

Medien für Einsteiger

36
Arbeitsblätter
ab Klasse 8



Inhalt: Alle 36 Arbeitsblätter auf einen Blick

Medien und ihre Grundlagen

- 01: Was sind Medien?
- 02: Geschichte der Massenmedien
- 03: Medienarten
- 04: Medien und ihre Möglichkeiten
- 05: Warum nutzen wir Medien?
- 06: Medien in der Demokratie
- 07: Pressefreiheit
- 08: Das duale Rundfunksystem
- 09: Medien in der Kritik

Medien und ihre Nutzung

- 10: Buch
- 11: Zeitung
- 12: Hörfunk/Radio
- 13: Fernsehen und Kino
- 14: Streaming-Dienste
- 15: Computer
- 16: Internet
- 17: Smartphone
- 18: Suchmaschinen
- 19: Social Media
- 20: Computerspiele

Medien und ihre Herausforderungen

- 21: Demokratie und Social Media
- 22: Influencer/-innen
- 23: Grenzen der Meinungsfreiheit
- 24: Intermediäre
- 25: Plattformökonomie
- 26: Datenschutz
- 27: Künstliche Intelligenz
- 28: Politischer Extremismus
- 29: Fake News
- 30: Hate Speech
- 31: Cyber-Mobbing
- 32: Medienkonzentration
- 33: Sexismus in den Medien

Wir und die Medien: Projekte

- 34: Medienkompetenz
- 35: Meine Mediennutzung
- 36: Datenspuren und Handyfasten



Feedback: Wir freuen uns über Rückmeldungen zu diesem Heft.

umfrage.bpb.de

Zum Autor

Dr. Marco Fileccia unterrichtet am Heinrich-Heine-Gymnasium in Oberhausen im Ruhrgebiet. Er war pädagogischer Leiter des Pilotprojekts „Medienscouts NRW“ in Kooperation mit der Universität Duisburg-Essen im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW. Er hält Vorträge und gibt Workshops u.a. für die Initiative „Eltern und Medien“ und die Akademie für berufliche Bildung des Philologenverbands NRW. Er ist ehrenamtlicher Gutachter bei der FSM e. V. (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter).

Kontakt: marco@fileccia.de

Jetzt
nutzbar in
4 Varianten!



Verteilen: Bestellen Sie dieses Heft kostenfrei als Printausgabe im Klassensatz und verteilen Sie es in Ihrer Lerngruppe.

bpb.de/thema-im-unterricht



Kopieren: Kopieren Sie aus Ihrer Printausgabe genau jene Arbeitsblätter, die Sie für Ihre Lerngruppe nutzen möchten, oder drucken Sie einzelne Seiten der PDF-Datei.



Ausfüllen: Die PDF-Dateien sind barrierefrei und enthalten Eingabefelder. Die Lernenden können die Aufgaben mit PDF-fähigen Endgeräten lösen und die Ergebnisse digital einreichen.



Verändern: Die Arbeitsblätter stehen Ihnen auch als offene Bildungsmaterialien (OER) im ODT-Dateiformat zur Verfügung. So können viele Inhalte an die Bedürfnisse der Lerngruppe angepasst werden.

Impressum

Herausgeberin:

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb
Adenauerallee 86, 53113 Bonn; www.bpb.de

E-Mail der Redaktion: edu@bpb.de

Redaktion: Johannes Winter

Autor: Dr. Marco Fileccia

Gestaltung: Mohr Design, Köln

Titelbild: Illustrationen/Collage: Mohr Design;
Tablet: Marcel Strauß/Unsplash; Kopfhörer:
pexels; Zeitung: Christian Lue/Unsplash; Laptop:
Windows/Unsplash; Radio: Getty Images/

iStockphoto; Handy: Getty Images/iStockphoto;

Roboter: Andy Kelly/Unsplash; Bildschirm:
Charlotte May/pexels; Computerspiel: Tero

Vesalainen/shutterstock; Controller: Eren Li/

pexels; Buch: Karolina Grabowska/pexels

Illustrationen: Mohr Design (Patricia Jaeger,
Carolin Diekmeyer, Norbert Brall)

Druck: Bonifatius GmbH, Paderborn

Papier: 100% Recyclingpapier

Redaktionsschluss: Dezember 2021

Veröffentlichung: 1. Auflage Februar 2022

Bestell-Nr. 5480, ISBN 978-3-8389-7230-5

Lizenz: Dieses Werk steht – soweit nicht durch Copyright-Angaben anders gekennzeichnet – unter der Lizenz CC BY-SA 4.0. Den rechtsverbindlichen Lizenzvertrag finden Sie unter <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>. Sie dürfen die Inhalte bearbeiten und die bearbeitete Fassung für Ihren Unterricht nutzen.

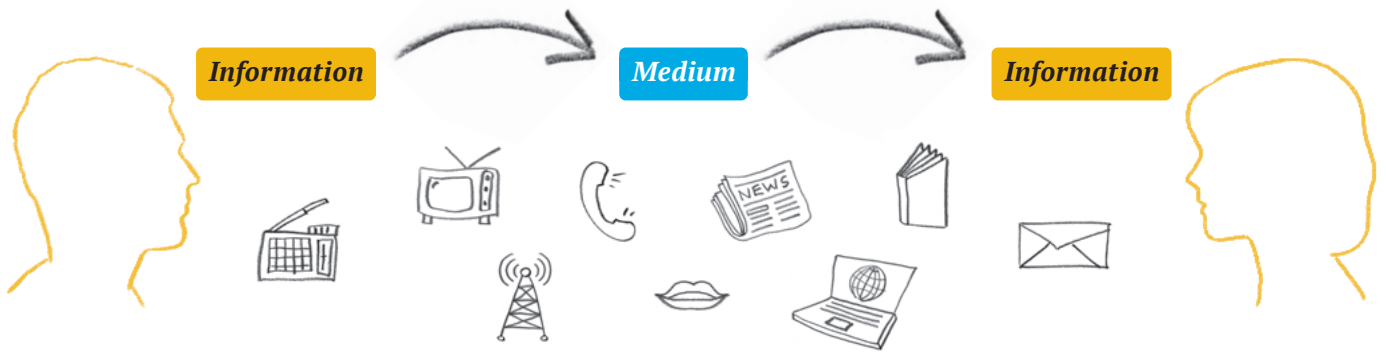
Voraussetzungen für die Weitergabe der bearbeiteten Fassung an Dritte sind die Nennung des Werktitels mit Link, des Autors und der bpb als Herausgeberin, ein Hinweis auf etwaige Bearbeitungen sowie die Weitergabe unter derselben Lizenz. Das Recht auf Weitergabe gilt nicht für Inhalte mit Copyright-Angabe. Die Attribution soll wie folgt lauten:



Thema im Unterricht/Extra: „Medien für Einsteiger“, Autor: Marco Fileccia, Herausgeberin: Bundeszentrale für politische Bildung/bpb (2022), Lizenz: CC BY-SA 4.0

Hinweis: Diese Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb dar. Für die inhaltlichen Aussagen trägt der Autor die Verantwortung. Die bpb ist für den Inhalt der aufgeführten Internetseiten (ausgenommen bpb.de) nicht verantwortlich. Beachten Sie bitte auch unser weiteres Print- sowie unser Online- und Veranstaltungsangebot. Dort finden sich weiterführende, ergänzende wie kontroverse Standpunkte zum Thema dieser Publikation.

Medien sind Kommunikationsmittel: Mit ihrer Hilfe tauschen Menschen Informationen aus. Diese Informationen können je nach Medium unterschiedlich beschaffen sein.



- 1** Oben in der Abbildung sind einige Medien symbolisiert.
- a) Erkennst du sie? Notiere das jeweilige Medium in der linken Spalte.
 - b) Wie werden mithilfe des jeweiligen Mediums Informationen vermittelt und wie ist die Information beschaffen? Trage dies in die mittlere Spalte der Tabelle ein.
 - c) Notiere für jedes Medium ein Beispiel in der rechten Spalte.

Medium	Art der Information	Beispiel
Buch	Schrift	Harry Potter und der Feuerkelch

2 Alle diese Medien übertragen Informationen. Darüber hinaus lassen sich weitere Gemeinsamkeiten und auch einige Unterschiede finden. Notiere diese für folgende Paare. Wähle zum Schluss selbst ein eigenes Medienpaar aus.

Medien-Paar	Gemeinsamkeiten	Unterschiede
.....		

3 Neben den genannten gibt es zahllose andere Medien. Notiere hier weitere Beispiele. Sammelt diese anschließend gemeinsam an der Tafel oder am Whiteboard/Smartboard.

.....

Geschichte der Massenmedien

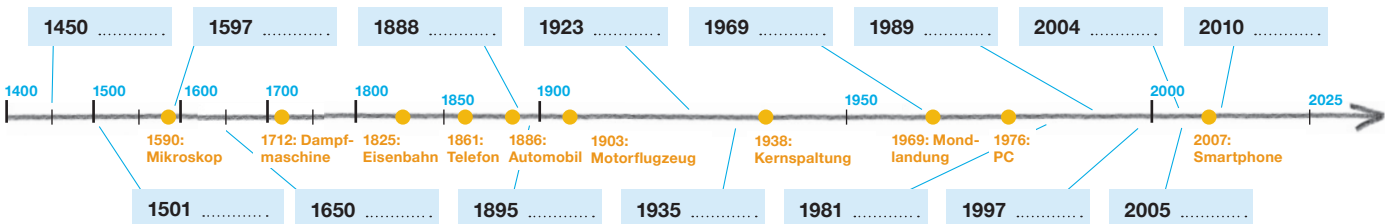
Wenn wir von Medien sprechen, meinen wir meistens Massenmedien. Damit sind alle Kommunikationsmittel gemeint, die einen sehr großen Personenkreis erreichen. Begonnen hat die Geschichte der Massenmedien mit dem modernen Buchdruck um das Jahr 1450. Auch mit den Social-Media-Angeboten von heute ist die Entwicklung gewiss noch nicht zu Ende.



1 Ordne die folgenden Massenmedien und Medienangebote den Zahlen an den Bildern zu.

- Buch Zeitschrift Film Kino Radio Fernsehen Internet Plakat
 Facebook YouTube Instagram World Wide Web Netflix Compact Disc (CD) Zeitung

2 Die Massenmedien und Medienangebote aus Aufgabe 1 wurden in verschiedenen Jahrhunderten erfunden oder gegründet. Ordne die Jahreszahlen zu und trage die Medien im Zeitstrahl ein.



3 Suche dir zwei dieser Massenmedien als Beispiele aus. Beantworte jeweils folgende Fragen:

	Beispiel 1:	Beispiel 2:
Was können die Nutzer/-innen damit tun, was ohne das Medium nicht möglich war?		
Welche Bedeutung hat dieses Massenmedium für die Menschen heute?		
Welche Bedeutung hat dieses Medium für dich persönlich?		

4 Entwickelt gemeinsam eine Zukunftsfantasie. Wie könnte ein Massenmedium der Zukunft aussehen?



Bild 1: Foto von Souvik Banerjee auf Unsplash; Bild 2: Foto von Henry Mühlporford / CC BY-SA 3.0; Bild 3: Foto von Charrisse Kenton auf Unsplash; Bild 4: Foto von Mick Haupt auf Unsplash; Bild 5: Foto von Sara Kurfeß auf Unsplash; Bild 6: Foto von Eckhard Elzold / CC BY-SA 2.0; Bild 7: Wahlplakat der Deutschen Demokratischen Partei zur Reichstagswahl 1924; © Deutsches Historisches Museum, Berlin. Inv.-Nr.: P 57/214; Bild 8: Foto von Nocom Peeraopong auf Unsplash; Bild 9: Jost Amman / CC; Bild 10: Foto von Haice Yardim auf Unsplash; Bild 11: Foto von Freestocks auf Unsplash; Bild 12: Foto von FastLizard4 / CC BY-SA 3.0; Bild 13: Foto von Thea Hdc auf Unsplash; Bild 14: Foto von Nocom Peeraopong auf Unsplash; Bild 15: Foto von Christian Wiediger auf Unsplash

Medien umgeben uns überall und jederzeit und es ist gar nicht so einfach, die verschiedenen Arten von Medien voneinander abzugrenzen. Man kann Medien zum Beispiel aufgrund ihrer technischen Eigenschaften voneinander unterscheiden, nach den Sinneskanälen, die sie ansprechen, oder nach der Menge an Menschen, die sie erreichen.

Medien und ihre Einordnung

- 1 a)** Lies zunächst den Infokasten über vier verschiedene Möglichkeiten der Einordnung von Medien.
- b)** Kreuze für jedes Beispiel an, wo du es im jeweiligen Modell einordnen würdest. Begründe deine Zuordnung.
- c)** Vergleiche eure Ergebnisse und diskutiert sie.

i **Vier Möglichkeiten der Einordnung von Medien**

1. Man kann Medien danach einordnen, wie groß das Publikum ist. Dann spricht man von „**publizistischen Medien**“, die sich an eine Öffentlichkeit richten, und von „**privaten Medien**“ wie zum Beispiel einem Tagebuch.

2. Ein anderes Modell spricht von „**Medien erster Ordnung**“ und „**Medien zweiter Ordnung**“. Mit den Medien erster Ordnung sind die technischen Plattformen gemeint (z. B. das Internet als Verbindung von vielen Computern). Erst die Medien zweiter Ordnung sind mit Inhalt gefüllt (z. B. eine Website).

3. Eine weitere Einordnung der Medien unterscheidet nach der Art und Weise, wie sie produziert und von den Menschen genutzt (= rezipiert) werden:
Primäre Medien: Mittel des menschlichen Kontaktes ohne Geräte. Sie benötigen keine Hilfsmittel zur Produktion und Rezeption.

Sekundäre Medien: Sie benötigen Geräte, um sie zu produzieren, können aber ohne Geräte gehört/gesehen werden.
Tertiäre Medien: Sowohl Produzenten/-innen als auch Nutzer/-innen benötigen Geräte.

4. Eine weitere Einordnung nutzt den Sinn, der angesprochen wird, also **auditiv** (hören), **visuell** (sehen) oder **audiovisuell** (beides).

Einordnung	Fernsehen	Telefon	Zeitung	Mimik/Gestik	Buch	Film	Instagram	Sprache
Publizistisch								
Privat								
Erste Ordnung								
Zweite Ordnung								
Primär								
Sekundär								
Tertiär								
Auditiv								
Visuell								
Audiovisuell								

Massenmedien

Q1 „Die Massenmedien sind Kommunikationsmittel, die durch technische Vervielfältigung und Verbreitung mittels Schrift, Bild oder Ton Inhalte an eine unbestimmte Zahl von Menschen vermitteln und somit öffentlich an ein anonymes, räumlich verstreutes Publikum weitergeben.“

- 2 a)** Verdeutliche die Definition Q1 an einem Beispiel.

.....

.....

i Auch für Massenmedien gibt es keine eindeutige Einteilung, sondern verschiedene Modelle. Ein Modell, Massenmedien einzuordnen, ist folgendes:

Printmedien
z. B. Bücher, Zeitungen, Zeitschriften

Rundfunk
z. B. Fernsehen/ Film, Radio

Digitale Medien
z. B. Computer, Internet

Diese Einteilung ist nicht ganz eindeutig, denn heutzutage sind alle Massenmedien auch digital verfügbar.

- b)** Erläutere die Schwierigkeit der Einteilung von Massenmedien anhand der Beispiele Radio und Streaming-Dienste (wie Netflix).

.....

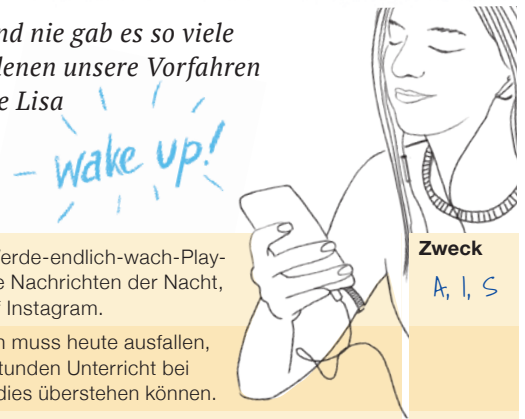
.....

- c)** Wie du siehst, ist die Einordnung von Massenmedien im digitalen Zeitalter nicht ganz einfach. Erörtere, welche der Einordnungen dir helfen.

.....

.....

Nie in der Geschichte hatten die Menschen so einfach Zugang zu Medien und nie gab es so viele verschiedene Medien wie heute. Damit verbunden sind Möglichkeiten, von denen unsere Vorfahren nur träumen konnten. Um das zu verdeutlichen, begleiten wir die 15-jährige Lisa an einem mehr oder weniger typischen Tag.



