

...kompetenz im digitalen Zeitalter

Use the news



Stand 20.11.2023

#UseTheNews
- Partnerschulen



#UseTheNews - Partnerschulen

- ① **Was ist #UseTheNews?**
- ② **Das „Jahr der Nachricht 2024“**
- ③ **Angebote für Partnerschulen**



1

#UseTheNews*:

Für eine
informierte
Gesellschaft und
Nachrichten-
kompetenz in der
digitalen Welt

*Initiiert wurde #UseTheNews von der Deutschen Presse-Agentur dpa und der Hamburger Behörde für Kultur und Medien. Unterstützt wird das Projekt von namhaften Persönlichkeiten aus Medien, Bildung und Forschung.

Unsere Ziele:

- **Nachrichtennutzung und Nachrichtenkompetenz** insbesondere bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen fördern
 - **Desinformation** bekämpfen
 - Den Weg von der Informationsgesellschaft in die „**redaktionelle Gesellschaft**“ entwickeln
- Dafür verknüpfen wir wissenschaftliche Erkenntnisse mit redaktioneller Praxis und bildungspolitischer Initiative

Mehr Infos und unsere Partner



Drei Projektbausteine:

Redaktionelle Praxis (Lab)

Auf Basis der Daten und Erkenntnisse der Leibniz-Forschung entwickeln und erproben die Partner im News Literacy Lab neue, maßgeschneiderte Nachrichtenangebote für Jugendliche und junge Erwachsene und tauschen sich in Webinaren u. Workshops aus.

Bildung & Schule (ONE)

Medien und Bildungsträger kooperieren in Vor-Ort-Projekten, um mit neuen Konzepten und zeitgemäßen digitalen Formaten Nachrichtenkompetenz im Schulunterricht zu vermitteln. Zudem bündeln wir Angebote für Lehrkräfte von uns und unseren Partnern.

New Zee-Community

Aufbau einer Community von 16- bis 25-Jährigen Medieninteressierten, die sich in regelm. Workshops austauschen und als Experts auch am LAB teilnehmen. Zudem sind Newscamps und ein Förderprogramm für junge Talente geplant, um sie für Journalismus zu begeistern (#UTN-Fellowship).

Wissenschaftliche Daten und Erkenntnisse in anwendbares Praxiswissen für Journalismus, Schulen und Zielgruppen übersetzen

Wissenschaft & Forschung (Leibniz-Institut)



Unsere Prinzipien

- Im Interesse von größtmöglicher Wirkung und Effizienz setzen wir auf **maximale Kooperation, die Bündelung von Ressourcen und das Arbeiten in Netzwerken.**
- Wir arbeiten im Dialog und auf **Augenhöhe mit der jungen Zielgruppe.**
- Wir verknüpfen Journalist:innen, Lehrkräfte und junge Menschen und **initiieren Dialog und Zusammenarbeit.**
- Unser Ziel sind Selbstermächtigung und Selbstbefähigung im Umgang mit Nachrichten. Wir erreichen dies durch **aktivierende Angebote**, die Partizipation, Interaktion, Kollaboration und Engagement ermöglichen (**„Feel the news!“**).
- Ausgangspunkt unserer Arbeit sind **gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse und Fakten.**
- Wir sind der Kultur der **Agilität** verpflichtet. Wir setzen auf **Minimal Viable Products (MVP)** und **Experimente**, um schneller zu Ergebnissen zu kommen.
- Wir orientieren uns an den **Anforderungen einer digitalen Medienwelt** und den Möglichkeiten einer **redaktionellen Gesellschaft.**



2

#

Use

the

news

...richtankompetenz im digitalen Zeitalter

#Jahr der
Nachricht 2024

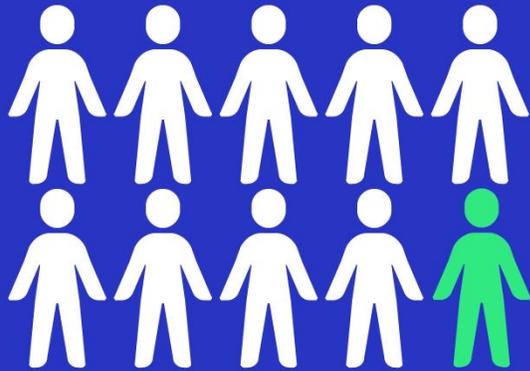


Mit der Kampagne „Jahr der Nachricht“ machen die Partner der Initiative #UseTheNews im Jahr 2024 in Deutschland auf die Unverzichtbarkeit von verlässlichen Nachrichten aufmerksam.

