



Modul 1 TutorInnen-Handbuch mit Kursplan

IO3 - Toolkit mit Ressourcen
zur Medienmoderation



Inhaltsverzeichnis

Beschreibung des Projekts	3
Toolkit mit Ressourcen zur Medienmoderation	3
Einführung in Modul 1	4
Was ist eine Bürgermedien-Plattform?	5
Medien-Kanäle	5
Was ist geistiges Eigentum?	6
Das Urheberrecht verstehen	8
Ein Training durchführen	11
Hinweise für TrainerInnen	12
Die Do's und Don'ts bei der Durchführung dieses TutorInnen-Programms.....	12
Kursplan: Modul 1 - Grundkenntnisse über die effektive Produktion und Verteilung von Bürgermedien.....	13
Activity Handout – AH 1.1	22
Activity Handout – AH 1.2	23
Activity Handout – AH 1.3	24
Einführung in Modul 2.....	26
Lernziele	27
Grundlegende Informationen zu den vorgestellten Schlüsselkonzepten	27
Kursplan: Modul 2 - Medien-Moderationsmodelle	37
Activity Handout – AH 2.1	47
Activity Handout – AH 2.2	48
Activity Handout – AH 2.3	49
Handbuch der Ressourcen für selbstgesteuertes Lernen	51
1.1 Aktivität Selbstgesteuertes Lernen	51
1.2 Aktivität Selbstgesteuertes Lernen	54
Zusatzmaterial zum Selbstgesteuerten Lernen.....	55
SGL-1	55
SGL-2	56
SGL-3	56
SGL-4	57
SGL-5	57
Selbstgesteuertes Lernen Handbuch der Ressourcen	58
1.1 Aktivität Selbstgesteuertes Lernen	58
1.2 Aktivität Selbstgesteuertes Lernen	59
Zusatzmaterial zum Selbstgesteuerten Lernen.....	60

SGL-1	60
SGL-2	60
SGL-3	61
SGL-4	61
SGL-5	62

Beschreibung des Projekts

WIRES-CROSSED ist ein zweijähriges KA2 Erasmus+ Projekt, das darauf abzielt, lokale Communities mit allen Informationen, Fähigkeiten und Fertigkeiten auszustatten, die sie in die Lage versetzen, eine umfassende Medienverwaltung für Ortsansässige zu erstellen, zu betreuen und aufrechtzuerhalten.

Einer der wichtigsten Schritte bei der Umsetzung des Projekts ist die Identifizierung und Befähigung der BürgerInnen innerhalb der lokalen Communities, eine aktive Rolle bei der Förderung richtiger Informationen über ihre jeweilige Region zu übernehmen und vor allem gegen Fake News vorzugehen.

Die anderen Aktionen des Projekts umfassen: die Durchführung eines lokalen Medienkompetenz-Audits unter Verwendung einer partizipativen Forschungsmethode, die Dokumentation der digitalen Kompetenz ihrer lokalen Communities, und die Entwicklung von Lernressourcen unter Verwendung der Forschungsergebnisse, um eine örtliche Gruppe von Einzelpersonen zu befähigen und zu unterstützen, ihre eigene Community Media Ausdrucksmöglichkeit zu schaffen.

Alle vorgenannten Tools werden über das interaktive Online-Lernportal von WIRES-CROSSED zugänglich gemacht, und helfen somit das Wissen über die Bekämpfung von Fake News zu verbreiten und die Bereitstellung von qualifizierten und verständlichen Online-Nachrichten zu unterstützen.

Toolkit mit Ressourcen zur Medienmoderation

Das Toolkit der Medien-Moderationsressourcen enthält Schulungsmaterialien für das lokale Medienmanagement-Team und ist für die Moderation von Inhalten unerlässlich.

Zu diesen Ressourcen gehören:

- TutorInnen-Handbuch mit:
- Kapitel mit der Theorie, 1-2 Seiten
- Kapitel Werkzeuge, 1-2 Seiten je nach Anzahl der Werkzeuge
- Kursplan für den Präsenzkurs
- PowerPoint Präsentation für Präsenzkurs basierend auf dem Kursplan
- Arbeitsbuch für Lernende im Präsenzkurs
- 1 Aktivität für das selbstgesteuerte Lernen (SDL)

- Zusätzliche Ressourcen für SDL (Selbstgesteuertes Lernen)

Einführung in Modul 1

Das Ziel dieses Handbuchs ist es, den TutorInnen eine Anleitung zu geben, wie sie die erstellten Nachrichten richtig auf die passenden Medienkanäle abstimmen, um die beste Resonanz zu erhalten, die DSGVO zu verstehen und umzusetzen, einschließlich Informationen zu Urheberrechtsfragen, wie man andere Personen richtig zitiert und ein grundlegendes Verständnis für das geistige Eigentum zu vermitteln. Dieses Handbuch ist so konzipiert, dass die Teilnehmenden aktiv in den Lernprozess einbezogen werden.

Das TutorInnen-Handbuch umfasst folgende Elemente:

- Übersicht und Einführung in die Moderationsmodule
- Ratschläge und Anleitungen für TutorInnen, die diese Inhalte vermitteln
- Kurspläne für die Durchführung der Präsenzworkshops

Vor vier Jahrzehnten wurde die Dominanz von einer Handvoll Fernsehsendern durch das Aufkommen des über Satelliten verbundenen Kabelfernsehens gebrochen. In den 1990er Jahren schickte das Internet Texte und Daten rund um die Welt. Jetzt, ein Jahrzehnt später, lassen sich Fotos, Audio und Video genauso leicht verbreiten wie Text. Das Zeitalter der persönlichen elektronischen Kommunikation und der Breitbandnetze ist angebrochen, und jeder Aspekt unserer Medienkultur befindet sich im Wandel. Gemeinden im ganzen Land übernehmen die Kontrolle über die Medien und passen die neuen Technologien an die sozialen, wirtschaftlichen, bildungsbezogenen, kulturellen und informationellen Bedürfnisse der dort Ansässigen an¹. (Fred Johnson, 2006)

Die Aufrechterhaltung einer Community-Medienumgebung in den heutigen sozialen Medien erfordert, dass geeignete Kontrollen zur Moderation der veröffentlichten Inhalte eingerichtet werden. Es ist äußerst wichtig, dass in den heutigen Umgebungen für von BenutzerInnen erstellte Inhalte die Produktion aller Inhalte vor der Veröffentlichung überwacht wird. Die vorgeschlagenen Ressourcen zur Medienmoderation befassen sich mit einer Reihe von praktischen Bereichen wie der

1 <https://www.issuelab.org/resources/807/807.pdf>

Zuordnung der produzierten Nachrichten zu den richtigen Medienkanälen; Verständnis und Einhaltung der DSGVO; Bewusstsein für geistiges Eigentum, Urheberrechtsfragen, und korrekte Zitierverfahren, die allesamt essentielle erste Schritte für eine nachhaltige und effektive Community Medienproduktion und -verteilung sind.

Was ist eine Bürgermedien-Plattform?

Der Europarat erkennt den Wert von Bürgermedien als Quelle für lokale Inhalte, kulturelle und sprachliche Vielfalt, Medienpluralismus, soziale Inklusion und interkulturellen Dialog an. Er unterstützt die Verpflichtung der Bürgermedien zur Medien- und Informationskompetenz, durch die Entwicklung von kritischem und kreativem Denken und aktiver Teilnahme an der Produktion von Medieninhalten². (Der Europarat, 2017)

Wikipedia definiert Community-Medien sehr allgemein als "jede Form von Medien, die von einer Gemeinschaft geschaffen und kontrolliert wird, entweder einer geografischen Gemeinschaft oder einer Identitäts- oder Interessengemeinschaft. Einfach ausgedrückt, sind Community-Medien also Medien, die geschaffen wurden, um es Individuen zu ermöglichen, Geschichten zu erzählen und Gespräche zu führen, die für ihre eigene, selbstbestimmte Entwicklung als BürgerInnen notwendig sind (Howley, 2005; Jankowski, 2003; Rennie, 2006).

Community-Medien spielen eine bedeutende, aber weitgehend unbeachtete Rolle in der Populärkultur. Im Gegensatz zu ihren kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Pendanten geben Community-Medien "alltäglichen Menschen" Zugang zu den Instrumenten von Radio, Fernsehen und computervermittelter Kommunikation³. (Kevin Howley, 2020)

Medien-Kanäle

Ein **Medienkanal** bezieht sich auf das spezifische Medium, durch das die Botschaft von Werbetreibenden an deren beabsichtigtes Publikum übermittelt wird.⁴

Zu den traditionellen Medien gehören vor allem nicht-digitale Werbe- und Marketingmethoden.

Traditionelle Medien sind:

- Werbespots im Fernsehen
- Werbung im Radio
- Werbung in Printmedien

2 <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/community-media>

3 <https://www.encyclopedia.com/media/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/community-media>

4 Govoni, N.A. *Dictionary of Marketing Communications*, Sage Publications. (2004)

- Postwurfsendungen
- Werbetafeln und Schilder im Außenbereich
- Cold calling (unaufgefordertes Telefonmarketing)
- Haustürgeschäft
- Werbebanner

Neue Medien, auch digitale Medien genannt, bestehen aus Methoden, die meist online sind oder das Internet in irgendeiner Weise mit einbeziehen.

Zu diesen Methoden gehören:

- Suchmaschinenoptimierung
- Pay-per-Click-Werbung
- Content Marketing
- Soziale Medien
- E-Mail-Marketing

Was ist geistiges Eigentum?⁵

Geistiges Eigentum ist eine weit gefasste kategorische Beschreibung für die Menge an immateriellen Vermögenswerten, die sich im Besitz eines Unternehmens befinden und rechtlich vor der Nutzung oder Umsetzung durch Dritte ohne Zustimmung geschützt sind. Ein immaterieller Vermögenswert ist ein nicht-physischer Vermögenswert, den ein Unternehmen besitzt.

Das Konzept des geistigen Eigentums bezieht sich auf die Tatsache, dass bestimmten Produkten des menschlichen Intellekts die gleichen Schutzrechte gewährt werden sollten, die für physisches Eigentum gelten, das als Sachvermögen bezeichnet wird. Die meisten entwickelten Volkswirtschaften verfügen über gesetzliche Maßnahmen zum Schutz beider Formen von Eigentum. (W. Kenton, 2020)

Geistiges Eigentum verstehen

Unternehmen sind sorgfältig, wenn es darum geht, geistiges Eigentum zu identifizieren und zu schützen, weil es in der heutigen, zunehmend wissensbasierten Wirtschaft einen sehr hohen Wert hat. Den Wert von geistigem Eigentum zu erschließen und andere daran zu hindern, einen Wert daraus abzuleiten, ist eine wichtige Verantwortung für jedes Unternehmen. Geistiges Eigentum kann viele Formen annehmen. Obwohl es ein immaterieller Vermögenswert ist, kann geistiges Eigentum

5 <https://www.investopedia.com/terms/i/intellectualproperty.asp>

weitaus wertvoller sein als die physischen Vermögenswerte eines Unternehmens. Geistiges Eigentum kann einen Wettbewerbsvorteil darstellen und wird daher von den Unternehmen, die dieses Eigentum besitzen, strengstens bewacht und geschützt.

Arten von geistigem Eigentum

Geistiges Eigentum kann aus vielen Arten von immateriellen Gütern bestehen, einige der bekanntesten sind im Folgenden aufgeführt.

Patente

Ein Patent ist ein Eigentumsrecht für einen Investor, das typischerweise von einer Regierungsbehörde wie dem U.S. Patent and Trademark Office erteilt wird. Das Patent gewährt dem Erfinder exklusive Rechte an der Erfindung, bei der es sich um ein Design, einen Prozess, eine Verbesserung oder eine physische Erfindung wie eine Maschine handeln kann. Technologie- und Softwarefirmen haben oft Patente für ihre Designs. Zum Beispiel wurde das Patent für den Personal Computer 1980 von Steve Jobs und drei anderen Kollegen bei Apple Inc. angemeldet.

Copyrights

Das Urheberrecht gibt AutorInnen und SchöpferInnen von Originalmaterial das exklusive Recht, ihr Material zu verwenden, zu kopieren oder zu vervielfältigen. AutorInnen von Büchern haben ein Urheberrecht an ihren Werken, ebenso wie MusikerInnen. Ein Urheberrecht besagt auch, dass die Erstschaftenden den einzelnen Personen durch einen Lizenzvertrag die Genehmigung erteilen können, das Werk zu nutzen.

Markenzeichen

Ein Markenzeichen ist ein Symbol, eine Phrase oder ein Abzeichen, das erkennbar ist und ein Produkt repräsentiert, das es rechtlich von anderen Produkten unterscheidet. Ein Markenzeichen ist exklusiv einem Unternehmen zugeordnet, d. h. das Unternehmen ist Eigentümer des Markenzeichens, so dass es von anderen nicht verwendet oder kopiert werden darf. Ein Markenzeichen ist oft mit der Marke eines Unternehmens verbunden. Zum Beispiel sind das Logo und der Markenname "Coca Cola" im Besitz der Coca-Cola Company (Börsenkürzel: KO).

Franchise

Ein Franchise ist eine Lizenz, die ein Unternehmen, eine Einzelperson oder eine Partei - genannt der/die Franchisenehmende - erwirbt, um den Namen, das Markenzeichen, das urheberrechtlich geschützte Wissen und die Prozesse eines Unternehmens - des/der Franchisegebenden - zu nutzen. Der/Die Franchisenehmende besitzt in der Regel ein kleines Geschäft oder hat ein Unternehmen, das das Geschäft oder das Franchise betreibt. Die Lizenz erlaubt Franchisenehmenden, ein Produkt zu verkaufen oder eine Dienstleistung unter dem Namen des Unternehmens anzubieten. Im Gegenzug erhalten Franchisegebende von den Franchisenehmenden eine Startgebühr und laufende

Lizenzgebühren. Beispiele für Unternehmen, die das Franchise-Geschäftsmodell nutzen, sind United Parcel Service (NYSE: UPS) und McDonald's Corporation (NYSE: MCD).

Geschäftsgeheimnisse

Ein Geschäftsgeheimnis ist ein Verfahren oder eine Praxis eines Unternehmens, das nicht für die Öffentlichkeit bestimmt ist und dem Unternehmen oder der Person, die das Geschäftsgeheimnis besitzt, einen wirtschaftlichen Nutzen oder Vorteil verschafft. Geschäftsgeheimnisse müssen vom Unternehmen aktiv geschützt werden und sind typischerweise das Ergebnis der Forschung und Entwicklung eines Unternehmens. Beispiele für Geschäftsgeheimnisse können ein Design, ein Muster, ein Rezept, eine Formel oder ein geschützter Prozess sein. Geschäftsgeheimnisse werden verwendet, um ein Geschäftsmodell zu schaffen, das die Angebote des Unternehmens an seine Kunden differenziert, indem es einen Wettbewerbsvorteil bietet.

Besondere Überlegungen

Viele Formen des geistigen Eigentums können nicht als Vermögenswerte in der Bilanz aufgeführt werden, da es keine spezifischen Rechnungslegungsgrundsätze zur Bewertung der einzelnen Vermögenswerte gibt. Der Wert des Eigentums spiegelt sich jedoch in der Regel im Aktienkurs wider, da die Marktteilnehmenden über die Existenz des geistigen Eigentums informiert sind.

Einige immaterielle Vermögenswerte werden als Eigentum erfasst, wie z. B. Patente, weil sie ein Verfallsdatum haben. Diese Vermögenswerte werden durch einen numerischen Wert durch den Prozess der Abschreibung erfasst. Die Abschreibung ist eine Buchhaltungsmethode, die den Wert eines immateriellen Vermögenswerts über einen bestimmten Zeitraum abbaut. Dieser Prozess hilft dem Unternehmen, sein Einkommen zu reduzieren, indem es jedes Jahr einen bestimmten Betrag für Steuerzwecke ausgibt, während die Nutzungsdauer des immateriellen Vermögenswerts abläuft. Zum Beispiel könnte ein Patent nur 20 Jahre gültig sein, bevor es als Gemeingut registriert wird. Ein Unternehmen würde dem Patent einen Gesamtwert zuweisen. Jedes Jahr würde das Patent über eine Laufzeit von 20 Jahren um den gleichen Betrag abgeschrieben werden, indem der Gesamtwert durch 20 Jahre geteilt wird. Jedes Jahr würde der abgeschriebene Betrag des Vermögenswertes das Nettoeinkommen oder den Gewinn des Unternehmens für Steuerzwecke reduzieren. Geistiges Eigentum, das als zeitlich unbegrenzt angesehen wird, wie z. B. ein Markenzeichen, wird jedoch nicht abgeschrieben, da es nicht abläuft.