Lisas Medientag

Medien		Zweck
Smartwatch Smartphone	06:30 Der Wecker ihrer Smartwatch spielt ein Zufalls-Lied ihrer „Werde-endlich-wach-Playlist“. Lisa greift verschlafen zu ihrem Smartphone und checkt die Nachrichten der Nacht, verteilt Likes und postet ein „Bin wach. Guten Morgen Welt!“ auf Instagram.	A, I, S
	06:42 Die Kontrolle der neuesten TikTok-Videos beim Zähneputzen muss heute ausfallen, denn Lisa ist noch fassungslos über den Vertretungsplan. Drei Stunden Unterricht bei Dr. Tafel – sie und ihre Freundinnen besprechen im Chat, wie sie dies überstehen können.	
	07:15 „Papa!“ Lisa und ihr Vater haben ein morgendliches Ritual und streiten sich wie immer um die Titelseite der Zeitung. Lisa gewinnt.	
	07:45 Die Busfahrt nutzt Lisa wie immer, schließlich waren ihre Lieblings-Youtuber/-innen auch fleißig. Sie kommentiert, wie gut sie das Video mit den Upcycling-Tipps fand.	
	09:35 Politik-Unterricht. Thema: Das Grundgesetz. Lisa benötigt keine Minute, den Text in der aktuellen Fassung im Internet zu finden. „Warum heißt es nicht ‚Verfassung‘?“ fragt die Lehrerin plötzlich ausgerechnet Lisa. Keine Zeit zum Googeln... Lisa improvisiert.	
	11:20 Der Unterricht bei Dr. Tafel nimmt kein Ende. Zum Glück darf sie ihr iPad benutzen. Sie kontrolliert ihre E-Mails und die Lernaufgaben auf der Schul-Plattform.	
	14:15 Lisa und ihre Freundinnen haben ihr Essen in der Mensa online vorbestellt und endlich eine Pause. Wenn nur die Mensa-Leute einen anderen Sender im Radio als den mit den Hits der 80er-Jahre wählen würden!	
	16:00 Lisa muss sich beeilen und ausgerechnet heute hat der Bus Verspätung, was Lisa auf dem Display sieht. Sie schreibt ihren Freunden/-innen, dass sie sich etwas verspätet.	
	18:35 Die Sitzung ihrer Bürgerinitiative „Fridays and all other days for future“ (FAAODFF) dauerte länger als geplant. Dafür war die Videokonferenz mit zwei anderen Gruppen in den Niederlanden und Schweden echt cool. Zum Glück funktionierte dieses Übersetzungstool.	
	19:20 Endlich zuhause. Feierabend. Ach nein, sie muss ja noch das Referat über die Bezeichnung „Grundgesetz“ vorbereiten, weil sie auf diese Frage im Unterricht keine richtige Antwort wusste.	
	19:45 Lisa darf ihren Opa nicht vergessen. Er wartet jeden Abend auf einen – meist sehr kurzen – Telefonanruf von ihr. Außerdem kennt er eine Antwort auf diese Grundgesetz-Frage.	
	20:01 Jetzt aber. Ihre Eltern warten schon vor der Tagesschau auf sie. Danach muss sie nur noch unauffällig auf Netflix umschalten, damit sie ihre Lieblingsserie schauen kann.	
	23:14 Lisa fallen die Augen zu, dabei wollte sie doch unbedingt noch das Kapitel mit dem süßen Jungen auf dem Pferdehof lesen. Die böse Stieftante will den Hof nach dem tragischen Unfall verkaufen. Oder so ähnlich. Lisa legt das Buch weg und postet ein „Gute Nacht Welt“ auf Instagram.	

1 Notiere in der linken Spalte, welche Medien Lisa jeweils nutzt, und in der rechten Spalte, zu welchem Zweck sie die jeweiligen Medien nutzt. Benutze für die Zwecke folgende Kürzel:

U=Unterhaltung / P=Politische Teilhabe / I=Information / B=Bildung / A=Alltagsorganisation / F=Freundschaft/Familie / S=Selbstdarstellung

2 Lisas Alltag ist stark von Medien geprägt. Benenne je drei Vor- und Nachteile davon.

Vorteile der Mediennutzung	Nachteile der Mediennutzung
1.	1.
2.	2.
3.	3.

3 Stimmt es, dass uns die Medien heute Möglichkeiten bieten, von denen unsere Vorfahren nur träumen konnten? Kreuze an und begründe deine Antwort.

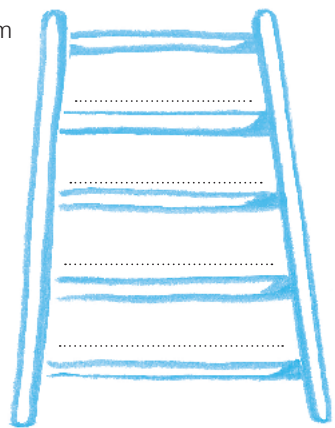
Ja, / Nein, / Jein, denn

In der repräsentativen JIM-Studie (Jugend – Information – Medien) gaben die 12- bis 19-Jährigen im Jahr 2020 an, jeden Tag durchschnittlich 4 Stunden und 18 Minuten mit Medien zu verbringen.

Deine Gründe

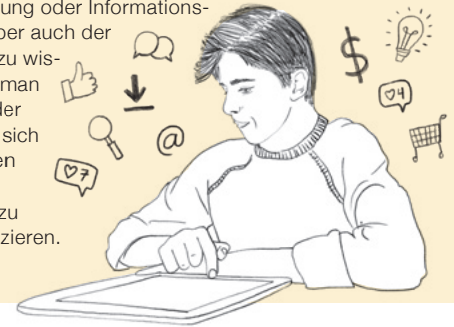
1 Offensichtlich nutzen viele Menschen gerne Medien wie z. B. das Smartphone. Warum nutzt du es gerne?

- a) Notiere die vier wichtigsten Gründe, warum du dein Smartphone nutzt, und schreibe sie der Wichtigkeit nach von oben nach unten in die Stufenleiter.
- b) Suche unter mpfs.de die aktuelle JIM-Studie und notiere unten drei statistische Daten (die Zahl und deren Bedeutung), die dir wichtig erscheinen.
- c) Tauscht euch dann in der Klasse über die von euch gefundenen Daten aus und notiere dir eine überraschende Angabe.



i Nutzen- und Belohnungsansatz

Mit dem „Uses and Gratifications Approach“ (zu Deutsch: „Nutzen- und Belohnungsansatz“) versuchen Medienwissenschaftler/-innen die Mediennutzung zu erklären. Der Kerngedanke ist, dass Mediennutzung nicht zufällig passiert, sondern immer ein bestimmtes Bedürfnis des Menschen dahintersteckt. Die wichtigsten können sein: Unterhaltung oder Informationssuche, aber auch der Wunsch zu wissen, wer man ist oder der Wunsch, sich mitzuteilen oder mit anderen zu kommunizieren.



JIM-Studie für das Jahr 20

Zahl	Bedeutung

2 Von Anna bis Farida – Fallbeispiele



Anna ist 14 Jahre alt und liebt es, Selfies zu machen. Sie postet pro Tag mindestens drei Selfies auf ihrem Instagram-Account, bei dem sie über 2.000 Follower hat. Sie ärgert sich, wenn sie nur wenige Likes für ein Foto bekommt. Ihre Eltern finden das gar nicht gut.

U P S I



Ben, 15 Jahre, ist ein begeisterter Computerspieler. Er kann es kaum erwarten, von der Schule nach Hause zu kommen, seinen PC anzumachen und mit seinen Freunden online zu zocken.

U P S I



Ceylin (16) engagiert sich politisch bei einer Gruppe von Klimaaktivisten/-innen. Dafür schaut sie gerne Dokumentationen über die Klimakrise und informiert sich bei Nichtregierungsorganisationen zum Thema.

U P S I



Dominik ist 15 Jahre alt und möchte später Medizin studieren. Er lernt fleißig für ein gutes Abitur und vor allem mit Biologie-YouTube-Videos. Außerdem bereitet er sich schon jetzt mit Übungen im Netz auf den Test für medizinische Studiengänge (TMS) vor.

U P S I



Emma liebt YouTube. Mit ihren 15 Jahren ist sie ein richtiger Profi. Und egal, was ihre Eltern sagen, sie liebt die Videos der angesagten YouTube-Kanäle, unter denen sie fleißig kommentiert.

U P S I



Farida (14) kann nicht ohne WhatsApp-App. Wenn Sie mal für eine halbe Stunde nicht auf ihr Smartphone schauen kann, wird sie nervös und hat Angst, etwas von ihren Freundinnen zu verpassen.

U P S I

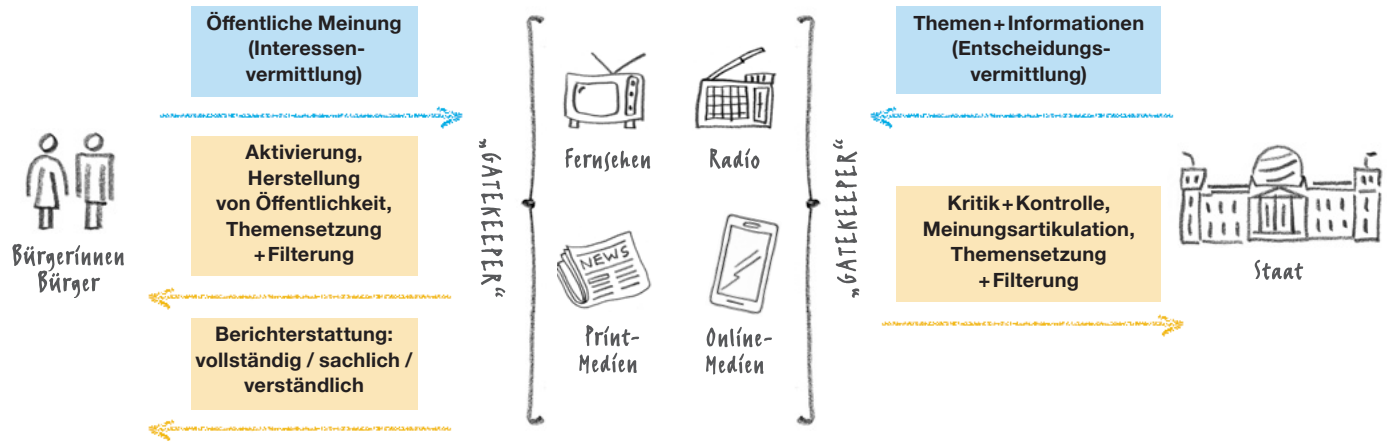
U = Unterhaltung / P = Persönliche Identität / S = Soziale Interaktion & Integration / I = Information

- a) Lies die Fallbeispiele und kreuze an, welche Bedürfnisse jeweils durch die Mediennutzung befriedigt werden.
- b) Vergleicht und diskutiert die Fallbeispiele und die Zuordnungen zu den Bedürfnissen.
- c) Suche dir eines der Beispiele heraus und nenne weitere Gründe für die Mediennutzung.

Name: Weitere Gründe:

d) Erkennst du den Nutzen- und Belohnungsansatz (Infokasten) in deiner eigenen Mediennutzung wieder? Ja / Nein

Massenmedien und Journalisten/-innen erfüllen in demokratischen Staaten viele wichtige Aufgaben: So sollen sie das Handeln staatlicher Akteure/-innen beobachten und kritisieren, zur öffentlichen Meinungsbildung beitragen und relevante Informationen für die Öffentlichkeit filtern und weitergeben. Wegen ihrer Filterfunktion werden klassische Massenmedien auch „Gatekeeper“ oder „Schleusenwärter“ genannt.



- Politische Funktionen:** Kritik und Kontrolle – Meinungsbildung – Information
- Soziale Funktionen:** Unterhaltung – Bildung – Sozialisation/Integration

1 Erläutere die politischen Funktionen der Massenmedien anhand je eines selbst gewählten Formats (TV-/Radio-Sendung/Social-Media-Kanal/Website etc.) in der nebenstehenden Tabelle.

2 Massenmedien werden oft auch als „vierte Gewalt“ bezeichnet. Dies wiederum wird von manchen kritisiert. Erkläre stichpunktartig, was für die Bezeichnung „vierte Gewalt“ spricht und was an ihr zugleich problematisch ist.

Spricht dafür:

.....

Ist daran problematisch:

.....

3 Betrachte nun die Beispiele in der nebenstehenden Tabelle und kreuze an, welche der politischen und sozialen Funktionen der Massenmedien jeweils (wahrscheinlich) erfüllt werden (siehe die Abkürzungen im blauen Kasten).

- ✓ wird erfüllt
- ? unentschieden
- ✗ wird nicht erfüllt

Vergleicht eure Ergebnisse in der Klasse.

Funktion	Format	Wie wird die Funktion erfüllt?
Kritik und Kontrolle		
Meinungsbildung		
Information		

K = Kritik und Kontrolle / M = Meinungsbildung / I = Information / U = Unterhaltung / B = Bildung / S/I = Sozialisation/Integration

Beispiel	K	M	I	U	B	S/I
A. Die Lokalzeitung mit einem aktuellen Thema						
B. Ein Buch, das einen Umwelt-Skandal aufdeckt						
C. Die News-Seite von Suchmaschinen wie news.google.de						
D. Die 20-Uhr-Ausgabe der Tagesschau						
E. Leserbriefe in einer Zeitung						
F. Der Twitter-Kanal eines bekannten Journalisten						
G. Der Twitter-Kanal einer bekannten Politikerin						
H. Ein Youtube-Kanal zu Wissenschaftsthemen						
I. Eine Vorabendserie im TV						
J. Der Facebook-Account einer Ministerin						
K. Eine Radio-Sendung mit einer Fußball-Live-Übertragung						
L. Der Podcast mit zwei bekannten Comedians						
M. TikTok-Videos einer politischen Partei						
N. Kostenpflichtiger Newsletter eines Wirtschaftsjournalisten						

Die Pressefreiheit ist das Recht von Journalisten/-innen, ungehindert ihrer Arbeit nachzugehen, also zu recherchieren, zu berichten und zu kommentieren. Sie gilt als Voraussetzung für die demokratische Willensbildung sowie die pluralistische Meinungsvielfalt und ist in Deutschland im Artikel 5 des Grundgesetzes festgeschrieben.

Was wäre, wenn es nur eine Meinung gäbe?

1 a) Diese Frage stellten am 3. Mai 2021 viele österreichische Zeitungen auf ihren Titelseiten (Q1). Notiere fünf Stichworte zu einem solchen Szenario.



1

2

3

4

5

b) Erläutere das Zitat des spanischen Schriftstellers Salvador de Madariaga y Rojo (Q2). Stimmt du ihm zu? Begründe.

Q2 „Von der Pressefreiheit hängt praktisch jede andere Freiheit ab.“
Salvador de Madariaga y Rojo (1886 – 1978)

.....

.....

.....

.....

.....

Gefahren für die Pressefreiheit

2 a) Ordne die Gefahren aus der Grafik den passenden Erklärungen zu und schreibe sie in die Lücken.



- : Nur eine ausreichend große Vielfalt an Medien sichert die Meinungs- und Informationsfreiheit – die Existenz weniger, großer Medienkonzerne ist problematisch.
- : Sinkende Einnahmen können zu Sparzwängen bei Redaktionen und somit zu weniger Ressourcen für eine kritische journalistische Berichterstattung führen.
- : Medien können sich aus verschiedenen Gründen, z. B. gegenüber Anzeigenkunden, in ihrer Berichterstattung gezwungen fühlen, Dinge nicht zu veröffentlichen.
- : Medien können bestimmte Themen in ihrer Berichterstattung ausblenden, um gesellschaftliche Debatten, z. B. zum Thema Geflüchtete, zu verhindern.
- : Richten sich Medien ausschließlich an den Interessen ihres Publikums aus, besteht die Gefahr, dass Journalisten/-innen bestimmte Themen vernachlässigen.
- : Medien wird häufig vorgeworfen, gleiche Themen zu setzen und gleiche Meinungen zu vertreten.

b) Erläutere die genannten Gefahren für die Pressefreiheit anhand von Beispielen.

.....

.....

.....

Reporter ohne Grenzen

3 Die Nichtregierungsorganisation „Reporter ohne Grenzen“ veröffentlicht jährlich eine Rangliste der Pressefreiheit und Beispiele von Journalisten/-innen, die durch ihre Arbeit in Gefahr sind.

a) Recherchiere unter reporter-ohne-grenzen.de die aktuelle Rangliste der Pressefreiheit. Notiere hier je drei Länder mit einer guten und mit einer sehr ernststen Lage.

Gute Lage	Sehr ernste Lage
.....
.....
.....

b) Teilt euch in der Klasse auf und wählt in Partnerarbeit eines der Länder aus der Rangliste aus. Fasst die Situation der Pressefreiheit zusammen, benutzt dazu ebenfalls die Seite von Reporter ohne Grenzen.

Land:

Situation:

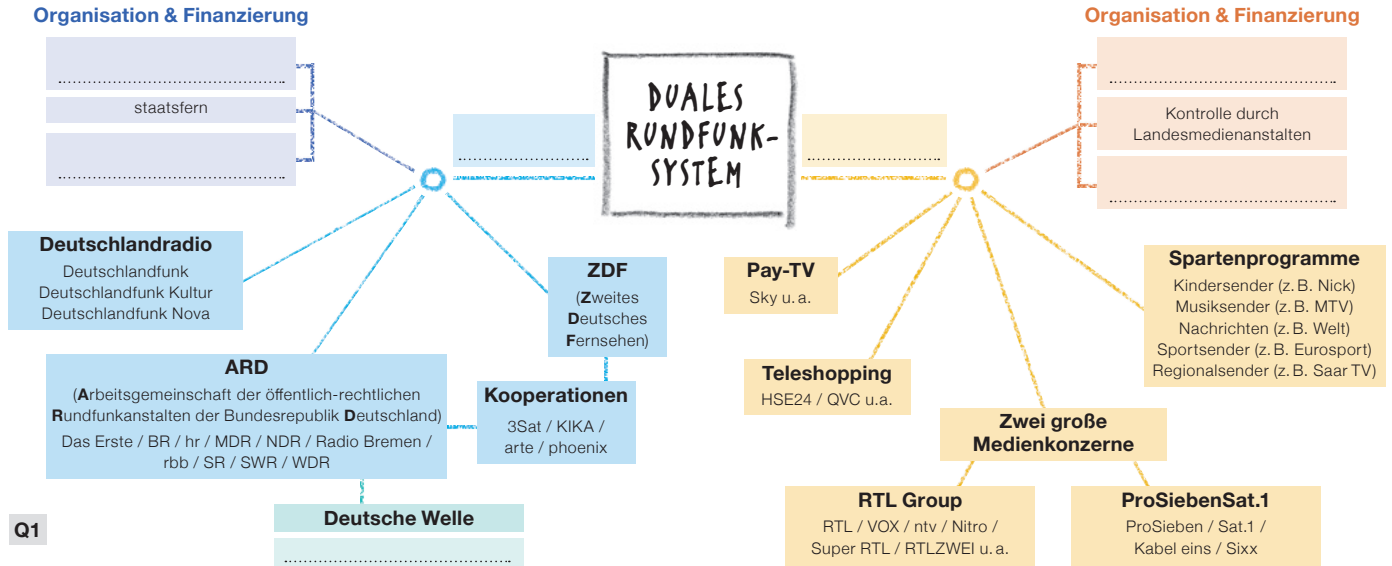
.....

.....

.....



Das Rundfunksystem ist in Deutschland zweigeteilt („dual“): Die öffentlich-rechtlichen Anbieter (wie ARD und ZDF) finanzieren sich vor allem durch die Rundfunkbeiträge, die privaten Anbieter (wie ProSiebenSat.1 Media) finanzieren sich durch Werbung in ihren Programmen oder durch andere Bezahlmodelle.