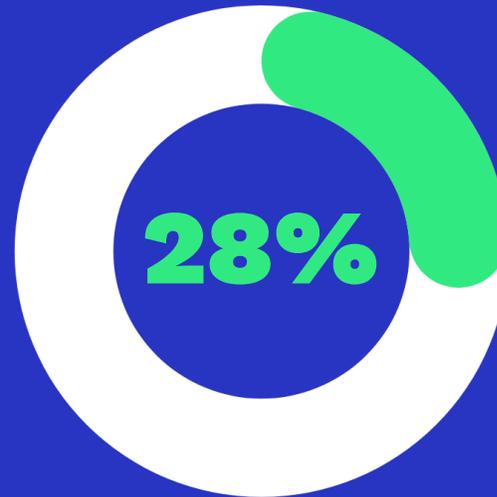
Nur der kompetente Umgang mit ihnen schützt eine Gesellschaft vor Manipulation und Desinformation.



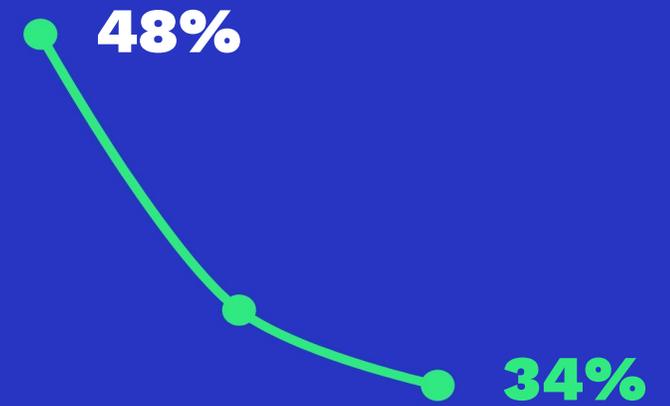
Auf dem Weg zum desinformierten Bürger ...



