IQ.SH
Institut für Qualitätsentwicklung
an Schulen Schleswig-Holstein

Medienkompetenz vermitteln

Politik und Gesellschaft im Medienkontext

Impressum

Medienkompetenz vermitteln
Politik und Gesellschaft im Medienkontext

Herausgeber
Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen
Schleswig-Holstein (IQSH)
Dr. Gesa Ramm, Direktorin
Schreberweg 5, 24119 Kronshagen
http://www.iqsh.schleswig-holstein.de
https://x.com/_IQSH

Bestellungen
Onlineshop: https://publikationen.iqsh.de
Tel. +49 (0)431 5403-148
Fax +49 (0)431 988-6230-200
E-Mail: publikationen@iqsh.landsh.de

Autor
Niklas Brede

Unter Mitarbeit von
Lisa-Marie Brauer, Svea Hundertmark, Jana Labahn, Miriam Mackert

Gestaltung
Christoph Valentowicz

Lektorat
Stefanie Pape

Titelbild
Regina Schaller

Publikationsmanagement
Dr. Magdalena Drywa, Stefanie Pape

Druck
IQSH-Hausdruckerei, Michael Jannig

© IQSH

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.

Auflage März 2025
Auflagenhöhe 50

Broschüre Nr. 02/2025
Das IQSH ist laut Satzung eine dem Bildungsministerium unmittelbar nachgeordnete, nicht rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts.

Medienkompetenz vermitteln

Politik und Gesellschaft im Medienkontext

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.

Die digital zur Verfügung gestellte Broschüre darf zudem nicht als Download auf eigenen Websites oder Schulservern gespeichert werden. Wenn auf diese Broschüre verwiesen werden soll, muss stattdessen auf den PDF-Download des Werkes im IQSH-Onlineshop unter https://publikationen.iqsh.de verlinkt werden.

Inhalt

1 Einführung – 5

2 Kompetenzeinordnung – 7

3 Politische und gesellschaftliche Auswirkungen digitaler Medien – 9
3.1 Interessengeleitete Setzung, Verbreitung und Dominanz von Themen in digitalen Umgebungen – 9
3.2 Algorithmen und Meinungsbildung – 9
3.3 Fake News und ihre politische und gesellschaftliche Relevanz – 12
3.4 Radikalisierung und soziale Isolation – 14
3.5 Künstliche Intelligenz – 15

4 Potenziale gesellschaftlicher und politischer Teilhabe in digitalen Umgebungen – 16
4.1 Formen politischer und gesellschaftlicher Teilhabe in digitalen Umgebungen – 16
4.1.1 Politische Teilhabe – 16
4.1.2 Gesellschaftliche Teilhabe – 18
4.2 Stufenleiter der digitalen Partizipation – 19

5 In digitalen Umgebungen sicher agieren – 20
5.1 Vertrauenswürdige Angebote öffentlicher und privater Dienste kennenlernen und nutzen – 20
5.2 Bewerten von Informationen und Bewertungskriterien – 21
5.3 Gefahren (er-)kennen – 22
5.4 Strategien zum Schutz entwickeln – 26

Bibliographie – 27
Verlagsmaterial für den Unterricht – 28
Grundlegende Informationen – 29
Verwendete Quellen – 30

Medienberatung des IQSH:
https://medienberatung.iqsh.de/start.html

1 Einführung

Unter Bezug auf die Strategie der Kultusministerkonferenz „Bildung in der digitalen Welt“[1] von 2016 hat das Land Schleswig-Holstein 2018 eine „Ergänzung zu den Fachanforderungen“[2] herausgegeben beziehungsweise Medienkompetenz als Bestandteil der Fachanforderungen für die Grundschule[3] aufgenommen. Hier werden Kompetenzen benannt, die Schülerinnen und Schüler zum Ende von Jahrgangsstufe vier beziehungsweise mit dem Abschluss der Sekundarstufe I erworben haben sollten. Medienkompetenzvermittlung bildet allerdings kein eigenes Fach, sondern soll integrativer Bestandteil aller Fächer sein.

Das vorliegende Papier ist Teil einer Reihe von Handreichungen, die den Einstieg in die Vermittlung von Medienkompetenz erleichtern sollen. Die einzelnen Handreichungen greifen dabei die sechs Kompetenzbereiche der KMK[4] auf, ordnen diese jedoch inhaltlich folgenden elf Themen zu:

- Funktionsweise von Computern und dem Internet
- Den persönlichen Medieneinsatz weiterentwickeln und digitale Medien zum Lernen nutzen
- Digitale Mündigkeit
- Recherchieren: suchen und finden, bewerten und filtern
- Mit Medien kommunizieren und kollaborieren
- Medienproduktion und Präsentation
- Rechtsgrundlagen bei der Medienproduktion
- Gesundheit im Medienkontext
- Wirtschaft, Umwelt und Nachhaltigkeit im Medienkontext
- **Politik und Gesellschaft im Medienkontext**
- Jugend- und Verbraucherschutz

Jede der elf Handreichungen bietet einen Einstieg in das jeweilige Thema. Eine Vertiefung kann eigenständig mithilfe der weiterführenden Literaturhinweise erfolgen. Die Handreichungen richten sich an Lehrkräfte, wobei die beschriebenen Inhalte die Grundlage für den Kompetenzerwerb der Schülerinnen und Schüler bilden.

Die Einbindung der Inhalte in das jeweilige Fach muss durch die Lehrkraft und in Passung mit der jeweiligen Lerngruppe sowie dem schulinternen Fachcurriculum erfolgen. Die Vermittlung von Medienkompetenz ist eine gesamtschulische Aufgabe. Eine Aufteilung auf die Fächer kann diesen Prozess unterstützen, sodass die Inhalte in den jeweiligen Fachkonferenzen im Team erarbeitet werden können. Gleichzeitig bietet es sich an, Medienkompetenz in Form von fächerübergreifenden Projekten zu erarbeiten. Sie bietet somit einen geeigneten Anknüpfungspunkt für die Öffnung der Fächer und das Denken außerhalb von Fachgrenzen.

Zur Illustration enthält jede Handreichung neben der inhaltlichen Darstellung des Themas einige Ideen zur unterrichtlichen Umsetzung, teilweise als methodische Hinweise, teilweise in Form etwas detaillierterer Vorschläge. Diese stellen jeweils einen Bezug zu den in den Fachanforderungen beziehungsweise in deren Ergänzung dargestellten Kompetenzen her und greifen zudem die in den jeweiligen Anhängen beschriebene Entwicklung der Medienkompetenz auf. Eine Anpassung an den eigenen Unterricht und an das eigene Fach muss in jedem Fall vorgenommen werden. Zu beachten ist auch, dass es sich nicht immer um Einführungsaufgaben handelt, sondern sich die Ideen auf die drei verschiedenen Anforderungsbereiche verteilen. Dementsprechend muss zum Teil bereits ein gewisses Maß an Anwendungskompetenz oder Inhaltswissen bei den Schülerinnen und Schülern vorhanden sein, um manche der Ideen mit einer Lerngruppe umsetzen zu können.

Generell eignen sich die Handreichungen auch als Grundlage für Prozesse der Schulentwicklung beziehungsweise für die Arbeit in Fachschaften. Die konkre-

---

[1] KMK: Bildung in der digitalen Welt Strategie der Kultusministerkonferenz. 2016, Berlin. URL: https://www.kmk.org/themen/bildung-in-der-digitalen-welt/strategie-bildung-in-der-digitalen-welt.html (13.02.2025).

[2] Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein (Hg.): Ergänzung zu den Fachanforderungen Medienkompetenz. Lernen mit digitalen Medien. Allgemein bildende Schulen Sekundarstufe I Sekundarstufe II. 2018, Kiel. URL: https://fachportal.lernnetz.de/sh/fachanforderungen.html (13.02.2025). [unter „Fachübergreifende Ergänzungen“].

[3] vgl. https://fachportal.lernnetz.de/sh/fachanforderungen.html (13.02.2025) (unter dem jeweiligen Unterrichtsfach).

[4] KMK: Kompetenzen in der digitalen Welt. 2016, Berlin. URL: https://www.kmk.org/themen/bildung-in-der-digitalen-welt/strategie-bildung-in-der-digitalen-welt.html (13.02.2025). [unter „Schulen und berufliche Bildung“ – „Kompetenzrahmen“].

teren Inhalte können dabei vor allem bei der Einbindung der KMK-Kompetenzen in das schulinterne Fachcurriculum hilfreich sein.

Im Rahmen der Fortbildungsplanung an der Schule können die Handreichungen in Kombination mit dem IQSH-Papier „Lehren und Lernen in der digitalen Welt. Perspektiven zur Kompetenzentwicklung in der Aus- und Fortbildung von Lehrkräften an allgemeinbildenden Schulen in Schleswig-Holstein“[5] außerdem einen Ausgangspunkt für die Personalentwicklung im Bereich Medienbildung darstellen.

[5] Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein (IQSH): Lehren und Lernen in der digitalen Welt. Perspektiven zur Kompetenzentwicklung in der Aus- und Fortbildung von Lehrkräften an allgemeinbildenden Schulen in Schleswig-Holstein. 2023, Kiel. URL: https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung/id-02-2023.html (13.02.2025).

2 Kompetenzeinordnung

Das Thema „Politik und Gesellschaft im Medienkontext" ist in den Fachanforderungen beziehungsweise in deren Ergänzung dem Kompetenzbereich „K6 Analysieren und Reflektieren" und insbesondere den Unterkompetenzen „6.2.5 die Bedeutung von digitalen Medien für die politische Meinungsbildung und Entscheidungsfindung kennen und nutzen" und „6.2.6 Potenziale der Digitalisierung im Sinne sozialer Integration und sozialer Teilhabe erkennen, analysieren und reflektieren" zuzuordnen. In diesem Zusammenhang ist auch der Umgang miteinander ein wichtiges Thema. Daher bezieht sich die vorliegende Handreichung unter anderem auch auf die Kompetenzen „2.4 Umgangsregeln kennen und einhalten" sowie „2.5 An Gesellschaft aktiv teilhaben" im Kompetenzbereich „K2 Kommunizieren und Kooperieren".

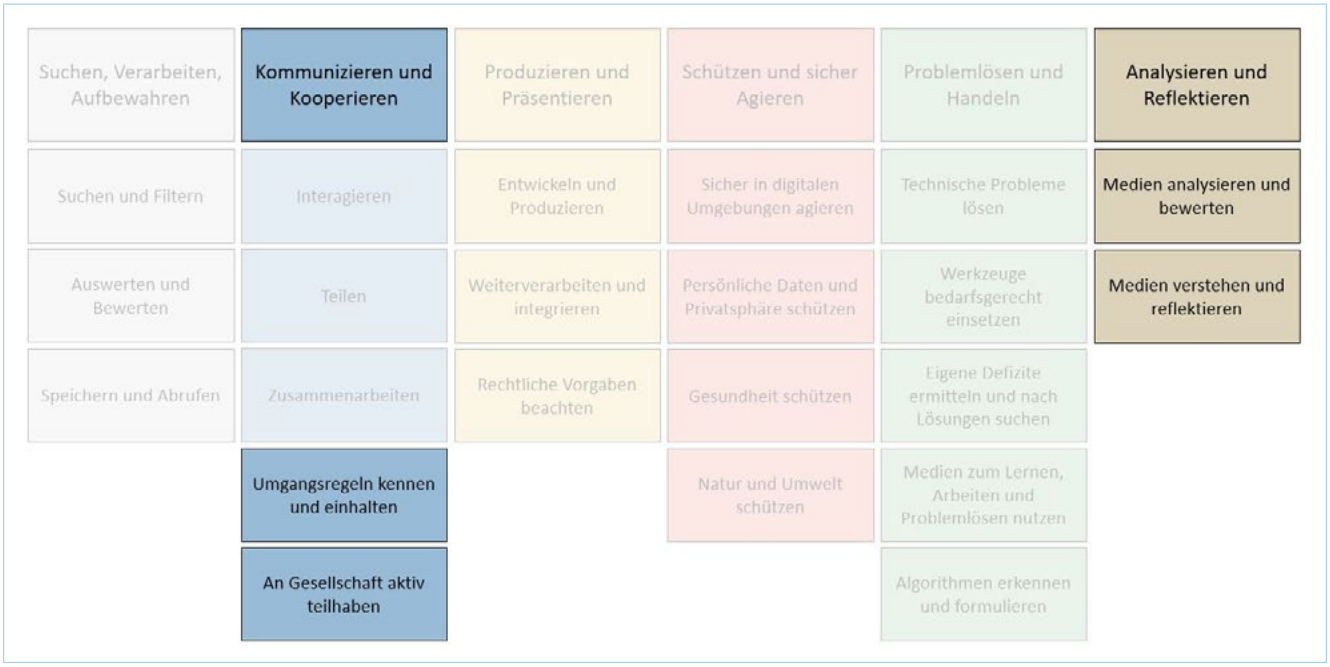

Abbildung 1: Einordnung der Handreichung in die sechs Kompetenzbereiche der KMK; CC BY-NC 4.0 Jens Lindström, IQSH

Kommunikationsmedien und Politik sind geschichtlich eng miteinander verknüpft. Während autoritäre Staaten auch heute noch versuchen, die Deutungsmacht zu erlangen und die digitalen Medien einer strikten Zensur zu unterwerfen, bröckelt in modernen Demokratien die Deutungshoheit von Politikern und Leitmedien. Durch die Kurzlebigkeit und Niederschwelligkeit des Internets werden die aktuellen gesellschaftlichen Themen nicht mehr ausschließlich von Parteien und Leitmedien bestimmt, sondern entwickeln sich – oft durch singuläre Ereignisse verursacht – aus der Bevölkerung heraus.

