

# Jugendliche online

Zwischen Information,  
Interaktion und Unterhaltung



**Materialien für den Unterricht**



# Impressum

## Titel

### Jugendliche online

Zwischen Information, Interaktion  
und Unterhaltung  
im Projekt »Medien in die Schule«  
– Materialien für den Unterricht –

## Herausgeber

**FSM** Freiwillige Selbstkontrolle  
Multimedia-Diensteanbieter

Freiwillige Selbstkontrolle  
Multimedia-Diensteanbieter e. V.  
Beuthstraße 6  
10117 Berlin  
030 24 04 84 30  
<https://www.fsm.de>

**Google**

Google Germany GmbH  
Tucholskystraße 2  
10117 Berlin  
<https://www.google.com>

**Die Unterrichtsmaterialreihe „Medien in die Schule“ ist ein Gemeinschaftsprojekt von FSM und Google Deutschland in Kooperation mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e.V.**

## 1. Auflage Mai 2022

### Redaktion:

Astrid Dinges, Uta Voigt | music media park e. V.

### Gestaltung und Layout:

Svenja Teitge <https://svenjateitge.de>

**Illustrationen:** Marcel Vockrodt

CC BY-SA 4.0



Das Unterrichtsmaterial basiert auf den Einheiten »Jugend und Internet« und »Jugend und Handy«, die 2015 mit Unterstützung von Deutschland sicher im Netz e.V., der Auerbach Stiftung und Telefónica Germany entstanden sind.

**Gestaltung und Layout (2015):** Michael Schultz – bureau proto

<https://bureauproto.io/>

Vervielfältigung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle (Titel, Herausgeberschaft sowie Auflage) erlaubt.

Weitere Informationen:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Es wird darauf hingewiesen, dass trotz sorgfältiger Bearbeitung und Prüfung alle Angaben ohne Gewähr erfolgen. Eine Haftung der Herausgeber ist ausgeschlossen.

<https://www.medien-in-die-schule.de>

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung</b> .....	<b>04</b>
04	..... Ziel	
04	..... Relevanz	
11	..... Hintergrund	
12	..... Aufbau des Unterrichtsthemas	
13	..... Modulübersicht	
14	..... Unterstützende Materialien	
<b>2</b>	<b>Module</b> .....	<b>16</b>
16	..... <b>Modul 1: Persönliche Daten</b>	
17	..... Einführung	
18	..... Ziel	
18	..... Zeitbedarf	
18	..... Unterrichtseinheiten des Moduls	
30	..... <b>Modul 2: Kommunikation im Netz</b>	
31	..... Einführung	
32	..... Ziel	
32	..... Zeitbedarf	
32	..... Unterrichtseinheiten des Moduls	
48	..... <b>Modul 3: Sicheres Suchen</b>	
49	..... Einführung	
50	..... Ziel	
50	..... Zeitbedarf	
50	..... Unterrichtseinheiten des Moduls	
62	..... <b>Modul 4: Unterhaltung</b>	
63	..... Einführung	
64	..... Ziel	
64	..... Zeitbedarf	
64	..... Unterrichtseinheiten des Moduls	
<b>3</b>	<b>Material- und Arbeitsblätter</b> .....	<b>72</b>

# Einführung

## Ziel

Welche Bedeutung haben digitale Medien und das Internet für die Lebenswelt von Jugendlichen? Was bedeutet es für sie, online zu sein? Und wie können sie sich kompetent und selbstbestimmt in ihren Onlinewelten bewegen?

Die vorliegende Unterrichtseinheit soll Schüler\*innen für zentrale Herausforderungen bei der Nutzung von Onlinemedien sensibilisieren. Dabei wird kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben. Vielmehr sollen Themen angesprochen werden, die eine wichtige Rolle für Jugendliche spielen. Dazu gehören v. a. die Onlinekommunikation, Unterhaltungsformate, der Umgang mit persönlichen Daten, und auch die interessengeleitete Suche nach Inhalten. Besonders bedeutsam in der Unterrichtseinheit sind Phasen zur Selbstreflexion der persönlichen Onlinemediennutzung. Neben theoretischen und selbstreflexiven Inhalten dieser Einheit finden sich auch immer wieder praktische Aufgaben, die unterstützend bzw. beispielhaft zur Erreichung des Lernziels beitragen sollen.

**1** Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2021): JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart. S. 33. [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie\\_2021\\_barrierefrei.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf) (abgerufen am 13.12.2021).

**2** Ebd., S. 13 und ARD/ZDF-Forschungskommission (2020): Langzeitstudie ARD/ZDF Massenkommunikation 2020. S. 37; [https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/files/Download-Archiv/MK\\_2020/MK\\_2020\\_Publikationscharts\\_final.pdf](https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/files/Download-Archiv/MK_2020/MK_2020_Publikationscharts_final.pdf) (abgerufen am 27.09.2021).

**3** Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2020): JIM-Studie 2020. S. 34.; [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020\\_Web\\_final.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf) (abgerufen am 11.01.2022).

## Relevanz der Internetnutzung von Jugendlichen

Medien gehören zum Alltag von Jugendlichen, sie sind in der digitalen Welt zu Hause und nutzen Onlineangebote selbstverständlich. Dabei trennen sie – im Gegensatz zu vielen Erwachsenen – das Internet nicht von ihrer »realen« Lebenswelt, sondern verstehen es als einen Teil davon. Freundschaften werden in der Schule und in Sozialen Medien gepflegt, Lernen findet nicht nur in der Schule statt, sondern auch im Internet, Computerspiele sind ein genauso anerkanntes Hobby wie das Fußballspiel mit Freund\*innen.

Obwohl die tägliche Internetnutzungsdauer bereits auf hohem Niveau liegt, hat sie – auch bedingt durch die Coronapandemie – noch weiter zugenommen. Nach Einschätzung der Jugendlichen ist sie von 205 Minuten im Jahr 2019 auf 241 Minuten im Jahr 2021 gestiegen.<sup>1</sup>

Mit 95 Prozent liegt die tägliche oder mehrmalige wöchentliche Nutzung von Internet und Smartphone bei Jugendlichen auf Platz 1 bei der Mediennutzung, und sie kommen insgesamt auf eine tägliche Brutto-Mediennutzungsdauer von acht Stunden und einundzwanzig Minuten. Durch parallele Mediennutzung, also die zeitgleiche Verwendung von Smartphone, Computer bzw. Fernsehen oder Radio, ergibt sich bei den Jugendlichen sogar ein Wert von täglich zehn Stunden und einundzwanzig Minuten.<sup>2</sup>

Nach unterschiedlichen Bereichen ihrer Onlineaktivitäten gefragt, gaben Jugendliche im Jahr 2020 34 Prozent für Unterhaltung an, z. B. für Musik hören oder Videos anschauen, 28 Prozent für Spiele, 27 Prozent für Kommunikation und 11 Prozent für die Informationssuche.<sup>3</sup>

## Funktionen von Medien für Jugendliche

Medien bedienen die Bedürfnisse von Jugendlichen nach Unterhaltung, Information, Kommunikation und Orientierung bei wertebezogenen Fragen. Darüber hinaus bieten sie einen Bezugsrahmen für die jugendliche Alltags- und Lebenswirklichkeit mit verschiedenen Jugendkulturen und den zugehörigen Haltungen. Dabei ist das Internet auch ein Erfahrungsraum, der oftmals fern der elterlichen Kontrolle erkundet werden kann.

*»Jugendliche erweitern mit Medien ihre Handlungs- und Orientierungsspielräume. Dabei entwickeln sie im Idealfall komplexe Sichtweisen auf die Welt und das eigene Selbst. Welche Relevanz Medien im Alltag und in den Biografien von jungen Menschen entfalten, hängt allerdings von vielen Faktoren ab: Neben den Medieninhalten und der medialen Kommunikation sind dies etwa das Alter, das soziale Umfeld, der familiäre Kontext oder der sozioökonomische Hintergrund. Jugendliche nutzen Medien, um sich die Welt anzueignen, zu verstehen und zu interpretieren. Sie wirken über Medien in ihre Umwelt und in die Gesellschaft hinein. Sie haben im Umgang mit Medien Entscheidungs- und Gestaltungsmöglichkeiten, werden zugleich aber auch von Medien in vielen Persönlichkeitsbereichen beeinflusst. Um Entwicklungsaufgaben zu bewältigen, können Medieninhalte und Medienkommunikation dazu dienen, sich mit bestimmten Charakteren zu identifizieren, sich selbstbestimmt im Netz zu zeigen, neue soziale Zugehörigkeiten zu entwickeln oder Herausforderungen medial zu bearbeiten und zu meistern.«<sup>4</sup>*

In ihrem Medienportfolio haben besonders Soziale Medien für Jugendliche vielfältige Funktionen. Die Bandbreite reicht von Identitäts- und Beziehungsmanagement über den Informationsaustausch bis hin zur Alltagsorganisation. Jugendliche inszenieren sich hier mit ihren Interessen und ihren Netzwerken für ihr soziales Umfeld und suchen nach Anerkennung und Gleichgesinnten bzw. neuen Freund\*innen. Sie können passiv konsumieren oder aktiv kommunizieren sowie verschiedenste Informationen austauschen und finden, die wichtig für die Anschlusskommunikation in ihrer Peergroup sind. Soziale Medien bieten einfache Möglichkeiten, um mit Freund\*innen in Kontakt zu bleiben bzw. zu erfahren, was dort aktuell ist, oder um sich zu verabreden. Auch messen Jugendliche die eigene Beliebtheit an der Anzahl der Freund\*innen und Likes. »Ein Leben ohne Social Media ist für jeden zweiten Jugendlichen nicht vorstellbar.«<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Siller, Friederike (2020): Welche Bedeutung haben Medien für Jugendliche? In: 3 Fragen an Prof. Dr. Friederike Siller, Institut für Medienforschung und Medienpädagogik, Technische Hochschule Köln, Projekt weitklick 2020; <https://www.weitklick.de/webinare/3-fragen-prof-dr-friederike-siller-i-professorin-am-institut-fuer-medienforschung-und> (abgerufen am 27.09.2021).

<sup>5</sup> Bitkom e. V. (2018): Social Media & Social Messaging, Studie 2018, bitkom research, S. 11; <https://www.bitkom-research.de/Social-Media-Social-Messaging-2018> (abgerufen am 27.09.2021).

## Kommunikation: Messenger und Soziale Medien

Vom Instant Messenger bis hin zu Sozialen Netzwerken und Chatprogrammen können für unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse die passenden Dienste ausgewählt werden.

Zur Kommunikation verwenden Jugendliche v. a. Messengerdienste. Hier nutzen nahezu alle Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 24 Jahren (99 Prozent) insbesondere WhatsApp (96 Prozent), Social-Media-Messenger (88 Prozent) oder Snapchat (67 Prozent). Die meisten Jugendlichen verwenden mehrere Messengerdienste.

76 Prozent nutzen die Messengerdienste mehr als eine Stunde und 23 Prozent sogar mehr als vier Stunden täglich. An erster Stelle steht dabei der private Austausch mit Freund\*innen, aber auch mit der Familie. Je nachdem, welcher Messengerdienst genutzt wird, steht dann der Austausch über Schule oder Beruf, die Koordination organisatorischer Fragen oder die Unterhaltung an zweiter Stelle.<sup>6</sup>

Jugendliche empfinden geschlossene Einzel- oder Gruppenchats als privaten und geschützten Raum. Dort trauen sie sich eher, ihre Meinung zu vertreten. In Chats der Messengerdienste sind die Nachrichten bzw. Inhalte der Jugendlichen von Dritten nicht einsehbar und bei einigen Diensten (z. B. WhatsApp, Threema, Signal) so verschlüsselt, dass auch die Betreiber die Inhalte nicht sehen können.

Bei der Nutzung Sozialer Medien für die Kommunikation steht der Unterhaltungszweck im Vordergrund. Grundsätzlich ist zu beobachten, dass sich die kommunikativen und unterhaltenden Aspekte in den Anwendungen immer stärker vermischen, was sich auch in der Annäherung der Nutzungszeiten von Kommunikation und Unterhaltung zeigt (siehe »Mediennutzung von Jugendlichen«).

## Beleidigungen, Mobbing und Falschnachrichten

Jugendliche müssen in ihrer Onlinekommunikation auch mit Konflikten, negativem Verhalten und Kontakt- und Interaktionsrisiken umgehen können. Da gibt es vielleicht eine Auseinandersetzung oder einen Konflikt in der Messengergruppe bzw. im Spielechat, oder sie sind mit abwertenden Äußerungen und Posts konfrontiert, die sich im Internet schnell und unkontrolliert verbreiten können.

Bei Cybermobbing steht meistens eine Person im Fokus von persönlichen Anfeindungen, Beleidigungen, Bloßstellungen oder Bedrohungen über Soziale Medien oder Messengerdienste, die über einen längeren Zeitraum stattfinden.

<sup>6</sup> Vgl. Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH (2021): Generation Messenger. Eine repräsentative Befragung junger Menschen zur Nutzung von Messengerdiensten. Düsseldorf; [https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2021/03/Studie\\_Vodafone-Stiftung\\_Generation-Messenger\\_2021.pdf](https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2021/03/Studie_Vodafone-Stiftung_Generation-Messenger_2021.pdf) (abgerufen am 27.09.2021).

Bei sogenannten Hassreden werden im Unterschied zu Cybermobbing ganze Teile der Gesellschaft angegriffen bzw. diskriminiert, z. B. wegen ihres Geschlechts, ihrer Religion, Sexualität oder Herkunft.<sup>7</sup>

29 Prozent der Jugendlichen gaben 2020 an, »dass schon mal jemand beleidigende oder falsche Sachen über sie selbst im Netz oder via Handy verbreitet hat (...) und 16 Prozent, dass schon einmal beleidigende Bilder oder Videos von ihnen ohne Einwilligung gepostet wurden«. <sup>8</sup> So haben 38 Prozent der Jugendlichen bereits erlebt, dass jemand im Internet absichtlich fertig gemacht wurde, und 11 Prozent sind sogar schon einmal selbst Opfer einer solchen Attacke geworden. Mehr als die Hälfte der Jugendlichen gibt an, innerhalb eines Monats im Internet mit Hassbotschaften, extremen politischen Ansichten und Verschwörungstheorien konfrontiert gewesen zu sein. 47 Prozent nahmen beleidigende Kommentare und 42 Prozent Fake News wahr.<sup>9</sup> Auch bei der Kommunikation über Messengerdienste haben über die Hälfte der Jugendlichen bereits Mobbing oder Hassrede mitbekommen und ein Drittel wurde sogar selbst beleidigt, bedroht oder gemobbt.<sup>10</sup>

Darüber hinaus können Kontaktrisiken wie Sexting und Cybergrooming in der Onlinekommunikation von Jugendlichen auftreten. Ständig erreichbar sein, auf verschiedenen Plattformen sichtbar sein oder in den inszenierten Wirklichkeiten der Sozialen Medien mithalten zu müssen, sind weitere Stressfaktoren.<sup>11</sup>

## Unterhaltung: Bewegtbild, YouTube und Influencer\*innen

Musik hören, Videos, Serien oder Filme schauen und die Nutzung Sozialer Medien steht bei Jugendlichen im Mittelpunkt, wenn es um Unterhaltung geht. Dafür werden verschiedene Streaminganbieter, Mediatheken, Videoplattformen wie YouTube oder Soziale Netzwerke wie Instagram genutzt. Bewegtbildangebote werden von Jugendlichen regelmäßig auf Netflix geschaut oder auf YouTube abgerufen. Hier sind die wichtigsten Videogenres mit etwa 50 Prozent sowohl bei den Mädchen wie auch bei den Jungen das Musikvideo, dem folgen Videos von YouTuber\*innen/Influencer\*innen, die von ihrem Alltagsleben erzählen oder sich mit Themen wie Mode, Beauty oder Gaming beschäftigen (29 Prozent). Influencer\*innen sind neben YouTube auch auf den Plattformen wie z. B. Instagram oder TikTok zu finden. Pranks/Spaßvideos liegen bei 27 Prozent und Let's-play-Videos bei 25 Prozent.<sup>12</sup>

<sup>7</sup> Vgl. Elternguide.online (2020): Hetze im Netz; <https://www.elternguide.online/hetze-im-netz/> (abgerufen am 27.09.2021).

<sup>8</sup> Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2020): JIM-Studie 2020. S. 60.

<sup>9</sup> Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2021): JIM-Studie 2021. S. 61ff.

<sup>10</sup> Vgl. Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH (2021): Generation Messenger.

<sup>11</sup> Calmbach, Marc; Flaig, Bodo; Edwards, James; Möller-Slawinski, Heide; Borchard, Inga; Schleer, Christoph (2020): SINUS-Jugendstudie. Wie ticken Jugendliche? 2020. Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. (nicht repräsentative qualitative Befragung von Jugendlichen im Alter zwischen 14–17 Jahren), Sinus-Institut, S. 321; <https://www.bpb.de/shop/buecher/schriftenreihe/311857/sinus-jugendstudie-2020-wie-ticken>

<sup>12</sup> Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2021). JIM-Studie 2021. S. 47f.

13 Ebd., S. 56f.

Darüber hinaus haben Onlinespiele, wenn es um Spaß und Unterhaltung geht, v. a. bei Jungen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren einen hohen Stellenwert. 84 Prozent der Jungen spielen täglich oder zumindest mehrmals pro Woche. Bei Mädchen sind es nur 59 Prozent.<sup>13</sup>

In allen Unterhaltungsformaten sind Jugendliche gefordert, gezeigte Rollenmodelle und Inszenierungen zu hinterfragen und zu verstehen. Die Nähe zu ihrer Zielgruppe macht Influencer\*innen z. B. für die Platzierung von Werbebotschaften interessant und eröffnet Unternehmen wirkungsvolle Märkte und Marketingstrategien. Die Form, wie Influencer\*innen sich und ihr Leben in den Sozialen Medien präsentieren, ist meistens von stereotypen Schönheits- und Rollenbildern geprägt. Impulse für alternative realere Bilder müssen erst einmal gefunden werden. Die Algorithmen, die die Auswahl der nächsten Videos vorschlagen, um die Nutzer\*innen auf der Plattform zu halten, richten sich nämlich nach ihren bisherigen Sehgewohnheiten.

Jugendliche sind auch gefragt, ihre eigene Rolle als Konsument\*in sowie ihre Faszination für Onlineunterhaltungsformate und deren Protagonist\*innen zu reflektieren. Dazu gehört, populäre Unterhaltungsphänomene wie Challenges oder Binge-Watching für sich einordnen zu können. Ein weiteres Thema im Unterhaltungsbereich ist die Unterscheidung zwischen Meinung und Fakt sowie Realität und Fiktion (siehe auch die Unterrichtsthemen »**Meinung im Netz gestalten**« oder »**Realität und Fiktion in den Medien**«).

14 Kunz, Christian (2019): Google liefert offizielle Zahlen zum täglichen Suchevolumen; ↗ <https://www.seo-suedwest.de/5431-google-liefert-offizielle-zahlen-zum-taeglichen-suchevolumen.html> (abgerufen am 20.04.2021).  
Dieckmann, Tanja (2021): DuckDuckGo: Mehr Suchanfragen denn je zuvor; ↗ <https://www.heise.de/news/DuckDuckGo-Mehr-Suchanfragen-denn-je-zuvor-5028710.html> (abgerufen am 22.04.2021).

15 Quinn, Molly (2021): Tap into fan power with new YouTube Select sponsorships; ↗ <https://blog.google/products/ads-commerce/connect-around-moments-that-matter-youtube/> (abgerufen am 22.04.2021).

## Informationen: Suchmaschinen und YouTube

Milliarden von Webseiten im Internet bieten Informationen zu nahezu allen Interessen. Ohne Suchmaschinen wäre es kaum möglich, effektiv die möglichst passenden Antworten auf die jeweiligen Suchanfragen zu finden. Ob Google, Bing, Yahoo oder DuckDuckGo – Suchmaschinen organisieren, strukturieren und aktualisieren die Informationsfülle im Internet nach Schlagworten und geben abhängig von ihren zugrunde liegenden Sucharchitekturen und Algorithmen entsprechende Ergebnisse aus. Zur Optimierung dieser Dienste tragen die weltweiten Suchanfragen bei. Google als Marktführer erhielt im Jahr 2019 täglich rund 3,5 Milliarden Suchanfragen, davon etwa 15 Prozent, die erstmals gestellt wurden (zum Vergleich: DuckDuckGo erhielt im Januar 2021 täglich etwa 90 Millionen Suchanfragen).<sup>14</sup> Auch YouTube wird zunehmend als Suchmaschine nicht nur für Unterhaltungsangebote, sondern auch für Tutorials etc. genutzt und hat eine enorme Reichweite. Die Top-10-Videos aus dem Jahr 2020 erreichten insgesamt 356 Millionen Aufrufe.<sup>15</sup>

Die kostenlos verfügbaren Suchdienste werden überwiegend durch Werbung finanziert, d. h. durch die Schaltung von Anzeigen neben relevanten Suchergebnissen. Das Prinzip beruht u. a. auf einem komplexen System aus Gewichtung von Webseiten. Hierzu zählen die Popularität (abgeleitet von Verweisen, Links und Seitenaufrufen), die Relevanz, die Aktualität sowie die Zuverlässigkeit einer Seite. Die Position in einer Suchergebnisanzeige ist unabhängig von ihrer Qualität. Algorithmen entscheiden letztlich, was angezeigt oder ausgelassen wird, auch unter Berücksichtigung der individuellen Nutzer\*innenvorlieben. Dahinter liegen gewaltige Märkte, deren Mechanismen entsprechenden Einfluss auf die Weiterentwicklung von Onlinediensten wie Suchmaschinen oder auch Sozialen Medien haben bzw. sich gegenseitig bedingen.

Jugendliche haben das Bedürfnis, sich zu informieren, und das Internet bietet ihnen vielfältige Lern- und Informationsangebote. Entsprechend geben die Jugendlichen an, folgende Angebote zur Suche nach Informationen zum aktuellen Tagesgeschehen täglich oder mehrmals pro Woche zu nutzen:<sup>16</sup>

- ⇨ 41 Prozent Google
- ⇨ 30 Prozent Instagram
- ⇨ 26 Prozent YouTube
- ⇨ 24 Prozent Google News
- ⇨ 22 Prozent TikTok
- ⇨ 20 Prozent vorinstallierte Newsfeeds bzw. Newswidgets auf dem Handy
- ⇨ 20 Prozent Onlineangebote von TV Sendern/Radiosendern
- ⇨ 17 Prozent Onlineangebote von Zeitungen/Zeitschriften
- ⇨ 16 Prozent spezielle Nachrichten-Apps
- ⇨ 13 Prozent Snapchat
- ⇨ 12 Prozent E-Mail-Provider wie gmx, web.de, t-online

Aber auch wenn Onlinedienste leicht zu bedienen sind, muss die eigentliche Suche und Bewertung von Informationen im Internet von Jugendlichen gelernt werden. Um Suchergebnisse einordnen zu können, brauchen sie neben einem Grundverständnis für die Marktmechanismen auch das Bewusstsein, dass Informationen kritisch betrachtet und ggf. hinterfragt werden sollten. Die Informationen können abhängig von den Urheber\*innen interessengeleitet oder subjektiv formuliert sein, veraltet oder auch einfach falsch sein. Das gilt für unbeabsichtigte Falschinformationen ebenso wie für Desinformation oder Hassrede (siehe auch die Unterrichtseinheiten [»Medien in die Schule: Hass in der Demokratie begegnen«](#) und [»Meinung im Netz gestalten, Modul 5: Desinformation online«](#)). Neben der Beurteilung von Informationen ist darüber hinaus auch die Kenntnis verschiedener Suchstrategien wichtig, um eine breitere Informationsauswahl zu finden.

<sup>16</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2021). JIM-Studie 2021. S. 53

## Daten: Datenspuren und Datenschutz

Online zu sein bedeutet auch immer, Daten preiszugeben. Ob Kommunikation, Unterhaltung oder Suche – durch die Nutzung der Angebote im Internet werden Datenspuren hinterlassen, selbst ohne direkte Anmeldung bei einzelnen Diensten.

Die Internetökonomie fußt auf der Sammlung, Verknüpfung und Analyse von Daten. Dazu gehören personenbezogene Daten ebenso wie Metadaten (zweckabhängig strukturierte Daten über Daten). Ständig online zu sein liefert Informationen zu Nutzungsroutinen und wird durch Kombination mit Daten zu bevorzugten Seitenaufrufen, Shoppinggewohnheiten, Standortdaten, Abonnements etc. zu aussagekräftigen Profilen. Durch mobiles Internet wird insbesondere das Smartphone zum Datensammler und die Nutzer\*innen zu Datenlieferant\*innen für Geschäftsmodelle.

Die Sensibilisierung für diese Zusammenhänge und das Wissen über technische Prozesse, die im Hintergrund laufen (z. B. Cookies, Tracking) sind nicht nur für den Datenschutz wichtig, sondern auch für das individuelle Sicherheitsbedürfnis und die Fähigkeit, zwischen Risiko und Nutzen bei dem Gebrauch von Online-diensten abzuwägen. Dazu gehört ebenso das Problembewusstsein für den Schutz der Privatsphäre, auch im Umgang mit Daten anderer Personen und deren Sichtweise darauf.

Der Schutz personenbezogener Daten ist zwar grundsätzlich durch die Datenschutz-Grundverordnung gestärkt, ist aber für Jugendliche eher abstrakt. Die Themen Datenschutz, Datensicherheit bzw. Sicherheitseinstellungen bei Onlineaktivitäten sowie der Umgang mit AGBs sind für sie eine Herausforderung. Aber die Zustimmung zur Weitergabe eigener Daten, zur Verbesserung eines Dienstes oder zur Weitergabe an dessen Partner ist schneller erteilt, als die AGBs durchzulesen und mögliche Folgen daraus abzusehen. Besonders schnell passiert das bei scheinbar kostenlosen Angeboten.