**Jeder zehnte Deutsche
versucht, Nachrichten aktiv
zu vermeiden.**



**Weniger als ein Drittel der
18- bis 24-Jährigen sind an
Nachrichten noch sehr
interessiert.**



**Das Vertrauen in
Nachrichten sinkt weiter.**

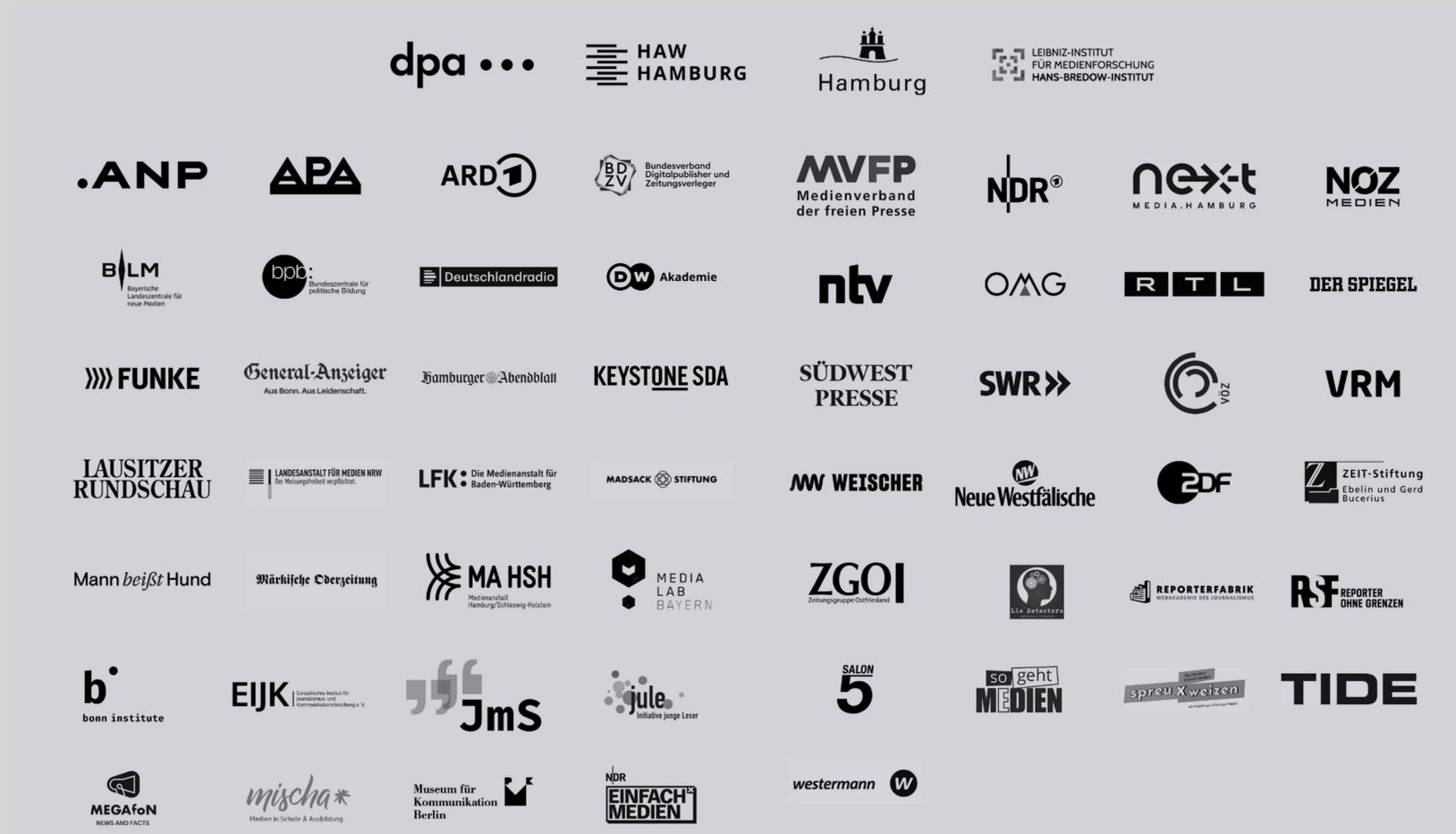
Warum 2024



Wir feiern 75 Jahre Grundgesetz

Artikel 5 (1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die **Pressefreiheit** und die **Freiheit der Berichterstattung** durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

#UseTheNews Partner



Jahr der Nachricht: 4 Elemente

MESSAGE

Werbekampagne

Wir wollen ein öffentliches Bewusstsein schaffen für die **Bedeutung von Nachrichten** und Nachrichtenkompetenz.

Um die Gen Z zu erreichen, müssen wir ihr Umfeld mitnehmen. Daher soll **jeder: Bundesbürger:in** im Laufe von 2024 mit der Kampagne in Kontakt kommen.

ACTIVATE

Social News Desk (SND)

Es soll eine Verknüpfung zwischen aktuellen Nachrichten und der Lebenswirklichkeit der **14- bis 24-Jährigen** hergestellt werden.

Mithilfe eines **Social News Desks** soll ein Format gefunden werden, das Jugendliche dazu animiert, sich mit der wichtigsten Nachricht des Tages zu befassen. Geplant sind eine transparente Themenkonferenz sowie eine Live-Sendung (per Stream) und begleitende Social-Media-Inhalte.

