

# Leitfaden zur Nutzung der Lern-App Streitkultur 3.0 für Lehrkräfte und Pädagog\*innen

Gefördert vom



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie *leben!*



## **Inhaltsverzeichnis**

<b>03</b>	<b>Über diesen Leitfaden</b>
<b>04</b>	<b>Zum Projekt Streitkultur 3.0</b>
<b>06</b>	<b>Einsatzmöglichkeiten</b>
<b>06</b>	<b>Technische Hinweise</b>
<b>07</b>	<b>Allgemeine Hinweise zur Lern-App</b>
<b>08</b>	<b>Dialoglabore</b>
<b>09</b>	<b>Dialoglabor 1: Fake oder Fakt</b>
<b>29</b>	<b>Dialoglabor 2: Hass und Hetze</b>
<b>54</b>	<b>Dialoglabor 3: Bots und Algorithmen</b>
<b>77</b>	<b>Dialoglabor 4: Verantwortung im Netz</b>
<b>99</b>	<b>Dialoglabor 5: Engagement im Netz</b>
<b>110</b>	<b>Erstellung eines Dialoglabors im Stundenplan</b>
<b>114</b>	<b>Literatur</b>

# Über diesen Leitfaden

Der Leitfaden beschreibt die Inhalte, Funktionen sowie Einsatzmöglichkeiten der Lern-App Streitkultur 3.0. Mithilfe der Lern-App können fünf thematisch unterschiedliche Workshops, sogenannte Dialoglabore, durchgeführt werden, in denen sich Jugendliche mit demokratiefeindlichen Phänomenen wie Desinformation, Hate Speech oder dem Einsatz von Algorithmen auseinandersetzen. Der Leitfaden zielt darauf ab, dass Multiplikator\*innen, Lehrkräfte und Pädagog\*innen die Dialoglabore sowohl im formalen als auch im nicht-formalen Bildungskontext eigenständig durchführen können.

Im Leitfaden wird deshalb die Lern-App, die Besonderheiten beim Einsatz des Smartphones als Lernmedium sowie die einzelnen Dialoglabore genau beschrieben.

Die Lern-App und die dazugehörige Dialoglaborreihe wurde im Modellprojekt “Streitkultur 3.0: Lernräume und -medien für junge Menschen zur Auseinandersetzung mit Hass und Gewalt im Netz” von der [Berghof Foundation](#) entwickelt. Das Projekt wurde im Zeitraum von August 2017 bis Dezember 2019 im Rahmen von [Demokratie leben!](#) aus Mitteln des [Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend](#) und der [Bundeszentrale für politische Bildung](#) gefördert.

# Zum Projekt Streitkultur 3.0

Globalisierung und Digitalisierung lassen aktuelle (weltpolitische) Ereignisse wie Gewalt, Unterdrückung, Terrorismus oder Krieg näher rücken. Die immer schneller eingehenden Informationen können gerade bei Jugendlichen zunehmend Unsicherheiten und Ängste verursachen. Durch die wachsende Verbreitung von Desinformation, sogenannten „Fake News“ und Hassreden entstehen neue Herausforderungen für Jugendliche, aber auch für Multiplikator\*innen sowie Lehrkräfte. Die Orientierungssuche im Internet und in den sozialen Medien ist dabei problematisch. Dort stehen häufig ungeprüft Aussagen gegen Aussagen, was zu einer zusätzlichen Verwirrung der Jugendlichen führt. Zeitgleich entstehen bereits in der Wahl der konsumierten Medien Filterblasen, die durch Algorithmen in den sozialen Medien weiter verstärkt werden. Kontroverse Inhalte werden durch die Algorithmen der sozialen Medien nicht zugelassen, es entstehen sogenannte Echokammern. Filterblasen erzeugen Erwartungssicherheit und verhindern kontroverse Diskussionen bzw. den Dialog mit Andersdenkenden. Die Möglichkeit, miteinander in Kontakt und Dialog zu treten, verringert sich. Beides ist entscheidend für die Ausbildung demokratischer Werte und einer Multiperspektivität.

Das Projekt „Streitkultur 3.0“ setzt genau an diesen problematischen Entwicklungen an. In einem dialogorientierten, partizipativen Prozess war die Zielgruppe selbst in Form eines Jugendrats an der Erstellung von Lernmedien beteiligt. Ergebnis des Projekts war die Entwicklung von fünf Dialoglaboren zu folgenden Themen:



## **FAKE ODER FAKT**

Was sind „Fake News“ und wie kann ich sie erkennen? Warum sind „Fake News“ gefährlich?