Gleichzeitig haben die permanente sowie stetig steigende Vernetzung der einzelnen Medien und die ständige Erreichbarkeit die Art und Weise, wie wir leben, einschneidend verändert. Politisches Engagement und gesellschaftliche Beteiligung sind möglich, ohne das Haus zu verlassen. Dies ist keine monokausale Entwicklung durch die Erfindung des Internets. Vielmehr wird die Gesellschaft durch die Digitalisierung rapide in eine Kultur der Digitalität eingeführt, die sich in Wechselwirkung zur Politik permanent verändert.

Schülerinnen und Schüler benötigen im heutigen Informationszeitalter daher jene Kompetenzen, die früher die Leitmedien als Gatekeeper, also Filter der Informationsflut, übernommen haben, um eigenständig und kritisch entscheiden zu können, welche Informationen für sie

wichtig und vertrauenswürdig sind. Die Schülerinnen und Schüler müssen dazu befähigt werden, aus der Flut an Nachrichten relevante Informationen herauszufiltern, Fake News und Fakten zu trennen sowie sicher gesellschaftlich und politisch zu partizipieren. Die Schule muss Kinder und Jugendliche dabei unterstützen, zu ihren eigenen Gatekeepern zu werden. Flankiert von demokratischen Grundwerten eröffnen die genannten Kompetenzen ein großes Potenzial im Hinblick auf Teilhabe. Ein Mangel an Demokratieverständnis und Medienkompetenzen birgt hingegen jedoch die Gefahr, von Mensch und Maschine manipuliert und hinters Licht geführt zu werden.

Lehrkräfte sollten daher die **politischen und gesellschaftlichen Auswirkungen digitaler Medien** im Blick behalten und wissen, wie

- interessengeleitet Themen gesetzt werden.
- Algorithmen die Meinungsbildung beeinflussen.
- Fake News entstehen.
- Radikalisierung und soziale Isolation innerhalb digitaler Umgebungen entstehen.
- Künstliche Intelligenz arbeitet und die Gesellschaft verändert.

Darüber hinaus sollten Lehrkräfte Schülerinnen und Schülern vermitteln, wie **politische und gesellschaftliche Teilhabe in digitalen Medien** aussehen kann. Dabei können sie zeigen, welche Formen der Teilhabe und welche Stufen der Partizipation es gibt.

Das übergeordnete Ziel ist, dass Schülerinnen und Schüler sich notwendige Medienkompetenzen aneignen, um in digitalen Umgebungen **sicher agieren und aktiv teilhaben** zu können. Dazu gehört

- die Fähigkeit zur kritischen Reflexion der Medieninhalte.
- das Bewerten von Informationen mithilfe von Bewertungskriterien.
- das (Er-)Kennen von Gefahren.
- das Entwickeln und Anwenden von Schutzstrategien.
- die Kenntnis über vertrauenswürdige Angebote öffentlicher und/oder privater Dienste.

Die vorliegende Handreichung soll hierbei eine erste Unterstützung bieten.

3 Politische und gesellschaftliche Auswirkungen digitaler Medien

3.1 Interessengeleitete Setzung, Verbreitung und Dominanz von Themen in digitalen Umgebungen

Schon in den 1960er Jahren haben Politikwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler untersucht, inwiefern Rundfunk und Zeitungen dazu in der Lage waren, Themen im öffentlichen Diskurs zu verankern.[6] Sie stellten fest, dass die Leitmedien selten Erfolg hatten, die Gedanken ihrer Zuschauerinnen und Zuschauer beziehungsweise Leserinnen und Leser zu steuern. Dafür waren sie aber sehr erfolgreich darin, den Rezipientinnen und Rezipienten vorzugeben, worüber sie nachdachten. Damit war erwiesen, dass es Verlagen und Rundfunkkanälen gelang, die Fülle an Neuigkeiten und Informationen zu selektieren und die Auswahl für ihre Zielgruppen zu priorisieren. Journalisten fungierten dadurch als *Gatekeeper*, also als Informationsfilter für die Gesellschaft.

Der in der Medienwirkungsforschung auch als Agenda-Setting-Ansatz bezeichnete Einfluss der Massenmedien hat sich durch die Digitalisierung mittlerweile stark verändert und findet in dieser Form nicht mehr statt. Nicht nur die Menge der Informationen hat durch das Internet erheblich zugenommen. Auch die Geschwindigkeit der Verbreitung und die Verbreitungswege haben sich gewandelt und dementsprechend hat sich die Gewichtung verschoben. Das heutige Mediennutzungsverhalten hat die früheren Zielgruppen der Leitmedien fragmentiert. Die Schülerinnen und Schüler entnehmen Nachrichten immer seltener aus TV-, Radio- und Zeitungsberichten, sondern vermehrt aus Onlineportalen, Messengern und sozialen Medien.[7] Neben dieser Zersplitterung auf unterschiedliche Kanäle hat auch die Diversität der Themen zugenommen.

Diese Pluralität ermöglicht es, dass eine Vielzahl von Meinungen und Perspektiven in den öffentlichen Diskurs einbezogen werden: Alle können ihre Meinungen und Ansichten öffentlich teilen und so ergibt sich ein vielfältiges Meinungsbild. Das kann die demokratischen Kompetenzen stärken.

Die mediale Vielfalt kann aber auch dazu führen, dass sich Menschen auf bestimmte Medienkanäle und Inhalte beschränken, die ihre eigenen Meinungen und Ansichten widerspiegeln – insbesondere dann, wenn sie sich vermehrt oder ausschließlich anhand sozialer Medien informieren.[8] Dies kann zu einer Verstärkung von bestehenden Vorurteilen und dadurch dann zu einer Einschränkung der Vielfalt führen und verstärkt die Gefahr von Manipulationen. Für die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten wird es dadurch zunehmend schwerer, ihren Auftrag zur Vermittlung der demokratischen Grundwerte zu erfüllen, weil sie sich in Konkurrenz zu dieser Vielzahl von Medienangeboten und Plattformen behaupten müssen.

3.2 Algorithmen und Meinungsbildung

In der Geschichte und in der Gegenwart gibt es zahlreiche Beispiele dafür, dass Massenmedien zur Durchsetzung bestimmter Interessen missbraucht werden können. Durch digitale Medien ist die Manipulation von Nachrichten und Meinungsbildungen einfacher denn je. Gleichzeitig ist die Kontrolle und Eingrenzung von Ma-

[6] Gleich, U.: Agenda Setting in der digitalen Medienwelt. Evolution eines Ansatzes der Medienwirkungsforschung. In: Media Perspektiven 03/2029, S. 126-140. URL: https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2019/0319_Gleich.pdf (13.02.2025).

[7] Den Anstieg der Nutzung von Onlineportalen für den Konsum von Nachrichten lässt sich zum Beispiel aus einer 2022 durchgeführten Studie ableiten. Newman, N.: Overview and key findings of the 2022 Digital News Report, 15.06.2022. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/dnr-executive-summary (13.02.2025).

[8] Dies hängt auch damit zusammen, dass die sozialen Medien mithilfe von Algorithmen arbeiten.

nipulationsversuchen (zum Beispiel Fake News) in freiheitlich-demokratisch orientierten Staaten erheblich komplizierter geworden, da Manipulationen abseits der staatlichen Einflusssphäre auf multinationalen privaten Plattformen erfolgen.

Erschwerend kommt hinzu, dass *Algorithmen* diese Entwicklung zusätzlich verstärken. Ähnlich wie die Leitmedien selektieren auch Internetkonzerne wie Alphabet (Google), Apple, Amazon und Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp) aufgrund der hohen Informationsfülle, welche Inhalte am besten zu den Rezipientinnen und Rezipienten passen. Im Gegensatz zu redaktionellen Verlagen erstellen diese allerdings keine Inhalte, sondern vermitteln diese nur zwischen den Produzierenden und den Konsumierenden. Große Konzerne, wie beispielsweise die genannten, werden daher häufig als *Intermediäre* bezeichnet.

Die *Intermediäre* fungieren heute ebenfalls als *Gatekeeper*. Anders als in einer Nachrichtenredaktion kann diese Selektion jedoch nicht von Menschenhand erfolgen. Stattdessen entscheiden spezielle Software und Algorithmen, zum Beispiel aufgrund des vergangenen Mediennutzungsverhaltens, welche Suchergebnisse, Produkte oder Nachrichten für die Endkundin oder den Endkunden interessant und konsumierbar sind. Für die Konzerne steht dabei die Gewinnmaximierung an erster Stelle. Es geht also darum, die Nutzerin beziehungsweise den Nutzer möglichst lange auf den eigenen Plattformen zu halten und daraus Umsätze zu generieren. Eine neutrale und objektive Auswahl der Themen ist daher nicht zu erwarten. *Intermediäre* können daher keine verlässlichen *Gatekeeper* sein. Mithilfe der DSGVO[9] und des *Digital Market Acts* (DMA)[10] möchte die EU die Macht der Großkonzerne deshalb einschränken und sie zu mehr Transparenz zwingen. In der Realität nehmen die Umsatzriesen allerdings hohe Strafen in Kauf, um die Preisgabe ihrer Daten zu verhindern.

Die Algorithmen der Konzerne sorgen insbesondere bei Nachrichten selten für einen positiven und auf freiheitlich-demokratische Werte basierenden Newsfeed, sondern sind darauf ausgerichtet, Klickzahlen und die Verweildauer auf den Plattformen zu erhöhen. Reißerische, polarisierende und spaltende Überschriften oder Emotionen weckende Bilder erregen dabei häufiger unsere Neugierde als professionelle und ausgewogene Beiträge. Unser Mediennutzungsverhalten ist weniger durch gezieltes Suchen von Informationen geprägt, sondern verstärkt auf das *Serendipitätsprinzip*, also das zufällige Auffinden von etwas Ungesuchtem, ausgerichtet.[11]

Für Schülerinnen und Schüler ist es daher wichtig zu verstehen, dass die ihnen in digitalen Umgebungen präsentierten Inhalte nicht zwangsläufig objektiv und korrekt sind und dass sie jede Nachricht, auch die von vertrauenswürdigen Seiten, hinterfragen und überprüfen sollten.

[9] Bundesministerium der Justiz: Datenschutz-Grundverordnung. URL: https://www.bmj.de/DE/themen/digitales/digitale_kommunikation/dsgvo/dsgvo_node.html (13.02.2025).

[10] Die Bundesregierung: Gesetz über digitale Dienste und Märkte, 28.11.2022. URL: https://www.bundesregierung.de/breg-de/schwerpunkte/europa/eu-regeln-online-plattformen-1829232 (13.02.2025).

[11] Piorkowski, C. D.: Politik und digitaler Wandel. Eine neue Form der Mediendemokratie. In: Tagesspiegel, 26.02.2022. URL: https://www.tagesspiegel.de/wissen/eine-neue-form-der-mediendemokratie-7357717.html (13.02.2025).

Unterrichtsidee: Wie beeinflussen mich Content Creatorinnen und Creatoren?

Jahrgangsstufen: 7 bis Sek. II

Fächerschwerpunkt: Wirtschaft/Politik, Philosophie

Hauptintention:

Indem die Schülerinnen und Schüler gemeinsam Social-Media-Beiträge analysieren, die sie besonders beeinflusst haben, reflektieren sie ihre eigene Social-Media-Praxis und erlernen, zukünftige Beeinflussungsversuche zu erkennen und einzuordnen.

