

DATAFISK

I en digital verden er dataforståelse et abstrakt og komplekst felt for børn - og såmænd også for voksne at forholde sig til.



Vi kan tale om det, - vi kan advare og løfte pegefingre, men det skaber ikke nødvendigvis en dybere forståelse for, hvordan forretningsmodeller er bygget op med henblik på at høste data fra forbrugerne. Der er brug for en øget viden og bevidsthed om, hvad forskellige typer af data betyder og indebærer for at blive i stand til at forholde sig reelt til dataetiske spørgsmål.

Med dette afsæt er spillet udviklet af lærerstuderende på Københavns Professionshøjskole. Spillet har allerede været vidt omkring i praktikforløb på skoler og på konferencer for undervisere på læreruddannelsen, lærere og pædagogiske konsulenter.

Det har affødt stor efterspørgsel fra praktikere, og vil være oplagt at anvende sammen med elever fra 5. klasse og opefter.

Spillet skal ses som en konkret og eksemplarisk tilgang til de abstrakte begreber, der ligger inden for forskellige typer data og datahøst som generelt fænomen.

Spillet består af 2 faser/runder:

1. Kortspillet *Datafisk* er den første fase, hvor eleverne sætter sprog på forskellige typer af data, når de bytter kort med forskellige datatyper.
2. I anden fase skal eleverne bruge deres "datahøst" fra første runde til at opbygge sociale "drømmemedier". Her åbnes der for den dataetiske debat, og eleverne får mulighed for at udvide deres forståelse og kritiske sans.

1. spillerunde:

Datafisk, kortspil

Materialer:

De sorte sæt, datafiskkort bestående af 72 kort pr. gruppe

Gruppetørrelse:

4-8 personer



SPILVEJLEDNING

Første runde spilles efter de traditionelle regler for *Fisk*, hvor det gælder om at samle stik. Et stik indeholder samme datatype i alle fire farver(kulører); gul, grøn, blå og orange.

Eksempel på stik; 'private billeder' i de fire kulører.

Eksempel på spillets forløb;

Spiller **A** spørger spiller **B**: "Må jeg bede om alle dine private billeder"

- spiller **B** har ikke har nogen og svarer: "Datafisk", og **A** trækker et nyt kort fra bordet, hvorefter turen går videre til den næste omkring bordet.
- spiller **B** har et eller flere kort med den efterspurgte data og afleverer, hvorefter spiller **A** får lov til at spørge igen, indtil en spiller siger "datafisk".

Spillet afsluttes, når alle kort er spillet. Derefter beholder alle spillere deres stik og anden runde begynder.

2. spillerunde:

Datadysten, vi skaber et socialt medie

Materialer:

Det hvide sæt, Featurekort bestående af 4x21 kort. (hvert sæt har en farve)

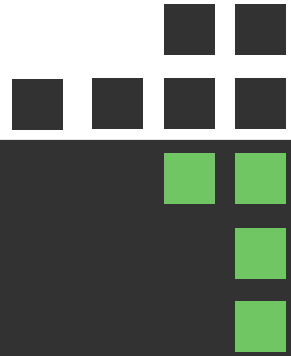
Grupper:

Eleverne inddeles i nye grupper, hvor de medtager de stik, de har vundet i *Datafisk* (1. runde).

I den nye gruppe er opgaven, at eleverne skal opbygge deres eget sociale medie. Eleverne indtager her rollen som designer og producent.

Her skal de igennem 3 trin:

1. Mediets navn og målgruppe
2. Hvilke features ønsker gruppen at deres medie skal have? (feature kort)
3. Hvilke data vil de tillade at deres medie "høster" - hvilke data vil de tillade at betale for mediet?



NAVN OG MÅLGRUPPE

Det er her eleverne sætter sig i producentens plads. De skal definere, hvilket medie de vil lave, og hvem det skal henvende sig til. Det er på baggrund af disse valg, at eleverne skal kunne argumentere for deres valg af features og mængden af datahøst på deres sociale medie.