Zur Verunsicherung der Jugendlichen tragen u.a. auch bekannt gewordene Datenschutzpannen, versehentlich veröffentlichte Partyeinladungen oder auch das Wissen um Identitätsdiebstahl und Kontakttrisiken bei. Nicht zuletzt fürchten sie sich vor dem Kontrollverlust über ihre Daten und davor, dass ihr Ruf dadurch Schaden nehmen könnte.<sup>17</sup>

Jugendliche sehen die Verarbeitung ihrer Daten zwar kritisch, sie möchten aber dennoch nicht auf die kostenlose Nutzung der Dienste verzichten.<sup>18</sup> Umso wichtiger ist entsprechendes Hintergrundwissen, um die Relevanz des Themas »Daten und Datenschutz im Internet« zu verdeutlichen.

<sup>17</sup> Vgl. Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) (2018): Euphorie war gestern. Die »Generation Internet« zwischen Glück und Abhängigkeit. DIVSI U25-Studie 2018. S. 106; ↗ <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2018/11/DIVSI-U25-Studie-euphorie.pdf> (abgerufen am 27.09.2021).

<sup>18</sup> Vgl. Engels, Barbara (2018): Datenschutzpräferenzen von Jugendlichen in Deutschland. IW-Trends 2/2018. Institut der deutschen Wirtschaft Köln e. V.; ↗ [https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user\\_upload/Studien/IW-Trends/PDF/2018/IW-Trends\\_2018-02-02\\_Datenschutzpr%C3%A4ferenzen\\_Engels.pdf](https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/IW-Trends/PDF/2018/IW-Trends_2018-02-02_Datenschutzpr%C3%A4ferenzen_Engels.pdf) (abgerufen am 22.04.2021)

## Hintergrund

Das Internet hat wie kaum ein anderes Medium Einfluss auf gesellschaftliche Transformationsprozesse. Es ist Grundlagentechnologie und Leitmedium gleichermaßen. Die Vernetzung – und damit das Internet – ist der wesentliche Aspekt der Digitalisierung.

Der Einsatz digitaler Werkzeuge verändert Organisationsstrukturen, Informations- und Wissensmanagement sowie Kommunikationsprozesse sowohl in der Arbeitswelt als auch im privaten Raum. Dazu gehören neue Arbeitsweisen wie z. B. Cloud-Computing, Fernzugriff auf Server, Screen-Sharing, Datenübertragungen am Arbeitsplatz oder im Homeoffice, aber auch Lernsituationen wie Webinare und Homeschooling bzw. individualisiertes Onlinelernen. Internetbasierte Kommunikationswerkzeuge wie Videotelefonie und -konferenzen und Instant-Messaging verändern die Kommunikation und Kontaktpflege im privaten und beruflichen Umfeld. Warenflüsse verändern sich durch neue Produktionsbedingungen und Logistiken bzw. Handelswege und haben Auswirkungen auf Konsummöglichkeiten. Die Struktur und die Gestaltungsmöglichkeiten der Internetangebote ermöglichen gleichermaßen Konsument\*in und Produzent\*in (Prosument\*in) zu sein, mit entsprechenden Effekten auf das Gefüge der Unterhaltungs- und Informationsangebote.

Inhalte sind weltweit, unmittelbar und oftmals auch frei verfügbar. Raum und Zeit werden neu definiert. Lokales und Globales kann gleichermaßen nebeneinander stehen, und sofortige Verfügbarkeit bzw. Beschleunigung sind die Geschwindigkeitsparameter. Das Internet und die Sozialen Netzwerke mit den verschiedenen Informations- und Kommunikationsangeboten sind nicht zuletzt durch zunehmende Medienkonvergenz ein Leitmedium mit starkem Einfluss auf die öffentliche Meinung. Das alles hat auch Auswirkungen auf rechtliche Fragestellungen zum Umgang mit Daten bzw. Datenschutz und Urheberrechten und den persönlichen Umgang damit. Dabei bedeutet Digitalisierung nicht nur, bislang analoge Prozesse anzupassen und digital umzusetzen. Zum erfolgreichen und verantwortungsbewussten Gelingen gehören auch entsprechend veränderte Denkweisen, Haltungen sowie ein anderes Selbstverständnis, kurz: ein verändertes Mindset.

Verantwortliches Handeln im Internet und das Wissen um die Konsequenzen des eigenen Tuns auf individueller und gesellschaftlicher Ebene (auch im globalen Zusammenhang), erfordert Kenntnisse über Hintergründe und Zusammenhänge sowie Reflexionsvermögen und einen Diskurs über den sozialen Kontext technologischer Entwicklungen und ihrer Nutzung, um Gesellschaft aktiv und selbstbestimmt mitgestalten zu können.

## Aufbau des Unterrichtsthemas

Das Unterrichtsthema »Jugendliche online – Zwischen Information, Interaktion und Unterhaltung« ist in vier Module gegliedert, die jeweils – ausgehend vom eigenen Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen – relevante Inhalte der Onlinenutzung thematisieren und transparent machen.

**Modul 1** befasst sich mit dem Umgang mit persönlichen Daten im Internet. Neben grundsätzlichen Informationen über Daten und deren Sicherung werden Akteure der Datenerhebung thematisiert. In einem praktischen Teil sollen v. a. Aspekte des Selbst Datenschutzes behandelt werden. Ziel ist die Erstellung eines individuellen Leitfadens für den Umgang mit persönlichen Daten.

**Modul 2** thematisiert den Bereich der Onlinekommunikation mit Schwerpunkt auf der Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens. Neben der Kenntnis von Einsatzmöglichkeiten unterschiedlicher Kommunikationsmittel sollen die Risiken der Onlinekommunikation erkannt und Handlungsmöglichkeiten diskutiert werden.

**Modul 3** beschäftigt sich mit der Informationsbeschaffung. Thematisiert wird v. a. die Informationssuche mit Suchmaschinen. In einem praktischen Teil sollen zudem grundlegende Mechanismen von Wikis an einem Beispiel erklärt und selbst ausprobiert werden.

**Modul 4** greift den Themenbereich der Onlineunterhaltungsangebote auf, besonders im Hinblick auf Rollenmodelle, mediale Stereotypen und Inszenierungen von Influencer\*innen. Eigene Nutzungsmotive und die Faszination für Unterhaltungsangebote im Internet sollen analysiert werden, auch um persönliches Nutzungsverhalten zu reflektieren.

Die Module können aufeinander aufbauend, aber auch einzeln durchgeführt werden. Falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde, sollte die **UE1-a »Dein Medienalltag im Internet«** den anderen Modulen vorangestellt werden.

## Modulübersicht

### Modul 1 – Persönliche Daten

<b>UE1-a</b>	🕒 30 Min.	Dein Medienalltag im Internet
<b>UE1-b</b>	🕒 20 Min.	Was sind Daten?
<b>UE1-c</b>	🕒 20 Min.	Deine Daten im Netz
<b>UE1-d</b>	🕒 20 Min.	Wer nutzt meine Daten – und wofür?
<b>UE1-e</b>	🕒 15 Min.	Was passiert, wenn Daten veröffentlicht werden? – Eine Szenarioanalyse
<b>UE1-f</b>	🕒 45 Min.	Erstellung eines Leitfadens (optional)

### Modul 2 – Kommunikation im Netz

<b>UE2-a</b>	🕒 30 Min.	Dein Medienalltag im Internet*
<b>UE2-b</b>	🕒 25 Min.	Soziale Netzwerke, Messenger, Onlinegames
<b>UE2-c</b>	🕒 15 Min.	Deine Meinung zum Thema Onlinekommunikation
<b>UE2-d</b>	🕒 45 Min.	Wie verhalte ich mich im Netz?
<b>UE2-e</b>	🕒 30 Min.	Erscheinungsformen problematischer Inhalte und Verhaltensweisen im Internet
<b>UE2-f</b>	🕒 45 Min.	Cybermobbing: Erste-Hilfe-Maßnahmen
<b>UE2-g</b>	🕒 30 Min.	Für ein respektvolles Miteinander: Regeln für den Gruppen-/Klassenchat

### Modul 3 – Sicheres Suchen

<b>UE3-a</b>	🕒 30 Min.	Dein Medienalltag im Internet*
<b>UE3-b</b>	🕒 20 Min.	»Wenn ich suche ...« – Suchverhalten von Jugendlichen
<b>UE3-c</b>	🕒 20 Min.	Wie arbeiten Suchmaschinen?
<b>UE3-d</b>	🕒 25 Min.	Suchprofi werden
<b>UE3-e</b>	🕒 25 Min.	Deine Kriterien für Glaubwürdigkeit
<b>UE3-f</b>	🕒 15 Min.	Wie funktioniert Wikipedia?
<b>UE3-g</b>	🕒 45 Min.	Verfassen eines Wikipedia-Artikels (optional)

### Modul 4 – Unterhaltung

<b>UE4-a</b>	🕒 30 Min.	Dein Medienalltag im Internet*
<b>UE4-b</b>	🕒 30 Min.	Unterhaltungsangebote
<b>UE4-c</b>	🕒 25 Min.	Inszenierung von Influencer*innen
<b>UE4-d</b>	🕒 25 Min.	Mediale Stereotypen
<b>UE4-e</b>	🕒 15 Min.	Deine Medientrends

\* falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde

## Unterstützende Materialien

- ⇨ Beranek, Angelika; Ring, Sebastian; Schuegraf, Martina (Hrsg.) (2020): Zwischen Utopie und Dystopie. Medienpädagogische Perspektiven für die digitale Gesellschaft. München: kopaed Verlag.
- ⇨ Brüggem, Niels; Dreyer, Stephan; Drosselmeier, Marius; Gebel, Christa; Hasebrink, Uwe; Rechlitz, Marcel (2017): Jugendmedienschutzindex: Der Umgang mit online-bezogenen Risiken – Ergebnisse der Befragung von Eltern und Heranwachsenden. Berlin/Hamburg/München: FSM – Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (Hrsg.); ↗ [https://www.fsm.de/files/2022/03/jugendmedienschutzindex\\_studie\\_eltern\\_und\\_herwachsende.pdf](https://www.fsm.de/files/2022/03/jugendmedienschutzindex_studie_eltern_und_herwachsende.pdf) (abgerufen am 07.06.2022).
- ⇨ Eder, Sabine; Mikat, Claudia; Tillmann, Angela (Hrsg.) (2017): Software takes command. Herausforderungen der »Datafizierung« für die Medienpädagogik in Theorie und Praxis. München: kopaed Verlag.
- ⇨ handysektor, Landesanstalt für Kommunikation (LFK) (Baden-Württemberg); ↗ [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de) (abgerufen am 27.09.2021).
- ⇨ Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) (2019): Influencer\*innen. Television 32/2019/1. München; ↗ [http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/32\\_2019\\_1.htm#](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/32_2019_1.htm#) (abgerufen am 27.09.2021).
- ⇨ klicksafe, EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz; ↗ <https://www.klicksafe.de> (abgerufen am 27.09.2021).
- ⇨ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2018): KIM-Studie 2018. Kinder, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Stuttgart; ↗ [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2018/KIM-Studie\\_2018\\_web.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2018/KIM-Studie_2018_web.pdf) (abgerufen am 27.09.2021).
- ⇨ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2020): JIM-Studie 2020. Jugend, Information, Medien. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart; ↗ [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020\\_Web\\_final.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf) (abgerufen am 27.09.2021).
- ⇨ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2021): JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart; ↗ [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie\\_2021\\_barrierefrei.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf) (abgerufen am 13.12.2021).

- ⇨ Oberlinner, Andreas; Stecher, Sina; Gebel, Christa; Brüggem, Niels (2020):  
»Wenn er nicht in die Kamera schaut, ... ist es eine Lüge.« Glaubwürdigkeit von YouTube-Stars aus Sicht von 10- bis 12-Jährigen. ACT ON! Short Report Nr. 6. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoringstudie. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis; ↗ <https://act-on.jff.de/die-monitoring-studie> (abgerufen am 27.09.2021).
  
- ⇨ Stecher, Sina; Bamberger, Anja; Gebel, Christa; Brüggem, Niels (2021):  
»Ältermachen ist immer die Faustregel.« Online-Angebote, Datenauswertung und personalisierte Werbung aus Sicht von Jugendlichen. ACT ON! Short Report Nr. 8. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoring-Studie. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis; ↗ <https://act-on.jff.de/die-monitoring-studie> (abgerufen am 27.09.2021).
  
- ⇨ Stecher, Sina; Bamberger, Anja; Gebel, Christa; Cousseran, Laura; Brüggem, Niels (2020): »Du bist voll unbekannt!« Selbstdarstellung, Erfolgsdruck und Interaktionsrisiken auf TikTok aus Sicht von 12- bis 14-Jährigen. ACT ON! Short Report Nr. 7. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoring-Studie. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis; ↗ <https://act-on.jff.de/die-monitoring-studie> (abgerufen am 27.09.2021).
  
- ⇨ Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH (2021): Generation Messenger. Eine repräsentative Befragung junger Menschen zur Nutzung von Messengerdiensten. Düsseldorf; ↗ [https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2021/03/Studie\\_Vodafone-Stiftung\\_Generation-Messenger\\_2021.pdf](https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2021/03/Studie_Vodafone-Stiftung_Generation-Messenger_2021.pdf) (abgerufen am 27.09.2021).
  
- ⇨ YOUNGDATA, Jugendportal der unabhängigen Datenschutzbehörden des Bundes und der Länder, sowie des Kantons Zürich; ↗ <https://www.youngdata.de> (abgerufen am 27.09.2021).

# MODUL 1

## Persönliche Daten



# Einführung

Wenn sich Kinder und Jugendliche im Internet mit anderen austauschen, geben sie natürlich auch einiges von sich preis. Um ihre Persönlichkeit ausleben zu können und anderen den Kontakt zu sich zu ermöglichen, präsentieren sie sich in den Sozialen Netzwerken mit richtigem Namen, v. a. aber mit aktuellen Bildern von sich und aus ihrem Leben, persönlichen Interessen und Hobbys, eigenen Einstellungen und Orientierungen, Kontaktmöglichkeiten und anderem mehr. Auch durch die Nutzung zahlreicher anderer digitaler Dienste bzw. Webseiten hinterlassen sie Datenspuren im Internet. Manchmal ist das offen ersichtlich, jedoch nicht immer sofort klar, welche Datenverknüpfungen und Interpretationen daraus entstehen können. Auch wenn Kindern und Jugendlichen tendenziell bewusst ist, dass sie auf Grundlage von Daten und Informationen über sich mit unerwünschten Begegnungen und Kontakten konfrontiert oder Opfer von Angriffen und Diskriminierungen werden könnten, bleiben problematische Bereiche, die sie nicht überblicken bzw. einschätzen können (z. B. Datenmissbrauch durch Dritte, Kontrolle und Überwachung).

Trotz der bereits vorhandenen Sensibilität für den Schutz ihrer Privatsphäre und ihrer persönlichen Daten ist es für Jugendliche keineswegs einfach, für den Austausch mit anderen den richtigen Mittelweg zu finden, um die Chancen der Kommunikations- und Partizipationsmöglichkeiten bei minimierten Risiken voll ausnutzen zu können. Denn geben sie zu wenig von sich preis, werden sie für andere unter Umständen schnell uninteressant. Geben sie hingegen zu freizügig Einblick ins eigene Leben, steigt die Gefahr, dass persönliche Daten und Angaben missbräuchlich verwendet werden.

Auch wenn mit der Datenschutz-Grundverordnung von 2018 EU-weit ein größerer Schutz für die Nutzung personenbezogener Daten geschaffen wurde, ist auch hier weiterhin jede\*r Einzelne gefragt, mit Datenveröffentlichungen und Zugriffseinwilligungen bedacht umzugehen.

Zum kompetenten Umgang mit Daten gehört auch das Wissen, wer wo, wie und warum welche Daten sammelt (Zugriffsberechtigungen bei der App-Nutzung, Cookies beim Besuch von Webseiten etc.).

## Ziel

Die Schüler\*innen reflektieren vor dem Hintergrund ihrer individuellen Mediennutzung den Umgang mit persönlichen Daten. Zu diesem Zweck lernen sie, was personenbezogene Daten sind und welche Daten von wem zu welchen Zwecken verarbeitet werden.

Ziel ist es, die Schüler\*innen darin zu bestärken, bei der Internetnutzung sensibel mit Daten umzugehen und Interessen und Bedenken zur Datenveröffentlichung aus verschiedenen Perspektiven einzuschätzen.

## Zeitbedarf

Jede der einzelnen Unterrichtseinheiten (UE) lässt sich innerhalb einer Schulstunde von 45 Minuten bearbeiten, teilweise auch zwei UE nacheinander. Ideal ist die Bearbeitung mehrerer Unterrichtseinheiten im Block, entweder im Rahmen von Doppelstunden oder in einer Projektphase. Für alle Einheiten des Moduls zusammen sollten mindestens 150 Minuten eingeplant werden.

## Unterrichtseinheiten des Moduls

<b>UE1-a</b>	🕒 30 Min.	Dein Medienalltag im Internet
<b>UE1-b</b>	🕒 20 Min.	Was sind Daten?
<b>UE1-c</b>	🕒 20 Min.	Deine Daten im Netz
<b>UE1-d</b>	🕒 20 Min.	Wer nutzt meine Daten – und wofür?
<b>UE1-e</b>	🕒 15 Min.	Was passiert, wenn Daten veröffentlicht werden? – Eine Szenarioanalyse
<b>UE1-f</b>	🕒 45 Min.	Erstellung eines Leitfadens (optional)

🕒 **gesamt 105–150 Min.**

 <b>Aufgabe</b>	Sammeln und Systematisieren von Internetangeboten und Funktionen sowie Dokumentation der eigenen Mediennutzung im Tagesverlauf
 <b>Lernziel</b>	Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens gegenüber Onlinemedien
 <b>Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg in das Thema wird die Klasse aufgefordert, in einer offenen Frage- und Diskussionsrunde Medienangebote zu sammeln, die sie selbst nutzt. Ihre Nennungen werden visuell festgehalten (Tafel, Whiteboard und/ oder Onlineboard) und in einem nächsten Schritt systematisiert. Mögliche Aspekte können sein (<a href="#">Materialblatt_Internet_01</a>):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Unterhaltung</li> <li>⇨ Information</li> <li>⇨ Kommunikation</li> <li>⇨ Dienstleistungen (z. B. Onlinebanking, Onlineshopping etc.)</li> <li>⇨ kreative Gestaltung</li> <li>⇨ Angebote, die mehrere Aspekte vereinen (= medienkonvergente Angebote)</li> </ul> <p>Ergänzend zur Sortierung nach offensichtlichen Angebotsfunktionen werden mittelbare Funktionen festgehalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Selbsta Ausdruck/-darstellung</li> <li>⇨ Netzwerkcharakter</li> <li>⇨ Nutzungserwartungen (Kultur des Teilens, Kostenfaktor/Kostenloskultur, Verfügbarkeit etc.)</li> </ul> <p>Zur Erarbeitung können auch webbasierte kollaborative Lernformen eingesetzt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a> sowie <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p> <p>Vor diesem Hintergrund erstellt jede*r Schüler*in mithilfe von <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_02</a> einen eigenen Medienstundenplan: Welches Medienangebot wird wann, wie lange, und mit welcher Funktion genutzt? Bei der Festlegung der Funktionen kann die bereits erstellte Systematik genutzt werden.</p>

→ **Ablauf**

Für die Auswertung im Plenum zur Mediennutzungsdauer helfen folgende Fragen, die per Handzeichen abgestimmt werden:

- Wer nutzt das Mobiltelefon schon morgens im Bett?
- Wer postet mehr als fünf Nachrichten am Tag?
- Wer lässt das Mobiltelefon auch nachts an?

Danach werden die Schüler\*innen aufgefordert, ihre tägliche Mediennutzungsdauer zusammenzurechnen, die sie anschließend mit aktuellen Studienergebnissen (→ siehe JIM-Studie) vergleichen können.

Im nächsten Schritt werten die Schüler\*innen aus, welche Medienangebote sie am meisten nutzen, als welchen Mediennutzungstyp sie sich einschätzen und ob sie die Medienangebote eher allein oder gemeinsam nutzen (**Arbeitsblatt\_Internet\_02**).

In einem abschließenden Gespräch wird mit der Klasse diskutiert, wie sie die Ergebnisse bewertet.

 **Hinweise**

Zur Veranschaulichung der Aktivitäten, die in einer Minute im Internet stattfinden, kann folgendes Video gezeigt werden: »Was passiert in einer Minute im Internet?«

→ <https://www.weitklick.de/webinare/was-passiert-einer-minute-im-internet>

→ <https://www.youtube.com/watch?v=PWZ78YLNhpE>

 **Materialien**

- **Materialblatt\_Internet\_01**
- **Arbeitsblatt\_Internet\_02**
- **Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«**
- **Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«**
- Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard
- Moderationskarten, Plakate, Stifte, Pinnwand oder Tafel, Pins oder Magnete

✍️ <b>Aufgabe</b>	Sammeln und Zuordnen verschiedener Arten von Daten
💡 <b>Lernziel</b>	Erlernen des Unterschieds zwischen verschiedenen personenbezogenen Datenarten. Sensibilisierung für die Erstellung von Profilen durch Datenverknüpfung
➔ <b>Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg in das Thema »Daten« (<a href="#">Materialblatt_Internet_03</a>) bespricht die Klasse die Aussage: »Daten sind die Währung im Netz.« Um die Aussage für alle sichtbar zu machen, wird sie an die Tafel, das Whiteboard oder das Onlineboard geschrieben. Fragen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Habt ihr die Aussage schon gehört?</li> <li>☞ Was hat sie mit der kostenlosen Nutzung von Dienstleistungen bzw. Anwendungen im Internet zu tun?</li> <li>☞ Was versteht ihr darunter?</li> </ul> <p>Anschließend sammeln die Schüler*innen Beispiele zu der Frage: »Welche Daten können im Internet über dich gesammelt werden?« Zu diesen Daten zählen sowohl aktiv eingegebene persönliche oder Profildaten in den Sozialen Medien als auch Daten aus App-Zugriffsberechtigungen und individuellem Nutzungsverhalten im Internet (z. B. besuchte Internetseiten, Suchmaschinenanfragen, Kaufverhalten).</p> <p>In einer Brainstormingkette nennen die Schüler*innen der Reihe nach ein Datum (Singular von Daten) und schreiben es auf eine Moderationskarte oder ein Blatt Papier. Die Kette kann so lange fortgeführt werden, wie Beispiele gefunden werden. Gegebenenfalls kann die Sammlung durch Hinweise der Lehrkraft ergänzt werden. Zur Erarbeitung können auch webbasierte kollaborative Lernformen eingesetzt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a> sowie <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p> <p>Anschließend ordnet die Klasse die gesammelten Begriffe gemeinsam den beiden Kategorien zu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ direkte personenbezogene Daten (direkt identifizierbare Person)</li> <li>☞ indirekte personenbezogene Daten (indirekt identifizierbare Person, d. h. erst mit einer oder mehreren weiteren Informationen einer Person zuzuordnende Daten)</li> </ul> <p>Vor der Erläuterung des Unterschiedes durch die Lehrkraft sollte bereits vorhandenes Wissen bzw. die Einschätzung der Klasse dazu abgefragt werden.</p>

 <b>Hinweise</b>	Eine Aufzählung von Datenbeispielen steht in UE1-c.
 <b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ <a href="#">Materialblatt_Internet_03</a></li><li>→ <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a></li><li>→ <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a></li><li>→ Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard</li><li>→ Moderationskarten, Papier, Stifte, Pinnwand oder Tafel, Pins oder Magnete</li></ul>

 <b>Aufgabe</b>	Umgang mit eigenen Daten überlegen
 <b>Lernziel</b>	Erarbeiten von Argumenten und Positionen zum Umgang mit eigenen Daten
 <b>Ablauf</b>	<p>Um den Umgang mit eigenen Daten zu analysieren bzw. bereits bestehende Datenveröffentlichungen der Schüler*innen zu hinterfragen, wird die Veröffentlichung verschiedener Daten diskutiert (aktiv eingegebene persönliche Daten sowie Daten aus App-Zugriffsberechtigungen). Von der Lehrkraft werden dazu nacheinander verschiedene Daten genannt, zu denen die Schüler*innen entsprechend ihrer eigenen Einstellung per Handzeichen abstimmen, ob sie diese Daten preisgeben würden oder nicht. Für die Abstimmung kann auch eine App genutzt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>⇨ Vorname</li><li>⇨ Nachname</li><li>⇨ Alter</li><li>⇨ genaues Geburtsdatum</li><li>⇨ Geschlecht</li><li>⇨ Wohnort</li><li>⇨ aktuelle Anschrift</li><li>⇨ E-Mail-Adresse</li><li>⇨ Handynummer</li><li>⇨ Kontodaten</li><li>⇨ Schul- und Arbeitszeugnisse</li><li>⇨ Haar- und Augenfarbe</li><li>⇨ Größe und Gewicht</li><li>⇨ Hobbys und Interessen</li><li>⇨ beliebte Aufenthaltsorte</li><li>⇨ sehr Persönliches/Intimes</li><li>⇨ politische Orientierungen</li><li>⇨ Bilder/Videos von dir</li><li>⇨ Bilder/Videos von Familienmitgliedern</li><li>⇨ Bilder/Videos von Freund*innen/Bekanntem</li><li>⇨ Kamerafreigabe</li><li>⇨ Mikrofonfreigabe</li><li>⇨ Freigabe der Kontakte</li><li>⇨ Standortfreigabe</li><li>⇨ Bewegungsprofil</li></ul>

Nach jedem Begriff werden Pro- und Contra-Argumente zur Veröffentlichung besprochen. Anschließend stimmen die Schüler\*innen per Handzeichen ab, ob sie für sich (bisher) einen eher bewussten oder unbedachten Umgang mit ihren Daten haben.