Das Urheberrecht verstehen

In diesem digitalen Zeitalter werden Urheberrecht und Urheberrechtsfragen häufig zu Beginn der Nachrichten genannt. Durch das Aufkommen des einfachen Filesharings über das Internet und andere Möglichkeiten, digitale Werke zu kopieren, sind musik-, video- und spielebegeisterte

Jugendliche fast täglich mit ethischen und rechtlichen Entscheidungen zum Urheberrecht konfrontiert.

Das Urheberrecht ist das gesetzliche Recht, das dem/der Erschaffenden eines Originalwerkes gewährt wird, um die Veröffentlichung, die Produktion, den Verkauf oder die Verbreitung des Werkes zu kontrollieren, einschließlich literarischer, dramatischer, musikalischer, künstlerischer und bestimmter anderer geistiger Werke. Man denke an das Wort selbst - "Recht" des "Urhebers". Der/Die EigentümerIn hat das Recht zu entscheiden, wie oder ob die Schöpfung kopiert werden darf oder nicht.

Das Urheberrecht beginnt mit der Schaffung eines Werks in physischer Form (eine Form, die mit den Sinnen wahrgenommen werden kann, wie Bücher oder Zeichnungen, wie Filme, CDs oder Videospiele). Ein mündlich überliefertes Märchen ist erst dann urheberrechtlich geschützt, wenn es aufgeschrieben oder aufgezeichnet wird. In ähnlicher Weise wären andere Schöpfungen, wie eine Eisskulptur oder Sandburg, zu vergängliche Dinge (d.h. sie verschwinden schnell), um die Anforderung der Greifbarkeit zu erfüllen. Außerdem muss etwas, um als urheberrechtsfähig eingestuft zu werden, von Natur aus kreativ oder "originell" sein. Eine bloße Sammlung von Fakten - wie z. B. ein Telefonbuch - wäre nicht urheberrechtsfähig, aber eine geschickte Sammlung von Fakten oder ein Werk, das solche Fakten auf originelle Weise anhäuft, könnte urheberrechtsfähig sein⁶.

Warum ein Urheberrecht?

Urheberrechtsgesetze basieren auf dem Konzept, dass eine Person, die ein urheberrechtlich geschütztes Werk erschafft, dafür entschädigt werden sollte, wobei ein Gleichgewicht mit den Rechten der Öffentlichkeit auf den freien Fluss von Ideen und Informationen besteht, wodurch neue urheberrechtlich geschützte Werke gefördert werden und die Gesellschaft als Ganzes davon profitiert.

Kennzeichnungen für das Urheberrecht

Gemäß dem US-amerikanischen Copyright Act von 1976 besteht der Hinweis auf das Urheberrecht aus drei Elementen: (1) dem Symbol "©" oder der Abkürzung "Copr." oder dem Wort "Copyright", (2) dem Datum der ersten Veröffentlichung und (3) dem Namen der Person, die das Urheberrecht besitzt. Das Urheberrecht an einem Werk muss nicht registriert oder durch einen Vermerk geschützt werden (obwohl dies empfohlen wird, um der Öffentlichkeit deutlich zu machen, dass der/die AutorIn das Urheberrecht für sein Werk beansprucht). Werke sind durch das Urheberrecht geschützt, auch wenn der Urheberrechtsvermerk nicht angezeigt wird.

Was ist nicht durch das Urheberrecht geschützt?

6 European IPR Helpdesk. (2017). Copyright essentials.
https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/Fact-Sheet-copyright_essentials.pdf

Manchmal ist es einfacher, sich anzuschauen, was NICHT durch das Urheberrecht geschützt ist, um das Konzept vollständig zu verstehen. Es folgt eine Liste von Gegenständen, die laut dem Europäischen Amt für Urheberrecht ausgeschlossen sind: Ein urheberrechtlich geschütztes Werk muss nicht registriert oder durch einen Vermerk geschützt werden (obwohl AnwältInnen für Urheberrechte dies empfehlen). UrheberInnen haben die Rechte des Urheberrechts für ihr Werk, auch wenn der Urheberrechtsvermerk nicht angezeigt wird.

Das Urheberrecht schützt nicht⁷:

- Werke, die kein Original sind;
- Werke, deren Urheberrechtsfrist abgelaufen ist;
- Ideen, Themen, Motive (z. B. eine Idee für einen Film über einen Krieg zwischen Vampiren und Werwölfen; eine Idee für ein Forschungsprojekt);
- Aussagen von Fakten (z. B. die Tatsache, dass die Schlacht von Hastings im Jahr 1066 stattgefunden hat oder dass Deutschland bei der Fußball-WM 2014 mit 7:1 gegen Brasilien gewonnen hat);
- von der Natur geschaffene "Werke" (z. B. seltsam, aber natürlich geformte Felsen oder Bäume, Vogelstimmen);
- individuelle Wörter [CJEU C-5/08 Infopaq];
- mathematische Probleme und Formeln;
- Entdeckungen (da sie nicht geschaffen werden, sondern objektiv schon vor ihrer Entdeckung existierten).

Um ein gewisses Gleichgewicht zu schaffen und die freie Meinungsäußerung zu schützen, ist das Urheberrecht so ausgelegt, dass es alltägliche Verwendungen von urheberrechtlich geschützten Werken zulässt, die von Benutzenden und Schöpfenden benötigt werden. Diese Verwendungen werden "Urheberrechtsausnahmen" genannt⁸.

Demnach dürfen die EU-Mitgliedstaaten Urheberrechte für folgende Bereiche **gewähren**:

Ausgenommen hiervon sind⁹ unter anderem

- Fotokopie/Fotoreproduktion
- private Vervielfältigung
- Reproduktionen von Bibliotheken, Archiven und Museen
- Kurzzeit-Aufzeichnungen von Rundfunkanstalten

7 <https://www.clarin.eu/content/clic-overview-copyright-law>

8 Die in der Berner Konvention enthaltenen Urheberrechtsausnahmen sind größtenteils nicht verbindlich vorgeschrieben. Stattdessen wird es den Mitgliedsstaaten überlassen, welche Ausnahmen sie in ihre nationale Gesetzgebung aufnehmen wollen

9 Artikel 5 der Berner Konvention zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst

- Wiedergabe von Sendungen durch soziale Einrichtungen
- Darstellung für Lehre oder wissenschaftliche Forschung
- Berichterstattung der Presse über aktuelle Ereignisse
- Zitat für Kritik oder Rezension
- Verwendung für Zwecke der öffentlichen Sicherheit
- Verwendung von öffentlichen Reden und öffentlichen Vorträgen
- Verwendung von Werken der Architektur oder von Skulpturen im öffentlichen Raum
- Verwendung zur Werbung für die Ausstellung oder den Verkauf von Kunstwerken
- Verwendung zum Zweck der Karikatur, Parodie oder Nachahmung
- Nutzung zum Zweck der Forschung oder des privaten Studiums

Allerdings können sich die nationalen Urheberrechtsgesetze in Bezug auf Ausnahmen bei Urheberrechtsverletzungen in jedem Land voneinander unterscheiden. Die Europäische Kommission hat Gesetzgebungsvorschläge zur Harmonisierung des Urheberrechts vorgelegt, um die Lizenzierung europäischer audiovisueller Werke sowie die Digitalisierung und Verfügbarkeit vergriffener Werke zu erleichtern¹⁰.

Ein Training durchführen

Dieses TutorInnen-Handbuch stellt die persönlichen Lerninhalte des Moduls "Medienmoderation" vor, die in einem praktischen, handlungsorientierten Workshop vermittelt werden sollen. Dieses Modul wurde so konzipiert, dass es an ausgewählte Communities vermittelt werden kann, die sich der Notwendigkeit der Moderation von Medieninhalten bewusst sind und eine fundierte Entscheidung über die notwendige Art der Moderation treffen können. Von nun an werden diese Lernenden in diesem Handbuch als "Teilnehmende" bezeichnet.

Die Inhalte des Präsenzunterrichts für das erste Medienmoderationsmodul sind für einen zeitlichen Umfang von 5 Stunden konzipiert:

- **Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien - 5 Stunden**
 - Wie man die produzierten Nachrichten den richtigen Medienkanälen zuordnet, um die beste Resonanz zu erzielen,
 - Urheberrechtsfragen,
 - Verstehen und Umsetzen der DSGVO,

10 Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on copyright in the Digital Single Market – COM (2016)593,

- Wie man andere Personen richtig zitiert,
- "Geistiges Eigentum" verstehen,
- Automatisierte Moderation

Dieses Modul wurde für einen 5-stündigen Präsenzunterricht konzipiert. Ein weiteres 4-stündiges Training ist als selbstgesteuertes Lernen vorgesehen, und die Teilnehmenden werden ermutigt, diese Zeit zu nutzen, um die veröffentlichten Inhalte zu moderieren. Diese Präsenzinhalte werden durch Lernmaterial für das selbstgesteuerte Lernen unterstützt, auf das über das WIRES CROSSED E-Learning-Portal zugegriffen werden kann, verfügbar unter: <http://wirescrossed.eu/>. Das gesamte Material für selbstgesteuertes Lernen wurde entworfen und entwickelt, um den Kurs mit dem WIRES CROSSED Toolkit durch Ressourcen der Medienmoderation zu unterstützen.

Hinweise für TrainerInnen

- Diese Module sind so konzipiert, dass sie Flexibilität bei der Planung, Durchführung und Auswertung des Schulungsprogramms bieten.
- Zu den Lerninhalten gehören Medienmoderationsmittel, die hier heruntergeladen werden können: <http://wirescrossed.eu/>.
- Die Einheiten können unabhängig voneinander verwendet sowie je nach Erfahrungsstand und Fachwissen der Teilnehmenden verlängert oder verkürzt werden.
- Nach Abschluss dieses Trainings ist es das Ziel des Projekts, dass die Teilnehmenden Sicherheit und Kompetenz erlangen, veröffentlichte Inhalte zu moderieren. Daher sollte der/die TrainerIn alle Teilnehmenden in die Workshops des Präsenzunterrichts einbeziehen, die aktive Beteiligung fördern und bereit sein, das Material, wenn zusätzliche Zeit benötigt wird, an die Lernbedürfnisse der Teilnehmenden anzupassen, wobei der Schwerpunkt auf den technischen Elementen des Trainings liegt.
- Vor Beginn des Workshops sollten alle Telefone der Teilnehmenden (auch deins!) ausgeschaltet werden und die Teilnehmenden sollten gebeten werden, ein Namensschild zu tragen oder an ihrem Tisch anzubringen.

Die Do's und Don'ts bei der Durchführung dieses TutorInnen-Programms

Die folgenden "Do's and Don'ts" sollte der/die TrainerIn bei jeder Lerneinheit immer im Hinterkopf behalten.

Do's:

- Sei stets ausreichend vorbereitet!

- Beziehe die Teilnehmenden ein und rege die Teilnahme an
- Benutze visuelle Hilfsmittel und schau auf <http://wirescrossed.eu/> nach zusätzlichen Ressourcen für selbstgesteuertes Lernen
- Sprich deutlich und verbinde ein Thema mit dem nächsten
- Lege eine logische Reihenfolge der Themen fest
- Ermuntere zu Fragen und gib Feedback
- Mache eine Zusammenfassung am Ende jeder Sitzung
- Manage deine Zeit gut
- Achte auf die Körpersprache der Teilnehmenden
- Konzentriere dich beim Präsentieren auf die Augen der Teilnehmenden
- Halte die Gruppe auf die Aufgabe fokussiert
- Gib nach jeder Unterrichtseinheit eine Einschätzung!

Don'ts:

- Drehe den Teilnehmenden während der Präsentation nicht den Rücken zu.
- Versperre nicht die visuellen Hilfsmittel
- Vermeide nicht den Augenkontakt!
- Bleibe nicht an einer Stelle stehen - bewege dich durch den Raum
- Ignoriere nicht die Kommentare und das Feedback der Teilnehmenden (verbaler und nicht-verbaler Art)

Kursplan: Modul 1 - Grundkenntnisse über die effektive Produktion und Verteilung von Bürgermedien

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von
------------------------	--

	Community-Medien
Zielgruppe	Die lokalen Medien-Aktionsgruppen werden in den späteren Phasen der Projektlaufzeit zum lokalen Medien-Management-Team und übernehmen die Verantwortung, mit der kontinuierlichen Unterstützung der PartnerInnen. Sie werden sich der Notwendigkeit der Moderation von Medieninhalten voll bewusst und umfassend geschult sein, um eine fundierte Entscheidung über die Arten der notwendigen Moderation zu treffen.
Ziel des Moduls	Dieses Modul hilft der Zielgruppe, die produzierten Nachrichten den richtigen Medienkanälen zuzuweisen, um die beste Resonanz zu erhalten, die DSGVO zu verstehen und umzusetzen, einschließlich Informationen zu Urheberrechtsfragen, wie man andere Personen richtig zitiert, und ein grundlegendes Verständnis für das geistige Eigentum zu vermitteln.
Lernergebnisse des Moduls	Am Ende dieses Moduls sind die Teilnehmenden fähig: <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Intelligenz zu entwickeln • Forschungsfähigkeiten zu entwickeln • Kreatives Denken und analytisches Denken zu entwickeln • Organisatorische Fähigkeiten zur Durchführung von gemeinsamen Aktivitäten zu nutzen • Bestimmte Datenbanken auszuwählen, um bestimmte Informationen zu finden • Informationskompetenz zu entwickeln • Zur Zusammenarbeit und Aufgeschlossenheit bereit zu sein • Offen für die Arbeit in einem kreativen Team zu sein • Auf Datenschutz Basis zu lernen
Zeitlicher Umfang	5 Stunden
Themen	<ul style="list-style-type: none"> ○ Wie man die produzierten Nachrichten den richtigen Medienkanälen zuordnet, um die beste Resonanz zu erzielen ○ Geistiges Eigentum verstehen ○ Urheberrechtsfragen ○ Wie man andere Personen richtig zitiert ○ Verstehen und Umsetzen der DSGVO
Vorbereitung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Finde einen Raum mit Stühlen und Tischen, Computer, Beamer.