Q1

Q2 Artikel 11, Absatz 1 Rundfunkstaatsvertrag

„Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben.“

1 a) Setze folgende Begriffe in die Kästchen im Schaubild (Q1) ein:

privat / Einschaltquoten wichtig / unabhängig / öffentlich-rechtlich / beitragsfinanziert / werbefinanziert / steuerfinanziert

b) Erkläre (unter Beachtung von Q1 und Q2) die wichtigsten Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern.

.....

.....

i Der öffentlich-rechtliche (ÖRR) und der private Rundfunk stehen u. a. wegen dieser Punkte in der Kritik:

ÖRR	Privater Rundfunk
Staatsnähe, zu wenig Transparenz	Nähe zur Werbewirtschaft, konsumorientiert
Beiträge, die für alle Haushalte erhoben werden	hoher Werbeanteil am Programm
Fokus eher auf Tradition statt auf Innovation	Sendungen folgen stark dem Massengeschmack

2 Sammle Argumente für und gegen das duale Rundfunksystem. Vergleich und diskutiert eure Argumente in der Klasse.

Spricht dafür	Spricht dagegen
.....
.....
.....

„Deutschlandbook“ – Der öffentlich-rechtliche Social-Media-Anbieter?

3 Mal angenommen, es gäbe ein öffentlich-rechtliches Social-Media-Angebot namens „Deutschlandbook“. Es müsste den gleichen Auftrag erfüllen wie die öffentlich-rechtlichen Rundfunksender (siehe Q2) und wäre beitragsfinanziert.



a) Beschreibe die Unterschiede zwischen Deutschlandbook und einem privaten Anbieter wie Facebook.

b) Würdest du persönlich ein solches öffentlich-rechtliches Social-Media-Angebot nutzen? Begründe deine Antwort.

Ja, / Nein, / Jein, denn

.....

.....

Schon immer wurden neue Medien zunächst kritisch betrachtet und es wurde vor ihnen gewarnt. Das gilt nicht nur für das Radio, das Fernsehen, Computerspiele und Smartphones, sondern auch – heute undenkbar – für Bücher. Öffentliche Bibliotheken wurden im 18. Jahrhundert gar als „wichtigste Brutstätten“ der „Lesesucht“ bezeichnet.

Zitate über Medien

1 a) Lies die (minimal abgewandelten) Zitate und notiere spontan darunter deine Vermutung, welches Medium jeweils gemeint sein könnte.

1. „Schüler haben die Gewohnheit entwickelt, ihre Aufmerksamkeit zwischen der monotonen Vorbereitung ihrer Schulaufgaben und der zwingenden Aufregung dieses Mediums zu teilen.“

2. „Mediensucht, die Sucht, d. h. die unmäßige, unregelmäßige auf Kosten anderer nützlicher Beschäftigungen befriedigte Begierde, sich durch dieses Medium zu vergnügen.“

3. „Die Nutzerin dieses Mediums irrt physisch präsent und psychisch entrückt einsam durch die Masse.“

4. „Das Medium wurde nicht für Idioten erschaffen – es erzeugt sie.“

5. „Es gibt keinen Grund, warum jeder ein solches Medium zu Hause haben sollte.“

6. „Dieses Medium zu nutzen, um bloß die Zeit zu tödten, ist Hochverrath an der Menschheit, weil man ein Mittel erniedrigt, das zur Erreichung höherer Zwecke bestimmt ist.“

7. „Denn diese Erfindung wird der Lernenden Seelen vielmehr Vergessenheit einflößen aus Vernachlässigung des Gedächtnisses, weil sie im Vertrauen auf dieses Medium sich nur von außen vermittelt fremder Zeichen, nicht aber innerlich sich selbst und unmittelbar erinnern werden.“

8. „Wie schützen wir die Kinder vor den schädlichen Einflüssen dieser Stätten der Unmoral?“



b) Schon 1953 gab es Kritik am Fernsehkonsum wie hier im Comic „Fix und Foxi“. Diskutiert, ob euch die dargestellte Situation bekannt vorkommt.

2 a) Hier findest du die Medien, die zu den Zitaten gehören. Es stehen Ursprung und Jahr des Zitats dabei. Vergleicht gemeinsam eure Antworten und schreibt anschließend die Lösung in die Kästchen.

<input type="checkbox"/> Buch: Johann Adam Bergk (1799)	<input type="checkbox"/> Fernsehen: Neil Postman (1985)	<input type="checkbox"/> Schrift: Platon (ca. 370 v.Chr.)
<input type="checkbox"/> Walkman: Handbuch Musikpsychologie (1985)	<input type="checkbox"/> Radio: Zeitschrift „Grammophon“ (1936)	<input type="checkbox"/> Buch: Joachim Heinrich Campe (1809)
<input type="checkbox"/> Kino: Polizeibericht Hamburg (1907)	<input type="checkbox"/> PC: Ken Olsen (1977)	

b) Beschreibe, welche Zuordnung dich am meisten überrascht hat und welche du erwartet hast.

- hat mich **überrascht**, denn
- habe ich **erwartet**, denn

c) Suche dir eine Äußerung heraus und begründe, warum du dieser Kritik zustimmst oder warum du sie ablehnst.

Ich **stimme** **zu**, / ich **lehne** **ab**, denn

.....

.....

Fast jede/-r hat schon einmal von Johannes Gutenberg gehört: Er verwendete um 1450 erstmals bewegliche Lettern und eine Druckerpresse, um Bücher herzustellen. Doch was war das Revolutionäre daran? Zum ersten Mal konnten Bücher schnell und günstig produziert werden. Dadurch konnte sich das Buch zum ersten Massenmedium entwickeln. Der Buchdruck war somit zugleich eine wesentliche Voraussetzung für Reformation und Aufklärung.

Die Erfolgsgeschichte des Buches

1 a) Hier findest du einige Aussagen zu Büchern und zum Lesen allgemein. Kreuze an, welchen Aussagen du zustimmst. Diskutiert eure Entscheidungen.

- Lesen bildet
- Bücher enthalten immer die Wahrheit
- Lesen fördert die Sprachentwicklung
- Bücher geben stets vielfältige Standpunkte wieder
- Bücher geben stets aktuelles Wissen wieder
- Lesen fördert die Fantasie
- Lesen verbessert die Konzentrationsfähigkeit
- Bücher eignen sich gut zum Lernen



b) Lies die Infokästen i1–i3 sowie Q1. Erkläre auf dieser Grundlage, warum man bei der Erfindung des Buchdrucks auch von einer „Bildungsrevolution“ spricht.

.....

.....

.....

c) Lies das Zitat des berühmten deutsch-schweizerischen Schriftstellers Hermann Hesse (Q2). Stimmt du ihm zu? Begründe deine Antwort.

Ja, / Nein, denn

.....

.....

d) Stelle dir eine Welt ohne Erfindung des Buchdrucks und ohne alle später erfundenen Massenmedien vor. Beschreibe, wie du Wissen erlangen oder weitergeben könntest.

.....

.....

.....

E-Books

2 E-Books haben gegenüber gedruckten Büchern einige technische Vorteile: Sie ermöglichen die Anpassung der Schriftgröße, die Einbindung von Audio- und Video-Dateien sowie die Nutzung von Übersetzungs- und Vorlesefunktionen. Tatsächlich haben sie aber nur einen sehr geringen Anteil von 5,9 Prozent (2020) am Publikumsmarkt (ohne Schul- und Fachbücher).

a) E-Book oder Papierform: Wie sieht die Zukunft des Buches aus? Erörtere ein mögliches Szenario.

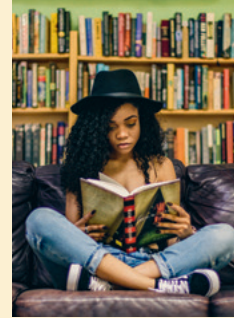
.....

.....

b) Vergleicht und diskutiert eure Ideen in der Lerngruppe.

i1 Massenware

2020 wurden im deutschsprachigen Buchmarkt über 400 Millionen Bücher verkauft (rund 800 Bücher pro Minute). Insgesamt erschienen in diesem Jahr in Deutschland knapp 69.200 neue Buchtitel. Die Grafik Q1 zeigt die Produktion von Büchern in Anzahl der Exemplare vom 15. bis zum 18. Jahrhundert. Zum Vergleich ist die Anzahl der veröffentlichten Manuskripte im 15. Jahrhundert angegeben.



i2 Vorläufer des Buches

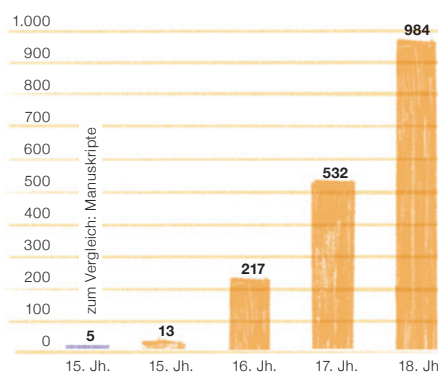
Die Papyrusrollen der Ägypter vor 3.000 Jahren waren die ersten Vorläufer des Buches und wurden erst von Römern und Griechen im 1. Jahrhundert durch das Pergament in Form von Kodizes (mehrere gefaltete Lagen mit einem festen Umschlag) abgelöst. Im 14. Jahrhundert kam das günstigere und einfacher zu produzierende Papier in Mode.

i3 Der erste „Bestseller“

Für damalige Zeiten hatte dieses Buch eine sagenhafte Auflage von 4.000 Exemplaren und war damit der erste echte „Bestseller“: das Buch „An den christlichen Adel deutscher Nation“ von Martin Luther. Darin ruft er die Fürsten auf, die Reformation gegen den Widerstand der Bischöfe durchzuführen.



Q1 Europäische Produktion von gedruckten Büchern in Mio. (ohne Südosteuropa und Russland)



Q2 „Von den vielen Welten, die der Mensch nicht von der Natur geschenkt bekam, sondern aus dem eigenen Geist erschaffen hat, ist die Welt der Bücher die größte.“

Hermann Hesse
(1877 – 1962)

Die Zeitungslektüre gehört für viele Menschen nach wie vor zum Alltag. Das hat sich seit Jahrzehnten kaum geändert, auch wenn die Digitalisierung die Zeitungswelt stark verändert hat und unter anderem durch die kostenlose Verfügbarkeit von aktuellen Nachrichten vor große Herausforderungen stellt.



Die Textsorten einer Zeitung

1 a) Q1 zeigt die Titelseite der Tageszeitung „Die Welt“ vom 31.7.2021. Ordne den markierten Teile der Seite folgende Begriffe zu. Manche kommen mehrfach vor.

- Aufmacher / Meldung / Bericht / Werbeanzeige / Kommentar /
- Kolumne / Impressum / Schlagzeile / Unterzeile / Zeitungskopf

b) Vergleicht im Anschluss eure Ergebnisse. Fallen euch noch weitere Teile oder Rubriken auf, die ihr benennen könnt oder die nicht auf der Seite zu finden sind?

c) In einer Zeitung findet man verschiedene Textsorten wie Meldung, Kommentar, Bericht oder Kolumne. Einige von ihnen haben informativen Charakter, andere sind Meinungsäußerungen. Suche in einer Zeitung Beispiele für diese Textsorten heraus und beschreibe Gemeinsamkeiten und Unterschiede.

Titelseite der Zeitung „Die Welt“ Nr. 176 vom 31. Juli 2021

Q2 „Die Zeitungen sind die Sekundenzeiger der Geschichte.“
Arthur Schopenhauer (1788 – 1860)

i Tageszeitung älter als gedacht: Die „Einkommenden Zeitungen“ (der Begriff Zeitung stand damals allgemein für Nachricht) erschienen ab 1650 in Leipzig an sechs Tagen in der Woche.

Historische Bedeutung der Zeitung: Vor rund 100 Jahren erlebte die Zeitung ihren historischen Höhepunkt. Radio war noch nicht weit verbreitet, Fernsehen und Computer gab es noch nicht. Einige Zeitungen erschienen viermal täglich.

Redaktion und Anzeigen: Eine Zeitung besteht aus einem redaktionellen Teil, der mit journalistischen Mitteln arbeitet und einem Anzeigenteil, der bezahlte Werbung oder Anzeigen enthält.

Politische Bedeutung der Zeitung: Zeitungen berichten über das politische Zeitgeschehen und kommentieren dieses aus verschiedenen Standpunkten. Sie fördern so die Meinungsbildung.

Online-Inhalte: Die Zeitungsverlage stehen heute vor der großen Frage, wie sie auch im Internet Geld verdienen können. Dazu haben sie verschiedene Bezahlmodelle entwickelt.

Neues aus der Region: Nachrichten aus deiner Region oder Stadt: Hier haben vor allem Lokalzeitungen einen Vorteil gegenüber überregionalen Medienangeboten.

Bedeutung der Zeitung

2 a) Erläutere unter Zuhilfenahme des Infokastens das Zitat Q2 des Philosophen Arthur Schopenhauer. Erörtere, ob du ihm zustimmen würdest.

b) Zeitungen hatten und haben eine große politische Bedeutung (siehe Infokasten). Diskutiere das Beispiel eines Landes, indem es nur eine einzige Zeitung gibt, die von einer autokratischen Regierung kontrolliert wird.

Q1: Die Welt vom 31.7.2021, Scan

Wenn wir vom „Radio“ sprechen, dann meinen wir eigentlich den Hörfunk oder auch Rundfunk. Er entstand Anfang des 20. Jahrhunderts und ist somit das älteste elektronische Massenmedium der Geschichte. Heute können wir in Deutschland 461 verschiedene Radiosender empfangen, davon 75 öffentlich-rechtliche. Durchschnittlich hören die Menschen in Deutschland jeden Tag 80 Minuten Radio.

Die Anfangszeiten des Radios

1 a) Setze die folgenden Begriffe in den unten stehenden Lückentext ein.

Propaganda / Radioprogramm / Radioempfang / 500 / Ministerium / „Feindsender“ / Weimarer / Massenarbeitslosigkeit / Staatsrundfunk / Programm / Deutschland / Möglichkeiten

In startet am 29. Oktober 1923 ein Hörfunkprogramm mit dem Sender „Funk-Stunde Berlin“. Dieses hat bis zum Ende des Jahres knapp zahlende Hörer/-innen. Diese politisch unruhigen Zeiten sind in der Republik geprägt von Inflation und von Nur drei Jahre später wird der Rundfunk in Deutschland zum Mit Richtlinien wird erreicht, dass der Innenminister und die Landesregierungen das kontrollieren. Sehr früh erkennen die Nationalsozialisten die des Rundfunks. Für Adolf Hitler und seinen Propaganda-Minister Joseph Goebbels, dessen neues schon im März 1933 gegründet wird, ist klar, dass der Rundfunk ein Hauptmittel der Volksaufklärung und ist. Doch kein ohne Empfangsgerät. Auch hier wissen die Nazis ein Mittel: Sie lassen einen günstigen „Volksempfänger“ als Radiogerät produzieren, so dass möglichst viele Menschen ihr hören können. Hinter vorgehaltener Hand nennen die Menschen das Gerät „Goebbelschnauze“. Das Hören ausländischer Sender (.....) wird schwer bestraft, bis hin zur Todesstrafe.

b) Erläutere unter Einbezug der Quellen Q1 und Q2 sowie des Lückentexts die Bedeutung des Rundfunks für die Nationalsozialisten.

c) Wäre eine solche Propaganda über das Radio heute noch möglich? Oder sind im 21. Jahrhundert andere Massenmedien dafür evtl. besser geeignet? Diskutiert dies in der Lerngruppe.



Das Radiogerät „Volksempfänger“ VE301



Adolf Hitler bei seiner ersten Rundfunkrede am 1. Februar 1933, einen Tag nach der Machtübernahme durch die NSDAP

Das Radio heute

2 a) Auch in diesem Lückentext fehlen einige Worte, die du unten findest. Füge die Wörter an der richtigen Stelle ein.

Mediathek / 100 / Jahrzehnte / politischen / Geschmack / Jugendlichen / Vielfalt / Rundfunkanstalten / Streaming / Qualität

Das Radio hatte viele eine herausragende Stellung und war das schnellste und aktuellste Medium. Auch in Internet-Zeiten kann das Radio mit digitaler Technik (wie DAB+) jederzeit und überall in bester und vielleicht nur für die Hintergrundmusik und während anderer Tätigkeiten (als Begleitmedium) gehört werden. Schon längst bieten viele Radiosender ihr Programm auch im und in Form einer zum Nachhören einzelner Sendungen an. Die ist unübertroffen und für jeden (Musik-) gibt es spezielle Angebote, so bieten die großen beispielsweise auch Sender speziell für Jugendliche an, wie zum Beispiel der WDR mit 1Live. Radio erfreut sich nach wie vor großer Beliebtheit, auch bei, wie die Anzahl der täglichen Hörer/-innen mit ihrer Nutzungsdauer und die Zahl der Radiosender beweisen (siehe oben). Wie kein anderes Medium bietet das Radio heute Sendungen zum Mitmachen an („Call-in“ genannt), bei denen Hörer/-innen sich am Programm beteiligen können, bspw. bei Diskussionen mit Experten/-innen. Das Medium Radio hat sich in seinen Jahren Geschichte stark gewandelt und ist sich irgendwie doch treu geblieben.

b) „Das Medium Radio hat sich stark gewandelt und ist sich irgendwie doch treu geblieben“. Nimm Stellung zu diesem Zitat aus dem Text und beschreibe: Was ist beim Radio in allen Jahrzehnten gleich geblieben und was hat sich verändert?

Ist gleich geblieben:

Hat sich verändert:

c) Wie hörst du Radio? Wie sollte Radio für dich aussehen? Diskutiere die Frage nach der Zukunft des Radios.

Jahrzehntlang war das Fernsehen das Leitmedium westlicher Gesellschaften. Viele historische Ereignisse haben sich durch das Fernsehen in unser kollektives Gedächtnis eingebrannt. Heute schauen immer noch 72 Prozent der Jugendlichen mehrmals pro Woche das laufende („lineare“) Fernsehprogramm – aber ganze 90 Prozent schauen Videos im Internet.