In einem weiterführenden Rollenspiel zum Thema »Verknüpfung von Daten« erraten die Schüler\*innen anhand eines Mini-Social-Media-Profiles, wer sich dahinter verbergen könnte. Dazu erstellen alle mithilfe von [Arbeitsblatt\\_Internet\\_04](#) ein eigenes Profil. Die Lehrkraft sammelt die Profile ein, mischt sie und liest ausgewählte vor. Nun muss die Klasse erraten, um wessen Profil es sich handeln könnte.

Bei einigen Profilen kann überlegt werden, welche personalisierte Werbung dafür Erfolg haben könnte.



#### **Hinweise**

Gegebenenfalls können nur einige ausgewählte Datenbeispiele abgefragt werden und die Abstimmungsergebnisse in einem Tafelbild festgehalten werden.



#### **Materialien**

- [Arbeitsblatt\\_Internet\\_04](#)
- [Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«](#)
- [Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«](#)
- Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard

✍️ <b>Aufgabe</b>	Identifizieren und Einordnen von Datenakteuren sowie die Zweckbestimmung von Datenerhebungen hinterfragen
💡 <b>Lernziel</b>	Kennen verschiedener Akteure, die Daten erheben und verarbeiten
➔ <b>Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg in das Thema werden im Plenum an der Tafel, dem Whiteboard oder Onlineboard mögliche kommerzielle und nichtkommerzielle datenerhebende Akteure gesammelt (<b>Materialblatt_Internet_05</b>). Ergänzt wird die Sammlung durch Stichworte zu den Fragen:</p> <p>→ Welche Daten werden erhoben und verarbeitet?  → Zu welchem Zweck werden die Daten erhoben und verarbeitet?</p> <p>Zur Sensibilisierung für das Thema Datenschutz wird nachfolgend das Video »Update für deine Freiheit: Die Datenschutz-Grundverordnung« gezeigt, in dem erklärt wird, warum ein bewusster Umgang mit Daten wichtig ist, bzw. wird beispielhaft erläutert, welche Schlüsse aus Daten gezogen werden können und welche Konsequenzen sie ggf. haben. Dabei wird auf die Rechtslage durch die Datenschutz-Grundverordnung eingegangen.</p> <p>Zum Video: ➔ <a href="https://deinedatendeinerechte.de/themen/datenschutz-grundverordnung/?cat=schauen">https://deinedatendeinerechte.de/themen/datenschutz-grundverordnung/?cat=schauen</a></p> <p>Abschließend wird im Plenum diskutiert, ob und wo die Schüler*innen das Thema »Datenschutz« wahrnehmen.</p>
📄 <b>Hinweise</b>	<p>Hintergrundinformationen zum Thema »Datenverarbeitung und Datenschutz im Zusammenhang mit Smart Speakern« bietet die Reportage ➔ »Smart Speaker: Wobei Alexa, Siri &amp; Co. heimlich mithören«.</p> <p>Auf der Plattform »Deine Daten. Deine Rechte« stehen weitere animierte Erklärvideos zum Thema »Datennutzung, Datenschutz und Datenschutz-Grundverordnung« zur Verfügung. Sämtliche Videos sind auch als Download verfügbar.</p> <p>➔ <a href="https://deinedatendeinerechte.de/schauen">https://deinedatendeinerechte.de/schauen</a></p>
📁 <b>Materialien</b>	<p>→ <b>Materialblatt_Internet_05</b></p> <p>→ <b>Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</b></p> <p>→ Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard</p> <p>→ Abspielmöglichkeit für Video, ggf. Beamer</p>

 <b>Aufgabe</b>	Analyse, wie unterschiedlich bestimmte Angaben auf verschiedene Personen oder Personengruppen wirken können. Erarbeiten von Kriterien für das Teilen von Inhalten auf dieser Grundlage
 <b>Lernziel</b>	Erkennen, dass Datenveröffentlichungen unterschiedliche Einschätzungen bzw. Bewertungen bewirken können
 <b>Ablauf</b>	<p>Die Klasse wird aufgeteilt in Kleingruppen, die sich jeweils an einem Tisch oder in einer Sitzgruppe zusammensetzen. Jede Gruppe nimmt eine bestimmte Rolle an. Rollen Anregungen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Eltern/Großeltern</li><li>→ Geschwister</li><li>→ Lehrkraft</li><li>→ Freund*in</li><li>→ Ex-Freund*in</li><li>→ flüchtige*r Bekannte*r</li><li>→ Personalabteilung einer Firma</li><li>→ Netzwerkbetreiber (z. B. Social-Media-Plattform)</li></ul> <p>Die Gruppen bekommen etwas Zeit, zu überlegen, welche Bedürfnisse, Wünsche, Sorgen und Ängste Vertreter*innen dieser Gruppen im Hinblick auf die Veröffentlichung von Daten haben könnten. Anschließend schildert die Lehrkraft einige Szenarien zum Thema Umgang mit Daten (<a href="#">Materialblatt_Internet_o6</a>). Die Gruppen bekommen einen kurzen Beratungszeitraum und stellen dann nacheinander kurz ihre Positionen und Argumente aus der Sicht ihrer Rolle vor.</p>
 <b>Hinweise</b>	Für diese Methode ist eine Raumsituation mit Kleingruppeninseln notwendig.
 <b>Materialien</b>	→ <a href="#">Materialblatt_Internet_o6</a>

 <b>Aufgabe</b>	<p>Sammlung, Analyse und Priorisierung unterschiedlicher Einstellungsmöglichkeiten sowie Erarbeitung von Empfehlungen zur Preisgabe von Daten und hilfreicher Tipps zum Schutz der Privatsphäre.</p>
 <b>Lernziel</b>	<p>Kenntnis von Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre</p>
 <b>Ablauf</b>	<p>Im Plenum wird eine Gliederung bzw. ein Grundgerüst für den zu erstellenden Leitfaden zusammengetragen. In Kleingruppen erarbeiten die Schüler*innen sich selbstständig auf der Basis vorangegangener Lerneinheiten und/oder Internetrecherchen die Inhalte für den Leitfaden, der anschließend aus den Ergebnissen aller Gruppen zusammengestellt wird. In den Kleingruppen können alle Aspekte einer Frage oder nur jeweils Teile davon erarbeitet werden.</p> <p>Mögliche Fragen für den Leitfaden sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•→ Welche Einstellungen sollte man auf Diensten und Plattformen vornehmen? (Verschiedene Gruppen können ggf. unterschiedliche Dienste abdecken.)</li> <li>•→ Was sollte ich selbst beachten, wie bzw. wenn ich persönliche Daten preisgebe? (Verschiedene Gruppen können ggf. unterschiedliche Facetten beleuchten: öffentliches Profil bzw. öffentliche Statusmeldung, eingeschränktes Profil bzw. Story für »enge Freunde« Kategorie etc.)</li> <li>•→ Wie kann ich meine Privatsphäre schützen?</li> </ul> <p>Je nach Interessenlage, Vorwissen und vorhandenen Möglichkeiten können weitere bzw. komplexere Formate zur Leitfadenerstellung umgesetzt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•→ Poster</li> <li>•→ Informationsblatt bzw. Flyer</li> <li>•→ Infografik</li> <li>•→ Weblog</li> <li>•→ Präsentation</li> </ul> <p>Zur Umsetzung können auch (weitere) webbasierte kollaborative Lernformen eingesetzt werden, z. B. Mindmaps oder Wortwolken. Weitere Informationen finden sich hierzu im <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a>, Modul »Gedanken strukturieren mit Mindmaps und Wortwolken«, sowie im <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>.</p>



### Hinweise

Der Leitfaden kann über den Klassenverband hinaus als Informationsmaterial klassen- und jahrgangsübergreifend eingesetzt werden. Die Schüler\*innen werden damit zu Datenschutzbotschafter\*innen für ihre Mitschüler\*innen.



### Materialien

- [Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«](#)
- [Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«](#)
- ggf. Computer mit Internetzugang
- Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard
- ggf. Plakatpapier, Stifte



# MODUL 2

## Kommunikation im Netz



# Einführung

Wenn Jugendliche online aktiv sind, gehört es zu ihren wichtigsten Aktivitäten, mit anderen zu kommunizieren. Dafür nutzen sie z. B. mit ihrer Klasse, ihren Freund\*innen und ihrer Familie verschiedene Messengergruppen und den Austausch über Soziale Medien wie Instagram oder TikTok. Kommunikation ist Teil ihres Alltags und findet fast überall und zu jeder Zeit statt.

Liken, teilen, posten – bei der Identitätsbildung von Jugendlichen spielt die Kommunikation und Interaktion mit der Peergroup eine wichtige Rolle. Durch den Austausch von Alltagserfahrungen werden Werte und Normen abgeglichen und entwickelt sowie die eigene Position im Freundeskreis bestimmt. Die Jugendlichen können dabei aktiv kommunizieren, aber auch passiv zum Kommunikationsthema im Netzwerk werden.

Die Möglichkeit, dass Dritte unerwünscht auf Bilder und Texte aus Chats etc. zugreifen und sie womöglich verbreiten, ist für Jugendliche erheblich problematischer als die (aktive) Preisgabe von Informationen an Unternehmen oder Behörden. Die zunehmend rücksichtslose Onlinekommunikation mit negativen Kommentaren, Beleidigungen und Bloßstellungen bis hin zu Mobbing in Sozialen Netzwerken ist für sie ein weiteres Problem.

Durch den hohen Stellenwert von Onlinekommunikation und der ständigen Verfügbarkeit digitaler Kommunikationskanäle mehren sich die Kontakt- und Konfrontationsrisiken, z. B. (Cyber)Mobbing, Cybergrooming oder Hate Speech.

Es ist wichtig, Kindern und Jugendlichen das eigene Nutzungsverhalten bewusst zu machen und gemeinsam Kommunikationsregeln auszuhandeln. Dies kann ihnen helfen, sicherer und selbstbestimmt zu kommunizieren und in problematischen Situationen Lösungswege zu entwickeln und anzuwenden.

## Ziel

Ziel des Moduls ist es, das Bewusstsein der Schüler\*innen für ihr Verhalten bei der Onlinekommunikation zu schärfen. Neben der Kenntnis digitaler Kommunikationsmittel und von deren Einsatzmöglichkeiten gehört die Fähigkeit dazu, mit problematischen Situationen und Risiken umzugehen, und die Reflexion der eigenen Position bzw. die Entwicklung von Lösungsstrategien.

## Zeitbedarf

Jede der Unterrichtseinheiten (UE) lässt sich innerhalb einer Schulstunde von 45 Minuten bearbeiten, teilweise auch zwei UE nacheinander. Ideal ist die Bearbeitung mehrerer Unterrichtseinheiten im Block, entweder im Rahmen von Doppelstunden oder in einer Projektphase. Falls Modul 1 schon durchgeführt wurde, kann die dreißigminütige UE2-a entfallen. Für alle Einheiten des Moduls zusammen sollten mindestens 190 Minuten eingeplant werden.

## Unterrichtseinheiten des Moduls

<b>UE2-a</b>	🕒 30 Min.	Dein Medienalltag im Internet (falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde)
<b>UE2-b</b>	🕒 25 Min.	Soziale Netzwerke, Messenger, Onlinegames
<b>UE2-c</b>	🕒 15 Min.	Deine Meinung zum Thema »Onlinekommunikation«
<b>UE2-d</b>	🕒 45 Min.	Wie verhalte ich mich im Netz?
<b>UE2-e</b>	🕒 30 Min.	Erscheinungsformen problematischer Inhalte und Verhaltensweisen im Netz
<b>UE2-f</b>	🕒 45 Min.	Cybermobbing: Erste-Hilfe-Maßnahmen
<b>UE2-g</b>	🕒 30 Min.	Für ein respektvolles Miteinander: Regeln für den Gruppen- bzw. Klassenchat

🕒 gesamt 190–220 Min.

✍️ <b>Aufgabe</b>	Sammeln und Systematisieren von Internetangeboten und Funktionen sowie Dokumentation der eigenen Mediennutzung im Tagesverlauf
💡 <b>Lernziel</b>	Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens gegenüber Onlinemedien
➔ <b>Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg in das Thema wird die Klasse aufgefordert, in einer offenen Frage- und Diskussionsrunde Medienangebote zu sammeln, die sie selbst nutzt. Ihre Nennungen werden visuell festgehalten (Tafel, Whiteboard und/ oder Onlineboard) und in einem nächsten Schritt systematisiert. Mögliche Aspekte können sein (<a href="#">Materialblatt_Internet_01</a>):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Unterhaltungsangebote</li> <li>⇨ Informationsangebote</li> <li>⇨ Kommunikationsangebote</li> <li>⇨ Dienstleistungsangebote (z. B. Onlinebanking, Onlineshopping etc.)</li> <li>⇨ Angebote zur kreativen Gestaltung</li> <li>⇨ Angebote, die mehrere Aspekte vereinen (= medienkonvergente Angebote)</li> </ul> <p>Ergänzend zur Sortierung nach offensichtlichen Angebotsfunktionen werden mittelbare Funktionen festgehalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Selbsta Ausdruck/-darstellung</li> <li>⇨ Netzwerkcharakter</li> <li>⇨ Nutzungserwartungen (Kultur des Teilens, Kostenfaktor/ Kostenloskultur, Verfügbarkeit etc.)</li> </ul> <p>Zur Erarbeitung können auch webbasierte kollaborative Lernformen eingesetzt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a> sowie <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p> <p>Vor diesem Hintergrund erstellen alle mithilfe von <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_02</a> einen eigenen Medienstundenplan: Welches Medienangebot wird wann, wie lange, und mit welcher Funktion genutzt? Bei der Festlegung der Funktionen kann die bereits erstellte Systematik genutzt werden.</p> <p>Für die Auswertung im Plenum zur Mediennutzungsdauer helfen folgende Fragen, die per Handzeichen abgestimmt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Wer nutzt das Mobiltelefon schon morgens im Bett?</li> <li>⇨ Wer postet mehr als fünf Nachrichten am Tag?</li> <li>⇨ Wer lässt das Mobiltelefon auch nachts an?</li> </ul>

Danach werden die Schüler\*innen aufgefordert, ihre tägliche Mediennutzungsdauer zusammenzurechnen, die anschließend mit aktuellen Studienergebnissen (↗ siehe JIM-Studie) verglichen werden können.

Im nächsten Schritt werten die Schüler\*innen aus, welche Medienangebote sie am meisten nutzen, als welchen Mediennutzungstyp sie sich einschätzen und ob sie die Medienangebote eher allein oder gemeinsam nutzen ([Arbeitsblatt\\_Internet\\_o2](#)).

In einem abschließenden Gespräch wird mit der Klasse diskutiert, wie sie die Ergebnisse bewertet.



#### Hinweise

Zur Veranschaulichung der Aktivitäten, die in einer Minute im Internet stattfinden, kann folgendes Video gezeigt werden: »Was passiert in einer Minute im Internet?«

↗ <https://www.weitklick.de/webinare/was-passiert-einer-minute-im-internet>

↗ <https://www.youtube.com/watch?v=PWZ78YLNhpE>



#### Materialien

↗ [Materialblatt\\_Internet\\_o1](#)

↗ [Arbeitsblatt\\_Internet\\_o2](#)

↗ [Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«](#)

↗ [Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«](#)

↗ Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard

↗ Moderationskarten, Plakate, Stifte, Pinnwand oder Tafel, Pins oder Magnete

 <b>Aufgabe</b>	Ausfüllen und Auswertung des Fragebogens: Onlinekommunikationsmittel
 <b>Lernziel</b>	Kennen der unterschiedlichen Onlinekommunikationsmittel und Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens
 <b>Ablauf</b>	<p>Zum Thema »Onlinekommunikation« füllen die Schüler*innen einen Fragebogen (<a href="#">Arbeitsblatt_Internet_07</a>) zu ihrem Nutzungsverhalten aus, der ihnen bewusst macht, welche Onlineplattformen und Apps bzw. Dienste sie nutzen, wie häufig sie sie nutzen und welche Funktion sie bei Kommunikation und Interaktion übernehmen.</p> <p>Damit möglichst schnell ein Auswertungsergebnis vorliegt, wird die Klasse in Gruppen eingeteilt, die jeweils einen Teil der Umfrage auswerten. Danach werden die Zahlen der einzelnen Gruppen in einer Klassenstatistik zusammengetragen. Die Umfrage kann auch online durchgeführt werden (siehe hierzu: <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Arbeiten im Internet«</a> sowie <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p> <p>Im Plenum wird anschließend gemeinsam festgehalten, mit wem sie für welchen Zweck auf den unterschiedlichen Onlineplattformen und Apps bzw. Diensten kommunizieren. Die Ergebnisse aus UE1-a bzw. UE2-a werden damit ggf. ergänzt.</p> <p>In einer abschließenden Diskussion werden Umgangsformen für die Kommunikation thematisiert. Es können die nachfolgenden Punkte abgefragt, aber auch nicht gewünschte Umgangsformen aus dem Erleben der Schüler*innen einbezogen werden.</p> <p>Ich finde es, gehört sich nicht:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•••• beim Essen auf dem Handy zu tippen;</li><li>•••• anderen eine Nachricht zu schreiben, während du mit anderen Leuten im Gespräch bist;</li><li>•••• in den Pausen Musik zu hören, wenn sich andere vielleicht mit dir unterhalten wollen;</li><li>•••• ständig Spiele zu spielen, anstatt sich mit anderen zu unterhalten;</li><li>•••• Nachrichten zu verschicken, wenn du betrunken bist;</li><li>•••• nach 22 Uhr anzurufen oder Nachrichten zu verschicken;</li><li>•••• einfach jemanden auf WhatsApp anzuschreiben;</li><li>•••• ungefragt Informationen oder Fotos von Freund*innen zu verschicken.</li></ul>

 <b>Hinweise</b>	Die Auswertung der Umfrage kann auch in Diagrammen oder Infografiken dargestellt werden.
 <b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_07</a></li><li>→ Ergebnisse aus UE1-a/2-a</li><li>→ <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Arbeiten im Internet«</a></li><li>→ <a href="#">Werkzeugkasten: »Lernen und Lehren mit Apps«</a></li><li>→ Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard</li></ul>

 <b>Aufgabe</b>	Eine Meinung zum eigenen Onlineverhalten formulieren und vertreten
 <b>Lernziel</b>	Die eigene Einstellung zur Onlinekommunikation reflektieren
 <b>Ablauf</b>	<p>In einer Blitzumfrage wird die eigene Einschätzung zu Aspekten der Onlinekommunikation abgefragt. Dazu werden die nachfolgenden Statements an der Tafel oder auf einem Plakat an der Wand angebracht, wo die Schüler*innen mit einem Klebepunkt entweder für Ja oder für Nein stimmen können. Alternativ kann die Umfrage per Handzeichenmeldung oder mithilfe einer App bzw. eines Onlineboards durchgeführt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Arbeiten im Internet«</a> sowie <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>). In diesem Fall zählt die Lehrkraft die jeweiligen Meldungen und vermerkt die Anzahl der Stimmen. Die Statements können noch durch Vorschläge der Klasse ergänzt werden.</p> <p>⇨ Ich verschwende oft meine Zeit im Internet. ⇨ Ich habe Angst, etwas zu verpassen, wenn ich nicht online bin. ⇨ Ich muss online sein, um meine Freundschaften zu pflegen. ⇨ Ich muss online sein, um dazu zu gehören.</p> <p>Die Antworten der Klasse werden hinsichtlich unterschiedlicher Handhabung diskutiert.</p>
 <b>Hinweise</b>	Die Ergebnisse der Umfrage können mit Studienergebnissen (z. B. aus der <a href="#">DIVSI U25-Studie 2018</a> , <a href="#">Euphorie war gestern</a> , S. 23–26) abgeglichen werden.
 <b>Materialien</b>	⇨ <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Arbeiten im Internet«</a> ⇨ <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a> ⇨ Tafel, Whiteboard, Flipchart und/oder Onlineboard ⇨ Plakat, Klebepunkte

✍️ <b>Aufgabe</b>	Sammlung von Risikoszenarien in der Onlinekommunikation und Erarbeitung von Lösungen
💡 <b>Lernziel</b>	Kennen von Risiken der Onlinekommunikation und eigener Handlungsmöglichkeiten
➔ <b>Ablauf</b>	<p>Onlinekommunikation birgt auch Risiken (z. B. mit Fremden in Kontakt kommen, auf ungeeignete Inhalte stoßen, problematisches Verhalten etc.). Zu diesem Themenkomplex soll die Klasse Kommunikationsrisiken beschreiben. Dazu werden Kleingruppen gebildet, in denen jeweils zwei Themen aus der Aufzählung bzw. Linkliste bearbeitet werden (<a href="#">Arbeitsblatt_Internet_o8</a>).</p> <p>Die Risikoszenarien werden gemeinsam im Plenum an der Tafel, am Whiteboard, an Flipchart und/oder Onlineboard festgehalten und besprochen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Selbstgefährdung im Netz: Verharmlosung von Essstörungen, Suizid und selbst verletzendem Verhalten</li> <li>➔ Veröffentlichung peinlicher oder intimer Posts oder Chats</li> <li>➔ gezielte Belästigung, Nötigung, Diffamierung (Cybermobbing)</li> <li>➔ Missbrauch von Kontaktdaten</li> <li>➔ ungefragt Fotos mit gewalthaltigen oder pornografischen Inhalten zu erhalten</li> <li>➔ Sexting-Bilder/-Videos werden ohne Einverständnis weiterverbreitet</li> <li>➔ Sexuelle Belästigung im Internet (Cybergrooming)</li> <li>➔ Mitmachen bei (gefährlichen) Mutproben/Challenges</li> <li>➔ Verbreitung von Kettenbriefen</li> <li>➔ Verbreitung von Desinformation in Messengergruppen</li> <li>➔ anonyme Angriffe im Netz durch Trolle und Hater*innen</li> </ul> <p>Im nächsten Schritt diskutiert die Klasse die Fragen: »Wie verhalte ich mich im Netz?« »Wie würde ich mit Problemen umgehen: Ignorieren oder aktiv werden?«</p> <p>Anschließend erarbeitet die Klasse zu diesen Szenarien in Kleingruppen Ideen für ein Plakat, um andere auf die möglichen Risiken aufmerksam zu machen und zum Handeln zu motivieren. Als Briefing kann das <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_o8</a> genutzt werden. Für die Entwicklung ihrer Plakatidee klären die Schüler*innen: An wen richtet sich ihre Idee (Zielgruppe) und welche Informationen wollen sie darstellen? Dazu entwickeln sie einen Claim mit kleiner Geschichte oder eine Infografik für ihre Plakatidee.</p>

Sie wird entweder auf Papier oder mit einer App (siehe hierzu **Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«**) gestaltet. Damit zu möglichst vielen Themen unterschiedliche Plakate entstehen, sollte jede Gruppe an einem anderen Thema arbeiten.

Zum Abschluss stellen die Kleingruppen ihr Plakat in der Klasse vor. Die Ideen werden gemeinsam diskutiert und bewertet.

#### **Hinweise**

Input zu den Risiken der Onlinekommunikation gibt es auf

➤ <https://www.fsm.de/wissen/a-bis-z/> oder auf ➤ [Elternguide.online](https://www.elternguide.online/):

➔ Selbstgefährdung im Netz: Verharmlosung von Essstörungen, Suizid und selbst verletzendem Verhalten

➤ <https://www.fsm.de/wissen/a-bis-z/pro-ana-und-pro-mia-verherrlichung-von-essstoerungen-im-internet/>

➤ <https://www.elternguide.online/selbstgefaehrung-von-jugendlichen-internetforen-zu-essstoerungen>

➔ Veröffentlichung oder intimer Posts oder Chats

➤ <https://www.elternguide.online/online-gewalt-wenn-jugendliche-opfer-werden>

➔ Gezielte Belästigung, Nötigung, Diffamierung (Cybermobbing)

➤ <https://www.fsm.de/wissen/a-bis-z/cybermobbing/>  
➤ <https://www.elternguide.online/cybermobbing>

➔ Missbrauch von Kontaktdaten

➤ <https://www.elternguide.online/aus-aktuellem-anlass-so-schuetzen-sie-die-daten-ihres-kindes>

➔ Ungefragt Fotos mit gewalthaltigen oder pornografischen Inhalten erhalten

➤ <https://www.fsm.de/wissen/a-bis-z/erotikinhalt/>

➤ <https://www.fsm.de/wissen/a-bis-z/pornografie/>

➤ <https://www.fsm.de/wissen/a-bis-z/gewaltdarstellungen-in-telemedien/>

➔ Sexting-Bilder/-Videos werden ohne Einverständnis weiterverbreitet

➤ <https://www.fsm.de/wissen/a-bis-z/sexting/>

➤ <https://www.elternguide.online/sexting>

➔ Sexuelle Belästigung im Internet (Cybergrooming)

➤ <https://www.fsm.de/wissen/a-bis-z/cybergrooming/>

➤ <https://www.elternguide.online/cybergrooming>

- Mitmachen bei (gefährlichen) Mutproben/Challenges
  - <https://www.elternguide.online/das-internetphaenomen-challenges-von-unterhaltsam-und-fuer-den-guten-zweck-bis-leichtsinnig-und-gefaehrlich>
  
- Verbreitung von Kettenbriefen
  - <https://www.elternguide.online/whatsapp-kettenbriefe-vertreiben-vermehrt-angst-unter-kindern-und-jugendlichen>
  
- Verbreitung von Desinformation in Messengergruppen
  - <https://www.elternguide.online/dark-social-die-dunkle-seite-des-internets>
  - <https://www.elternguide.online/alles-fake-falschmeldungen-erkennen>
  
- Anonyme Angriffe im Netz durch Trolle und Hater\*innen
  - <https://www.fsm.de/wissen/a-bis-z/hate-speech/>
  - <https://www.elternguide.online/hetze-im-netz>

Als zusätzliche thematische Anregung kann das Unterrichtsthema  
 ➤ [Einführung in den Jugendmedienschutz](#) im Internet dienen.

Die Ergebnisse (Plakate, Ausdrücke) können auch als Ausstellung in der Schule präsentiert werden.



