHRITTE

SCHRITT 1: Vorstellung | ca. 5 Min.

SCHRITT 2: Kahoot!-Umfrage | ca. 10 Min.

SCHRITT 3: Input Geschäftsmodelle (plus optional: Video) | ca. 10–15 Min.

SCHRITT 4: Sensibilisierung bzgl. Umgang mit eigenen Daten, Schwerpunkt Fotos | ca. 10–15 Min.

SCHRITT 5: Teamarbeit: Was du selber tun kannst | ca. 10 Min.

TIPP:

... Im Vorfeld abklären, dass die TeilnehmerInnen ihre Smartphones mitbringen (dürfen) – für die Kahoot!-Umfrage (*optional*)

MATERIALIEN/VORBEREITUNG

- Laptop / PC mit Lautsprecher
- Beamer
- Internet (für Kahoot!-Umfrage und Video) *und/oder* USB-Stick mit Video
- Moderationskärtchen oder andere Kärtchen zum Beschriften, Format A5 *oder* bereits vorbereitete Kärtchen – *Vorlage siehe Anhang*
- Like/Dislike-Daumen in Klassenstärke (*optional*)
- Material zum Befestigen der Kärtchen (Magnete, Klebeband, Pinnadeln)
- Selbstklebeetiketten (*optional*)
- Jugendinfo-Material/Goodies bzw. weiterführendes Infomaterial (z. B. von Saferinternet.at) zum Auflegen oder Austeilen (*optional*)
- Evaluationsbögen (*optional*)

PRÄSENTATION (PREZI)

- Name der Prezi: Vertiefung 1 „Persönliche Daten und Geschäftsmodelle“
- Zugang unter <http://www.jugendinfo.at/oer/lost-in-information-vertiefungen/>
- Ausgedruckte Notizen zur Präsentation (*optional*)

KAHOOT!

- Zugang unter: <https://create.kahoot.it/share/umfrage/8758bbb6-0d71-4662-804d-3b4d11dfd304>

SCHRITT 2: UMFRAGE ZUM EIGENEN NUTZUNGSVERHALTEN

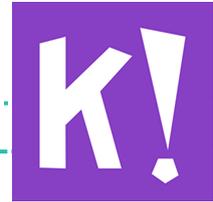
Lernziele:

- ✓ Reflektion des eigenen Nutzungsverhaltens
- ✓ Bezug zur Lebenswelt der Jugendlichen herstellen

Zeit: ca. 10 Min.

Materialien:

- entsprechende Präsentation
- Kahoot!-Umfrage



ABLAUF:

1. Kurze Einleitung

Was machst DU im Internet? – das werden wir nun gemeinsam anschauen.

2. Kahoot!-Umfrage starten

Zugang unter:

<https://create.kahoot.it/share/umfrage/8758bbb6-0d71-4662-804d-3b4d11dfd304>

- Klicke auf

Play as guest

- Wähle den Umfragetyp

Classic

und starte die Umfrage.

- Bitte die SchülerInnen nun, auf ihren Handys die Website www.kahoot.it aufzurufen.
- Die SchülerInnen sollen den angezeigten Game PIN eingeben und im Anschluss einen Benutzernamen (Nickname) wählen.
- Sobald die SpielerInnen aktiv sind, werden ihre Namen im Spiel angezeigt.

3. Spielregeln erklären

- Es werden insgesamt 6 Aussagen gezeigt und vorgelesen, die SchülerInnen sollen sie mit Ja oder Nein bewerten.
- Es gibt kein Richtig oder Falsch.
- Die persönliche Einschätzung zählt.
- Zeit pro Antwortoption: 10 sec.
- Rot = JA, Blau = NEIN

4. Spiel starten

Wenn alle Teilnehmenden bereit sind, klicke auf

Start

Die Kahoot!-Umfrage wird gestartet.

Die Umfrage besteht aus folgenden 6 Fragen:

- 1) *Ich habe schon einmal online Daten hinterlassen.*
- 2) *Das Erfassen von Daten ist sehr gefährlich. Deshalb versuche ich keine Daten zu hinterlassen.*
- 3) *Es ist mir egal, dass Daten über mich gesammelt werden – ich habe nix zu verbergen.*
- 4) *Ups – ich habe schon Infos über mich gepostet, die besser nicht online sein sollten.*
- 5) *Der erste Treffer auf Google, den ich bei meiner Suche finde, ist immer der beste Treffer.*
- 6) *Ich finde alle Infos, die ich für die Schule brauche, auf Wikipedia.*

5. Kurze Zusammenfassung der Ergebnisse

Das Ergebnis lautet im Normalfall, dass sich die TeilnehmerInnen viel im Internet / in Sozialen Netzwerken bewegen bzw. viele Daten preisgeben.

TIPPS:

Im Vorfeld des Workshops ...

... abklären, dass TeilnehmerInnen ihre Smartphones mithaben (dürfen)

Vor der Kahoot!-Umfrage ...

... beauftrage, wenn möglich, eine zweite Person damit, einzelnen TeilnehmerInnen zu helfen, wenn sie Probleme beim Starten der Umfrage haben

Während der Kahoot!-Umfrage ...

... können auch mehrere Personen auf einem Handy zusammenschauen

Nach der Kahoot!-Umfrage ...

... kannst du das Ergebnis von der Kahoot!-Website herunterladen und auch auf einer PowerPoint-Folie für alle notieren

Alternativ zur Kahoot!-Umfrage ...

... kannst du auch eine Sitz-/Steh-Umfrage durchführen: Die SchülerInnen stehen einfach auf, wenn sie zustimmen. bzw. bleiben sitzen, wenn nicht. Das eignet sich vor allem dann, wenn nicht genug Handys mit Internetzugang vorhanden sind.

SCHRITT 3: INPUT GESCHÄFTSMODELLE

Lernziele:

- ✓ Verstehen der Intentionen und Geschäftsmodelle hinter dem Sammeln von Online-Daten
- ✓ Begrifflichkeiten kennenlernen: Er-/Klärung der Begriffe „Algorithmen“, „Big Data“, „digitaler Fußabdruck“, „Cookies“ und „Tracking“

Zeit: ca. 10–15 Min.

Materialien:

- entsprechende Präsentation
- Browser Mozilla Firefox mit installiertem Firefox Lightbeam-Add-on:
<https://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/lightbeam>
- Link zum Video »Big Data in 3 Minuten erklärt« entweder in der Präsentation oder im Webbrowser: https://youtu.be/uH813u7_b0s (optional)

ABLAUF:

1. Gib einen **Input** zum Themenfeld „Digitaler Fußabdruck – Tracking – Cookies – Big Data“. Infos dazu findest du auch bei den jeweiligen Begriffserklärungen im LII-Glossar.
2. Demonstriere mit Hilfe des Programms „**Lightbeam**“, wie die Daten der UserInnen an Dritte weitergegeben werden.

Lightbeam ist eine Erweiterung (Add-on) für Mozilla Firefox, die grafisch anzeigt, wie mit Cookies von Dritten das Benutzerverhalten aufgezeichnet wird. (Quelle: Wikipedia)

3. Optional kannst du noch folgendes **Video** zeigen: »Big Data in 3 Minuten erklärt«, explain-it Erklärvideos, 2014, 3:00 min https://youtu.be/uH813u7_b0s



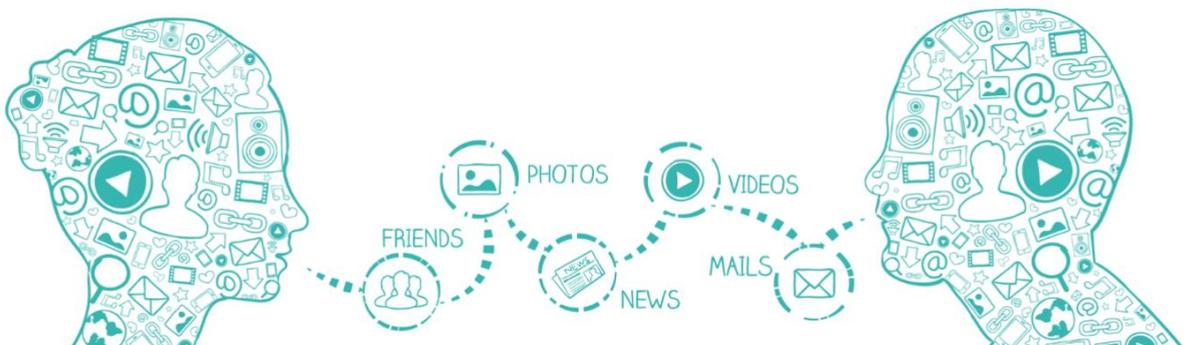
4. Gib einen **Input** zum Thema „Algorithmen“.
Infos dazu findest du auch bei der entsprechenden Begriffserklärung im LII-Glossar.
5. Zeige verschiedene Geschäftsmodelle für das Sammeln von Online-Daten anhand von **Fallbeispielen** auf.



TIPPS:

Du kannst den Input-Teil durch direkte Fragen an die TeilnehmerInnen etwas auflockern, z. B.:

- *Kennt ihr noch weitere Beispiele?*
- *Was ist eure Meinung dazu?*
- *Welche deiner Daten sind deiner Meinung nach für Datensammler am interessantesten?*
- *Bekommst du oft Werbung angezeigt, die genau deinem Interessensprofil entspricht? Klickst du darauf?*



SCHRITT 4: UMGANG MIT DEN EIGENEN DATEN

Lernziele:

- ✓ Sensibilisierung bzgl. des Umgangs mit den eigenen Daten, Schwerpunkt Fotos
- ✓ Kennenlernen der rechtlichen Bestimmungen

ABLAUF:

1. Gib einen kurzen **Input** zur bewussten Datenweitergabe und zum „Recht am eigenen Bild“.

Infos dazu findest du auch bei den jeweiligen Begriffserklärungen im LII-Glossar.

2. Zeig folgendes **Video**:

Video: »Check dein Profil, bevor es andere tun.«, Netzdurchblick - Der Internetberater für Jugendliche, 2011, 1:03 min
<https://youtu.be/n1TroNdzWg>



3. **Starte eine kleine Umfrage:**

Zeige die verschiedenen, mitgebrachten Profilbilder her und frage jeweils:
Was glaubt ihr, ist das ein „gutes“ oder ein „schlechtes Profilbild“?

Lasse die TeilnehmerInnen mit den Like/Dislike-Daumen abstimmen.

Frage nach:

Warum glaubt ihr, ist dieses Profilbild „schlecht“/„gut“? Nach welchen Kriterien habt ihr bewertet?

4. Besprich im Anschluss nochmal das Gesehene und Gehörte (Input, Video und Fotos) und lass die TeilnehmerInnen kurz reflektieren.

Zeit: ca. 10–15 Min.

Materialien:

- entsprechende Präsentation
- Link zum Video »Check dein Profil ... « entweder in der Präsentation oder im Webbrowser: <https://youtu.be/n1TroNdzWg>
- Verschiedene Profilbilder – Fotos zum Herzeigen entweder analog oder digital in der Präsentation
- Like/Dislike-Daumen in Klassenstärke (*optional*)



SCHRITT 5: TEAMARBEIT – DAS KANNST DU SELBER TUN!

Lernziele:

- ✓ Hilfestellungen für bewusstes Onlineverhalten kennenlernen
- ✓ gesammeltes Wissen über gemeinsamen Austausch generieren

Zeit: ca. 10 Min.

Materialien:

- entsprechende Präsentation
- Moderationskärtchen oder andere Kärtchen zum Beschriften, Format A5
oder
bereits vorbereitete Kärtchen – Vorlage siehe Anhang
- Material zum Befestigen der Kärtchen (Magnete, Klebeband, Pinnnadeln)
- Evaluationsbögen (*optional*)

ABLAUF:

1. Teamarbeit

Teile die TeilnehmerInnen in Teams ein, ideal sind Vierer-Gruppen).

Die Teams haben nun 5 Minuten Zeit über folgende Frage zu diskutieren:

Mit Online-Daten bewusster umgehen: Welche drei Ratschläge würdest du anderen auf den Weg geben?

Erkläre ggf., was du mit „bewusst“ umgehen konkret meinst.

2. Bitte die TeilnehmerInnen, ihre Vorschläge auf Kärtchen zu notieren.
3. Nach Ablauf der 5 Minuten sollen die Vorschläge reihum vorgelesen werden.
4. Die Kärtchen können jetzt auf einer Pinnwand/Tafel/Wand angebracht und evtl. geclustert werden.
5. Die Tipps sollen nun für alle gesammelt ersichtlich sein.
6. Ergänze ggf. noch wichtige zusätzliche Tipps anhand der Empfehlungen von Fachstellen wie SaferInternet.at

7. Verweise auf weitere Kontaktstellen und Serviceangebote der Jugendinfo z. B. Beratung/Links auf der Homepage
8. Teile als weiterführendes Material das LII-Plakat oder externes Infomaterial (z. B. von Safer Internet) aus bzw. weise auf den Infotisch mit Materialien zur freien Entnahme hin. (*optional*)
9. Gibt es noch **Fragen oder Anmerkungen**? Wenn ja, beantworte die Fragen kurz bzw. nimm die Anmerkungen entgegen.
10. Bedanke dich für die Aufmerksamkeit und beende den Workshop.
11. Teile ggf. noch die Evaluationsbögen aus. (*optional*)

TIPPS:

- Bei der Umfrage „Gutes oder schlechtes Profilbild?“ kannst du die TeilnehmerInnen statt der Like/Dislike-Daumen in Papierform auch die eigenen Daumen verwenden lassen. ;-)
- Je nach noch übrig gebliebener Zeit können die Ratschläge der TeilnehmerInnen nur vorgelesen oder kürzer bzw. länger im Plenum durchbesprochen werden.

Vertiefung 2

DIE MACHT DER BILDER

Bildmanipulationen und gefälschte Bilder erkennen

DAUER

50 Minuten (1 Unterrichtsstunde)

LERNZIELE

- ✓ Sensibilisierung für manipulierte Bilder
- ✓ Tools kennenlernen, um gefälschte Bilder zu entlarven
- ✓ Verstehen, wie Bilder Meinungen beeinflussen

DIESER WORKSHOP UMFASST 5 SCHRITTE

SCHRITT 1: Vorstellung | ca. 5 Min.

SCHRITT 2: Einstiegsspiel Bildbeschreibung | ca. 15 Min.

SCHRITT 3: Erkennen von Bildmanipulationen | ca. 15 Min.

SCHRITT 4: Kennenlernen von Tools, um gefälschte Bilder zu entlarven | ca. 10 Min.

SCHRITT 5: Bildmanipulation und Meinungsbildung | ca. 5 Min.