	<p>Buche ihn mindestens 2 Monate vor der Durchführung des Workshops.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finde ReferentInnen für jene Aktivitäten des Workshops, mit denen du nicht vertraut bist ▪ Die Teilnehmenden über den Zweck des Workshops, seine Ziele und den Programmablauf informieren. Darüber hinaus sollte ihnen klar gemacht werden, dass sie keine Erfahrung oder Kenntnisse in den zu besprechenden Bereichen haben müssen. ▪ Organisiere ein Catering für Kaffee- und Mittagspausen oder informiere dich über Essensmöglichkeiten in der Nähe
--	--

Verlaufsplan für den Präsenzkurs

Nr.	Themen und Unterthemen/ Lernaktivitäten	Zeitlicher Umfang (Minuten)	Trainings-Methoden	Benötigtes Material/ Ausstattung
1	<p>Einführung</p> <p>Der/Die TutorIn begrüßt die Teilnehmenden, stellt sich vor/, und präsentiert den Inhalt und die Lernergebnisse, die während des 5-stündigen Workshops behandelt werden.</p>	10 Minuten	Präsentation	<p>Schulungsraum mit IT-Ausstattung für alle Teilnehmenden;</p> <p>Flipchart und Marker;</p> <p>Anmeldeformular</p> <p>Stifte und Notizmaterial für Teilnehmende</p> <p>Stuhlkreis für die Vorstellungsrunde</p> <p>Musik-Wiedergabegerät</p> <p>Beamer, Laptop und Bildschirm</p> <p>PPT M1 Folien 1-3</p>
2	<p>Aktivität Nr 1: Die Geschichte meines Namens</p> <p>Die Teilnehmenden stellen sich vor und erzählen die Geschichte ihres Namens: Woher kommt der Name, welche</p>	20 Minuten	<p>Die TeilnehmerInnen beteiligen sich an allen Gruppenaktivitäten</p>	<p>Stuhlkreis für die Vorstellungsrunde</p> <p>PPT_M1 Folie 4 4</p> <p>Workbook</p>

	<p>Bedeutung hat der Name, warum haben die Eltern ihm/ihr diesen Namen gegeben? Ist dieser Name im Herkunftsland beliebt? Ziel dieser Aktivität ist es, dass sich die Teilnehmenden besser kennenlernen, Spaß haben und das Eis gebrochen wird.</p>			
3	<p>Präsentation der Theorie</p> <p>Das ABC der Medienkanäle</p> <p>Der/Die TrainerIn verwendet PowerPoint-Folien, um die Definition von Medienkanälen vorzustellen und verschiedene Arten von Medienkanälen zu beschreiben.</p>	20 Minuten	Präsentation	<p>PC/ Laptop</p> <p>Projektor</p> <p>PPT M1 Folien 5-10</p> <p>Workbook</p>
4	<p>Aktivität Nr 2: Welche Medienkanäle gibt es?</p> <p>Diese Aktivität erhöht das Verständnis der Teilnehmenden für den Begriff "Medienkanäle" und wie man den Inhalt den Medienkanälen zuordnet.</p> <p>Der/Die TrainerIn führt eine kurze Diskussion mit allen Teilnehmenden, indem er/sie fragt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Arten von Medienkanälen kennt ihr? • Wie sehen die perfekten Nachrichten oder Inhalte für jeden Kanal aus? <p>Der/Die TrainerIn schreibt die Ideen der Gruppe auf dem Flipchart auf, um Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den verschiedenen vorgestellten Definitionen zu finden und zu einer gemeinsamen Definition zu kommen.</p>	20 Minuten	<p>Brainstorming</p> <p>Diskussion</p> <p>Feedback</p>	<p>Flipchart</p> <p>Marker</p> <p>PPT M1 Folie 11</p> <p>Workbook</p>
5	<p>Präsentation der Theorie</p> <p>Definition von geistigem Eigentum</p> <p>Der/Die TrainerIn leitet eine kurze Gruppendiskussion über geistiges Eigentum und verwendet ein YouTube-Video, um</p>	20 Minuten	<p>Brainstorming</p> <p>Diskussion</p> <p>Feedback</p>	<p>Flipchart</p> <p>Marker</p> <p>PC/ Laptop</p> <p>Projektor</p>

	eine Definition dieses Begriffs einzuführen.			https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY PPT M1 Folien 12-13 Workbook
6	Aktivität Nr 3: Begriffe des geistigen Eigentums vergleichen Diese Aktivität soll den Teilnehmenden helfen, einige der wichtigsten Begriffe des geistigen Eigentums zu erkennen. 1. Der/Die TrainerIn gibt allen Teilnehmenden ein ausgedrucktes Aktivitätshandout 1.1 und lässt sie innerhalb von 15 Minuten ein Brainstorming zur Lösung machen. 2. Nachdem 15 Minuten vergangen sind, fragt der/die TrainerIn die Gruppe, wie sie diese Aktivität in Bezug auf das Erkennen von Begriffen des geistigen Eigentums fand. 3. Nach der Diskussion beginnt der/die TrainerIn das Brainstorming, indem er/sie die Teilnehmenden fragt: "Ist das Plagiat nur für den/die AutorIn verletzend?" oder "Kann es zu seiner/ihrer Popularität beitragen?"	25 Minuten	Gruppenaktivität...	Stifte und Notizmaterial für Teilnehmende Activity Handout-AH 1.1 PPT M1 Folie 14 Workbook
7	Kaffeepause	15 Minuten		
8	Präsentation der Theorie Verwendung des Urheberrechts Der/Die TrainerIn verwendet ein YouTube-Video, um das Thema Urheberrecht zu präsentieren. Dieses Video bietet eine grundlegende Einführung in das Urheberrecht. Für ein umfassenderes Verständnis präsentiert der/die TrainerIn PPT-Folien, die das Thema Urheberrecht erklären.	20 Minuten	?	Video zu Urheberrecht und fairem Gebrauch: https://www.youtube.com/watch?v=suMza6Q8J08 PPT M1 Folien 15-19 Workbook

<p>9</p>	<p>Aktivität Nr 4: Urheberrechtsfragen verstehen</p> <p>Diese Aktivität stellt Informationen über das Urheberrecht vor und hilft den Teilnehmenden, einige der wichtigsten Arten von Urheberrechtsproblemen zu verstehen.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dann teilt der/die TrainerIn die Gruppe in 3 kleinere Gruppen auf und bittet jede, eine Person zu benennen, die das Protokoll für das Feedback aufnimmt. 2. Danach, gibt er oder sie jeder Gruppe eines der folgenden Szenarien aus dem Activity Handout 1.2 und lässt die Gruppe innerhalb von 15 Minuten die Lösung brainstormen. 3. Nachdem 15 Minuten vergangen sind, bittet der/die TrainerIn, dem Rest der Gruppe die Szenarien und Lösungen vorzulesen. 4. Der/Die TrainerIn fragt die Gruppe, wie sie diese Aktivität in Bezug auf das Erkennen von Urheberrechtsproblemen fand. 	<p>30 Minuten</p>	<p>Team-Aktivität Brainstorming Diskussion Feedback</p>	<p>PC/ Laptop Projektor Flipchart Marker Stifte und Notizmaterial für Teilnehmende Activity Handout-AH 1.2 PPT M1 Folie 20 Workbook</p>
<p>10</p>	<p>Präsentation der Theorie Die Bedeutung des Zitierens</p> <p>Der/Die TrainerIn verwendet eine kurze PowerPoint-Präsentation, um den Lernenden theoretische Angaben zum Zitieren zu vermitteln. Die verschiedenen Arten von Zitaten, warum es wichtig ist, ein Zitat zu verwenden, das In-Text-Zitat und die Referenzliste, usw.</p>	<p>20 Minuten</p>	<p>?</p>	<p>PC/ Laptop Projektor PPT M1 Folien 21-46 Workbook</p>
<p>11</p>	<p>Aktivität Nr 5: Korrekt zitieren</p> <p>Ziel dieser Aktivität ist es, die Teilnehmenden mit einer Vielzahl von Quellen vertraut zu machen und zu zeigen, wie wichtig es ist, korrekte Zitate zu</p>	<p>30 Minuten</p>	<p>Team-Aktivität Brainstorming Diskussion Feedback</p>	<p>PC/ Laptop/ iPad Projektor Flipchart</p>

	<p>verwenden.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Der/Die TrainerIn beginnt die Diskussion mit der Frage an die Teilnehmenden: "Was ist der Zweck eines Zitats?" 2. Dann teilt der/die TrainerIn die Gruppe in 3 kleinere Gruppen auf und bittet jede, eine Person zu benennen, die das Protokoll für das Feedback aufnimmt. 3. Der/Die TutorIn gibt jeder Gruppe 3-5 verschiedene Ressourcen, wie z.B.: Romane, Zeitungsartikel, Zeitschriftenartikel, Reden, ein iPad mit einem Zeitschriftenartikel oder einer Tondatei als Zusammenfassung, Laptops mit einem Nachrichtenartikel auf dem Bildschirm, usw. 4. Die Gruppen haben 20 Minuten Zeit, um ein Zitat unter Verwendung der Formatvorlagen APA, MLA, und Chicago für die Quelle zu erstellen und zu überprüfen, ob alle Angaben zum Zitat korrekt sind, und das Zitat zum Literaturverzeichnis der Gruppe hinzuzufügen. <p>Nach 20 Minuten überprüfen die Teilnehmenden ihre Literaturliste und der/die TrainerIn beginnt eine Diskussion mit ihnen, indem er/sie die folgenden Fragen stellt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie hat euch die Aktivität gefallen? • Was war das Schwierigste an der Aktivität? • Wie würdet ihr euch fühlen, wenn eure Ideen oder eure Arbeit verwendet werden würde, ohne euch als UrheberIn zu nennen? 			<p>Romane Zeitungen Zeitschriften Marker Stifte und Notizmaterial für Teilnehmende PPT M1 Folie 47 Workbook</p>
12	Kaffeepause	15 Minuten		
13	Präsentation der Theorie	20 Minuten	Brainstorming	PC/ Laptop

	<p>Datenschutz und DSGVO</p> <p>Die oder der TrainerIn zeigt das YouTube-Video und leitet eine Gruppendiskussion über die Erfahrungen der TeilnehmerInnen mit der DSGVO.</p> <p>Anschließend wird anhand der PPT-Folien eine kurze Einführung in die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) gegeben, der Geltungsbereich und die Anwendbarkeit der DSGVO, die grundlegende Terminologie des Gesetzes, die Rechte, die es Personen in der EU einräumt, und die Verantwortlichkeiten, die es Organisationen auferlegt, besprochen.</p>		<p>Diskussion</p> <p>Feedback</p>	<p>Projektor</p> <p>DSGVO Video: https://www.youtube.com/watch?v=j6wwBqfSk-o</p> <p>PPT M1 Folien 48-53</p> <p>Workbook</p>
14	<p>Aktivität Nr 6: Umgang mit personenbezogenen Daten</p> <p>Ziel der Aktivität ist es, dass die Teilnehmenden die verschiedenen Aspekte der DSGVO in ihrem persönlichen und beruflichen Leben verstehen und umsetzen.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dann teilt der/die TrainerIn die Gruppe in 3 kleinere Gruppen auf und bittet jede, eine Person zu benennen, die das Protokoll für das Feedback aufnimmt. 2. Der/Die TrainerIn gibt den Gruppen ein bis zwei Szenarien (Activity Handout 1.3), die sie in ihren Gruppen diskutieren und sich darauf einigen, was sie tun würden, um sicherzustellen, dass sie DSGVO-konform sind. 3. Sie sollten dann bereit sein, ihre Gedanken der ganzen Gruppe mitzuteilen oder für ein Feedback der ganzen Gruppe zusammenzukommen. 4. Der/Die TrainerIn fragt die Gruppe, wie sie diese Aktivität in Bezug auf die Umsetzung von DSGVO fand. 	25 Minuten	<p>Team-Aktivität</p> <p>Brainstorming</p> <p>Diskussion</p> <p>Feedback</p>	<p>PC/ Laptop</p> <p>Projektor</p> <p>Stifte und Notizmaterial für Teilnehmende</p> <p>Activity Handout-AH 1.3</p> <p>PPT M1 Folie 54</p> <p>Workbook</p>

15	<p>Workshop-Abschluss</p> <p>Der/Die TrainerIn fasst die Themen des 5-stündigen Workshops von Modul 1 zusammen und bittet die Teilnehmenden, in 1-2 Sätzen zu berichten, welche der besprochenen Themen in den vergangenen 5 Stunden für sie am interessantesten/wichtigsten waren. Es wird in der Gruppe diskutiert.</p> <p>Alle Teilnehmenden bekommen einen Auswertungsbogen zum Ausfüllen.</p>	10 Minuten	<p>Diskussion</p> <p>Auswertung</p>	<p>Auswertungsfragebogen</p> <p>PPT M1 Folien 55-56</p>
Zeitlicher Umfang		5 Stunden		
Trainingsmaterial für Präsenzlernen	Print-Workbook			
Quellen	<p>Bbamantra. (2019). Media – Types of media, characteristics, advantages & disadvantages. Abgerufen von: https://bbamantra.com/media-types-characteristics/</p> <p>Wendy. (2019). What Are the Different Types of Media? Abgerufen von: https://whatagraph.com/blog/articles/different-types-of-media</p> <p>J. Wiles. (2017). How to Choose the Right Communications Channel. Abgerufen von: https://www.gartner.com/smarterwithgartner/corporate-communications-four-steps-to-choosing-the-right-communication-channel/</p> <p>WIPO. (2019). What is Intellectual Property? Abgerufen von: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf</p> <p>Michael Wood A. (2020). Copyright Explained For Students: Don't Get Caught Out. Abgerufen von: https://www.whoishostingthis.com/resources/student-copyright/</p> <p>SIP. (2019). What may be protected? Abgerufen von: https://www.prv.se/en/copyright/what-may-be-protected/</p> <p>J. Bailey. (2005). Copyright Infringement, Plagiarism and Fair Use. Abgerufen von: https://www.plagiarismtoday.com/2005/10/06/copyright-infringement-plagiarism-and-fair-</p>			

	<p>use/#:~:text=Plagiarism%20is%20defined%20as%20%E2%80%9Cthe,it%20is%20the%20final%20part.&text=Plagiarizing%20works%20in%20the%20public,is%20not%20considered%20copyright%20infringement.</p> <p>A. Peters. (2018). Citation Help. Abgerufen von: https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282964&p=1885440</p> <p>University of Pittsburgh. (2020). Citation Styles: APA, MLA, Chicago, Turabian, IEEE: Home. Abgerufen von: https://pitt.libguides.com/citationhelp</p> <p>Mendeley Ltd. (2019). APA Format Citation Guide. Abgerufen von: https://www.mendeley.com/guides/apa-citation-guide</p> <p>Mendeley Ltd. (2019). MLA 8 Citation Guide. Abgerufen von: https://www.mendeley.com/guides/mla-citation-guide</p> <p>LibApps. (2020). Citation Styles: MLA 8th Edition. Abgerufen von: https://pitt.libguides.com/citationhelp/mla8thedition</p> <p>M. Kirschenbaum. (2020). The Ultimate Guide to Citing Anything in Chicago Style. Abgerufen von: https://www.citationmachine.net/chicago</p> <p>Ross. (2019). Does GDPR Apply to You? Abgerufen von: https://www.rossgsaunders.com/2019/06/does-gdpr-apply-to-you/</p> <p>Intersoft consulting. (2020). Art. 5 GDPR, Principles relating to processing of personal data. Abgerufen von: https://gdpr-info.eu/art-5-gdpr/</p> <p>i-SCOOP. (2019). Data subject rights and personal information: data subject rights under the GDPR. Abgerufen von: https://www.i-scoop.eu/gdpr/data-subject-rights-gdpr/</p> <p>T. Grennan. (2018). 17 Things You Need To Know About GDPR. Abgerufen von: https://www.braze.com/perspectives/article/gdpr-compliance-need-to-know</p>
--	--

Activity Handout – AH 1.1

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien		
Name der Aktivität	Begriffe des geistigen Eigentums vergleichen	Aktivität Nummer	AH 1.1

Beschreibung der Aktivität	Ordne die Definition dem Begriff zu	
	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Gesetz, das UrheberInnen und SchöpferInnen von Originalwerken das ausschließliche Recht einräumt, ihr Werk zu vervielfältigen, zu verbreiten, aufzuführen, auszustellen oder zu verkaufen. 	Copyright
	<ul style="list-style-type: none"> • Die eingeschränkte Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke ohne die Genehmigung des Eigentümers ist für Kritik und Kommentare, Parodie, Nachrichtenberichterstattung, Forschung und Unterricht erlaubt. 	Geistiges Eigentum
	<ul style="list-style-type: none"> • Originelle kreative Arbeit in einer greifbaren Form, die rechtlich durch ein Patent, ein Markenzeichen oder ein Urheberrecht geschützt werden kann. 	Patent
	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Design, das von einer Organisation auf ihrem Briefkopf, Werbematerial und Schildern als Emblem verwendet wird, an dem die Organisation leicht erkannt werden kann. 	Dokumentation
	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Design, das von einer Organisation auf ihrem Briefkopf, Werbematerial und Schildern als Emblem verwendet wird, an dem die Organisation leicht erkannt werden kann. 	Logo
	<ul style="list-style-type: none"> • Von der Regierung ausgestelltes rechtsgültiges Dokument, das einem/einer ErfinderIn das ausschließliche Recht gibt, eine Erfindung für eine bestimmte Anzahl von Jahren zu machen, zu benutzen und zu verkaufen. 	Plagiat
	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Symbol, wie z. B. ein Wort, eine Zahl, ein Bild oder ein Design, das von HerstellerInnen oder HändlerInnen verwendet wird, um ihre Produkte zu identifizieren und von anderen zu unterscheiden. 	Faire Nutzung
	<ul style="list-style-type: none"> • Die Verwendung deiner eigenen Worte, um zu erzählen, was du gelesen, gehört oder gesehen hast. 	Paraphrase
	<ul style="list-style-type: none"> • Die Gedanken, Schriften, Erfindungen oder kreativen Werke einer anderen Person übernehmen und verwenden und sie als die eigenen ausgeben. 	Gemeingut
<ul style="list-style-type: none"> • Angabe der bei der Recherche verwendeten Quellen, meist in Form eines Literaturverzeichnisses. 	Markenzeichen	
<ul style="list-style-type: none"> • Werke, die nicht urheberrechtlich geschützt sind und ohne Genehmigung verwendet werden dürfen. 		