#### Materialien

- [Arbeitsblatt \\_Internet\\_o8](#)
- [Unterrichtsthema »Einführung in den Jugendmedienschutz«](#)
- [Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«](#)
- Tafel, Whiteboard, Flipchart und/oder Onlineboard
- Papier, Stifte, Magazine, Zeitschriften, Klebstoff für die Plakaterstellung

 <b>Aufgabe</b>	Einordnung problematischen Verhaltens und problematischer Inhalte im Spannungsfeld zwischen den Polen »kein Problem« und »klar falsch«
 <b>Lernziel</b>	Die Klasse bekommt einen Überblick über verschiedene Erscheinungsformen problematischer Inhalte und Verhaltensweisen im Netz. Sie lernen, zwischen verschiedenen Ausprägungen und Einstufungen von »problematisch« zu unterscheiden.
 <b>Ablauf</b>	<p>Die Unterrichtseinheit beginnt mit einem gelenkten Unterrichtsgespräch, wird dann in Kleingruppenarbeit fortgesetzt und abschließend im Plenum beendet.</p> <p>Zu Beginn werden konkrete Fälle problematischer Inhalte und problematischen Verhaltens unsortiert nebeneinandergestellt. <a href="#">Materialblatt_Internet_09</a> bietet eine Reihe solcher »Problemfälle« als Karten. Die Lehrkraft kann die Fälle kurz vorstellen oder sie von einzelnen Schüler*innen vorstellen lassen. Sie werden dann für alle sichtbar auf einer Tafel oder (Online-)Pinnwand gesammelt.</p> <p>In dieser Phase sollen Verständnisfragen geklärt, aber noch keine Bewertungen vorgenommen werden.</p> <p>Anschließend wird die Aufgabenstellung für die Gruppenarbeit erläutert und durchgeführt. Dafür können die »Problemfälle« auf Karten verteilt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>⇨ Sortiert die »Problemfälle« in eine Reihe, von links (»kein Problem«) bis rechts (»eindeutig problematisch, klar falsch«).</li><li>⇨ Folgende Ampel soll dabei helfen:<ul style="list-style-type: none"><li>Grün: ist in diesem Zusammenhang in Ordnung, kein Problem</li><li>Gelb: unerfreulich, ärgerlich, unerwünscht</li><li>Rot: problematisch, falsch, verboten</li></ul></li></ul> <p>Gemeinsam werden nun die Fälle auf der Tafel oder der (Online-)Pinnwand in eine Reihenfolge gebracht, die in der Klasse mehr oder weniger als Konsens gilt. Dabei sollte herausgearbeitet werden, dass es v. a. um eine Einteilung in die drei Farben geht, weniger um eine genaue Rangfolge (siehe Hinweise).</p> <p><a href="#">Arbeitsblatt_Internet_10</a> bietet eine Vorlage für die Darstellung der Ampel. Für die Auswertung sollte ausreichend Zeit eingeplant werden, da in vielen Fällen die Differenzierung »Es kommt darauf an« Teil der Antwort sein wird.</p>



## Hinweise

Falls mehr Zeit für diese Unterrichtseinheit aufgewendet werden kann, können die »Problemfälle« auch in Kleingruppen von den Schüler\*innen selbst erarbeitet und danach gesammelt werden, anstatt die Vorschläge von [Materialblatt\\_Internet\\_09](#) zu nutzen. Dies stärkt die Identifizierung mit dem Thema, bringt aber möglicherweise keine Beispiele aus dem gesamten Spektrum hervor.

Hinter der dreistufigen Einteilung verbirgt sich die Einordnung in Verhaltensformen, die a) in der Regel akzeptabel sind, b) toleriert werden und c) als moralisch falsch eingestuft werden oder sogar verboten sind. In vielen Fällen wird es ggf. abweichende Auffassungen in der Klasse geben, die Anlass zur Diskussion sein können.

Manche Pädagog\*innen und Expert\*innen mögen die Erstellung einer Rangfolge der schlimmen, schlimmeren und schlimmsten Inhalte für eine starke Vereinfachung halten, da in jedem Einzelfall das subjektive Erleben individuell anders ist. Diese Vereinfachung wird in dieser Unterrichtseinheit in Kauf genommen, um an das Denken der Schüler\*innen anzuknüpfen. Gerade im Kindheits- und frühen Jugendalter ist ihnen die Systematisierung in Rangfolgen oder »Hitlisten« sehr vertraut. Einer unzulässigen Vereinfachung kann vorgebeugt werden, indem in das abschließende Unterrichtsgespräch die Frage eingebracht wird, inwiefern derselbe problematische Inhalt bei verschiedenen Menschen unterschiedliche Effekte haben kann. Darüber hinaus gilt es, am Ende weniger die einzelnen »Plätze« der Rangliste zu differenzieren, als vielmehr das vorgeschlagene Ampelsystem als Lernziel hervorzuheben.



## Materialien

- [Materialblatt\\_Internet\\_09](#)
- [Arbeitsblatt\\_Internet\\_10](#)
- Tafel und/oder (Online-)Pinnwand

 <b>Aufgabe</b>	Erste-Hilfe-Maßnahmen gegen Cybermobbing entwickeln sowie Recherche und Präsentation von Unterstützungsangeboten gegen Cybermobbing
 <b>Lernziel</b>	Kenntnis von Erste-Hilfe-Maßnahmen und Unterstützungsangeboten gegen Cybermobbing
→ <b>Ablauf</b>	<p>Ausgangspunkt des Unterrichtsgesprächs ist die <a href="#">Webserie der Initiative WAKE UP!</a>. Dazu werden sechs Kleingruppen gebildet, die jeweils eine der Folgen sichtet und anschließend im Plenum vorstellt. Auf dieser Grundlage kann gemeinsam im Rahmen des Unterrichtsgesprächs eine Definition des Begriffs »Cybermobbing« erarbeitet und die Rollen der Beteiligten (Betroffene*r, Täter*in, Bystander) benannt werden.</p> <p>Anschließend wird eine gemeinsame Checkliste erstellt:</p> <p>☞ Was ist zu tun, wenn du von Cybermobbing betroffen bist?</p> <p>Die Lehrkraft oder die Schüler*innen dokumentieren die Ergebnisse. Für Lehrkräfte ist auf <a href="#">Materialblatt_Internet_11</a> eine Musterlösung verfügbar. Sie kann bei Bedarf an die Klasse ausgeteilt werden.</p> <p>Danach bekommen die Schüler*innen in Kleingruppen jeweils die Internetadresse einer Webseite zugeteilt, auf der Unterstützungsangebote rund um das Thema angeboten werden. Eine Auswahl solcher Webseiten findet sich auf <a href="#">Materialblatt_Internet_12</a>. Jede Kleingruppe untersucht eine Webseite und beantwortet eine Sammlung von Fragen, die auf <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_13</a> zur Verfügung gestellt werden. Abschließend werden die Ergebnisse der Klasse präsentiert. Dies kann durch kurze mündliche Berichte erfolgen. Wenn zusätzliche Zeit zur Verfügung steht, können die Webseiten kurz gezeigt und erklärt werden.</p> <p><b>Kleine Erweiterung</b></p> <p>Alternativ können die Ergebnisse der Recherche auf Plakaten dokumentiert werden. Die Präsentation kann dann über ein Marktplatzmodell erfolgen, bei dem im Wechsel ein Mitglied der Arbeitsgruppe beim Plakat bleibt und es vorstellt, während der Rest herumgeht und sich andere Plakate erklären lassen kann.</p>

### Große Erweiterung

Die Informationen können auch weitergehend aufbereitet werden, z. B. für die Webseite der Schule oder ein Informationsplakat bzw. Infoblatt für andere Schüler\*innen oder Eltern.

(Weitere Präsentationsformen siehe hierzu [Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«](#) sowie [Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«](#))



### Hinweise

Bitte prüfen Sie vorher, ob alle Webseiten aus dem Schulnetzwerk heraus aufgerufen werden können. Manche Filterprogramme blockieren Seiten, auf denen »problematische« Begriffe vorkommen.



### Materialien

➤ Webserie der Initiative WAKE UP!

➤ [Materialblatt\\_Internet\\_11](#)

➤ [Materialblatt\\_Internet\\_12](#)

➤ [Arbeitsblatt\\_Internet\\_13](#)

➤ [Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«](#)

➤ [Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«](#)

➤ pro Gruppe ein Computer mit Internetzugang

➤ evtl. Plakatpapier, Stifte

 <b>Aufgabe</b>	Sammeln von Regeln und Grundsätzen für ein respektvolles Miteinander
 <b>Lernziel</b>	Regeln im (digitalen) Umgang miteinander definieren und anerkennen
 <b>Ablauf</b>	<p>Für die Erarbeitung der Regeln wird in Kleingruppen gearbeitet. <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_14</a> gibt es in elf Ausführungen zu den unterschiedlichen Aspekten des Themas. Je nachdem, ob alle Themen behandelt werden sollen, werden die Kleingruppen entsprechend zusammengestellt. Es soll deutlich werden, dass sich die Regeln auf den Umgang mit Smartphone und Internet beziehen. Eine Aufgabe kann als Beispiel gemeinsam bearbeitet werden.</p> <p>Jede Kleingruppe bekommt eine Ausführung von <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_14</a> und erarbeitet die entsprechende Regel. Gruppe A hat mit »Respekt« ein sehr abstraktes Thema, das sich jedoch gut als »Präambel« für die Regeln eignet. Der Punkt kann in der Gruppenarbeit auch außen vor bleiben und/oder nachträglich diskutiert werden.</p> <p>Anschließend liest jede Gruppe die von ihr formulierte Regel vor. Die Klasse hat danach die Möglichkeit, Nachfragen zu stellen und/oder Änderungen vorzuschlagen. Sobald es keine Fragen oder Änderungsvorschläge mehr gibt, wird die Regel auf einem Plakat festgehalten.</p> <p>Falls es in der Klasse weitere Punkte gibt, die mit diesen Regeln nicht abgedeckt sind, können sie ergänzt werden.</p> <p>Abschließend wird besprochen, ob alle Schüler*innen mit den Regeln einverstanden sind und sie unterschrieben werden. Wenn Schüler*innen die Vereinbarung nicht unterschreiben wollen, sollte diskutiert werden, inwiefern die Regeln geändert werden müssten, damit sie anerkannt werden können. Gegebenenfalls können die Regeln noch verändert werden.</p> <p>Das Plakat mit den unterschriebenen Regeln wird im Klassenzimmer aufgehängt. Die Erarbeitung der Regeln kann auch digital erfolgen (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a> sowie <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p>



### Hinweise

Es liegt im Ermessen der Lehrer\*innen, nicht alle und/oder weitere Punkte von [Arbeitsblatt\\_Internet\\_14](#) bei der Erarbeitung der Regeln für den Gruppen- bzw. Klassenchat hinzuzunehmen.

Falls die Regeln digital festgehalten werden, empfiehlt sich auch in diesem Fall, am Ende eine Papierversion zu erstellen und sie unterschreiben und aufhängen zu lassen. Dadurch wird die Verbindlichkeit erhöht und die Regeln sind »physisch« im Raum präsent.



### Materialien

⇒ [Arbeitsblatt\\_Internet\\_14](#)

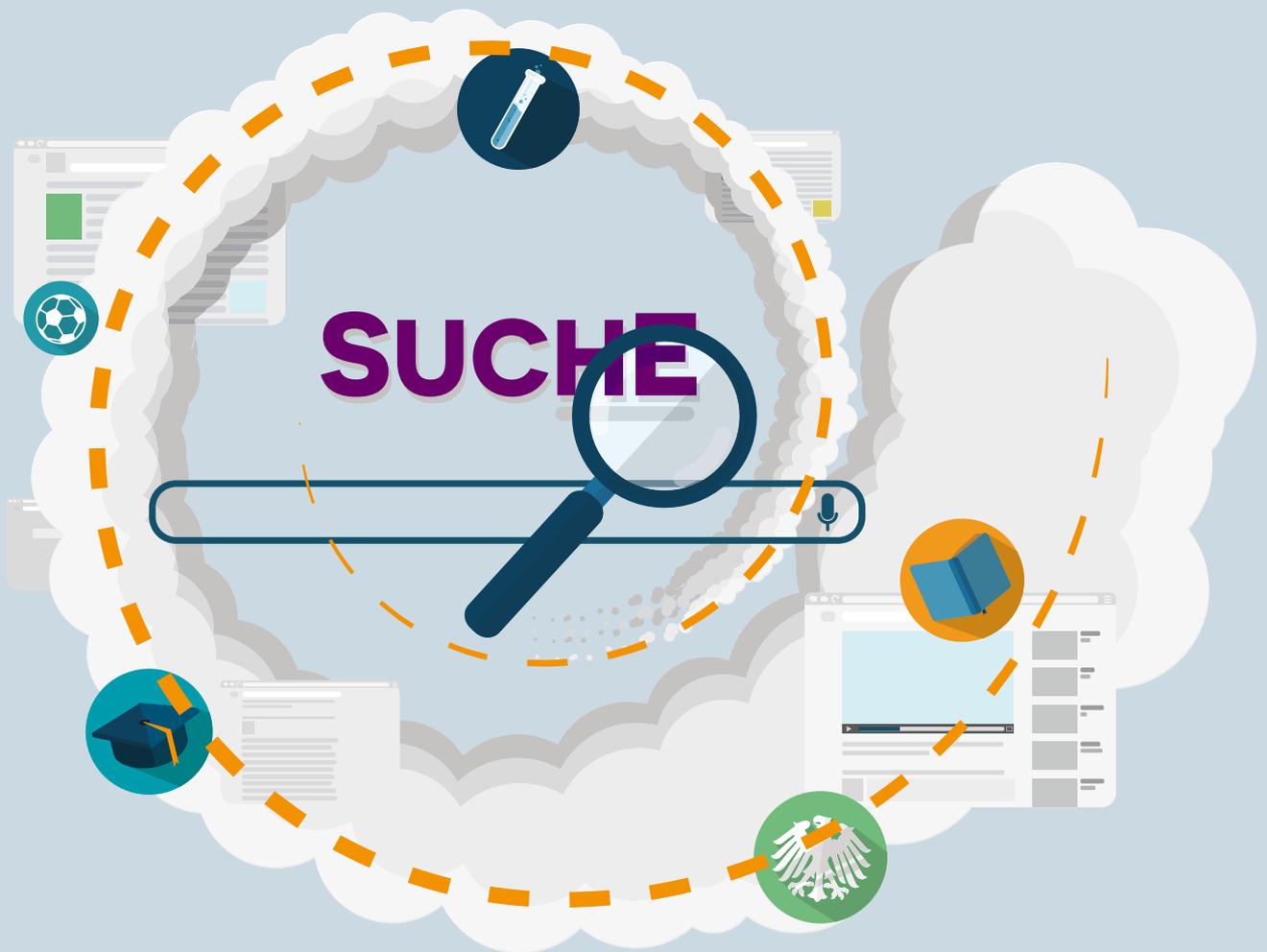
⇒ Plakatpapier für die Vereinbarung

⇒ Stifte zum Unterschreiben der Vereinbarung



# MODUL 3

## Sicheres Suchen



# Einführung

Jugendliche möchten die Welt verstehen, eine persönliche Meinung zu aktuellen Themen entwickeln und sich austauschen. Die Suche im Internet nach Information, Orientierung, Kommunikation und Unterhaltung bietet ihnen eine unüberschaubare Vielzahl und Vielfalt an Angeboten bzw. Suchergebnissen, die wahr oder unwahr, wenig aussagekräftig oder passgenau sein können.

Jugendliche nutzen für ihre Informationssuche zumeist Suchmaschinen (v. a. Google), die Videoplattform YouTube oder die Onlineenzyklopädie Wikipedia.<sup>1</sup> Um relevante Suchergebnisse zu erhalten, brauchen sie Medien- und Informationskompetenz und sie müssen in der Lage sein, für ihre Suchanfragen geeignete Werkzeuge, Quellen und Bewertungsmethoden auszuwählen. Dafür müssen sie zunächst ihren eigentlichen Informationsbedarf erkennen, um entsprechende Informationen suchen, beurteilen und nutzen zu können.<sup>2</sup> Die Jugendlichen müssen verstehen, dass Suchmaschinen Gatekeeper sind, die je nach Anfrage algorithmisch entscheiden, welche Informationen angezeigt werden, und dass diese Informationen individuell überprüft werden müssen. Sie müssen wissen, dass es verschiedene Suchmaschinen mit unterschiedlichen Sucharchitekturen gibt und dass je nach Zielstellung und Verwendungszweck einer Suche unterschiedliche Quellen und Vorgehensweisen notwendig sind. Zur Bewertung der Suchergebnisse gehört es, einzuschätzen, ob Informationen von professionellen Autor\*innen verfasst worden sind oder ob es sich um nutzergenerierte Inhalte handelt.

Sich kompetent informieren zu können, ist insbesondere für Jugendliche wichtig, damit sie die Gesellschaft mitgestalten können. Je sicherer Jugendliche online suchen und recherchieren können, umso präziser sind ihre Suchergebnisse, und je kritischer sie Informationen bewerten können, desto besser können sie Unwahrheiten entlarven und Desinformation begegnen.

<sup>1</sup> Vgl.: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2020): JIM-Studie 2020.

<sup>2</sup> Vgl. Deutscher Bibliotheksverband e. V. (dbv) (2016): Referenzrahmen Informationskompetenz <http://www.informationskompetenz.de/index.php/referenzrahmen> (abgerufen am 27.09.2021)

## Ziel

Die bereits vorhandenen Kenntnisse und Strategien der Schüler\*innen zu Möglichkeiten der Suche und Recherche im Internet werden vertieft. Ziel ist die Stärkung der Recherche- und Informationskompetenz, auf deren Grundlage die Schüler\*innen alternative Angebote zur Suche und Recherche im Internet im Blick haben, die Relevanz und Glaubwürdigkeit der Suchergebnisse und Informationen besser abschätzen können und für mögliche Problembereiche (z. B. fehlende Neutralität und Überprüfbarkeit der aufgefundenen Informationen, werblicher Charakter von Suchergebnissen) sensibilisiert werden.

## Zeitbedarf

Der zeitliche Aufwand ist äußerst flexibel. So können z. B. die inhaltlichen Teilaspekte (Suchmaschinen und Wikipedia) einzeln bzw. getrennt voneinander durchgeführt werden. Jede der Unterrichtseinheiten (UE) lässt sich innerhalb einer Schulstunde von 45 Minuten bearbeiten, teilweise auch zwei UE nacheinander. Ideal ist die Bearbeitung mehrerer Unterrichtseinheiten im Block, entweder im Rahmen von Doppelstunden oder in einer Projektphase. Falls Modul 1 schon durchgeführt wurde, kann die UE3-a mit 30 Minuten Dauer entfallen. Für alle Einheiten des Moduls zusammen sollten mindestens 105 Minuten eingeplant werden.

## Unterrichtseinheiten des Moduls

<b>UE3-a</b>	🕒 30 Min.	Dein Medienalltag im Internet (falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde)
<b>UE3-b</b>	🕒 20 Min.	»Wenn ich suche ...« – Suchverhalten von Jugendlichen
<b>UE3-c</b>	🕒 20 Min.	Wie arbeiten Suchmaschinen?
<b>UE3-d</b>	🕒 25 Min.	Suchprofi werden
<b>UE3-e</b>	🕒 25 Min.	Deine Kriterien für Glaubwürdigkeit
<b>UE3-f</b>	🕒 15 Min.	Wie funktioniert Wikipedia?
<b>UE3-g</b>	🕒 45 Min.	Verfassen eines Wikipedia-Artikels (optional)

🕒 gesamt 105–180 Min.

 <b>Aufgabe</b>	Sammeln und Systematisieren von Internetangeboten und Funktionen sowie Dokumentation der eigenen Mediennutzung im Tagesverlauf
 <b>Lernziel</b>	Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens gegenüber Onlinemedien
<b>→ Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg in das Thema wird die Klasse aufgefordert, in einer offenen Frage- und Diskussionsrunde Medienangebote zu sammeln, die sie selbst nutzt. Ihre Nennungen werden visuell festgehalten (Tafel, Whiteboard und/ oder Onlineboard) und in einem nächsten Schritt systematisiert. Mögliche Aspekte können sein (<a href="#">Materialblatt_Internet_01</a>):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>⇨ Unterhaltungsangebote</li><li>⇨ Informationsangebote</li><li>⇨ Kommunikationsangebote</li><li>⇨ Dienstleistungsangebote (z. B. Onlinebanking, Onlineshopping etc.)</li><li>⇨ Angebote zur kreativen Gestaltung</li><li>⇨ Angebote, die mehrere Aspekte vereinen (= medienkonvergente Angebote)</li></ul> <p>Ergänzend zur Sortierung nach offensichtlichen Angebotsfunktionen werden mittelbare Funktionen festgehalten:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>⇨ Selbsta Ausdruck/-darstellung</li><li>⇨ Netzwerkcharakter</li><li>⇨ Nutzungserwartungen (Kultur des Teilens, Kostenfaktor/Kostenloskultur, Verfügbarkeit etc.)</li></ul> <p>Zur Erarbeitung können auch webbasierte kollaborative Lernformen eingesetzt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a> sowie <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p> <p>Vor diesem Hintergrund erstellen alle Schüler*innen mithilfe von <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_02</a> einen eigenen Medienstundenplan: Welches Medienangebot wird wann, wie lange, und mit welcher Funktion genutzt? Bei der Festlegung der Funktionen kann die bereits erstellte Systematik genutzt werden.</p>

Für die Auswertung im Plenum zur Mediennutzungsdauer helfen folgende Fragen, die per Handzeichen abgestimmt werden:

- Wer nutzt das Mobiltelefon schon morgens im Bett?
- Wer postet mehr als fünf Nachrichten am Tag?
- Wer lässt das Mobiltelefon auch nachts an?

Danach werden die Schüler\*innen aufgefordert, ihre tägliche Mediennutzungsdauer zusammenzurechnen, die anschließend mit aktuellen Studienergebnissen (→ [siehe JIM-Studie](#)) verglichen werden kann.

Im nächsten Schritt werten die Schüler\*innen aus, welche Medienangebote sie am meisten nutzen, als welchen Mediennutzungstyp sie sich einschätzen und ob sie die Medienangebote eher allein oder gemeinsam nutzen ([Arbeitsblatt\\_Internet\\_o2](#)).

In einem abschließenden Gespräch wird mit der Klasse diskutiert, wie sie die Ergebnisse bewertet.