MATERIALIEN/VORBEREITUNG

- Laptop / PC mit Lautsprecher
- Beamer
- Internet (für Online-Quiz und Video)
- Flipchart
- Flipchart-Marker
- Bild für Schritt 2, Einstiegsspiel „Bildbeschreibung“
- Bild „Irak-Krieg“ für Schritt 5 – siehe Präsentation „Lost in Information – Basisworkshop“, (Folien 28–30)
- Beispiele zum Ausprobieren der Google-Rückwärtssuche von Bildern und des YouTube Data Viewers – Beispiele siehe Anhang
- Browser, in dem die im Workshop verwendeten Internetseiten in verschiedenen Tabs oder Fenstern geöffnet sind (*optional*)
- Selbstklebeetiketten (*optional*)
- Evaluationsbögen (*optional*)
- Jugendinfo-Material/Goodies zum Auflegen oder Austeilen (*optional*)
- Evaluationsbögen (*optional*)

PRÄSENTATION (PREZI)

- Name der Prezi: Vertiefung 2 „Die Macht der Bilder“
- Zugang unter <http://www.jugendinfo.at/oer/lost-in-information-vertiefungen/>
- Ausgedruckte Notizen zur Präsentation (*optional*)

SCHRITT 1: VORSTELLUNG

Lernziele:

- ✓ Kennenlernen
- ✓ Schaffen einer angenehmen Arbeitsatmosphäre
- ✓ Erklären des Workshop-Ablaufs

Zeit: ca. 5 Min.

Materialien:

- Selbstklebeetiketten für Namensschilder (*optional*)
- Kontaktflyer Jugendinformation bzw. Goodies zum Verteilen (*optional*)

TIPPS:

Am Beginn des Workshops ...

- ... den TeilnehmerInnen das „Du“ anbieten
- ... die Modalitäten er-/abklären (Dauer, Hochdeutsch oder Dialekt etc.)
- ... die TeilnehmerInnen Namensschilder beschriften lassen (*optional*)

Ablauf:

1. Willkommen und Begrüßung

Heiße die TeilnehmerInnen herzlich willkommen und schaffe eine angenehme Arbeitsatmosphäre.

2. Kurze Vorstellung

Stelle kurz dich, deine Organisation und deinen Auftrag vor:
Hallo mein Name ist XY, ich arbeite bei XY und meine Aufgabe heute ist es ...

3. Ggf. weitere Fragen/Regeln klären

Gibt's eine Pause? Wie werden Zwischenfragen gestellt (durch Aufzeigen oder Ausrufen)? ...

4. Prezi-Präsentation“ starten

Zugang unter
<http://www.jugendinfo.at/oer/lost-in-information-vertiefungen/>

Name der Prezi:
Vertiefung 2 „Die Macht der Bilder“



SCHRITT 2: EINSTIEGSSPIEL „BILDBESCHREIBUNG“

Lernziele:

- ✓ Erkenntnis, dass Bilder sehr leicht und schnell veränderbar sind
- ✓ Verstehen, dass Recherche wichtig ist, um Bilddetails zu erfahren

ABLAUF:

1. Spielregeln erklären

Insgesamt werden **4 aktive MitspielerInnen** benötigt. 3 müssen kurz den Raum verlassen, 1 bekommt die Aufgabe erklärt. Die 3 MitspielerInnen vor der Türe werden hintereinander hereingebeten und bekommen **jeweils eine Teilaufgabe**. Die 3 können selbst bestimmen, wer zuerst, wer als zweites und wer zuletzt spielt. **Der/die letzte MitspielerIn** muss eine **Zeichenaufgabe** bewältigen.

2. Vorbereitung

Suche 3 Freiwillige bzw. wähle 3 TeilnehmerInnen aus und bitte sie, kurz den Raum zu verlassen.
Danach suche/wähle eine 4. MitspielerIn.

3. Spielen

- **Zeige der 4. MitspielerIn das Bild.** Er/Sie soll es sich genau anschauen, um Infos darüber weitergeben zu können. Danach wird das Bild umgedreht.
- Bitte nun eine/n der MitspielerInnen vor der Tür herein. Die 4. MitspielerIn **erklärt** der 1. nun, **was auf dem Bild zu sehen ist**.
- Danach erklärt der/die 1. TeilnehmerIn das Bild dem/der nächsten.

Zeit: ca. 15 Min.

Materialien:

- ein Bild als Vorlage
Das Bild sollte relativ einfach zum Nachzeichnen sein, aber dennoch genug Details enthalten, um die Aufgabe spannend zu gestalten.
- Flipchart
- Flipchart-Marker

- Der/die 2. TeilnehmerIn erklärt daraufhin das Bild dem/der 3. TeilnehmerIn. Diese/r **zeichnet** dann das Bild **nach den gegebenen Informationen** auf ein Flipchart.
- Danach decke das ursprüngliche Bild wieder auf und lass **die beiden Bilder miteinander vergleichen**.



TIPPS:

- ... Achte darauf, dass die anderen, nicht aktiv spielenden TeilnehmerInnen alles gut mitverfolgen (hören/sehen) können.
- ... Du hast zwei Möglichkeiten:
 - Entweder du zeigst den nicht aktiv spielenden TeilnehmerInnen das Originalbild vorab oder
 - du erhöhst die Spannung und zeigst das Bild wirklich nur der 4. MitspielerIn.

SCHRITT 3: ERKENNEN VON BILDMANIPULATIONEN

Lernziele:

- ✓ Bewusstwerden von Bildmanipulationen

ABLAUF:

1. Öffne das Online-Quiz „**Can You Spot the Hoaxes?**“.
2. Lass die TeilnehmerInnen jeweils per Handzeichen abstimmen: Ist das Bild **echt** oder ein **Fake**?
3. Gib die **Auflösung** und gehe näher auf das Bild ein. Erklärungen auf Deutsch zu den einzelnen Bildern findest du im Anhang: *Online-Quiz „Can You Spot the Hoaxes?“ – Bilderklärungen*

Achtung: Wenn du alle Bilder durchgehen willst, hast du pro Bild nur eine knappe Minute Zeit!

Zeit: ca. 15 Min.

Materialien:

- Laptop / PC mit Lautsprecher
- Beamer
- Internet
- Link zum Onlinequiz „Can You Spot the Hoaxes?“: www.thoughtco.com/can-you-spot-the-hoaxes-4099583 (sofern noch nicht im Browser geöffnet) – Erklärungen siehe Anhang

TIPP:

- ... Wenn du etwas mehr Zeit und mehr als einen Computer/Laptop zur Verfügung hast, kannst du die TeilnehmerInnen das Quiz auch in Kleingruppen selbstständig durchklicken lassen. Geht im Anschluss dann die Bilder gemeinsam nochmal durch.

SCHRITT 4: KENNENLERNEN VON TOOLS ZUM ERKENNEN VON FAKES

Lernziele:

- ✓ Tools kennenlernen, um gefälschte Bilder zu entlarven (1): Google-Rückwärtssuche für Bilder
- ✓ Tools kennenlernen, um gefälschte Bilder zu entlarven (2): YouTube Data Viewer für Videos
- ✓ Notwendigkeit des genauen Prüfens der Quellen erkennen

Zeit: ca. 10 Min.

Materialien:

- Link zum Video „Wie entlarve ich Fake News?“: <https://youtu.be/K7xAjvPjgYI> (sofern noch nicht im Browser geöffnet) – Skript siehe Anhang
- Link zur Google Bildersuche: www.google.at/imghp (sofern noch nicht im Browser geöffnet)
- Link zum YouTube Data Viewer von Amnesty International: <https://citizenevidence.amnestyusa.org> (sofern noch nicht im Browser geöffnet)
- Beispiele zum Ausprobieren der Google-Rückwärtssuche von Bildern und des YouTube Data Viewers – siehe auch Anhang

ABLAUF:

1. Fake Bilder und Videos erkennen

Zeige folgendes Video und sprich gleichzeitig über die gezeigten Tipps:

Video: »Wie entlarve ich Fake News?«, BR24, 2017, 1:56 min

<https://youtu.be/K7xAjvPigYI>



Ein Skript zum Video findest du im Anhang: BR24 „Wie entlarve ich Fake News?“

2. Rückwärtssuche von Bildern ausprobieren

- Rufe die Google-Bildersuche auf: www.google.at/imghp (bzw. klicke auf der Google-Startseite rechts oben auf „Bilder“)
- Klicke auf das Kamera-Symbol in der Suchzeile



- Füge entweder eine Bild-URL ein oder ziehe das Bild einfach direkt hinein. Alternativ kann auch ein am Computer gespeichertes Bild hochgeladen werden.



- Klicke zum Suchen auf

Bildersuche

3. YouTube Data Viewer von Amnesty International ausprobieren

Stelle den YouTube Data Viewer von Amnesty International genauer vor. Er hilft beim Erkennen von gefälschten Videos.

<https://citizenevidence.amnestyusa.org>

Mit dem Data Viewer kannst du herausfinden, wann ein Video zum ersten Mal auf YouTube hochgeladen wurde. Zeige 1–2 Beispiele.

Achtung:

- Funktioniert nur auf YouTube
- Unbedingt YouTube-Lang-URL verwenden
- Findet keine modifizierten oder gekürzten Videos

TIPP:

... Eine nicht ganz so einfach zu bedienende, aber mit mehr Möglichkeiten ausgestattete Alternative zum YouTube Data Viewer bietet das InVID Verification Plugin: www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin

SCHRITT 5: BILDMANIPULATION UND MEINUNGSBILDUNG

Lernziele:

- ✓ Erkennen, dass Bilder einen Wirklichkeitsanspruch vorgeben
- ✓ Erkennen, dass Medien Bilder verwenden, um die Meinungsbildung stärker zu beeinflussen

ABLAUF:

1. Zeige den TeilnehmerInnen die folgenden 2 Bildausschnitte.

Was seht ihr auf den Bildern? Fällt euch etwas Besonderes auf?

Bildausschnitt 1:



Bildausschnitt 2:



Zeit: ca. 5 Min.

Materialien:

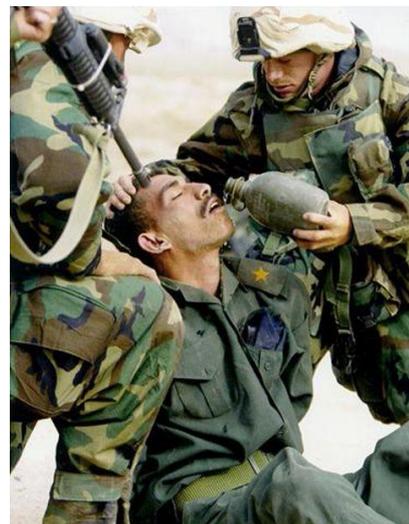
- Bildaufnahme aus dem Irak-Krieg – siehe Präsentation „Lost in Information – Basisworkshop“



© AP Photo / Foto: Itsuo Inouye, Bearbeitung: Ursula Dahmen

- Evaluationsbögen (optional)

2. Löse auf und zeige den TeilnehmerInnen das **gesamte Bild:**



Was denkt ihr jetzt, das passiert ist? Wie haben die einzelnen Bilder eure Meinung beeinflusst/verändert?

Glaubt ihr, dass man auf Bildern immer die ganze Wahrheit zu sehen bekommt?

3. Komme zum **Abschluss** des Workshops:
Gibt es noch Fragen oder Anmerkungen?
Wenn ja, beantworte die Fragen kurz bzw. nimm die Anmerkungen entgegen.
4. Bedanke dich für die Aufmerksamkeit und beende den Workshop.
5. Teile ggf. noch die Evaluationsbögen aus. (optional)

Vertiefung 3

RECHERCHE UND QUALITÄT

Kriterien zur Beurteilung von Quellen

DAUER

100 Minuten (2 Unterrichtsstunden) +
10 Minuten Pause

LERNZIELE

- ✓ Bewusstsein schaffen für die Verfälschung von Informationen
- ✓ Kennenlernen verschiedener Informationsquellen und wie man sie verwendet
- ✓ Sensibilisierung bzgl. der Kriterien für qualitätsvolle Information
- ✓ Bewusstsein schaffen für Fake News, Tipps zum Erkennen von Fake News vermitteln

DIESER WORKSHOP UMFASST 5 SCHRITTE

SCHRITT 1: Vorstellung | ca. 5 Min.

SCHRITT 2: Zeitungsenten oder wie sich Nachrichten verändern | ca. 20 Min.

SCHRITT 3/1: Recherche & Präsentation – Recherche | ca. 30 Min.

Pause | 10 Minuten

SCHRITT 3/2: Recherche & Präsentation – Präsentation | ca. 15 Min.

SCHRITT 4: Website-Analyse | ca. 15 Min.

SCHRITT 5: Fake News erkennen | ca. 15 Min.

MATERIALIEN

- Arbeitsblatt zur Übung „Zeitungsente oder wie sich Nachrichten verändern“ – *siehe Anhang*
- Arbeitsblatt zur Übung „Recherche & Präsentation“ – *siehe Anhang*
- Checkbogen zur Übung Website-Analyse – *siehe Anhang*
- Flipchart-Papier und Flipchart-Marker
- Stifte entsprechend der TeilnehmerInnen-Anzahl
- PCs oder Laptops (einer pro 3–4 TeilnehmerInnen)
- Themenpool: Recherchethemen für Schritt 3 – *siehe Anhang*
- Pinnwand mit Nadeln bzw. rückstandsfrei ablösbares Klebeband (Malerkrepp)
- Selbstklebeetiketten (*optional*)
- Jugendinfo-Material/Goodies zum Auflegen oder Austeilen (*optional*)
- Evaluationsbögen (*optional*)

PRÄSENTATION (PREZI)

- Name der Prezi: Vertiefung 3 „Recherche und Qualität“
- Zugang unter <http://www.jugendinfo.at/oer/lost-in-information-vertiefungen/>
- Ausgedruckte Notizen zur Präsentation (*optional*)

SCHRITT 1: VORSTELLUNG

Lernziele:

- ✓ Kennenlernen
- ✓ Schaffen einer angenehmen Arbeitsatmosphäre
- ✓ Erklären des Workshop-Ablaufs

Zeit: ca. 5 Min.

Materialien:

- Selbstklebeetiketten für Namensschilder (*optional*)
- Kontaktflyer Jugendinformation bzw. Goodies zum Verteilen (*optional*)

TIPPS:

Am Beginn des Workshops ...

- ... den TeilnehmerInnen das „Du“ anbieten
- ... die Modalitäten er-/abklären (Dauer, Hochdeutsch oder Dialekt etc.)
- ... die TeilnehmerInnen Namensschilder beschriften lassen (*optional*)

Ablauf:

1. Willkommen und Begrüßung

Heiße die TeilnehmerInnen herzlich willkommen und schaffe eine angenehme Arbeitsatmosphäre.

2. Kurze Vorstellung

Stelle kurz dich, deine Organisation und deinen Auftrag vor:
Hallo mein Name ist XY, ich arbeite bei XY und meine Aufgabe heute ist es ...

3. Ggf. weitere Fragen/Regeln klären

Gibt's eine Pause? Wie werden Zwischenfragen gestellt (durch Aufzeigen oder Ausrufen)? ...