INTERACT

Newscamps

Jugendliche sollen auf unterhaltsame Art mit den Themen Journalismus, Nachrichten und Desinformation in Kontakt kommen und in Workshops eigene **Ideen, Konzepte und Prototypen** entwickeln.

Dafür findet eine bundesweite Serie von **regionalen Mitmach-Events** für Schüler:innen mit **Festival-Charakter** statt (Vorträge, Talks, Workshops, Mitmach-Stationen).

CO-CREATE

Modellprojekte

Um Schüler:innen mit der Relevanz von **lokalen Medien** vertraut zu machen, initiiert #UseTheNews **Modellprojekte** zwischen Schulklassen und Lokalredaktionen. Dabei suchen sich die Jugendlichen lokale **Zukunftsthemen** und setzen sie begleitet von der Redaktion in **Audio- und Videoformaten** um, die vom Medium publiziert werden.

Wie können Schulen andocken?

MESSAGE



Werbekampagne

- Kampagne und die Motive im Unterricht besprechen (Awareness schaffen für die Bedeutung von Journalismus/Nachrichten)
- ...

ACTIVATE



Social News Desk

- Teilnahme an den transparenten Redaktionskonferenzen mit Klassen (Chance eigene Themen zu setzen)
- Beteiligung am SND in Projektwoche, mit Kurs oder AG
- Schüler:innen produzieren eigene Inhalte für den SND (z.B. Umfrage, Kurzvideos etc.) zur Ausspielung live oder auf den Social-Media-Kanälen
- ...

INTERACT



Newscamps

- Teilnahme mit Schulklassen am Newscamp
- Projektvorbereitender Workshop in Schule + Workshop vor Ort
- Mitgestaltung eines eigenen Programm-Moduls (z.B. SuS geben ihr Wissen in Workshops an Gleichaltrige weiter)
- (Co-)Hosting eines kleinen (regionalen) Newscamps
- Entsendung eigener Expert:innen (z.B. für Lehrkräfte-Workshops)

CO-CREATE



Modellprojekte

- Durchführung eines eigenen Modellprojektes (mit Klasse/AG/Kurs/Projektwoche) in Kooperation mit #UTN-Medienpartner oder eigenem Partner
- Zur Vorbereitung: ggfs. Durchführung weiterer Workshops durch #UTN-Partner / Lokalredaktion
- Berichterstattung / Initiierung (durch) eigenes Schülermedium o.ä.



Newsamps

Ziele:

- Jugendliche aus **versch. Bildungsgruppen** zusammenbringen
- **Spielerische Vermittlung** von Nachrichtenkompetenz = Mischung aus niedrigschwelligen Angeboten und didaktischen Ansätzen
- Anbindung an die Botschaft der übergreifenden Kampagne: „**Glaube Nachrichten, die stimmen statt Stimmung machen**“ = Jugendliche sollen gesunde Skepsis entwickeln
- **Festival-Charakter:** News must become pop culture!



③ Angebote für Partnerschulen

1.) Knowhow

2.) Angebote & Projekte

3.) Was wir uns wünschen



#UseTheNews-Partnerschule: 1) Knowhow

Partnerschulen profitieren durch:

- Volle Einbindung in die **#UseTheNews-Community** (Teilnahme von Kontakt-Lehrkraft an monatlichen UTN-Workshops sowie Zugang zu Slack-Austausch)
- Direkter **Zugang zum Team von #UseTheNews**
- Kontinuierliche Information zu neuen **Studien und Projekten** von #UTN
- Öffnung der **NewZee-Community** für ausgewählte Schüler:innen



#UseTheNews-Partnerschule: 2) Angebote und Projekte

Partnerschulen profitieren durch:

- Weiterbildungsangebote (von Online-Lernangeboten bis News Literacy-Workshop für Klassen/Kollegium)
- Trainingsmodule Fact Checking
- Beteiligung an der Entwicklung von Unterrichtsmaterial
- **Teilnahme an Newscamps**
- Partner-Angebote wie MEGAFoN News & Facts-Nachrichtenapp, LieDetectors, Journalismus macht Schule...
- **Vermittlung von Partnerprojekten** mit (lokalen) Medien und Projektpartnern wie z.B.
 - CORRECTIV / Salon 5
 - Spreu X Weizen
 - ...