Fernsehen und Bilder, die das kollektive Gedächtnis prägen



Diana und Charles



„A small step...“



Kniefall von Warschau



9/11



Mitterrand und Kohl



Columbia (STS-1)



Nelson Mandela



Mauerfall



„Ich bin ein Berliner“



Oderhochwasser

1963 / 1969 / 1970 / 1981 / 1981 / 1984 / 1989 / 1990 / 1997 / 2001

1 a) Du bist sicher zu jung, um diese Bilder Q1–Q10 zu erkennen. Recherchiere anhand der Stichworte, in welchem Jahr die Bilder jeweils entstanden sind und trage die Jahreszahlen in die Kästchen ein.

b) Zeige die Bilder deinen Eltern und/oder Großeltern und notiere, wie viele sie davon erkennen. Tauscht euch über dieses Ergebnis in der Klasse aus. Vergleicht, ob ihr auch solche gemeinsam erinnerten Fernsehbilder/-momente habt.

i Fernsehen war eine disruptive Innovation

Die aktuelle Debatte um die Veränderung der Medienlandschaft durch das Internet erinnert stark an die Anfangszeiten des Fernsehens in den 1970er Jahren. Es begann ein Kinosterben, das Radio wurde zum Begleitmedium, die Tageszeitungen legten ihre Schwerpunkte auf lokale Themen und ausführlichere Hintergrundinformationen. Das Fernsehen hatte eine enorme Attraktivität und die Menschen schauten lieber fern als andere Medien zu nutzen: Fernsehen war schnell, bot neben Information und Bildung auch Unterhaltung und strukturierte den Alltag der Menschen.

c) Der Begriff „disruptive Innovation“ (siehe Infokasten) wird gerne für Technologien benutzt, die alles ändern. Erkläre den Begriff am Beispiel des Fernsehens und vergleiche mit dem Internet.

d) Fasse zusammen, welche Vorteile das Fernsehen bietet und erörtere dessen Bedeutung für dich selbst.

Vorteile des Fernsehens:

Bedeutung des Fernsehens für mich:

Das Ende der Kinokultur?

2 a) Du warst sicherlich schon einmal im Kino. Was ist das Besondere daran und worin besteht der Unterschied zum „Couch-Fernsehen“ oder zum YouTube-Schauen? Notiere die Besonderheiten.

b) Oft bieten Streaming-Anbieter aktuelle Kinofilme schon wenige Wochen nach Erscheinen in ihrem Programm an. Warum also noch ins Kino gehen? Diskutiere diese Entwicklung am Beispiel eines Blockbuster-Films.

Streaming-Dienste mit Flatrate-Abos boomen, sei es für Filme und Serien, Musik, Zeitschriften oder Hörbücher. Die Nutzer/-innen zahlen einen monatlichen Mitgliedsbeitrag und haben damit jederzeit Zugriff auf sämtliche Inhalte: bei Netflix auf rund 3.600 Filme und Serienstaffeln, bei Spotify auf 60 Millionen Musikstücke und bei Audible auf 30.000 deutschsprachige Hörbücher. Was macht dieses riesige Angebot mit unserer Mediennutzung und mit uns?

Lineare und nicht-lineare Medienangebote

1 a) Erkläre den Unterschied zwischen linearen und nicht-linearen Medien (siehe Infokasten) am Beispiel eines Fernsehsenders und der dazugehörigen Mediathek.

.....




.....

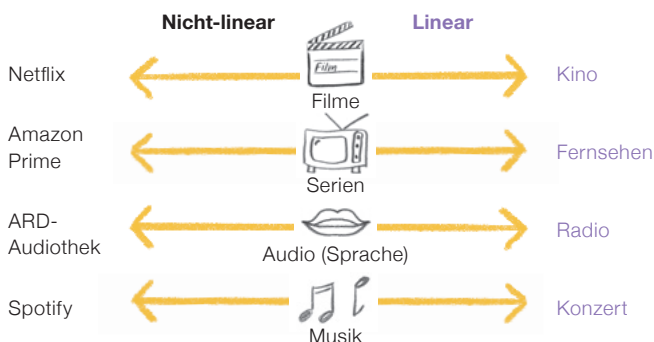
i „Klassische“ Medienangebote wie Fernseh- oder Radiosender folgen meist einem festgelegten, „linearen“ Programmablauf. Digitale Medien sind im Prinzip Speichermedien und die Nutzer/-innen können frei entscheiden, wann sie einen Inhalt abrufen, also sehen oder hören wollen. Daher spricht man auch von „nicht-linearen“ Medien.

b) Schauen wir uns einige fiktive Personen an. Ordne sie mit dem Buchstaben auf der linken (nicht-linear) oder rechten Seite (linear) zu. Du darfst die Buchstaben auch mehrfach eintragen.

c) Wo würdest du dich einordnen? Trage dort deinen Vornamen ein, wo du es richtig findest.

d) Vergleicht eure Ergebnisse und diskutiert sie.

Anton ist Film-Nerd und liebt Blockbuster-Filme, die er sofort sehen muss. 
Bahar ist ein Serien-Fan und schaut gerne ihre drei Folgen pro Tag.
Charlotte hat einen sehr speziellen Musikgeschmack und liebt Live-Musik. 
Dale mag Comedy-Radiosendungen und sitzt immer mit Kopfhörern im Bus.
Eda will sich abends entspannen und lässt sich gerne berieseln.
Finn ist Science-Fiction-Fan und schaut und hört alles davon.
Grace ist Nachrichten-Fan und liebt Krankenhausserien. 
Hadi mag keine Stille beim Lernen.



e) Neben dem Zeitpunkt der Ausstrahlung bzw. der ständigen Verfügbarkeit haben die Medien noch andere Unterschiede. Trage in die Tabelle ein, was das jeweilige Medium ausmacht.

Video-Streaming-Dienst	Musik-Streaming-Dienst
.....
Radio	Fernsehen
.....
Kino	CD/Mp3-Player/iPod
.....

Die Streaming-Welt und ich

2 a) Was ist dir persönlich bei Film und Fernsehen wichtig? Erörtere diese Frage mit Hilfe der Tabelle und mit dem Nutzen- und Belohnungsansatz (siehe AB 05).

.....

.....

b) Die linearen und nicht-linearen Medien stehen in deutlicher Konkurrenz zueinander. Entwickle eine Idee, wie in diesem Spannungsfeld die Zukunft des Filme- und Serienschauens aussehen könnte.

.....

.....

Q1 „Das Hauptproblem ist einfach die große Auswahl. Weil die dafür sorgt, dass unsere Erwartungen plötzlich in die Höhe schnellen. Und je mehr Alternativen wir uns anschauen, desto mehr verlorene Vorteile gibt es natürlich. Diese verpassten Vorteile, die nennt man Opportunitätskosten.“
Judith Braun, Psychologin

c) Nimm Stellung zur Aussage der Psychologin in Q1. Wie findest du eine große Auswahl an Filmen/Serien/Musik?

Gut, / Schwierig, / Unentschieden, denn

.....

.....

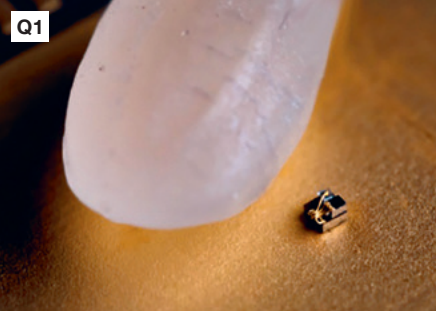
Computer

Computer sind heute so klein und leistungsstark, dass sie in jedem Smartphone und jeder Spielekonsole aber auch in Ampeln, Autos und Waschmaschinen verbaut werden. Sie verändern somit nahezu alle Bereiche des menschlichen Lebens und eine Mediennutzung ohne Computer ist kaum mehr denkbar. Das Stichwort für die damit einhergehende revolutionäre Veränderung lautet „Digitalisierung“ und man kann die Geschichte heute auch in ein Vor-Computer-Zeitalter und in ein Computer-Zeitalter einteilen.

i1 Computare
Das so englisch klingende Wort „Computer“ stammt eigentlich aus dem Lateinischen: „computare“ heißt nichts anderes als rechnen. Und den Beruf des „Computers“ gab es auch. Das waren meistens Frauen, die mathematische Berechnungen durchführten.

i2 Der Pionier Zuse
1837 entwarf Charles Babbage eine erste Rechenmaschine, Analytical Engine, die aber nie fertiggestellt wurde. Der Deutsche Konrad Zuse war 1941 einer der Ersten, die einen funktionsfähigen, programmierbaren Universal-Computer bauten: den Z3.

Der kleinste Computer der Welt (daneben zum Vergleich ein Reiskorn), vorgestellt 2018 an der Universität Michigan:



Das Computer-Zeitalter

1 a) Der Computer verändert alle Bereiche des menschlichen Lebens. Trage in die Tabelle ein, wie man einige Tätigkeiten im Vor-Computer-Zeitalter ausgeführt hat und wie das heute möglich ist.

Tätigkeit	Vor-Computer-Zeitalter	Computer-Zeitalter
Ein Fotoalbum anlegen		
Notizen machen und nachträglich korrigieren		
Ein Musikalbum aufnehmen und produzieren		
Eine Präsentation für die Schule vorbereiten		
Eine Foto-Collage erstellen		
Ein kleines Video vom letzten Urlaub zusammenstellen		
Einen Roman schreiben		
Einen Science-Fiction-Film drehen, schneiden und veröffentlichen		
Ein Haushaltsbuch führen		
Ein Spiel spielen		

Die Digitalisierung

2 a) Verdeutliche an einem selbst gewählten Beispiel, wie tiefgreifend die Veränderung durch den technologischen Wandel der Digitalisierung in unserer Gesellschaft ist.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b) Die Digitalisierung bringt viele Vorteile mit sich. Wie bei jeder Technologie gibt es aber auch Nachteile. Sammelt diese in der Tabelle. Vergleicht eure Ergebnisse und diskutiert sie.

Vorteile	Nachteile
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Das Internet ist als All-in-one-Medium eine der bedeutsamsten technischen Entwicklungen der Menschheitsgeschichte. Wir können jederzeit auf Wissen zugreifen, miteinander kommunizieren und uns unterhalten lassen. Unsere Geräte sind im „Internet der Dinge“ miteinander vernetzt und machen unser Zuhause smart. Klingt gut, oder?

Internetnutzung und Kontrolle

1 a) Wie wird das Internet genutzt? Ergänze die Tätigkeiten um Beispiele deiner eigenen Internetnutzung oder von Freunden/-innen und Familie.

b) Zahlreiche Staaten kontrollieren den Zugang zum Internet. Kreuze an, ob Regierungen Gründe haben könnten, die jeweiligen Aktivitäten zu überwachen, und benenne diese Gründe.

4.000.000.000

<p>i Anzahl der Nutzer/-innen: knapp vier Milliarden Menschen</p>	<p>Die erste Webseite: http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html</p>	
<p> Stromverbrauch: Das Internet verursacht 4,6 Prozent des weltweiten Stromverbrauchs.</p>	<p>Finnland: Der Internetzugang ist dort seit 2010 ein Grundrecht.</p>	
<p>Spam-Mails: 70 Prozent aller E-Mails sind Spam.</p>		<p>1973: Das Internet bestand in diesem Jahr aus 42 Computern.</p>

<p>Sich über Themen informieren / Wissen erlangen</p> <p>Bsp.:</p> <p>Kontrolle? <input type="checkbox"/> Gründe:</p>	<p>Nachrichten / Bücher lesen</p> <p>Bsp.:</p> <p>Kontrolle? <input type="checkbox"/> Gründe:</p>	<p>Radio / Musik / Filme / Serien sehen und hören</p> <p>Bsp.:</p> <p>Kontrolle? <input type="checkbox"/> Gründe:</p>	<p>Freizeit organisieren wie Reisen, Ausflüge</p> <p>Bsp.:</p> <p>Kontrolle? <input type="checkbox"/> Gründe:</p>
<p>Einkaufen</p> <p>Bsp.:</p> <p>Kontrolle? <input type="checkbox"/> Gründe:</p>	<p>Mit Social-Media und in Video-konferenzen kommunizieren</p> <p>Bsp.:</p> <p>Kontrolle? <input type="checkbox"/> Gründe:</p>	<p>Sich über aktuelle Ereignisse / das Wetter informieren</p> <p>Bsp.:</p> <p>Kontrolle? <input type="checkbox"/> Gründe:</p>	<p>Geräte steuern mit Smarthome oder per App</p> <p>Bsp.:</p> <p>Kontrolle? <input type="checkbox"/> Gründe:</p>

Unser Leben mit dem Internet

2 a) Was passiert weltweit in einer Minute im Internet (Stand 2021)? Ordne folgende Zahlen den Buchstaben zu und kontrolliere deine Einschätzungen:

500 / 5.000 / 700.000 / 3,4 Millionen / 42 Millionen

- A Instagram-Stories:
- B WhatsApp-Nachrichten:
- C Video-Uploads in Stunden:
- D Erstellte Snaps:
- E Downloads bei TikTok:



b) Oben steht, das Internet sei ein „All-in-one-Medium“. Was könnte damit gemeint sein?

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

c) Stelle dir vor, das Internet fiele für 48 Stunden aus. Wie würde dein Alltag weitergehen? Ergänze dies für folgende Beispiele:

Hausaufgaben machen:

Mit Freunden/-innen kommunizieren:

Musik hören / Videos schauen:

d) Weltweit nutzen rund 65 Prozent aller Menschen das Internet. Was bedeutet das für die übrigen 35 Prozent? Nimm Stellung zu der Frage, ob der Internetzugang (in Deutschland und weltweit) ein Grundrecht (wie in Finnland) sein sollte.

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

2007 kam mit dem iPhone von Apple das erste Smartphone mit Multi-Touch-Screen auf den Markt. Seither hat sich unsere Mediennutzung auf nie dagewesene Weise verändert, weil dieses Gerät eine Vielzahl von Funktionen und Möglichkeiten in sich vereint. Und: Ständig wird die Funktionalität mit neuen Apps erweitert.

Alles in einem Gerät

1 a) Die Wetter-App ersetzt den Blick in die Nachrichten. Weißt du, welche Geräte oder Medien hier in diesem Beispiel jeweils durch das Smartphone „ersetzt“ werden? Ergänze die Abbildung.

i **Geschichte:** Das erste Smartphone wurde 1994 von der Firma IBM vorgestellt. Doch erst das iPhone der Firma Apple mit einem Multi-Touch-Screen brachte 2007 den kommerziellen Durchbruch.
Betriebssysteme: Wie jeder Computer benötigt auch ein Smartphone grundlegende Software, das Betriebssystem. Das mit 86 Prozent Marktanteil (2019) am weitesten verbreitete ist Android der Firma Google.



b) Das Smartphone macht viele verschiedene Geräte und Medien jederzeit und mobil nutzbar. Erläutere, was sich dadurch verändert.

.....

c) Wie steht es um dein Verhältnis zu deinem Smartphone? Ist es eher eine Zweckgemeinschaft oder eine Liebesbeziehung? In der Tabelle findest du einige Aussagen. Stimmt du ihnen zu oder nicht? Kreuze an und begründe deine Antworten.

Aussage	✓	✗	Begründung
Nie ohne mein Smartphone! Never ever!			
Ich komme auch mal gut ohne Smartphone klar.			
Ein nützliches Gerät, mehr nicht.			
Wann immer ich kann, mache ich Digital-Detox*.			
Ich liebe es und genieße die Möglichkeiten.			

*Detox bedeutet „Entgiften“

FOMO

2 „Fear of missing out“ (FOMO): So nennen Psychologen/-innen die Angst, etwas zu verpassen. Recherchiere das Phänomen. In welchen Momenten hast du selbst typischerweise FOMO? Nenne drei Beispiele und begründe, woran das jeweils liegen könnte.

-
-
-

Screenshot: Marco Fileccia (18.7.2021)

Suchmaschinen werden auch als „Gatekeeper“ für das Internet bezeichnet. Sie entscheiden, was wir finden, wenn wir etwas suchen. Auf die Suchmaschine von Google entfallen über 90 Prozent aller Suchanfragen in Deutschland, weltweit sind es über 70 Prozent. Eine einzelne Suchmaschine hat damit eine ungeheure Macht, die weder demokratisch legitimiert noch transparent ist oder von außen kontrolliert werden kann.

Alles Google ... oder was?

1 In der Tabelle findest du sechs Suchmaschinen. Führe je eine Suche mit dem Begriff „Digitalisierung“ durch und bewerte mit einer Schulnote, wie hilfreich für dich die ersten fünf Suchergebnisse (= „Top 5“) sind. Beschreibe dann stichpunktartig die Besonderheiten der jeweiligen Suchmaschine. Beantworte im Anschluss die Fragen aus der Checkliste.

Suchmaschine	Top 5	Besonderheiten	Checkliste					
			1	2	3	4	5	
bing.de								
blinde-kuh.de								
duckduckgo.com								
ecosia.de								
google.de								
startpage.com								

2 Analysiere die Karikatur des Zeichners Thomas Pläßmann (Q1). Benutze dabei folgende Kategorien:

1. Thema und Bildelemente:

.....

2. Aussage/Interpretation:

.....

3. Eigene Bewertung:

.....



Checkliste zur Bewertung einer Suchmaschine

1. Funktionieren die Operatoren „AND“ und „OR“ zwischen zwei Suchbegriffen, um die Suche besser einzustellen?
2. Gibt es Filter, um die Suche genauer zu gestalten (z. B. für das Datum der Treffer)?
3. Wie viele Werbeeinblendungen gibt es?
4. Wie viele Treffer sind „sponsored links“?
5. Gibt es zusätzliche Funktionen wie eine automatische Übersetzung oder Filter für Kinder?

i Richtig finden!

- **Frage formulieren** (möglichst genau)
- **Quellen finden** (mehrere Suchmaschinen)
- **Quellen kritisch bewerten und auswählen** (sorgfältig)
- **Informationen herausfiltern** (vollständig und geordnet)
- **Informationen kontrollieren** (mind. zweite Quelle)
- **Informationen gut darstellen** (Quellen angeben)

3 Wie stehst du zu Google? Kreuze an, ob du den Aussagen zustimmst oder nicht. Begründe deine Meinung und diskutiere in der Klasse.