4. Prezi-Präsentation“ starten

Zugang unter
<http://www.jugendinfo.at/oer/lost-in-information-vertiefungen/>

Name der Prezi:
Vertiefung 3 „Recherche und Qualität“



SCHRITT 2: ZEITUNGSENTEN ODER WIE SICH NACHRICHTEN VERÄNDERN

Lernziele:

- ✓ Bewusstsein schaffen für die Verfälschung von Informationen
- ✓ Bewusstsein schaffen für den Informationsverlust bei der mündlichen Weitergabe der Information

Zeit: ca. 20 Min.

Materialien:

- Arbeitsblatt zur Übung „Zeitungsenten oder wie sich Nachrichten verändern“ – *siehe Anhang*
- Stifte
- Diktier-/Aufnahmegerät bzw. entsprechende App am Handy (optional)

ABLAUF:

1. Vorbereitung

Suche 3 freiwillige SpielerInnen bzw. wähle 3 unter den TeilnehmerInnen aus. Bitte die SpielerInnen Nr. 2 und 3, den Raum zu verlassen. Der/die SpielerIn Nr. 1 bleibt im Raum.

Teile das Arbeitsblatt an die restlichen Workshop-TeilnehmerInnen aus.

2. Übungsablauf

- Lies dem/der SpielerIn Nr. 1 den Text im Arbeitsblatt vor. Du kannst den Text auch mehrmals wiederholen.
- Bitte dann SpielerIn Nr. 2 herein. SpielerIn Nr. 1 gibt die gehörten Informationen an SpielerIn 2 weiter.
- Danach bitte SpielerIn Nr. 3 herein. SpielerIn Nr. 2 vermittelt nun wiederum seine/ihre Version an SpielerIn Nr. 3.
- SpielerIn Nr. 3 teilt anschließend noch einmal der ganzen Gruppe mit, welche Informationen er/sie seiner/ihrer Meinung nach gehört hat.
- Die restlichen Workshop-TeilnehmerInnen haben die Aufgabe, auf dem Arbeitsblatt zu notieren, welche Informationen bei welchem/r SpielerIn noch vorhanden waren. Dazu kreuzen sie das Feld mit der jeweiligen Info bei dem/der jeweiligen SpielerIn an. Neu erfundene Inhalte sollen ebenfalls notiert werden.

3. Auswertung

Vergleicht:

*Sind Informationen verloren gegangen?
Welche? Wann?*

4. Resümee

Die TeilnehmerInnen haben selbst erlebt, wie leicht wesentliche Inhalte vergessen oder verschieden dargestellt werden. Je nach Konzentration und Merkfähigkeit kommt es zu einem mehr oder weniger großen Informationsverlust bei der mündlichen Weitergabe der Information. Auch Gerüchte können leicht entstehen, wenn neue Information dazu gedichtet wird.

Frage zum Abschluss:

Wie glaubt ihr, kann man dem Informationsverlust vorbeugen?

(Notizen bei wichtigen Telefonaten, nach Vorstellungsgesprächen etc.)

TIPP:

... Du kannst die einzelnen Berichte (mit Erlaubnis der SpielerInnen) auch mit einem Diktiergerät o. Ä. aufzeichnen. Am Schluss könnt ihr euch die Aufnahmen oder Teile davon anhören und ganz genau vergleichen.

SCHRITT 3: RECHERCHE & PRÄSENTATION

Lernziele:

- ✓ Kennenlernen verschiedener Informationsquellen und wie man sie verwendet
- ✓ Sensibilisierung bzgl. der Kriterien für qualitätsvolle Information
- ✓ Auseinandersetzen mit Informationskompetenz durch eigene Recherche

Zeit: ca. 45 Min.

Materialien:

- Arbeitsblatt zur Übung „Recherche & Präsentation“ – *siehe Anhang*
- Flipchart-Papier und Flipchart-Marker
- PCs oder Laptops (einer pro 3–4 TeilnehmerInnen)
- Themenpool: Recherchethemen zur Auswahl – *siehe Anhang*

ABLAUF:

1. Vorbereitung

- Teile die TeilnehmerInnen in **Teams zu je 3–4 Personen** ein.
- Jede Gruppe zieht eine **Fragestellung** zum Thema Internet.
- Erkläre die **Aufgabenstellung:**
Teil 1:
 - Die Gruppe erarbeitet das Thema gemeinsam durch Recherche am Computer.
 - Die Gruppe orientiert sich dabei am Arbeitsblatt, eine Person füllt Arbeitsblatt aus.
 - Danach erstellt die Gruppe gemeinsam ein Plakat mit den Ergebnissen.

10 Minuten Pause

Teil 2:

- Präsentation der Plakate und der Ergebnisse durch die gesamte Gruppe für die anderen TeilnehmerInnen.

2. Recherche

- **Recherche durchführen:**
Die TeilnehmerInnen finden und verschriftlichen ihre Recherche-Ergebnisse und gestalten das Plakat.
- **Wichtiger Hinweis:**
Die TeilnehmerInnen sollen auch notieren, wo sie die Informationen gefunden haben (welche Websites). Das sind nämlich die „Quellen“. Falls sie Infos finden, die sie nicht verwenden können (weil sie zum Beispiel nicht aktuell oder falsch sind): bitte auch notieren.

10 Minuten Pause

3. Präsentation

• **Plakate präsentieren:**

Die Gruppen präsentieren nun nacheinander ihre Plakate mit den Recherche-Ergebnissen und die verwendeten Quellen.

• **Reflexion und Diskussion:**

Wie seid ihr zu euren Ergebnissen gekommen?

Auf welche Schwierigkeiten seid ihr gestoßen?

Wie habt ihr verschiedene Quellen gefunden?

War es einfach oder schwierig zu beurteilen, ob die Quellen vertrauenswürdig sind?

Worauf sollte man eurer Meinung nach bei der Recherche besonders achten?

TIPP:

... Du kannst den TeilnehmerInnen auch zusätzliches Recherchematerial zur Verfügung stellen:
Infoblätter, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher (vielleicht falls möglich Zugang zu Bibliothek) (*optional*)

SCHRITT 4: WEBSITE-ANALYSE

Lernziele:

- ✓ Sensibilisierung bzgl. der Kriterien für qualitätsvolle Information
- ✓ Vertiefung und Anwendung der Kriterien

Zeit: ca. 15 Min.

Materialien:

- Checkbogen zur Übung Website-Analyse – siehe Anhang
- Link zum Wikipedia-Artikel „Mäusemilch“: <https://de.wikipedia.org/wiki/Mäusemilch> (sofern noch nicht im Browser geöffnet)

ABLAUF:

1. Öffne/Zeige den **Wikipedia-Artikel „Mäusemilch“**

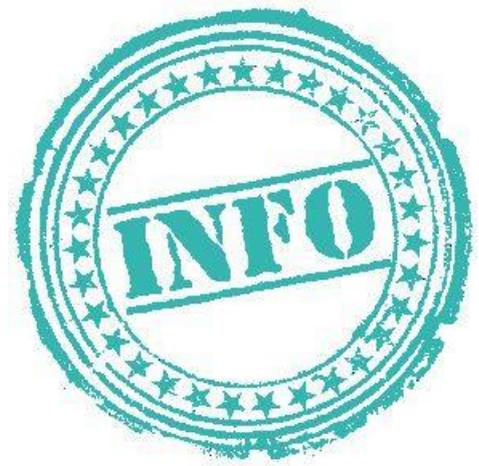
Gib den TeilnehmerInnen kurz Zeit, den Artikel zu lesen.

Frage nach:

Kann die Info eurer Meinung nach stimmen? Warum?

Lass die TeilnehmerInnen dann die W-Fragen beantworten:

1. **Wer** (hat etwas getan)
 2. **Was** (hat er/sie denn getan)
 3. **Wo** (hat er/sie es getan)
 4. **Wann** (hat er/sie es getan)
 5. **Wie** (hat er/sie es getan)
 6. **Warum** (hat er/sie es getan)
 7. **Woher** (ist die Information)
2. Wähle gemeinsam mit den TeilnehmerInnen eine **Website** aus (z. B. der Schule, des Jugendzentrums, Nachrichtenseite ...) und rufe diese auf.
3. **Analysiere** gemeinsam mit den TeilnehmerInnen die Website anhand der Kriterien im **Checkbogen**.
4. Wertet zum Schluss durch Zusammenzählen aus, wie gut die Website ist.



TIPPS:

Gib im Rahmen der Website-Analyse einen kurzen Input zu **Google und Wikipedia** als Infoquellen:

- ... Benutze die Infos aus dem LII-Glossar.
- ... **Google:** Gehe besonders auf den Suchalgorithmus und die Reihung der Suchergebnisse ein.
- ... **Wikipedia:** Wie funktioniert Wikipedia? Worauf muss man besonders achten? Wer darf dort schreiben? Wann ist ein Artikel auf Wikipedia fertig und kann nicht mehr geändert werden? (Keine Redaktion, kollaboratives Schreiben, Kontrollmechanismen, Einzelnachweise – Diskussion – Versionsgeschichte)

SCHRITT 5: FAKE NEWS ERKENNEN

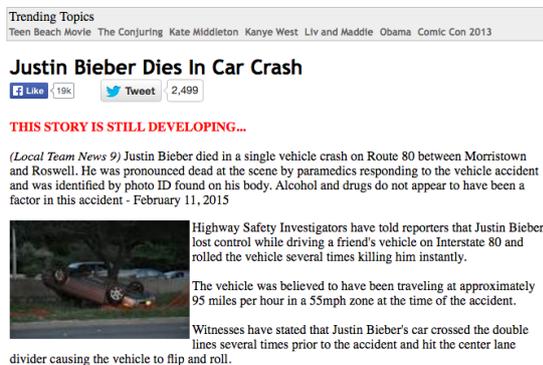
Lernziele:

- ✓ Bewusstsein schaffen für Fake News
- ✓ Tipps zum Erkennen von Fake News vermitteln generieren

ABLAUF:

1. Glaubwürdig oder nicht?

- Zeige den TeilnehmerInnen den **Zeitungsartikel** „Justin Bieber Dies in Car Crash“:



Trending Topics
Teen Beach Movie The Conjuring Kate Middleton Kanye West Liv and Maddie Obama Comic Con 2013

Justin Bieber Dies In Car Crash

Like 19k Tweet 2,499

THIS STORY IS STILL DEVELOPING...

(Local Team News 9) Justin Bieber died in a single vehicle crash on Route 80 between Morristown and Roswell. He was pronounced dead at the scene by paramedics responding to the vehicle accident and was identified by photo ID found on his body. Alcohol and drugs do not appear to have been a factor in this accident - February 11, 2015

Highway Safety Investigators have told reporters that Justin Bieber lost control while driving a friend's vehicle on Interstate 80 and rolled the vehicle several times killing him instantly.

The vehicle was believed to have been traveling at approximately 95 miles per hour in a 55mph zone at the time of the accident.

Witnesses have stated that Justin Bieber's car crossed the double lines several times prior to the accident and hit the center lane divider causing the vehicle to flip and roll.

Woran erkennt ihr, ob der Artikel richtig ist oder nicht?

Glaubt ihr dem Autor? Warum schon, warum nicht?

Was kann man tun, um herauszufinden, ob etwas im Internet stimmt?

Die Antworten auf folgende Fragen helfen bei der Einschätzung:

- Wer ist die Quelle?
 - Wie ist der Schreibstil?
 - Wer ist der Autor?
 - Wie aktuell ist die Info?
 - Macht die Seite/Meldung/Info einen professionellen Eindruck?
 - Gibt es Verlinkungen zu anderen Seiten?
 - Was sagen andere Medien/Quellen dazu?
- Zeige den TeilnehmerInnen die **Werbung** zum iPhone-Gewinn:



JETZT SOFORT GEWINNEN!
DAS NEUE iPhone

Gewinne jetzt ein begehrtestes iPhone 5. Für das Teilnahmeformular rechts unten ein, mehr ist nicht zu tun! Das neue iPhone 5. Dein, einzigartiges und bestmögliches.

Danke, dass du Kontakt mit uns hast! Wir werden uns bei dir für deine Teilnahme bedanken. Wir werden versuchen das als einer von 10 möglichen Gewinnern auszuwählen.

HIER GEWINNT JEDER

DEIN GEWINN

Gewinne Daten anfordern:
Anrede:
Vorname:

Zeit: ca. 15 Min.

Materialien:

- Zeitungsartikel, Werbung, Foto – *siehe Präsentation*
- Link zum Video „Wie entlarve ich Fake News?“: <https://youtu.be/K7xAjvPigYI> (sofern noch nicht im Browser geöffnet) – *Skript siehe Anhang*
- Evaluationsbögen (*optional*)

Wenn dieses Fenster aufpoppt, bist „du auserwählt worden und hast ein iPhone gewonnen. Jetzt musst du nur noch deine Daten eingeben, dann gehört es dir“. Ist das glaubwürdig?

Weitere Tipps zu „glaubhaft oder nicht“:

- Nicht alles glauben/kritisch sein
- Persönliche Daten nicht leichtfertig weitergeben – hier hätte z. B. man auch noch seine Kreditkartennummer angeben müssen (warum sollte man das hier tun?)
- Niemand hat etwas zu verschenken
- Auf Kleingedrucktes achten, versteckte Kosten
- Erfahrungsberichte googeln
- Virenschutzsoftware nutzen – auch für Handys!
- Andere um ihre Einschätzung bitten, z. B. Geschwister, FreundInnen, Eltern, LehrerInnen ...

- Zeige den TeilnehmerInnen das **Foto** von Reality-Star Kim Kardashian:



Fällt euch etwas auf?

This looks shopped:

- Viele Fotos im Internet werden bearbeitet („gephotoshopped“). Hier sieht man z. B. an dem Knick in der Leiste zum Kleiderschrank, dass Kim ihren Busen am Foto vergrößert hat.
- Glaub nicht alles, was du siehst ...

2. Fake News, Bilder und Videos erkennen

Zeige folgendes Video und sprich gleichzeitig über die gezeigten Tipps:

Video: »Wie entlarve ich Fake News?«, BR24, 2017, 1:56 min <https://youtu.be/K7xAjvPigYI>



Ein Skript zum Video findest du im Anhang: BR24 „Wie entlarve ich Fake News?“

3. Rückwärtssuche von Bildern ausprobieren

- Rufe die Google-Bildersuche auf: www.google.at/imghp (bzw. klicke auf der Google-Startseite rechts oben auf „Bilder“)
- Klicke auf das Kamera-Symbol in der Suchzeile



- Füge entweder eine Bild-URL ein oder ziehe das Bild einfach direkt hinein. Alternativ kann auch ein am Computer gespeichertes Bild hochgeladen werden.