#UseTheNews-Partnerschule: 3) Was wir uns wünschen

- Feste **Ansprechpartner:innen** für das #UTN-Team
- **Aktive Teilnahme** an der #UseTheNews-Community (monatliche Webinare oder Workshops) und fachliches Feedback/Input für die Entwicklung von #UseTheNews aus der Perspektive der Schule (im **Arbeitstrack ONE**)
- Ein **Modellprojekt** im Jahr der Nachricht, möglichst unter Einbeziehung eines lokalen Mediums (mit der Möglichkeit, das Projekt und seine Ergebnisse zu veröffentlichen)
- Beteiligung am **Social News Desk** mit mind. 2 Klassen (z.B. Projektwoche)
- Teilnahme an **Newscamps** und ähnlichen Events
- Abschluss einer **Kooperationsvereinbarung**
- **Schul-Logo** auf der #UseTheNews-Website
- **Plakat** „Partnerschule #UseTheNews/ MEGAFoN News & Facts“



Mehr zu #UseTheNews:

AUS DER COMMUNITY

AMELIE-MARIE WEBER
FUNKE Mediengruppe

„Deutsche Medienhäuser müssen sich damit auseinandersetzen, wie sie junge Menschen erreichen können, denn das sichert die Zukunft des Journalismus. Dazu trage ich gerne einen Teil bei.“

MEHR ZITATE

UNSERE ANGEBOTE

Sei dabei und engagiere dich bei #UseTheNews

Für junge Medieninteressierte
Werde Teil unserer NewZee-Community und tausche dich mit Medieninteressierten zwischen 16 und 22 Jahren über Journalismus und Nachrichtenangebote aus. [MEHR →](#)

Für Journalist:innen
Informiere dich über die Entwicklung neuer Nachrichtenformate und Medienangebote für die Generation Z. [MEHR →](#)

Für Lehrer:innen
Erfahre mehr über die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz in Schulen und informiere dich über passende Angebote für den Unterricht. [MEHR →](#)

Aktuelles

www.usethenews.de

Use the news Im Browser lesen

Liebe Leserinnen und Leser,

wieder ist ein Monat um und wir haben neue spannende Formate und Bildungsangebote für euch gesammelt. Auch auf unserem Blog hat sich etwas getan: #UseTheNews-Mitglied Amelie Marie Weber von Funke gibt dort 5 Tipps für gelungene Kurzvideos, NewZee-Mitglied Mia Stremme hat das vergangene #UTN-Webinar zum Thema Factchecking zusammengefasst und Leonie Wunderlich vom Leibniz-Institut hat wieder drei spannende Studien herausgesucht. Diese zeigen etwa den Einfluss von Familien auf den Nachrichtenkonsum von Kindern und dass junge Erwachsene zwischen verschiedenen Arten von Nachrichten unterscheiden.

A propos News: Auch auf der diesjährigen dpa-Chefredaktionskonferenz ging es u. a. um die Förderung von Nachrichtenkompetenz. Unsere NewZees Rieke Smit und Joyce Noll waren vor Ort und gaben den rund 150 Vertreter:innen aus den Chefredaktionen Einblicke in die Arbeit von #UseTheNews. Sie forderten mehr Transparenz, ausgewogenere und breitere Berichterstattung sowie Inhalte in einfacher Sprache.

Übrigens: Bei Instagram teilen wir künftig Bildungsinhalte und -angebote für Lehrkräfte, Pädagog:innen und Interessierte auf dem Kanal @usethenews_one und der niederländische Ableger von #UseTheNews hat gerade seine Website (www.usethenews.nl) gelauncht.

In diesem Sinne: #UseTheNews!

#UseTheNews-Letter



Kontakt

Use
the news

Sandra Jütte

HAW Hamburg / #UseTheNews
sandra.juette@haw-hamburg.de