## **HASS UND HETZE**

Wie reagiere ich auf Hass und Hetze im Netz? Welche Auswirkungen hat Hass im Netz auf unser demokratisches Zusammenleben?



## **BOTS UND ALGORITHMEN**

Wie beeinflussen Social Bots politische Prozesse? Wie wirken Algorithmen auf Meinungsbildung?



## **VERANTWORTUNG IM NETZ**

Wie kann ich meine Daten im Netz schützen und ist Privatsphäre im Netz überhaupt möglich? Welche Konsequenzen kann das Sammeln von Datenmengen für das Zusammenleben von Gesellschaften haben?



## **ENGAGEMENT IM NETZ**

Was bedeutet Engagement im Internet und wie kann ich selbst aktiv werden?

Dialoglabore sind ein besonderes Workshop-Format, in denen es vor allem darum geht, miteinander in Austausch zu kommen, über eigene Erfahrungen zu berichten und den eigenen Standpunkt zu finden. Dialoglabore haben hier einen Werkstattcharakter. Durch den modularen Aufbau kann darüber hinaus jedes Dialoglabor individuell an das Setting angepasst werden. So können beispielweise nur bestimmte Module ausgewählt werden und damit die Dauer des einzelnen Dialoglabors angepasst werden. Sind vielleicht im Vorfeld schon Inhalte einzelner Module im Unterricht behandelt worden, können die für die Gruppe relevanten Module ausgewählt werden.

Eine weitere Besonderheit ist der Einsatz des Smartphones im Unterricht bzw. in Workshop-Formaten. Durch die Dialoglabore führt die Lern-App Streitkultur 3.0 und bietet Jugendlichen Lernräume, sich kritisch mit demokratiefeindlichen Netzphänomenen zu beschäftigen und sie dafür zu sensibilisieren. Sie können sich über ihre Erfahrungen mit Diskriminierung, Desinformation und digitaler Gewalt austauschen.

Mithilfe der Lern-App erarbeiten sich die Jugendlichen in abwechselnden Online- und Offline-Phasen Wissen und themenspezifische Handlungsoptionen. Dabei regen digitale Impulse in Form unterschiedlicher Lernmodule zu Gruppenarbeiten, Einzel- und Partner\*innenarbeiten oder zu Diskussionen im Plenum an. Dadurch werden ihre friedenspädagogischen Medien- und Digitalkompetenzen gestärkt. Dies befähigt sie zu einer kritischen Mediennutzung und ermöglicht es ihnen, sich für demokratische Werte im Netz einzusetzen. Darüber hinaus ermutigt das Projekt Streitkultur 3.0 Jugendliche, die digitale Welt als positiven Gestaltungsraum wahrzunehmen, das Netz und digitale Tools für ihr Engagement zu nutzen und ihre eigene Rolle dort zu definieren.

# Einsatzmöglichkeiten

Die Lern-App kann sowohl im formalen, als auch nicht-formalen Bildungskontext eingesetzt werden. Zielgruppe sind die Klassenstufen 9-12 und Jugendliche im Alter von 14-20 Jahren (aus unterschiedlichen Bildungskontexten). Aufgrund des modularen Aufbaus der Lern-App ist sie für den Einsatz im Unterricht besonders geeignet. Je nach Vorwissen der Teilnehmenden können unterschiedliche thematische Schwerpunkte gesetzt werden. Ebenso kann die Dauer der Lerneinheiten individuell angepasst werden.

Die thematische Ausrichtung von „Streitkultur 3.0“ weist Bezüge zu aktuellen Bildungsplänen, wie zum Beispiel in Baden-Württemberg auf und knüpft an Initiativen wie „Demokratisch gestalten. Eine Initiative für Schulen in Niedersachsen“ an.

Die vielfältige Stärkung des Engagements für Demokratie durch Jugendliche spielt für viele Schulen eine zentrale Rolle.

Das Modellprojekt „Streitkultur 3.0“ knüpft genau an dieser Schnittstelle an und zielt auf die Sensibilisierung gegenüber Netzphänomenen im digitalen Zeitalter ab. Die Dialoglabore bieten Teilnehmenden einen Raum, Wissens- und Handlungskompetenz zu stärken.

## Technische Hinweise

Für die Durchführung der Dialoglabore müssen sich die Teilnehmenden die Lern-App „Streitkultur 3.0“ vorab auf ihrem Smartphone installieren. Die Lern-App ist für Smartphones mit den Betriebssystemen Android (ab Version 4.4 oder höher) sowie iOS/Apple (ab Version 11 oder höher) kostenlos verfügbar und kann unter „Digitale Streitkultur“ im Google Play Store oder im Apple App Store heruntergeladen werden. Die Lern-App ist nicht für den Einsatz auf Tablets kompatibel.