- Klicke zum Suchen auf

Bildersuche

4. YouTube Data Viewer von Amnesty International ausprobieren

Stelle den YouTube Data Viewer von Amnesty International genauer vor. Er hilft beim Erkennen von gefälschten Videos.

<https://citizenevidence.amnestyusa.org>

Mit dem Data Viewer kannst du herausfinden, wann ein Video zum ersten Mal auf YouTube hochgeladen wurde.

5. Weitere Tipps zum Erkennen von Fake News

Stelle die Seiten www.mimikama.at und www.hoaxsearch.com genauer vor.

6. Komme zum **Abschluss** des Workshops:
Gibt es noch Fragen oder Anmerkungen?
Wenn ja, beantworte die Fragen kurz bzw. nimm die Anmerkungen entgegen.
7. Bedanke dich für die Aufmerksamkeit und beende den Workshop.
8. Teile ggf. noch die Evaluationsbögen aus. (*optional*)



TIPP:

Du kannst das Video auch gleich zu Beginn zeigen und als Ausgangsbasis für die weiteren Punkte in Schritt 5 nehmen.

Vertiefung 4

ENTSCHEIDUNGSKOMPETENZ

Kopf, Bauch oder auf gut Glück –

Wie treffe ich Entscheidungen und warum?

DAUER

Variante 1: 50 Minuten (1 Unterrichtsstunde)

Variante 2: 75 Minuten

LERNZIELE

- ✓ Bewusstsein schaffen für (eigene) Entscheidungsprozesse
- ✓ Verschiedene Entscheidungsarten kennenlernen
- ✓ Verschiedene Entscheidungsarten zur Entscheidungsfindung anwenden

Variante 1 (50 Min.):

DIESER WORKSHOP UMFASST 5 SCHRITTE

SCHRITT 1: Vorstellung | ca. 5 Min.

SCHRITT 2: Persönliche Erfahrungen mit Entscheidungsfindung | ca. 5 Min.

SCHRITT 3: Spiel & Input: Entscheidungsarten und -kompetenz | ca. 10 Min.

SCHRITT 4: Das Einsame-Insel-Spiel | ca. 25 Min.

SCHRITT 5: Feedback & Abschluss | ca. 5 Min.

Variante 2 (75 Min.):

DIESER WORKSHOP UMFASST 6 SCHRITTE

SCHRITT 1: Vorstellung | ca. 5 Min.

SCHRITT 2: Persönliche Erfahrungen mit Entscheidungsfindung | ca. 5 Min.

SCHRITT 3: Spiel & Input: Entscheidungsarten und -kompetenz | ca. 10 Min.

SCHRITT 4: Das Einsame-Insel-Spiel | ca. 25 Min.

SCHRITT 5: Hilfe, ich kann mich nicht entscheiden! | ca. 25 Min.

SCHRITT 6: Feedback & Abschluss | ca. 5 Min.

MATERIALIEN

- Laptop / PC mit Lautsprecher
- Beamer
- Karten/Bilder mit folgenden Gegensatzpaaren (ein Motiv pro Karte, 2 Karten pro Paar):
 - Rot / Blau
 - iPhone / Samsung
 - Ronaldo / Messi
- Das Einsame-Insel-Spiel – *Vorlage siehe Anhang*
- Stifte und Papier
- *Für Variante 2:* Beispiele für schwieriger Entscheidungen – falls zu wenig Input von den Jugendlichen selbst (*optional*) – *siehe Anhang*
- Evaluationsbögen (*optional*)

PRÄSENTATION (PREZI)

- Name der Prezi: Vertiefung 4 „Entscheidungskompetenz“
- Zugang unter <http://www.jugendinfo.at/oer/lost-in-information-vertiefungen/>
- Ausgedruckte Notizen zur Präsentation (*optional*)

SCHRITT 1: VORSTELLUNG

Lernziele:

- ✓ Kennenlernen
- ✓ Schaffen einer angenehmen Arbeitsatmosphäre
- ✓ Erklären des Workshop-Ablaufs

Zeit: ca. 5 Min.

Materialien:

- Selbstklebeetiketten für Namensschilder (*optional*)
- Kontaktflyer Jugendinformation bzw. Goodies zum Verteilen (*optional*)

TIPPS:

Am Beginn des Workshops ...

- ... den TeilnehmerInnen das „Du“ anbieten
- ... die Modalitäten er-/abklären (Dauer, Hochdeutsch oder Dialekt etc.)
- ... die TeilnehmerInnen Namensschilder beschriften lassen (*optional*)

Ablauf:

1. Willkommen und Begrüßung

Heiße die TeilnehmerInnen herzlich willkommen und schaffe eine angenehme Arbeitsatmosphäre.

2. Kurze Vorstellung

Stelle kurz dich, deine Organisation und deinen Auftrag vor:
Hallo mein Name ist XY, ich arbeite bei XY und meine Aufgabe heute ist es ...

3. Ggf. weitere Fragen/Regeln klären

Gibt's eine Pause? Wie werden Zwischenfragen gestellt (durch Aufzeigen oder Ausrufen)? ...

4. Prezi-Präsentation“ starten

Zugang unter
<http://www.jugendinfo.at/oer/lost-in-information-vertiefungen/>

Name der Prezi:
Vertiefung 4 „Entscheidungskompetenz“

Wichtig: Es gibt im Workshop keine richtigen oder falschen Entscheidungen!

Das Ziel ist nicht, dass man immer eine perfekte Entscheidung trifft, sondern ein besseres Verständnis für Entscheidungsprozesse und die Möglichkeiten zur Entscheidungsfindung.



SCHRITT 2: PERSÖNLICHE ERFAHRUNGEN MIT ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

Lernziele:

- ✓ Bewusstsein schaffen für die eigenen Entscheidungsprozesse
- ✓ Sichtbar machen, wie viele Entscheidungen wir alle täglich treffen (müssen)

Zeit: ca. 5 Min.

Materialien: keine

ABLAUF:

1. Frage an alle

Stelle einleitend folgende Fragen:

*Welche Entscheidungen trifft ihr täglich?
Welche Entscheidung habt ihr zuletzt getroffen?*

2. Du kannst die TeilnehmerInnen unterstützen, indem du einige **einfache Beispiele** für alltägliche Entscheidungen nennst:

- Cornflakes oder Marmeladebrot zum Frühstück?
- Mit den Öffis oder dem Fahrrad in die Schule?
- Snapchat-Filter aufs Foto ja oder nein?

3. Weiterführende Fragen zur Überleitung

*Seid ihr überrascht, wie viele Entscheidungen ihr eigentlich jeden Tag trefft?
Wie sehr denkt ihr über diese Entscheidungen nach? Wie kommt ihr zu den Entscheidungen?*

SCHRITT 3: SPIEL & INPUT: ENTSCHEIDUNGSARTEN UND -KOMPETENZ

Lernziele:

- ✓ Bewusstsein schaffen für (die eigenen) Entscheidungsprozesse
- ✓ Wissen, was es bedeutet, „entscheidungskompetent“ zu sein
- ✓ Kennenlernen verschiedener Entscheidungsarten

Zeit: ca. 10 Min.

Materialien:

- entsprechende Präsentation
- Karten/Bilder mit folgenden Gegensatzpaaren (ein Motiv pro Karte, 2 Karten pro Paar):
 - Rot / Blau
 - iPhone / Samsung
 - Ronaldo / Messi

TIPPS:

Statt ...

- ... der Karten mit den Gegensatzpaaren kannst du die jeweiligen Bilder auch als Folien in die Präsentation einbauen. Rechts auf der Folie entspricht dann rechts im Raum, links auf der Folie links im Raum.
- ... der angegebenen Motive kannst du natürlich auch eigene Gegensatzpaare aussuchen. Wichtig ist nur, zwei Optionen vorzugeben und eine schnelle Entscheidung einzufordern.

ABLAUF:

1. Spiel: Hör auf deinen Bauch!

Bitte die TeilnehmerInnen aufzustehen.

Zeige ein Gegensatzpaar und platziere die Bilder links und rechts im Raum.

Dann fordere die TeilnehmerInnen auf, sich ganz spontan für eine der beiden Möglichkeiten zu entscheiden und rasch dorthin zu gehen.

Wiederhole das Spiel mit den restlichen Gegensatzpaaren.

2. Was ist Intuition?

Frage die TeilnehmerInnen anschließend, wieso sie sich für die jeweilige Option entschieden haben.

Verdeutliche, dass sie eine komplexe Entscheidung mit unterschiedlichen Faktoren sehr schnell „aus dem Bauch heraus“ getroffen haben – ohne groß nachzudenken oder Listen zu machen.

Die TeilnehmerInnen haben also auf ihr Bauchgefühl, ihre Intuition gehört.

3. Input zu Entscheidungsarten

Wir entscheiden uns auf unterschiedlichste Arten, oft auch unbewusst. Wie können also Entscheidungen getroffen werden?

Stelle die gängigsten Entscheidungsarten vor und erkläre die Vor- und Nachteile der einzelnen Methoden. Die TeilnehmerInnen können jeweils Beispiele finden.

- Zufall

Münze, Würfel

- Vorteile / Nachteile bzw. Pro & Contra

Man macht zwei Spalten und schreibt in die eine die zu erwartenden Vorteile, in die andere die zu erwartenden Nachteile einer Entscheidung.

- Mathematisch

Mathematisch ist das komplexeste Prinzip. Hier wird eine Tabelle erstellt und den diversen Optionen werden Charakteristika zugeordnet, die dann wieder nach Wichtigkeit geordnet werden. Dadurch entsteht ein Raster, das bei der Entscheidung hilft.

- Ausschlussprinzip

Nicht passende Optionen werden solange weggestrichen, bis nur noch eine übrig ist. Diese Methode kann auch benutzt werden, um eine große Anzahl an Optionen einzuzugrenzen.

- Intuition (Bauchgefühl)

Die am häufigsten verwendete Methode. Wir alle verfügen über Intuition bzw. ein Bauchgefühl zu Situationen, Entscheidungen, Optionen usw. Diese Entscheidungsmöglichkeit benutzen wir ununterbrochen.

Ein Beispiel ist das Treten oder Werfen eines Balls. Dafür gibt es sogar eigens erstellte Formeln – diese rechnen wir aber niemals bewusst durch, das Treten oder Werfen passiert auf einer intuitiven Ebene und ist dennoch oft sehr genau (und kann damit auch trainiert werden, wenn es regelmäßig praktiziert wird).

Intuition kann als innerer Kompass gesehen werden: Sie nimmt uns automatische Entscheidungen ab, unterstützt uns aber auch bei hochkomplexen Entscheidungen.

- FreundInnen/Familie fragen

Der Rat und Erfahrungsschatz von Menschen, die uns gut kennen und denen wir vertrauen, ist ebenfalls eine wichtige Grundlage für Entscheidungen.

4. Input zu Entscheidungskompetenz

Was bedeutet nun Entscheidungskompetenz? Entscheidungskompetenz heißt:

Ich kann ...

... die Fragestellung klären.

Worum soll es in meiner Entscheidung gehen? Was ist die genaue Frage?

Beispiel: „Welches Handy passt am besten für mich?“

... Ziele klären.

Was soll das Ziel der Entscheidung sein?

Beispiel: „Das für mich am besten passende neue Handy besitzen.“

... Optionen entwickeln.

Informationen werden eingeholt und mehrere Optionen entwickelt. Eine Entscheidung kann immer nur zwischen mindestens zwei Optionen stattfinden, theoretisch aber hunderte mögliche Antworten haben. Hier ist es wichtig, die Optionen auch vernünftig einzuzugrenzen. An diesem Punkt schließt die Infokompetenz an.

... eine Entscheidung treffen.

Die Entscheidung wird bewusst oder unbewusst mittels der unterschiedlichen Entscheidungsarten getroffen (und anschließend umgesetzt).

... das Ergebnis überprüfen.

In der Ergebnisüberprüfung geht es darum, der Entscheidung abschließend noch einmal auf den Zahn zu fühlen und sie dahingehend zu überprüfen, ob sie auch den vorgegebenen Kriterien entspricht.

TIPP:

Alternativen ...

... Falls der Workshop-Raum zu klein für das Hör auf deinen Bauch!-Spiel ist, kannst du die TeilnehmerInnen auch spontan per Handzeichen zwischen zwei Optionen entscheiden lassen. Dazu zeige einfach die Karten bzw. die entsprechenden Bilder in der Präsentation. Hier kannst du eventuell auch mehr Entscheidungsmöglichkeiten vorgeben, da diese Variante weniger Zeit in Anspruch nimmt.

SCHRITT 4: DAS EINSAME-INSEL-SPIEL

Lernziele:

- ✓ Bewusstsein schaffen für verschiedene Entscheidungsarten
- ✓ Anwenden verschiedener Entscheidungsarten

Zeit: ca. 25 Min.

Materialien:

- Das Einsame-Insel-Spiel – Vorlage siehe Anhang
- Stifte
- Würfel, Münzen (optional)

ABLAUF:

1. Teile die TeilnehmerInnen in **Kleingruppen** zu 3–5 Personen ein bzw. lass die TeilnehmerInnen selber Gruppen bilden.
2. Teile die **Vorlage** aus (1 pro Gruppe) und erkläre kurz das Spiel.
Bitte die TeilnehmerInnen, nicht nur ihre Ergebnisse, sondern auch ihren Entscheidungsweg dahin auf der Vorlage (Rückseite) in Stichworten kurz zu protokollieren.
3. **Los geht's!**
Die TeilnehmerInnen haben ca. 15 Minuten Zeit, zu ihrer Entscheidung zu kommen. Gib ca. 5 Minuten vor Schluss ein Zeichen, dass die Zeit bald abgelaufen ist.
4. Vergleiche anschließend die **Ergebnisse** und **Lösungswege**:

Welche sind die Top 5-Gegenstände aus allen Gruppen zusammengefasst?

Welche ist eurer Meinung nach die einfachste Entscheidungsmethode? Ist das auch die beste?

Welche ist eure Lieblingsmethode?

Welche Methode ist eurer Meinung nach am geeignetsten, um eine Entscheidung in der Gruppe zu treffen?



SCHRITT 5: HILFE, ICH KANN MICH NICHT ENTSCHEIDEN! – Variante 2

Lernziele:

- ✓ Anwenden / Üben verschiedener Entscheidungsarten
- ✓ Bewusstmachen der Komplexität von Entscheidungen
- ✓ Hervorheben von Vor- und Nachteilen verschiedener Entscheidungsarten

Zeit: ca. 25 Min.

Materialien:

- Stifte und Papier
- Beispiele für schwieriger Entscheidungen – falls zu wenig Input von den Jugendlichen selbst (*optional*)

ABLAUF:

1. Bitte die TeilnehmerInnen **Paare** zu bilden.
2. Erkläre kurz die **Aufgabe**:
Ein/e TeilnehmerIn soll jeweils ein Beispiel für eine schwierige Entscheidung bringen. Der/die andere Jugendlichen hilft dann bei der Entscheidung.
Beide überprüfen im Nachhinein welche Entscheidungsart angewandt wurde und welche Vor- und Nachteile sie hat.
Danach wird gewechselt und der/die andere TeilnehmerIn wählt eine schwierige Entscheidung als Beispiel aus.
3. Bitte die TeilnehmerInnen, in Stichworten kurz zu mitzuschreiben.