Zu vermittelnde Medienkompetenzen:

K 6 Analysieren und Reflektieren

6.1. Medien analysieren und bewerten

6.1.3. Wirkungen von Medien in der digitalen Welt (z. B. mediale Konstrukte, Stars, Idole, Computerspiele, mediale Gewaltdarstellungen) analysieren und konstruktiv damit umgehen

Entwicklung der Medienkompetenz laut Fachanforderungen:

Die Schülerinnen und Schüler können …

6.1.3. die durch Medien vermittelten Rollen- und Wirklichkeitsvorstellungen analysieren und bewerten sowie damit konstruktiv umgehen.

Arbeitsphasen:

- Die Schülerinnen und Schüler erstellen einen Steckbrief für eine Content Creatorin oder einen Content Creator, der oder dem sie besonders regelmäßig folgen.
- Im Plenum wird zunächst diskutiert, inwieweit die Content Creatorinnen und Creatoren die Schülerinnen und Schüler beeinflussen.
- Mithilfe eines Videos wird der Begriff „Influencer" eingeführt.
- Vor diesem Hintergrund wird noch einmal reflektiert, wie groß der Einfluss von Influencerinnen und Influencern ist und was mögliche Gefahren sind.

Hinweis:

- Diese Unterrichtsidee basiert auf einem Forschungsimpuls von der Medienpädagogik der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel: https://www.medienpaedagogik.uni-kiel.de/de/hinweise_links/forschungsimpulse/heute-schon-influenced-worden/ (letzter Zugriff: 13.02.2025).

Eine detaillierte Beschreibung dieser und weiterer Unterrichtsideen (auch zu anderen Themen der Medienkompetenzvermittlung) finden Sie hier: https://medienberatung.iqsh.de/medienkompetenz-vermitteln-unterrichtsideen.html. Die Unterrichtsideen sind unter der Überschrift dieser Handreichung in der Reihenfolge ihres Erscheinens im Text sortiert.

Mehr Informationen

Mehr Informationen dazu, was Algorithmen sind und wie diese funktionieren, finden sich in der Handreichung „Funktionsweise von Computern und dem Internet": https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung.html. Die Handreichungen zur Medienkompetenz werden sukzessive eingestellt.

3.3 Fake News und ihre politische und gesellschaftliche Relevanz

Fake News sind definiert als „in manipulativer Absicht verbreitete Falschmeldungen“[12]. Sie sind als solche historisch kein neues Phänomen. Innovativ hingegen ist der Verbreitungsweg vor allem durch soziale Medien. Fake News bedienen sich dabei verschiedener Mittel, um den Anschein von Seriosität zu erhalten. Die Verbreitung in Messengern durch Freunde und Bekannte sorgt für eine soziale Akzeptanz und suggeriert eine gewisse Vertrauenswürdigkeit der Nachricht. In den sozialen Medien wird dieser Effekt bewusst genutzt, indem neben den Beiträgen von bekannten Personen durch Algorithmen auch Beiträge anderer eingespielt werden.

Es gibt aber noch mehr Gründe, Fake News über soziale Medien zu streuen. Zum einen ist es für Manipulationszwecke wortwörtlich günstig, da keine Server für eigene Plattformen angemietet werden müssen. Zum anderen lässt sich eine enorme Reichweite erzielen und durch *Bots*, also computergenerierte oder gekaufte Benutzerkonten, zusätzlich verstärken.[13] Mit entsprechender Finanzierung können so auch ganze Desinformationskampagnen gesteuert werden. 2020 zeigte eine Untersuchung, dass beispielsweise mehr als ein Viertel aller Tweets zum UN-Migrationspakt von Social Bots abgesetzt wurden.[14] Besonders besorgniserregend war dabei, dass viele dieser Bots nachweislich von der AfD betrieben wurden.[15] Dieses Beispiel zeigt, wie wichtig es ist, sich mit solchen Taktiken auseinanderzusetzen, um zu verstehen, wie diese Aktivitäten manipulieren können, um bestimmte politische Agenden zu fördern.

[12] Dudenredaktion (o. J.): „Fake News“ auf Duden online. URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Fake_News (13.02.2025).

[13] Schilling, J.: Social Media: Bot or Social Bot? In: Deutschlandfunk, 03.04.2018. URL: https://www.deutschlandfunk.de/social-media-bot-or-social-bot-100.html (13.02.2025).

[14] Tagesschau.de: Mit Social Bots gegen den Migrationspakt?, 22.04.2020. URL: https://www.tagesschau.de/faktenfinder/social-bots-migrationspakt-101.html (13.02.2025).

[15] Tagesschau.de: Wenige Bots können Stimmung manipulieren, 20.04.2022. URL: https://www.tagesschau.de/faktenfinder/social-bots-109.html (13.02.2025).

Unterrichtsidee: Eigene Fake News verfassen

Jahrgangsstufen: 6 bis Sek. II
Fächerschwerpunkt: alle Gesellschaftswissenschaften, alle Sprachen

Hauptintention:
Indem die Schülerinnen und Schüler eigene Fake News verfassen, sie mit wahren Meldungen zum gleichen Thema vermischen und aus den präsentierten Ergebnissen der anderen Gruppen auswählen müssen, wobei es sich um Falschmeldungen handelt, entwickeln sie ihre Fähigkeit zur kritischen Auseinandersetzung mit Informationen weiter. Dabei erkennen sie außerdem, dass der Vergleich von Quellen Klarheit über die Realität bringt und dass die Reichweite einer Nachricht wenig über ihre Qualität aussagt, da Menschen gerne Sensationen glauben.

Zu vermittelnde Medienkompetenzen:
K1 Suchen, Verarbeiten und Aufbewahren
1.2. Auswerten und Bewerten
1.2.1. Informationen und Daten analysieren, interpretieren und kritisch bewerten
1.2.2. Informationsquellen analysieren und kritisch bewerten
K 6. Analysieren und Reflektieren
6.1. Medien analysieren und bewerten
6.1.1. Gestaltungsmittel von digitalen Medienangeboten kennen und bewerten

Entwicklung der Medienkompetenz laut Fachanforderungen:
Die Schülerinnen und Schüler können …
1.2.1. + 1.2.2. die Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit von Informationen und Daten sowie der zugehörigen Informationsquelle bewerten.
6.1.1. ästhetische, ethische und formale Kriterien zur Bewertung der Medienproduktion reflektiert und eigenständig anwenden.

Arbeitsphasen:
- Die Schülerinnen und Schüler verfassen in Kleingruppen eigene Fake News zu einem selbst gewählten Thema. Im Anschluss vermischen sie diese mit wahren Meldungen zum gleichen Thema.
- Die anderen Kleingruppen müssen erraten, bei welchen Meldungen es sich um die Falschmeldungen handelt.

Tipps für verschiedene Altersgruppen

Da Fake News sich oft auch anhand von strukturellen Merkmalen erkennen lassen (zum Beispiel übermäßiger Gebrauch bestimmter Interpunktionszeichen), kann die Schwierigkeit dieser Aufgabe für verschiedene Jahrgangsstufen differenziert werden. Für jüngere Schülerinnen und Schüler sollten diese Merkmale eingebaut werden, während ältere Schülerinnen und Schüler gegebenenfalls bereits anhand inhaltlicher Merkmale eine Falschmeldung erkennen können.

Mehr Informationen

Weitere Möglichkeiten, um den Umgang mit Fake News, aber auch Bildmanipulation und Werbung im Internet zu üben, bieten der SWR Fakefinder (https://swrfakefinder.de/, 13.02.2025) für die Sekundarstufe I beziehungsweise der SWR Fakefinder Kids (https://kids.swrfakefinder.de/, 13.02.2025) für die Grundschule.

Darüber hinaus sorgen Algorithmen in sozialen Netzwerken dafür, dass einzelnen Benutzerinnen und Benutzern mehr und mehr Inhalte präsentiert werden, die mithilfe von Informationen (wie zum Beispiel Klickverhalten und Standort) auf ihre Vorlieben und Interessen abgestimmt werden. Die Inhalte sind also nicht mehr neutral oder

ausgewogen. Dadurch kann eine sogenannte Filterblase entstehen, die noch dadurch verstärkt werden kann, dass Menschen oft nach Bestätigung ihrer eigenen Meinungen und Vorurteile suchen und in ihrem sozialen Umfeld und in Online-Communities nur noch mit Menschen interagieren, die ähnliche Meinungen und Vorlieben haben. Eine *Filterblase* kann demnach auch zu einer *Echokammer* werden, in der Gleichgesinnte sich permanent gegenseitig in ihren Ansichten stützen.[16]

Dies kann dann zu einer verzerrten Wahrnehmung des öffentlichen Meinungsbildes führen: Die Wirklichkeit und der politische Konsens werden völlig anders wahrgenommen. Auf diese Weise kann mitunter eine Abkapselung von der Gesellschaft erfolgen, was wiederum die Anfälligkeit für Radikalisierung erhöht.

3.4 Radikalisierung und soziale Isolation

Es klingt zunächst paradox, aber eine zunehmend vernetzte Welt kann in Einzelfällen eine Ausgrenzung aus der Gesellschaft befördern. So zum Beispiel bewirken die schon genannten Echokammern, dass man gar nicht mehr mit anderen Ansichten konfrontiert wird und – womöglich verstärkt durch gezielte Desinformationskampagnen – in seinen Ansichten immer weiter radikalisiert wird. Algorithmen können diesen Prozess beschleunigen, indem sie immer extremere Inhalte vorschlagen, so zum Beispiel der YouTube-Algorithmus: „Wenn man sich [bei YouTube] ein sachliches Video über den Holocaust anschaute, wurden mehrere weitere Videos empfohlen, die immer extremer wurden, und innerhalb einer Kette von etwa fünf Videos wurde in der Regel automatisch ein Video abgespielt, das die Existenz des Holocaust leugnete."[17]

Besonders gefährlich wird es, wenn Einzelpersonen sich auf diese Weise zunehmend von der Gesellschaft entfremden und von algorithmisierten Beiträgen sowie vermeintlich Gleichgesinnten manipuliert werden. Ein Beispiel hierfür sind die Videos des Amerikaners Alex Jones und seiner Webseite „InfoWars", einem rechtsradikalen Onlineportal, auf dem er Verschwörungstheorien verbreitet und zum Beispiel behauptet, „dass das Massaker in Sandy Hook von 2012 vorgetäuscht war und dass die trauernden Eltern Lügner seien"[18]. Johann Hari schreibt, dass YouTube diese Videos 15 Milliarden Mal weiterempfohlen hat und verweist auf eine Studie zur Radikalisierung weißer Nationalisten in den USA, die zeigt, dass insbesondere YouTube diese extrem beeinflusst hat.[19]

Soziale Netzwerke wie Instagram, Facebook und Co. fördern zudem ungesunde und psychisch schädliche Verhaltensweisen, weil sie uns mit Belohnungen wie „Likes" der anderen Userinnen und User dazu bringen, diese Netzwerke möglichst häufig aufzusuchen, was viel Zeit bindet und von anderen Aktivitäten ablenkt.[20] Der durch die gesammelten Likes erzeugte Eindruck von Beliebtheit in sozialen Medien sorgt außerdem dafür, dass wenige Personen, die dem gesellschaftlichen Idealbild entsprechen, eine Überhöhung des eigenen Selbstbildes erfahren, während andere vergeblich um soziale Anerkennung kämpfen und sich nicht wahrgenommen fühlen.[21] Dieses Gefühl von Ablehnung des Einzelnen gefährdet auch den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Zudem senkt die räumliche Distanz und die vermeintliche Anonymität im Netz Hemmschwellen. Beleidigungen, Drohungen und sogar Volksverhetzung haben in digitalen Räumen derart überhandgenommen, dass 2017 mit dem *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* (NetzDG)[22] die Löschung solcher Beiträge in sozialen Netzwerken und eine einfachere Strafverfolgung im Anschluss ermöglicht wurden.

---

[16] Kolonko, S.: Fake News – die Macht der Falschmeldungen. In: Planet Wissen, 26.04.2021. URL: https://www.planet-wissen.de/kultur/medien/fake_news/index.html (13.02.2025). Vgl. außerdem Mebis Magazin: Fake News und Filterblasen, 28.06.2021. URL: https://mebis.bycs.de/beitrag/fake-news-und-filterblasen (13.02.2025).

[17] Hari, J.: Abgelenkt. Wie uns die Konzentration abhandenkam und wie wir sie zurückgewinnen. München, 2022. S. 145-146.

[18] Hari, J.: Abgelenkt. Wie uns die Konzentration abhandenkam und wie wir sie zurückgewinnen. München, 2022. S. 146.

[19] Hari, J.: Abgelenkt. Wie uns die Konzentration abhandenkam und wie wir sie zurückgewinnen. München, 2022. S. 146.