Aussage	✓	✗	Begründung
Die Macht von Google sollte durch Gesetze beschränkt werden.			
Ich befürworte unabhängige, nicht-kommerzielle Suchmaschinen.			
Google ist ein guter Dienst, der kostenlos ist – das finde ich gut.			
Mich stört die personalisierte Werbung in Suchdiensten nicht.			
Ich finde es befremdlich, dass Google so viel über mich weiß.			
Ich habe nichts zu verbergen, Hauptsache der Dienst ist kostenlos.			
Es sollte eine datenschutzkonforme europäische Suchmaschine geben.			

4 „Informationskompetenz“ ist ein häufig genanntes Stichwort. Jugendliche sollen lernen, mit der Flut der Informationen im Internet gut umgehen zu können. Formuliere drei Tipps für jüngere Schüler/-innen zum Umgang mit Suchmaschinen.

1.
2.
3.

Social Media

„Die ununterbrochen klingenden Stammestrommeln“: So nannte der Medientheoretiker Marshall McLuhan die Massenmedien, deren Nachrichtenflut niemals Pause macht. Auch zu den Sozialen Medien passt McLuhans Beschreibung perfekt. Sie sind unser digitales Lagerfeuer, vor dem wir uns wie schon vor Urzeiten versammeln und uns Geschichten erzählen. Doch warum üben Angebote wie Instagram oder TikTok eigentlich so eine große Faszination aus?

i Eine Erklärung für die Faszination von Sozialen Medien bietet der „Nutzen- und Belohnungsansatz“ (siehe auch AB 05). Wir nutzen Medien, um ein Bedürfnis zu befriedigen. Der Psychologe Klaus Grawe definiert folgende vier Grundbedürfnisse des Menschen:



Ich möchte Nähe und Kontakt zu Freunden/-innen und Familie.

.....

.....

.....

.....



Ich möchte Dinge voraussehen und kontrollieren.

.....

.....

.....

.....



Ich möchte lustvolle Erfahrungen machen und negative vermeiden.

.....

.....

.....

.....



Ich möchte mich wertvoll und geliebt fühlen.

.....

.....

.....

.....

Meine Erfahrungen mit Social Media

- Ergänze die genannten Grundbedürfnisse mit eigenen Beispielen deiner Erfahrungen mit Social Media.
 - Diskutiert in der Klasse diesen möglichen Erklärungsansatz. Stimmt ihr dem Ansatz zu?

Die Schattenseiten

2 Wir hören es nicht gerne, aber Social Media haben auch ihre Schattenseiten (= Nachteile). Das Phänomen des „Fear of missing out“ (AB 17) lässt uns ständig auf das Smartphone schauen und wir definieren unseren (Selbst-)Wert nach der Anzahl an Likes und Followern. In den Posts der anderen ist immer etwas Tolles zu sehen: tolle Orte, tolles Essen, tolle Menschen. Der Vergleich kann dann auch traurig machen.

- Erläutere die möglichen Schattenseiten bei der Nutzung von Social Media.

.....

.....

.....

- Wie geht es dir persönlich mit Social Media? Warum nutzt du sie? Wie würdest du dein eigenes Nutzungsverhalten bewerten?

.....

.....

- Wie sollte eine reflektierte und vernünftige Nutzung von Social Media aussehen? Entwickle einen Vorschlag für eine (eventuell fiktive) jüngere Schwester.

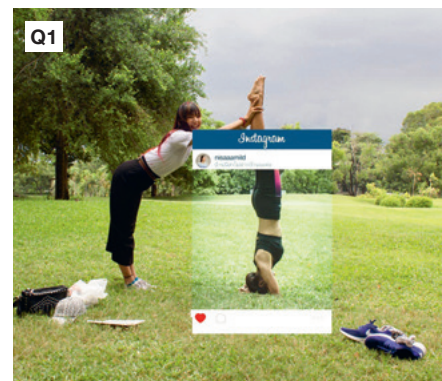
.....

.....

.....

Blick über den Displayrand

3 Die Fotografin Chompoo Baritone macht Bilder, die sie „Thinking outside the Instagram box“ nennt. Schaut sie euch an (inlife.co.uk/thinking-outside-the-instagram-box/) und diskutiert die Aussagen der Bilder.



Q1

Bild 1: Foto von NeONBRAND auf Unsplash; Bild 2: Foto von Maarten van den Heuvel auf Unsplash; Bild 3: Foto von Nathan Dumiao auf Unsplash; Bild 4: Foto von bruce mars auf Unsplash; 01: Screenshot: facebook.com/chompoo.baritone (15.11.2021)

Rund 34 Millionen Deutsche spielten im Jahr 2020 Computerspiele auf ihrem PC, Smartphone oder einer Spielekonsole. Über ein Drittel spielte regelmäßig, übrigens fast gleich viele Frauen wie Männer. Damit sind Computerspiele mitten in der Gesellschaft angekommen. Was macht sie so spannend?

Spiele auf dem Smartphone

1 Welche Spiele spielst du auf dem Smartphone? Notiere deine drei Lieblingsspiele und vergleiche eure Ergebnisse. Ergänzt die Liste und fragt bei euren Eltern nach, welche digitalen Spiele sie spielen oder früher gespielt haben.

1.
2.
3.

Eltern:

In-App-Käufe

2 Viele Spiele in App-Stores sind kostenlos. Warum? Sie haben ein Modell, das sich „Free-to-play“ nennt. Durch In-App-Käufe, die oft zum Siegen notwendig sind oder den Sieg einfacher erreichen lassen, verdienen die Spielehersteller ihr Geld („Pay-to-win“).

Suche ein kostenloses Spiel mit In-App-Kauf-Möglichkeit heraus. Erkläre an diesem Beispiel das Geschäftsmodell. Beurteile dies, indem du die Sicht eines Käufers und einer Produzentin darstellst.

Spiel:

In-App-Käufe	PRO	CONTRA
Käufer/-in		
Produzent/-in		

Die Faszination von Computerspielen

Das interaktive Erlebnis: Anders als Filme, Serien oder Podcasts und auch Brettspiele können Computerspiele reagieren, sie sind interaktiv. Das macht ein gutes Gefühl.



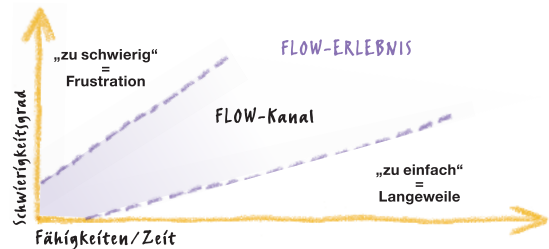
Das soziale Erlebnis: Computerspiele spielt man oft gemeinsam: miteinander oder gegeneinander. Es macht Spaß, mit Freunden/-innen etwas gemeinsam zu machen.



Das Erfolgs-Erlebnis: Gute Computerspiele reagieren auf meine Fähigkeiten und erlauben mir zu gewinnen. Damit werden Belohnungssysteme im Gehirn aktiviert.



Das Flow-Erlebnis: Computerspiele passen sich meinen Fähigkeiten an oder sind einstellbar. Sie sind weder zu schwierig, was frustrierend ist, noch zu einfach, was langweilig ist.



3 a) Was glaubst du: Aus welchen Gründen spielen viele Menschen gerne Computerspiele?

.....

.....

.....

b) Warum spielst du (nicht) gerne Computerspiele?

.....

.....

.....

c) Oben ist die Faszination von Computerspielen beschrieben. Vergleiche diese Erklärungen mit deinen Erfahrungen an einem Beispiel (oder frage Freunde/-innen, die gerne spielen).

.....

.....

.....

i Computerspielsucht?

„Gaming Disorder“ heißt die Krankheit, mit der man eine Abhängigkeit (umgangssprachlich „Sucht“) von Computerspielen bezeichnet, wenn innerhalb von zwölf Monaten fünf dieser Symptome zu beobachten sind:

- Gedankliche Vereinnahmung (Gedanken kreisen ständig ums Spielen)
- Entzugerscheinungen (Traurigkeit oder Aggression, wenn nicht gespielt wird)
- Toleranzentwicklung (Nutzungsdauer erhöht sich ständig)
- Kontrollverlust bezüglich der Spieldauer
- Interessenverlust an anderen Aktivitäten (Schule, Beruf etc.)
- Fortsetzen des Spielens trotz negativer Folgen wie sozialer Isolation oder familiärer Konflikte
- Vertuschen (Täuschung von Angehörigen bezüglich des Umfangs)

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) bietet einen Test an: beratung.ins-netz-gehen.de/check-dich-selbst/bin-ich-suechtig

Massenmedien waren für die meisten Nutzer/-innen früher eher einseitig. Sie konnten meist nur rezipieren (also lesen, hören und zuschauen) und hatten nur wenige Möglichkeiten, die Medien auch aktiv zu gestalten. Mit den Social-Media-Angeboten fand ein Rollenwechsel aufseiten der Nutzer/-innen statt: aus Konsumenten/-innen wurden „Content Creator“. Das ermöglicht viel mehr Menschen sich öffentlich zu äußern, kann aber dazu führen, dass Unsinn und Lügen verbreitet werden.

Beziehungsstatus: kompliziert

1 a) Lies den Text Q1. Markiere mit verschiedenen Farben die Argumente, welche die positive Wirkung von Social Media auf die Demokratie betonen und die gegenteiligen Argumente.

b) Bei Social-Media-Angeboten überwiegen aus meiner Sicht die

demokratieförderlichen Aspekte.

demokratiegefährdenden Aspekte.

Kreuze an und begründe deine Meinung.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

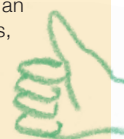
Q1 Demokratie und Social Media. Eine ambivalente Beziehung

Ibis Institut, 2018

„[...] Förderlich sind diese [Social Media] aus verschiedenen Gründen. [...] Jeder darf frei herausschreiben, was er möchte (sofern die Netzwerke im jeweiligen Land erlaubt sind). Diese Meinungen sind dann öffentlich, das heißt, sie werden auch gehört. Gerade an Influencern merkt man, dass teilweise Stimmen einen Einfluss gewinnen, die ohne soziale Netzwerke womöglich nie gehört worden wären. Jeder, der also gut argumentiert oder sich gut ‚verkaufen‘ kann, kann Meinungen der anderen bilden und Mitstreiter gewinnen. [...] Leider jedoch gibt es natürlich nicht nur diese offene Form digitalen Austausches. Mittlerweile hat sich ein Marketing um die sozialen Medien entwickelt, dass diese demokratisierenden Prozesse behindert. Es wird Meinungsmache betrieben, indem bewusst bestimmte Kommentare verbreitet werden. Die Werbeanzeigen und Nachrichten erhält man aufgrund eines bestimmten Algorithmus, sodass die eigenen bestehenden Einstellungen bestätigt werden oder aber sodass eine bestimmte Ansicht sich verbreitet und andere bewusst nicht. Fake-News und Bots beeinflussen die Nutzer*innen zusätzlich, da sie falsche Informationen vorgeben oder aber so tun, als wären alle frei geäußerten Meinungen von wahrhaften Menschen geäußert, obwohl lediglich ein Programm Meinungen verbreitet und mit den Nutzer*innen kommuniziert. Zusätzlich bergen die guten Verbreitungsmöglichkeiten der Meinungen eine zusätzliche Gefahr dadurch, dass es kaum Regeln gibt, was gesagt werden darf. Auch Grenzen, die durch Gesetze etwa für Zeitungen bestehen, da sie nicht verfassungswidrig sein dürfen, bestehen in sozialen Medien nur theoretisch. Rechtes Gedankengut kann sich so sehr gut verbreiten und wird nur gestoppt, wenn das verfassungswidrige Handeln von der Userschaft gemeldet wird. [...]

Die Beziehung der Netzwerke zur Demokratie ist also so komplex wie die Demokratie an sich. Medienkompetenz kann ihre demokratischen Wirkungen steigern, da Fake-News, Bots und auch bestimmte Influencer so besser durchschaut werden können und die Beeinflussung reflektiert werden kann. Für aufgeklärte User sind die sozialen Medien ein klarer Gewinn für demokratische Entwicklungen.“

Aus: ibis-institut.de/demokratie-und-social-media



Darf ich schreiben, was ich will?

2 a) Überlege, welche der folgenden Aussagen deiner Meinung nach stimmen und welche nicht. Kreuze entsprechend an.

✓ stimme zu, ? unentschieden, ✗ stimme nicht zu

b) Begründe deine Entscheidung und verdeutliche sie (wenn möglich) an konkreten Beispielen. Vergleich und diskutiert eure Ergebnisse in der Gruppe.

Aussage	✓	?	✗
1. Ich darf auf Facebook schreiben, was ich will.			
2. Jede politische Äußerung sollte auf Instagram verboten sein.			
3. Jeder sollte im Netz seine Meinung frei äußern dürfen.			
4. Bekannte YouTuber/-innen sagen immer die Wahrheit, weil sie so berühmt sind.			
5. Ich kann mir meine Meinung völlig unabhängig selbst bilden.			
6. Es ist gut, dass auch „schräge Typen“ ihre Meinungen frei veröffentlichen dürfen.			

Das Mitmach-Netz

3 Wo stehst du? Finde, wenn möglich, eigene Beispiele für jede Mitmach-Stufe. Vergleich und diskutiert eure Ergebnisse anschließend.

Stufe	Ich habe schon einmal ...	Beispiel
Urheber/-in	selbst etwas veröffentlicht	
Gesprächsteilnehmer/-in	mitdiskutiert	
Kritiker/-in	einen Kommentar verfasst	
Sammler/-in	Internetseiten markiert („getaggt“)	
Mitmacher/-in	Beiträge auf Social Media gesucht	
Zuschauer/-in	mehrere Beiträge (Posts oder Videos) angeschaut	

Wie jedes neue Medium bringen auch die Social-Media-Plattformen wie YouTube, Instagram oder TikTok neue Stars hervor. Sie sind Teil einer Medienkultur, die eine ganze Generation beeinflusst. Einige werden „Influencer/-innen“ genannt und machen oft ähnlich wie die Stars des Fernsehzeitalters offen oder verdeckt Werbung für Meinungen oder Produkte.

Damit kann man Geld verdienen?

1 a) Kreuze an, ob man mit den folgenden Tätigkeiten als Influencer/-in Geld verdienen kann. Kreuze auch an, ob du dies jeweils in Ordnung (= „OK“) findest:

Tätigkeit	✓	?	✗	OK?
Ein iPhone wie zufällig in die Kamera halten				
Eigene Produkte wie einen Lippenstift verkaufen				
Unsere Konsumgesellschaft kritisieren				
Eine neue Sprache lernen				
Zwei Wochen Urlaub in Dubai machen				
Einen Pullover einer bestimmten Modemarke doof finden				
Einen Link zu einem Shop hinzufügen				
Spenden im Kanal ermöglichen				
Sich negativ über einen Urlaubsort äußern				
Werbung vor dem Video einblenden lassen				

b) Vergleiche eure Auswahl und diskutiere die Fälle, in denen ihr unterschiedlicher Meinung seid.

c) Welche hast du nicht als „OK“ angekreuzt? Nimm Stellung dazu.

Geld für Zweifel

3 Im Mai 2021 veröffentlichte der YouTuber Mirko Drotschmann (MrWissen2Go) das nebenstehende Posting (Q3).

Erkläre das Posting und erläutere, was sich daraus für das Thema Influencing lernen lässt.



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Geld für Meinung

2 a) Nicht alle Influencer/-innen sind gleich. Analysiere die beiden Beispiele und befülle die unten stehende Tabelle zu den genannten Stichworten.

b) Diskutiere die Unterschiede zwischen den Beispielen.



Q1 Lisa und Lena

Die Zwillinge Lena und Lisa Mantler posten nahezu täglich Videos und arbeiten für Modemarken wie H&M oder Buffalo.



Q2 Shia Su

Shia Su und ihr Mann Hanno leben plastik- und müllfrei. Sie zeigen Tipps, wie man den Müllverbrauch drastisch reduzieren kann.

	Lisa und Lena	Shia Su
Anzahl Follower		
Werbung für		
Ziel / Mission		
Zielgruppe		
verdienen ihr Geld mit		

c) Firmen haben ein großes Interesse an Influencer-Werbung. Erkläre den Unterschied zu „herkömmlicher“ Werbung.

.....

.....

.....

d) Hast du dich schon einmal in deinen Kaufentscheidungen von Influencern/-innen beeinflussen lassen? Kreuze an und begründe warum oder warum nicht.

Ja, / Nein, denn

.....

.....

.....

In Deutschland gewährleistet das Grundgesetz (GG) die Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit, eine staatliche Zensur ist untersagt. Dies ist allerdings kein „Freibrief“ zur Verbreitung jeglicher Inhalte. So sind neben dem bekannten Beispiel Holocaustleugnung auch solche Meinungsäußerungen verboten, die andere Menschen herabwürdigen oder die Jugend gefährden.

Q1 Artikel 5 Absatz 1 Grundgesetz

„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.“

Q2 § 185 Strafgesetzbuch

„Die Beleidigung wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe und, wenn die Beleidigung öffentlich, in einer Versammlung, durch Verbreiten eines Inhalts (§ 11 Absatz 3) oder mittels einer Tätlichkeit begangen wird, mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.“

Q3 § 187 Strafgesetzbuch

„Wer wider besseres Wissen in Beziehung auf einen anderen eine unwahre Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich zu machen oder in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen oder dessen Kredit zu gefährden geeignet ist, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe und, wenn die Tat öffentlich, in einer Versammlung oder durch Verbreiten eines Inhalts (§ 11 Absatz 3) begangen ist, mit Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.“

Q4 § 11 Absatz 3 Strafgesetzbuch

„Inhalte im Sinne der Vorschriften, die auf diesen Absatz verweisen, sind solche, die in Schriften, auf Ton- oder Bildträgern, in Datenspeichern, Abbildungen oder anderen Verkörperungen enthalten sind oder auch unabhängig von einer Speicherung mittels Informations- oder Kommunikationstechnik übertragen werden.“



Recht auf freie Meinungsäußerung



Beleidigung / Verstoß gegen Jugendschutz / Verleumdung oder üble Nachrede

1 a) Im Schaubild sind beispielhafte Nachrichten eines Messenger-Klassenchats abgebildet. Was fällt (nicht) unter die Meinungsfreiheit? (Achtung! Hier gibt es nicht immer eine eindeutige Antwort, auch vor Gericht nicht, wo jeder Einzelfall und auch die Umstände geprüft werden). Ziehe einen Strich von der Nachricht nach links oder nach rechts. Bist du dir nicht sicher, dann schreibe ein Fragezeichen neben die Nachricht. Beachte auch Q1 – Q4.

b) Vergleicht und diskutiert eure Ergebnisse in der Klasse. Besprecht auch, ob ihr daraus Schlussfolgerungen für eure eigene Messenger-Kommunikation (z. B. bei WhatsApp) ziehen werdet.