4. Los geht's!

Die TeilnehmerInnen haben pro Runde ca. 10 Minuten Zeit.

Gib ca. 3 Minuten vor Schluss ein Zeichen, dass die Zeit bald abgelaufen ist.

5. Beende nach 20 Minuten die Diskussionen und leite zu einer kurzen **Nachbesprechung** über:

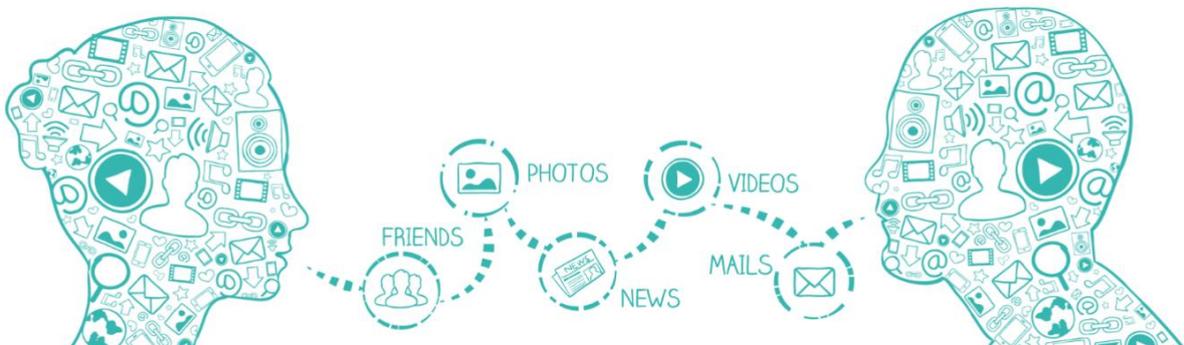
Welche Entscheidungsarten habt ihr ausprobiert?

Welche hat eurer Meinung nach zu der besten Entscheidung geführt?

Meint ihr, sind in unterschiedlichen Settings jeweils andere Entscheidungsarten zielführend?

TIPPS:

- Du kannst – je nach TeilnehmerInnenzahl – die TeilnehmerInnen statt Paaren auch Kleingruppen bilden lassen.
- Stelle zu Beginn jedenfalls klar, dass die Beispiele für die Entscheidungen frei erfunden sein können. Sie sollen zwar realistisch sein, müssen aber nicht aus dem eigenen Leben gegriffen sein!
- Wenn den TeilnehmerInnen keine eigenen Beispiele einfallen, unterstütze Sie mit vorbereiteten Beispielen für schwierige Entscheidungen.



SCHRITT 5 (Variante 1) bzw. SCHRITT 6 (Variante 2): FEEDBACK & ABSCHLUSS

Lernziele:

- ✓ Reflexion

Zeit: ca. 5 Min.

Materialien:

- Jugendinfo-Material/Goodies zum Auflegen oder Austeilen (optional)
- Evaluationsbögen (optional)

ABLAUF:

1. Was nehmt ihr mit?

Glaubt ihr, werdet ihr nach diesem Workshop eure nächste Entscheidung anders angehen?

Was ist eurer Meinung nach für eure persönliche Entscheidungsfindung am wichtigsten?

Gibt es noch **Fragen oder Anmerkungen**?
Wenn ja, beantworte die Fragen kurz bzw. nimm die Anmerkungen entgegen.

2. Allgemeine Feedbackrunde

Sammele in einer Schlussrunde noch generelles Feedback zum Workshop:

Was hat euch am Workshop gefallen? Was nicht? Was würdet ihr anders machen?

Bedanke dich bei den TeilnehmerInnen fürs Mitmachen und lade sie ein, bei Fragen zu diesem oder anderen Themen die Jugendinfo zu kontaktieren.

Teile ggf. noch die Evaluationsbögen aus. (optional)



GLOSSAR –

Übersicht über die wichtigsten Begriffe

A

Algorithmus

Siehe: ↪ [Suchalgorithmus](#)

Amnesty International Data Viewer

Der YouTube Data Viewer von Amnesty International ist ein Tool, das beim Erkennen von gefälschten YouTube-Videos hilft. Es erkennt, wann ein Video das erste Mal auf YouTube veröffentlicht wurde: <https://citizenevidence.org/2014/07/01/youtube-dataviewer/> / <https://citizenevidence.amnestyusa.org>

B

Big Data

Der Begriff „Big Data“ bezeichnet einerseits den im Internet verfügbaren Datenberg – Datenmengen, die so groß sind, dass man sie mit normaler Soft- oder Hardware bzw. herkömmlichen Methoden der Datenverarbeitung nicht mehr bewältigen kann. Auf Deutsch wird dafür auch der Begriff „Massendaten“ gebraucht.

Andererseits sind mit „Big Data“ oft nicht nur die Daten an sich, sondern auch die Sammlung, Analyse und Nutzung dieser Daten gemeint. Dabei sucht man in den Datenmengen automatisiert nach Mustern und Zusammenhängen, die man dann auswerten und vermarkten kann (Beispiel: „Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch ...“). Auch die Vernetzung von Datenquellen führt zu neuen Nutzungsmöglichkeiten.

Die Wirtschaft verspricht sich dadurch beispielsweise neue Einblicke in die Interessen ihrer KundInnen, ihr Risikopotenzial und ihr Kaufverhalten, und generiert personenbezogene Profile. Oft liegt vom Betroffenen KEIN Einverständnis für die Verwendung der Daten vor → Probleme mit Datenschutz und Persönlichkeitsrechten (z. B. gilt man durch die Statistik als kreditunwürdig und risikobehaftet, weil man im „falschen“ Stadtviertel wohnt, und bekommt deswegen keinen Kredit von der Bank).

Siehe auch: ↪ [Cookies](#) ↪ [Tracking](#)

Bildrechte in Sozialen Netzwerken

Wem gehören die Fotos, die du auf Facebook oder Instagram hochlädst oder per WhatsApp verschickst? Welche Rechte trittst du beim Hochladen an die Unternehmen ab?

Bei der Anmeldung in einem Sozialen Netzwerk stimmst du den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) zu. Dort ist geregelt, welche Rechte an deinen Inhalten, z. B. Fotos, du dem Unternehmen überlässt. Für alle Plattformen gilt: Das Urheberrecht bleibt immer bei dir, das Foto gehört also weiterhin dir. Du räumst den Plattformen allerdings gewisse Nutzungsrechte ein und zwar meist eine nicht-exklusive, gebührenfreie, unterlizenzierbare und übertragbare Lizenz zur Nutzung deiner Inhalte.

Das bedeutet, dass die Plattformen deine Fotos theoretisch weltweit verwenden, verbreiten und auch an Dritte verkaufen, z. B. für Werbung. Die Rechtslage dazu ist aber sehr schwammig, der Oberste Gerichtshof in Österreich hat in einem Verfahren festgestellt, dass Dritte deine auf Facebook

hochgeladenen Fotos **nicht** ohne deine Zustimmung verwenden dürfen. Aber das könnte von Fall zu Fall verschieden entschieden werden. Bei WhatsApp sind noch dazu die AGBs so schwammig formuliert, dass unklar ist, ob diese Lizenz für alle Inhalte oder nur dein Profilbild gilt.

Das bedeutet: Sei dir bewusst, dass deine Fotos im Zweifelsfall auch jemand anderer nutzen kann und wäge beim Posten von Inhalten entsprechend ab.

Übrigens: WhatsApp und Instagram gehören beide zum Unternehmen Facebook. Die Plattformen sind miteinander verbunden und können wahrscheinlich auch gegenseitig die jeweiligen Inhalte zugreifen.

Siehe auch: ↪ [Recht am eigenen Bild](#) ↪ [Urheberrecht](#)

C

Cookies

Ein Cookie (englisch für „Keks“) ist eine Datei, die eine besuchte Website über den Webbrowser am Computer des/der NutzerIn platziert. Mit Hilfe des Cookies kann der/die NutzerIn beim nächsten Besuch der Website identifiziert und wiedererkannt werden.

Diese eindeutige Wiedererkennung hat viele Vorteile (z. B. Speichern von Anmelde- und Formulardaten oder Warenkörben beim Online-Shopping), aber auch Nachteile: Cookies können dein Surfverhalten im Internet – ohne dass du es merkst – auch über einen längeren Zeitraum und über mehrere Websites nachverfolgen. Dazu musst du auch nicht auf den Websites eingeloggt sein.

Welche Cookies benutzt und gespeichert werden, kannst du bei den Einstellungen deines Webbrowsers unter „Sicherheit und Datenschutz“ zumindest teilweise anpassen.

Siehe auch: ↪ [Big Data](#) ↪ [Tracking](#)

D

Digitaler Fußabdruck

Dein digitaler Fußabdruck besteht aus den Spuren, die du hinterlässt, während du das Internet benutzt.

Alle Aktivitäten im Internet hinterlassen digitale Spuren, egal ob du „nur“ surfst, ein E-Mail verschickst, Videos oder Fotos hochlädst, Facebook benutzt, eine WhatsApp schreibst oder etwas online einkaufst. Und dabei ist es auch egal, welches Gerät du verwendest – Stand-PC oder Laptop, Smartphone oder Tablet. Die digitalen Spuren bestehen aus Daten mit persönlichen Informationen über dich, die online übertragen werden. Sie können bis zu dir zurückverfolgt werden und ergeben zusammengesetzt ein ziemlich genaues Bild von dir. Dieses Bild steht online für andere zur Verfügung, du hast kaum bis keine Kontrolle mehr darüber, wer die Infos über dich wie verwendet.

Oder um beim Vergleich mit dem Fußabdruck zu bleiben: Dein digitaler Fußabdruck verrät nicht nur deine Schuhgröße, sondern – unter anderem – auch, dass du in der Schule am liebsten Converse trägst, deine Flip-Flops im Sommer am Strand in Kroatien ruiniert hast, demnächst Geburtstag hast, gerne neue Winterstiefel hättest, obwohl du eigentlich keine brauchst, aber du findest, dass deine roten vom letzten Jahr nicht zum Rot-

Ton deiner aktuell frisch gefärbten Haare passen, dein Konto aber im Minus ist, du deswegen überlegst, einen Nebenjob zu suchen, aber noch keinen in der Nähe deines Wohnorts gefunden hast, weil der einzig momentan verfügbare ein Katzensitter-Job ist, du aber allergisch auf Katzenhaare bist.

Siehe auch: ↪ [Big Data](#) ↪ [Tracking](#)

DuckDuckGo

DuckDuckGo (DDG; manchmal auch Duck2Go) ist eine Suchmaschine, die (laut eigenen Angaben) keine persönlichen Daten ihrer NutzerInnen sammelt oder teilt. DuckDuckGo speichert die IP-Adressen der NutzerInnen, ihre Suchanfragen und den Suchverlauf nicht. ↪ [Cookies](#) werden nur verwendet, wenn sie absolut notwendig sind. Es gibt kein ↪ [Tracking](#) und keine zielgerichtete Werbung. Alle NutzerInnen bekommen dieselben Suchergebnisse. <https://duckduckgo.com>

Siehe auch: ↪ [Google](#) ↪ [Metasuchmaschinen](#)

F

Filterblase / Filter Bubble

Filterblasen entstehen durch Algorithmen bei Suchmaschinen und in sozialen Netzwerken, die auswerten, welche Informationen beim einzelnen User/bei der einzelnen Userin besonders beliebt sind, und diese in Folge verstärkt anzeigen. Das Suchergebnis bzw. die Timeline soll möglichst interessant sein, damit der/die NutzerIn möglichst lange auf der Seite bleibt und oft wiederkommt – und hoffentlich hin und wieder eine Werbeanzeige anklickt.

Damit der/die NutzerIn sich also wohlfühlt, werden vor allem Texte und Meinungen angezeigt, die das eigene Weltbild bestätigen. Sie passen zu dem, was man längst weiß, und streicheln das eigene Ego – die KonsumentInnen nehmen nur noch die eigenen Überzeugungen wahr. Es kann sich also eine Art Echokammer bilden, in der nur noch die eigene Sicht zugelassen wird. Die Gefahr dabei: zu vergessen, dass man die Welt auch anders sehen kann. Die Fähigkeit zum kritischen und konstruktiven Diskurs geht verloren, man wird anfällig für Falschinformationen und Fake News. Das ist auch gefährlich für unsere Demokratie: Nur mündige und umfassend informierte BürgerInnen können bei einer Wahl eine fundierte Entscheidung treffen.

Ein eindrucksvolles Beispiel, wie Filterblasen ausschauen können, hat die Tageszeitung Der Standard 2016 im Zuge der Bundespräsidentenwahl zusammengestellt: <http://derstandard.at/2000048426887/Was-Hofers-und-Van-der-Bellens-Anhaenger-auf-Facebook-sehen>

4 Tipps zum Verhindern/Reduzieren von Filterblasen:

- Tracking verhindern
- Andere, alternative Suchmaschinen verwenden
- Medienkonsum ändern
- Facebook-Einstellungen überprüfen

Siehe auch: ↪ [DuckDuckGo](#) ↪ [Google](#) ↪ [Tracking](#)

G

Google

Google ist eine Internet-Suchmaschine des US-amerikanischen Unternehmens Google LLC und ist die meistbesuchte Website der Welt. Google bearbeitet pro Tag mehr als 3 Milliarden Suchanfragen. In Europa ist Google mit einem Marktanteil von über 90 % eindeutig die beliebteste Suchmaschine.

Google trackt sehr viele Daten seiner NutzerInnen – die Suchmaschine erfasst also bei jedem Aufruf systematisch Daten und führt diese zusammen. Ziel: Werbeanzeigen, die auf den Interessen und dem früheren Surfverhalten beruhen.

Es werden nicht alle Seiten im Internet von Google berücksichtigt, sondern nur die Seiten angezeigt, die mit Hilfe von Suchrobotern auf einem Index abgelegt sind. Google ist eine indexbasierte Suchmaschine. Im Gegensatz dazu erstellen [Metasuchmaschinen](#) beispielsweise keinen eigenen Index, sondern führen die Ergebnisse mehrerer Suchmaschinen zusammen.

Der [Suchalgorithmus](#) von Google, also nach welchen Kriterien die Ergebnisse von Google-Suchen gereiht sind, ist nicht genau bekannt. Es fließen aber Punkte wie häufige Aktualisierung und die Zahl der Verweise mit ein.