#### Hinweise

Zur Veranschaulichung der Aktivitäten, die in einer Minute im Internet stattfinden, kann folgendes Video gezeigt werden: »Was passiert in einer Minute im Internet?«

- <https://www.weitklick.de/webinare/was-passiert-einer-minute-im-internet>
- <https://www.youtube.com/watch?v=PWZ78YLNhpE>



#### Materialien

- [Materialblatt\\_Internet\\_o1](#)
- [Arbeitsblatt\\_Internet\\_o2](#)
- [Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«](#) und [Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«](#)
- Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard
- Moderationskarten, Plakate, Stifte, Pinnwand oder Tafel, Pins oder Magnete

 <b>Aufgabe</b>	Sammeln und Reflexion von Situationen und Zwecken, zu denen online Informationen gesucht werden
 <b>Lernziel</b>	Suchergebnisse einordnen können
 <b>Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg in den Themenbereich »Informationen (suchen)« nennen die Schüler*innen Situationen und Zwecke, zu denen sie im Netz recherchieren: Wofür suchen sie Informationen (Lernen, Hobby, politisches Geschehen, Öffnungszeiten etc.) und wie bzw. wo suchen sie nach diesen Informationen (YouTube, Google etc.)?</p> <p>Darauf aufbauend wird in drei Gruppen je ein Szenario einer Suche durchgeführt. Dabei werden handlungsleitende Fragen beantwortet:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>⇨ Suche nach einer speziellen Internetseite, deren Name jedoch vergessen wurde = navigationsorientiert</li><li>⇨ Suche nach bestimmten Informationen = informationsorientiert</li><li>⇨ Suche nach speziellen Seitengruppen bzw. Transaktionen, etwa Games, Shoppingseiten, neue Social-Media-Apps etc. = transaktionsorientiert</li></ul> <p>Jede Gruppe erhält ein Arbeitsblatt (<a href="#">Arbeitsblatt_Internet_16</a>), auf dem das jeweilige Szenario beschrieben ist und die handlungsleitenden Fragen zu beantworten sind. Dabei sind besonders die Suchwege von Bedeutung.</p> <p>Anschließend werden die unterschiedlichen Ergebnisse ausgewertet und gemeinsam in der Klasse Unterschiede herausgefiltert. Dann führt die Lehrkraft kurz in die Begriffe »navigationsorientierte«, »informationsorientierte« und »transaktionsorientierte« Suche ein und vollzieht sie an den drei Szenarien nach (<a href="#">Materialblatt_Internet_15</a>).</p>
 <b>Hinweise</b>	Zusätzlich können sich die Schüler*innen gegenseitig selbst ausgedachte Suchaufgaben stellen.
 <b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>⇨ <a href="#">Materialblatt_Internet_15</a></li><li>⇨ <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_16</a></li><li>⇨ ein internetfähiges Gerät je Gruppe</li></ul>

✍️ <b>Aufgabe</b>	Zusammenfassen der Eigenschaften von Suchmaschinen
💡 <b>Lernziel</b>	Erkennen der Eigenschaften von Internetsuchmaschinen – Fokus auf unterschiedliche Suchverfahren
➔ <b>Ablauf</b>	<p>Anhand von drei Beispielsuchmaschinen (Google, fragFINN, MetaGer) sollen jeweils deren Eigenschaften in Gruppenarbeit untersucht und verglichen werden. <a href="#">Materialblatt_Internet_17</a> erklärt verschiedene Arten von Suchmaschinen und deren Eigenschaften.</p> <p>Allgemeine Fragestellungen lauten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Welchen Suchraum, also welche Teile des Internets, deckt die Suchmaschine ab?</li> <li>➔ Datenumfang (Was wird alles gesucht?)</li> <li>➔ Welches Suchverfahren wird angewendet?</li> <li>➔ Wie sind die Ergebnisse dargestellt?</li> </ul> <p>Zusätzlich zur Untersuchung der jeweiligen Oberfläche und der suchmaschineneigenen Informationsseiten können weitere Internetquellen genutzt werden. Alle Quellen sollten jedoch nachvollziehbar festgehalten werden. Mögliche inhaltliche Unterschiede sollten angesprochen werden.</p> <p>Ergebnis jeder Gruppe soll ein Steckbrief der jeweiligen Suchmaschine und ihrer Funktionsweise sein. Die Ergebnisse werden im Plenum vorgestellt. In einem Unterrichtsgespräch werden Unterschiede herausgestellt.</p>
📄 <b>Hinweise</b>	<p>Es können weitere Suchmaschinen (Bing, DuckDuckGo, Startpage etc.) genutzt werden.</p> <p>Um die Diskussion zu erweitern (je nach Klassenstufe) lassen sich Aspekte wie »Ergebnisobjektivität« oder die »Einschränkung von Suchergebnissen und deren Folgen« thematisieren. (Es gibt z. B. Filtertechniken wie Safe Search, die anstößige Inhalte aus Suchergebnissen von Suchmaschinen (u. a. Google, Yahoo!, Bing) weitgehend herausfiltern.)</p> <p>Hintergrundinformationen zur Google Suche bietet die Dokumentation: »Billionen von Fragen: Ein Blick hinter die Kulissen der Google Suche«</p> <p>➔ <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Btx7z7jaF_M&amp;list=PLqMSXvWyVUVrm4nyHclv7rFMfUZFIKgOh&amp;index=2">https://www.youtube.com/watch?v=Btx7z7jaF_M&amp;list=PLqMSXvWyVUVrm4nyHclv7rFMfUZFIKgOh&amp;index=2</a></p> <p>Die jeweiligen Kapitel der Dokumentation können auch einzeln aufgerufen werden:</p> <p>➔ <a href="https://www.youtube.com/watch?v=PoCkqQpr78I&amp;list=PLqMSXvWyVUVrm4nyHclv7rFMfUZFIKgOh">https://www.youtube.com/watch?v=PoCkqQpr78I&amp;list=PLqMSXvWyVUVrm4nyHclv7rFMfUZFIKgOh</a></p>



## Materialien

..... [Materialblatt\\_Internet\\_17](#)

..... ein internetfähiger Computer je Gruppe

 <b>Aufgabe</b>	Durchführung einer digitalen Suchrallye
 <b>Lernziel</b>	Erkennen der Suchgrundlagen und der Grenzen einer Suche
 <b>Ablauf</b>	<p>Die Schüler*innen suchen in Gruppenarbeit mit jeweils verschiedenen Suchmaschinen nach bestimmten Begriffen bzw. Wortgruppen. Dabei werden die jeweilig ersten Suchergebnisse festgehalten und auf ihre Eignung hin überprüft (<a href="#">Arbeitsblatt_Internet_19</a>).</p> <p>Anschließend werden die Ergebnisse ausgewertet, verglichen und interpretiert. Im Fokus dabei stehen die Suchgenauigkeit, Fehlerquellen durch die Nutzer*innen und die Grenzen der jeweiligen Suchmaschine.</p>
 <b>Hinweise</b>	Als Erweiterung des Themenbereiches kann (je nach Klassenstufe) die jeweilige Suchsyntax mit verschiedenen Sondersuchfunktionen vertieft werden. Auf den Informationsseiten der Anbieter finden sich hierzu entsprechende Angaben. In den Unterrichtskontext können diese Suchfunktionen z. B. im Vergleich mit der in der Übung genutzten Suchweise genutzt werden.
 <b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ <a href="#">Materialblatt_Internet_18 (Lehrer*innen)</a></li><li>→ <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_19</a></li><li>→ ein internetfähiger Computer je Gruppe</li></ul>

✍️ <b>Aufgabe</b>	Sammeln eigener Kriterien für Glaubwürdigkeit von Suchergebnissen
💡 <b>Lernziel</b>	Kennen von Kriterien der Glaubwürdigkeit
➔ <b>Ablauf</b>	<p>In einer Diskussion bespricht die Klasse, ob sie den Informationen, die sie gefunden hat, vertraut. Dazu überlegen die Schüler*innen, warum sie einem Suchergebnis vertrauen, warum sie einem Suchergebnis nicht vertrauen und welche Überprüfungsmöglichkeiten sie anwenden. Ihre Aspekte sammeln sie auf Kärtchen, sodass parallel zur Diskussion ein Flussdiagramm erarbeitet werden kann:</p> <div data-bbox="619 757 1340 958" style="text-align: center;"> <pre> graph TD     A[Suchergebnisse] --&gt; B[vertraue, weil ...]     A --&gt; C[vertraue nicht, weil ...]     B --&gt; D[Suche abgeschlossen]     C --&gt; E[Überprüfungsmöglichkeiten]           </pre> </div> <p>Die Beispiele stammen aus der Suchpraxis der Schüler*innen. Die Ergebnisse können durch die Überprüfungsmöglichkeiten auf <a href="#">Materialblatt_Internet_20</a> ergänzt werden.</p> <p>Zur Erarbeitung können auch webbasierte kollaborative Lernformen eingesetzt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a> sowie <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p>
📄 <b>Hinweise</b>	Das Unterrichtsthema <a href="#">»Meinung im Netz gestalten«</a> befasst sich ausführlich mit Überprüfungsmöglichkeiten in Bezug auf Desinformation, die hier eingebunden werden können.
📁 <b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ <a href="#">Materialblatt_Internet_20</a></li> <li>⇨ <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a></li> <li>⇨ <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a></li> <li>⇨ Moderationskarten, Papier, Stifte, (Online-)Pinnwand oder Tafel, Pins oder Magnete</li> </ul>

 <b>Aufgabe</b>	Sammeln von Informationen zu Funktionen und Möglichkeiten von Wikipedia
 <b>Lernziel</b>	Erkennen der Funktionsweise und des Umfangs von Wikipedia
 <b>Ablauf</b>	<p>Anhand des Wikipedia-Eintrages zu Wikipedia werden Informationen in Kleingruppen gesammelt. Gleichzeitig wird so die Benutzung der Oberfläche analysiert.</p> <p>Handlungsleitende Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Was ist Wikipedia?</li> <li>→ Was unterscheidet das Angebot von anderen Onlinelexika?</li> <li>→ Welche verschiedenen Ebenen gibt es auf der Plattform?</li> <li>→ Wie werden Inhalte kontrolliert bzw. verändert?</li> <li>→ Wie ist die Oberfläche aufgebaut?</li> </ul> <p>Anschließend werden die Ergebnisse im Unterrichtsgespräch ausgewertet.</p>
 <b>Hinweise</b>	<p>Diese Methode hat den Vorteil, dass gleichzeitig mit der Informationsgewinnung die Plattform selbst vorgestellt wird. Jedoch sollte hier gleichzeitig darüber informiert bzw. diskutiert werden, inwieweit die Informationen durch den*die Urheber*in beeinflusst sind.</p> <p>Diese Methode kann bei jüngeren Schüler*innen vereinfacht werden, indem eine sogenannte Wikipedia-Tour ( <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Tour/3">↗ https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Tour/3</a>) durchgeführt wird. Sie führt auf einfache Art und Weise in die Plattform ein. Alternativ kann für sie als Beispiel »Klexikon«, die Wikipedia für Kinder, genutzt werden ( <a href="https://klexikon.zum.de/wiki/Klexikon:Willkommen_im_Klexikon">↗ https://klexikon.zum.de/wiki/Klexikon:Willkommen_im_Klexikon</a>).</p> <p>Eine weitere Möglichkeit ist das Aufzeigen gezielt ausgewählter Funktionen durch die Lehrkraft über Beamer, Whiteboard, Onlineboard etc.</p>
 <b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ ein internetfähiger Computer je Gruppe</li> <li>→ ggf. Beamer, Whiteboard</li> </ul>

 <b>Aufgabe</b>	Erstellen eines eigenen Artikels
 <b>Lernziel</b>	Schreiben und Veröffentlichen eines eigenen Artikels auf Wikipedia
<b>→ Ablauf</b>	<p>In Kleingruppen erstellen die Schüler*innen einen Eintrag mit lokalem Bezug (z. B. über die Schule, den Sportverein, die Musikschule, eine*n Lokalpolitiker*in), der auf Wikipedia veröffentlicht werden soll.</p> <p>Zur Verdeutlichung der Funktionsweise von Wikipedia wird zum Einstieg analog ein Text gemeinschaftlich erstellt (Faltwiki/Tafelwiki).</p> <p><b>Erstellen eines »analogen« Wikis</b> Ziel der analogen Erstellung ist zunächst einmal, in einem gemeinsamen Verfahren einen Artikel zu erstellen und gleichzeitig dabei auf mögliche Ungenauigkeiten, Fehler und Unterschiede in der sprachlichen Gestaltung aufmerksam zu werden.</p> <p>Dies kann durch mehrere Methoden geschehen:</p> <p><b>»Faltwiki«</b> Ein*e Schüler*in beginnt mit dem Verfassen eines ersten Satzes für das Wiki (das Thema kann vorgegeben werden) und gibt den Zettel an den*die nächste*n Schüler*in. Diese*r verfasst den zweiten Satz und knickt dabei den Satz von Schüler*in 1 so um, dass er nicht mehr zu sehen ist. Dann wird der Zettel an den*die nächste*n Schüler*in weitergegeben. Ziel ist es, dass jede*r Schüler*in bei der Erstellung eines Satzes nur auf den vorherigen zurückgreifen kann.</p> <p><b>»Tafelwiki«</b> Mit der Methode »Tafelwiki« sollen die Schüler*innen den Entstehungs- bzw. Bearbeitungsprozess eines Wikipedia-Artikels nachvollziehen können, an dem verschiedene Autor*innen unabhängig voneinander – auch zu verschiedenen Zeiten – arbeiten können. (Die Methode wurden dem Blog <a href="https://cspannagel.wordpress.com">https://cspannagel.wordpress.com</a> des Mathematik-Professors Christian Spannagel entnommen.)</p> <p>Dazu wird ein Thema festgelegt, zu dem in der Klasse ein gemeinsamer Artikel entstehen soll. Im ersten Schritt überlegen sich alle Schüler*innen jeweils einen Satz zu dem Thema. Im nächsten Schritt werden die Sätze nacheinander an der Tafel, dem Whiteboard oder Onlineboard zusammengetragen, bis ein kurzer Artikel entstanden ist.</p>

Dazu beginnt einer der Schüler\*innen mit dem ersten Satz und benennt den\*die nächste\*n Schüler\*in. Bevor der\*die den Artikel ergänzen bzw. bearbeiten kann, muss aber gewürfelt werden: Der Text kann nur um den nächsten Satz ergänzt werden, wenn eine 1, 2 oder 3 fällt. Wird eine 4 gewürfelt, soll etwas gelöscht, bei einer 5 ein richtiger Fakt falsch gemacht und bei einer 6 ein Fehler korrigiert werden.

Abschließend können die Schüler\*innen versuchen, bei einer Wikipedia-Seite herauszufinden, wie viele Autor\*innen bei der Erstellung mitgewirkt haben.

Anschließend werden in Kleingruppen die Beiträge mit lokalem Bezug erarbeitet. Vor der Veröffentlichung werden die Artikel im Plenum vorgestellt, überarbeitet und ggf. final auf die Plattform hochgeladen.



#### Hinweise

Das [Materialblatt\\_Internet\\_21](#) zeigt ergänzend in knapper Form einige Aspekte zum Thema »Glaubwürdigkeit von Wikipedia-Artikeln« auf.

Weitere Informationen zur Erstellung eines Wikis zum Gebrauch im Unterricht finden sich im [Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«](#).

Informationen zum Anmeldeverfahren bei Wikipedia:

➤ <https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Tutorial>



#### Materialien

- [Materialblatt\\_Internet\\_21](#)
- [Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«](#)
- ein internetfähiger Computer je Gruppe
- Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard
- Würfel (analog/digital)
- ggf. Papier für Faltwiki
- ggf. Beamer



# MODUL 4

## Unterhaltung



# Einführung

Das Internet wird von Jugendlichen zum größten Teil zu Unterhaltungszwecken genutzt. Dazu gehören Bewegtbildangebote wie Musikvideos auf YouTube, Alltagsvideos auf Influencer\*innen-Kanälen sowie Let's-play-Videos oder Tutorials. Serien oder Filme werden auf Video-Streaming-Plattformen wie z. B. Netflix oder Prime Video geschaut. Aber auch Soziale Netzwerke spielen eine große Rolle, wenn es um Unterhaltung geht. Hier verschwimmen die Nutzungsbereiche »Unterhaltung« und »Kommunikation« immer mehr. Des Weiteren sind digitale Spiele bei vielen Jugendlichen ein wichtiger Bestandteil der täglichen Mediennutzung.

Alle Genres bieten den Jugendlichen wichtige Rollenmodelle und Orientierung. Allerdings werden die vorherrschenden Bilder in den Medien eher von Stereotypen und klassischen Rollenverteilungen geprägt. »Nur wenn man gezielt nach Hashtags wie Diversity oder Bodypositivity sucht, findet man auch andere Bilder. Jugendliche, die Social Media täglich nutzen, haben traditionellere Rollenbilder von Männern und Frauen bzw. Mädchen und Jungen im Kopf als Jugendliche, die Instagram, YouTube usw. weniger nutzen.«<sup>1</sup> Die Inszenierung von Influencer\*innen spielt eine wichtige Rolle: Ihre Ansprachehaltung, ihre Nähe zur Zielgruppe und ihre modische Souveränität machen sie zu Identifikationsfiguren. Nicht immer ist den Jugendlichen klar, dass Influencer\*innen auch professionell agieren und für ihre Produktpräsentation entlohnt werden.<sup>2</sup>

Mediale Unterhaltungsangebote und ihre Nutzungsformen haben auch einen großen Einfluss auf gesellschaftliche Entwicklungen. Erkennen die Jugendlichen die Marktmechanismen der Medienlandschaft und sind sich ihrer eigenen Nutzungsmotive bewusst, können sie ihren Medienalltag bzw. ihre Faszination für Unterhaltungsangebote reflektieren und damit gestalten.

<sup>1</sup> Elternguide.online (2020): Vielfalt und Rollenbilder in sozialen Medien; ↗ <https://www.elternguide.online/vielfalt-und-rollenbilder-in-sozialen-medien/> (abgerufen am 27.09.2021)

<sup>2</sup> Vgl. MaLisa Stiftung (2019) WEIBLICHE SELBSTINSZENIERUNG IN DEN NEUEN MEDIEN; ↗ <https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Selbstinszenierung-in-den-neuen-Medien.pdf> (abgerufen am 11.10.2021)

## Ziel

Die Schüler\*innen reflektieren ihre Unterhaltungsangebote und beschäftigen sich mit den Gründen ihrer Auswahl, aber auch mit möglichen Risiken und wie sie ihnen begegnen könnten. Darüber hinaus erarbeiten sie Hintergrundwissen zur Funktion und Inszenierung von Influencer\*innen und setzen sich mit medialen Rollenmodellen auseinander, die ihnen täglich bei ihrer Mediennutzung begegnen. Zum Abschluss der Unterrichtseinheit diskutiert die Klasse, wie sie die Entwicklung der zukünftigen Medienlandschaft einschätzt.

## Zeitbedarf

Jede der Unterrichtseinheiten (UE) lässt sich innerhalb einer Schulstunde von 45 Minuten bearbeiten, teilweise auch zwei UE nacheinander. Ideal ist die Bearbeitung mehrerer Unterrichtseinheiten im Block, entweder im Rahmen von Doppelstunden oder in einer Projektphase. Für alle Einheiten des Moduls zusammen sollten mindestens 95 Minuten eingeplant werden.

## Unterrichtseinheiten des Moduls

<b>UE4-a</b>	🕒 30 Min.	Dein Medienalltag im Internet (falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde)
<b>UE4-b</b>	🕒 30 Min.	Unterhaltungsangebote
<b>UE4-c</b>	🕒 25 Min.	Inszenierung von Influencer*innen
<b>UE4-d</b>	🕒 25 Min.	Mediale Stereotypen
<b>UE4-e</b>	🕒 15 Min.	Deine Medientrends

🕒 **gesamt 95–125 Min.**

✍️ <b>Aufgabe</b>	Sammeln und Systematisieren von Internetangeboten und Funktionen sowie Dokumentation der eigenen Mediennutzung im Tagesverlauf
💡 <b>Lernziel</b>	Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens gegenüber Onlinemedien
➔ <b>Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg in das Thema werden die Schüler*innen aufgefordert, in einer offenen Frage- und Diskussionsrunde Medienangebote zu sammeln, die sie selbst nutzen. Ihre Nennungen werden visuell festgehalten (Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard) und in einem nächsten Schritt systematisiert. Mögliche Aspekte können sein (<a href="#">Materialblatt_Internet_01</a>):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Unterhaltungsangebote</li> <li>⇨ Informationsangebote</li> <li>⇨ Kommunikationsangebote</li> <li>⇨ Dienstleistungsangebote (z. B. Onlinebanking, Onlineshopping etc.)</li> <li>⇨ Angebote zur kreativen Gestaltung</li> <li>⇨ Angebote, die mehrere Aspekte vereinen (= medienkonvergente Angebote)</li> </ul> <p>Ergänzend zur Sortierung nach offensichtlichen Angebotsfunktionen werden mittelbare Funktionen festgehalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Selbsta Ausdruck/-darstellung</li> <li>⇨ Netzwerkcharakter</li> <li>⇨ Nutzungserwartungen (Kultur des Teilens, Kostenfaktor/Kostenloskultur, Verfügbarkeit etc.)</li> </ul> <p>Zur Erarbeitung können auch webbasierte kollaborative Lernformen eingesetzt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«</a> sowie <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p> <p>Vor diesem Hintergrund erstellen alle Schüler*innen mithilfe von <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_02</a> einen eigenen Medienstundenplan: Welches Medienangebot wird wann, wie lange, und mit welcher Funktion genutzt? Bei der Festlegung der Funktionen kann die bereits erstellte Systematik genutzt werden.</p>

Für die Auswertung im Plenum zur Mediennutzungsdauer helfen folgende Fragen, die per Handzeichen abgestimmt werden:

- Wer nutzt das Mobiltelefon schon morgens im Bett?
- Wer postet mehr als fünf Nachrichten am Tag?
- Wer lässt das Mobiltelefon auch nachts an?

Danach werden die Schüler\*innen aufgefordert, ihre tägliche Mediennutzungsdauer zusammenzurechnen, die anschließend mit aktuellen Studienergebnissen (→ [siehe JIM-Studie](#)) verglichen werden kann. Im nächsten Schritt werten sie aus, welche Medienangebote sie am meisten nutzen, als welchen Mediennutzungstyp sie sich einschätzen und ob sie die Medienangebote eher allein oder gemeinsam nutzen ([Arbeitsblatt\\_Internet\\_02](#)).

In einem abschließenden Gespräch wird mit der Klasse diskutiert, wie sie die Ergebnisse bewertet.



#### Hinweise

Zur Veranschaulichung der Aktivitäten, die in einer Minute im Internet stattfinden, kann folgendes Video gezeigt werden: »Was passiert in einer Minute im Internet?«

→ <https://www.weitklick.de/webinare/was-passiert-einer-minute-im-internet>

→ <https://www.youtube.com/watch?v=PWZ78YLNhpE>



#### Materialien

→ [Materialblatt\\_Internet\\_01](#)

→ [Arbeitsblatt\\_Internet\\_02](#)

→ [Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Internet«](#)

→ [Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«](#)

→ Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard

→ Moderationskarten, Plakate, Stifte, Pinnwand oder Tafel, Pins oder Magnete

 <b>Aufgabe</b>	Funktion und Risiken von Unterhaltungsangeboten darstellen
 <b>Lernziel</b>	Reflexion der Faszination von Unterhaltungsangeboten
 <b>Ablauf</b>	<p>Die Schüler*innen erarbeiten in Kleingruppen jeweils eine kleine Präsentation, die die Gründe bzw. positiven Aspekte ihrer Faszination für ein bestimmtes Unterhaltungsformat benennt, aber auch auf mögliche negative Aspekte/Risiken aufmerksam macht (zwei Beispiele finden sich auf <a href="#">Materialblatt_Internet_22</a>). Jede Gruppe bearbeitet möglichst ein anderes Thema (Games, Soziale Medien, Influencer*innen-Formate, Serien etc.) und die Schüler*innen schreiben dabei aus ihrer Perspektive.</p> <p>Sobald die einzelnen Präsentationen erstellt sind, werden sie nacheinander im Plenum vorgetragen. Zu jeder Präsentation gibt es eine abschließende Diskussion. Dabei stellen die Schüler*innen im Plenum der präsentierenden Gruppe ergänzende Fragen auch nach sinnvollen Umgangsmöglichkeiten.</p>
 <b>Hinweise</b>	Die Erarbeitung der Präsentationen kann auch digital erfolgen (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Lernen im Netz«</a> sowie <a href="#">»Lernen und Lehren mit Apps«</a> ).
 <b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•••• <a href="#">Materialblatt_Internet_22</a></li> <li>•••• <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Arbeiten im Internet«</a></li> <li>•••• <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a></li> <li>•••• ggf. Beamer für Präsentation</li> </ul>

✍️ <b>Aufgabe</b>	Beschreibung typischer Influencer*innen
💡 <b>Lernziel</b>	Inszenierung von Influencer*innen auf Instagram, TikTok, YouTube und Co. einordnen können
➔ <b>Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg erstellt jeweils ein Zweierteam eine Collage zu einer*inem Influencer*in. Die Person kann entweder real oder fiktiv sein. Das Team skizziert jeweils die Rolle und Inszenierung auf dem Kanal mit den typischen Merkmalen, die sie erfolgreich machen. Die Collagen können auf einem Plakat oder mithilfe einer App erstellt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p> <p>Die Collagen mit den Influencer*innen werden aufgehängt und anschließend von den Gruppen im Plenum vorgestellt. Danach werden die einzelnen Inszenierungsformen und Merkmale visuell festgehalten (Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard) und in einer gemeinsamen Diskussion analysiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Welche Themen decken die Influencer*innen ab?</li> <li>➔ Warum sind sie glaubwürdig?</li> <li>➔ Was muss das Publikum bzw. müssen Follower*innen wissen, um die Beiträge der Influencer*innen einordnen zu können (Meinung statt Fakt, Werbung statt Produkttest)?</li> </ul> <p>Abschließend wird die Frage diskutiert: »Sind Influencer*innen ein Vorbild für dich und warum?«</p>
📄 <b>Hinweise</b>	<p>Falls ein Internetzugang zur Verfügung steht, können für die Darstellung der Influencer*innen auch Analysen und Fakten aus weiteren Quellen recherchiert werden.</p> <p>Hintergrundinformationen bieten folgende Links (Onlineinformationsportal Elternguide.online):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ <a href="https://www.elternguide.online/influencer-ist-nicht-gleich-influencer">https://www.elternguide.online/influencer-ist-nicht-gleich-influencer</a></li> <li>➔ <a href="https://www.elternguide.online/social-media-influencer-und-das-liebe-geld">https://www.elternguide.online/social-media-influencer-und-das-liebe-geld</a></li> <li>➔ <a href="https://www.elternguide.online/nein-das-ist-keine-krankheit-wie-influencer-jugendliche-beeinflussen">https://www.elternguide.online/nein-das-ist-keine-krankheit-wie-influencer-jugendliche-beeinflussen</a></li> </ul>
📁 <b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Arbeiten im Internet«</a></li> <li>➔ <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps</a></li> <li>➔ Material für Collagen</li> <li>➔ Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard</li> <li>➔ ggf. pro Gruppe ein Computer</li> </ul>

 <b>Aufgabe</b>	Sammeln und Beschreiben medialer Stereotypen
 <b>Lernziel</b>	Sensibilisieren für mediale Stereotypen
 <b>Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg werden im Plenum zum Thema »mediale Stereotypen« Schlagworte an Tafel, Whiteboard oder Onlineboard gesammelt. Überschriften sind: Rollenbilder, Feindbilder und Körperbilder (Schönheitsideale).</p> <p>Anschließend teilt sich die Klasse in vier Arbeitsgruppen, die jeweils einen Artikel des Onlineinformationsportals <a href="https://www.elternguide.online">elternguide.online</a> zum Umgang mit medialen Stereotypen bearbeitet:</p> <p>Body positivity: Fühlt euch wohl in eurem Körper ➤ <a href="https://www.elternguide.online/body-positivity-fuehlt-euch-wohl-in-eurem-koerper">https://www.elternguide.online/body-positivity-fuehlt-euch-wohl-in-eurem-koerper</a></p> <p>Computerspiele und das Thema »Geschlecht« ➤ <a href="https://www.elternguide.online/computerspiele-und-das-thema-geschlecht">https://www.elternguide.online/computerspiele-und-das-thema-geschlecht</a></p> <p>Gewalt in den Medien – nur für Jungs reizvoll? ➤ <a href="https://www.elternguide.online/gewalt-in-medien-nur-fuer-jungs-reizvoll">https://www.elternguide.online/gewalt-in-medien-nur-fuer-jungs-reizvoll</a></p> <p>Vielfalt und Rollenbilder in sozialen Medien ➤ <a href="https://www.elternguide.online/vielfalt-und-rollenbilder-in-sozialen-medien">https://www.elternguide.online/vielfalt-und-rollenbilder-in-sozialen-medien</a></p> <p>Die Artikel, die sich hauptsächlich an die Zielgruppe »Eltern« richten, werden von der Klasse nach folgenden Kriterien untersucht:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>⇨ Welche medialen Stereotypen werden in den Artikeln benannt?</li><li>⇨ Empfinden die Schüler*innen die Darstellung als realistisch?</li><li>⇨ Nehmen sie die gleichen Probleme wahr?</li><li>⇨ Welche Lösungsansätze würden sie vorschlagen?</li></ul> <p>Jede Gruppe präsentiert eine mündliche Zusammenfassung des jeweiligen Artikels und die Ergebnisse ihrer Analyse im Plenum. Abschließend diskutiert die Klasse, welche Aspekte sie zu sich ins Verhältnis setzen.</p> <p>Die mündliche Präsentation kann zusätzlich auch digital angelegt werden (siehe hierzu <b>Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</b>).</p>



### Hinweise

Wichtig ist hier, sehr genau auf den Diskussionsverlauf zu achten, falls einzelne Schüler\*innen negativ von den medialen Stereotypen betroffen sind.