2 Grundrechte wie Art. 5 GG werden manchmal auch als Abwehrrechte der Bürger/-innen gegen den Staat bezeichnet.

a) Erkläre, warum das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung ein Abwehrrecht der Bürger/-innen gegen den Staat ist.

.....

.....

b) Überlege dir, in welchen Fällen das Recht auf freie Meinungsäußerung Bürger/-innen vor Übergriffen der öffentlichen Gewalt (zum Beispiel Polizei oder Justiz) schützen kann.

.....

Stell dir vor, jemand verlinkt deinen Blog-Beitrag oder dein TikTok-Video auf seiner eigenen Website und verdient dann Geld mit Werbung, weil viele Menschen deinen Inhalt sehen wollen. Ganz ähnlich machen es Digitalkonzerne wie Google und Facebook, die man daher auch „Medienintermediäre“ nennt. Sie verlinken journalistische Inhalte anderer Medienunternehmen und verdienen Geld mit Werbung auf ihren Seiten.

Intermediäre gegen den Rest der Welt

1 Facebook sperrte Anfang 2021 zunächst alle journalistischen Inhalte für seine australischen Nutzer/-innen, bevor der Konzern schließlich Verträge mit einzelnen Medienhäusern aushandelte. Dieser Vorgang zeigt die Brisanz der Diskussion über das Geschäftsmodell der Medienintermediäre. Sollten diese Geld an die Verlage und Medienhäuser zahlen müssen, deren Inhalte sie verlinken?

a) Finde Argumente für die verschiedenen Positionen und trage sie in das Meinungskreuz ein. Nutze dafür auch die Quellen Q1 – Q5 und die Infokästen i1 – i3.

Verlage müssen für ihre Arbeit bezahlt werden



Vermittler wie Google nutzen den Medienanbietern



Angebote wie Google News sind ein guter Kompromiss



Nur kurze Auszüge sollten für Plattformen kostenlos erlaubt sein

b) Wie stehst du zu dieser Frage? Sollten Intermediäre für die Verlinkung fremder Inhalte Geld zahlen müssen? Begründe deine Position.

Ja, / Nein, denn

c) Diskutiert die Frage in der Klasse.

ZEIT ONLINE

Q1

Internetkonzerne

Facebook blockiert journalistische Inhalte in Australien

Die Konzerne sollen künftig für Nachrichten zahlen. Facebook sperrt die Seiten großer Medienhäuser. Google geht einen anderen Weg und verhandelt mit Murdochs News Corp.

18. Februar 2021, 2:05 Uhr / Quelle: ZEIT ONLINE, AP, AFP, j / 158 Kommentare /

i1 Was sind Intermediäre? „Medienintermediäre vermitteln zwischen denjenigen, die Inhalte produzieren und denjenigen, die sie nutzen. Sie sammeln Informationen und journalistische Inhalte, ordnen sie und stellen sie so zur Verfügung. Dazu verwenden sie selbstgewählte algorithmische Mechanismen, welche auch auf Basis gesammelter Nutzerdaten Inhalte und Informationen nach Relevanz bewerten.“
Aus: medienanstalt-nrw.de/themen/intermediaere.html

i2 Der Kompromiss: In Deutschland (und einigen anderen Ländern) gibt es mittlerweile Angebote wie Apple News, Facebook News und Google News, bei denen die Unternehmen mit Verlagen und Medienunternehmen zusammenarbeiten. Die Medienhäuser können so selbst entscheiden, welche Inhalte sie für die Veröffentlichung durch die Intermediäre bereitstellen wollen. Diese wiederum zahlen für die Nutzung der Inhalte. Allerdings kooperieren die Intermediäre bislang jeweils nur mit einer begrenzten Zahl an ausgesuchten Medienanbietern.

i3 Die **Europäische Union** hat 2019 eine neue Urheberrechtsrichtlinie beschlossen, die besagt, dass Intermediäre nur für kurze Auszüge von journalistischen Inhalten nicht bezahlen müssen. Das juristische Schlagwort hierzu lautet „Leistungsschutzrecht“ und besagt, dass Medienschaffende für ihre Arbeit fair bezahlt werden müssen, auch von Vermittlern/-innen.

Q2 Google News

Themen, Orte und Quellen suchen

News Showcase
Von Redakteuren ausgewählte Meldungen

DER SPIEGEL Folgen

Echo Folgen

ENTSTEHUNG VON EMKIBON
Lücke im Corona-Stammbaum

INCIDENZ BEI DARMSCHLEIM
Schilern schießt nach oben

FORSCHERGRUPPE ZUR CORONALAGE
Ein Lockdown wäre vermeidbar, wenn

ZWANGSSCHLIESSUNG
So wäre eine Wiederöffnung der Erbacher Cafés möglich

STIEGENDEN PREISE
So hätten sie sich vor der Gaspreiskrise

BUNDEKAMMER
Große Anteilnahme am Tod von Joachim Ruppert

SHOWCASE - Vor 1 Stunde

SHOWCASE - Vor 19 Minuten

Q3 Sicht der Medienunternehmen:

„Suchmaschinen verdienen mit den Inhalten von Presseverlagen viel Geld, nicht aber die Verlage selbst.“

Christian Solmecke (Rechtsanwalt für Medien- und Internetrecht in Köln)

Q4 Sicht der Intermediäre:

„Wenn man einen Preis für das Verlinken mit bestimmten Informationen ansetzt, dann wird so die Funktionsweise von Suchmaschinen gebrochen, und man hat kein freies und offenes Web mehr.“

Mel Silva (Geschäftsführerin Google Australien)

Q5 Sicht Australiens:

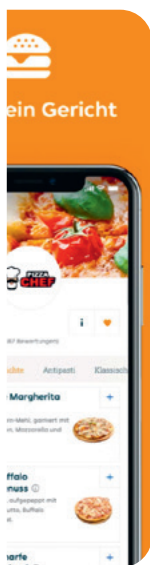
„Australien legt die Regeln für Dinge fest, die man in Australien tun kann. So funktionieren die Dinge hier in Australien. Wer sich danach richtet, ist willkommen, aber auf Drohungen reagieren wir nicht.“

Scott Morrison (Australischer Regierungschef)

Das Internet hat ein Geschäftsmodell hervorgebracht, das auch „Plattformökonomie“ genannt wird. Die Unternehmen stellen keine eigenen Produkte her, sondern eine Plattform bereit, auf der sie Angebot (= Verkäufer/-innen bzw. Produkte) und Nachfrage (= Käufer/-innen) zusammenbringen. Ihren Umsatz erzielen sie durch Transaktionsgebühren, Provisionen oder Werbung. Berühmte Beispiele für solche Unternehmen sind die Firmen eBay, Amazon, Lieferando, Uber oder Airbnb.

Pizza oder Pizza?

1 a) Die Plattformökonomie veränderte auch eine vermeintlich simple Sache wie das Pizaessen. Nehmen wir das Beispiel eines Plattformunternehmens, das Essen ausliefert: Vergleiche dieses Unternehmen mit einer kleinen Pizzeria mit Ladenlokal und beschreibe die jeweiligen Unterschiede.



Lieferplattform	Pizzeria um die Ecke
	Wissen, was die Kunden/-innen gerne kaufen
	Dinge vorschlagen, die die Kunden/-innen vielleicht kaufen
	Kosten für Lagerung, Miete, etc.
	Personalkosten und -management
	Bezahlungsmöglichkeiten
	Auswahl an Produkten
	Persönliche Beratungsmöglichkeiten
	Gewinne werden erzielt durch:
	Expansionsmöglichkeiten, neue Läden etc.
	Preise anpassen, Rabatte bieten, Bonus-Aktionen



i Kritik: Vielfach werden die Plattformen als „disruptiv“ bezeichnet. Damit ist gemeint, dass sie traditionelle Märkte regelrecht zerstören. Das führt in Einzelfällen zu politischen Maßnahmen wie Regulierungen bis hin zu Verboten, so wie mit Airbnb in Berlin („Zweckentfremdungsverbote“) oder Uber in Hamburg (2014 bis 2019). Kritisiert werden auch häufig niedrige Löhne und schlechte Arbeitsbedingungen der Beschäftigten. Die Provisionen sind sehr unterschiedlich. Lieferando bspw. verlangt 13 Prozent Provision bei eigener Lieferung des Restaurants und 30 Prozent bei Lieferung der Speisen durch eigene Fahrer/-innen. Außerdem sind viele internationale Firmen in der Kritik, nur geringe Steuern zu zahlen.

- Sie können durch ihr digitales Geschäftsmodell mehr Kunden betreuen (ihr Angebot skalieren).
- Die Preise sind meist sehr transparent.
- Sie bieten oft eine riesige Auswahl, die es anderswo nicht gibt.
- Sie bieten in der Regel keine eigenen Produkte an, sondern „nur“ die Dienstleistung der Vermittlung.
- Ausgeklügelte Algorithmen mit Vorschlägen für andere Produkte sollen zum Mehrkauf animieren.
- Sie erringen durch die Nutzerdaten ökonomische Macht.

b) Kreuze an, welche Aussagen auf Plattformunternehmen zutreffen. Diskutiert eure Entscheidungen in der Klasse.

- Es sind sehr alte, traditionsreiche Firmen.
- Sie bringen z. B. Hungerige und Pizzerien zusammen.
- Sie haben Läden/Filialen in den großen Städten.
- Sie sind umso effizienter, je größer sie sind (je mehr Angebot und Nachfrage über ihre Plattform vermittelt wird).
- Sie haben eigene große Produktionskapazitäten.
- Sie nutzen riesige Industriehallen.
- Es setzt sich meist ein einziger Marktführer durch.
- Sie leben von Vertrauen, zum Beispiel durch Kommentare und Kundenbewertungen.

c) Erkläre den Unterschied zwischen Plattformunternehmen und „klassischen“ Unternehmen in eigenen Worten.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bild 1: Screenshot Lieferando-App (14.8.2021); Bild 2: Foto von Charlie Firth auf Unsplash

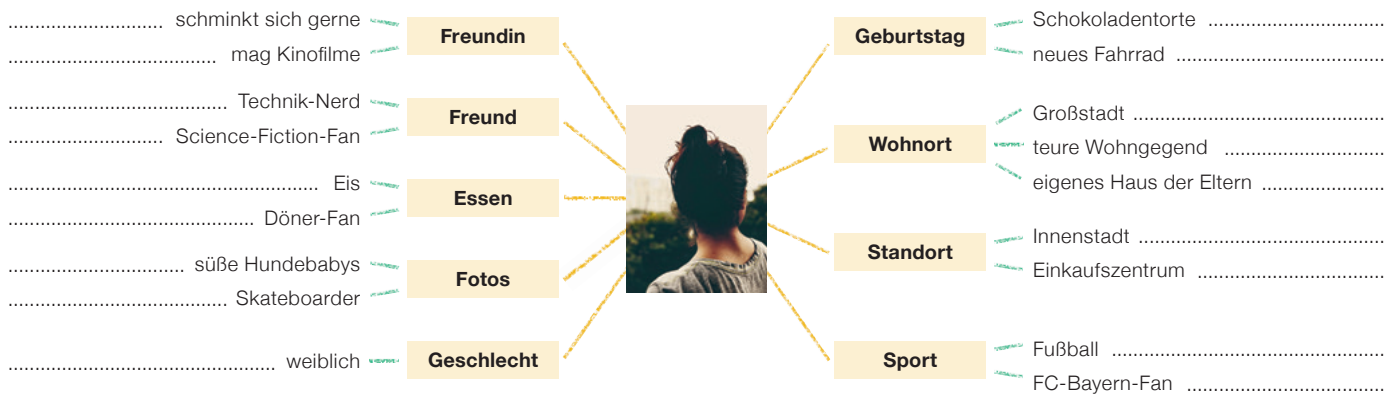
Du hast das Recht auf informationelle Selbstbestimmung. Mit diesem kompliziert klingenden Begriff bezeichnet man rechtlich etwas sehr Einfaches: Du darfst bestimmen, an wen du deine personenbezogenen Daten weitergibst und wer diese verwenden darf.

i1 Personenbezogene Daten sind alle Daten, die dich als Person identifizierbar machen. Dazu gehören selbstverständlich dein Name und dein Geburtsdatum aber z. B. auch deine Handynummer, dein Wohnort und deine E-Mail-Adresse.

i2 DSGVO: Seit 2018 gilt in Deutschland die Datenschutzgrundverordnung (abgekürzt DSGVO) der Europäischen Union. Damit gelten strenge Regeln zur Verarbeitung personenbezogener Daten in der Europäischen Union, Island, Liechtenstein und Norwegen.

Zeig mir deine Likes und ich sag dir wer du bist

1 Nehmen wir an, eine Person ist sehr vorsichtig bei der Angabe personenbezogener Daten wie Namen, Handynummer, Adresse oder Alter. Trotzdem erfährt man einiges über diese Person mit Blick auf ihre Social-Media-Aktivitäten. Nehmen wir an, die folgenden Daten kann man aus Fotos, Postings, Likes oder Kommentaren erkennen:



a) Beschreibe die Person anhand der Daten.

.....

.....

b) Welche Werbung würde dieser Person vermutlich angezeigt? Notiere sie jeweils neben die einzelnen Informationen.

c) Analysiere deine eigenen Social-Media-Aktivitäten. Beschreibe, was andere daraus erkennen könnten.

.....

.....

d) Fragst du andere Menschen, bevor du sie fotografierst oder ihre Fotos postest? Warum könnte es sinnvoll sein, das zu tun?

Ja, / Nein, denn

.....

Privatsphäre

2 Mit der Privatsphäre ist der ganz persönliche Bereich gemeint, in dem ein Mensch unbehelligt von äußeren Einflüssen sein Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit wahrnimmt. Nenne Bereiche und Themen (aber keine konkreten Informationen über dich!), die für dich zur Privatsphäre gehören.

Das darf nur ich wissen:

Das dürfen nur meine Eltern wissen:

Das darf nur meine beste Freundin/mein bester Freund wissen:

Das dürfen auch meine Klassenkameraden/-innen wissen:

Intelligenz ist die Fähigkeit, Probleme zu lösen. Das können neben Menschen und Tieren auch Computer mittlerweile so gut, dass man auch von Künstlicher Intelligenz („KI“, englisch „AI“ = artificial intelligence) spricht. Während die „schwache KI“ bereits heute dazu in der Lage ist, klar umrissene und wiederkehrende Probleme zu lösen, wird auch an einer „starken KI“ geforscht, die Probleme erkennen und Lösungsansätze dafür erarbeiten kann. Letztlich geht es bei allen Formen der KI darum, menschliche Fähigkeiten wie Denken, Lernen und Kreativität zu imitieren.

Das kann eine KI

1 a) Hier findest du einige Aufgaben, die KI schon heute erledigen kann. Fülle die Tabelle aus, indem du einträgst, ob du für die jeweilige Tätigkeit (zum Beispiel mit deinem Smartphone) eine KI nutzt und warum du dich dabei auf Künstliche Intelligenz verlässt.

Tätigkeit	Mache ich mit KI	Gründe für die Nutzung von KI
Den Weg nach Hause finden		
Einen automatischen Wecker stellen		
Englische Texte übersetzen		
Videos zeigen, die mich interessieren		
Den besten Döner-Laden finden		
Bei Mathe-Hausaufgaben helfen		



i Pepper

Den Roboter „Pepper“ (hier in Osaka, Japan), eine schwache KI, kann man schon kaufen. Er ist ein humanoider Roboter, der darauf programmiert ist, deine Mimik und Gestik zu analysieren und darauf reagieren kann. Er kann sprechen, hören, gestikulieren und tanzen. Er wird eingesetzt auf Messen, bei Verkaufsberatungen, als Service-Roboter und wegen seiner Kommunikationsfähigkeiten auch bei der Pflege älterer Menschen.

b) Gibt es auch Nachteile für dich, wenn du KI nutzt? Suche dir zwei Beispiele und erkläre, welche Nachteile es geben könnte.

-
-

c) Viele Menschen haben Angst vor Künstlicher Intelligenz. Ist diese Angst berechtigt? Begründe deine Antwort an einem Beispiel.

Ja, / Nein, / Jein, denn

Neue Grundrechte gefordert

2 Der Schriftsteller und Jurist Ferdinand von Schirach hat mit weiteren Mitstreitern/-innen sechs neue Grundrechte in der Europäischen Union gefordert.* Zwei davon beziehen sich auf unser digitales Miteinander:

Artikel 2 – Digitale Selbstbestimmung: Jeder Mensch hat das Recht auf digitale Selbstbestimmung. Die Ausforschung oder Manipulation von Menschen ist verboten.

Artikel 3 – Künstliche Intelligenz: Jeder Mensch hat das Recht, dass ihn belastende Algorithmen transparent, überprüfbar und fair sind. Wesentliche Entscheidungen muss ein Mensch treffen.

Stimmst du Ferdinand von Schirach zu?

Ja, / Nein, / Jein, denn

.....

.....

Die Zukunft der Arbeit

3 Viele Menschen befürchten einen starken Wandel der Berufswelt durch die Digitalisierung. Die folgende Liste zeigt einige Berufe, die sich voraussichtlich wandeln werden. Notiere, worin genau die Veränderungen durch KI bestehen.