Siehe auch: [DuckDuckGo](#) [Metasuchmaschinen](#) [Tracking](#)

I

Impressum

Jede in Österreich registrierte Website muss offenlegen, wer sie zu welchem Zweck betreibt. Das wird in einem sogenannten „Impressum“ festgehalten. Man spricht von Offenlegungspflicht bzw. Anbieterkennzeichnung, geregelt nach § 25 Mediengesetz und § 5 E-Commerce-Gesetz.

Das Impressum muss zumindest den Namen des/der MedieninhaberIn, den Unternehmensgegenstand und den Wohnort oder Firmensitz des/der MedieninhaberIn beinhalten.

Nicht in allen Ländern ist so eine Kennzeichnung Pflicht. Allerdings ist ein Impressum immer ein wichtiges Merkmal einer seriösen Website. Bei Websites – besonders Online-Shops! – ohne Impressum bzw. erweiterten Kontaktdaten oder mit offensichtlichen Phantasie-Angaben (z. B. Telefonnummern wie 123456789) solltest du skeptisch sein.

Die Angaben eines Impressums kannst du auf verschiedene Weise nachprüfen. Am einfachsten du startest eine Internetsuche nach dem Personen- oder Firmennamen bzw. Namen der Organisation. Bei unseriösen Webseiten gibt es oft schon Warnhinweise im Netz. Aus den Suchergebnissen lassen sich auch oft Verbindungen zu anderen Websites/Organisationen/Firmen und etwaige ideologische oder kommerzielle Ausrichtungen erkennen. Adressen lassen sich meist mit Google Maps leicht nachprüfen. Österreichische Firmen findest du beispielsweise im [Firmenregister der Wirtschaftskammern Österreich](#), solche offiziellen Datenbanken gibt es auch in anderen Ländern.

J

Jamendo

Jamendo ist ein Online-Musikdienst, bei dem man lizenzfreie Musik für den privaten Gebrauch kostenlos streamen und herunterladen kann. Achtung: Die Musik darf aber nicht weiterverbreitet werden!
www.jamendo.com

Siehe auch: ↪ Lizenzfreie Werke / Creative Commons ↪ Urheberrecht

L

Lifehacks

Lifehacks sind Tipps zur Erleichterung des Alltags oder Lösungsansätze für ein Problem. Sie werden meist online geteilt und sollen die Effektivität oder Effizienz erhöhen.

Lizenzfreie Werke / Creative Commons

Lizenzfreie Werke sind Werke, die von ihren UrheberInnen für andere Personen zur Nutzung freigegeben sind.

Damit im Zusammenhang stehen auch die CC-Lizenzen (= Creative Commons), durch die man unter bestimmten Bedingungen die Werke anderer nutzen darf, z. B.: CC0: Werke dürfen ohne Namensnennung etc. verwendet werden CC BY: der Urheber des Werks muss genannt werden und - wenn der Titel bekannt - muss auch dieser genannt werden.

Siehe auch: ↪ Urheberrecht

M

Medien

Medien sind Träger von Informationen und Botschaften. Inhaltlich lassen sich folgende Kategorien benennen: Information, Kommunikation, Spiele und Unterhaltung. Generell unterscheidet man zwischen digitalen/neuen und analogen/alten Medien.

Digitale bzw. neue Medien = CDs, Internet, Computer- und Konsolenspiele, Handys, digitale Fotos, digitales Radio, digitales Fernsehen und digitales Video, Tablets sowie E-Books

Analoge bzw. alte Medien = Printmedien (wie Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Plakate etc.), Audiokassetten, VHS-Kassetten, Schallplatten usw.

Metasuchmaschinen

Eine Metasuchmaschine ist eine Suchmaschine, die keinen eigenen Index (= Datenbestand) besitzt. Sie leitet eine Suchanfrage parallel an mehrere, andere Suchmaschinen weiter. Die Ergebnisse werden dann gesammelt und aufbereitet.

Vorteile von Metasuchmaschinen sind einerseits eine größere Bandbreite/Vielfalt von Ergebnissen. Andererseits sammeln Metasuchmaschinen meist keine Daten über die NutzerInnen und deren Suchverhalten, die Suche bleibt also weitgehend anonym.

Relevante Metasuchmaschinen sind z. B. MetaGer <https://metager.de> und Unbubble www.unbubble.eu.

Siehe auch: [↪ DuckDuckGo](#) [↪ Google](#) [↪ Suchalgorithmus](#) [↪ Tracking](#)

Mimikama

Mimikama ist ein Verein zur Aufklärung über Internetmissbrauch. Der Verein betreibt die Plattform www.mimikama.at, die beim Erkennen von Falschmeldungen, Spam, Fakes, Hoaxes, falschen Bildern usw. helfen kann. Zu Mimikama gehört auch die Facebook-Seite „Zuerst denken – dann klicken“ (ZDDK): www.facebook.com/zddk.eu

P

Pixabay

Website, auf der kostenlose, lizenzfreie Bilder und Videos erworben werden können. <https://pixabay.com>

Siehe auch: [↪ Lizenzfreie Werke / Creative Commons](#) [↪ Urheberrecht](#)

R

Recht am eigenen Bild

Das Recht am eigenen Bild ist im österreichischen Urhebergesetz § 78 verankert. Als Teil des Persönlichkeitsrechts ist es besonders wirksam, das Recht am eigenen Bild steht sogar über jenen des/der UrheberIn.

Das Recht am eigenen Bild besagt, dass durch die Herstellung und Veröffentlichung von Fotos oder Videos die berechtigten Interessen des/der Abgebildeten nicht verletzt werden dürfen. Ob die Interessen des/der Abgebildeten verletzt werden, hängt auch von den Begleittexten (sofern vorhanden) und vom Gesamtzusammenhang ab. Beispielsweise dürfen das Bild oder Video den/die Abgebildete nicht herabsetzen, entwürdigen oder bloßstellen, d. h. objektiv gesehen nicht nachteilig sein. Wenn man nur sich selbst darauf nicht gefällt, ist das zwar schade, aber rechtlich nicht relevant. Ebenfalls nicht relevant ist es, ob das Gesicht der abgebildeten Person sichtbar ist. Es genügt, wenn die Person im Begleittext genannt wird oder aus anderen Gründen (Tattoo, Narben etc.) für Bekannte identifizierbar ist. Auch auf die Anzahl der Personen auf dem Foto insgesamt kommt es nicht an.

Grundsätzlich solltest du daher nie Bilder einer anderen Person ohne ihre Zustimmung machen und veröffentlichen, da schwer zu beurteilen ist, ob die Veröffentlichung des Bildes die Person verletzen könnte.

Die Zustimmung kann unter Umständen auch stillschweigend („konkludent“) erfolgen. Posiert jemand zum Beispiel bei einer Veranstaltung bewusst für ein Foto, kann man davon ausgehen, dass er/sie die Zustimmung für die Verwendung im üblichen Rahmen (für einen Bericht über die Veranstaltung o. Ä.) erteilt.

Wenn du ein nachteiliges Bild oder Video von dir entdeckst, hast du das Recht auf Löschung oder Entfernung. In vielen Sozialen Netzwerken gibt es dafür bereits standardisierte Meldeverfahren.

Siehe auch: [↪ Bildrechte in Sozialen Netzwerken](#) [↪ Urheberrecht](#)

S

Streaming

Streaming bezeichnet das Abspielen von Video- und Audiodateien (Filme, Musik etc.) über das Internet bzw. über ein Netzwerk. Dabei erfolgt eine fortlaufende Datenpaketübertragung, die Inhalte werden am PC, Smartphone o. Ä. wiedergegeben, ohne dass die Daten dauerhaft im lokalen Speicher des Geräts abgelegt werden. Sie werden nur vorübergehend im Cache zwischengespeichert.

Die Video- oder Audiodateien werden von Streaming-Anbietern zur Verfügung gestellt. Klassische – legale – Anbieter sind z. B. YouTube, Netflix, Spotify oder die Mediatheken diverser TV-Kanäle. Hier haben die Anbieter mit den UrheberInnen der Inhalte eine Vereinbarung über die Nutzungsrechte geschlossen. Du als NutzerIn bezahlst für das Streaming, entweder tatsächlich in Form einer Gebühr oder indem dir Werbung angezeigt wird (diejenigen, die die Werbung schalten, bezahlen quasi die Gebühr für dich).

Es gibt allerdings auch illegale Streaming-Anbieter, bei denen das [↪ Urheberrecht](#) umgangen wird. Hinweise darauf, dass es sich um ein illegales Angebot handelt, sind z. B.

- wenn du für bessere Qualität bezahlen sollst,
- wenn du das Geoblocking (= Beschränkung von Film- und Sportrechten auf bestimmte Länder) umgehen musst oder
- wenn ganz aktuelle Kinofilme und Serien kostenlos angeboten werden.

Laut einem Urteil des Europäischen Gerichtshof vom April 2017 ist das Ansehen von Streams auf eindeutig illegalen Plattformen eine Urheberrechtsverletzung und auch für die NutzerInnen strafbar. Die IP-Adressen der NutzerInnen können ermittelt werden, die Folge ist eine Abmahnung (Kosten bis zu 150 Euro pro Verfahren plus 5 bis 10 Euro pro illegal gestreamten Inhalt).

Illegale Streaming-Plattformen sind außerdem berühmt-berüchtigt für Abzocke-Abofallen und die Verbreitung von Schadsoftware.

Siehe auch: [↪ Urheberrecht](#) [↪ YouTube](#)

Suchalgorithmus

Allgemein ist ein Algorithmus ein Lösungsplan: eine Vorgehensweise bzw. eine Folge von Anweisungen, um ein bestimmtes Problem zu lösen. Gebrauchsanweisungen, Spielregeln oder Bauanleitungen bestehen großteils aus Algorithmen. Algorithmen spielen besonders in der Informatik eine große Rolle. Sie sind nämlich eine der Grundlagen der Programmierung.

Suchmaschinen wie Google benutzen Algorithmen, da mit ihnen große Datenmengen nach Mustern und Zusammenhängen durchsucht und ausgewertet werden können. Diese Suchalgorithmen analysieren die Suchanfrage, prüfen die Ergebnis-Webseiten und sortieren die Ergebnisse. Jede Suchmaschine verwendet eigene, meist geheime Kriterien, um die Wichtigkeit und Relevanz von Webseiten zu ermitteln. Geheim deswegen, damit es nicht so leicht ist, die Algorithmen zu beeinflussen.

Allerdings weiß der/die NutzerIn dadurch auch nicht, nach welchen Kriterien das Suchergebnis zusammengestellt ist, was warum als richtig oder falsch, wichtig oder unwichtig bewertet wird. Da die meisten NutzerInnen von Suchmaschinen sich nur die erste Ergebnisseite anschauen, kann die Benutzung nur einer Suchmaschine (was de facto mit Google der Fall ist) zu einer Verzerrung des Suchergebnisses führen.

Siehe auch: [↪ DuckDuckGo](#) [↪ Google](#)

T

Tracking / Webtracking

Das Wort „Tracking“ kommt aus dem Englischen und bedeutet „Verfolgen“. Webtracking bedeutet, dass all deine Aktivitäten im Internet von sogenannten „Trackern“ verfolgt werden. Diese Tracker können sehen, welche Webseiten man aufruft oder was man auf den Webseiten anschaut.

Ein Beispiel für Tracker sind ☞ Cookies. Andere Tracker werten die Inhalte von E-Mails oder die Nutzung von Smartphone-Apps aus oder analysieren den Standort des/der NutzerIn. Aus den gesammelten Daten werden NutzerInnenprofile erstellt, die es zum Beispiel möglich machen, gezielte Werbung zu schalten.

Die NutzerInnen bekommen davon meist gar nichts mit. Webtracking funktioniert auch über Webseiten verschiedener Anbieter hinweg.

Siehe auch: ☞ Big Data ☞ Cookies

U

Unsplash

Website, auf der kostenlose, lizenzfreie Fotos erworben werden können. <https://unsplash.com>

Siehe auch: ☞ Lizenzfreie Werke / Creative Commons ☞ Urheberrecht

Urheberrecht

Das Urheberrecht bezeichnet das Recht des/der SchöpferIn (= UrheberIn) an seinem geistigen Werk und schützt vor dessen missbräuchlicher Verwendung, sowohl in wirtschaftlicher als auch ideeller Hinsicht. Die geschützten Bereiche geistigen Eigentums umfassen u. a. Schöpfungen auf den Gebieten Literatur inkl. wissenschaftlicher Werke und Computerprogramme, der Tonkunst, der bildenden Künste inkl. Fotografie und der Filmkunst – also Gedichte, Musik, Bilder, Fotos, Videos usw. In Österreich ist das Urheberrecht im „Bundesgesetz über das Urheberrecht an Werken der Literatur und der Kunst und über verwandte Schutzrechte, StF: BGBl. Nr. 111/1936“ geregelt:

www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10001848

Ein Werk ist von Anfang an urheberrechtlich geschützt. Es ist keine spezielle Registrierung oder ein Copyright-Vermerk notwendig. Der/die UrheberIn hat das alleinige Recht sein/ihr Werk öffentlich zugänglich zu machen. Jede Veröffentlichung ohne Zustimmung des/r UrheberIn ist eine Urheberrechtsverletzung. Dabei ist es egal, ob die Veröffentlichung privater Natur ist oder einen kommerziellen Zweck verfolgt oder ob das Foto/Video/Musikstück frei im Internet abrufbar ist. Eine Urheberrechtsverletzung kann teuer werden: Neben dem Entgelt für das Werk selbst kann der/die UrheberIn Schadenersatz- und Unterlassungsansprüche geltend machen. Auch Anwaltskosten können dazu kommen.

Eine gute Übersicht zum Thema Urheberrechte und Internet inkl. FAQs hat Saferinternet.at zusammengestellt: www.saferinternet.at/themen/urheberrechte

Siehe auch: ☞ Bildrechte in Sozialen Netzwerken ☞ Recht am eigenen Bild

W

WhatsApp & Facebook

Die Facebook Inc., also das Mutterunternehmen von Facebook, hat WhatsApp 2014 um insgesamt 19 Milliarden US-Dollar (ca. 13,8 Milliarden Euro) gekauft. Seitdem wachsen die beiden Dienste immer mehr zusammen; seit einer Änderung der AGBs 2016 stimmen WhatsApp-NutzerInnen zu, dass ihre Daten – also z. B. **Handynummer, Profilbild, alle Einträge im Adressbuch** etc. – auch an Facebook weitergegeben werden. WhatsApp bestreitet, dass auch die Inhalte der Nachrichten von Facebook mitgelesen werden können (Stichwort „Ende-zu-Ende-Verschlüsselung“), technisch ist es allerdings möglich und zumindest in Zukunft nicht ganz unwahrscheinlich.

WhatsApp-NutzerInnen konnten im Zuge der neuen AGBs 2016 nur widersprechen, dass Facebook die erhaltenen Daten für Werbung nutzen darf, nicht aber dem Datenaustausch generell. Für NutzerInnen, die sich nach August 2016 angemeldet haben, bestand/besteht auch diese Möglichkeit gar nicht mehr. Alternativ kannst du nur dein WhatsApp-Konto löschen und auf andere, von Facebook unabhängige Messenger-Dienste wie [Signal](#) oder [Telegram](#) zurückgreifen.