Activity Handout – AH 1.2

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien		
Name der Aktivität	Urheberrechtsfragen verstehen	Aktivität Nummer	AH 1.2
Beschreibung der Aktivität	<p>1. Du willst eine originelle Geschichte über einen Zauberer und seine Abenteuer in der Zaubererschule schreiben. Es ist offensichtlich, dass die Figur eindeutig als Harry Potter beschrieben wird. Ist das ein Verstoß gegen das Urheberrecht? Wie lässt sich diese Geschichte ohne Verletzung des Urheberrechts verbreiten?</p> <p>2. Du möchtest eine Fan-Fiction-Geschichte mit den Charakteren aus deinem Lieblingsfilm erstellen und deine Geschichte auf einer Website veröffentlichen, auf der andere Leute ihre Fan-Fiction-Geschichten teilen. Darf Fan-Fiction öffentlich verbreitet werden und können Fan-Fiction-Autoren damit Geld verdienen? Überlege, welche Art von urheberrechtlicher Genehmigung erforderlich ist.</p> <p>3. Du willst dir deinen Lieblingsfilm per Online-Streaming ansehen. Sind das Anschauen und Anhören von urheberrechtlich geschützten Werken online erlaubt? Überlege, welche Art von urheberrechtlicher Genehmigung erforderlich ist.</p> <p>Mach ein Brainstorming zur Lösung der folgenden Szenarien</p>		

Activity Handout – AH 1.3

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien		
Name der Aktivität	Umgang mit personenbezogenen Daten	Aktivität Nummer	AH 1.3
Beschreibung der Aktivität	<p>Mach ein Brainstorming zur Lösung der folgenden Szenarien</p> <p>Szenario 1</p> <p>Du hast ein Video, in dem einige Teilnehmenden interviewt werden, für das du letztes Jahr eine Einwilligung eingeholt hast. Sie haben ihr Einverständnis gegeben, dass das Video für eine bestimmte Veranstaltung verwendet werden darf. Du würdest es jetzt gerne für ein Werbevideo verwenden. Darfst du das? Oder musst du ihre Zustimmung erneut einholen?</p> <p>Szenario 2</p> <p>Du hast die Zustimmung einer Gruppe von Teilnehmenden, die im Video interviewt werden. In einem stillen Moment kann man im Hintergrund die Stimme eines anderen Teilnehmenden hören, von dem man keine Zustimmung hat. Ist das ein Problem? Darfst du dieses Video verwenden?</p> <p>Szenario 3</p> <p>Du hast ein tolles Gruppenfoto von einigen MitarbeiterInnen deines Unternehmens bei einer Schulungsveranstaltung. Du hast damals von allen die Erlaubnis eingeholt, das Bild für ein Faltblatt und einen Newsletter zu verwenden. Inzwischen hat eine der Teilnehmenden darum gebeten, keine Bilder von ihr mehr zu verwenden. Darf dieses Bild weiterhin verwendet werden?</p> <p>Szenario 4</p> <p>Als Führungskraft versuchst du sicherzustellen, dass du keine Daten hast, die du nicht aktiv nutzt, und möchtest alle nicht benötigten Daten sicher vernichten. Du bist auch besorgt über die Vernichtung aller benötigten Daten oder die Vernichtung von Aufzeichnungen. Du möchtest Aufzeichnungen über die ersten Treffen, die du hattest, und einige Fotos aus all den Jahren aufbewahren, für die du keine Erlaubnis hast. Du kannst dich nicht einmal mehr daran erinnern, wer alle Teilnehmenden waren, also kannst du sie nicht kontaktieren, um sie nach ihrer Zustimmung zu fragen. Was darfst du in Bezug auf die Aufbewahrung alter Meeting-Informationen behalten? Was solltest</p>		

du behalten?

Szenario 5

Du gehörst zu mehreren inoffiziellen Facebook-Gruppen für Führungen, in denen du dich mit Mitgliedern und anderen Teilnehmenden über Veranstaltungen und gute Angebote im Zusammenhang mit Führungen unterhältst und austauscht. Du nutzt auch WhatsApp mit anderen ReiseleiterInnen, um die Aktivitäten der Reiseleitung zu besprechen.

Ist es in Ordnung, diese Social-Media-Plattformen hierfür zu nutzen? Wenn ja, warum? Und was sollte man beachten? Falls nicht, warum nicht?

Szenario 6

Bei jeder Sitzung oder Veranstaltung werden die Teilnehmenden gebeten, sich mit ihrem Namen, ihrer Mitgliedsnummer und ihrer E-Mail-Adresse einzutragen. Diese Liste enthält keine Einwilligungsinformationen und wird vom Ausschuss für statistische Auswertungen aufbewahrt.

Ist es OK, diese Liste von E-Mail-Adressen aufzubewahren? Wenn ja, warum, und worauf sollte man achten? Falls nicht, warum nicht?

Einführung in Modul 2

Der technologische Fortschritt und vor allem die Ausweitung der digitalen Technologien durch die Verbreitung des Internets hat zu einer "Demokratisierung der Information" geführt. Menschen haben nun die Möglichkeit, einfach und mühelos auf Informationen aus einer Fülle von Quellen aus der ganzen Welt zuzugreifen, ihre eigenen Ansichten, Erfahrungen und Gedanken mit anderen zu teilen und sich ohne geografische Einschränkungen mit anderen auszutauschen.

Das Internet und Smartphones haben eine Realität durchbrochen, in der die BürgerInnen für ihre Informationen auf die traditionellen Medien (Fernsehen, Radio und Zeitungen) angewiesen waren, die das Informationsangebot und in gewissem Maße auch die dargestellten Standpunkte sowie den Zugang zur öffentlichen Sphäre einschränkten. Jede Person hat nun die Möglichkeit, auf verschiedenen Websites zu surfen, um Informationen und Standpunkte zu Entwicklungen und

Themen von Interesse zu erhalten, eine eigene Website oder einen Blog zu erstellen, um die eigenen Ansichten zu teilen oder zu posten und sich mit anderen Usern über soziale Medien auszutauschen.

Diese Entwicklung wurde mit großer Begeisterung und Hoffnung begrüßt. Viele AnalytikerInnen sahen in dieser Entwicklung den Anbruch eines großen Zeitalters, in dem der Einzelne besser informiert sein wird und der öffentliche Diskurs durch die aktive Teilnahme aller BürgerInnen und die Vertretung aller Standpunkte in hohem Maße profitieren wird. Dieser Optimismus wurde jedoch bald erschüttert, da die digitale Sphäre auch einen fruchtbaren Boden für den Austausch und das Gedeihen von bedrohlichem und oft hasserfülltem Material sowie die unkontrollierte und oft absichtliche Verbreitung von Fehlinformationen geboten hat.

Daher ist es für jede Form von Medien von größter Wichtigkeit, Verfahren zur Inhaltsmoderation einzuführen und zu etablieren, um sicherzustellen, dass die Inhalte, die veröffentlicht oder gehostet werden, nicht schädlich sind. Konkrete Schritte sind erforderlich, um sicherzustellen, dass potenziell schädliche Inhalte in Form von Material über Kindesmissbrauch, gewalttätigen und extremen Inhalten, Hassreden, grafischen Inhalten, sexuellen Inhalten, grausamen und unsensiblen Materialien und Spam-Inhalten blockiert werden (Ofcom: 2019). Zu diesem Zweck möchte das vorliegende Modul spezifische Medienmoderationsmodelle mit Ressourcen vorstellen, um Lernende mit Interesse an der Entwicklung von Community-Medien dabei zu unterstützen, solche Prozesse in ihrer Arbeit effektiv durchzuführen.

Lernziele

Durch die Nutzung des Trainingsangebots und des Materials zum selbstgesteuerten Lernen des Moduls werden die Lernenden:

- Verschiedene Arten von Moderationen und ihre Vorteile kennenlernen
- Grundkenntnisse über verschiedene technische Tools erwerben
- In der Lage sein, Merkmale von absichtlich negativem und provokativem Social Media-Inhalt zu erkennen
- Erfahren, wie man eine "Blacklist" erstellt und Filter nach der Veröffentlichung anwendet
- Praktiken erfassen, die von Social-Media-Dienstleistern verwendet werden, um Anomalien in der Verbreitung zu erkennen

Grundlegende Informationen zu den vorgestellten Schlüsselkonzepten

Definition der Inhaltsmoderation

Das Cambridge Dictionary definiert Moderation als die Eigenschaft, etwas innerhalb angemessener Grenzen zu tun. Im Kontext von Medieninhalten bezieht sich dieses Prinzip auf das Festlegen von Regeln und Grenzen für Informationen und Materialien, die von einer Plattform geteilt oder gehostet werden, sei es ein Medienunternehmen, eine Social-Media-Seite, eine Webseite oder ein Blog, und das Ergreifen von Maßnahmen, um sicherzustellen, dass diese eingehalten werden. Mit anderen Worten: Es geht darum, die Inhalte zu überwachen, die ins Netz gestellt werden sollen oder bereits gestellt wurden, und keine Inhalte zuzulassen oder zu entfernen, die nicht mit dem Regelwerk der betreffenden Plattform vereinbar sind (Grimes-Viort: 2010). "Je nach den spezifischen Anforderungen der jeweiligen Seite kann die Moderation mehr oder weniger stark ausgeprägt sein. Einige Internetforen sind stolz auf ihre Meinungsfreiheit, während andere, wie z. B. soziale Netzwerke, eine schwierige Balance zwischen Benutzerfreundlichkeit und dem Schutz ihrer jüngeren User finden müssen" (Smith:2019).

Die meisten beliebten sozialen Medien und Medienkanäle (sowohl digitale als auch traditionelle) haben spezifische Moderationsrichtlinien, die bis zu einem gewissen Grad vorschreiben, welche Art von Inhalten für die Verbreitung über ihre Plattform akzeptabel ist. Unter Einhaltung dieser Regeln und durch den Einsatz verschiedener Techniken und Ansätze zur Inhaltsmoderation überwachen und bewerten sie das geteilte Material, um sicherzustellen, dass alle Arten von beleidigenden oder anstößigen Inhalten wie Pornovideos, explizite Bilder oder Bilder, die nicht für alle Altersgruppen geeignet sind, nicht veröffentlicht oder entfernt werden (Cogito Tech: 2020).

Warum ist die Moderation von Inhalten so wichtig?

Bildmoderation, Videomoderation und Textmoderation sind entscheidend, um sicherzustellen, dass das Publikum/die User eines Mediums oder einer Plattform keinen anstößigen oder schädlichen Inhalten ausgesetzt sind (Schomer: 2019). Das Hosten oder Teilen von unangemessenem, schädlichem oder illegalem Verhalten führt nicht nur zu Problemen für die Plattform/das Medium, sondern kann auch ernsthafte Auswirkungen auf das Publikum haben, insbesondere auf junge Menschen, die das Internet und vor allem soziale Medien nutzen, um Informationen und Nachrichten zu erhalten sowie für soziale Interaktionen. Daher ist es von äußerster Wichtigkeit, dass die betreffenden Medien und Plattformen wachsam sind und in die Überwachung und Moderation der über sie verfügbaren Inhalte investieren (puremoderation: 2020).

Modelle der Inhaltsmoderation

Wenn es um die Moderation von Inhalten geht, gibt es verschiedene Ansätze oder Modelle, die eine Plattform je nach ihren eigenen Prinzipien, ihrem Modus Operandi, ihren Zielen und Arbeitsprozessen anwenden kann. Diese Modelle schließen sich bis zu einem gewissen Grad nicht gegenseitig aus, sodass man sich für mehrere Ansätze entscheiden kann. Letztendlich sollte man sich für einen Ansatz entscheiden, um das bestmögliche Überwachungs- und Filterergebnis zu erzielen, das das Publikum vor schädlichen und bedenklichen Inhalten schützt und gleichzeitig ein gewisses Maß an Ordnung in den Arbeitsabläufen aufrechterhält (Cogito Tech: 2019).

Die verschiedenen Arten der Inhaltsmoderation zu verstehen, zusammen mit ihren Stärken und Schwächen, kann ModeratorInnen helfen, jenes Modell zu wählen, das für ihren Zweck und ihre Arbeitsweise am besten geeignet ist.

Nachfolgend werden die gängigsten Arten der Inhaltsmoderation kurz vorgestellt:

Prä-Moderation

Wie der Name schon sagt, beinhaltet das Prä-Moderationsmodell einen Prozess, bei dem alle Inhalte vor ihrer Veröffentlichung genehmigt werden müssen. In der Praxis bedeutet dies, dass jeder Inhalt, der an eine Plattform gesendet wird, in eine Warteschlange gestellt wird, damit ein/eine ModeratorIn ihn überprüfen und genehmigen kann, bevor er für die User sichtbar wird. Die Vormoderation stellt sicher, dass (in den Händen einer gut moderierenden Person) jeder Inhalt, der schädlich oder unangemessen ist oder nicht den Regeln einer Website/Plattform entspricht, von den öffentlich sichtbaren Bereichen ferngehalten wird. Dadurch bietet es der managenden-moderierenden Person eine hohe Kontrolle.

Das hat allerdings auch Nachteile, da es zu Beschwerden seitens der Person, die den Inhalt einreicht, oder zu Verzögerungen beim Hochladen führen kann, was sich negativ auf Inhalte auswirken kann, die unterhaltsam und zeitgebunden sind. Außerdem ist dies ein Prozess, der hohe Kosten verursacht, wenn eine Plattform wächst und die Beiträge einen Grenzwert an nutzergenerierten Inhalten überschreiten, der von den Moderatoren nicht mehr bewältigt werden kann (Grimes-Viort: 2010).

Post-Moderation

Bei diesem Ansatz wird das Posten von Inhalten/Materialien auf einer Plattform ohne anfängliche Überprüfung erlaubt, woraufhin der/die Moderierende(n) diese bewerten und bei Bedarf entfernen können. Der Vorteil dieser Art der Moderation besteht darin, dass sie Verzögerungen minimiert und zu einem schnelleren Tempo der Plattform und der auf ihr/über sie stattfindenden Interaktionen beiträgt. "Die Menschen erwarten ein gewisses Maß an Unmittelbarkeit, wenn sie im Web interagieren, und die Post-Moderation ermöglicht dies, während die Moderatoren gleichzeitig sicherstellen können, dass Sicherheits-, Verhaltens- und rechtliche Probleme rechtzeitig erkannt werden und darauf reagiert werden kann" (Grimes-Viort: 2010).

Dennoch kann dies dazu führen, dass einige User auf schädliche oder unangemessene Inhalte stoßen. Darüber hinaus ist es ein Prozess, der kostspielig werden kann, wenn die Sichtbarkeit und Reichweite einer Plattform wächst und damit auch die dort eingereichten Inhalte zunehmen.

Reaktive Moderation

Reaktive Moderation ist ein Ansatz, der sich darauf verlässt, dass die User den Inhalt melden, wenn sie ihn für unangemessen halten. Es wird ein Meldeverfahren eingerichtet, das den Usern die Möglichkeit gibt, die für Administration oder Moderation verantwortlichen Person zu informieren und darum zu bitten, dass der besagte Inhalt überprüft und entfernt wird. Die reaktive Moderation ist in sozialen Medien weit verbreitet, bei der die User aktiv an der Moderation der Inhalte mitwirken können. Sie kann als eine von den Nutzern vorgenommene Moderation von Inhalten beschrieben werden und gibt zweifellos die Macht und das Eigentum in die Hände des User-Publikums einer Plattform (Cogito Tech: 2019).

Der Hauptvorteil dieser Moderationsmethode ist, dass sie sich an den Verbreitungsgrad einer Plattform anpassen kann und es ihr ermöglicht, sich der Verantwortung für unangemessene Inhalte zu entziehen, die von Usern hochgeladen werden, solange sie auf Anfragen zur Überprüfung und Entfernung von solchem Material eingeht. Sie birgt jedoch ein Risiko, da sie zu einer übermäßigen Abhängigkeit von den Usern führt (Grimes-Viort: 2010).

Verteilte Moderation

Eine Methode zur Moderation von Usern erzeugten Inhalten, die auf einem Bewertungssystem basiert, bei dem die Mitglieder der Community darüber abstimmen, ob Beiträge entweder den Erwartungen der Community oder den Nutzungsregeln entsprechen. Sie trägt somit, mit der Unterstützung von engagierten und erfahrenen ModeratorInnen, zur Kontrolle von Kommentaren

oder Forenbeiträgen bei. Dabei ist zu beachten, dass dieser Ansatz auf die Fähigkeit und Bereitschaft der Online-Community zur Selbstmoderation angewiesen ist. (Grimes-Viort: 2010).