Beruf	Veränderungen durch KI
Verkäufer/-in	
Busfahrer/-in	
Journalist/-in	
Bankkaufmann/-frau	
Lagerarbeiter/-in	
Sekretär/-in	
Arzt/Ärztin	
Rechtsanwalt/-anwältin	
Lehrer/-in	

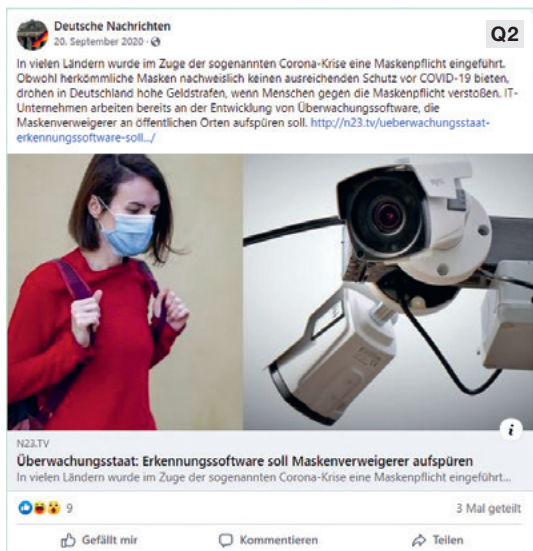
* Kampagne dazu unter: you.wemove.eu/campaigns/fur-neue-grundrechte-in-europa

Das Internet gilt längst als zentrales Verbreitungsmedium extremistischer Ideologien. Allerdings ist noch ungeklärt, wie stark der Einfluss dieses Mediums auf die Radikalisierung von Menschen wirklich ist. Die meisten Experten/-innen sehen das Internet zwar als Katalysator von Radikalisierung, aber nicht als alleinigen Faktor: Zentral sind auch die Prozesse, die offline passieren.



Beschreibung:

Narrativ(e):



Beschreibung:

Narrativ(e):

Extremistische Erzählungen

1 Extremisten/-innen arbeiten häufig mit bestimmten Erzählmustern („Narrativen“), also Interpretationen von Ereignissen und Gegebenheiten. Du siehst hier zwei Postings der Facebook-Seite „Deutsche Nachrichten“ vom September 2020, in der solche Erzählmuster bedient werden.

a) Beschreibe die Beispiele Q1 und Q2.

b) Formuliere das jeweilige „Narrativ“, also die Erzählung hinter den Facebook-Posts. Ordne sie den Narrativen zu, welche die Amadeu Antonio Stiftung beschreibt (siehe Infokasten i1).

i1 Mit der Bezeichnung „**toxische Narrative**“ meint die Amadeu Antonio Stiftung solche Erzählungen, die andere negativ beeinflussen wollen. Die Stiftung konnte 2017 folgende Hauptnarrative finden:

1. Der Untergang der Deutschen
2. Bedrohung von außen (u. a. Migration, Islamisierung, Asylmissbrauch)
3. Bedrohung von innen (u. a. Volksverräter, Zensur, Lügenpresse)
4. Das Establishment manipuliert
5. Globale Verschwörung
6. Widerstand und Lösungen
7. Repressionen für Widerstand

c) Online-Propagandastrategien sind nicht immer leicht zu erkennen. Kreuze an, welche Strategien du in den Beispielen Q1 und Q2 erkennst. Diskutiert im Anschluss eure Auswahl in der Klasse.

Wie funktionieren Online-Propagandastrategien?

- Sie emotionalisieren mit Bildern, Videos und Memes, die Gefühle wecken sollen und oft sehr professionell gemacht sind.
- Sie knüpfen an aktuelle Debatten an, das bringt viele Zuschauer/-innen.
- Sie nutzen aktuelle Trends, Phänomene, Hashtags und Skandale für ihre Zwecke.
- Sie haben klare Feindbilder: Es gibt nur Schwarz und Weiß, nur „Die“ und „Wir“. Dabei werden Gegner/-innen auch entmenschlicht und extrem diffamiert.
- Sie setzen die Sprache gezielt und zielgruppengerecht ein.
- Sie verbreiten (absichtlich) Fake News. Sie haben keinen Anspruch auf Wahrheit, sondern verbreiten bewusst Lügen und Falschmeldungen.
- Sie sprechen die Zielgruppen genau an, z. B. Jungs anders als Männer. Dabei nutzen sie die Klischees und Themen der Zielgruppen, wie männliche Stärke o. ä.

i2 **Was tun?** Ausgerechnet Extremisten/-innen als Feinde der Demokratie berufen sich oft auf die Meinungsfreiheit. Trotzdem muss man ihre Aussagen nicht unkommentiert stehen lassen. Simone Rafael von der Amadeu Antonio Stiftung empfiehlt folgende Gegenmaßnahmen:

- „Strafrechtlich relevante Inhalte bei der Polizei anzeigen (mit Screenshot und URL); bei Unsicherheit gibt es auch unabhängige Meldestellen, die nach juristischen oder Jugendschutz-Aspekten prüfen, etwa internet-beschwerdestelle.de oder jugendschutz.net/hotline. [...]
- Strafrechtlich relevante Inhalte können zusätzlich an das entsprechende soziale Netzwerk gemeldet werden. [...]
- Nicht strafbare Inhalte können auch inhaltlich beantwortet werden. Dieser Ansatz nennt sich „Counter Speech“ („Gegenrede“), ist aber viel leichter, als es klingt: [...] Was immer geht: Nachfragen, Quellen einfordern, auf Verallgemeinerungen hinweisen, Rassismus und Abwertung benennen, Gegenposition erzählen und damit klar machen, dass die abwertende Meinung nicht die Mehrheitsmeinung ist.“

Aus: bpb.de/259259

Nach dem Ausbruch der Corona-Pandemie im Frühjahr 2020 dauerte es nicht lange, bis behauptet wurde, SARS-CoV-2 sei angeblich von der chinesischen Regierung, Bill Gates persönlich oder von Aliens verbreitet worden. Manche verbreiteten gar die These, die gesamte Pandemie sei nur vorgetäuscht worden, um die Demokratie abzuschaffen und die Bürger/-innen in Sklaven/-innen zu verwandeln. Heute kann jede/-r solche Unwahrheiten erfinden und massenhaft verbreiten. Und durch unsere ständige Vernetzung und Social Media finden Fake News schnell ein großes Publikum.

Zufall?

1 a) Betrachte die Quelle Q1, die 2020 zu Beginn der Corona-Pandemie verbreitet wurde.

b) Beantworte nun nacheinander die Fragen in der Tabelle. Beachte dabei auch die Infokästen.

Worum geht es?	
Welche Form von Fake News ist das?	
Woran ist es als Fake zu erkennen?	
Wie ist es als Fake zu widerlegen?	
Warum wird es verbreitet?	
Worin besteht die Gefahr?	

c) Hand aufs Herz: Hast du (zumindest kurz) an einen Zusammenhang zwischen den angegebenen Zahlen geglaubt? Warum (nicht)?

Ja. Nein. Diskutiert in der Klasse.

i1 **Drei Formen von Fake News** Der Medienwissenschaftler Ethan Zuckerman von der University of Massachusetts Amherst unterscheidet verschiedene Formen von Fakes News: 1) Nachrichten, die einem bestimmten Thema übertriebene Aufmerksamkeit widmen: Nicht das Thema an sich, sondern die vermeintliche Relevanz ist „fake“. 2) Propaganda: Beschreibt das Vermischen von wahren und falschen Informationen. 3) Gezielte Desinformation: Dabei handelt es sich oft um absichtlich frei erfundene, als Nachrichten getarnte Geschichten.

i2 Gib Fake News keine Chance!



Hinterfrag die Nachricht!

- Von wem kommt die Info?
- Welche Absicht steckt dahinter?
- Achtung vor allem bei reißerischen Botschaften.



Check das Bild!

- Wo, wann und von wem wurde es aufgenommen?
- Wer schickt das Bild rum?
- Findet man es online nur in diesem Kontext?



Überprüf die Quelle!

- Steht die Info auch in der Originalquelle?
- Gibt es ein Impressum?
- Bestätigen andere seriöse Quellen die Fakten?



Leite nicht alles weiter!

- Könnte die Nachricht anderen schaden?
- Melde Falschmeldungen bei Faktenchecker-Websites.
- Sprich mit Bekannten, wenn sie Fake News teilen.

#StopFakeNews



„Was ist los?

1720 Pest, 1820 Cholera, 1920 Spanische Grippe, 2020 Chinesisches Coronavirus

Es scheint, dass alle 100 Jahre die Welt von einer Pandemie verwüstet wird. Alle hundert Jahre scheint es eine große Pandemie zu geben, 1720 Pest, 1820 Cholera-Ausbruch und 1920 Spanische Grippe. Die Geschichte hat sich jedoch wirklich wiederholt. Wurde dieses Virus absichtlich von einer Organisation verbreitet? Die letzten Pandemien, die wir in der Geschichte erwähnen können, sind die folgenden: Im Jahr **1720** war die Pest, im Jahr **1820** der Ausbruch der Cholera und die jüngste Pandemie die spanische Grippe von **1920**. Die Forscher sagten, dass alle diese oben erwähnten Pandemien genau das gleiche Muster aufweisen wie der Ausbruch des Coronavirus in China. Die Präzision, mit der diese Pandemien im Alter von genau 100 Jahren auftreten, lässt uns jedoch über dieses Thema nachdenken. Werden diese Pandemien von einer böswilligen Organisation künstlich verursacht?“
Aus: dpaq.de/MmaU7 (Killuminati Unzensuriert)

Fakes zu erkennen kann man üben

2 a) Im Internet gibt es verschiedene Spiele, mit denen du deine Fähigkeiten im Erkennen von Fake News trainieren und testen kannst. Probiere sie aus.

- fakeittomakeit.de
- getbadnews.de
- swrfakefinder.de



b) Ihr wollt als Klasse gemeinsam üben?

Dann bittet eure Lehrerin oder euren Lehrer, auf swrfakefinder.de/#schule einen Lernraum für eure Klasse anzulegen.

i3 **Verschwörungserzählungen:** „Die Klimakrise ist nicht menschengemacht, dafür aber das Corona-Virus“. So klingen Erzählungen, die einem bestimmten Zweck dienen sollen und Zusammenhänge durch Verschwörungen kleiner Gruppen erklären. Wie bei den Fake News sind diese Erzählungen nicht wissenschaftlich zu beweisen, trotzdem glauben einige Menschen daran.

Wenn Menschen im Netz abgewertet oder angegriffen werden, spricht man von „Hate Speech“ (zu Deutsch: „Hassrede“). Oft sind es rassistische, antisemitische oder sexistische Kommentare, die bestimmte Menschen oder Gruppen zur Zielscheibe haben. Hate Speech ist damit ein Oberbegriff für das Phänomen der gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit oder Volksverhetzung im Internet und in Social-Media-Räumen. In der JIM-Studie 2020 gab über die Hälfte der befragten Jugendlichen an, dass ihnen im letzten Monat Hassbotschaften begegnet sind.

Alle Frösche sind faul?

1 Nehmen wir mal an, in der Tierwelt gäbe es Hate Speech (ja, unmöglich!), dann hätten wir hier einige Beispiele dafür, wie Hater und Internet-Trolle arbeiten.

a) Ordne die Methoden A bis H den Tier-Beispielen zu.

i1 Hate Speech arbeitet u. a. mit folgenden Methoden:

- A) der bewussten Verbreitung falscher Aussagen
- B) einer Tarnung als Humor oder Ironie
- C) sexistischen oder rassistischen Äußerungen
- D) Stereotypen / Vorurteilen / Verallgemeinerungen
- E) Wir-Die-Sprache
- F) Verschwörungserzählungen
- G) Gleichsetzungen
- H) Aufrufen zur Gewalt (oft sexualisierte Gewalt bis hin zur Aufforderung zur Vergewaltigung)

b) Notiere für eines der Beispiele, was du gegen die Verbreitung tun könntest. Beachte auch den Infokasten 2.

Tier: Das kann ich tun:

.....

.....

.....

i2 Was tun gegen Hate Speech?

KONTERN (Counter-Speech, siehe AB 28)

MELDEN (an die Anbieter und an Jugendschutzorganisationen wie hass-im-netz.info/melden)

HELFEN (den Opfern)

Q1 „Die Hassrede ist keine Konsequenz der Sozialen Netze, sondern die Sozialen Netze liefern ihr nur einen bequemen Weg von den Stammtischen direkt in die Öffentlichkeit.“

Anatol Stefanowitsch (Sprachwissenschaftler)

Hüpfen ist das neue Sprinten :-). Alle Frösche sind faul.

Delfin-Asylanten in Zoos haben alle teure Handys! Werde im nächsten Leben Delfin.

Widernatürlicher Perversling! Geh zurück ins Esel-Darknet.

Hasen-Asylanten raus – das Boot ist voll. Auf den Grill damit!

Die bedrohen unsere Weibchen. Lass die Katzenklappe auf – komme morgen vorbei – mit dem Elektroschocker ;)

Deutschland schafft sich ab, wir werden alle durch Ziegen ausgetauscht und die Politik fördert auch noch diese Verziegung Deutschlands! Schluss damit!

Dreckige Ameisen! Wo eine ist, findet man sofort ein ganzes Nest ...

Du dumme Glucke lässt dich von jedem bespringen! Dich sollte man sofort schlachten!!!

Social Media als Lautsprecher

2 a) Lies das Zitat Q1 des Sprachwissenschaftlers Anatol Stefanowitsch. Stimmt du ihm zu? Begründe deine Antwort.

Ja, / Nein, / Jein, denn

.....

.....

.....

b) Beschreibe, warum Social-Media-Angebote so anfällig sind für Hate Speech.

.....

.....

.....

.....

Wenn sich die Gewalt im Netz gegen eine bestimmte Person richtet, dann spricht man von „Cyber-Mobbing“. Im Gegensatz zum Mobbing im realen Leben finden die Attacken in Social-Media-Angeboten häufig schnell ein großes Publikum, zugleich bleiben die Täter/-innen oft anonym. Die Angriffe haben schwerwiegende Folgen für die Opfer und können in seltenen Fällen bis zum Suizid führen.

Berühmt und gemobbt

1 Die Influencerin Cheyenne Ochsenknecht wurde Opfer von Cybermobbing. Auf Instagram musste sie als 18-Jährige Beleidigungen, Androhung von Vergewaltigung und Mord ertragen:

Beispielkommentare

- „Dich und deine Mutter muss man schlachten lassen“
- „Du bist so eine geldgeile Hure. Und deine hässliche Mutter erst“

Erkläre am Fall von Cheyenne und Natascha Ochsenknecht (siehe Q1), warum Cyber-Mobbing so dramatisch ist.

.....

.....

.....



Beispiel-Situationen

2 a) Hier findest du einige (konstruierte) Beispiele für Cyber-Mobbing. Trage in die Tabelle ein, wie du dich in diesen Beispiel-Situationen verhalten kannst:

A Im Klassen-Chat auf WhatsApp taucht ein Video von dir auf, bei dem du unglücklich hinfällst.	
B Einer deiner Klassenkameraden wird absichtlich aus der Klassengruppe geworfen.	
C Über deine Freundin / deinen Freund werden immer wieder Witze gemacht.	
D Jemand postet TikTok-Videos, die witzige Szenen einer Schülerin aus einer anderen Klasse enthalten.	
E Du erhältst seit Wochen blöde Sprüche über Snapchat, die sich lustig machen über dein Aussehen.	
F Auf Instagram wird jeder neue Post der Klassensprecherin doof kommentiert, zum Teil mit schlimmen Beleidigungen.	

i STOP-BLOCK-TELL: Diese Technik hilft dir, dich bei Attacken durch Cyber-Mobbing richtig zu verhalten:

STOP	BLOCK	TELL
Nicht sofort reagieren, nicht auf die Angriffe antworten.	Blockiere den Angreifer, sperre ihn aus, verlasse die Gruppe.	Rede über den Angriff mit jemandem, dem du vertraust. Melde es beim Netzwerk-Anbieter, Jugendschutz-Organisationen oder sogar bei der Polizei.

b) Übertrage die Technik „Stop-Block-Tell“ aus dem Infokasten auf eines der Beispiele aus Aufgabe a). Erkläre, wie genau du jeweils „STOP“, „BLOCK“ (wie geht das auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen?) und „TELL“ (mit wem würdest du reden?) anwenden könntest.

Beispiel

STOP

BLOCK

TELL

Die Rolle der Zuschauer/-innen

3 Zuschauer/-innen spielen bei Mobbing (ob online oder offline) eine wichtige Rolle, weil sie den Tätern/-innen erst eine Bühne bieten. Erläutere folgenden Satz mit einem (erfundenen) Beispiel: „Wenn du nichts dagegen tust, bist du ein Teil davon“.

.....

.....

In Deutschland halten die zehn führenden Verlagsgruppen über 60 Prozent des Gesamtmarktes an Zeitungen und Zeitschriften. Diese Medienkonzentration ist problematisch, weil darunter die Meinungsvielfalt und der freie Wettbewerb auf dem Pressemarkt leiden.

Scheinbare Medienvielfalt

1 Ein Blick in die Regenbogenpresse zeigt uns zunächst eine riesige Vielfalt. Tatsächlich steckt dahinter aber häufig nur eine Strategie, die gleichen Themen mehrfach zu vermarkten. Hier siehst du acht Titelseiten von Zeitschriften, die Mitte August 2021 zeitgleich erhältlich waren. Alle stammen aus dem gleichen Verlag.



a) Notiere unter jeder Zeitschrift die Themen der Titelseite. Welche Themen wiederholen sich?

b) Erkläre, worin der Vorteil dieser Wiederholungen für einen Verlag besteht.

c) Diese Zeitschriften zählen zur „Regenbogen-“ oder „Klatsch-Presse“. Oft wird diese unterschätzt. Beschreibe an obigem Beispiel die Gefahren einer Medienkonzentration. Stelle dir hierzu vor, wie Verleger/-innen diese für ihre Zwecke ausnutzen könnten.

d) Du hast gesehen, dass die Medienkonzentration eine Gefahr darstellt. Was lernst du daraus? Gib dir drei Tipps für deine Mediennutzung:

1. 2. 3.

Laut Artikel 3 des Grundgesetzes darf niemand „wegen seines Geschlechts (...) benachteiligt oder bevorzugt werden“. Dennoch werden insbesondere Frauen häufig aufgrund ihres Geschlechts diskriminiert und abgewertet. Solcher Sexismus findet sich auch in den Massenmedien, z. B. in Filmen oder in der Plakat- und Zeitungswerbung.

Sexismus in der Werbung

1 Der Deutsche Werberat ist die Selbstkontrollereinrichtung der Werbewirtschaft. Er kümmert sich darum, dass Werbung rechtlich zulässig ist und ethische Grenzen nicht überschreitet. 2018 bis 2020 erhielten u. a. folgende zwei Werbemaßnahmen eine öffentliche Rüge wegen Sexismus.