Siehe auch: ↪ [Big Data](#)

Wikipedia

Wikipedia ist inzwischen das größte Nachschlagewerk der Welt. Da viele Menschen mitschreiben können, können auch viele Menschen ihre Meinungen bei den Artikeln miteinbinden. Wikipedia hat aber zahlreiche Schutzmechanismen installiert, um einseitige Informationen oder Werbung zu verhindern. Trotzdem kann es vorkommen. Besonders bei kontroversen Themen ist Vorsicht geboten. Im Sinne der Quellenvielfalt sollte Wikipedia sowieso nie die einzige Quelle für Informationen zu einem bestimmten Thema sein!

Die Inhalte von Wikipedia – also auch Bilder, was für SchülerInnen besonders interessant ist – werden unter einer Creative Commons-Lizenz geführt und können weiterverwendet werden, wenn die Quelle/der Urheber angeführt wird.

Siehe auch: ↪ [Lizenzfreie Werke / Creative Commons](#)

Y

YouTube

YouTube ist eine der bekanntesten ↪ [Streaming](#)-Plattformen. Aber nicht immer ist das, was auf YouTube landet, oder wie wir YouTube verwenden auch rechtens.

Anschauen darf man auf YouTube prinzipiell alle Videos. Mit Contentfiltern überprüft YouTube prinzipiell beim Hochladen eines Videos dieses auf urheberrechtlich geschützte Inhalte. Damit übernimmt YouTube quasi die Verantwortung dafür, dass die online gestellten Videos dem Urheberrecht entsprechen. Auch wenn diese Filter oft urheberrechtlich bedenkliches Material durchlassen, machst du dich durch bloßes Anschauen nicht strafbar. Auf das Verlinken oder Einbetten von offensichtlich urheberrechtlich unsauberen Videos solltest du allerdings sicherheitshalber verzichten.

Beim Hochladen eines Videos musst du – wie bei allen Inhalten, die du irgendwo ins Netz stellst – natürlich darauf achten, dass du das Urheberrecht bzw. die Nutzungsrechte (Lizenzen) für das Video und seine einzelnen Bestandteile besitzt. Die Verwendung von ↪ [Lizenzfreie Werke / Creative Commons](#) für YouTube-Videos ist

übrigens ein rechtlicher Graubereich, da man mit der Anerkennung der AGBs von YouTube der Plattform eigentlich das Recht zur Unterlizenzierung sämtlicher Inhalte einräumt, was mit den meisten CC-Lizenzen unvereinbar ist.

Eine ausführliche Zusammenfassung zum Thema „YouTube und Recht“ hat die Jugend:info NÖ zusammengestellt: www.jugendinfo-noe.at/recht/rechtsverletzungen-auf-youtube

Siehe auch: ↪ [Streaming](#) ↪ [Urheberrecht](#)

YouTube Audio-Bibliothek / YouTube Audio Library

In der Audio-Bibliothek von YouTube findest du kostenlose Musik und Soundeffekte, die du in YouTube Videos verwenden kannst. Voraussetzung ist, dass du den Namen des/der UrheberIn in der Videobeschreibung nennst. Um die YouTube Audio-Bibliothek aufrufen zu können, brauchst du einen Google-Account!
www.youtube.com/audiolibrary/music

Siehe auch: ↪ [Lizenzfreie Werke / Creative Commons](#) ↪ [Urheberrecht](#)

Quellen: bee-secure.lu, checked4you.de, datenschutz.org, datenschutzbeauftragter-info.de, de.wikipedia.org, derstandard.at, duden.de, focus.de, gruenderszene.de, help.gv.at, internetsociety.org, irights.info, itwissen.info, jugendinfo-noe.at, klicksafe.de, magazin.sofatutor.com/schueler, ombudsmann.at, praxistipps.chip.de, ris.bka.gv.at, sit.fraunhofer.de, support.google.com, t3n.de, verbraucherbildung.de, wissen.de, youtube.com/user/TheExplainit

Anhang für Basisworkshop: Like/Dislike-Daumen

Optional für Vertiefung 1/Schritt 4





Anhang für Basisworkshop/Schritt 3 & für Vertiefung 2/Schritt 4: Skript zum Video „Wie entlarve ich Fake News?“

Tipp #1: Bilder zurückverfolgen mit Google

Beispiel: Ist dieses auf Twitter geteilte Foto von Michelle und Barack Obama echt?



- Mach einen Rechtsklick in das Bild und wähle die Option „Bildadresse kopieren“.
- Gehe auf die Google-Startseite und wähle rechts oben „Bilder“.
- Klicke im Suchfeld auf das Kamerasymbol: 
- Mach einen Rechtsklick in Feld „Bild-URL einfügen“ und wähle die Option „Einfügen“.
- Klicke anschließend auf „Bildersuche“.
- Wähle auf der Ergebnisseite die Rubrik „Optisch ähnliche Bilder“.
- Ein kurzer Vergleich bringt das eindeutige Ergebnis: **FAKE**
- * Alternativ: Bei Google Chrome könnt ihr per Rechtsklick direkt „Mit Google nach Bild suchen“ auswählen.

Tipp #2: Videos mit YouTube DataViewer checken

Beispiel: Ist das Video „*BREAKING Malaysian Airlines Boeing 777 Shot Down Near Shakhtersk Donetsk oblast Ukraine July 2017*“ echt?



- Schau dir den Titel und das Veröffentlichungsdatum genau an: „Veröffentlicht am 19.07.2014“
- Markiere die URL in der Adresszeile des Browsers, mach einen Rechtsklick und wähle die Option „Kopieren“.
- Öffne einen zweiten Tab in deinem Browser und starte eine Google-Suche nach „youtube data viewer“.
- Klicke auf den Link mit dem Titel „[YouTube DataViewer - Amnesty International USA](#)“
<https://citizenevidence.amnestyusa.org/> [Diese Seite übersetzen](#)
YouTube DataViewer. © 2017 Amnesty International USA | 5 Penn Plaza, New York, NY 10001 | 212.807.8400.
- Der DataViewer findet die exakte(n) Upload-Zeit(en) eines Videos heraus.
- Mach einen Rechtsklick in das Feld „Enter YouTube URL“ und wähle die Option „Einfügen“, um die Video-URL einzufügen.
- Klicke anschließend auf .
- Das Ergebnis verrät dir die genaue Upload-Zeit: Upload Date (YYYY/MM/DD): 2013-04-30
- Klicke auf „reverse image search“. Der DataViewer führt eine umgekehrte Bildersuche durch (vgl. Tipp #1).
- Auf der Ergebnisseite bekommst du unter „Seiten mit übereinstimmenden Bildern“ gleich als ersten Link das Original-Video, hochgeladen am 30.04.2013 angezeigt: avión cae y explota en Afganistán – https://youtu.be/CTRG_iL6CtI
- Checke nochmals das Veröffentlichungsdatum: „Veröffentlicht am 30.04.2013“
- Der Videotitel weist eindeutig auf den Ort des Geschehens hin: „Afganistán“
- Das Video wurde zu einem **früheren Zeitpunkt** an einem **anderen Ort** erstellt.

Tipp #3: Quelle sehr genau checken

Beispiel: Was ist dran an dieser Twitter-Meldung?

„Die Queen ist tot.“



- Wirf einen genauen Blick auf den Twitter-Benutzernamen des Absenders. Er lautet „@BBCNewsUK1“.
 - Achtung! Die Absender von Fake-News-Seiten tarnen sich gut.
 - Achte besonders auf unstimmige Details!
Hier ist ein „i“ zu viel: „@BBCNewsUK1“ – Es handelt sich also nicht um einen echten BBC-Account.
- **FAKE**

**Mit Online-Daten bewusster umgehen:
Welche drei Ratschläge würdest du
anderen auf den Weg geben?**

1. _____

2. _____

3. _____

**Mit Online-Daten bewusster umgehen:
Welche drei Ratschläge würdest du
anderen auf den Weg geben?**

1. _____

2. _____

3. _____

Anhang für Vertiefung 2/Schritt 3: Quiz „Can You Spot the Hoaxes?“

Siehe: www.thoughtco.com/can-you-spot-the-hoaxes-4099583

BILDERKLÄRUNGEN

BILD 1 – die 7-köpfige Schlange: FAKE

Das Bild wurde digital manipuliert. Eine Schlange mit sieben bzw. mehreren Köpfen darzustellen ist inspiriert von verschiedenen Skulpturen. Es gibt zwar echte Fälle von Schlangen mit zwei Köpfen, es ist aber kein Fall bekannt, wo eine Schlange mit mehr als zwei Köpfen geboren wurde.

BILD 2 – der Weiße Hai: FAKE

Das Bild verbreitete sich in den frühen 2000er Jahren meist per E-Mail mit der Bildunterschrift „Und du denkst, du hättest einen schlechten Tag bei der Arbeit?“. Es handelt sich um eine Fotomontage eines Fotos der U.S. Air Force (seitenverkehrt) von einem HH-60G Pave Hawk-Helikopter während eines Trainings für Rettungstaucher in der Bucht von San Francisco und einem Standfoto eines großen Weißen Haies, der über der Wasseroberfläche auftaucht, des bekannten Unterwasserfotografen Charles Maxwell.

BILD 3 – hell- und dunkelhäutige Zwillinge: ECHT

Es sind zweieiige Zwillinge. Der dunkelhäutige Kian und die hellhäutige, blonde Remeë wurden 2005 geboren. Ihre Eltern Kylie and Remi Hodgson sind beide dunkelhäutig, doch die Großeltern haben jeweils unterschiedliche Hautfarben.

BILD 4 – das Meerjungfrauenskelett: FAKE

Meerjungfrauen gehören ins Reich der Mythen und Legenden und nicht in die Welt der Biologie. Es gibt zwar alte Traditionen (besonders in Japan), Meerjungfrauenkörper aus Fischhaut und Tierknochen herzustellen, aber es wurden noch keine echten entdeckt.

BILD 5 – das Monsterkrokodil: ECHT

Dieses Monster von einem Krokodil wurde 2003 im Hafen von Pointe-Noire in der Republik Kongo aus dem Meer gefischt.

BILD 6 – Albert Einstein: FAKE

Dieses gefälschte Spaß-Bild kursiert seit ca. 2011 im Internet.

BILD 7 – der Katzenberg: FAKE

Diese Bild wurde von einem Grafikkünstler geschaffen und zeigt keinen echten Berg.

BILD 8 – der Fisch mit der Schweinsnase: FAKE

Egal ob du zu ihm „Wildschweinfisch“ oder „Schweinsnasenfisch“ sagst, die Wissenschaft sagt immer das Gleiche: Diese Fischart gibt es gar nicht.

BILD 9 – die Riesen-Riesenschlange: FAKE

Dieses zusammengesetzte Bild in schlechter Auflösung tauchte Mitte 2012 zum ersten Mal auf persisch- und arabischsprachigen Websites auf. Dort wurde behauptet, dass die Riesenschlange vor kurzem entweder nahe der Amir-Kabir-Talsperre im Nordiran oder im Roten Meer vor der Küste Ägyptens getötet wurde. Keine der Behauptungen ist wahr.

BILD 10 – Oreos mit Brathendl-Geschmack: FAKE

Nachdem dieses Foto viral ging, veröffentlichte der Hersteller Nabisco ein Statement, dass es sich bei dem Bild um eine Fotomontage eines Fans handelt und es das Produkt in Wirklichkeit leider nicht gibt.

BILD 11 – der Tornado neben dem Bohrturm: FAKE

Der Wirbelsturm wurde nicht an dem gezeigten Ort aufgenommen. Das digital bearbeitete Bild tauchte 2008 zum ersten Mal im Netz auf.

BILD 12 – das Auge Gottes: ECHT

Das Bild zeigt einen sogenannten Helix-Nebel, einen Tunnel aus leuchtenden Gasen. In seinem Zentrum ist ein sterbender Stern, der Staub und Gas herausgeschleudert hat. Unsere Sonne wird in einigen Milliarden Jahren ähnlich aussehen. Die Aufnahme wurde vom Hubble-Weltraumteleskop der NASA am Kitt Peak National Observatorium in Arizona gemacht; sie besteht eigentlich aus mehreren zusammengesetzten Einzelaufnahmen.

BILD 13 – der seltene Schwarze Löwe: FAKE

So majestätisch er auch aussieht, es gibt keine schwarzen Löwen. Das Bild ist ein bekannter Hoax, für den die Farbpalette eines Fotos von einem weißen Löwen aus der Cango Wildlife Ranch in Oudtshoorn, Südafrika, manipuliert wurde.

BILD 14 – die angolanische Hexenspinne: FAKE

Wieder eine digitale Fälschung. Solche Spinnen existieren zum Glück in Wirklichkeit nicht.

BILD 15 – Orchidee mit Affengesicht: ECHT

Die Blume gehört zur Gattung *Dracula gigas* (*Dracula* = „Drache“, *gigas* = „gigantisch“) und wird auch Affen(gesicht)- oder Drachenorchidee genannt.

BILD 16 – Gefrorene Niagarafälle: ECHT

Während besonders kalter Winter kann sich eine über 15 Meter dicke Eisschicht über den Niagara-Fällen bilden. Wenn die Eisdecke sich über den gesamten Niagara Fluss ausbreitet, spricht man auch von einer Eisbrücke. Die Leute nutzten dann die Gelegenheit, auf dem gefrorenen Eis zu spazieren und den Fluss zu überqueren. Als 1912 die Brücke plötzlich einbrach und drei TouristInnen starben, wurde das Betreten des Eises verboten.

BILD 17 – Tigermutter adoptiert Ferkel: ECHT

Das Foto wurde 2004 im Sriracha Tiger-Zoo in Thailand aufgenommen.

BILD 18 – Welpen mit Herz-Fell: ECHT

Der kleine Chihuahua Heart-kun wurde 2007 in Odate, im Norden Japans geboren. Seine Besitzerin, die Züchterin Emiko Sakurada gab an, dass Heart-kun bisher der einzige von ihren vielen Welpen ist, der dieses spezielle Fellmerkmal besitzt. Das Spielen mit dem Kleinen bringt angeblich Glück!

Anhang für Basisworkshop/Schritt 3 & Vertiefung 2/Schritt 4: Beispiele zur Rückwärtssuche mit der Google-Bildersuche

1. Speichere die Beispielbilder am besten vor dem Workshop auf dem Präsentations-Laptop.
2. Rufe die Google-Bildersuche auf: www.google.at/imghp (bzw. klicke auf der Google-Startseite rechts oben auf „Bilder“).
3. Klicke auf das Kamera-Symbol in der Suchzeile.
4. Lade eines der Beispielbilder vom Laptop hoch oder ziehe das Bild einfach direkt hinein.
5. Klicke zum Suchen auf „Bildersuche“

Bsp. 1 Elefant hilft müder Löwenmutter



Dieses Foto wurde am 1. April 2018 in Südafrika im Kruger Nationalpark aufgenommen. Die Löwin trug ihr Junges und war sichtlich müde, da kam ihr die Elefantenkuh zu Hilfe. Sie ließ das Löwenjunge auf ihren Rüssel springen und weiter ging's.