Automatisierte Moderation

Zusätzlich zu allen oben genannten, von Menschen betriebenen Moderationssystemen ist die automatisierte Moderation eine wertvolle Waffe im Arsenal der ModeratorInnen. Sie beinhaltet die Einführung und Nutzung von technischen Tools und automatisierten Filterprozessen, um Inhalte und Beiträge zu prüfen und zu kontrollieren. Das typischste Werkzeug ist der Wortfilter, der einen Text auf zuvor definierte verbotene Wörter untersucht und diese entweder ersetzt oder den Text ganz sperrt. Ähnliche Tools gibt es für die Bild- und Videomoderation, die besagte Multimedia-Inhalte auf unangemessene Bildunterschriften hin kennzeichnen. (Grimes-Viort: 2010).

Keine Moderation

Schließlich kann eine Plattform beschließen, überhaupt keine Form der Moderation oder Überwachung anzuwenden. Dies ist nicht ratsam, da das Fehlen von Moderation in der Praxis bedeutet, dass der/die EigentümerIn/AdministratorIn einer Plattform keine Kontrolle über die Inhalte hat, was dazu führen kann, dass sie zu einem Tummelplatz für unangemessenes, bedrohliches oder illegales Material und Ansichten wird.

Es ist auch wichtig, auf eine weitere Unterscheidung in Bezug auf die Inhaltsmoderation hinzuweisen: Die "menschliche oder manuelle Moderation" und die "automatisierte". Erstere bezieht sich auf einen Prozess, bei dem Menschen für die Aufsicht und Überwachung der Inhalte einer Plattform zuständig sind, während letztere einen Prozess beinhaltet, bei dem die eingereichten Inhalte automatisch akzeptiert oder abgelehnt/entfernt werden (puremoderation:2020).

Erstellen einer Blacklist und Einstellen von Publikationsfiltern

Filtern ist ein Prozess, der das Erkennen und Blockieren/Entfernen von Inhalten beinhaltet, die als unangemessen erachtet werden. Die Filter können von den ModeratorInnen einer Plattform oder eines Social-Media-Kontos eingerichtet werden und können als eine Reihe von Regeln verstanden werden, denen der Inhalt entsprechen muss, wenn er auf einer Plattform veröffentlicht werden oder angezeigt werden soll (Europarat: 2017). Zu diesem Zweck entwickeln sie oft "Blacklists (ein Verzeichnis von Wörtern, Begriffen, Formen von Inhalten oder Quellkonten und Seiten), die für das Posten, Teilen oder Kommentieren auf der Plattform oder dem Konto gesperrt werden. Mit anderen

Worten: Content-ModeratorInnen können ein Archiv von Wörtern oder Begriffen erstellen, die für ihre Plattform nicht zulässig sind, sowie eine Liste von Websites, E-Mail-Konten oder Usern, die für das Posten oder Teilen auf ihrer Plattform gesperrt werden sollen. Dies ist ein Prozess, der durch Tools und Plugins unterstützt werden kann, die diese Arbeit automatisch ausführen und ModeratorInnen dabei unterstützen, diese Aufgabe fachmännisch zu erledigen und ihre Standards in ihren Plattformen oder Konten aufrechtzuerhalten sowie ihre Blacklist/Blockliste regelmäßig zu aktualisieren, indem sie Begriffe, Konten, Inhaltsquellen usw. hinzufügen oder entfernen.

Technische Tools für die Moderation von Inhalten

Der erhöhte Bedarf an Moderation von Inhalten, die über Online-Plattformen geteilt werden, hat zur Entwicklung einer Vielzahl von Tools und Plattformen geführt, die ModeratorInnen/AdministratorInnen bei diesem Prozess unterstützen. Diese Tools reichen von KI-gesteuerten Filterprozessen bis hin zu einfachen Plugins, die ihnen helfen, eine gewisse Kontrolle und Aufsicht zu behalten.

Eine Auswahl von Tools, die für die Inhaltsmoderation genutzt werden können

➤ **Kommentar-Moderations-Tools für Blogger**

▪ Discus

Discus ist ein Tool, das einfach über einen Drop-in-Code oder als Plugin in einem Blog installiert werden kann und es AdministratorInnen ermöglicht, die Kommentare zu den Artikeln über ein einziges Dashboard zu überprüfen und zu moderieren. Das Dashboard bietet ihnen auch die Möglichkeit, unter anderem User-Bannlisten, Wortfilter und Spam-Kontrollen zu erstellen.

▪ Facebook-Kommentare

Blogs können das Facebook-Kommentar-Plugin verwenden, das es ihren Usern ermöglicht, ihre Kommentare mit ihren Facebook-Profilen zu verknüpfen, ohne sich im besagten Blog registrieren/anmelden zu müssen. Mit diesem Tool können die ModeratorInnen die Kommentare nach dem Zeitpunkt des Postings oder nach ihrem Engagement ordnen. Das Wichtigste ist, dass sie die Möglichkeit haben, Kommentare über die Facebook-App oder über einen Browser zu moderieren und Massenaktionen auf Kommentare anzuwenden. Sie können auch entscheiden, ob sie Kommentare, die von Facebook oder anderen Usern markiert wurden (z. B. weil sie beleidigend oder anstößig sind), als "öffentlich" zulassen oder ausblenden. Wenn die Moderation einer Seite/eines

Blogs von einem Team übernommen wird, können die ModeratorInnen schließlich auch bestimmte Kommentare verschiedenen Teammitgliedern zuweisen.

- IntenseDebate

IntenseDebate ist ein Tool, das mit einer Vielzahl von Website-Plattformen wie Wordpress, Tumblr oder Blogger synchronisiert werden kann. Es ermöglicht ModeratorInnen, Kommentare zu überprüfen und per E-Mail zu beantworten sowie die Aufgabe der Moderation innerhalb eines Teams von AdministratorInnen aufzuteilen. Das Wichtigste ist, dass die Funktionen den Moderatoren die Möglichkeit bieten, Kommentare nach Schlüsselwort, IP-Adresse oder E-Mail-Adresse zu filtern, zu suchen und/oder automatisch zu löschen und bei Bedarf User zu sperren.

- Livefyre

Livefyre verfügt über eine Vielzahl von anpassbaren Einstellungen, mit deren Hilfe der Moderationsprozess automatisch durchgeführt werden kann. ModeratorInnen haben die Möglichkeit, die Kommentare vor der Veröffentlichung zu überprüfen, sie von Usern bearbeiten zu lassen sowie Sperrlisten zu erstellen, die bestimmte User am Kommentieren hindern. Zusätzlich können sie Regeln für die Kommentare festlegen, so dass z. B. ein Inhalt, der von mehreren Usern markiert wurde, automatisch gelöscht wird. Das Gleiche gilt für den Profanityfilter (Schimpfwortfilter) des Netzwerks.

(Gotter: 2016)

- **Tools zum Vorgehen gegen Missbrauch in sozialen Medien**

In einer Untersuchung des [International Press Institute](#) werden folgende Techniken/Tools für die Moderation/Handhabung von missbräuchlichen Nachrichten über soziale Medien vorgeschlagen:

Twitter

- **Stummschalten**

Beim Erhalt von Online-Beschimpfungen über Twitter ist es ratsam, dass die ModeratorInnen die betreffenden Konten stummschalten, anstatt sie zu sperren. Diese Vorgehensweise mildert die Auswirkungen des Missbrauchs, da das betroffene Konto keine Benachrichtigungen von dem stummgeschalteten Konto erhält. Außerdem verhindert es mögliche Rückwirkungen, die eine Sperrung des betreffenden Users hervorrufen könnte. Gleichzeitig ermöglicht es den ModeratorInnen, den Zugriff auf den Inhalt des stummgeschalteten Kontos zu behalten und über

mögliche bedrohliche Kommentare und Ansichten, die gegen dieses Konto geäußert werden, informiert zu bleiben.

- Blockieren

Dies wird als letztes Mittel gegen Konten angesehen, die ständig Spam oder anstößige Inhalte senden. Das Sperren eines Users kann Reaktionen von ihm/ihr oder seinen/ihren Gleichgesinnten hervorrufen, so dass es besser ist, dies zu vermeiden.

- Melden

ModeratorInnen melden in der Regel Tweets oder Accounts an Twitter, die potenziell glaubwürdige und unmittelbare Drohungen verbreiten oder gewalttätiges Bildmaterial enthalten.

Facebook

- Kommentar löschen

Facebook bietet SeitenadministratorInnen die Möglichkeit, einen Kommentar zu löschen, den sie als beleidigend, bedrohlich oder abwertend empfinden.

- Ausblenden eines Kommentars mit beleidigendem Inhalt

ModeratorInnen können sich dafür entscheiden, einen beleidigenden Kommentar in einem Beitrag lediglich auszublenden. Dies wird jedoch als weniger effektiv angesehen als das Löschen, da der betreffende Kommentar dadurch für den User und seine Freunde sichtbar bleibt.

- Jemanden von der Seite sperren

Wenn ein User wiederholt Kommentare postet, die gegen die Standards einer Seite verstoßen und die Werte einer gesunden Diskussion untergraben, dann ist es ratsam, ihn zu sperren.

- Kommentare deaktivieren/ausschalten

Diese Funktion steht nur bei Videobeiträgen zur Verfügung und ist eine Maßnahme, die von ModeratorInnen gewählt wird, wenn sie das Gefühl haben, dass sie nicht genügend Kapazitäten haben, um den Fluss der Kommentare zu einem Video oder Live-Stream erfolgreich zu überwachen.

- Wörter blockieren

ModeratorInnen können die Wirksamkeit des Schimpfwortfilters ihrer Seite durch das Sperren bestimmter Wörter beeinflussen und so sicherstellen, dass Kommentare, die diese Wörter enthalten, nicht auf ihrer Seite veröffentlicht werden.

- Melden

Wenn eine moderierende Person der Meinung ist, dass ein Kommentar/Beitrag gegen die Facebook-Standards verstößt, kann sie den User oder die Seite melden, die ihn abgegeben hat.

- Automatisierte Tools/Plattformen zur Moderation von Inhalten

- Akismet

Akismet ist ein Plugin, das am besten zu WordPress-basierten Plattformen passt und sich hauptsächlich auf das Blockieren von Spam konzentriert. Es kann auch als Scan-Tool verwendet werden, um Beiträge und Seiten zu überwachen sowie Kommentare zu überprüfen, damit sichergestellt wird, dass keine böartigen Inhalte auf einer Website erscheinen. Erwähnenswert ist, dass dieses Plugin sowohl benutzerfreundlich als auch kostenlos ist.

Mehr unter: <https://akismet.com/>

- Utopia AI Moderator

Utopia AI Moderator ist ein vollautomatisches Moderationstool, das speziell dafür entwickelt wurde, missbräuchliche, betrügerische und Spam-Inhalte zu überwachen und zu beseitigen. Das Tool moderiert die eingehenden Inhalte zu 100 % und es bleibt auf dem neuesten Stand, indem es während der Arbeit aus den Veröffentlichungsentscheidungen lernt, die menschliche ModeratorInnen in der Vergangenheit getroffen haben. Es erlaubt AdministratorInnen, ihre Moderationsrichtlinien zu definieren, die es automatisch befolgt und kann Inhalte in mehreren Sprachen bearbeiten, Links und Adressen verarbeiten. Utopia AI Moderator ist auch in der Lage, den Kontext eines zu bewertenden Inhalts zu verstehen, unabhängig von der Sprache und der Rechtschreibung, während es eine automatische Moderation von Videos und Bildern bietet.

Mehr unter: <https://utopiaanalytics.com/utopia-ai-moderator/>

- Implio

Implio ist ein Tool, das sowohl die automatisierte als auch die manuelle Moderation von Inhalten und Kommentaren unterstützt. Es bietet eine Schnittstelle für die manuelle Moderation, um den Prozess zu steuern, und ermöglicht es den Usern, ihre benutzerdefinierten Filter einzurichten, um unerwünschte Inhalte mit vorhersehbaren Mustern leicht zu finden und zu entfernen. Darüber hinaus können sie eine breite Palette von Automatisierungsregeln einrichten, um den gesamten Prozess zu rationalisieren.

Mehr unter: <https://besedo.com/implio-features/>

- PicPurify

PicPurify ist eine Echtzeit-Bildmoderations-API, die entwickelt wurde, um Bilder mit unerwünschten Inhalten automatisch zu erkennen und zu filtern. Sie ist in der Lage, negative Elemente in Bildern wie Nacktheit, Drogen, Hass zu identifizieren und sicherzustellen, dass sie nicht auf einer Plattform erscheinen. Die ModeratorInnen sind in der Lage, einen maßgeschneiderten Ansatz zu erstellen, der ihren Bedürfnissen und ihrer Perspektive entspricht, und das Tool arbeitet auf einer 24-Stunden-Basis, um sicherzustellen, dass ihre Anforderungen erfüllt werden.

Mehr unter: <https://www.picpurify.com/>

- Die automatisierte intelligente Moderation von WebPurify

Der automatisierte intelligente Moderationsdienst von WebPurify (AIM) bietet einen Rund-um-die-Uhr-Schutz vor den Risiken, die mit von Usern generierten Bildern verbunden sind, indem Nacktheit und andere unangemessene Inhalte in Echtzeit erkannt und entfernt werden. Die Tools können Bilder erkennen, die Nacktheit, Alkohol, Drogen, anstößige Gesten und Hass-Symbole und -Texte enthalten, um sicherzustellen, dass der Inhalt einer Plattform vor solchen anstößigen oder betrügerischen Inhalten "sicher" ist. Darüber hinaus bietet es benutzerdefinierte Moderationsmodelle, die sich an die Bedürfnisse der jeweiligen Plattform anpassen und diese am besten bedienen können.

Mehr unter: <https://www.webpurify.com/photo-moderation/automated/>

- Azure Content Moderator

Azure Content Moderator ist ein erkenntnisbasierter Dienst, der Inhalte in verschiedenen Formen wie Text-, Bild- und Videoinhalte überwacht, prüft und entsprechende Kennzeichnungen (Flaggen) für Material anbringt, das beleidigend, riskant oder anderweitig unerwünscht sein könnte. Der Content-Moderator-Dienst umfasst auch das webbasierte Review-Tool, das die Inhaltsüberprüfungen hostet, die von menschlichen ModeratorInnen bearbeitet werden. Durch die Kombination der Arbeit des Dienstes mit den menschlichen Überprüfungsteams können die PlattformmoderatorInnen die richtige Balance zwischen Effizienz und Genauigkeit finden. Das Review-Tool bietet außerdem eine benutzerfreundliche Oberfläche für verschiedene Ressourcen der Inhaltsmoderation.

Mehr unter: <https://docs.microsoft.com/en-in/azure/cognitive-services/content-moderator/overview>

Ansätze zur Inhaltsmoderation bei Social Media-Plattformen

<https://www.socialmediatoday.com/news/9-of-the-biggest-social-media-monitoring-mistakes-and-how-to-avoid-them/544145/>

Social-Media-Plattformen haben sich zu den wichtigsten Quellen für Inhalte und Informationen entwickelt. Ein großer Teil der User verlässt sich auf die Social Medias, um auf Informationen, Nachrichten und Standpunkte zuzugreifen und sich mit Gleichgesinnten auszutauschen. Während dies zu einer Revolution in der Art und Weise geführt hat, wie Nachrichten und Informationen konsumiert, geteilt und erörtert werden, haben Social-Media-Plattformen auch ein Vakuum für die Verbreitung von Desinformation, Hass, Cybermobbing und böswilligen Inhalten geschaffen.

Infolgedessen gibt es eine steigende Nachfrage nach Social-Media-Plattformen, die gegen solche Formen von Inhalten vorgehen, was sie dazu veranlasst, Schritte zur Überwachung und Moderation zu unternehmen. Zu diesem Zweck haben Social-Media-Plattformen Community-Standards entwickelt, die umreißen, was akzeptabel ist und was nicht, und setzen ausgeklügelte Strategien zur Inhaltsmoderation ein, die sowohl menschliche Moderatoren als auch automatisierte Systeme einbeziehen, um sicherzustellen, dass ihre User so weit wie möglich vor geschmacklosen Inhalten und Missbrauch geschützt werden.