### Materialien

- [Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«](#)
- Onlineartikel des Portals [Elternguide.online](#)
- Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard

 <b>Aufgabe</b>	Reflexion von Medienentwicklungstrends
 <b>Lernziel</b>	Erkennen der eigenen Rolle in der Medienlandschaft
 <b>Ablauf</b>	<p>Zum Einstieg in das Thema werden Quizfragen zu aktuellen Begriffen der Medienentwicklung (<a href="#">Arbeitsblatt_Internet_23</a>) gestellt. Das Quiz kann auch mithilfe einer App durchgeführt werden (siehe hierzu <a href="#">Werkzeugkasten »Lernen und Lehren mit Apps«</a>).</p> <p>Vor diesem Hintergrund werden im Plenum gemeinsam folgende Fragestellungen diskutiert, um der Klasse bewusst zu machen, dass ihr individueller Umgang mit Medienentwicklungen und Trends Einfluss auf gesamtgesellschaftliche Entwicklungen hat (z. B. mögliche Veränderung des Realitätsbegriffs, Umgang mit Informationen, Veränderung von Rollenbildern etc.).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Wie beeinflussen Einzelne mit ihrem Nutzungsverhalten die Medienentwicklung?</li> <li>⇨ Welche Risiken können diese Entwicklungen bergen?</li> <li>⇨ Welchen Einfluss könnten die Medienentwicklungen für das alltägliche Leben und damit auf gesellschaftliche Werte haben?</li> </ul>
 <b>Hinweise</b>	Zusätzlich können Zukunftsszenarien und Medientrends entwickelt werden: »Wie stellt ihr euch Games in zehn Jahren vor?« »Wie stellt ihr euch die Sozialen Medien der Zukunft vor?« »Was wünscht ihr euch?« »Welche Rolle würdest du gern bei der Gestaltung von Medienentwicklungen haben?« etc.
 <b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ <a href="#">Arbeitsblatt_Internet_23</a></li> <li>⇨ <a href="#">Werkzeugkasten »Kollaboratives Arbeiten im Internet«</a></li> <li>⇨ Tafel, Whiteboard und/oder Onlineboard</li> </ul>

# ARBEITS- UND MATERIALBLÄTTER



Arbeits- oder Materialblatt	Verwendung
01 Angebote im Internet .....	UE1-a, UE2-a, UE3-a, UE4-a... 74
02 Stundenplan Mediennutzung .....	UE1-a ..... 76
03 Daten .....	UE1-b ..... 78
04 ... aus deinem Mini-Social-Media-Profil .....	UE1c..... 81
05 Wer nutzt meine Daten? .....	UE1-d ..... 82
06 Szenarien zu Datenveröffentlichungen in Sozialen Netzwerken .....	UE1-e ..... 83
07 Fragebogen: Onlinekommunikation: Was nutzt du? .....	UE2-b ..... 87
08 Prävention und Intervention bei Kommunikationsrisiken .....	UE2-d ..... 88
09 Problemfälle .....	UE2-e ..... 92
10 Ampelgrafik für problematisches Verhalten .....	UE2-e ..... 97
11 Checkliste: Erste Hilfe bei Cybermobbing .....	UE2-f ..... 98
12 Unterstützung gegen Cybermobbing – Anlaufstellen für Information und Beratung .....	UE2-f ..... 102
13 Unterstützung gegen Cybermobbing – Anlaufstellen für Information und Beratung (Arbeitsblatt) .....	UE2-f ..... 105
14 Für ein respektvolles Miteinander: Regeln für den Gruppen-/Klassenchat .....	UE2-g ..... 107
15 Suchen im Netz – Situationen und Zwecke (Lehrer*innen) .....	UE3-b ..... 118
16 Suchen im Netz – Situationen und Zwecke (Schüler*innen) .....	UE3-b ..... 121
17 Arten und Eigenschaften von Suchmaschinen.....	UE3-c ..... 124
18 Suchrallye (Lehrer*innen) .....	UE3-d ..... 126
19 Suchrallye (Schüler*innen) .....	UE3-d ..... 128
20 Glaubwürdigkeit von Suchergebnissen .....	UE3-e ..... 130
21 Glaubwürdigkeit von Wikipedia-Artikeln .....	UE3-g ..... 131
22 Unterhaltungsangebote .....	UE4-b ..... 133
23 Quiz: Medienbegriffe .....	UE4-e ..... 135

## Angebote im Internet

### Unterhaltungsangebote (Auswahl)

- Videoportale (YouTube, Prime Video, Netflix etc.)
- Soziale Netzwerke (TikTok, Instagram etc.)
- Mediatheken der TV-Sender etc.
- Games

### Informationsangebote (Auswahl)

- Suchmaschinen
- Wikis
- Onlinelexika
- Foren zu spezifischen Themen
- Onlineportale von Nachrichtensendungen, Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften

### Kommunikationsangebote (Auswahl)

- Messenger
- Soziale Netzwerke
- E-Mail-Provider
- Chats/Foren

### Dienstleistungsangebote (Auswahl)

- Onlinebanking
- Onlineshopping
- E-Partizipation
- E-Government (Formulare online etc.)

### Angebote der kreativen Gestaltung (Auswahl)

- Animation, Grafik, Bild, Video (Snaps, TikToks, Instagram Reels, Chatterpix, Canva etc.)
- Sound (Audacity, GarageBand etc.)
- Interaktive Touren (Actionbound etc.)
- Wikis
- Blogs
- Mindmaps

### Medienkonvergente Angebote

Die meisten der beschriebenen Angebote vereinen mehrere Funktionen. In nahezu allen Angeboten sind Formen der Onlinekommunikation enthalten. Eine besondere Rolle spielen in diesem Zusammenhang Soziale Netzwerke. Sie vereinen eine Vielzahl von Nutzungsmöglichkeiten (z. B. Kommunikation, Unterhaltung, Spiel, Information, Dienstleistungsangebote). Viele der Onlineangebote sind zudem mit einem eigenen Profil in Sozialen Netzwerken vertreten.

## Stundenplan Mediennutzung

Tagesablauf	Täglich	Ab und zu	Welches Angebot?	Wie lange? (Dauer in Min.)		Warum? (Funktion)
				werk-tags	Wochen-ende	
Morgens im Bett						
Im Bad						
Beim Frühstück						
Auf dem Weg zur Schule						
Während der Schulzeit						
Auf dem Weg nach Hause						
Vor, während, nach dem Mittagessen						
Bei den Hausaufgaben						
In der Freizeit						
Vor, während, nach dem Abendessen						
Abends im Bett						

### Werte deinen Medienstundenplan aus

Wie viele Minuten beträgt deine tägliche Mediennutzungsdauer?

Werktags:

Wochenende:

Welche Medienangebote nutzt du am meisten? Nutzt du sie allein oder gemeinsam?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Was ist dir am wichtigsten? Welcher Nutzertyp bist du?

- Kommunikation: Ich muss immer mit allen in Verbindung bleiben.
- Spaß und Unterhaltung: Ich brauche Games, Serien, Insta und TikTok.
- Selfies, Storys und Co.: Ich teile mein Leben und zeige, wer ich bin.
- Information: Es passiert so viel, ich muss immer auf dem Laufenden sein!

## Daten

### Was sind Daten?

Daten werden im Allgemeinen als einzelne Bausteine von Informationen verstanden. Im Alltagsverständnis werden die Begriffe »Daten« und »Information« oft gleichgesetzt. Im Zusammenhang mit dem Begriff stehen Datensätze und deren Verarbeitung. Hierbei handelt es sich um eine Sammlung verschiedener Einzeldaten (auch von mehreren Quellen bzw. Personen), die zu unterschiedlichen Zwecken analysiert und genutzt werden. Daten werden z. B. zu Zwecken der Markt- und Sozialforschung oder für eine rechtliche Absicherung (z. B. bei Verträgen) erhoben, gespeichert und ggf. verarbeitet.

### Personenbezogene Daten

Der Begriff der »personenbezogenen Daten« steht im Mittelpunkt der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die EU-weit den Umgang zur Verarbeitung dieser Daten regelt. Somit sind sowohl der Datenschutz dieser Daten als auch der Datenverkehr im europäischen Binnenmarkt sichergestellt.

Die Definition lautet demnach:

»Personenbezogene Daten« (sind) alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person (im Folgenden »betroffene Person«) beziehen; als identifizierbar wird eine natürliche Person angesehen, die direkt oder indirekt, insbesondere mittels Zuordnung zu einer Kennung wie einem Namen, zu einer Kennnummer, zu Standortdaten, zu einer Online-Kennung oder zu einem oder mehreren besonderen Merkmalen, die Ausdruck der physischen, physiologischen, genetischen, psychischen, wirtschaftlichen, kulturellen oder sozialen Identität dieser natürlichen Person sind, identifiziert werden kann.«<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32018R1725&qid=1645789940134> (abgerufen am 28.09.2021).

### Direkte und indirekte personenbezogene Daten

Daten sind direkt einer Person zuzuordnen:

- Vor- und Zuname
- Geburtsdatum
- Adressdaten (Anschrift, E-Mailadressen, Telefonnummer)
- Schul- und Arbeitszeugnisse
- etc.

**Daten sind indirekt, also erst mit einer oder mehreren weiteren Informationen, einer Person zuzuordnen:**

- charakteristische Eigenschaften einer Person
- physische Merkmale einer Person
- religiöse Einstellung einer Person
- sexuelle Orientierung einer Person
- Gesundheitsdaten
- IP-Adresse
- Besitzmerkmale
- etc.

### Wer nutzt Daten im Netz und wozu?

Entscheidend über die Aussagekraft personenbezogener Daten ist ihr Verwendungszusammenhang. So werden Daten unterschiedlicher Protagonisten (Personen, Nutzer\*innen, Plattformen) zu verschiedenen Zwecken und mit unterschiedlichen Methoden gesammelt.

### Beispiel-Szenarien

#### Speicherung von Daten aus Rechtsgründen

Beispielsweise Telekommunikationsunternehmen oder auch Providerdienste sind verpflichtet, bestimmte personenbezogene Daten zu speichern, um sie im Falle eines (möglichen) Gesetzesverstoßes ggf. an zuständige staatliche Behörden weiterzugeben. Werden z. B. von einem Internetzugang illegal urheberrechtlich geschützte Inhalte heruntergeladen oder verbreitet, kann so die verantwortliche Person ermittelt werden.

#### Speicherung von Daten aus Kommunikationsgründen

Hat eine juristische Person (eine rechtsfähige Person bzw. ein rechtsfähiges Unternehmen) beispielsweise ein Konto in einem Onlinedienst (z. B. E-Mail, Onlineportal eines Clubs, eines Geldinstituts oder einer Krankenkasse) können die Daten zudem für Zwecke der Kommunikation genutzt werden. Beispielsweise werden die Nutzer\*innen so über Änderungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder über Unregelmäßigkeiten informiert. Die Kommunikationsgründe müssen in diesem Falle klar geregelt sein (in den AGBs). So muss der Zusendung eines Newsletters beispielsweise ausdrücklich zugestimmt werden.

### Nutzung von Daten zu Werbezwecken

Unternehmen nutzen personenbezogene Daten (z. B. Geschlecht, Interessen) v. a. auch zu personalisierten Werbezwecken. Dabei werden Einkäufe oder Suchanfragen gespeichert, um in der weiteren Nutzung artverwandte Angebote zu bewerben. Technisch wird dies durch sogenannte Cookies realisiert – kleine Dateien mit einer eindeutigen Identifizierungsnummer, die im Browser der Nutzer\*innen gespeichert werden. Über einen Cookie kann die Website Nutzer\*innen bei einem erneuten Besuch wiedererkennen. Cookies, die zu Tracking- oder Werbezwecken genutzt werden, benötigen eine ausdrückliche Zustimmung der Nutzer\*innen.

### Ausführliche Informationen zum Thema Datenschutz:

→ Themenschwerpunkt bei klicksafe.de

➤ <https://www.klicksafe.de/privatsphaere-und-big-data>

→ Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit

➤ [https://www.bfdi.bund.de/DE/Home/home\\_node.html](https://www.bfdi.bund.de/DE/Home/home_node.html)

→ Informationen des Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

➤ <https://www.vzbv.de/themen/digitale-welt/internet>

→ Virtuelles Datenschutzbüro – ein Angebot diverser Datenschutzinstitutionen

➤ <https://www.datenschutz.de>

**... aus deinem Mini-Social-Media-Profil**

Ein für mich typischer Hashtag:

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

Meine Themen im Feed:

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

Abos – wem ich folge:

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

Musik in meinen Storys:

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

Diese Hobbys zeige ich:

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

## Wer nutzt meine Daten?

### Beispiele:

- Anbieter digitaler Endgeräte (PC, Smartphone, Fitnessarmband etc.)
- Anbieter von Navigationsgeräten und -apps
- App-Anbieter (Games, Streaming etc.)
- Automobilanbieter
- Banken, Versicherungen
- Behörden (Meldestellen, Polizei, Finanzbehörden, Geheimdienste, Gesundheitsbehörden)
- Cloud-Computing-Provider
- Krankenkassen
- Onlineshops
- Smart-Home-System-Anbieter
- Soziale Medien
- Suchmaschinen
- Telekommunikationsanbieter
- (private und öffentliche) Videoüberwachung

## Szenarien zu Datenveröffentlichungen in Sozialen Netzwerken

### Szenario 1: Eltern und die Sorge um den Schutz des Kindes

#### Ausgangssituation

Maria (15) ist seit längerem in einem Sozialen Netzwerk aktiv und nutzt es neben der Kommunikation mit Freund\*innen, um ihre Gefühle, Erwartungen und Wünsche auszudrücken. Das Soziale Netzwerk dient in diesem Sinne also als Instrument der Suche und der Findung einer »Ich-Identität«. Dazu gehört für Jugendliche auch – und dies in besonderem Maße – das Spiel mit dem eigenen Aussehen, das Testen von Grenzen und Möglichkeiten der Ansprache des jeweils attraktiven Geschlechts und auch der Provokation.

#### Ereignis

Marias Eltern entdecken in dem Profil ihres Kindes Fotos, die sie für unangemessen und zu freizügig halten. »Lüstern«, »zu offenherzig« oder »anbiedernd« sind Attribute, die sie im Gespräch mit ihrer Tochter verwenden. Sie verlangen die sofortige Löschung der Bilder aus dem Profil. Gleichzeitig suchen sie das Gespräch, um zukünftig solche Fotos zu verhindern.

#### Mögliche Argumentationen

##### Maria:

- ⇨ Die Fotos zeigen mich so, wie ich bin oder wie ich gerne sein möchte.
- ⇨ In der Werbung, im TV und anderen Medien werden Personen ähnlich freizügig gezeigt.
- ⇨ Freizügigkeit und Sexualität sind Bestandteil der Gesellschaft.
- ⇨ Die Fotos sind nicht so schlimm, alle Freund\*innen haben ähnliche Fotos in ihrem Profil.

##### Eltern:

- ⇨ Die Fotos sind dem Alter der Tochter unangemessen.
- ⇨ Die Fotos zeigen zu viele Eigenschaftsmerkmale der Tochter.
- ⇨ Die Fotos können Anlass für »unsittliche« und problematische Kommunikation im Netz sein (Cybergrooming, Cybermobbing).
- ⇨ Die Fotos können Verbreitung und Vervielfältigung im Netz finden.

## Szenario 2: Bewerbung und Soziale Netzwerke

### Audiovisueller Einstieg

Video »Check dein Profil, bevor es andere tun«, abzurufen unter

🔗 <https://www.netzdurchblick.de/check-dein-profil-bevor-es-andere-tun.html>

### Ausgangssituation

Bei Bewerbungen werden inzwischen nicht mehr nur fachliche Qualifikationen geprüft und sind Bestandteil des Entscheidungsverfahrens, sondern auch personenbezogene Eigenschaften und Interessen etc. Dabei werden auch Soziale Netzwerke als Recherchemittel genutzt. Das Profil möglicher Angestellter oder Auszubildender wird dabei nach möglichen – für zukünftige Arbeitgeber\*innen – interessanten oder problematischen Inhalten untersucht. Dies können z. B. sein: Partyfotos, Verlinkungen, Freund\*innenlisten. Die Internetrecherche über Bewerber\*innen ist allerdings datenschutzrechtlich umstritten (🔗 [https://www.haufe.de/personal/arbeitsrecht/datenschutz-duerfen-arbeitgeber-bewerber-googeln\\_76\\_410382.html](https://www.haufe.de/personal/arbeitsrecht/datenschutz-duerfen-arbeitgeber-bewerber-googeln_76_410382.html)).

### Ereignis

Im Rahmen der Recherche findet die Personalabteilung Partyfotos und ein Video des Bewerbers, das ihn in einer für den\*die Arbeitgeber\*in unangemessenen Situation zeigt.

### Mögliche Argumentation des\*der potenziellen Arbeitgebers\*in

- ⇨ Fotos zeigen den Bewerber in einer unangemessenen Situation
- ⇨ Arbeitnehmer\*innen repräsentieren ihre Firma
- ⇨ Fotos und Videos lassen auf potenzielles Fehlverhalten des Bewerbers schließen (Suchtprobleme?)
- ⇨ Fachliche Qualifikation steht nicht im Einklang mit dem Sozialverhalten des Bewerbers
- ⇨ Privates sollte privat bleiben

### Mögliche Argumentation des Bewerbers

- ⇨ Das Private hat keinen Einfluss auf Qualifikation und Fähigkeiten im Job
- ⇨ Das Freizeitverhalten ist nicht Bestandteil des Berufes und sollte nicht als Bemessungsgrundlage verwendet werden

### Szenario 3: Liebesgrüße auf der Pinnwand

#### Ausgangssituation

Jonas und Naomi sind seit Kurzem ein Liebespaar. Die Kommunikation der beiden und mit Dritten über die Beziehung findet auch in Sozialen Netzwerken statt.

#### Ereignis

Als die beiden ein Paar wurden, haben sie gleich ihren Beziehungsstatus auf ihren Profilen geändert und sich unter dem Titel »In einer Beziehung mit ...« gegenseitig verlinkt. In zahlreichen Posts teilen sie die Geschehnisse ihrer Beziehung allen Freund\*innen und Bekannten mit – vom Liebesbekenntnis bis hin zum öffentlich ausgetragenen Streit ist alles dabei. Dies führt zu einer Vielzahl von Kommentaren auf den Profilen der beiden. Darunter sind nicht nur Glückwünsche, sondern auch Anfeindungen und Unverständnis: »Warum denn mit dem?« oder »Der passt gar nicht zu dir!«

#### Mögliche Argumentation des Paares

- öffentliches Bekenntnis zur Beziehung
- »nur« Freund\*innen sehen, was gepostet wird
- negative Kommentare stören sie nicht

#### Mögliche Argumentation der Freund\*innen im Sozialen Netzwerk

- zu intime Einsicht in die Beziehung
- Beziehung ist Privatsache
- Einmischung durch Dritte in die Beziehung – positive oder negative Beeinflussung
- Gefühl der »Belästigung« durch die ständigen Mitteilungen und Posts

## Szenario 4: Bewerbung und Soziale Netzwerke

### Ausgangssituation

Helena ist 14 Jahre und gern mit ihren Freund\*innen unterwegs. Ihre Eltern finden es toll, dass sie mithilfe einer App immer orten können, wo Helena sich gerade aufhält.

### Ereignis

Nachdem Helena am letzten Abend nicht erreichbar war, stellen die Eltern sie am nächsten Tag zur Rede: »Wir haben gesehen, du warst den ganzen Abend im Park. Wer war denn von deinen Freund\*innen mit dabei? Warum hast du denn nicht auf unsere Nachrichten reagiert? Wir haben uns Sorgen gemacht!«

### Mögliche Argumentation der Eltern

- keine Kontrolle, sondern Verantwortung für Helenas Sicherheit
- Aufsichtspflicht
- »Wenn es nichts zu verbergen gibt, ist es doch kein Problem.«
- Sorge, dass ihr etwas passiert sein könnte

### Mögliche Argumentationen von Helena

- Gefühl, kontrolliert zu werden
- Gefühl der Einschränkung ihrer Privatsphäre
- Zweifel am Vertrauen der Eltern

## Fragebogen: Onlinekommunikation

### Onlinekommunikation – Was nutzt du?

Anwendung/ Dienst	Nutze ich ...				
	nie	ein- bis zwei- mal pro Woche	einmal pro Tag	zwei bis sieben Mal pro Tag	den ganzen Tag
WhatsApp					
Facebook					
TikTok					
Snapchat					
Instagram					
Twitch					
Twitter					
Pinterest					
Skype					
Teamspeak					
Discord					
Facetime					
Telegram					
Videokonferenztool					
Datingportal/-app					
SMS					
E-Mail					
Telefonieren					
Sprachnachricht					
Gifs/Sticker					
Andere:					
Andere:					

## Prävention und Intervention bei Kommunikationsrisiken

### Leitfaden für die Beschreibung des Risikos

Die Risiken, die in der Onlinekommunikation auftauchen können, sollen von dir erklärt werden. Beschreibe dazu das Risiko in eigenen Worten und nutze dafür auch Beispiele.

Falls du weiterführende Informationen brauchst, kannst du für die Erarbeitung die unten aufgeführten Links nutzen.

1. In welchem Zusammenhang taucht das Risiko auf und was versteht man darunter?

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

2. Warum ist es problematisch? Was meinst du, steht dahinter?

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

3. Bist du schon mit dem Risiko konfrontiert gewesen oder kennst du jemanden, der das schon erlebt hat?

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

## Risiken in der Onlinekommunikation

⇒ Selbstgefährdung im Netz: Verharmlosung von Essstörungen, Suizid und selbstverletzendem Verhalten

Informationen unter:

- <https://www.jugend.support/selbstgefaehrdung-sucht/selbstverletzendes-verhalten>
- <https://www.jugend.support/selbstgefaehrdung-sucht/suizidgedanken-depression>

⇒ Veröffentlichung peinlicher oder intimer Posts oder Chats

Informationen unter:

- <https://www.jugend.support/mobbing-belaestigung/online-belaestigt-werden>
- <https://www.jugend.support/mobbing-belaestigung/respektlose-bilder-filme>

⇒ Gezielte Belästigung, Nötigung, Diffamierung (Cybermobbing)

Informationen unter:

- <https://www.cybermobbing-hilfe.de/cybermobbing>
- <https://www.wakeup.jetzt/was-ist-cybermobbing>
- <https://www.handysektor.de/cybermobbing>
- <https://www.zdf.de/kinder/app-und-on/cybermobbing-140.html>

⇒ Missbrauch von Kontaktdaten

Informationen unter:

- <https://www.checked4you.de/computer-internet/internet/identitaetsdiebstahl-was-tun-351577>
- <https://www.zdf.de/kinder/app-und-on/datenschutz-194.html>
- <https://www.zdf.de/kinder/app-und-on/schuhbidu-106.html>

⇒ Ungefragt Fotos mit gewalthaltigen oder pornografischen Inhalten erhalten

Informationen unter:

- <https://www.jugend.support/unangenehmes-extremes/darstellung-von-gewalt>
- <https://www.jugend.support/unangenehmes-extremes/pornografie>

⇒ Sexting-Bilder/-Videos werden ohne Einverständnis weiterverbreitet

Informationen unter:

- <https://www.handysektor.de/sexting>

## → Sexuelle Belästigung im Internet (Cybergrooming)

Informationen unter:

➤ <https://www.jugend.support/mobbing-belaestigung/sexuell-belaestigt-werden>➤ <https://www.zdf.de/kinder/app-und-on/cybergrooming-110.html>

## → Mitmachen bei (gefährlichen) Mutproben/Challenges

Informationen unter:

➤ <https://www.jugend.support/selbstgefaehrdung-sucht/challenges-mutproben>

## → Verbreitung von Kettenbriefen

Informationen unter:

➤ <https://www.jugend.support/mobbing-belaestigung/kettenbriefe>➤ <https://www.checked4you.de/computer-internet/e-mails/kettenbriefe-228261>

## → Verbreitung von Desinformation in Messengergruppen

Informationen unter:

➤ <https://www.jugend.support/privat-oeffentlich/fake-news>

## → Anonyme Angriffe im Netz durch Trolle und Hater\*innen

Informationen unter:

➤ <https://www.jugend.support/privat-oeffentlich/fakeprofile>➤ <https://www.jugend.support/unangenehmes-extremes/hass-im-netz>

## Überlegungen für die Plakaterstellung

### Prävention (Vorbeugen): Aufklärung und Sensibilisierung

#### Welche Zielgruppen sollten angesprochen werden?

- Jugendliche
- Eltern/Erziehende sowie Lehrkräfte

#### Welche Informationen sind für Aufklärung und Sensibilisierung wichtig?

- Entstehung, Verbreitung und Folgen von Kommunikationsrisiken
- Handlungsmöglichkeiten bei Kommunikationsrisiken
- Kenntnis von unterschiedlichen Risiken in Messengergruppen, Sozialen Netzwerken, Onlinegames, Bewertungsportalen etc.