[20] Hari, J.: Abgelenkt. Wie uns die Konzentration abhandenkam und wie wir sie zurückgewinnen. München, 2022. S. 142.

[21] Rövekamp, M.: Einsamkeit im Digitalen: Vernetzt – und doch allein. In: Tagesspiegel, 24.06.2019. URL: https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/vernetzt--und-doch-allein-6607642.html (13.02.2025).

[22] Bundeszentrale für politische Bildung: Gegen den Hass im Netz, 06.02.2018. URL: https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/netzdebatte/264098/gegen-den-hass-im-netz / (13.02.2025).

3.5 Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet ein Gebiet der Informatik, das sich auf die Entwicklung von Systemen konzentriert, die Aufgaben erfüllen können, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern, wie zum Beispiel das Lernen und Verstehen von Sprache, die Wahrnehmung von Umgebungen oder die Lösung komplexer Probleme.

Die potenziellen gesellschaftlichen und politischen Auswirkungen der KI sind enorm – sowohl in positiver als auch negativer Hinsicht: So kann KI große Datenmengen schneller und genauer verarbeiten als der Mensch und ist einigen Fehlerquellen wie Müdigkeit oder Ablenkung nicht ausgesetzt. Auf der anderen Seite birgt der Einsatz von KI aber auch Risiken. So können KI-Systeme ihre eigenen Arten von Fehlern machen. Sie liefern eventuell unerwartete Ergebnisse, wenn sie mit Daten oder Situationen konfrontiert werden, die ihnen aus dem Training nicht bekannt sind. Außerdem kann es passieren, dass sie sogenannte Biases, also Vorurteile und kognitive Verzerrungen, reproduzieren und verstärken, wenn die Daten, mit denen sie trainiert wurden, diese enthalten.

Deshalb ist es wichtig, KI-Systeme nicht nur zu überwachen und zu regulieren, sondern sich zudem einen Überblick darüber zu verschaffen, wie das jeweilige System trainiert wurde und wie es Entscheidungen trifft. Dieses Wissen ist entscheidend, um die Qualität der Ergebnisse und der potenziellen Auswirkungen einschätzen zu können. Hier stößt man allerdings auf die Schwierigkeit, dass viele KI-Systeme „Black Boxes" sind, das heißt, dass die Mechanismen ihrer Entscheidungsfindung nicht nachvollziehbar sind: Nur Eingaben und Ausgaben sind sichtbar, der Prozess dazwischen bleibt aber unklar. So verhält es sich zum Beispiel bei tiefen neuronalen Netzwerken, die aus vielen Schichten von Neuronen bestehen, welche Daten verarbeiten und transformieren. Obwohl die Entwicklerinnen und Entwickler die Struktur des Netzwerks und die Art und Weise, wie die Neuronen miteinander interagieren, bestimmen, kann das resultierende Modell Millionen von Parametern haben und hochkomplexe Muster in den Daten lernen. Dies kann dazu führen, dass die spezifische Entscheidungslogik des Modells – also warum es eine bestimmte Vorhersage für eine bestimmte Eingabe macht – nicht mehr nachzuvollziehen ist.

Daher müssen zum Einsatz von KI insbesondere ethische Fragen gestellt werden: Wenn solche KI-Systeme etwa verwendet werden, um automatisierte Entscheidungen zu treffen, die erhebliche Auswirkungen auf die Menschen haben können, zum Beispiel in Bezug auf Kreditvergabe oder Personalentscheidungen, wie kann dann sichergestellt werden, dass diese automatisierten Entscheidungen fair und transparent sind und dass die Rechte der betroffenen Personen geschützt sind? Dazu kommt die Frage, wer verantwortlich ist, wenn ein KI-System einen Fehler macht oder Schaden verursacht? In welchen Bereichen dürfen solche Systeme überhaupt zum Einsatz kommen?

Ein weiterer gesellschaftlich relevanter Aspekt ist der des Datenschutzes: KI-Systeme werden oft mit großen Mengen von Daten trainiert und diese Daten können persönliche oder sensible Informationen enthalten. Wie wird sichergestellt, dass anonymisierte Trainingsdaten nicht durch Verknüpfung mit anderen Datenquellen de-anonymisiert werden? Und inwiefern haben Nutzerinnen und Nutzer die Kontrolle darüber, wie die KI mit den von ihnen eingegebenen Daten umgeht?

Um den genannten Herausforderungen begegnen zu können und einen verantwortungsvollen Umgang mit KI-Systemen sicherzustellen, ist eine informierte und aufgeklärte Gesellschaft die entscheidende Voraussetzung. Es muss eine gesellschaftliche Debatte darüber geben, wie gewährleistet werden kann, dass die Entwicklung und Anwendung von KI den Interessen aller dient und dass ihre Vorteile allen zugutekommen.

Mehr Informationen

Weitere Informationen zu KI-Sprachmodellen, wie zum Beispiel ChatGPT, und ihrem Einsatz im Unterricht erhalten Sie in der Handreichung zu KI des schleswig-holsteinischen Bildungsministeriums (https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung/id-0935-4638.html, 13.02.2025) sowie in der Handreichung „Recherchieren: suchen und finden, bewerten und filtern": https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung.html.

4 Potenziale gesellschaftlicher und politischer Teilhabe in digitalen Umgebungen

4.1 Formen politischer und gesellschaftlicher Teilhabe in digitalen Umgebungen

4.1.1 Politische Teilhabe

Untersuchungen in Deutschland zur politischen Beteiligung junger Menschen haben gezeigt, dass digitale Instrumente nur dann langfristigen Erfolg haben, wenn sie mit Offline-Beteiligung gekoppelt werden.[23] Das Beispiel *Fridays for Future* zeigt, dass Bewegungen in digitalen Umgebungen entstehen können, aber nur dann nachhaltig sind, wenn diesen Aktionen in der realen Welt vorausgehen oder folgen.

Politische Teilhabe in digitalen Räumen lässt sich nur schwer kategorisieren. An der Universität Münster konnten jedoch vier wesentliche Formen von Online-Beteiligung identifiziert werden, zwischen denen die Grenzen oft fließend sind[24]:

Direktdemokratische Beteiligung

Unter die Instrumente der direktdemokratischen Beteiligung fällt beispielsweise eine Beteiligung an kommunalen Online-Bürgerhaushalten. Während Bürgerinnen und Bürger in Deutschland bei der Haushaltsgestaltung in der Regel nur Einsicht nehmen oder beraten dürfen, existiert in einzelnen Kommunen ein Bürgerbudget, über dessen Verwendung die Einwohnerinnen und Einwohner der Kommune entscheiden dürfen.

Ein weiteres Beispiel sind Online-Petitionen. Unterschriftensammlungen sind ein klassisches Werkzeug, um einem Thema oder einer Meinung Bedeutung zu verleihen. Oftmals sind sie auch eine notwendige Voraussetzung, um politische Prozesse in Gang zu setzen, beispielsweise bei der Gründung einer Partei. E-Petitionen haben den Vorteil, dass nicht physisch „auf der Straße" und unter großem Zeitaufwand um Unterstützung gebeten werden muss. Zudem ist die Reichweite einer E-Petition nicht regional begrenzt, sodass im gesamten für den Anlass wichtigen Raum nach Unterstützerinnen und Unterstützern gesucht werden kann.

Mit der Partizipations-App „PLACEm" (https://www.placem.de/; letzter Zugriff: 13.02.2025) können sowohl auf politischer als auch auf gesellschaftlicher Ebene ein Austausch und das Voranbringen gemeinsamer Projekte auf lokaler Ebene erfolgen. Die sogenannten „Places" können nicht nur von Bürgerinnen und Bürgern gegründet werden, sondern auch aus der Kommunalverwaltung stammen.

Repräsentative Beteiligung

Volksvertreterwahlen wie die Bundestags-, die Landtags- oder die Kommunalwahl sind nach deutschem Recht aktuell nicht online durchführbar. Derzeit ist nicht ersichtlich, wie eine allgemeine, freie und geheime Wahl über das Internet gewährleistet werden könnte. Wahlen mit geringerem Sicherheitsanspruch, wie beispielsweise Personalratswahlen innerhalb eines Unternehmens, sind aber sehr wohl umsetzbar. Zudem kann über Angebote wie den „Wahl-o-Mat" online eine Hilfestellung zur Wahlentscheidung genutzt werden.

Eine Mischung aus direktdemokratischer und repräsentativer Beteiligung ist die Software „LiquidFeedback". Diese Software soll die Entscheidungsfindung beziehungs-

[23] Kersting, N., Jacobsen, P.: Warum die erzwungene Digitalisierung scheiterte. Demokratischer Lockdown. In: Katapult 26/2022, S. 42-47.

[24] Kersting, N.: Online-Partizipation und Medienkompetenz: Kann man Netiquette lernen? In: Bundeszentrale für politische Bildung, 09.10.2027. URL: https://www.bpb.de/shop/buecher/schriftenreihe/medienkompetenz-schriftenreihe/257595/online-partizipation-und-medienkompetenz-kann-man-netiquette-lernen/ (13.02.2025).

weise Meinungsbildung in Gruppen vereinfachen und dabei mithilfe bestimmter Strukturen zum Beispiel dafür sorgen, dass Minderheiten nicht unfair behandelt werden. Zu den Erstnutzenden der Software gehörte die Berliner Piratenpartei.[25]

Deliberative Beteiligung

Hierunter sind vor allem Online-Konferenzen zu verstehen, die insbesondere während der Corona-Pandemie als Ersatz für Bürgerversammlungen angeboten wurden. Die Teilnahme an Jugendparlamenten oder Beiräten, die offen online tagen, fallen ebenfalls unter die deliberative Beteiligung.

Demonstrative Beteiligung

Demonstrativ sind alle Onlineformate, in denen die eigene Meinung zu einem politischen Thema kundgetan werden kann. Darunter fallen zum Beispiel Kommentare zu Artikeln von Online-Zeitungen, Beiträge in sozialen Netzwerken oder digitale Flashmobs. So ist auch die direkte Kontaktaufnahme zu Volksvertretern über E-Mail oder soziale Medien möglich.

Unterrichtsidee: Medien und politische Meinungsbildung

Jahrgangsstufen: 8 bis Sek. II
Fächerschwerpunkt: alle Gesellschaftswissenschaften, insbesondere Wirtschaft/Politik und Geschichte

Hauptintention:
Anhand des Rezo-Videos „Die Zerstörung der CDU" und der öffentlichen Reaktionen darauf analysieren und reflektieren die Schülerinnen und Schüler die Wirkung von Influencerinnen bzw. Influencern und digitalen Plattformen auf die politische Meinungsbildung in Politik und Gesellschaft.

Zu vermittelnde Medienkompetenzen:
K 6 Analysieren und Reflektieren
- 6.1. Medien analysieren und bewerten
  - 6.1.2. Interessengeleitete Setzung, Verbreitung und Dominanz von Themen in digitalen Umgebungen erkennen und beurteilen
  - 6.1.3. Wirkungen von Medien in der digitalen Welt (z. B. mediale Konstrukte, Stars, Idole, Computerspiele, mediale Gewaltdarstellungen) analysieren und konstruktiv damit umgehen
- 6.2. Medien in der digitalen Welt verstehen und reflektieren
  - 6.2.5. Die Bedeutung von digitalen Medien für die politische Meinungsbildung und Entscheidungsfindung kennen und nutzen

Entwicklung der Medienkompetenz laut Fachanforderungen:
Die Schülerinnen und Schüler können …
- 6.1.2. Wirkung und Einfluss medialer Produkte auf die Gesellschaft und das eigene Handeln bewerten.
- 6.1.3. die durch Medien vermittelten Rollen- und Wirklichkeitsvorstellungen analysieren und bewerten sowie damit konstruktiv umgehen.
- 6.2.5. die Bedeutung digitaler Medien für die politische Meinungsbildung und Entscheidungsfindung benennen.

[25] Wikipedia – Die freie Enzyklopädie: „LiquidFeedback", 03.09.2020. URL: https://de.wikipedia.org/wiki/LiquidFeedback (13.02.2025).

Arbeitsphasen:

- Die Schülerinnen und Schüler schauen Ausschnitte des Videos „Die Zerstörung der CDU“: https://www.youtube.com/watch?v=4Y1lZQsyuSQ (13.02.2025).
- Es wird diskutiert, ob die Argumente glaubwürdig sind und ob Rezo parteiisch ist.
- Die Ausschnitte des Videos werden in Bezug auf Stilmittel und Kommunikationsweise genauer untersucht (Sound, Sprache, Bildsprache, Mimik, Gestik, weitere Stilmittel) und deren Beitrag zur Glaubwürdigkeit des Videos diskutiert.
- In einer weiteren Arbeitsphase beschäftigen sich die Schülerinnen und Schüler mit der Rezeption. Sie recherchieren die öffentliche Wahrnehmung des Videos.