Weitere Informationen zu den Community-Standards der einzelnen Plattformen siehe unten:

Facebook

<https://www.facebook.com/communitystandards/>

*Es ist wichtig zu wissen, dass Facebook ein Faktenprüfungsprogramm in Zusammenarbeit mit dritten Faktencheckern gestartet hat. Mehr darüber unter folgendem Link:

<https://www.facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking>

Instagram

<https://help.instagram.com/477434105621119>

*Instagram hat einen verbesserten KI-basierten Kommentar-Filter eingeführt, um beleidigende Kommentare zu überwachen und zu entfernen. Mehr unter:

<https://www.theverge.com/2017/6/29/15892802/instagram-ai-offensive-comment-filter-launches>

Twitter

<https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-rules>

<https://www.scmp.com/tech/apps-social/article/3075874/twitter-expands-content-moderation-rules-include-more-forms>

<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/04/16/twitter-executive-heres-how-were-trying-to-stop-abuse-while-preserving-free-speech/>

YouTube

<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>

Reddit

<https://www.redditinc.com/policies/content-policy>

Kursplan: Modul 2 - Medien-Moderationsmodelle

Name des Moduls	Modelle der Inhaltsmoderation & Anwendbarkeit
Zielgruppe	Die Mitglieder der lokalen Medien-Aktionsgruppen, die als lokales Medien-Management-Team für das Wires-Crossed-Projekt tätig sein werden
Ziel des Moduls	Die Notwendigkeit von Content-Moderation im Medien- und Social-Media-Betrieb darzustellen und zu untersuchen, die verschiedenen Modelle des Content-Betriebs sowie die Tools, die dafür eingesetzt werden können, zu erkunden. Zusätzlich wird eine Grundlage für die Lernenden geschaffen, um eine Vorstellung von der Problematik zu erlangen und zu untersuchen, wie die Moderation von Inhalten durch Social Media-Plattformen durchgeführt wird, welche Begriffe dabei zu berücksichtigen sind und inwieweit dieser Prozess Lücken oder Mängel aufweist
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Die verschiedenen Arten von Moderationen und ihre Vorteile kennenlernen - Erwerb von Grundkenntnissen über verschiedene technische Tools zur Inhaltsmoderation - In der Lage sein, Merkmale von absichtlich negativem und provokativem Social Media-Inhalt zu erkennen - Erfahren, wie man eine "Blacklist" erstellt und Filter nach der Veröffentlichung anwendet - Die Praktiken von Social-Media-Diensten verstehen, um Auffälligkeiten

	in der Verbreitung zu erkennen
Zeitlicher Umfang	10 Stunden
Themen	<ul style="list-style-type: none"> ○ Inhaltsmoderation ○ Moderationsmodelle ○ Technische Tools für die Moderation ○ Merkmale von bewusst oder negativ provozierenden Social Media-Inhalten ○ Anwenden von Filtern nach der Veröffentlichung ○ Praktiken, die von Social Media-Plattformen für die Moderation von Inhalten verwendet werden
Vorbereitung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Finde einen Raum mit Stühlen und Tischen, Computer, Beamer. Buche ihn mindestens 2 Monate vor der Durchführung des Workshops. ▪ Erarbeite eine strukturierte Agenda für den Workshop und das Informationsmaterial, das du für die Ankündigung des Workshops benötigst, zusammen mit allen Aufgaben, die damit verbunden sind ▪ Finde ReferentInnen für jene Aktivitäten des Workshops, mit denen du nicht vertraut bist ▪ Informiere die Teilnehmenden über den Zweck des Workshops, seine Ziele und den Ablauf. Informiere sie außerdem darüber, dass sie keine besonderen Erfahrungen oder Kenntnisse in den Bereichen haben müssen, die geübt werden sollen. <p>Organisiere ein Catering für Kaffee- und Mittagspausen oder informiere dich über Essensmöglichkeiten in der Nähe</p>

Verlaufsplan für den Präsenzkurs

Nr.	Themen und Unterthemen/ Lernaktivitäten	Zeitlicher Umfang (Minuten)	Trainings-Methoden	Benötigtes Material/ Ausstattung
1	<u>Auftakt zum 2. Tag des Workshops zu Modul 2</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung Der/Die ModeratorIn begrüßt die Teilnehmenden des	15 Minuten	Präsentation	Die Stühle sollten im Halbkreis aufgestellt werden

	Workshops und geht die aktuelle Tagesordnung durch. Er/sie sollte dann die Arbeit mit einer Diskussion einleiten, in der er/sie die Teilnehmenden bittet, der Gruppe ihre Erwartungen an das Modul 2 und den Workshop mitzuteilen. Anschließend führt er/sie ein Gespräch darüber, was die Teilnehmenden unter dem Begriff "Inhaltsmoderation" verstehen und warum sie sowohl im Rahmen des Projekts (Entwicklung eines Community-Mediums) als auch im Allgemeinen wichtig ist.			
2	<p><u>Vortrag zur Theorie: 'Einführung in die Inhaltsmoderation und ihre Bedeutung'</u></p> <p>Nachdem der Gruppe die Möglichkeit gegeben wurde, ihre Erwartungen, Gedanken und Ansichten in Bezug auf die Inhaltsmoderation mitzuteilen, präsentiert der/die ModeratorIn die Folien 3-12 des PPT 2.1, die einen Überblick über den Inhalt des Workshops sowie eine Einführung in die Inhaltsmoderation und ihre Bedeutung geben. Im Anschluss daran gibt er/sie der Gruppe die Möglichkeit, Fragen zum Thema zu stellen</p>	45 Minuten	Präsentation	Projektor, Laptop, PPT 2.1. Die Stühle sollten im Halbkreis aufgestellt werden
3	Kaffeepause	15 Minuten		
4	<p>Aktivität Nr. 1: Bedrohungen, die ModeratorInnen ansprechen müssen</p> <p>Der/Die ModeratorIn erstellt eine Seite auf Mentimeter (mentimeter.com), auf der er/sie die Teilnehmenden bittet, Bedrohungen aufzulisten, von denen sie glauben, dass ModeratorInnen sie ansprechen müssen, indem sie die Wortwolken-Option nutzen.</p> <p>Die Teilnehmenden melden über ihr Telefon die Bedrohungen, die ihnen einfallen.</p> <p>Auf der Grundlage der von den Teilnehmenden erkannten und vorgetragenen Bedrohungen wird</p>	15 Minuten	Gruppenaktivität	Projektor, Laptop. Die Stühle sollten im Halbkreis aufgestellt werden, Mentimeter

	<p>eine Diskussion geführt.</p> <p>Die Teilnehmenden werden gebeten, alle Beispiele solcher Bedrohungen, die ihnen bekannt sind, und die Auswirkungen, die sie hatten, mitzuteilen (z. B. Verbreitung von Fake News, Verbreitung von belastendem Material etc.)</p>			
5	Kaffeepause	15 Minuten		
6	<p>Vortrag zur Theorie: Inhaltsmoderationsmodelle & Publikationsfilter</p> <p>Der/Die ModeratorIn zeigt der Gruppe die Folien 15 bis 26 von PPT 2.1. und stellt die verschiedenen Moderationsmodelle vor.</p> <p>Im Anschluss an die Präsentation leitet der/die ModeratorIn eine Diskussion, in der die Teilnehmenden die Möglichkeit haben, Fragen zu den vorgestellten Modellen zu stellen und ihre Erfahrungen mit einem der Modelle in der Gruppe zu äußern.</p> <p>Nacheinander diskutiert die Gruppe die Vor- und Nachteile jedes Modells und erkundet, welche Art von Modell sie in den Community-Medien, die sie entwickeln/verwalten sollen, anwenden würden</p>	30 Minuten	Präsentation	Projektor, Laptop, PPT 2.1. Die Stühle sollten im Halbkreis aufgestellt werden
7	<p>▪ Aktivität Nr. 2: Erstellen einer Blacklist & Einstellen von Publikationsfiltern</p> <p>Der/Die ModeratorIn führt anhand der Folien 27 - 29 des PPT 2.1 in die Konzepte der Blacklist & die Anwendung von Publikationsfiltern ein.</p> <p>Er/Sie teilt die Teilnehmenden dann in Gruppen ein. Jeder Gruppe wird eine Website zugewiesen, für die sie verantwortlich ist:</p> <p>a) Eine Website/Medienplattform für örtliche Gemeinschaften mit Geschichten und</p>	30 Minuten	Gruppenaktivität	Projektor, Laptop, Flipcharts, Marker, Activity Handout 2.1.

	<p>Artikeln, die von BürgerInnen aus der Umgebung eingereicht werden. Die Website soll als Medium fungieren, das den BürgerInnen die Möglichkeit bietet, sich auszudrücken und ihre Gedanken und Erfahrungen zu teilen. Außerdem haben User die Möglichkeit, veröffentlichte Geschichten zu kommentieren</p> <p>b) Eine Netzwerkplattform für Jugendliche (Forum), die den Usern die Möglichkeit bietet, interessante Themen zu diskutieren und Bilder und Videos auszutauschen.</p> <p>c) Ein Sport-Blog, der sich hauptsächlich auf die Fußball-Bundesliga konzentriert, mit mehreren AutorInnen, die jeweils über eine der Mannschaften berichten und den BesucherInnen auch die Möglichkeit geben, unter den Artikeln zu kommentieren und zu diskutieren.</p> <p>Jedes Team muss diese Geschichten diskutieren, die Probleme identifizieren und auflisten, die in Bezug auf die zu moderierenden Inhalte auftreten können, und Regeln festlegen, auf denen die Filterautomatisierung basieren wird, wobei Kategorien von Begriffen genannt werden, die ausgeschlossen werden müssen und warum</p> <p>Jedes Team stellt sein Beispiel und seinen Ansatz vor. Nacheinander unterbreiten die Teilnehmenden Vorschläge, welche Filter sie auf ihrer Medienplattform einführen sollten.</p>			
8	Kaffeepause	15 Minuten		
9	<p>Zusammenfassung des 1. Tages</p> <p>Die Gruppe diskutiert die am ersten Tag behandelten Themen und eventuelle Fragen der Teilnehmenden. Anschließend stellt der/die ModeratorIn die Tagesordnung des nächsten Tages vor</p>	15 Minuten	Bewertung der Diskussion	Die Stühle sollten im Halbkreis aufgestellt werden
Ende des ersten Workshoptages				

10	<p><u>Auftakt des 3. Workshoptages zu Modul 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung - Begrüßung <p>Der/Die ModeratorIn begrüßt die Teilnehmenden wieder zum Training und geht die Tagesordnung des Meetings durch.</p> <p>Sie/er leitet dann eine Diskussion über die Erwartungen der Teilnehmenden an den zweiten Trainingstag und die damit verbundenen Aktivitäten</p>	30 Minuten	Diskussion	Die Stühle sollten im Halbkreis aufgestellt werden
11	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation der Theorie: Tools der Inhaltsmoderation <p>Der/Die ModeratorIn präsentiert der Gruppe die Folien 30 bis 41, die eine Auswahl von Tools und Ansätzen der Moderation von Inhalten zeigen.</p> <p>Im Rahmen der Präsentation weist er/sie auf deren Vor- und Nachteile hin.</p> <p>Im Anschluss an die Präsentation gibt er/sie der Gruppe die Möglichkeit, ihre Gedanken über das Präsentierte zu äußern sowie eventuelle Fragen zu stellen</p>	45 Minuten	Präsentation & Diskussion	Projektor, Laptop, PPT 2.1. Die Stühle sollten im Halbkreis aufgestellt werden
12	Kaffeepause	15 Minuten		
13	<p><u>Aktivität Nr 3: Gruppenpräsentation zu Beispielen für Social Media Moderation</u></p> <p>Der/Die ModeratorIn präsentiert die Folien 42 bis 44, die die Notwendigkeit der Inhaltsmoderation in sozialen Medien sowie die zu berücksichtigenden Aspekte veranschaulichen.</p> <p>Im Anschluss an die Präsentation werden die Teilnehmenden in Gruppen aufgeteilt und erhalten jeweils einen Fall von Inhaltsmoderation durch Social-Media-Plattformen bzw. von unterlassenem Handeln zur Diskussion und Präsentation. Ihre Aufgabe wird es sein, das Problem zu erkennen, das die Social-Media-Plattformen angehen müssen, dessen Auswirkungen, die Themen, die sie berücksichtigen müssen, und die Maßnahmen. Sie</p>	60 Minuten	Gruppenarbeit	Flipchart, Marker, Stifte, Activity Handout 2.2

	<p>sollten auch eine kritische Bewertung der Maßnahmen präsentieren, die sie ergreifen, um sie anzugehen</p> <p>Die Geschichten, über die sie sich beraten sollen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Anbieter sozialer Medien versäumen es, auf Covid-19 Fake News zu reagieren 2. YouTubes verschärfte Richtlinien gegen Belästigung zielen auf Hassreden, verschleierte Drohungen und Wiederholungstäter ab 3. Twitter versieht Hunderte von Tweets trotz Trump-Attacken mit Fact-Checking-Labels 4. Facebook entfernt 790 QAnon-Gruppen zur Bekämpfung von Verschwörungstheorien <p>Im Anschluss an die Präsentation sollte der/die ModeratorIn eine Diskussion zum Thema leiten und den Teilnehmenden die Möglichkeit geben, Fragen zu stellen und Gedanken zu den im Video angesprochenen Themen auszutauschen</p>			
14	<p>Aktivität Nr. 4: Diskussion über Bedrohungen im Internet</p> <p>Der/Die ModeratorIn zeigt die am Vortag der Schulung per Mentimeter gesammelten Ergebnisse. Er/Sie fragt dann die Teilnehmenden, ob sie welche hinzufügen/entfernen möchten.</p> <p>Anschließend teilt er/sie die Teilnehmenden in Paare ein und bittet sie, jeweils eine "Bedrohung" aus den gefundenen auszuwählen und gemeinsam über ihre Smartphones oder Laptops ein Beispiel für einen solchen Fall zu finden. Sie müssen auch die Schritte ermitteln, die ein Content-Moderationsteam unternehmen sollte, um einer solchen Bedrohung zu begegnen.</p> <p>Jedes Paar stellt seinen Fall und seine Ansichten den übrigen Teilnehmenden vor</p>	30 Minuten	Partizipierend/Interaktiv	Projektor, Laptop, Mobiltelefone/Tablets/Laptops, Flipcharts, Marker
15	Kaffeepause	15		

		Minuten		
16	<p>Vortrag zur Präsentation der Theorie: <u>Moderation & Meinungsfreiheit</u></p> <p>Das Video auf Folie 47 wird den Teilnehmenden vorgeführt, um (auf spielerische und kritische Weise) die Debatte über Moderation und Meinungsfreiheit zu erkunden. Anschließend erteilt der/die ModeratorIn den Teilnehmenden das Wort, um ihre Gedanken zu diesem Thema mitzuteilen und zu diskutieren.</p>	30 Minuten		
17	<p><u>Aktivität Nr. 5: Diskussion</u></p> <p>Die Teilnehmenden werden in zwei Teams aufgeteilt (eines für und eines gegen die Moderation).</p> <p>Jedes Team muss die wichtigsten Argumente für seinen Standpunkt herausarbeiten und diskutieren, z.B. dass eine Moderation notwendig ist und dass die Redefreiheit geschützt werden muss. Während dieses Prozesses sammeln die Teams eine Liste von Argumenten und wählen eine/n VertreterIn, der/die in direkter Gegenüberstellung mit dem/der VertreterIn des anderen Standpunkts debattiert.</p> <p>Die VertreterInnen der beiden Teams debattieren über das Thema (Moderation gegen freie Meinungsäußerung), indem jede/r 2 Gelegenheiten erhält, in einem 3-minütigen Vortrag die eigene Argumentation vorzutragen und anschließend die Möglichkeit hat, der anderen Person eine Frage zu stellen.</p>	40 Minuten	Gruppenarbeit & Diskussion	Flipcharts & Marker, Tische/Raum für eine Gruppendiskussion
18	Kaffeepause	15 Minuten		