Quelle: <https://twitter.com/LatestKruger/status/980344432393375744/photo/1>. Verwende diese Quelle, um das Bild zu speichern. Klicke davor nochmal auf das Bild, um auf die Großansicht zu kommen.

Siehe auch: www.mimikama.at/allgemein/elefant-traegt-loewenjunges

Bsp. 2 Hach, wie romantisch!

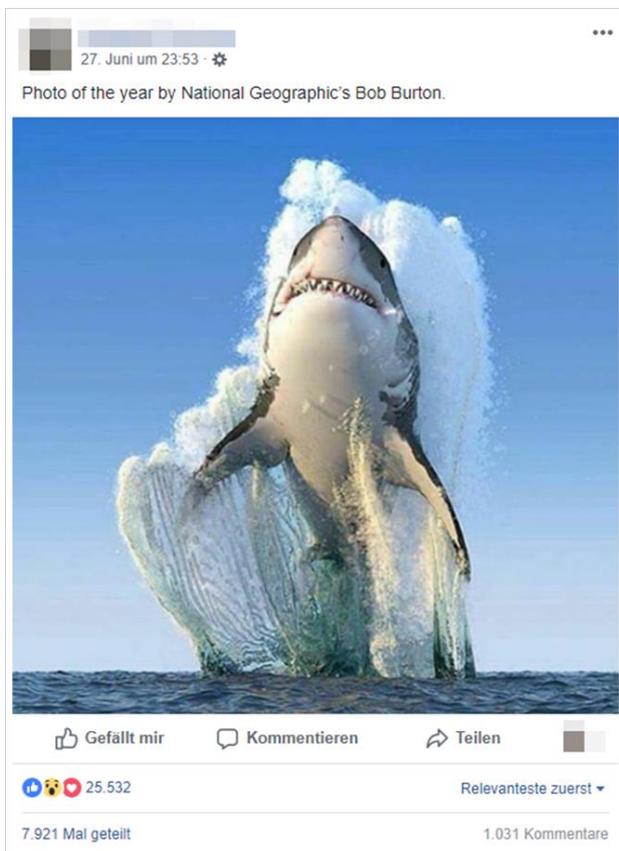


Wer sagt denn, dass am Hochzeitstag immer die Sonne scheinen muss?

Quelle: Chris Chambers Photography www.chrischambersphotography.co.uk

Siehe auch: https://www.boredpanda.com/truth-behind-photography-tricks/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic. Verwende diese Quelle, um das Bild zu speichern. Klicke darauf, um zu erfahren, wie das Bild entstanden ist.

Bsp. 3 Foto des Jahres!



Diese Aufnahme eines riesigen weißen Hais wurde zum Foto des Jahres 2016 von National Geographic ausgezeichnet.

Quelle: www.shutterstock.com/de/image-illustration/shark-jumps-out-water-369478958

Siehe auch: www.mimikama.at/allgemein/fake-hai-bestes-foto-des-jahres/. Verwende diese Quelle, um das Bild zu speichern.

Anhang Vertiefung 3/Schritt 2: Arbeitsblatt „Zeitungsenten oder wie sich Nachrichten verändern“

Ursprüngliche Geschichte/Information:	Jugendliche/r:	1	2	3	4	5
1. Durch die Aufmerksamkeit						
2. des Lokführers Peter Hofer						
3. konnte am Freitag, den 13. dieses Monats						
4. auf der Südbahn						
5. zwischen den Bahnhöfen Graz						
6. und Bruck						
7. ein Zugunglück						
8. verhindert werden.						
9. Gegen 13 Uhr 13						
10. sah der 48-jährige Lokführer						
11. auf einem Nebengleis						
12. große Steinblöcke liegen.						
13. Er schlug Alarm						
14. und verhinderte dadurch ein Zugunglück.						
15. Neue, dazu erfundene Information						
J1						
J2						
J3						
J4						
J5						

Anhang Vertiefung 3/Schritt 3

Arbeitsblatt „Recherche & Präsentation“

1. Thema

Notiert hier, zu welchem Thema ihr recherchieren möchtet.

2. Wahl der Suchmaschine

Öffnet den Webbrowser und ruft eine Suchmaschine eurer Wahl auf.

Vorschläge für Suchmaschinen sind: www.google.at, www.bing.com, www.duckduckgo.com, www.ecosia.org. Eine umfassende Übersicht von Suchmaschinen findet ihr unter: www.suchmaschinen-datenbank.de

Welche Suchmaschine habt ihr gewählt? Und warum?

http://www.

Weil...

3. Die Suche nach Informationen

Gebt in die Eingabezeile der Suchmaschine die Suchworte ein, mit denen ihr etwas über ein Thema herausfinden wollt.

Welche Suchworte habt ihr verwendet? Und warum?

Suchworte:

Weil...

4. Finden der Informationen

Ihr habt auf einer oder verschiedenen Webseiten passende Informationen gefunden? Notiert die Webseite/n, auf der/denen ihr fündig geworden seid, und schreibt die gefundenen Informationen auf. (Wenn zu wenig Platz, benutzt bitte die Rückseite des Arbeitsblatts.)

http://

http://

5. Kritische Analyse der Informationen

Seid ihr euch sicher, dass die gefundenen Informationen richtig sind? Versucht Folgendes herauszufinden:

Wer ist der Autor/die Autorin bzw. wer sind die AutorInnen? Nenne ihre Namen.

Wie aktuell ist die Info? Findet ihr ein Datum, wann die Seite oder der Text aktualisiert wurde? Wann war das?

Gibt es Hinweise, woher der Autor/die Autorin die Informationen hat (andere Webseiten, Zeitschriften etc.)?

Sieht die Seite für euch vertrauensvoll aus? Begründet eure Antwort.

Findet noch mindestens zwei weitere Webseiten, die die gleiche Information liefern, und notiert ihre Adressen:

http://

http://

http://

6. Eure Meinung

Was glaubt ihr? Ist es wirklich notwendig, nach AutorIn, Datum und Seriosität einer Internetseite zu schauen und die gefundene Information noch einmal auf einer anderen Webseite zu suchen? Begründet eure Antwort.



Anhang Vertiefung 3/Schritt 3: Recherchethemen zur Auswahl

Thema: Wikipedia

Wer darf und kann auf Wikipedia einen Artikel schreiben?
Wie erkenne ich einen guten Wikipedia-Artikel?

Klicktipps: www.klicksafe.de
www.wikibu.ch
www.wikipedia.org

Thema: Computerviren

Was sind Würmer, Trojanische Pferde, Hoaxes?
Wie schütze ich meinen PC vor Computerviren?

Klicktipps: www.saferinternet.at
www.wikipedia.org

Thema: Internetabzocke

Was sind vermeintliche „Gratis“-Angebote im Internet?
Was kann ich tun, wenn ich in die Abzocke-Falle getappt bin?

Klicktipps: www.saferinternet.at
www.ombudsmann.at
www.konsument.at

Thema: Spam

Was ist Spam?
Woher stammt der Begriff „Spam“?
Was kann ich gegen Spam tun?

Klicktipps: www.saferinternet.at
www.wikipedia.org

Thema: Urheberrecht

Darf ich Musik und Videos aus dem Internet downloaden?
Woher kann ich legal Musik und Fotos aus dem Internet beziehen?
Was ist die Creative-Common-Lizenz?

Klicktipps: www.saferinternet.at
www.wikipedia.org
www.creativecommons.at

Thema: Cyber-Mobbing

Was ist Cyber-Mobbing?
Was kann ich als Betroffene/r gegen Cyber-Mobbing tun?

Klicktipps: www.saferinternet.at
www.wikipedia.org

Anhang Vertiefung 3/Schritt 4: Internetseiten beurteilen – Checkbogen

Analysierte Website (URL angeben): _____

WER hat die Website verfasst?	
Gibt es ein „Impressum“?	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
WIE schaut die Website aus?	
Ist die Website größtenteils frei von Rechtschreibfehlern?	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Gibt es keine oder nur wenig Werbung?	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Befindet sich ein aktuelles Datum auf der Website?	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Funktionieren die Links?	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
WARUM wurde die Website erstellt?	
Sind die Texte sachlich / informativ geschrieben?	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Art der Website (bitte ankreuzen):	
<input type="checkbox"/> Seite einer einzelnen Person (privater Blog oder private Homepage)	
<input type="checkbox"/> Onlineausgabe einer Zeitung	
<input type="checkbox"/> Nachrichtenseite	
<input type="checkbox"/> Werbeseite	
<input type="checkbox"/> bekannte Organisation (Ministerium, ...)	
<input type="checkbox"/> Sonstiges: _____	
Weshalb wurde diese Website ins Internet gestellt?	

- Wie oft konntet ihr mit „ja“ antworten?
Zählt zusammen und ordnet die Website ein:**
- 1- bis 2-mal „ja“
 - 3- bis 4-mal „ja“
 - 5- bis 6-mal „ja“

TIPPS:

... Wenn ihr **weniger als 3-mal „ja“** angekreuzt habt, dann ist die Website vielleicht nicht so gut geeignet. Ihr solltet euch **mindestens noch eine andere Website** zum gleichen Thema anschauen!

Anhang Vertiefung 4/Schritt 4: Das Einsame-Insel-Spiel



AUFGABE:

Ihr seid eine Gruppe, die zusammen auf eine einsame Insel fährt. Es gibt leider nicht genug Platz, um alles mitzunehmen.

Ihr müsst als Gruppe eine Entscheidung treffen!!!

Von der folgenden Liste dürft ihr **nur 5 Dinge** auswählen, die ihr mitnehmen könnt.

METHODE:

Zur Entscheidungsfindung müsst ihr jede der folgenden Methoden mind. 1x benutzen:

- 1) Zufall (Würfel, Münze)
- 2) Vorteile / Nachteile auflisten
- 3) Mathematisch
- 4) Ausschlussprinzip
- 5) Intuition (Bauchgefühl)

LISTE:

- | | |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| - Ein Fernseher | - Medikamente |
| - Bücher | - Kartenspiel |
| - Süßigkeiten | - Ein Messer |
| - Warme Kleidung | - Gemüsesamen |
| - Kleidung zum Schwimmen | - Eine Angelrute |
| - Eine Karte der Insel | - Eine Hängematte |
| - Ein Ball | - Einen Hund |
| - Eine Seife | - Zwei Hasen |
| - Ein Stift | - Brot |
| - Papier | - Kartenspiel |
| - Eine Flasche | - Handy zum Musikhören
(KEIN Netz/Notruf möglich/GPS – NUR Musik!) |

Anhang Vertiefung 4/Schritt 5 (Variante 2): Fragebeispiele

Schule oder Beruf?

Du bist 14 und musst dich in Kürze entscheiden, was du nach der 8. Schulstufe weiter machen willst. Deine Noten sind gut, du solltest in einer weiterführenden Schule keine Probleme haben. Dein/e beste/r FreundIn hat sich schon für eine Schule in der Nähe entschieden. Andererseits interessierst du dich schon länger sehr fürs praktische Arbeiten und hast nun sogar eine Lehrstelle bei einem charmanten Betrieb im Nachbarort angeboten bekommen. Jetzt bist du unsicher – wofür sollst du dich entscheiden?

Bsp. 2 Sparen oder Sozialleben pflegen?

Dein Handy ist am Eingehen und auch nicht mehr das neueste Modell, daher sparst du schon länger auf ein neues. Du bist echt konsequent und drehst jeden Euro zweimal um. Deine sozialen Aktivitäten hast du schon ziemlich runter geschraubt, die meisten kosten eben Geld. Deine FreundInnen beschweren sich schon, dass du eine Spaßbremse bist und sie dich nirgends mehr treffen. Jetzt steht am Wochenende ein wirklich cooles Event in deinem Lieblingsclub an. Alle in der Schule reden über nichts anderes mehr und alle werden dort sein. Nur: Das Ganze wird sicher kein billiger Abend – Eintritt, Getränke ... Du müsstest wahrscheinlich sogar dein Erspartes anzapfen. Also, hingehen oder nicht?

Bsp. 3 Reden oder Klappe halten?

Dein/e beste/r FreundIn ist frisch verliebt, ihr/e neue/r FreundIn ist dir nach dem ersten Kennenlernen auch ganz sympathisch. Nun hast du aber einige nicht so schöne Dinge über die/den Neue/n gehört. Du weißt nicht sicher, ob diese Dinge wahr oder nur Gerüchte sind. Daher bist du jetzt auch unsicher, ob du deinem/deiner FreundIn davon erzählen sollst?

NOTIZEN

LOST IN INFORMATION?

HANDBUCH ZUR FÖRDERUNG DER INFORMATIONS- UND MEDIENKOMPETENZ VON JUGENDLICHEN

Der Umgang mit Information ist in einer Zeit des Informationsüberflusses und der Fake News wichtiger denn je. Der kritische und kompetente Umgang mit Information will jedoch gelernt sein und ist gerade für Jugendliche, die mit vielen Fragestellungen zum ersten Mal in ihrem Leben konfrontiert sind, von großer Bedeutung. Die Informations- und Medienkompetenz sind somit zu Schlüsselfaktoren für das selbstbestimmte Leben junger Menschen geworden. Die Österreichischen Jugendinfos sehen es daher als eine ihrer Hauptaufgaben an, Jugendliche bei der Entwicklung der notwendigen Fähigkeiten zu unterstützen.

Das vorliegende Lehr- und Übungshandbuch beschreibt detailliert die Workshopabläufe sowohl des Basisworkshops „Lost in Information“ als auch der zugehörigen Vertiefungen. Wie schon der Name sagt, greifen die Vertiefungen einzelne Themen des Basisworkshops wieder auf und beleuchten sie genauer. Sie können aber auch unabhängig vom Basisworkshop eingesetzt werden. Die Übungen eignen sich insbesondere für die Informations- und Medienkompetenzbildung mit Jugendlichen der 7. bis 9. Schulstufe. Die Übungen der einzelnen Workshopabläufe werden fahrplanartig erklärt und beinhalten neben einer Step-by-step-Anleitung auch Infos zu den Lernzielen, Zeitangaben, Materiallisten, Inputs und Tipps. Ergänzend bietet der umfangreiche Anhang Arbeitsblätter, Vorlagen, und Begriffserklärungen.

Das vorliegende Handbuch und die dazugehörigen Präsentationen stehen im Sinne des Open Educational Resources-Konzeptes als freie Lern- und Lehrmaterialien zur Verfügung.

Januar 2019