Stimmst du den Entscheidungen des Werberates zu? Kreuze an und notiere deine Begründung in der Tabelle.



Q1: UP Gastro GmbH (Pizzaliefersdienst)
Q2: Fa. Thomas Brunner (Haustechnik)



	Sexismus?			Begründung
	✓	?	✗	
Q1				
Q2				

Ohne Sexismus keine sexuelle Belästigung?

2 „Sexismus ermöglicht sexuelle Belästigung“: Setze dich mit dieser These auseinander. Beachte hierzu auch den Infokasten.

Stimmt, / Stimmt nicht, denn

.....

.....

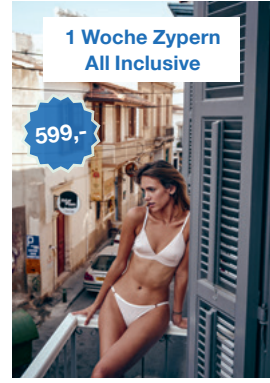
.....

.....

i **Sexismus und sexuelle Belästigung**
Der Begriff „Sexismus“ beschreibt eine auf das Geschlecht bezogene Benachteiligung oder Diskriminierung. Unter einer sexuellen Belästigung wiederum versteht man z. B. unerwünschte sexuelle Handlungen, Bemerkungen sexuellen Inhalts oder das unerwünschte Zeigen von pornografischen Bildern. Sexuelle Belästigung hat für die Opfer oft schlimme psychische und physische Folgen.

Sexy oder Sexismus?

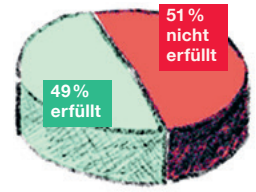
3 Worin besteht der Unterschied zwischen den zwei (fiktiven) Werbeanzeigen? Diskutiert, ob diese sexistisch sind oder nicht.



Bechdel-Test

4 Die US-Amerikanerin Alison Bechdel formulierte 1985 drei Fragen, um Stereotypisierungen weiblicher Figuren in Spielfilmen zu untersuchen:

- Gibt es mindestens zwei Frauenrollen, die namentlich bekannt sind?
- Sprechen sie auch miteinander und nicht nur mit Männern?
- Unterhalten sie sich über etwas anderes als einen Mann?



Anteil aller Filme seit 1929, die mit dem Oscar für den besten Film ausgezeichnet wurden und die Kriterien des Bechdel-Tests erfüllen oder nicht

Heute gibt es ganze Listen von Filmen, die nach diesem „Bechdel-(Wallace-)Test“ beurteilt wurden (siehe bechdeltest.com).

a) Führe den Bechdel-Test für einen Film (oder eine Folge einer Serie) durch, den du gut kennst oder zuletzt gesehen hast.

Film / Serie (Folge):

1. 2. 3.

b) Beurteile den Bechdel-Test. Ist er geeignet, Sexismus in Spielfilmen zu kennzeichnen?

Ja, / Nein, denn

.....

.....

.....

.....

Q1 © Deutscher Werberat; Q2 © Deutscher Werberat; Q3: Collage, Foto von Max Libertine auf Unsplash; Collage inspiriert von Pinkstinks (pinkstinks.de/kennst-du-den-unterschied-zwischen-sexy-und-sexismus/)

Wenn Erwachsene sehen, wie Jugendliche ihr Smartphone nutzen, kommt sehr schnell der Ruf nach „Medienkompetenz“. Die jungen Menschen sollen lernen, Medien sicher, kreativ und verantwortungsvoll zu nutzen. Einfach gesagt und schwierig getan, denn: Was bedeutet das eigentlich genau?

Dein kleiner Bruder, deine kleine Schwester

1 a) Stelle dir vor, du hast einen Bruder oder eine Schwester im Alter von zehn Jahren. Er/sie möchte nun ein Smartphone haben. Was würdest du mit ihm/ihr üben, damit er/sie sicher, kreativ und verantwortungsvoll damit umgeht?

b) Stelle deine Antwort den anderen in der Gruppe vor. Vergleicht und diskutiert eure Antworten.

c) Würdest du nach der Diskussion etwas an deiner Antwort ändern? Wenn ja, ändere deine Antwort ab.

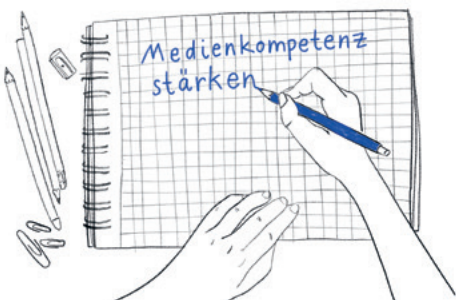
Wie medienkompetent bist du?

2 a) Bewerte deine eigenen Fähigkeiten und gib dir selbst eine Punktzahl von 0 (= das kann ich gar nicht) bis 10 (= das kann ich perfekt). Schreibe die Punktzahl darunter.

b) Die Fähigkeiten im Test sind nur Beispiele. Aber wenn du dir deine Antworten anschaust, würdest du sagen, dass du „medienkompetent“ bist? Erörtere diese Frage.

Ja, / Nein, denn

c) Entwickle nun einen Plan, wie du selbst deine Medienkompetenz stärken kannst. Notiere, an welcher Stelle und wie du besser werden kannst.



Teste dich selbst!

Bedienen und Anwenden			
Ich kenne verschiedene Smartphone-Modelle und kann sie bedienen.	Ich kenne eine Textverarbeitung und kann damit Texte schreiben und formatieren.	Ich weiß, wie ich Text-Dateien speichern und Dateinamen vergeben kann.	Ich habe die Privatsphäre-Einstellungen bei meinem Messenger überprüft.
Punkte:	Punkte:	Punkte:	Punkte:
Informieren und Recherchieren			
Ich finde Antworten im Internet, wenn ich ein Thema für die Schule recherchiere.	Ich kann aus den vielen Treffern einer Suchmaschine gute Quellen auswählen.	Ich kann erkennen, wenn eine Website unseriös ist.	Ich weiß, dass es gefährliche Seiten im Internet gibt und wie ich damit umgehe.
Punkte:	Punkte:	Punkte:	Punkte:
Kommunizieren und Kooperieren			
Ich kann Fotos auf Social-Media-Angeboten wie Instagram einstellen.	Ich weiß, wie ich per E-Mail mit Lehrern/-innen kommunizieren sollte.	Ich beteilige mich höflich und sachlich an öffentlichen Diskussionen im Internet.	Ich weiß, was Cyber-Mobbing ist und wie ich mich dagegen wehren kann.
Punkte:	Punkte:	Punkte:	Punkte:
Produzieren und Präsentieren			
Ich weiß, wie ich auf YouTube einen Kanal einrichten kann.	Ich weiß, was Influencer/-innen sind und warum sie Videos/Fotos veröffentlichen.	Ich kann richtig aus einem Zeitungsartikel zitieren.	Ich kenne das Urheberrecht, zum Beispiel von Fotos im Internet.
Punkte:	Punkte:	Punkte:	Punkte:
Analysieren und Reflektieren			
Ich kenne die Geschichte des Internets und seine Bedeutung.	Ich weiß, was ein „Shitstorm“ ist und wie er entstehen kann.	Ich kenne die Chancen und die Gefahren, mich selbst im Internet darzustellen.	Ich weiß, wann ich mein Smartphone besser mal ausschalte und tue es auch.
Punkte:	Punkte:	Punkte:	Punkte:
Problemlösen und Modellieren			
Ich weiß, wie Computer funktionieren.	Ich weiß, was Software ist und wie sie programmiert wird.	Ich kann selbst (einfache) Software programmieren.	Ich kenne die Bedeutung von Software für unser heutiges Leben.
Punkte:	Punkte:	Punkte:	Punkte:

Gesamtpunktzahl: / 240

Die JIM-Studie 2020 fand heraus, dass 89 Prozent der Jugendlichen in Deutschland täglich das Internet und sogar 93 Prozent täglich ein Smartphone nutzen. Das kommt dir sicherlich bekannt vor. Auf diesem Arbeitsblatt kannst du deine eigene Mediennutzung erfassen und mit der deiner Mitschüler/-innen vergleichen.

JIM-Studie

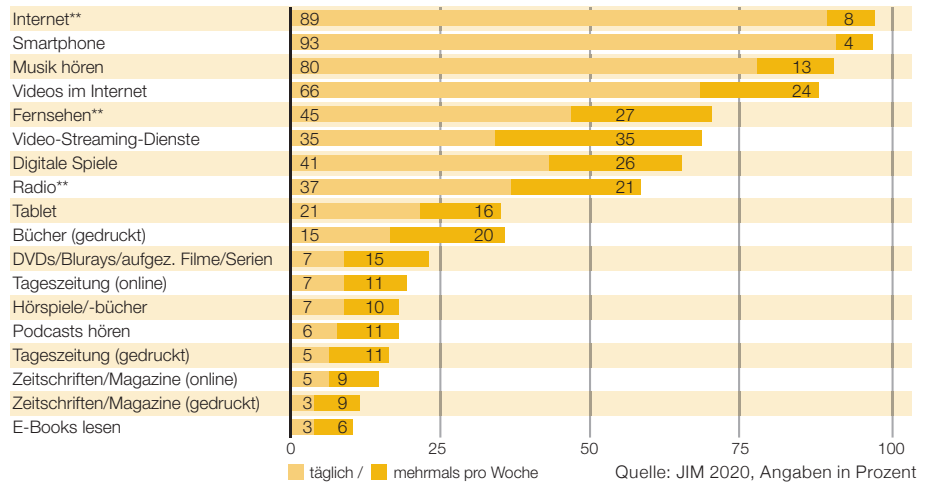
1 a) Rechts siehst du ein Diagramm der JIM-Studie 2020. Fasse die Ergebnisse mit eigenen Worten zusammen.

b) Recherchiere die Zahlen der aktuellen JIM-Studie unter mpfs.de. Vergleiche sie mit dieser Grafik. Notiere drei Gemeinsamkeiten und drei Unterschiede:

	Gemeinsamkeiten	Unterschiede
1.		
2.		
3.		

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2020

Die Studienreihe JIM (Jugend, Information, Medien) wird vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest seit 1998 jährlich in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR) durchgeführt. Die repräsentative* Studie bildet das Medienverhalten der Jugendlichen in Deutschland ab.



c) Welche der Medien nutzt du mehrmals in der Woche, welche sogar täglich? Schreibe in der Tabelle bei „Ich“ eine „1“, wenn du das Medium mehrmals die Woche oder täglich nutzt, eine „0“ wenn nicht.

d) Erhebe danach die Werte für deine Mitschüler/-innen und trage ein, wie viele von ihnen das jeweilige Medium nutzen. Berechne im Anschluss die Summen und die Anteile in der Klasse (Summe/n). Erstelle ein Diagramm wie in der JIM-Studie.

Tägliche Medienbeschäftigung in der Freizeit

Anzahl der Teilnehmer/-innen (n)=	Nutzung mehrmals pro Woche				Nutzung täglich			
	Ich	Klasse	Summe	Anteil %	Ich	Klasse	Summe	Anteil %
Internet**								
Smartphone								
Musik hören								
Videos im Internet								
Fernsehen**								
Video-Streaming-Dienste								
Digitale Spiele								
Radio**								
Tablet								
Bücher (gedruckt)								
DVDs/Blurays/aufgezeichnete Filme/Serien								
Tageszeitung (online)								
Hörspiele / Hörbücher								
Podcasts hören								
Tageszeitung (gedruckt)								
Zeitschriften/Magazine (online)								
Zeitschriften/Magazine (gedruckt)								
E-Books lesen								

*Repräsentativ bedeutet, dass die Ergebnisse einer kleinen Stichprobe (hier: etwa 1.200 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren) Rückschlüsse auf eine größere Gruppe (hier: alle Jugendlichen in dieser Altersgruppe) zulassen.
**egal über welchen Verbreitungsweg

Hier findest du zwei weitere Ideen für Medienprojekte, die ihr in der Klasse durchführen könnt.

Projekt 1: Deine Datenspuren

Jedes Smartphone hinterlässt eine Datenspur. So lassen sich die Bewegungsdaten der Nutzer/-innen anhand der GPS-Standortinformationen wie auch anhand der Funkzellen nachvollziehen, in denen das Telefon eingeloggt war. Auch bei jeder Internet-Nutzung bleibt eine große Datenspur zurück (IP-Adresse, besuchte Seiten, Dauer der Nutzung etc.).

- a) Informiere dich darüber, welche Datenspuren wir alle täglich hinterlassen. Benutze folgende Beispiele und fülle die Tabelle aus. Du darfst auch zwei eigene Beispiele wählen.
- b) Protokolliere für einen Tag, welche Datenspuren du wo hinterlässt. Werte das Protokoll aus. Interpretiere das Ergebnis und bewerte, ob es zu viele Daten sind (und wie du sie reduzieren könntest).

Beispiel	Datenspuren
Smartphone einschalten	
Den Weg zur Schule mit Smartphone gehen	
Eine Nachricht auf WhatsApp posten	
Ein Foto auf Instagram hochladen	
Auf TikTok ein (fremdes) Video anschauen	
Mit dem Google-Konto YouTube nutzen	
Eine Serie auf Netflix schauen	
.....	
.....	

Projekt 2: Handyfasten

Der Begriff „Digital Detox“ (= digitale Entgiftung) hat sich durchgesetzt für den Wunsch vieler Menschen, ihre Medienutzung zu reduzieren, weil sie merken, dass es ihnen dann besser geht. Schaffst du es auch eine ganze Woche ohne Smartphone?

- a) Verzichte in der nächsten Woche so oft und so lange wie möglich auf dein Smartphone. Führe darüber ein Tagebuch und beantworte jeweils die vorgegebenen Fragen.
- b) Ziehe am Ende ein Fazit und formuliere einen Rückblick auf die Woche.

	A: Auf einer Skala von 0 = „echt mies“ bis 10 = „super“: Wie hast du dich ohne Handy gefühlt?	B: Wie oft hast du dein Handy benutzt? Jede Kleinigkeit zählt, also auch Uhrzeit nachschauen o. ä.	C: Wie viele Minuten hast du dein Handy benutzt? Bitte möglichst genau schätzen!	D: Was war (an diesem Tag) besonders schön ohne Handy?	E: Was war (an diesem Tag) besonders schlimm ohne Handy?
Mo					
Di					
Mi					
Do					
Fr					
Sa					
So					



Medien, Medienpolitik, Medienkompetenz, Digitale Bildung



Zur Vertiefung

Aus Politik und Zeitgeschichte:
Massenmedien
Nr. 309/2011
Bestell-Nr. 4309 | bpb.de/7484

Aus Politik und Zeitgeschichte:
Digitalisierung
Nr. 344/2020
Bestell-Nr. 4344A | bpb.de/318156

Tanja Köhler (Hg.):
**Fake News, Framing, Fact Checking:
Nachrichten im digitalen Zeitalter
Ein Handbuch**
Bestell-Nr.: 10671 | bpb.de/332774

Online-Dossier:
Bilder in Geschichte und Politik
bpb.de/73086

Online-Dossier:
Digitale Desinformation
bpb.de/290439

Online-Dossier:
Medienpolitik
bpb.de/171579

Online-Dossier:
Politische Bildung in einer digitalen Welt
bpb.de/324970



Für den Unterricht oder zum Selbstlernen

Digitale Bildung:
Werkstatt
werkstatt.bpb.de
Die Werkstatt der bpb ist Impulsgeberin für zeitgemäße politische Bildung und begleitet aktuelle Diskurse und Entwicklungen im Bereich digitale Bildung.

Lernsoftware:
FaMe - Faszination Medien
Ein multimediales Lernangebot für Schule und Jugendarbeit
bpb.de/187464
Die Lernsoftware ermöglicht eine Auseinandersetzung mit Themen der medialen Alltagswelt von Jugendlichen und fördert Medienkompetenz sowie die Teilhabe an gesellschaftlichen Diskursen.

Materialiensammlung:
Medienpädagogik
bpb.de/60535
Die Materialiensammlung bietet einen guten Überblick über das gesamte Angebot der bpb zum Thema Medienpädagogik mit Schwerpunkt Digitale Bildung.

Online-Portal:
Kinofenster
kinofenster.de
Jeden Monat widmet sich das Kinofenster einem aktuellen Kinofilm oder einem filmspezifischen Thema. Neben einer ausführlichen Filmbesprechung umfasst jede Ausgabe weiterführende Hintergrundtexte, Interviews und Unterrichtsmaterialien.

Spiel:
Fake It To Make It
fakeittomakeit.de
Fake It To Make It ist ein Online-Spiel, das sich mit den gesellschaftlichen Auswirkungen von Fake-News beschäftigt.

Test:
Der Newstest
bpb.de/328637
Mit dem Newstest können Jugendliche wie auch Erwachsene ihre Informations- und Nachrichtenkompetenzen überprüfen und beurteilen.

Themenblätter im Unterricht | 119
Digitale Öffentlichkeit, Social Media und ich
Bestell-Nr.: 5413 | bpb.de/270495

Themenblätter im Unterricht | 117
Informationsfreiheit
Bestell-Nr.: 5411 | bpb.de/260899

Themenblätter im Unterricht | 107
Medien – die „vierte Gewalt“?
Bestell-Nr.: 5401 | bpb.de/203997

Webvideoprojekt:
UnFAKE
bpb.de/325683
Das Webvideoprojekt möchte insbesondere jüngere Menschen auf unterhaltsame Weise für einen kritischen Umgang mit dem Thema Desinformation sensibilisieren.

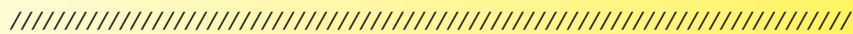
Webvideoreihe:
Fakefilter
fakefilter.de
FakeFilter ist eine Webvideoreihe, die Jugendlichen Orientierungswissen zum Umgang mit Informationen und Falschmeldungen im Netz vermittelt.





„Deutsche Demokratie so abfeiern,
als wär's die Demokratie eines Landes,
das ich sehr geil finde? Kein Problem.“

ABDEL KRATIE



Alle Videos auf YouTube: youtube.com/abdelkratie

Hintergrundinfos auf: bbp.de/abdelkratie