<p>9</p>	<p><u>Aktivität Nr 6: Festlegung der Vorgaben für die Moderation der Community-Medieninhalte</u></p> <p>Der/Die ModeratorIn teilt die Gruppe in Teams ein und bittet die Teilnehmenden, einen Plan zu entwickeln, wie sie die Moderation von Inhalten in ihren Community-Medien angehen wollen. Dabei sollen sie die Themen, Hilfsmittel und Aspekte berücksichtigen, die während des Workshops zur Inhaltsmoderation vorgestellt wurden.</p> <p>Jedes Team muss seine Gedanken zu den folgenden Punkten diskutieren und aufschreiben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Welche Art von Internetplattform möchten es für seine Community-Medien nutzen - Sein Zielpublikum - Mögliche Bedrohungen - Die Prinzipien, auf die es seinen Moderationsansatz stützen wird - Die Hilfsmittel, die es nutzen werden <p>Nacheinander muss jedes Team die Ansichten, die es notiert hat, präsentieren. Nach der Präsentation notiert der/die ModeratorIn die gemeinsamen Punkte aller Teilnehmenden und leitet ein Gespräch, in dem die gesamte Gruppe einen gemeinsam akzeptierten Ansatz für die Moderation von Inhalten in ihren Community-Medien ausarbeitet.</p>	<p>40 Minuten</p>	<p>Gruppenarbeit, Präsentation, Interaktiv/Partizipativ</p>	<p>Flipchart & Marker, Smartphones/Tablets/Laptops, Raum/Tische für die Gruppendiskussion</p>
<p>20</p>	<p><u>Auswertungs-Sitzung</u></p> <p>Der/Die ModeratorIn leitet eine Diskussion über die Themen, die im Laufe des Workshops behandelt wurden, und bittet die TeilnehmerInnen um Feedback und Kommentare zum Workshop, um zu erfahren, inwieweit sie davon profitiert haben und ob sie das Gefühl hatten, dass es Themen gibt, die nicht richtig behandelt wurden. Sie/er gibt ihnen auch die Bewertungsbögen zum Ausfüllen mit.</p>	<p>25 Minuten</p>	<p>Partizipierend/ Interaktiv</p>	<p>Die Stühle sollten im Halbkreis aufgestellt werden</p>

Zeitlicher Umfang		10 Stunden	
Trainingsmaterial für Präsenzlernen	Print-Workbook		
Quellen	<p>Ana Gotter (2016) '4 Comment Moderation Tools for Bloggers' <i>Social Examiner</i>: https://www.socialmediaexaminer.com/4-comment-moderation-tools-for-bloggers/</p> <p>Besedo (2020) What is content moderation? https://besedo.com/resources/blog/what-is-content-moderation/</p> <p>Biaise Grimes Viort (2010) '6 types of content moderation you need to know about' <i>Social Media today</i>: https://www.socialmediatoday.com/content/6-types-content-moderation-you-need-know-about</p> <p>Cogito Tech (2018) 'What are the different types of content moderation you need to know?' https://www.cogitotech.com/blog/what-are-the-different-types-of-content-moderation-you-need-to-know/</p> <p>Cogito Tech LLC (2020) 'What is social media content moderation and how moderation companies use various techniques to Moderate Content?' https://medium.com/cogitotech/what-is-social-media-content-moderation-and-how-moderation-companies-use-various-techniques-to-a0e38bb81162</p> <p>Ofcom (2019) 'Use of AI in online content moderation' 'Cambridge Consultants' https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0028/157249/cambridge-consultants-ai-content-moderation.pdf</p> <p><i>Open Access</i> (2014) 'What the different types of content moderation?' https://www.openaccessbpo.com/blog/different-types-content-moderation/</p> <p>Pure Moderation (2020) 7 secrets of content moderation and how it protects your brand? https://puremoderation.com/content-moderation-protect-your-brand/</p> <p>International Press Institute (2019) 'Tools and strategies for online moderators to address abuse on social media' link: https://ipi.media/tools-and-strategies-for-online-moderators-to-address-abuse-on-social-media/</p>		

Vorlage 1.2 Activity Handout

Activity Handout – AH 2.1

Name des Moduls	Modul 2– Modelle der Inhaltsmoderation & Anwendbarkeit		
Name der Aktivität	Erstellen einer Blacklist & Einstellen von Publikationsfiltern	Aktivität Nummer	2
Beschreibung der Aktivität	<p>Die Teilnehmenden werden in Teams aufgeteilt. Jedes Team hat die Aufgabe, einen Online-Inhalt zu moderieren und muss über die Blacklist und die Veröffentlichungsfilter, die es verwenden wird, diskutieren und entscheiden:</p> <p><u>Plattform A</u></p> <p>Eine Website/Medienplattform für örtliche Gemeinschaften mit Geschichten und Artikeln, die von BürgerInnen aus der Umgebung eingereicht werden. Die Website soll als Medium fungieren, das den BürgerInnen die Möglichkeit bietet, sich auszudrücken und ihre Gedanken und Erfahrungen zu teilen. Außerdem haben User die Möglichkeit, veröffentlichte Geschichten zu kommentieren</p> <p><u>Plattform 2</u></p> <p>Eine Jugend-Netzwerkplattform (Forum), die mehrere Themen und Angelegenheiten wie Sport, Musik, Beziehungen, Politik, Nachrichtenentwicklungen abdeckt. Durch dieses Forum haben User die Möglichkeit, ihre Gedanken, Erfahrungen und Ansichten mitzuteilen sowie miteinander über diese Themen zu diskutieren. Die Plattform ermöglicht es ihnen auch, Links zu anderen Seiten sowie Bilder und Videos zu teilen.</p> <p><u>Plattform 3</u></p> <p>Ein Sportblog mit mehreren AutorInnen, der sich hauptsächlich auf die nationale Fußballliga konzentriert. Die einzelnen AutorInnen des Blogs behandeln jeweils eines der großen Teams der Liga und haben ihre eigene Seite, auf der sie ihre Nachrichtenartikel und Meinungsbeiträge veröffentlichen. BesucherInnen des Blogs haben die Möglichkeit, die Artikel und Inhalte des Blogs über ihre Social-Media-Konten zu teilen und auch Kommentare in einem speziellen Bereich unter den Artikeln zu posten.</p> <p>Jedes Team muss diese Geschichten diskutieren, die Probleme erkennen und auflisten, die in Bezug auf die zu moderierenden Inhalte auftreten können und Regeln festlegen, auf denen die Filterautomatisierung basieren wird, wobei Kategorien von Begriffen genannt werden, die ausgeschlossen werden müssen und warum</p>		

	Jedes Team stellt sein Beispiel und seinen Ansatz vor. Nacheinander unterbreiten die Teilnehmenden Vorschläge, welche Filter sie auf ihrer Medienplattform einführen sollten.
--	---

Activity Handout – AH 2.2

Name des Moduls	Modul 2– Modelle der Inhaltsmoderation & Anwendbarkeit		
Name der Aktivität	<u>Gruppenpräsentation zu Beispielen für Moderation in sozialen Medien</u>	Aktivität Nummer	3
Beschreibung der Aktivität	<p>Diskutiert in Gruppen die folgenden Fälle des Handelns oder Nichthandelns von Social-Media-Plattformen, um Inhalte oder potenzielle Bedrohungen zu moderieren, die über ihre Plattformen entstehen. Eure Aufgabe ist es, die Probleme und potenziellen Bedrohungen zu ermitteln, mit denen sie sich befassen sollen, die Aspekte, die sie berücksichtigen müssen, und die potenziellen Reaktionen, die ihre Aktionen hervorrufen können</p> <p>Fall 1</p> <p><u>Anbieter sozialer Medien versäumen es, auf Covid-19 Fake News zu reagieren</u></p> <p>Fall 2</p> <p><u>YouTubes verschärfte Richtlinien gegen Belästigung zielen auf Hassreden, verschleierte Drohungen und Wiederholungstäter ab</u></p> <p>Fall 3</p> <p><u>Twitter versieht Hunderte von Tweets trotz Trump-Attacken mit Fact-Checking-Labels</u></p> <p>Fall 4</p>		

	<p>Facebook entfernt 790 QAnon-Gruppen zur Bekämpfung von Verschwörungstheorien</p> <p>Jedes Team muss die wichtigsten Punkte, die es während seiner Überlegungen ermittelt hat, aufschreiben und sie dem Rest der Gruppe vorstellen. Daraufhin leitet der/die ModeratorIn eine Diskussion zum Thema, die es den Teilnehmenden ermöglicht, ihre Gedanken auszutauschen, nachdem sie die Möglichkeit hatten, diese verschiedenen Fälle zu betrachten. Sie haben auch die Möglichkeit, ihre Gedanken in Verbindung mit den Themen und Gedanken, die in dem im vorherigen Abschnitt präsentierten Video vorgestellt wurden, zu äußern.</p>
--	---

Activity Handout – AH 2.3

Name des Moduls	Modul 2– Modelle der Inhaltsmoderation & Anwendbarkeit		
Name der Aktivität	<u>Festlegung der Vorgaben für die Moderation der Community-Medieninhalte</u>	Aktivität Nummer	6
Beschreibung der Aktivität	<p>Überlegt und diskutiert in Gruppen, welchen Ansatz der Inhaltsmoderation ihr in euren Community-Medien verfolgen solltet. Dies ist eine ausgezeichnete Gelegenheit für euch, die Themen und Aspekte, die während des Workshops vorgestellt wurden, zu erforschen und sie unter Berücksichtigung der voraussichtlichen Community-Medien-Bedürfnisse und potenziellen Herausforderungen in der örtlichen Umgebung zu betrachten.</p> <p>Bitte beantwortet die folgenden Fragen:</p>		

1. Welche Plattform werdet ihr als Ihr Community-Medium nutzen?

2. Welche Zielgruppe habt ihr?

3. Welche Art von Bedrohungen sind zu erwarten bzw. müssen angegangen werden?

Handbuch der Ressourcen für selbstgesteuertes Lernen

1.1 Aktivität Selbstgesteuertes Lernen

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien		
Name der Aktivität	Nachrichten schreiben	Zeitlicher Umfang (in Minuten)	60-90 Minuten
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Verfasst packende Nachrichten für traditionelle Medien und Soziale Medienkanäle • Setzt das theoretische Wissen in die Praxis um • Setzt die Brainstorming Technik der 5+1 W-Fragen (Wer, Was, Wann, Wo, Warum und Wie?) zur Schaffung einer Meldung in die Praxis um • Werdet mit dem Inhalt vertraut • Recherchiert 		
Ziel der Aktivität	<p>Nach Abschluss dieser Aktivität hast du gelernt, wie man:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die wesentlichen Elemente einer Meldung erkennt: wer, was, wann, wo, warum und wie - die umgekehrte Pyramidenstruktur einer Meldung versteht - die Absichten der verschiedenen Medienkanäle erkennt - Vokabular in Bezug auf verschiedene Medienkanäle definiert - verschiedene Arten von Informationen im Internet entdeckt - das Format für die verschiedenen Medienkanäle festlegt 		
Benötigtes Material für die Aktivität	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop oder PC mit Textverarbeitungsprogramm • Internetzugang • Smartphone oder Video-/Sprachrekorder 		
Schritt-für-Schritt-Anleitung	<p>Deine Aufgabe ist es, zwei ansprechende Nachrichten zu einem bestimmten Thema für die traditionellen Medienkanäle und die sozialen Medienkanäle deiner Wahl zu schreiben.</p> <p>Gehe bei dieser Aktivität folgendermaßen vor:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Überlege dir ein Thema, wähle ein Thema, das dich wirklich interessiert und 		

über das du oft und gerne sprichst, vielleicht ist auch etwas Ungewöhnliches in den vergangenen Tagen passiert.

*Vielleicht helfen dir diese Kriterien für die Auswahl einer berichtenswerten Meldung bei der Entscheidung:

Zeitachsen - Ereignisse, die gerade jetzt stattfinden, oder Nachrichten, die dich gerade interessieren

Nähe - Ereignisse oder Situationen, die in deiner Nähe passieren

Einzigartigkeit - sehr ungewöhnliche Ereignisse oder Situationen

Auswirkung - Nachrichten, die eine große Anzahl von Lesenden betreffen

Prominenz - bekannte Personen oder Gruppen von Personen

Spannung - Ereignisse, wie z. B. Katastrophen, bei denen der Ausgang nicht bekannt ist

Konflikt - Menschen oder Gruppen, die sich einer Situation oder anderen Gruppen von Menschen widersetzen

Emotionen - Liebe, Hass, Angst, Eifersucht, Entsetzen, Mitleid

Fortschritt - Fortschritte in Wissenschaft, Medizin oder Technik

Wichtigkeit - wichtig für dein Leben, deine Familie, deine Ausbildung, deine Gesundheit oder dein Wohlbefinden

2. Suche dir aus, welche Art von Nachrichtenmedien du konzipieren möchtest: Printmedien (Zeitungen, Nachrichtenmagazine), Rundfunknachrichten (Radio und Fernsehen) und Internet (Soziale Medien, Online-Zeitungen, Nachrichten-Blogs, Nachrichten-Videos, Live-News-Streaming usw.). So vermittelst du deine Botschaft.

3. Nachdem du dich für deine Medienkanäle entschieden hast, wähle aus, Entscheide dich, an wen genau du deine Botschaft senden willst und warum.

4. Nimm eine Meldung und mach dich bereit, zu schreiben. Mache eine Liste mit Fragen zu dem, was du wissen willst. Markiere die 5+1 W-Fragen: wer, was, wo, wann, warum/wie.

Von wem handelt die Geschichte?

Was ist passiert?

Wann ist das passiert?

Wo ist das passiert?

Warum ist das wichtig?

Wie ist das Thema aufgebaut?.....

*Wichtig ist zu beachten, dass es sich hierbei um eine BRAINSTORMING-Technik handelt. Wenn du die Fragen beantwortest, solltest du dir nicht zu viele Gedanken darüber machen, ob deine Ideen perfekt ausgedrückt sind oder gar ob sie gut sind! Die Idee hinter dem Brainstorming ist die QUANTITÄT, NICHT die QUALITÄT. Wenn du erst einmal eine Menge Ideen auf dem Papier (oder auf dem Bildschirm, je nachdem) hast, dann kannst du zurückgehen und die herausuchen, die am besten zu sein scheinen.

5. Verwende das WER, WAS, WO und WANN in einem Satz: das ist dann dein Leitsatz.

.....
.....
.....
.....

*Und hier ist der Leitsatz mit fünf der sechs Antworten eingebaut:

Wenn du jemand bist, der Inhalte erstellen muss, um eine Verbindung zu deinem Publikum (wer) herzustellen, dann findest du es vielleicht schwierig, qualitativ hochwertiges Material (warum) auf einer beständigen Basis (wann) zu produzieren. Wenn das der Fall ist, dann ist die Verwendung einer altbewährten Schreibtechnik (wie) namens die "Fragen des Reporters" oder "die 5+1 Ws" (was) vielleicht genau das, was du brauchst.

6. Schreibe als Nächstes einen einprägsamen Slogan/Schlagzeile oder Titel für deine Nachricht, der zu deinem Medientyp passt und dein Zielpublikum anspricht. Der Slogan/die Schlagzeile oder der Titel kann derselbe sein wie die Mediennachricht, er kann eine Ergänzung sein, oder er kann völlig anders sein. Denke daran, es sind deine Nachrichten und du kannst sie so gestalten, wie du willst! Sei kreativ.
7. Denke daran, Rechtschreibung und Grammatik zu überprüfen. Achte darauf, dass die Nachrichten strukturiert und kurz sind. Lies die gesamte Nachricht zum Schluss laut vor.
8. Wenn du eine Nachricht für Printmedien oder für Online-Zeitungen und News-Blogs schreibst, ergänze sie mit Illustrationen oder suche Bilder, die zu deinen Geschichten passen, um die Leser anzulocken. Bilder können kostenlos von Pixabay, Pexels, Freepik, Gratisography, Freestock oder zum Beispiel Unsplash heruntergeladen werden.
9. Wenn du Rundfunknachrichten, Podcasts, Nachrichtenvideos oder Live-Nachrichtenstreaming erstellst, dann nimm deinen Beitrag mit einem Diktiergerät auf oder drehe ein kurzes Video. Fortgeschrittene können ihr eigenes Nachrichtenvideo einfach mit PowerPoint oder dem Video Creator online erstellen. Videos können kostenlos bei Pixabay und Pexels heruntergeladen werden.
10. Glückwunsch! Du hast gerade deine erste Nachricht geschrieben. Wenn du letztendlich zwei ansprechende Nachrichten zu einem bestimmten Thema für die traditionellen Medienkanäle und den Social-Media-Kanal verfasst hast, kannst du sie auf deinem persönlichen Social-Media-Profil veröffentlichen und das Feedback des Publikums abwarten. Du kannst sogar eine Umfrage erstellen, um das Publikum entscheiden zu lassen, welches Mediennachrichtenformat es bevorzugt.