#### Welche Maßnahmen können zur Aufklärung und Sensibilisierung dienen?

- Medienbildung/-projekte
- zielgruppengerechte Aufklärungskampagnen (z. B. von Jugendlichen für Jugendliche)

### Intervention (Handeln): Vorgehen bei akuten Vorfällen

- Kennen von Handlungsoptionen für Betroffene
- Hilfe suchen, nicht allein bleiben
- Beweismaterial sammeln bzw. Screenshots anfertigen
- Melden und Blockieren direkt bei den Onlineplattformen/-diensten
- Melden bei Internetbeschwerdestellen
- Beratung und Unterstützung von außen suchen:
  - Begleitung durch Expert\*innen (Pädagogik, Psychologie etc.) suchen
  - rechtliche Beratung und Polizei ansprechen
- Polizei bzw. Strafverfolgungsbehörden verständigen, Anzeige erstatten
- Peer-to-Peer-Beratung nutzen
- Beratung für Eltern bzw. Erziehende sowie Lehrer\*innen nutzen
- Konfliktmanagement organisieren
- Bei akuten Notfällen: Notruf 112, TelefonSeelsorge 0800 1110111, 0800 1110222 (App und auch Online)

## Problemfälle

In der folgenden Tabelle sind 25 kleine Beispielgeschichten zusammengestellt, in denen problematisches Verhalten über digitale Medien vorkommt.

<p><b>Auslachen</b> Max ist in einen Hundehaufen getreten und Moritz schreibt daraufhin auf WhatsApp »Max ist voll in Scheiße getreten. MUHAHA!«</p>	<p><b>Identitätsdiebstahl</b> Anton findet bei Insta ein Profil, das seinen Namen und sein Foto hat – aber nicht von ihm ist. Unter seinem Namen werden dort andere Leute beleidigt und sich bei Lehrkräften eingeschleimt.</p>
<p><b>(Be-)Drohen</b> Arne schreibt an Bernd: »Morgen in der großen Pause machen wir dich fertig. Danach erkennt dich nicht mal deine Mutter wieder.«</p>	<p><b>Jemanden kritisieren</b> Saskia postet als Kommentar unter dem Foto von Dennis: »Du hast echt keine Ahnung von guten Fotos. Hattest du noch nie!«</p>
<p><b>Beleidigen/Beschimpfen</b> Martina schreibt auf die Pinnwand ihrer Mitschülerin Nesrin: »So schön! 😍« Laura: »Wie kann man nur so hässlich sein?! 🤢« Anna: »Hässlich ist eine Untertreibung 😏🐼«</p>	<p><b>Trollen</b> Im Chat schreibt ein Nutzer mit Namen Super-gangster99 ständig nervige Beiträge wie »Ihr habt alle keine Ahnung hier!« oder »Das hier ist der langweiligste Chatraum der Welt.«</p>
<p><b>Bloßstellen</b> Nadia erzählt ihrer Freundin Kasia im Vertrauen, dass sie in ihren Lehrer verliebt ist. Nachdem sie sich zerstritten haben, veröffentlicht Kasia diese Information über Twitter für die ganze Welt.</p>	<p><b>Pornografie</b> Über den Gruppenchat wird ein Link zu einem Video geteilt, in dem Sex in allen Details zu sehen ist.</p>
<p><b>Privates heimlich aufnehmen</b> Lukas nimmt heimlich ein Telefonat mit seiner Freundin Marcella mit seinem Smartphone auf und veröffentlicht den Mitschnitt auf YouTube.</p>	<p><b>Schweigen, Ignorieren, Weggucken</b> Während drei Schüler*innen in einer Telegram-Gruppe Patrick fertigmachen, lesen die 20 weiteren Mitglieder schweigend mit.</p>
<p><b>Eigentum zerstören</b> In der 3D-Spielewelt »Minecraft« haben Ira und Sebastian gemeinsam in wochenlanger Arbeit eine eigene Stadt gebaut. Nachdem sie sich zerstritten haben, zerstört Sebastian alles.</p>	<p><b>Weitergabe von Sextings</b> Larissa schickt ihrem Freund Lasse ein Foto, auf dem sie nackt zu sehen ist. Nach der Trennung schickt Lasse das Foto seinen Freund*innen.</p>

<p><b>Eine Person ausgrenzen</b> Fünf Freund*innen sind Mitglied derselben Gilde im Onlinerollenspiel »World of Warcraft«. Plötzlich lassen vier von ihnen die fünfte Person nicht mehr mitspielen und ignorieren sie total, ohne dass sich die fünfte Person etwas zuschulden kommen ließ.</p>	<p><b>Bedrängen bzw. Stalken</b> Katrin schickt Ole ständig Nachrichten, auch nachdem Ole sie aufgefordert hat, damit aufzuhören.</p>
<p><b>Erpressen</b> Sabine macht heimlich ein Video von Jörn, wie er in der Klassenarbeit einen Spickzettel nutzt. Sie droht ihm: »Wenn du mir nicht einen Monat lang meine Mathe-Hausaufgaben machst, veröffentliche ich das Video auf YouTube.«</p>	<p><b>Snuff-Video</b> Timo gibt seinen Freunden ein Video weiter, in dem zu sehen ist, wie ein Mensch (wirklich) getötet wird. (Der englische Begriff »to snuff someone out« bedeutet so viel wie »jemanden auslöschen«.)</p>
<p><b>Gerüchte verbreiten</b> Shirin verbreitet über WhatsApp, dass Elisa Sex mit zwei Mitschülern hatte.</p>	<p><b>Stuntvideo</b> Einige Freunde drehen ein Video für YouTube, in dem sie mehr oder weniger gefährliche Stunts machen, z. B. mit Tricks auf dem Skateboard oder ein Wettrennen mit Einkaufswagen</p>
<p><b>Happy Slapping</b> Eine Gruppe schlägt auf dem Schulklo wahllos auf ahnungslose Personen ein, filmt dies mit dem Handy und stellt das Video auf YouTube.</p>	<p><b>Deepfakes</b> Sarah findet Fotos von sich im Netz, auf denen ihr Kopf auf den Körper einer Pornodarstellerin zu sehen ist. Es handelt sich um Fotomontagen.</p>
<p><b>Heimliche Aufnahmen</b> Maik filmt vor dem Schwimmunterricht heimlich in der Umkleidekabine der Mädchen und verschickt die Aufnahmen über Messenger an seine Freunde weiter.</p>	<p><b>Videos veröffentlichen</b> Hendrik filmt seine Mitschüler*innen an der Bushaltestelle und veröffentlicht das Video auf Facebook.</p>
<p><b>Challenges</b> David fordert Anna auf zum Spaß an einer Blackout Challenge teilzunehmen. Die ist aber einfach nur lebensgefährlich.</p>	<p><b>Kettenbriefe</b> Jakob verschickt eine Nachricht: »Wenn du diese Nachricht nicht an zehn Freund*innen weiterleitest, dann wird deiner Familie etwas Schlimmes passieren.«</p>

### Verbreitung von Desinformation

In einer der Messengergruppen von Laura ist ein\*e Teilnehmer\*in, der\*die immer radikale demokratiefeindliche Statements bzw. Anmerkungen verbreitet.

<sup>2</sup> Vgl. hierzu  
<https://lo-recht-lehrer-online.de/schulrecht/fall-des-monats/fall-des-monats/fa/fall-des-monats-ist-cyber-mobbing-eine-straftat/> (abgerufen am 28.09.2021)

Im Einzelfall können diese oder ähnliche Fälle sogar strafbar sein. Die juristische Bewertung von Einzelfällen kann dabei aber beispielhaft nicht zuverlässig vorgenommen werden. Dennoch sollte den Schüler\*innen bewusst gemacht werden, dass bestimmtes Verhalten gegenüber anderen offline oder online nicht nur unfair oder verletzend, sondern tatsächlich auch kriminell sein könnte. Folgende Straftatbestände gemäß Strafgesetzbuch wären in diesem Zusammenhang denkbar bzw. ließen sich im Einzelfall ggf. aus den oben genannten Beispielen ableiten:<sup>2</sup>

#### § 131 StGB – Gewaltdarstellung

Herstellung, Verbreitung oder öffentliche Zurschaustellung von grausamen oder unmenschlichen Gewalttätigkeiten in einer verherrlichenden oder verharmlosenden Art und Weise.

#### § 164 StGB – Falsche Verdächtigung

Öffentliches Aufstellen von Behauptungen über rechtswidrige Taten Dritter oder Taten, die eine behördliche Maßnahme gegen Dritte herbeiführt oder verlängert, obwohl der Äußernde weiß, dass der Dritte die Tat nicht begangen hat.

#### § 185 StGB – Beleidigung

Ehrverletzende Äußerung gegenüber einem Dritten. Hierbei sind jedoch immer die Begleitumstände der Äußerung mit einzubeziehen. Die Bezeichnung eines älteren Menschen als »alter Sack« kann in einer entsprechenden Gesprächssituation auch ironisch oder spaßhaft gemeint sein, in anderen Situationen jedoch als ehrverletzende Beleidigung. Auch nonverbal geäußerte Werturteile können als Beleidigung aufgefasst werden (z. B. Stinkefinger).

### § 186 StGB – Üble Nachrede

Behauptung oder Verbreitung von nachweislich nicht wahren Tatsachen über Dritte, die dazu geeignet sind, dessen öffentliche Wahrnehmung zu schädigen oder herabzusetzen bzw. ihn verächtlich zu machen.

### § 187 StGB – Verleumdung

Behauptung oder Verbreitung unwahrer Tatsachen über Dritte, die dazu geeignet sind, dessen öffentliche Wahrnehmung zu schädigen oder herabzusetzen bzw. ihn verächtlich zu machen, obwohl der Äußernde weiß, dass diese Tatsachen nicht wahr sind. In Abgrenzung zur üblen Nachrede handelt es sich hierbei also um wissentliche bzw. absichtliche Falschbehauptungen.

### § 201 StGB – Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes

Aufzeichnung des nichtöffentlich gesprochenen Wortes einer anderen Person ohne dessen Wissen und Zustimmung auf einem Tonträger oder die Zugänglichmachung dieser Aufnahme an Dritte sowie Abhören eines nichtöffentlichen Gespräches oder anschließend öffentliche Mitteilung der abgehörten Inhalte.

### § 238 StGB – Nachstellung

Beharrliches Aufsuchen der Nähe eines anderen Menschen z. B. räumlich, unter Verwendung von Kommunikationsmitteln (Brief, Telefon, Soziale Netzwerke etc.), Veranlassung Dritter zur Kontaktaufnahme dieser Person, Bestellung von Waren oder Dienstleistungen in dessen Namen, Androhung oder Durchführung von Verletzungen der Gesundheit oder Freiheit dieser Person. Im allgemeinen Sprachgebrauch wird häufig der Begriff »Stalking« für die Beschreibung dieses Straftatbestandes verwendet.

### § 240 StGB – Nötigung

Das Drängen einer anderen Person zu einer Handlung, Duldung oder Unterlassung durch Gewaltanwendung oder durch Androhung eines anderen empfindlichen Übels, durch das sich ein erheblicher Nachteil ergibt. In der rechtlichen Bewertung spielt hierbei die Relation zwischen Nötigungsmittel und Nötigungsziel eine Rolle. Als rechtswidrig ist die Nötigung nur anzusehen, wenn das gewählte Mittel als verwerflich für diesen Zweck anzusehen ist. Die aus dem Schwimmbecken geäußerte Androhung an eine Person am Beckenrand »Wenn du nicht ins Wasser kommst, spritze ich dich nass« verwendet beispielsweise weder ein verwerfliches Mittel noch stellt sie ein empfindliches Übel in Aussicht.

**§ 241 StGB – Bedrohen**

Androhung eines Verbrechens gegen eine Person oder einem dieser Person nahestehenden Dritten.

Über die Regelungen des Strafgesetzbuches hinaus ergeben sich weitere rechtlich relevante Handlungen, die vom Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie (KunstUrhG) erfasst sind:

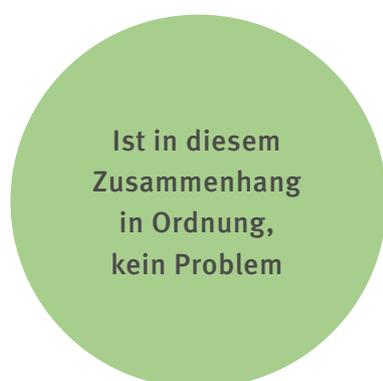
**§ 22 KunstUrhG**

Legt fest, dass Abbildungen von anderen Personen nur mit Einwilligung der Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden dürfen (auch das Recht am eigenen Bild).

**§ 23 KunstUrhG**

Legt einige Ausnahmen fest, wann Abbildungen von Personen ohne Einwilligung verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden dürfen, zum Beispiel von Personen der Zeitgeschichte (z. B. Politiker\*innen im Rahmen ihrer Amtsausübung), wenn Personen nur als Beiwerk eines anderen Motivs (z. B. Landschaft, Denkmal) erscheinen oder Bilder von Versammlungen, Demonstrationen oder ähnlichen öffentlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben.

## Ampelgrafik für problematisches Verhalten



## Checkliste: Erste Hilfe bei Cybermobbing

### Kurzdefinition Cybermobbing:

»Cybermobbing ist das gezielte Fertigmachen, Bedrohen, Demütigen und Belästigen anderer Personen über Online-Angebote wie Soziale Medien und Messenger. Die Täter\*innen mobben meistens systematisch über einen längeren Zeitraum und kennen ihre Opfer in der Regel persönlich. Im Vergleich zu Offline-Mobbing gibt es bei Online-Mobbing ein paar Besonderheiten:

- ⇨ Cybermobbing findet überall statt, es verfolgt dich bis nach Hause.
- ⇨ Die Mobber\*innen kennen dich typischerweise persönlich. Doch nicht nur aus der Offline-Welt. Mobber\*innen können auch reine Online-Bekanntschäften sein.
- ⇨ Es ist extrem vielfältig: Beispielsweise ist Cybermobbing, wenn man dich online beleidigt, Gerüchte über dich ins Netz setzt, peinliche Bilder oder Videos von dir postet oder dich aus Gruppen ausschließt.
- ⇨ Die Täter\*innen können anonym mobben und die Inhalte sich schnell verbreiten.«<sup>3</sup>

3 <https://www.wakeup.jetzt/was-ist-cybermobbing> (abgerufen am 28.09.2021)

In einer Cybermobbingsituation lassen sich verschiedene Rollen beobachten: Täter\*innen, Opfer und Bystander. Bystander sind »Zuschauer\*innen«, die den Konflikt mitbekommen, aber aufgrund gruppenspezifischer Prozesse nicht helfen oder eingreifen.

Folgende Schritte können beim Umgang mit Cybermobbing helfen. Nicht jeder Fall von Cybermobbing ist gleich, deswegen können auch die Reaktionen unterschiedlich ausfallen. Nicht immer sind alle Punkte dieser Liste notwendig.

### 1. Keine Panik!

Leicht gesagt, aber häufig gar nicht so einfach: Solltest du von Cybermobbing betroffen sein, atme erst einmal tief durch. Wenn du ohne nachzudenken handelst, z. B. auf das Mobbing antwortest, zum Gegenschlag ausholst oder das Mobbing schnell verdrängen willst, dann gibst du Mobber\*innen auch noch Macht über dein eigenes Verhalten. Lass das nicht zu – du kannst immer noch selbst bestimmen, was DU machst. Lass dich nicht jagen, bleibe ruhig.

## 2. Einfach ignorieren! (nur selten)

»Einfach nicht drum kümmern«, das mag auf den ersten Blick eine gute Idee sein. Schließlich muss man fürchten, dass eine Reaktion nur zu noch mehr Mobbing führen kann oder dass man Schwäche zeigt. Oder man hält sich selbst für stark genug, damit umzugehen. Das kann in bestimmten Fällen hilfreich sein, nämlich dann, wenn eine Beleidigung oder Verletzung nur einmalig ist und keine Spuren hinterlässt. Wenn jemand mal einen blöden Kommentar oder eine Nachricht mit einer Beschimpfung schreibt, dann kann man das vielleicht einfach ignorieren. Wenn das Cybermobbing aber anhält und wenn problematische Inhalte im Internet veröffentlicht werden (und dort auch bleiben), dann sollte man nicht ignorieren, sondern handeln. Das Gleiche gilt, wenn du dich als Opfer durch die Sache länger als einen Tag belastet fühlst. Spätestens dann ist es Zeit für Schritt 3.

## 3. Unterstützung holen!

Auch wenn es sich erst mal sicherer fühlt, sich allein zurückzuziehen: Wir raten dir: Such dir Unterstützung. Auch wenn du dich ganz allein fühlst in dieser schlimmen Situation, es gibt verschiedene Möglichkeiten, Hilfe zu bekommen. Du bist nicht allein. Sprich mit Freund\*innen, mit Eltern oder mit Lehrer\*innen über den Fall. Wenn es dir lieber ist, sage am Anfang des Gesprächs, dass du erst einmal erzählen willst, was passiert ist, ohne dass sofort etwas passieren soll. Was man daraus macht, könnt ihr danach überlegen. Du kannst dir auch anonyme Unterstützung holen, z. B. über Beratungsangebote online oder die Nummer gegen Kummer (siehe auch [Materialblatt\\_Internet\\_12](#)).

Wenn du nicht selbst betroffen bist, aber Cybermobbing mitbekommst, biete ungefragt deine Unterstützung an. Es kann der betroffenen Person schwerfallen, darum zu bitten.

## 4. Die eigenen Rechte kennen!

Es kann nicht schaden, zu wissen, was eigentlich erlaubt ist und was nicht. Es gibt viele Websites, auf denen erklärt wird, wie z. B. »Das Recht am eigenen Bild« funktioniert oder wo der Unterschied zwischen freier Meinungsäußerung und Beleidigung liegt. Jedoch sollte im Zweifelsfall rechtliche Beratung gesucht werden, da die Lage sehr komplex ist.

### 5. Nicht antworten oder zurückmobben!

Einen Fehler, den Betroffene von Cybermobbing häufig machen: Sie reagieren auf dem gleichen Weg wie die Angreifer\*innen. Es ist sehr verständlich, dass man z. B. bei einem beleidigenden Beitrag auf Facebook gleich darunterschreiben möchte: »DU BIST SELBST EIN ARSCHLOCH!«, oder auf einem anderen Weg zurückschlagen will. Aber damit tust du den Angreifer\*innen nur einen Gefallen. Denn Mobbing funktioniert über Aufmerksamkeit. Wenn niemand auf ein Mobbing reagieren würde, liefe der Angriff ins Leere. Reaktionen, erst recht Gegenangriffe, sind das Beste, was den Angreifer\*innen passieren kann. Dazu kommt, dass Streit im Internet zwar sehr gut entstehen, aber sehr schlecht wieder ausgeräumt werden kann. Dafür braucht es Schritt 6.

### 6. Mobber\*innen und Bystander ansprechen!

Dass du nicht online antwortest, soll nicht heißen, dass du dir alles gefallen lässt. Du solltest ganz klar »Stopp« sagen. Dafür solltest du den\*die Angreifer\*in oder auch Bystander ansprechen – persönlich und direkt, nicht über das Internet. Häufig lassen sich Onlineattacken im direkten Gespräch klären. Wenn du magst, suche dir eine andere Person als Unterstützer\*in oder Vermittler\*in für das Gespräch. Das kann z. B. jemand aus dem Freundeskreis sein, deine Eltern, vielleicht auch die Eltern der Angreifer\*innen oder Lehrer\*innen. An vielen Schulen gibt es Verbindungs- oder Vertrauenslehrer\*innen. Die sind genau für solche Fälle da! (Das alles gilt natürlich nur, wenn du die Angreifer\*innen kennst.)

### 7. Beweise sichern!

Nicht jeder Fall von Cybermobbing landet vor Gericht. Aber sicher ist sicher und schon für Schritt 3 und 6 kann es sinnvoll sein, wenn man bei einem Gespräch schwarz auf weiß vorlegen kann, was passiert ist. Dafür solltest du einen Screenshot oder ein PDF vom Inhalt erstellen. Dies lässt sich dann später auch genauso ausdrucken. Mehr Informationen u. a. zur Beweissicherung findest du unter

➤ <https://hateaid.org/zivilrecht-trifft-digitale-gewalt>.

Wenn du auf Nummer sicher gehen willst, dann hol dir noch eine\*n Zeugen\*in dazu, dem\*der du die Sache zeigst und der\*die sich aufschreibt, wann er\*sie was wo gesehen hat. So bist du auf der sicheren Seite, auch wenn ein Inhalt später von den Angreifer\*innen gelöscht oder verändert wird.

## 8. Mobber\*innen technisch blockieren bzw. melden!

Viele Onlineattacken finden auf Plattformen wie Instagram, TikTok und YouTube, aber auch in Chats von Onlinegames statt. Dort gibt es fast immer eine Funktion wie »Beitrag melden« oder Ähnliches, mit der man den Betreiber der Plattform auffordern kann, den Beitrag zu löschen. Bei Sozialen Netzwerken und auch Messengern und Onlinegames gibt es Funktionen wie »Person blockieren«, mit der Angreifer\*innen gezielt aus deinem Kontaktkreis ausgeschlossen werden können. Wenn du die Funktionen nicht findest, schaue in der Hilfefunktion nach, frage jemanden aus deinem Bekanntenkreis oder suche das Problem in einer Suchmaschine. Hilfestellung findest du auch bei den Angeboten jugend.support und Medien kindersicher.

Wichtig: Technische Lösungen sind meist keine endgültigen Lösungen, denn man kann zwar Inhalte von Festplatten, aber nicht aus den Köpfen der Menschen löschen.

## 9. Nicht weggucken!

Auch wenn du nicht selbst von einer Cybermobbingattacke betroffen bist – Mobbing geht alle an und betrifft auch »Zuschauer\*innen«, sogenannte Bystander. Wer wegschaut und sich nicht auf die Seite der\*des Betroffenen stellt, unterstützt damit die Angreifer\*innen. Auch hier gilt wie schon bei Schritt 5: Es geht nicht darum, zurückzuschlagen, sondern »Stopp!« zu sagen. Das muss keine Heldentat sein. Schon der Kommentar »nicht cool!« zeigt den Angreifer\*innen, dass ihre Aktion genau das ist: nicht cool. Und der\*die Betroffene weiß, dass er\*sie nicht allein dasteht.

## 10. Wenn's ernst wird: professionelle Hilfe holen!

Viele Fälle von Cybermobbing lassen sich mit einem klärenden Gespräch aus der Welt schaffen – aber nicht alle. Bei schweren Fällen wie sexueller Belästigung, Bedrohung oder Erpressungen solltest du zusammen mit einem Erwachsenen beraten, ob Rechtsbeistand oder die Polizei eingeschaltet werden sollte.

Und wenn du merkst, dass eine Mobbingattacke dich auf Dauer nicht schlafen lässt, kannst du dir auch psychologische Unterstützung holen.

## Unterstützung gegen Cybermobbing: Anlaufstellen für Informationen und Beratung

- <https://bke.de>
- <https://www.cybermobbing-hilfe.de>
- <https://handysektor.de>
- <https://www.jugendnotmail.de>
- <https://www.juuuport.de/beratung>
- <https://www.jugend.support>
- <https://klicksafe.de>
- <https://nummergegenkummer.de>
- <https://polizei-beratung.de>
- <https://www.polizeifürdich.de/deine-themen/gewalt/mobbing>
- <https://www.wakeup.jetzt/edustories>

### Tabellarische Übersicht

Webseite	An wen richtet sich die Webseite?	Welche Themen gibt es noch auf der Webseite?	Welche Hilfsangebote gibt es?	Wer ist der Anbieter der Informationen?
➤ <a href="https://bke.de">https://bke.de</a>	Kinder, Jugendliche und Eltern	Erziehungsberatung für Eltern und Beratung für Kinder und Jugendliche bei Problemen im Elternhaus oder in der Schule	Chatberatung (Gruppen- und Einzelchat möglich) und Einzelberatungen	Bundeskonferenz für Erziehungsberatung e. V.; Fachverband für Erziehungs-, Familien und Jugendberatung
➤ <a href="https://www.cybermobbing-hilfe.de">https://www.cybermobbing-hilfe.de</a>	Von Jugendlichen für Kinder und Jugendliche	Cybermobbing, Unterstützung Betroffener, Präventionsarbeit	Onlineberatung zum Thema Cybermobbing	Cybermobbing-Hilfe e. V.

<a href="https://handy-sektor.de">https://handy-sektor.de</a>	Jugendliche	Sichere Nutzung von WLAN, Mobiltelefon, Notebook, Game, Konsole, Bluetooth; Informationen zu verdeckten Kosten und gesundheitlichen Risiken mit mobilen Netzen	Tipps und Tricks, umfangreiche Materialsammlung, von A–Z-Sammlung	Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)
<a href="https://www.jugendnotmail.de">https://www.jugendnotmail.de</a>	Jugendliche	Kostenlose Onlineberatung für Jugendliche zu allen Themen	Einzelchatberatung, E-Mail-Beratung, moderierte Themenchats und -foren	JugendNotmail/KJSH – Stiftung für Kinder-, Jugend- und Soziale Hilfen
<a href="https://juuuport.de">https://juuuport.de</a>	Von Jugendlichen für Jugendliche	Hilfeportal. Jugendliche helfen sich gegenseitig, wenn sie Probleme im und mit dem Web haben.	Forenberatung, E-Mail-Beratung durch Scouts	Landesmedienanstalten von Niedersachsen (NLM), Bremen (brema), Nordrhein-Westfalen (LfM), Rheinland-Pfalz, Mecklenburg-Vorpommern (mmv), Sachsen-Anhalt (MSA) und Sachsen (SLM)
<a href="https://www.jugend.support">https://www.jugend.support</a>	Kinder und Jugendliche	Probleme und Stress im Netz, u. a. Belästigung, Fake News, Sucht, Selbstgefährdung, Cybermobbing	Informationen, Tipps, Beratungsstellen zu Hilfsangeboten und Meldefunktionen	JUUUPORT e. V.
<a href="https://klicksafe.de">https://klicksafe.de</a>	Eltern, Kinder und Jugendliche	Mehr Sicherheit im Internet für Kinder und Jugendliche	Informationen darüber, wie man im Netz sicher surfen kann und Links zu sicheren Seiten (mehrsprachig)	EU-Initiative umgesetzt von den Medienanstalten in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen
<a href="https://nummer-gegenkummer.de">https://nummer-gegenkummer.de</a>	Kinder und Jugendliche	Telefonberatung für Kinder und Jugendliche mit Problemen	Telefonberatung, E-Mail-Beratung, Jugendliche beraten Jugendliche	Nummer gegen Kummer e. V.