Eine detaillierte Beschreibung dieser und weiterer Unterrichtsideen (auch zu anderen Themen der Medienkompetenzvermittlung) finden Sie hier: https://medienberatung.iqsh.de/medienkompetenz-vermitteln-unterrichtsideen.html (13.02.2025). Die Unterrichtsideen sind unter der Überschrift dieser Handreichung in der Reihenfolge ihres Erscheinens im Text sortiert.

4.1.2 Gesellschaftliche Teilhabe

Mithilfe digitaler Medien kann auch die gesellschaftliche Teilhabe gestärkt werden. Während einige Formen der politischen Online-Beteiligung auch in gesellschaftlichen Kontexten relevant sein können, zum Beispiel die demonstrative Beteiligung, gibt es weitere Bereiche, in denen digitale Medien einen Beitrag zu gesellschaftlicher Teilhabe leisten können.

Digitale Bildung und New Work

Digitale Medien eröffnen neue Formen der gesellschaftlichen Teilhabe. Das Lernen in Distanz hat gezeigt, dass auch im digitalen Raum guter Unterricht möglich ist. Die digitale Durchführung von Lernangeboten vereinfacht den Zugang zu diesen nicht nur, da zum Beispiel An- und Abreise entfallen, sondern sorgt zudem durch ihre asynchrone Verfügbarkeit für mehr Flexibilität, zum Beispiel für Personen mit Care-Verpflichtungen, die Weiterbildungen nicht zu jeder Zeit wahrnehmen können. Insbesondere Massive Open Online Courses (MOOCs) und Selbstlernkurse stehen häufig zeitungebunden zur Verfügung.

Im beruflichen Kontext wurde durch die pandemiebedingte Erweiterung von Heimarbeitsmodellen die Möglichkeit zur Teilhabe ebenfalls erheblich verstärkt. Das sogenannte „Home Office“ ermöglicht in einzelnen Branchen das ortsunabhängige Arbeiten und stärkt die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Das Ergebnis dieser Entwicklungen im Arbeitskontext wird mitunter auch als „New Work“ bezeichnet.

Communitys, Vereine und Co.

Das Internet deckt die gesamte Bandbreite von Interessen ab. Zu jedem spezifischen Thema existieren Expertengruppen, in denen ein Austausch mit Gleichgesinnten möglich ist. Der Ort der Community kann dabei von Foren über soziale Netzwerke, Videoplattformen oder Ähnliches divergieren. Auch das Vereinswesen hat durch das Internet eine Stärkung erlebt. Einerseits sind neue Arten von Verbänden entstanden, beispielsweise E-Sport-Vereine. Andererseits wurde die Arbeit internationaler Initiativen, zum Beispiel von NGOs wie Greenpeace oder von Spendenorganisationen wie dem WWF, durch die Digitalisierung erleichtert.

Diklusion

Digitale Umgebungen bieten kranken und körperlich eingeschränkten Personen ein gewisses Maß an gesellschaftlicher Teilhabe. Im schulischen Bereich wird so beispielsweise schwer erkrankten Kindern der Zugang zu Bildung ermöglicht. Für die betroffenen Kinder können zum Beispiel mit Lichtsignalen, Mikrofon, Lautsprecher und 360°-Kamera ausgestattete Avatare aufgestellt werden, um einen nahezu vollwertigen virtuellen Besuch der Schule möglich zu machen.

Mehr Informationen

Weitere Hinweise zum Einsatz von Avataren in Schleswig-Holstein finden sich unter https://medienberatung.iqsh.de/avatar.html (13.02.2025).

Crowdfunding und Crowdsourcing

Wer aus wirtschaftlichen Gründen keinen Kredit, zum Beispiel für eine Geschäftsidee, erhält, verfügt dank *Crowdfunding*-Plattformen über eine alternative Finanzierungsoption, bei der das Geld von vielen Kleinanlegern eingesammelt wird. Hat das Vorhaben Erfolg, wird das Geld entsprechend verzinst zurückgezahlt. Damit kann die Benachteiligung, die durch hohe Eigenkapitalforderungen der Banken entstehen, für weniger vermögende Bevölkerungsschichten ausgeglichen werden. Mittlerweile werden diese Plattformen auch für die Bewältigung persönlicher Ausgaben, zum Beispiel medizinischer Natur, genutzt, die die betreffenden Personen selbst nicht aufbringen können. In diesen Fällen handelt es sich also eher um Spenden als um Investitionen in ein unternehmerisches Vorhaben.

Crowdsourcing bezeichnet die freiwillige und kooperative Erledigung von Aufgaben durch eine Masse von Personen. Auf diesem Wege wird beispielsweise Open-Source-Software realisiert. Streng genommen wird in der Definition von Crowdsourcing ein monetärer Vorteil des Auftraggebers einbezogen. Spielehersteller veröffentlichen beispielsweise Beta-Versionen ihrer Spiele und profitieren dadurch von den kostenlosen Rückmeldungen der Spielerinnen und Spieler. Positiv betrachtet lässt sich Crowdsourcing jedoch als Online-Gemeinschaftsarbeit verstehen. In der Schule kann diese Vorgehensweise beispielsweise durch *Peer-Reviewing* umgesetzt werden. Statt die Lehrkraft Arbeitsergebnisse kontrollieren zu lassen, korrigieren sich die Schülerinnen und Schüler nach Erledigung einer Aufgabe gemeinschaftlich selbst.

4.2 Stufenleiter der digitalen Partizipation

Ohne entsprechende Medienkompetenzen werden Schülerinnen und Schüler beim Surfen durch das Internet weitestgehend fremdbestimmt. Oftmals haben sie dabei das Gefühl, selbstständig über die Inhalte entscheiden zu können, obwohl Algorithmen im Hintergrund die Auswahl zielgerichtet steuern. Zudem haben die Schülerinnen und Schüler nicht die Möglichkeit, das volle Potenzial der Medien und des Internets auszuschöpfen.

Werden die Medienkompetenzen der Schülerinnen und Schüler hingegen ausgebildet, wird ihnen eine selbstbestimmte Partizipation ermöglicht. Diese kann passiv erfolgen, indem die Schülerinnen und Schüler digitale Umgebungen zum Erhalt von Nachrichten und Informationen nutzen (Inhalte konsumieren). Sie können sich in einem weiteren Schritt jedoch auch dazu entscheiden, aktiv mitzugestalten. Dies kann zum einen über das gezielte Teilen von Inhalten geschehen (Inhalte teilen), sich zum anderen aber auch über das Erstellen und Posten von eigenen Inhalten (Inhalte produzieren) äußern sowie über die Beteiligung an politischen oder gesellschaftlichen Projekten (aktives Partizipieren).

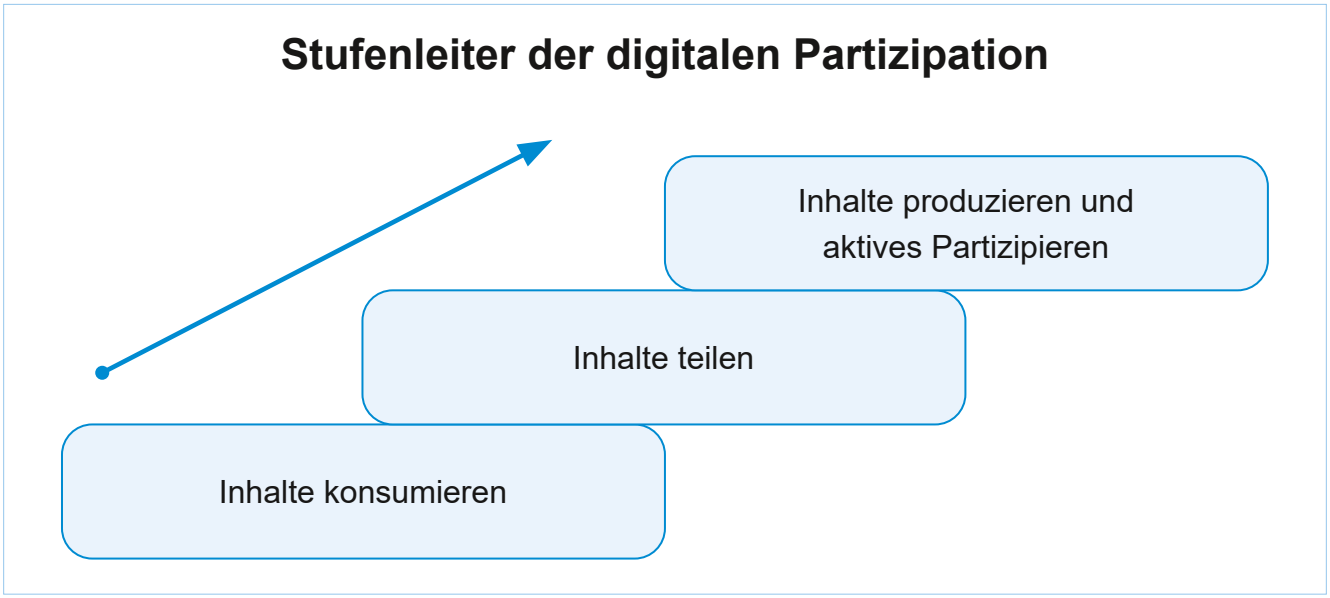

Abbildung 2: Stufenleiter der digitalen Partizipation

5 In digitalen Umgebungen sicher agieren

5.1 Vertrauenswürdige Angebote öffentlicher und privater Dienste kennenlernen und nutzen

Um Beeinflussungen durch Falschnachrichten und durch auf Algorithmen basierende Newsfeeds zu umgehen, sollten die Schülerinnen und Schüler vertrauenswürdige Angebote kennen und gezielt nutzen. Obwohl der Fall Claas Relotius gezeigt hat, dass auch seriöse Verlage nicht von falschen Berichterstattungen verschont bleiben, können die Schülerinnen und Schüler bei den folgenden überregionalen Beispielen (mit Ausnahme der parteipolitischen Angebote) eine weitestgehend neutrale Berichterstattung erwarten. Diese Liste ist aber auf keinen Fall als Whitelist zu verstehen und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Im Fokus sollte weiterhin die Befähigung der Schülerinnen und Schüler zur eigenständigen kritischen Nutzung der Medien stehen.

Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

- Phoenix. URL: https://www.phoenix.de/ (13.02.2025).
- Tagesschau. URL: https://www.tagesschau.de/ (13.02.2025).
- ZDFheute. URL: https://www.zdf.de/nachrichten (13.02.2025).
- Deutsche Welle. URL. https://www.dw.com/de/themen/s-9077 (13.02.2025).
- Deutschlandfunk. URL: https://www.deutschlandfunk.de/ (13.02.2025).

Parlamentarische Angebote

- Das Portal zur Europäischen Union. URL: https://european-union.europa.eu/index_de (13.02.2025).
- Deutscher Bundestag. URL: https://www.bundestag.de/ (13.02.2025).
- Landesportal Schleswig-Holstein. URL: https://www.schleswig-holstein.de/DE/landesportal/landesportal_node.html (13.02.2025).

Bundes- und Landesanstalt für politische Bildung

- Bundeszentrale für politische Bildung. URL: https://www.bpb.de/ (13.02.2025).
- Landesbeauftragter für politische Bildung. URL: https://www.politische-bildung.sh/ (13.02.2025).

Angebote privater Dienstleister (teilweise mit Werbung)

- Redaktionsnetzwerk Deutschland. URL: https://www.rnd.de/ (13.02.2025).
- Der Spiegel. URL: https://www.spiegel.de/ (13.02.2025).
- Frankfurter Allgemeine. URL: https://www.faz.net/aktuell/ (13.02.2025).
- Zeit Online. URL: https://www.zeit.de/index (13.02.2025).
- Süddeutsche Zeitung. URL: https://www.sueddeutsche.de/ (13.02.2025).
- Handelsblatt. URL: https://www.handelsblatt.com/ (13.02.2025).
- taz. URL: https://taz.de/ (13.02.2025).

Angebote von Non-Profit-Organisationen

- Abgeordnetenwatch. URL: https://www.abgeordnetenwatch.de/ (13.02.2025).
- Netzpolitik. URL: https://netzpolitik.org/ (13.02.2025).