1.2 Aktivität Selbstgesteuertes Lernen

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien		
Name der Aktivität	Faktenüberprüfung	Zeitlicher Umfang (in Minuten)	60-90 Minuten
Lernergebnisse	<i>Basierend auf dem Rahmenlehrplan</i>		
Ziel der Aktivität	<p>Im Internet gibt es eine Menge Informationen zu verschiedenen Themen, die oft nicht der Wahrheit entsprechen. Blogger, die Fake News verbreiten, erhoffen sich Popularität, indem sie ein beliebtes Thema aufgreifen und es kontrovers darstellen. Sie tun dies oft so effektiv, dass ihre Ansichten populärer werden als die von Fachleuten auf dem Gebiet, die sie mit Recherchen bestätigen können. Viele User können nicht zwischen zuverlässigen und unzuverlässigen Quellen unterscheiden. Ziel der Übung ist es, den Umgang mit wissenschaftlichen Quellen zu verstehen und User dafür zu sensibilisieren, wie sie zuverlässige Quellen erkennen können.</p>		
Benötigtes Material für die Aktivität	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop oder PC mit Textverarbeitungsprogramm • Internetzugang 		
Schritt-für-Schritt-Anleitung	<p>Versuche, einen Artikel zu schreiben, um zu sehen, ob die im Internet verbreiteten Theorien wahr sind. Zum Beispiel gibt es derzeit viele Informationen im Internet, dass COVID nicht existiert, dass es sich um eine Verschwörung handelt oder dass das Virus für Menschen nicht gefährlich ist.</p> <p>Du kannst die Meinungen von Ärzten und Epidemiologen zitieren, um diese Daten zu verifizieren. Erkläre deinem Publikum, wie sich ungeprüfte Informationen z. B. von Bloggern von Informationen unterscheiden, die durch wissenschaftliche Quellen gestützt werden.</p> <p>Der Artikel kann die Form der Darstellung von gegensätzlichen Ansichten annehmen, z. B.: "Das Coronavirus existiert nicht und ist eine Täuschung der Regierungen auf der ganzen Welt" gegen "Das Coronavirus existiert und ist eine Gefahr für die öffentliche Gesundheit". Um das Interesse der User zu wecken, können verschiedene Ansichten zusammengetragen werden und erst am Ende des Artikels entscheidet man, welche davon anhand von zuverlässigen Quellen wahr ist.</p> <p>Füge dem Artikel ein Literaturverzeichnis hinzu, damit User, die sich mit dem Thema beschäftigen wollen, das Material finden können, das es in einem größeren Zusammenhang beschreibt.</p> <p>Um eine Bibliographie auf der Grundlage von im Internet gefundenen Quellen zu erstellen, muss man folgende Angaben erfassen:</p>		

	<ul style="list-style-type: none"> - Namen des Autors/der Autorin und des/der Herausgebenden (falls vorhanden) - Titel der Internetseite (falls vorhanden) - die Firma oder Organisation, die die Webseite betreibt - die URL (Webadresse) dieser Seite - das letzte Datum, an dem du die Seite aufgerufen hast
--	--

Zusatzmaterial zum Selbstgesteuerten Lernen

SGL-1

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien
Thema	Wie man die produzierten Nachrichten den richtigen Medienkanälen zuordnet, um die beste Resonanz zu erzielen
Titel der Ressource:	Auswahl der richtigen digitalen Marketingkanäle für deine Nachricht und Zielgruppe
Warum diese Ressource?	Dieser interessante Artikel hilft dir, den besten Weg zu finden, mit deiner Mitteilung jede Person auf jedem Medium zu erreichen.
Was bringt dir die Verwendung dieser Ressource?	Mit dieser Ressource erfährst du Wesentliches darüber, wie du die beste Resonanz auf deine Beiträge bekommst
Link zur Ressource:	https://blog.metrixia.com/how-to-choose-the-right-digital-marketing-channels-for-your-message-and-audience

SGL-2

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien
Thema	Geistiges Eigentum verstehen
Titel der Ressource:	Understanding Intellectual Property (IP) - "Geistiges Eigentum" (GE) verstehen
Warum diese	Das interessante und kurze Video über geistiges Eigentum (GE) und wie es

Ressource?	sich auf Schöpfungen des Geistes bezieht, wie Erfindungen; literarische und künstlerische Werke, Designs und Symbole, Namen und Bilder, die im Handel verwendet werden.
Was bringt dir die Verwendung dieser Ressource?	Mit dieser Ressource erhältst du ein grundlegendes Wissen über unterschiedliche Aspekte des geistigen Eigentums
Link zur Ressource:	https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY

SGL-3

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien
Thema	Urheberrechtsfragen
Titel der Ressource:	How copyright affects our future - Wie das Urheberrecht unsere Zukunft beeinflusst (Mitschnitt der Konferenzserie TEDx)
Warum diese Ressource?	Dieser interessante TED-Vortrag bietet einen anderen Blick auf das Thema Urheberrecht
Was bringt dir die Verwendung dieser Ressource?	Mit dieser Ressource erhältst du grundlegendes Wissen über das Thema Urheberrecht und die sogenannte Sharing-Kultur
Link zur Ressource:	https://www.youtube.com/watch?v=NGLcGVMAPxc

SGL-4

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien
Thema	Wie man andere Personen richtig zitiert
Titel der Ressource:	Wie zitiert man Zitiertes?
Warum diese	Diese interessante Lektüre zeigt dir, wie du am besten richtig zitierst

Ressource?	
Was bringt dir die Verwendung dieser Ressource?	Mit dieser Ressource erhältst du grundlegendes Wissen über die Regeln des Zitierens
Link zur Ressource:	https://www.grammarly.com/blog/quotation-within-quotation/

SGL-5

Name des Moduls	Modul 1 - Grundkenntnisse zur effektiven Produktion und Verteilung von Community-Medien
Thema	Verstehen und Umsetzen der DSGVO
Titel der Ressource:	Leitfaden zur Allgemeinen Datenschutzverordnung (DSGVO) - ICO
Warum diese Ressource?	Dieser kostenlose Leitfaden zur DSGVO erläutert die einzelnen Datenschutzprinzipien, Rechte und Pflichten und fasst die wichtigsten Punkte zusammen, die du wissen musst.
Was bringt dir die Verwendung dieser Ressource?	Mit dieser Ressource erhältst du ein grundlegendes Wissen über das Thema DSGVO
Link zur Ressource:	https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/

Selbstgesteuertes Lernen Handbuch der Ressourcen

1.1 Aktivität Selbstgesteuertes Lernen

Name des Moduls	Modul 2 - Medien-Moderationsmodelle
------------------------	-------------------------------------

Name der Aktivität	Moderation von User-erstellten Inhalten	Zeitlicher Umfang (in Minuten)	60-90 Minuten
Lernergebnisse	<i>Basierend auf dem Rahmenlehrplan</i>		
Ziel der Aktivität	<p>In der Praxis verstehen, was es bedeutet, verbotene oder unangemessene Inhalte zu veröffentlichen</p> <p>Fähigkeit, zwischen einer entschiedenen Meinungsäußerung und der Veröffentlichung von beleidigendem oder diskriminierendem Inhalt zu unterscheiden</p> <p>Die Wichtigkeit, Usern die freie Meinungsäußerung zu gewährleisten, auch wenn du nicht damit einverstanden bist, und die Grenze zwischen erlaubten und verbotenen Inhalten zu ziehen.</p>		
Benötigtes Material für die Aktivität	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop oder PC mit Textverarbeitungsprogramm • Internetzugang 		
Schritt-für-Schritt-Anleitung	<p>Suche einen Artikel über Facebook auf einer der wichtigsten Nachrichtenseiten. Schau dir die Kommentare der User an</p> <p>Versuche, eine Auswahl der Kommentare zu treffen, die z. B. aufgrund der folgenden Punkte entfernt werden sollten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verwendung von Wörtern, die allgemein als beleidigend angesehen werden - das persönliche Angreifen von Gesprächspartnern ohne Bezug zum Diskussionsgegenstand, was den Diskussionsverlauf stört - Versuch der Manipulation von Usern durch Veröffentlichung von Falschmeldungen, die nicht durch wissenschaftliche Fakten gestützt sind - Veröffentlichung von Inhalten, die aufgrund von ethnischer Herkunft, sexueller Orientierung, Alter, Weltanschauung etc. diskriminieren. <p>Versuche, Beispiele für Kommentare zu geben, in denen sich der/die VerfasserIn scharf äußert, aber substantielle Argumente vorbringt und in keiner Weise andere User beleidigt oder verbotene Inhalte enthält.</p>		

1.2 Aktivität Selbstgesteuertes Lernen

Name des Moduls	Modul 2 - Medien-Moderationsmodelle		
Name der Aktivität	Ausarbeitung einer Schrift von Verhaltensregeln	Zeitlicher Umfang (in Minuten)	60-90 Minuten
Lernergebnisse	<i>Basierend auf dem Rahmenlehrplan</i>		

Ziel der Aktivität	Erstellen von Verhaltensregeln, die für User verständlich sind und alle wichtigen Punkte in Bezug auf angemessenes Verhalten bei einem bestimmten Service abdecken
Benötigtes Material für die Aktivität	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop oder PC mit Textverarbeitungsprogramm • Internetzugang
Schritt-für-Schritt-Anleitung	<p>Stelle dir vor, du bist der/die ModeratorIn der Website und deine Aufgabe ist es, Regeln und Vorschriften für User zu erstellen, die auf der Website Inhalte kommentieren.</p> <p>Versuche, eine User-Richtlinie zu erstellen, die klar festlegt, welche Inhalte nicht erlaubt sind. Vergiss nicht, hinzuzufügen, dass User zu einem Thema kommentieren sollten, das mit dem Artikel zusammenhängt, um das Niveau der Diskussion aufrechtzuerhalten.</p> <p>Achte außer auf die in der vorherigen Übung aufgeführten Inhalte auch auf unlautere Werbung für Produkte (z. B. sich als User eines bestimmten Produkts ausgeben und dieses empfehlen).</p> <p>Lies die Definition von Spamming und wie Bots funktionieren - als ModeratorIn solltest du in der Lage sein, zwischen einem Bot und einem echten User zu unterscheiden. Finde heraus, was du als ModeratorIn tun kannst, um gegen Spamming vorzugehen.</p> <p>Versuche, in den Regeln so klar wie möglich zu formulieren, welche Inhalte verboten sind, damit User, die so etwas veröffentlichen, dir nicht vorwerfen können, die Meinungsfreiheit zu verletzen.</p>

Zusatzmaterial zum Selbstgesteuerten Lernen

SGL-1

Name des Moduls	Modul 2: Modelle der Inhaltsmoderation & Anwendbarkeit
Thema	Die Rolle von Content-ModeratorInnen & die Realitäten, mit denen sie konfrontiert sind
Titel der Ressource:	Wächter des Internets: Plattformen, Inhaltsmoderation und die verborgenen Entscheidungen, die soziale Medien prägen
Warum diese Ressource?	Um besser zu verstehen, welche Praktiken Social-Media-Plattformen anwenden, wenn es um die Moderation von Inhalten geht, und welche Auswirkungen sie auf das Material haben, auf das wir User zugreifen.
Was bringt dir	Gillespie (der Autor) gibt einen Überblick über die aktuellen Praktiken

die Verwendung dieser Ressource?	in sozialen Medien und erklärt die zugrundeliegenden Überlegungen, wie, wann und warum diese Richtlinien durchgesetzt werden. Dabei hebt Gillespie hervor, dass die Moderation von Inhalten in der Öffentlichkeit zu wenig Beachtung findet, obwohl sie soziale Normen prägt und Konsequenzen für den öffentlichen Diskurs, die kulturelle Produktion und das Gefüge der Gesellschaft hat.
Link zur Ressource:	https://www.researchgate.net/publication/327186182_Custodians_of_the_internet_Platforms_content_moderation_and_the_hidden_decisions_that_shape_social_media

SGL-2

Name des Moduls	Modul 2: Modelle der Inhaltsmoderation & Anwendbarkeit
Thema	Eine Untersuchung des Twitter-Ansatzes zur Moderation von Inhalten
Titel der Ressource:	Podcast - Joe Rogan Experience #1258 - Jack Dorsey, Vijaya Gadde & Tim Pool
Warum diese Ressource?	Diese Ressource zeigt eine Diskussion mit Jack Dosey, CEO von Twitter, und Vijaya Gadde, Leiterin der Abteilung für Glaubwürdigkeit und Sicherheit der Plattform, über deren Politik und Ansätze, wenn es um die Überwachung und Moderation von Inhalten geht.
Was bringt dir die Verwendung dieser Ressource?	Sie bietet die einmalige Gelegenheit, einen Einblick in die Themen zu erhalten, mit denen sich Twitter (oder jede andere Social-Media-Plattform) befassen muss, die Dinge und die Ethik, die berücksichtigt werden müssen, sowie die Herangehensweise, die gewählt wird.
Link zur Ressource:	https://www.youtube.com/watch?v=DZCBRHOG3PQ&feature=youtu.be

SGL-3

Name des Moduls	Modul 2: Modelle der Inhaltsmoderation & Anwendbarkeit
Thema	Die Ethik der Moderation
Titel der Ressource:	Facebook und die Ethik der Moderation - The Listening Post

Warum diese Ressource?	Diese Ressource stellt die wichtigsten Fragen und Themen vor, die sich in Bezug auf die Inhaltsmoderation ergeben, die von Social-Media-Plattformen durchgeführt werden muss, sowie die Probleme, die entstehen oder entstehen können, wenn keine aktiven Maßnahmen ergriffen werden.
Was bringt dir die Verwendung dieser Ressource?	Es bietet den Lernenden die Möglichkeit, verschiedene Fragen und Perspektiven sowie verschiedene Themen zu erforschen, die wichtig sind, um die Inhaltsmoderation in sozialen Medien und ihre Notwendigkeit besser zu verstehen.
Link zur Resource:	https://www.youtube.com/watch?v=dysyh7QBDnY&t=625s

SGL-4

Name des Moduls	Modul 2: Modelle der Inhaltsmoderation & Anwendbarkeit
Thema	Inhaltsmoderation auf Online-Plattformen
Titel der Ressource:	Inhaltsmoderation und Online-Plattformen: Ein unlösbares Problem? Regulierungsbehörden und Gesetzgeber suchen nach neuen Gesetzen
Warum diese Ressource?	Diese Ressource bietet eine kurze, aber umfassende Einführung in die Fragen, die ins Spiel kommen, wenn es um die Moderation von Inhalten auf Online-Plattformen geht. Außerdem werden die Ansätze von Social-Media-Plattformen, die Auswirkungen von Covid-19 auf diesem Gebiet sowie die neuesten Entwicklungen erläutert.
Was bringt dir die Verwendung dieser Ressource?	Es bietet den Lernenden die Möglichkeit einer Einführung und einer allgemeinen Vorstellung einiger der wichtigsten Parameter des Themas. Durch die Kombination mehrerer Themen dient es den Lernenden auch als Leitfaden, der ihnen hilft, die Tiefe des Themas zu verstehen und die verschiedenen Perspektiven zu erkunden, die sie erforschen können
Link zur Resource:	https://talkingtech.cliffordchance.com/en/industries/e-commerce/content-moderation-and-online-platforms--an-impossible-

	problem--.html
--	--------------------------------

SGL-5

Name des Moduls	Modul 2: Modelle der Inhaltsmoderation & Anwendbarkeit
Thema	Moderation von Inhalten & freie Meinungsäußerung
Titel der Ressource:	Moderation von Inhalten: Wer entscheidet, was wahr ist?
Warum diese Ressource?	
Was bringt dir die Verwendung dieser Ressource?	Es bietet den Lernenden die Möglichkeit einer Einführung und einer allgemeinen Vorstellung einiger der wichtigsten Parameter des Themas. Durch die Kombination mehrerer Themen dient es den Lernenden auch als Leitfaden, der ihnen hilft, die Tiefe des Themas zu verstehen und die verschiedenen Perspektiven zu erkunden, die sie erforschen können
Link zur Ressource:	https://re-publica.tv/de/session/content-moderation-who-decides-what-true

Wires - Crossed



JUGEND- &
KULTURPROJEKT E.V.



CARDET
CENTRE FOR THE ADVANCEMENT OF RESEARCH
& DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY



ACUMEN
TRAINING



Speha Fresia
SOCIETÀ COOPERATIVA



USTANOVA ZA
OBRAZOVANJE
ODRASLIH | ADULT
EDUCATION
INSTITUTION



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

“The European Commission’s support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.”
2019-1-DE02-KA204-006115