FEATURES

På den vedlagte feature-oversigt er der en liste på 21 features. Ud for hver feature står der en "pointpris" og en "månedlig pris". Pointprisen er sat ud fra mængden af den data, som eleverne (producenten) vælger at høste fra deres forbrugere. Eleverne har også mulighed for at lave deres egen unikke feature og prissætte den. Her skal der dog kunne argumenteres for, at det er en fair prissætning. Her kan man vælge at lægge alle 84 featurekort op som en central "databank", hvor man således går op og køber med sine stik. Alternativt tildeles hver gruppe et sæt på 21 featurekort.

DATAHØST

Grupperne skal her tage stilling til, hvor meget data de vil "høste" fra deres brugere, - de må således finde frem til deres dataetiske ståsted.

De kan ud fra deres stik fra *datafisk* vælge at høste på ét niveau (1-4). Hvis man eksempelvis vælger at høste på niveau 3 af "private billeder", så har eleverne 3 point at købe features for. Som alternativ til at tillade datahøst hos deres brugere, vil eleverne også kunne vælge at tage en månedlig pris fra deres forbruger(abonnement).

PRÆSENTATIONSRUNDE

Herefter præsenterer grupperne det sociale medie, de har "bygget" for de andre grupper. Her præsenterer de både *navn og målgruppe*, *features*, *pris* - og *datahøst*. De andre grupper og læreren stiller spørgsmål til nogle af de valg, gruppen har truffet. Derfor skal gruppen kunne argumentere for deres valg inden for hver kategori.

GODE IDEER TIL FØR, UNDER OG EFTER

FØR SPILLET

Tag en snak i klassen om:

- Hvilke sociale medier er I på? Hvorfor? Hvad kan I på de sociale medier? Er de gratis? Brug evt. en Padlet eller en fysisk tavle til brainstorm.
- Kender I begrebet 'datahøst'? Hvad vil det sige at høste data? Hvem gør det, og hvad bruger de det til?

UNDER SPILLET (Datafisk og Datadyst)

Overvej hvordan I kan gøre det tydeligere, at I bygger et medie.

- Brug klodser til at bygge de sociale medier med. I kan f.eks. klistre featurekortene op på duploklodser, så man får illustreret processen eksemplarisk.
- Brug et stort stykke pap/karton pr. gruppe. Her sætter grupperne deres features og de brugte datakort op. Hvad kan mediet og hvad "koster" det? På papiret kan man også gøre plads til noter omkring målgruppe, tegning af logo og måske et slogan til mediet.

Hæng de store plakater op i klassen og vend tilbage til dem på et senere tidspunkt og fasthold på den måde elevernes refleksioner.

Udstil medierne i klassen og bed eleverne om at lave et slogan/kort tekst til mediet, der præsenterer mediet.

- Udbyg præsentationsrunden ved at lade eleverne indtale/ filme et pitch, hvor de promoverer deres medie.

Brug tid på at udarbejde et flot logo, hvor designet indtænker målgruppe, design og features - og æstetik.

- Udvid spørgsmål til præsentationsrunden

Hvorfor har I tilvalgt og fravalgt forskellige typer af data? Privatliv - hvad er privat for jer?

Hvilke overvejelser har I om, at jeres medie koster penge/ikke koster penge?

Ville I selv være på jeres medie? Hvorfor/hvorfor ikke?

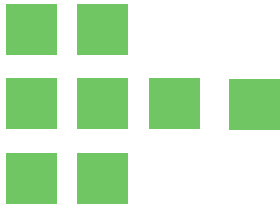
EFTER SPILLET

Overvej hvordan arbejdet og refleksioner kan fortsætte i klassen, hvad kunne være næste skridt?

- Arbejd med en videreudvikling af mediet

Man kunne lave et interface af mediet i fx Google Sites, og giv eleverne den fulde oplevelse af at bygge mediet. Hvordan ser mediet ud, hvis vi drømmer lidt?

- Hent inspiration på www.dataforståelse.dk og tag fat i videoer, didaktiske ressourcer og TED-talks.



Med ønsket om god datahøst,
men en endnu bedre dataforståelse!



RIGTIG GOD FORNØJELSE!



Frederikke Simonsen Theil
Naomi Henriksen Gaspar
Cecilie Pedersen
Mads Wessel Blixenkroner Møller

Lærerstuderende på Københavns Professionshøjskole