Parteipolitische Angebote

- SPD. URL: https://www.spd.de/ (13.02.2025).
- CDU. URL: https://www.cdu.de/ (13.02.2025).
- Bündnis 90/Die Grünen. URL: https://www.gruene.de/ (13.02.2025).
- Frei Demokraten. FDP. URL: https://www.fdp.de/ (13.02.2025).

- AfD. URL: https://www.afd.de/ (13.02.2025).
- Die Linke. URL: https://www.die-linke.de/start/ (13.02.2025).
- SSW. URL: https://www.ssw.de/ (13.02.2025).

Die hier aufgeführten Parteien sind im Sinne des Beutelsbacher Konsens all diejenigen, die im deutschen Bundestag und/oder im Schleswig-Holsteinischen Landtag vertreten sind.[26]

5.2 Bewerten von Informationen und Bewertungskriterien

Um über die Objektivität und Vertrauenswürdigkeit einer Information entscheiden zu können, sollten die Schülerinnen und Schüler Bewertungskriterien kennen, welche sie als Maßstab anlegen können.

Im Unterricht

Material hierzu findet sich zum Beispiel bei der Vielfalt Mediathek: Faktencheck. Wie erkenne ich Fake News? URL: https://www.vielfalt-mediathek.de/wp-content/uploads/2022/05/Hass-im-Netz_Faktencheck-Wie-erkenne-ich-Fake-News.pdf (13.02.2025).

Die folgenden Kriterien eignen sich neben dem Entlarven von Fake News auch als Grundlage für die Erstellung eigener Beiträge.

Seriosität der Autorin beziehungsweise des Autors

Wer ist die Autorin beziehungsweise der Autor des Beitrags (Text, Video, und so weiter) und welchen Hintergrund hat die Person? Steht die Autorin beziehungsweise der Autor beispielsweise einer Organisation oder einer Partei nahe oder ist sie beziehungsweise er eine renommierte Hochschulprofessorin beziehungsweise ein Hochschulprofessor? Welche wirtschaftlichen oder politischen Beweggründe könnte sie beziehungsweise er haben? Gibt es auf der Website, auf der der Beitrag veröffentlicht wurde, ein Impressum mit Ansprechperson, falls keine Autorin beziehungsweise kein Autor genannt wurde? Bei anonymen Beiträgen ist Vorsicht geboten.

Aktualität der Meldung

Von wann ist die Nachricht? Passen die Informationen tatsächlich in den Kontext? Oft wird Bezug auf alte Nachrichten genommen, um aktuellen Ereignissen eine größere Brisanz zu verleihen.

Faktencheck

Sind die genannten Zahlen und Angaben tatsächlich korrekt? Sind Veränderungen oder Manipulationen vorgenommen worden? Handelt es sich eventuell nur um gefühlte Fakten? Die Grundlage der genannten Zahlen sollte daher überprüft werden.[27]

Wo wurde die Information erstmalig veröffentlicht?

Stammt die Meldung von einem seriösen Zeitungsverlag, einer Klatschzeitung oder einem bekannten rechtsextremen Blog? Gibt es Hinweise auf unseriöse Praktiken wie beispielsweise reißerische Überschriften, Cliffhanger im Artikel oder übermäßig viel Pop-up-Werbung? Insbesondere bei weitergeleiteten Beiträgen sollte deren Ursprung nachvollzogen werden, auch dann, wenn man die weiterleitende Person gut kennt.

Professionalität des Beitrags

Ist der Artikel sachlich und frei von Rechtschreibfehlern? Oder ist er in der Tonalität vielmehr emotional oder gar aggressiv? Werden durch den Inhalt und den Schreibstil bewusst Ängste geschürt? In diesem Fall ist bei dem Bericht Vorsicht geboten.

[26] Bundeszentrale für politische Bildung: Beutelsbacher Konsens, 07.04.2011. URL: https://www.bpb.de/die-bpb/ueber-uns/auftrag/51310/beutelsbacher-konsens/ (13.02.2025).

[27] Webseiten, Apps und Suchmaschinen, die beim Faktencheck helfen können, sind hier zu finden: URL: https://www.planet-wissen.de/kultur/medien/fake_news/fake-news-erkennen-102.html (13.02.2025).

Format der Nachricht

Handelt es sich um einen privaten Tweet, eine an die Öffentlichkeit gelangte E-Mail, einen Wikipedia-Eintrag oder einen Nachrichtenartikel? Handelt es sich um eine Quelle oder geht es um Informationen aus zweiter oder dritter Hand? Je nach Format kann die Glaubwürdigkeit der Nachricht unterschiedlich hoch sein.

Herkunft und Glaubwürdigkeit der Quelle(n)

Sind eine oder idealerweise mehrere Quellen angegeben (wie beispielsweise im Text zitierte Studien)? Funktionieren die Links und ist/sind die Quelle(n) seriös (siehe Seriosität der Autorin beziehungsweise des Autors)? Ist die Quelle akkurat wiedergegeben worden oder wurden Teile der Informationen bewusst ausgelassen oder manipuliert? Schreiben oder sprechen auch weitere Verlage und/oder Institutionen über das gleiche Ereignis? Lassen sich viele Quellen verifizieren, spricht dies für eine vertrauenswürdige Nachricht.

Ausgewogene Berichterstattung

Kommen verschiedene Personen oder Parteien zu Wort? Werden verschiedene Sichtweisen auf das Ereignis beleuchtet? Werden Pro- und Kontra-Argumente zur Thematik benannt? Eine einseitige Berichterstattung sollte als Meinung oder Kommentar gekennzeichnet sein. Erhebt der Beitrag dennoch den Anspruch, objektiv oder wahr zu sein, spricht dies nicht für dessen Seriosität.

Manipulation von Bild und Video

Wird die Meldung durch aussagekräftige Bilder unterfüttert? Passt das Bildmaterial zum Ereignis oder handelt es sich hierbei um andere Vorfälle? Wird die Herkunft der Medien benannt? Sind Bild- und Videomaterial in irgendeiner Weise bearbeitet oder manipuliert worden? Sind beispielsweise Teile des Bildes entfernt oder neue Objekte und/oder Personen hinzugefügt worden? Handelt es sich um Aufnahmen, die bewusst Emotionen wecken sollen? Gibt es gegebenenfalls sogar Bilder, die aus anderen Perspektiven die gleiche Situation zeigen? Inwiefern verändert dies die Bedeutung der ursprünglichen Meldung? Bilder erwecken schnell den Eindruck, die Realität abzubilden. Insbesondere durch die modernen Möglichkeiten zu ihrer Manipulation trifft dies aber nicht unbedingt zu.

Wer ist die Zielgruppe?

An wen richtet sich die Nachricht? Werden die Rezipientinnen und Rezipienten direkt angesprochen? Richtet sich die Autorin beziehungsweise der Autor an einen bestimmten Personenkreis und/oder schließt sie beziehungsweise er andere Gruppen bewusst aus? Nutzt die Autorin beziehungsweise der Autor Verallgemeinerungen oder bedient sie beziehungsweise er sich an Vorurteilen? In diesem Fall ist ebenfalls Vorsicht geboten.

Mehr Informationen

Die Handreichung „Recherchieren: suchen und finden bewerten und filtern" bietet ebenfalls Informationen zur Bewertung von Quellen sowie Hinweise zum Suchen im Internet mithilfe von KI: https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung.html.

5.3 Gefahren (er-)kennen

Cyberkriminalität

Die Kriminalität in digitalen Umgebungen ist in Deutschland auf einem sehr hohen Niveau. Da viele Fälle gar nicht zur Anzeige kommen, geht das Bundeskriminalamt zudem von einer hohen Dunkelziffer aus. Die Aufklärungsquote war 2021 hingegen mit ca. 30 % vergleichsweise niedrig, denn der „Tatort" ist häufig weit entfernt vom „Taterfolgsort". Das Bundeskriminalamt arbeitet daher eng mit Europol und Interpol zusammen, weil die Täterinnen und Täter oft aus dem Ausland agieren.[28]

[28] Bundeskriminalamt: BKA verzeichnet neuen Höchstwert bei Cyber-Straftaten – Bundeslagebild Cybercrime 2021 veröffentlicht, 09.05.2022. URL: https://www.bka.de/DE/Presse/Listenseite_Pressemitteilungen/2022/Presse2022/220509_PM_CybercrimeBLB.html (13.02.2025). sowie Bundeskriminalamt: Veröffentlichung Bundeslagebild: über 130.000 Fälle von Cybercrime in 2022, 16.08.2023. URL: https://www.bka.de/DE/Presse/Listenseite_Pressemitteilungen/2023/Presse2023/230816_PM_BLB_Cybercrime.html (13.02.2025).

Das größte Sicherheitsrisiko ist dabei nach wie vor die eigene E-Mail-Adresse. Phishing-Versuche und das Einschleusen von Computerviren über Dateianhänge liegen in der Statistik weit vorne. Erst weit dahinter folgen Betrugsversuche bei Online-Käufen und Mobbing beziehungsweise Belästigungen über Messenger und soziale Medien.[29]

Mehr Informationen

Wie Schülerinnen und Schüler ihre Daten mit Passwörtern optimal sichern können, erfahren Sie in der Handreichung „Digitale Mündigkeit". Cybermobbing und Cybergrooming haben ebenfalls einen konkreten Lebensweltbezug für die Schülerinnen und Schüler. Wie man hiermit umgehen kann, erläutert die Handreichung „Jugend und Verbraucherschutz": https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung.html.

Von Algorithmen vorgeschlagene Beiträge und Produkte

Wie genau die Algorithmen der großen Internetkonzerne arbeiten, lässt sich nicht transparent nachvollziehen. Es gibt aber einige bekannte Faktoren. So entscheiden die eigenen „Gefällt mir"-Angaben und Likes darüber, welche Inhalte der Nutzerin beziehungsweise dem Nutzer zugespielt werden. Auch der Browserverlauf kann über Cookies Aufschluss darüber geben, welche Seiten besucht wurden und welche Produkte auf Interesse stoßen. Darüber hinaus liegt es nahe, dass auch Beiträge angezeigt werden, die für Menschen mit ähnlichen Interessen oder Personen aus der gleichen Region attraktiv sind.[30]

Soziale Netzwerke suggerieren, dass man zwischen den vorhandenen Beiträgen frei wählen kann. Tatsächlich werden die Userinnen und User dabei aber von den kommerziellen Interessen der Plattformanbieter gelenkt, die sie möglichst lange an ihre Dienste binden wollen. Dass dieses Gefühl trotzdem entsteht, spricht dafür, dass die Algorithmen häufig gut funktionieren und den Nutzerinnen und Nutzern interessante und spannende Inhalte anzeigen, die sie wirklich mögen. Leider wecken insbesondere polarisierende, negative und spaltende Beiträge wie Verschwörungstheorien die Neugierde der Menschen und erfüllen damit genauso häufig den Zweck, sie auf den Plattformen der Anbieter zu halten, wie positive und bereichernde Beiträge. Den Schülerinnen und Schülern sollte daher klar sein, dass sie mit ihrem Nutzungsverhalten die Algorithmen „füttern". Insbesondere Schülerinnen und Schüler, die viel Zeit in digitalen Umgebungen verbringen, sollten daher aufpassen, wenn die angezeigten Beiträge in politische und gesellschaftliche Extreme zu gehen scheinen. Spätestens wenn einseitige und manipulierende Nachrichten den eigenen Feed dominieren, sollte die Reißleine gezogen werden.

Mehr Informationen

Weitere Informationen zu Cookies und ihren Funktionen finden sich in der Handreichung „Digitale Mündigkeit": https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung.html.

Abhängigkeit und Sucht

Die Bildschirmzeiten von Kindern und Jugendlichen hatten im Rahmen der Corona-Pandemie in den Jahren 2020 und 2021 mit über vier Stunden täglich statistisch ein bedenkliches Maß angenommen. Noch rund dreieinhalb Stunden täglich verbrachten Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 12 und 19 Jahren im Jahr 2022 online, was dem Niveau vor der Pandemie entspricht. 2023 ist mit ca. 3 Stunden 45 Minuten ein erneuter Anstieg zu verzeichnen.[31] Egal, ob es sich um Online-Shopping, Computerspiele, soziale Medien oder das Streamen von Serien und Filme handelt, das Suchtpotenzial in digitalen Umgebungen ist hoch. Aus gesellschaftlicher Perspektive kann dies in vielfacher Hinsicht problematisch werden.

[29] Zandt, F.: E-Mails bleiben größtes Sicherheitsrisiko. In: Statista, 08.02.2022. URL: https://de.statista.com/infografik/26792/haeufigste-und-seltenste-it-sicherheitsvorfaelle-in-deutschland/ (13.02.2025).