➤ <a href="https://polizei-beratung.de">https://polizei-beratung.de</a>	Eltern und Jugendliche	Kriminalprävention	Umfangreiche Informationen zum Thema	Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes
➤ <a href="https://www.polizeifürdich.de/deine-themen/gewalt/mobbing">https://www.polizeifürdich.de/deine-themen/gewalt/mobbing</a>	Jugendliche	Aufklärung zu Gewalt, verletzenden Worten, Drogen, Betrügereien, Sachbeschädigung etc.	Aufklärung und Anlaufstellen für weiterführende Hilfsangebote	Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes
➤ <a href="https://www.wakeup.jetzt">https://www.wakeup.jetzt</a>	Jugendliche, Eltern und Lehrer*innen	Cybermobbing, respektvoller Umgang im Netz	Tipps, Webserie, eduStories zum Thema	Telefonica Germany GmbH & Co. OHG

**Unterstützung gegen Cybermobbing:  
Anlaufstellen für Informationen und Beratung**

Schaut euch eine der Webseiten an, die im Internet Unterstützung gegen Cybermobbing anbieten. Beantwortet dabei folgende Fragen.

A. An wen richtet sich die Website? Für wen ist sie gemacht?

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

B. Um welche Themen geht es hier?

*Tipp: »Cybermobbing« ist als Antwort zu ungenau.*

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

C. Welche Hilfeangebote gibt es?

*Tipp: Man kann z. B. unterscheiden in Informationen, Telefonberatung, Onlineberatung, Tipps und Tricks, rechtliche Hinweise, Unterstützung durch andere Jugendliche etc.*

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

D. In welchen Situationen kann die Plattform nützlich sein?

*Tipp: Beschreibe kurz ein Beispiel.*

.....

.....

.....

.....

E. Wer steckt hinter der Plattform? Wer ist der Anbieter der Informationen?

*Tipp 1: Häufig gibt es eine Seite »Über uns« oder Ähnliches. Außerdem finden sich auch im Impressum Informationen über den Anbieter.*

*Tipp 2: Nicht immer kommen die Informationen auf einer Website von den Anbietern der Website selbst. Manchmal stellen diese nur die Plattform, und die Inhalte kommen von den Nutzer\*innen.*

.....

.....

.....

.....

F. Formuliere ein Beispielanliegen an eine Beratungsstelle

*Tipp: Je mehr bzw. präziser du schreibst, desto besser kann dir geholfen werden.*

.....

.....

.....

.....

## Für ein respektvolles Miteinander: Regeln für den Gruppen-bzw. Klassenchat

- A Respektvoller Umgang miteinander
- B Jemanden bedrohen oder erpressen
- C Fotos, Videos und Tonaufnahmen erstellen und veröffentlichen
- D Vertrauliche Informationen an andere weitergeben
- E Jemanden beleidigen oder beschimpfen
- F Jemanden bloßstellen und blamieren
- G Jemanden ausgrenzen und ausschließen
- H Gerüchte, Lügen und Gemeinheiten über jemanden verbreiten
- I Gewalt
- J Pornografie
- K Mithelfen oder wegschauen, wenn andere Opfer von Cybermobbing werden

Gruppe A

Eure Gruppe soll das Thema »Respektvoller Umgang miteinander« bearbeiten.

Überlegt euch, was für euch zu diesem Thema dazu gehört, wenn es um den Umgang miteinander in digitalen Medien geht. Vervollständigt den folgenden Satz, sodass man ihn als Regel für alle Schüler\*innen der Klasse festlegen kann.

*In unserer Klasse verpflichten wir uns, ...*

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....





















## Suchen im Netz – Situationen und Zwecke (Lehrer\*innenblatt)

### Gruppe 1

#### Szenario

Marie hat vor Kurzem auf der Internetseite einer Jugendzeitschrift einen spannenden Bericht über das Leben einer deutschen Abiturientin gelesen, die einen Freiwilligendienst in Panama absolviert hat. Gern würde sie noch einmal lesen, was die Abiturientin (Sophia war wohl ihr Name) über das Land und v. a. über die Arbeit zur Bekämpfung von Mangelernährung berichtet. Sie macht sich auf die Suche nach der Seite.

#### Aufgabe

Versuche, die korrekte Seite mit dem Bericht zu finden! Nutze dazu eine Suchmaschine deiner Wahl. Beschreibe kurz die Schritte deiner Suche (inkl. möglicher Vorüberlegungen). Solltest du mehrere Suchanläufe benötigen, beschreibe auch sie und gib an, an welcher Stelle die jeweilige Suche ins Leere gelaufen ist.

#### Lösung

Das beschriebene Szenario beschreibt den folgenden Artikel:

<https://www.spiesser.de/artikel/von-karibik-straenden-und-kinderbaeuchen-mein-fsj-in-panama>

① Bitte prüfen Sie im Vorfeld, ob der Artikel noch verfügbar ist. Sollte er es nicht sein, so lässt sich diese Übung auch mit einem beliebigen anderen Artikel durchführen. Bitte passen Sie hierfür das Szenario an.

#### Hintergrund

Bei dieser Suchform handelt es sich um eine Form der sogenannten navigationsorientierten Suche. Dabei gehen Nutzer\*innen von der Existenz einer Seite (oder Unterseite mit bestimmtem Inhalt) aus und kennen sie bereits in rudimentärer Form.

## Gruppe 2

### Szenario

Sophia und Marko möchten sich gern über Aktivitäten für Jugendliche in ihrer Stadt informieren. Dabei interessiert sie besonders, welche Sportvereine es gibt und welche Sportarten sie anbieten.

### Aufgabe

Führe die Suchanfrage für deine Stadt durch. Schau dabei v. a. nach Seiten, die z. B. alle Informationen sammeln oder auf entsprechende Seiten verlinken. Nutze dafür eine Suchmaschine deiner Wahl. Beschreibe kurz die Schritte deiner Suche (inkl. möglicher Vorüberlegungen). Solltest du mehrere Suchanläufe benötigen, beschreibe auch sie und nenne, an welcher Stelle die jeweilige Suche ins Leere gelaufen ist.

### Lösung Gruppe 2

Das Suchergebnis des beschriebenen Szenarios kann z. B. auf den Stadtsportbund oder die Informationsseite der Stadt verweisen. Bitte prüfen Sie im Vorfeld mögliche Ergebnisse.

### Hintergrund

Bei dieser Suchform handelt es sich um die informationsorientierte Suche. Genutzt wird zumeist eine Vielzahl von Ergebnissen, die zunächst gesichtet und folgend unter Nutzungsaspekten bewertet werden. Nach Erhalt der gewünschten Informationen ist die Suchanfrage beendet.

## Gruppe 3

### Szenario

Mehdi will im Internet nach einem neuen Rad suchen, das er zusammen mit seinen Eltern bestellen will. Dafür sucht er nach speziellen Onlineshops.

### Aufgabe

Führe die Suchanfrage durch. Schau dabei v. a. nach Seiten, die sich auf Räder spezialisiert haben. Nutze dafür zwei unterschiedliche Suchmaschinen deiner Wahl.

Liste die jeweils ersten zehn Ergebnisse auf. Welche Unterschiede zwischen den Suchmaschinen und den Ergebnissen innerhalb einer Suchmaschine gibt es?

### Lösung Gruppe 3

Bitte führen Sie die Suchanfrage im Vorfeld durch und informieren Sie sich über die wichtigsten Onlineshops für Räder (z. B. [www.fahrrad.de](http://www.fahrrad.de) oder die Shops einzelner Hersteller).

Unterschiede zwischen den Suchmaschinen: Die Ergebnisliste enthält möglicherweise unterschiedliche Einträge und/oder andere Reihenfolgen. Zurückführbar ist das auf unterschiedliche Indizierungen mittels des jeweiligen Suchmaschinenindex.

Unterschiede zwischen den Ergebnissen einer Suchmaschine:

- ⇨ Shops mit mehreren Fabrikaten
- ⇨ Shops einzelner Hersteller
- ⇨ erste Ergebnisse als Werbung angezeigt

### Hintergrund

Bei dieser Suchform handelt es sich um die transaktionsorientierte Suche. Gesucht wird eine Internetseite, die eine bestimmte Funktion anbietet oder erfüllt (z. B. Onlineshops, Onlinebanking, Chats, Foren).



## Suchen im Netz – Situationen und Zwecke | Gruppe 2

### Szenario

Sophia und Marko möchten sich gern über mögliche Aktivitäten für Jugendliche in ihrer Stadt informieren. Dabei interessiert sie besonders, welche Sportvereine es gibt und welche Sportarten sie anbieten.

### Aufgabe

Führe die Suchanfrage für deine Stadt durch. Schau dabei v. a. nach Seiten, die z. B. alle Informationen sammeln oder auf entsprechende Seiten verlinken. Nutze dafür eine Suchmaschine deiner Wahl. Beschreibe die Schritte deiner Suche (inkl. möglicher Vorüberlegungen) kurz. Solltest du mehrere Suchanläufe benötigen, beschreibe auch sie und nenne, an welcher Stelle die jeweilige Suche ins Leere gelaufen ist.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Suchen im Netz – Situationen und Zwecke | Gruppe 3

### Szenario

Mehdi will im Internet nach einem neuen Rad suchen, das er zusammen mit seinen Eltern bestellen will. Dafür sucht er nach speziellen Onlineshops.

### Aufgabe

Führe die Suchanfrage durch. Schaue dabei v. a. nach Seiten, die sich auf Räder spezialisiert haben. Nutze dafür zwei unterschiedliche Suchmaschinen deiner Wahl.

Liste die jeweils ersten zehn Ergebnisse auf. Welche Unterschiede zwischen den Suchmaschinen und den Ergebnissen innerhalb einer Suchmaschine gibt es?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Arten und Eigenschaften von Suchmaschinen

### Indexbasierte Suchmaschinen

Grundlage indexbasierter Suchmaschinen ist das Einlesen (mittels Web Crawlern = Analyseprogrammen) und die Analyse von Internetdokumenten. So entsteht ein Suchindex, auf den bei jeder Suchanfrage zurückgegriffen wird. Analysiert und gesucht wird eine Vielzahl von Dateitypen – z. B. auch PDF-, Bild- oder Videodateien. Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt durch eine Relevanzbestimmung auf der Grundlage vorher definierter Kriterien (u. a. Häufigkeit des Vorkommens des gesuchten Begriffes auf der Website, Anzahl der übereinstimmenden Wörter (bei Mehrwortsuchen), Position des Vorkommens im Dokument, URL, Domainname, Titel eines Dokuments, Überschriften innerhalb eines Dokuments, Grad der Verlinkung). Oftmals finden sich von der Relevanzuntersuchung unabhängige Werbeangebote auf den ersten Plätzen. Sie sind in der Regel eindeutig als Werbung gekennzeichnet und setzen sich durch eine gesonderte Darstellung (z. B. durch eine andere Farbe) von den sonstigen Suchergebnissen ab. Beispiele für indexbasierte Suchmaschinen sind Google, Bing, Yahoo oder Ask.

### Metasuchmaschinen

Metasuchmaschinen nutzen die verschiedenen Datenbestände anderer indexbasierter Suchmaschinen, ohne dabei einen eigenen Index zu erstellen. Die Datenbestände werden analysiert und gewichtet. Anhand einer Relevanzuntersuchung wird so eine Ergebnisliste erstellt, die die Ergebnisse mehrerer Indexe vereint. Ein Beispiel für eine Metasuchmaschine im deutschsprachigen Raum ist [www.metager.de](http://www.metager.de).

### Katalogbasierte Suchmaschinen

Katalogbasierte Suchmaschinen arbeiten mit einem Kriterienkatalog, auf dessen Grundlage einzelne Webseiten durch Menschen analysiert werden. Bei katalogbasierten Suchmaschinen geht man zumeist von einer spezifischen, eingeschränkten Benutzer\*innengruppe aus, für deren Bedürfnisse passende Kriterien zusammengestellt und in einem Folgeschritt passende Angebote in den Katalog aufgenommen werden. Bekannte Beispiele sind v. a. Kindersuchmaschinen wie [www.fragfinn.de](http://www.fragfinn.de).

## Weitere Formen von Suchmaschinen

### Vertikale Suchmaschinen

⇨ Die Suche erfolgt nach Themengebieten eingeschränkt, z. B.

- a) Personensuchmaschinen
- b) Musiksuchmaschinen
- c) Suchmaschine, die nur Inhalte mit Creative-Commons-Lizenzen sucht

⇨ Suchtechnik kann sowohl katalogbasiert als auch in Form einer Metasuche erfolgen (in Abhängigkeit vom einzelnen Angebot)

### Suchmaschinen in beschränkten Suchräumen

⇨ Suche beschränkt sich auf einen zuvor definierten, festgelegten Raum, z. B.

- a) Intranetsuchmaschinen (innerhalb eines Servers – zumeist systemimmanent)
- b) Desktopsuchmaschinen (innerhalb eines einzelnen Computers – zumeist systemimmanent)
- c) domainbezogene Suchmaschinen

## Suchrallye (Lehrer\*innenblatt)

Die Schüler\*innen erhalten jeweils einen Begriff zur Suche und sollen die ersten bzw. wichtigsten Ergebnisse der Suchanfrage kurz festhalten und inhaltlich untersuchen. Aspekte bei der Untersuchung:

- ⇨ Ergebnis, das gemeint war? (Relevanz des Ergebnisses)
- ⇨ Art des jeweiligen Ergebnisses (z. B. Verkaufsshop, Informationsseite, Videoportal)
- ⇨ Ist die Art der jeweiligen Internetseite sinnvoll für mein jeweiliges Informationsbedürfnis?
- ⇨ Genauigkeit des Ergebnisses

Weitere Aspekte kommen je nach vorgegebener Suchanfrage hinzu.

### Suchanfragen

1) Gesucht wird ein Hausarzt in der jeweiligen Stadt, der möglichst nahe an der Schule ist:

- a) Zuerst wird lediglich »Hausarzt« und die jeweilige Stadt gesucht.
- b) In einem zweiten Schritt werden die Begriffe »Hausarzt«, die jeweilige Stadt und die Straße der Schule gesucht.

⇨ Wie haben sich die Ergebnisse (Genauigkeit) verändert?

2) Gesucht werden Information zu bestimmten Eigenschaften (in diesem Falle Beschwerden):

- a) Gesucht wird mit der Angabe: »Mein Rücken tut weh«
- b) Gesucht wird mit der Angabe »Rückenschmerzen«
- c) Gesucht wird mit der Angabe »Rückenschmerzen Heilung«

⇨ Wie haben sich die Suchergebnisse geändert?

3) Gesucht wird nach einem Medienbeitrag zu Rückenschmerzen (Video, Slideshow etc.)

- a) Gesucht wird mit der Angabe: »Rückenschmerzen«
- b) Gesucht wird mit den Angaben: »Rückenschmerzen« und »Medien«
- c) Gesucht wird mit den Angaben: »Rückenschmerzen« und »Video«

4) Gesucht wird die Lösung einer Mathematikaufgabe ( $182 \cdot 76$ ) im Netz:

- a) Angabe: »Rechner«
- b) Angaben: »Rechner« und »Mathematik«
- c) Angabe: » $182 \cdot 76$ «

Die vorgeschlagenen Beispiele können beliebig ausgetauscht werden, z. B. gegen Themen, die gerade in der aktuellen Diskussion in der Klasse oder der Schule sind. Hierbei können z. B. auch direkt Internetangebote (z. B. Seiten oder Artikel gesucht werden).

Bitte prüfen Sie im Vorfeld die Beispiele.

### Einige Aspekte zur Suchgenauigkeit

- Groß- und Kleinschreibung hat keine Bedeutung für das Suchergebnis.
- Bestimmte oder unbestimmte Artikel werden von Suchmaschinen zumeist ignoriert (mit Ausnahmen, z. B. bei der Suche von Eigennamen).
- Sonderzeichen werden in der Regel zumeist ignoriert (mit Ausnahme, z. B. von Eigennamen).
- Bindeworte (z. B. »und«) können weggelassen werden.
- Je eindeutiger die gewählten Suchbegriffe sind, desto eindeutiger die Ergebnisse:
  - z. B. keine ausformulierten Fragen verwenden
  - z. B. Verwendung von Schlüsselwörtern
- So genaue Eingrenzung des Suchbegriffes wie möglich vornehmen (z. B. bekannte Unterkategorisierungen verwenden).
- Phrasensuche: Suche nach genauen Wortgruppen mit Anführungszeichen (»...«).
- In einem zweiten Schritt können weitere Eingrenzungen (z. B. nach Medienart oder Datentyp) vorgenommen werden.
- Es können auch gezielt Webseiten mit einer Suchmaschine durchsucht werden (z. B. mit Google: `site:fsm.de Suchbegriff`).

### Diskussionsanlässe

- Warum kommen unterschiedliche Ergebnisse zustande?
- Sind die Ergebnisse der einzelnen Suchmaschinen »objektiv« oder »repräsentativ«?

**Suchrallye**

Nr.	Verwendete Suchmaschine	Verwendeter Begriff	Ergebnisanzahl	Ergebnisreihenfolge	Relevanz der Ergebnisse	Genutzte Links
1a)						
1b)						
2a)						
2b)						
2c)						

3a)						
3b)						
3c)						
4a)						
4b)						
4c)						

## Glaubwürdigkeit von Suchergebnissen

### Wo bist du auf die Information gestoßen?

Wo wurde die Nachricht bzw. der Beitrag veröffentlicht?

In welchem Zusammenhang wurde die Nachricht bzw. der Beitrag veröffentlicht?

### Wie ist die Information dargestellt?

Ist die Darstellung sachlich?

Ist die Darstellung schrill?

Entspricht die Darstellung dem Anlass?

### Wer ist für die Nachricht verantwortlich? Ist die Quelle glaubwürdig?

Wird ein\*e Autor\*in genannt?

Kennst du die\*den Autor\*in?

Wo schreibt bzw. veröffentlicht die\*der Autor\*in sonst?

Wie professionell ist die\*der Verfasser\*in?

Kennst du die Plattform, auf der die Informationen bzw. der Beitrag veröffentlicht wurden?

Werden die Informationen belegt?

Gibt es Namen, Zahlen, Daten etc. und werden sie durch entsprechende Quellen und Zitate verifiziert?

Gibt es ein Veröffentlichungsdatum zur Nachricht?

Ist die Information aktuell?

Hat die Webseite ein Impressum? Was geht aus dem Impressum hervor?

Wer ist verantwortlich?

### Wie berichten andere Quellen über das Thema?

Findest du andere Webseiten oder Nachrichtenportale, die die gleiche Nachricht bzw. Information bringen? Gibt es andere Quellen, die ähnlich berichten?

Berufen sich die Quellen auf die gleichen Hintergrundinformationen?

Sind es seriöse Quellen, die darüber berichten?

## Glaubwürdigkeit von Wikipedia-Artikeln

### Beispiele Wikipedia-Artikel

#### Absurdes und Zweifelhafes

Die folgenden Beispiele sind allesamt gut für die Diskussion um den Wahrheitsgehalt von Wikipedia-Artikeln geeignet.

➤ [https://de.wikipedia.org/wiki/Fliegendes\\_Spaghettimonster](https://de.wikipedia.org/wiki/Fliegendes_Spaghettimonster)

➤ <https://de.wikipedia.org/wiki/Absurdistan>

➤ <https://de.wikipedia.org/wiki/Pommesgabel>

➤ [https://de.wikipedia.org/wiki/Jakob\\_M.\\_Mierscheid](https://de.wikipedia.org/wiki/Jakob_M._Mierscheid)

➤ <https://de.wikipedia.org/wiki/Donaldismus>

Sie beschreiben allesamt »Kuriositäten«, die bemüht objektiv dargestellt werden. Im Unterrichtsgespräch kann auf die folgenden Aspekte eingegangen werden:

→ Klingt der Artikel glaubhaft?

→ Gibt es das Phänomen bzw. die Person wirklich?

→ Glaubt ihr, das Ereignis bzw. die Person wird realitätsgetreu dargestellt?

#### Kontroverses

Die folgenden Beispiele lösen innerhalb der Wikipedia-Community Diskussion und Meinungsverschiedenheiten aus und sind somit durchaus umstritten.

➤ [https://de.wikipedia.org/wiki/Air-France-Flug\\_447](https://de.wikipedia.org/wiki/Air-France-Flug_447)

➤ [https://de.wikipedia.org/wiki/Amoklauf\\_von\\_Winnenden](https://de.wikipedia.org/wiki/Amoklauf_von_Winnenden)

➤ <https://de.wikipedia.org/wiki/Pallywood>

➤ <https://de.wikipedia.org/wiki/Misandrie>

Im Unterrichtsgespräch kann auf die folgenden Aspekte eingegangen werden:

→ Welche kritischen Punkte werden in der Diskussion geäußert?

→ Sind sie nachvollziehbar?

→ Bietet Wikipedia eine Angriffsmöglichkeit für Verschwörungsideologien oder extremes Gedankengut?

→ Wie gut scheint die Kontrollfunktion zu funktionieren?

## Mögliche Aspekte der Glaubwürdigkeit von Wikipedia-Artikeln

Sprache:

- sachlich
- neutral
- grammatikalisch und orthografisch korrekt  
(ganze Sätze, keine Rechtschreibfehler etc.)

Inhaltlich:

- klarer struktureller Aufbau
- Aufzeigen von Argumenten und Gegenargumenten
- Quellen korrekt aufgezeigt
- beschreibender Charakter des Artikels
- Ist der Artikel widersprüchlich?
- Wirken die Informationen realistisch?
- Möglicher Vergleich hierbei: bereits erworbenes Wissen
- Sind weitere Quellenverweise oder Links vorhanden,  
die zur weiteren Information anregen?
- Wie stark ist die Diskussion zum Artikel auf der Diskussionsseite

Weitere Hinweise zum Thema finden sich in einem Themenschwerpunkt bei klicksafe.de: <https://www.klicksafe.de/materialien/wikipedia-gemeinsam-wissen-gestalten>

## Unterhaltungsangebote

### Beispiele für die Argumentesammlung

#### Games

+	-
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Games gehören zum Alltag: Sie machen Spaß, vertreiben Langeweile.</li> <li>→ Im Spiel wird mit Freund*innen bzw. Gleichgesinnten gespielt.</li> <li>→ Erfolgserlebnisse sind motivierend.</li> <li>→ Flow-Erlebnis</li> <li>→ Spieler*in fühlt sich aktiv und einflussreich.</li> <li>→ In Games können u. a. verschiedene Rollen bzw. Situationen ausprobiert/verhandelt werden.</li> <li>→ Es können Fantasien ausgelebt werden (Welt retten etc.).</li> <li>→ Games fördern verschiedenste Kompetenzen, z. B. logisches Denken, Problemlösungsfähigkeit, Reaktionsfähigkeit, Teamwork, Empathie, Kooperation, Programmierung, Frustrationstoleranz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Altersfreigabe</li> <li>→ Gewaltdarstellung (z. B. Gewalt als geeigneter Weg zur Konfliktlösung)</li> <li>→ Cybermobbing (im Spielechat)</li> <li>→ Kosten (monatliche Gebühr, kostenpflichtige Premiumaccounts, In-App-Käufe, Werbung)</li> <li>→ Spielen wird zur einzigen und dauernden Freizeitbeschäftigung (Sucht).</li> <li>→ Umgang mit unbekanntem Personen im Spielechat bei Onlinegames</li> </ul>

## Serie bzw. Binge Watching

+	-
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Serien sind spannend.</li> <li>⇨ Serienfiguren bieten Rollenmodelle.</li> <li>⇨ Nächstes Video startet automatisch, es kann einfach immer weiter konsumiert werden.</li> <li>⇨ Serien gibt es zu jedem Thema.</li> <li>⇨ Gemeinschaftsgefühl beim Binge Watching mit Freund*innen</li> <li>⇨ Anschlusskommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Seriencharakter/Verfügbarkeit einer gesamten Staffel macht es schwer möglich, aufzuhören.</li> <li>⇨ Zeitfresser</li> <li>⇨ Serienwelten bieten Ablenkung bzw. Fluchtmöglichkeiten vor dem realen Leben.</li> <li>⇨ »Seriensucht« wird gefördert, weil immer neue Empfehlungen für die nächsten Serien vorgeschlagen werden.</li> </ul>

## Quiz: Medienbegriffe

**Wieviel Stunden nutzen Jugendliche in Deutschland täglich Medien?**

- über vier Stunden
- über sechs Stunden
- über acht Stunden

**Was bedeutet Second Screen?**

- parallele Nutzung von zwei Mediengeräten (Smartphone, TV-Gerät etc.)
- parallel geöffnete Tabs im Browser
- Bild-im-Bild-Funktion

**Was ist Augmented Reality (AR)?**

- computergestützte erweiterte Realität
- verkleinerte Abbildung der Realität
- ausgepixelte Abbildung der Realität

**Was ist News Snacking?**

- Überfliegen von News-Überschrift und Text
- Lesen während des Essens
- neues Serienformat

**Was bedeutet Gamification?**

- Erledigung von Aufgaben mit spielerischen Elementen
- Spielenachmittag
- virtuelle Spielfiguren

**Was sind virtual Influencer\*innen?**

- computergenerierte Figuren als Ersatz für menschliche Influencer\*innen
- reale Influencer\*innen im Internet
- Technik-Influencer\*innen

**Was bedeutet die Abkürzung KI?**

- Künstliche Intelligenz
- kostenloses Internet
- kritische Influencer\*innen

Alle Materialien der Unterrichtsreihe »Medien in die Schule« sowie zahlreiche Zusatzinformationen sind online verfügbar unter [www.medien-in-die-schule.de](http://www.medien-in-die-schule.de).



Ein Projekt von

**FSM** Freiwillige Selbstkontrolle  
Multimedia-Diensteanbieter