[30] Kendal, B.: Das Rätsel um die Algorithmen: Wenn Maschinen entscheiden. In: Redaktionsnetzwerk Deutschland, 19.09.2021. URL: https://www.rnd.de/digital/algorithmen-wenn-maschinen-auf-social-media-plattformen-entscheiden-HIS5N3SXRVE3THWPVFILKIYSXE.html (13.02.2025).

[31] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Stunde 2023. Jugend, Information, Medien. URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2023_web_final_kor.pdf (13.02.2025), S. 26.

Ein Aspekt ist die körperliche Gesundheit: Jedes sechste bis siebte Kind in Deutschland ist übergewichtig oder adipös. Dies lässt sich einerseits auf die Ernährungsgewohnheiten in westlichen Industrieländern zurückführen, andererseits aber auch auf einen Bewegungsmangel bei Kindern und Jugendlichen. Für das Gesundheitssystem stellt dies ein erhebliches finanzielles Problem dar, zum Beispiel aufgrund von Behandlungskosten für Folgeerkrankungen, zumal sich die Prävalenz im Erwachsenenalter noch deutlich erhöht.[32] Rund zwei Drittel der Männer und über die Hälfte der Frauen in Deutschland gelten als übergewichtig.[33]

Wer zu häufig Computerspiele spielt oder Serien „binged" (aus dem Englischen, „etwas exzessiv konsumieren") und eine ausbalancierte Lebensweise vernachlässigt, riskiert neben gesundheitlichen Problemen den Verlust von sozialen Bindungen im privaten Bereich. Soziale Vereinsamung und die Anfälligkeit für radikale Tendenzen nehmen zu.

Spielsucht kann zusätzlich auch noch finanzielle Probleme verursachen. Wer regelmäßig In-App- oder In-Game-Käufe tätigt oder sogar sein Geld in Spielotheken und Casinos dem Zufall überlässt, riskiert die eigene Überschuldung und Privatinsolvenz. Dass es durch Anbieter wie Amazon sowie soziale Medien und *Influencer* vereinfacht wird, technische Geräte, Luxusartikel, die neuesten Trend-Waren und ähnliches zu kaufen, verschärft die Problematik zusätzlich.

Unterrichtsidee: Der Spielekritiker

Jahrgangsstufen: 2 bis 4
Fächerschwerpunkt: Sachunterricht, Deutsch

Hauptintention:
Die Schülerinnen und Schüler analysieren und reflektieren anhand von festgelegten Kriterien, wie sie durch die im privaten Bereich gespielten Spiele (analog und digital) beeinflusst werden.

Zu vermittelnde Medienkompetenzen:

K 4 Schützen und sicher agieren
- 4.3. Gesundheit schützen
  - 4.3.1. Suchtgefahren vermeiden, sich selbst und andere vor möglichen Gefahren schützen

K 6 Analysieren und Reflektieren
- 6.1. Medien analysieren und bewerten
  - 6.1.3. Wirkungen von Medien in der digitalen Welt (z. B. mediale Konstrukte, Stars, Idole, Computerspiele, mediale Gewaltdarstellungen) analysieren und konstruktiv damit umgehen

Entwicklung der Medienkompetenz laut Fachanforderungen:

Die Schülerinnen und Schüler können …
- 4.3.1. angeleitet ihre eigene Mediennutzung beobachten und reflektieren.
- 6.1.3. erklären, wie Wirkungen von digitalen Medien ihre eigene Mediennutzung beeinflussen (z. B. digitale Spiele).

[32] Deutsche Adipositas Gesellschaft: Kosten der Adipositas in Deutschland. URL: https://adipositas-gesellschaft.de/ueber-adipositas/kosten-der-adipositas-in-deutschland/ (13.02.2025).

[33] Deutsche Adipositas Gesellschaft: Prävalenz der Adipositas im Erwachsenenalter. URL: https://adipositas-gesellschaft.de/ueber-adipositas/praevalenz/ (13.02.2025):

Arbeitsphasen:

- Die Schülerinnen und Schüler sammeln im Plenum die von ihnen gespielten Spiele.
- Die Spiele können nach Altersangabe sortiert werden und Spiele, die für die Jahrgangsstufe nicht geeignet sind, können aus der Auswahl entfernt werden.
- Aus den am häufigsten genannten Spielen (für die Altersgruppe) suchen sich die Schülerinnen und Schüler ein Spiel aus und ordnen sich der entsprechenden Gruppe zu.
- In Einzelarbeit wird der Fragebogen beantwortet; danach Austausch innerhalb der Gruppe.
- Die Gruppen stellen ihr Spiel im Plenum vor, wobei sie vor allem die eigene Mediennutzung und Gefahren einschätzen sollen.
- Die Lehrkraft sollte im nächsten Schritt auf Gefahren wie Sucht, Wutausbrüche, gesundheitliche oder finanzielle Folgen eingehen und Prävention betreiben.

Hinweis:

- Diese Unterrichtsidee und die dazugehörigen Materialien stammen aus dem Internet-ABC: https://www.internet-abc.de/lernmodul-online-spiele/ (letzter Zugriff: 13.02.2025).

Eine detaillierte Beschreibung dieser und weiterer Unterrichtsideen (auch zu anderen Themen der Medienkompetenzvermittlung) finden Sie hier: https://medienberatung.iqsh.de/medienkompetenz-vermitteln-unterrichtsideen.html. Die Unterrichtsideen sind unter der Überschrift dieser Handreichung in der Reihenfolge ihres Erscheinens im Text sortiert.

Mehr Informationen

Weitere Informationen zu diesen Themen erhalten Sie in den Handreichungen „Gesundheit im Medienkontext" und „Jugend und Verbraucherschutz": https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung.html. Die Handreichungen zur Medienkompetenz werden sukzessive eingestellt.

Digitale und soziale Isolation

Wer über geringe Medienkompetenzen verfügt, trägt das Risiko, gesellschaftlich nicht mehr vollumfänglich teilhaben zu können, da sich die Gesellschaft in Richtung einer „Kultur der Digitalität" entwickelt. Dies betrifft insbesondere sozial benachteiligte Personen, beispielsweise mit geringem Einkommen, denen abverlangt wird, sich online zu bewerben oder digitale Verwaltungsformulare auszufüllen. Obwohl bei diesen Varianten Kosten für Druck, Porto und eventuell sogar Fahrtkosten gespart werden können, setzen sie dennoch das Vorhandensein entsprechender Geräte, eines Internetanschlusses und benötigter Kompetenzen voraus. Darüber hinaus können auch eventuelle finanzielle Vorteile wegfallen, wenn man sich im Umgang mit digitalen Medien nicht gut auskennt. Altersbedingt betrifft dies überwiegend Seniorinnen und Senioren, die beispielsweise für Überweisungen in der Bankfiliale Gebühren zahlen müssen oder teure Strom-, Gas- und Versicherungsverträge abschließen, weil sie keine Kenntnis von Vergleichsportalen haben.

Auch Schülerinnen und Schüler haben zu Hause nicht zwangsläufig die Möglichkeit, auf Smartphones, Tablets oder Computer zurückzugreifen. Kurzfristig führt dies zur digitalen Isolation, zum Beispiel weil der Kontakt mit Gleichaltrigen erschwert wird. Ohne entsprechende Förderung in der Schule sind aber auch langfristige Folgen für den späteren Einstieg in den Arbeitsmarkt zu befürchten, wenn benötigte Kompetenzen nicht vorhanden sind.[34]

[34] Sander, D.: Digitale Kluft: Wie digitale Isolation zur sozialen Ausgrenzung führt. In: Redaktionsnetzwerk Deutschland, 24.09.2019. URL: https://www.rnd.de/digital/digitale-kluft-wie-digitale-isolation-zur-sozialen-ausgrenzung-fuhrt-KWYHSQ75QVC2JAKF5Q5BQTGOOY.html (13.02.2025).

5.4 Strategien zum Schutz entwickeln

Da es letztendlich auch individuelle Aspekte sind, die Auswirkungen auf das gesellschaftliche Zusammenleben und die Stabilität der Demokratie haben, müssen Schülerinnen und Schüler befähigt werden, sich einerseits selbst zu schützen und sich andererseits zu entsprechenden Fragestellungen reflektiert zu positionieren. Wie können sie also sicher in digitalen Umgebungen agieren und welche präventiven Maßnahmen können sie selbst etablieren?

Genauere Informationen zu einzelnen Vorschlägen finden sich in den unterhalb benannten Handreichungen.

Sofortmaßnahmen bei Verdacht auf Fake News und in Problemsituationen

- Informationen in sozialen Medien und auf Plattformen kritisch hinterfragen und gegebenenfalls nach weiteren Quellen zu dem Thema suchen und diese vergleichen. Beiträge sollten nur nach kritischer Prüfung weitergeleitet werden!
- Fake News anhand der Bewertungskriterien in Kapitel 5.2 entlarven.
- Freunde und Bekannte, die Fake News weiterleiten, nett aber bestimmt auf den falschen Inhalt aufmerksam machen.[35]
- Mobbing- und Cybergrooming-Attacken mit Vertrauenspersonen besprechen und gegebenenfalls zur Anzeige bringen.

Präventive Maßnahmen

- Unsichere Passwörter ändern.
- Internet- beziehungsweise Social-Media-Nutzung auf wenige Stunden und feste Uhrzeiten begrenzen und Zeiträume für reale Treffen mit Freunden schaffen.
- Auf ausreichend Bewegung achten und Sport treiben.
- Das eigene Nutzungsverhalten ändern und sich über die Funktion von Algorithmen bewusst sein.
- Selbst wenn es schwerfällt, sollte man darauf verzichten, auf Artikel mit polarisierenden Überschriften oder auf vorgeschlagene Produkte zu klicken.
- Für Nachrichten sollten gezielt vertrauenswürdige Angebote angesteuert werden.
- Vor dem Kauf von Produkten über soziale Medien sollte die entsprechende Ware mit ähnlichen Produkten verglichen werden.
- Sparsam mit den eigenen Daten umgehen und vor dem Teilen eigener Inhalte nochmal überlegen, ob man sie wirklich posten sollte.
- Die Bewertungskriterien für andere Beiträge sollten auch als Maßstab an eigene Beiträge angelegt werden.

Mehr Informationen

Weitere Informationen zum Umgang mit politischen und gesellschaftlichen Themen im Kontext digitaler Medien sind in den folgenden Handreichungen der Reihe „Medienkompetenz vermitteln" enthalten: „Recherchieren: suchen und finden, bewerten und filtern", „Jugend- und Verbraucherschutz", „Digitale Mündigkeit", „Gesundheit im Medienkontext" sowie „Funktionsweise von Computern und dem Internet": https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung.html. Die Handreichungen zur Medienkompetenz werden sukzessive eingestellt.

[35] Vitte, S.: Wenn Freunde Fake News teilen. In: Bundeszentrale für politische Bildung, 09.09.2020. URL: https://www.bpb.de/lernen/bewegtbild-und-politische-bildung/webvideo/fakefilter/315147/folge-06-wenn-freunde-fake-news-teilen/ (13.02.2025).

Bibliographie

Weiterführende Literaturhinweise und Angebote

Fuchs, C.: Soziale Medien und kritische Theorie. Eine Einführung. München: UVK Verlag, 2019.

Hofmann, J., Kersting, N., Ritzi, C., Schünemann, W. J. (Hg.): Politik in der digitalen Gesellschaft. Zentrale Problemfelder und Forschungsperspektiven. Bielefeld: transcript Verlag, 2019. URL: https://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-4864-5/politik-in-der-digitalen-gesellschaft/?number=978-3-8394-4864-9 (13.02.2025).

Herzig, B., Martin, A.: Erfassung und Messbarkeit von Medienkompetenz als wichtige Voraussetzung für politische Bildung. In: Bundeszentrale für politische Bildung, 09.10.2017. URL: https://www.bpb.de/shop/buecher/schriftenreihe/medienkompetenz-schriftenreihe/257604/erfassung-und-messbarkeit-von-medienkompetenz-als-wichtige-voraussetzung-fuer-politische-bildung/ (13.02.2025).

Medienkompetenz und politische Bildung

Angebot	Link	Kurzbeschreibung
Medienkompetenz Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung	https://www.bpb.de/shop/buecher/schriftenreihe/medienkompetenz-schriftenreihe/	Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung zum Thema Medienkompetenz
Digitale Bildung	https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/	Angebote der Bundeszentrale für politische Bildung zur digitalen Bildung: „Von digitaler Didaktik bis zu multimedialen Lernangeboten: Hier finden Sie Informationen und Ideen zum Einsatz digitaler Medien in der Bildungsarbeit.“
Plattform politische-medienkompetenz.de	https://www.politische-medienkompetenz.de/	Angebot der Niedersächsischen Landeszentrale für politische Bildung
Recherchen von netzpolitik.org	https://netzpolitik.org/dossiers-recherchen/	Themen-Dossiers zu verschiedenen Netzpolitischen Themen. Technische Themen für Nicht-Techniker recherchiert und erklärt.
Mekomat	https://mekomat.de/	Medienkompetenz-Material-Überblick der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz an der Katholischen Hochschule Mainz.

Fake News

Angebot	Link	Kurzbeschreibung
Fake News im Unterricht	https://grundschule-aktuell.de/4781/fake-news-unterricht	Ideen für die Behandlung von Fake News im Unterricht
Paul Newsman	https://paulnewsman.com/	Eine Seite, auf der eigene Artikel, zum Beispiel auch eigene Fake News, erstellt werden können.

Cybermobbing

Angebot	Link	Kurzbeschreibung
Cybermobbing	https://www.hanisauland.de/lehrer-innen/unterrichtsmaterial/interaktive-tafelbilder-und-karten/lehrer-innen-tafelbilder/wb-cybermobbing	Unterrichtsmaterial zum Thema Cybermobbing von HanisauLand
Cybermobbing – kein Spaß!	https://www.internet-abc.de/lernmodul-cybermobbing/	Angebote des Internet-ABC zum Thema Cybermobbing
Themenmonat Cybermobbing	https://www.internet-abc.de/kinder/mitreden-mitmachen/themenmonate/cybermobbing/	Angebote des Internet-ABC zum Thema Cybermobbing im Rahmen des Themenmonats
Unsere Studien zu Cybermobbing	https://www.buendnis-gegen-cybermobbing.de/aktivitaeten/studien.html	Mehrere Studien des Bündnis gegen Cybermobbing

Weitere Informationen und Materialien finden Sie auch in der IQSH-Mediathek: http://sh.edupool.de.

Verlagsmaterial für den Unterricht

Gels, David & Nuxoll, Florian: Eine Reise zu den digital Natives. Medienwelten. Für Lehrende und Eltern. 2017, Braunschweig: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers.

Materialien für die Primarstufe

Bülow, Sandra & Helmes, Sarah: Medienkompetenz. Klasse 1-4, Band 2. Schritt für Schritt. Smartphones, Tablets, Blogs & Co. 2021, Berlin: Cornelsen Verlag.

Bülow, Sandra & Grotehusmann, Sarah: Mein Medienpass 1. Zu Einstern und Einsterns Schwester. 2020, Berlin: Cornelsen Verlag.

Bülow, Sandra & Grotehusmann, Sarah: Mein Medienpass 4. Zu Einstern und Einsterns Schwester. 2021, Berlin: Cornelsen Verlag.

Matthies, Sabrina: Medienheft. Grundschule 3/4. 2022, Braunschweig: Westermann Bildungsmedien Verlag.

Nuxoll, Florian (Hg.): Medienbildung in der Grundschule. Leitfaden für Unterricht und Elternarbeit. 2020, Braunschweig: Westermann Bildungsmedien Verlag.

Nuxoll, Florian (Hg.): Medienwelten Grundschule. Arbeitsheft 3/4. 2018, Braunschweig: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers.

Nuxoll, Florian (Hg.): Medienwelten Grundschule. Lehrerhandreichungen 3/4. 2019, Braunschweig: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers.

Materialien für die Sekundarstufe

Hancl, Mirek: Informatische Bildung. Klasse 7/8. Coding, Making und vernetzte Welten. 2018, Berlin: Cornelsen Verlag.

Nuxoll, Florian (Hg.): Medienwelten 1. Entdecken - Verstehen - Gestalten. Arbeitsheft. 2016, Braunschweig: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers.

Nuxoll, Florian (Hg.): Medienwelten 1. Entdecken - Verstehen - Gestalten. Lehrerhandreichungen. 2016, Braunschweig: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers.

Nuxoll, Florian (Hg.): Medienwelten 2. Entdecken - Verstehen - Gestalten. Arbeitsheft. 2017, Braunschweig: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers.

Nuxoll, Florian (Hg.): Medienwelten 2. Entdecken - Verstehen - Gestalten. Lehrerhandreichungen. 2017, Braunschweig: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers.

Nuxoll, Florian (Hg.): Medienwelten 3. Entdecken - Verstehen - Gestalten. Arbeitsheft. 2019, Braunschweig: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers.

Nuxoll, Florian (Hg.): Medienwelten 3. Entdecken - Verstehen - Gestalten. Lehrerhandreichungen. 2019, Braunschweig: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers.

Schattenfroh, Sabine: Webcoach. 24/7 – Immer online?. Lehrerband. 2012, Stuttgart: Ernst Klett Verlag GmbH.

Grundlegende Informationen

Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein (IQSH): Lehren und Lernen in der digitalen Welt. Perspektiven zur Kompetenzentwicklung in der Aus- und Fortbildung von Lehrkräften an allgemeinbildenden Schulen in Schleswig-Holstein. 2023, Kiel. URL: https://publikationen.iqsh.de/dm-medienbildung/id-02-2023.html (13.02.2025).

KMK: Bildung in der digitalen Welt Strategie der Kultusministerkonferenz. 2016, Berlin. URL: https://www.kmk.org/themen/bildung-in-der-digitalen-welt/strategie-bildung-in-der-digitalen-welt.html (13.02.2025).

KMK: Lehren und Lernen in der digitalen Welt: Ergänzung zur Strategie der Kultusministerkonferenz „Bildung in der digitalen Welt“. 2021, Berlin. URL: https://www.kmk.org/themen/bildung-in-der-digitalen-welt/strategie-bildung-in-der-digitalen-welt.html (13.02.2025).

Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein (Hg.): Ergänzung zu den Fachanforderungen Medienkompetenz. Lernen mit digitalen Medien. Allgemein bildende Schulen Sekundarstufe I Sekundarstufe II. 2018, Kiel. URL: https://fachportal.lernnetz.de/sh/fachanforderungen.html (13.02.2025).

Verwendete Quellen

Bundeskriminalamt: BKA verzeichnet neuen Höchstwert bei Cyber-Straftaten – Bundeslagebild Cybercrime 2021 veröffentlicht, 09.05.2022. URL: https://www.bka.de/DE/Presse/Listenseite_Pressemitteilungen/2022/Presse2022/220509_PM_CybercrimeBLB.html (13.02.2025).

Bundeskriminalamt: Veröffentlichung Bundeslagebild: über 130.000 Fälle von Cybercrime in 2022, 16.08.2023. URL: https://www.bka.de/DE/Presse/Listenseite_Pressemitteilungen/2023/Presse2023/230816_PM_BLB_Cybercrime.html (13.02.2025).

Bundesministerium der Justiz: Datenschutz-Grundverordnung. URL: https://www.bmj.de/DE/themen/digitales/digitale_kommunikation/dsgvo/dsgvo_node.html (13.02.2025).

Bundeszentrale für politische Bildung: Beutelsbacher Konsens, 07.04.2011. URL: https://www.bpb.de/die-bpb/ueber-uns/auftrag/51310/beutelsbacher-konsens/ (13.02.2025).

Bundeszentrale für politische Bildung: Gegen den Hass im Netz, 06.02.2018. URL: https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/netzdebatte/264098/gegen-den-hass-im-netz / (13.02.2025).

Die Bundesregierung: Gesetz über digitale Dienste und Märkte, 28.11.2022. URL: https://www.bundesregierung.de/breg-de/schwerpunkte/europa/eu-regeln-online-plattformen-1829232 (13.02.2025).

Deutsche Adipositas Gesellschaft: Kosten der Adipositas in Deutschland. URL: https://adipositas-gesellschaft.de/ueber-adipositas/kosten-der-adipositas-in-deutschland/ (13.02.2025).

Deutsche Adipositas Gesellschaft: Prävalenz der Adipositas im Erwachsenenalter. URL: https://adipositas-gesellschaft.de/ueber-adipositas/praevalenz/ (13.02.2025).

Dudenredaktion (o. J.): „Fake News" auf Duden online. URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Fake_News (13.02.2025).

Gleich, U.: Agenda Setting in der digitalen Medienwelt. Evolution eines Ansatzes der Medienwirkungsforschung. In: Media Perspektiven 03/2029, S. 126-140. URL: https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2019/0319_Gleich.pdf (13.02.2025).

Hari, J.: Abgelenkt. Wie uns die Konzentration abhandenkam und wie wir sie zurückgewinnen. München, 2022.

Kendal, B.: Das Rätsel um die Algorithmen: Wenn Maschinen entscheiden. In: Redaktionsnetzwerk Deutschland, 19.09.2021. URL: https://www.rnd.de/digital/algorithmen-wenn-maschinen-auf-social-media-plattformen-entscheiden-HIS5N3SXRVE3THWPVFILKIYSXE.html (13.02.2025).

Kersting, N.: Online-Partizipation und Medienkompetenz: Kann man Netiquette lernen? In: Bundeszentrale für politische Bildung, 09.10.2027. URL: https://www.bpb.de/shop/buecher/schriftenreihe/medienkompetenz-schriftenreihe/257595/online-partizipation-und-medienkompetenz-kann-man-netiquette-lernen/ (13.02.2025).

Kersting, N., Jacobsen, P.: Warum die erzwungene Digitalisierung scheiterte. Demokratischer Lockdown. In: Katapult 26/2022, S. 42-47.

Kolonko, S.: Fake News – die Macht der Falschmeldungen. In: Planet Wissen, 26.04.2021. URL: https://www.planet-wissen.de/kultur/medien/fake_news/index.html (13.02.2025).

Mebis Magazin: Fake News und Filterblasen, 28.06.2021. URL: https://mebis.bycs.de/beitrag/fake-news-und-filterblasen (13.02.2025).

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Stunde 2023. Jugend, Information, Medien. URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2023_web_final_kor.pdf (13.02.2025).

Newman, N.: Overview and key findings of the 2022 Digital News Report, 15.06.2022. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/dnr-executive-summary (13.02.2025).

Piorkowski, C. D.: Politik und digitaler Wandel. Eine neue Form der Mediendemokratie. In: Tagesspiegel, 26.02.2022. URL: https://www.tagesspiegel.de/wissen/eine-neue-form-der-mediendemokratie-7357717.html (13.02.2025).

Rövekamp, M.: Einsamkeit im Digitalen: Vernetzt – und doch allein. In: Tagesspiegel, 24.06.2019. URL: https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/vernetzt--und-doch-allein-6607642.html (13.02.2025).

Sander, D.: Digitale Kluft: Wie digitale Isolation zur sozialen Ausgrenzung führt. In: Redaktionsnetzwerk Deutschland, 24.09.2019. URL: https://www.rnd.de/digital/digitale-kluft-wie-digitale-isolation-zur-sozialen-ausgrenzung-fuhrt-KWYHSQ75QVC2JAKF5Q5BQTGOOY.html (13.02.2025).

Schilling, J.: Social Media: Bot or Social Bot? In: Deutschlandfunk, 03.04.2018. URL: https://www.deutschlandfunk.de/social-media-bot-or-social-bot-100.html (13.02.2025).

Tagesschau.de: Mit Social Bots gegen den Migrationspakt?, 22.04.2020. URL: https://www.tagesschau.de/faktenfinder/social-bots-migrationspakt-101.html (13.02.2025).

Tagesschau.de: Wenige Bots können Stimmung manipulieren, 20.04.2022. URL: https://www.tagesschau.de/faktenfinder/social-bots-109.html (13.02.2025).

Vitte, S.: Wenn Freunde Fake News teilen. In: Bundeszentrale für politische Bildung, 09.09.2020. URL: https://www.bpb.de/lernen/bewegtbild-und-politische-bildung/webvideo/fakefilter/315147/folge-06-wenn-freunde-fake-news-teilen/ (13.02.2025).

Wikipedia – Die freie Enzyklopädie: „LiquidFeedback", 03.09.2020. URL: https://de.wikipedia.org/wiki/LiquidFeedback (13.02.2025).

Zandt, F.: E-Mails bleiben größtes Sicherheitsrisiko. In: Statista, 08.02.2022. URL: https://de.statista.com/infografik/26792/haeufigste-und-seltenste-it-sicherheitsvorfaelle-in-deutschland/ (13.02.2025).

IQSH
Institut für Qualitätsentwicklung
an Schulen Schleswig-Holstein

Schreberweg 5
24119 Kronshagen
Telefon: 0431 5403-0
Fax: 0431 988-6230-200
info@iqsh.landsh.de
www.iqsh.schleswig-holstein.de