Die Nutzung von eigenen Smartphones begründet sich auf dem Modell „Bring Your Own Device“ (BYOD), also das Arbeiten an privaten mobilen Endgeräten in Bildungseinrichtungen.

Gerade im schulischen Bereich wird mit unterschiedlichen Ansätzen gearbeitet. An manchen Schulen herrscht ein striktes Verbot gegenüber der Nutzung von digitalen Endgeräten. In anderen schulischen Einrichtungen wiederum werden Smartphones oder Tablets schon regelmäßig eingesetzt.

Während in anderen europäischen Ländern die Debatte um die Einführung von BYOD vor ca. 10 Jahren stattgefunden hat, ist die Debatte in Deutschland aktuell.

Für einen bestmöglichen Einsatz der Lern-App auf den privaten Smartphones der Jugendlichen ist es notwendig, dass folgenden Rahmenbedingungen und technischen Voraussetzungen erfüllt sind:

- ≡ Stabile Internetverbindung (WLAN)
- ≡ Kopfhörer für die Audiowiedergabe in der Lern-App

# Allgemeine Hinweise zur Lern-App



Im Bereich “Für Gruppen” werden die von den Pädagog\*innen individuell erstellten Dialoglabore hinterlegt. Gruppenleitende können sich hier einloggen, um ihre Dialoglabore zu starten. Teilnehmende melden sich ebenfalls hier an.

Unter “Aktuelle Konflikte” befinden sich Informationen zu einzelnen Konflikten weltweit.

Der Bereich “Mein Engagement” gibt Tipps und Hinweise zu Organisationen, die sich gegen demokratiefeindliche Phänomene im Netz engagieren und sich für demokratische Werte und ein gutes Zusammenleben im Netz einsetzen.

Unter “Streitkultur Tipps” befinden sich Tipps und Hinweise, wie man sich für ein demokratisches Zusammenleben einsetzen kann.

# Dialoglabore

Die Lern-App kann sowohl im offenen Modus als auch im Gruppenmodus genutzt werden. Im offenen Modus befinden sich alle Lernmodule der jeweiligen Dialoglabore. Sie sind als eine Vorlage angelegt, an der sich Pädagog\*innen orientieren können, aber keinesfalls orientieren müssen. Sollte die WLAN-Verbindung in Bildungseinrichtungen nur in schwacher Form zur Verfügung stehen oder technische Probleme im Gruppenmodus auftauchen, können Dialoglabore auch im offenen Modus durchgeführt werden. Hier werden jedoch die Daten der Teilnehmenden, wie beispielsweise des Meinungsspiegels oder des Rankings, nicht an den\*die Gruppenleitende\*n übermittelt. Ebenfalls müssen Teilnehmende nicht auf die Freigabe von einzelnen Lernmodulen warten, sondern können sich selbstständig weiterbewegen.

Im Gruppenmodus können Pädagog\*innen einzelne Module individuell zu einem thematischen Dialoglabor zusammenstellen (siehe "Erstellung eines Dialoglabors im Stundenplan", S. 110). Dabei können sie aus einer Anzahl an Modulen wählen und so ein Dialoglabor nach eigenen Wünschen anpassen.

In den einzelnen Dialoglaboren erhalten die Teilnehmenden pro Modul einen digitalen Impuls über die Lern-App und bearbeiten diese entweder in Einzel- oder in Partner\*innenarbeiten, in Kleingruppen oder diskutieren gemeinsam im Plenum. Die Themen sind dabei mithilfe folgender Lern-Module aufbereitet:

- ≡ **Meinungsspiegel:** Die Teilnehmenden betrachten thematische Beispiele und geben ihre individuelle Einschätzung dazu ab. Nachdem die Ergebnisse in der Gruppe angezeigt werden, können sie in der Gruppe diskutiert werden.
- ≡ **Galerie:** In einer Galerie erhalten Teilnehmende Impulse in Form von Bild- oder Textmaterial und entsprechende Arbeitsaufträge. Die Inhalte befinden sich gebündelt in Galerien, welche die Teilnehmenden direkt durchlesen bzw. anschauen können.
- ≡ **Ranking:** Die Teilnehmenden haben die Möglichkeit, Priorisierungen vorzunehmen, zum Beispiel aus welchen Quellen sie Wissen erwerben. Sie ordnen vorgegebene Kategorien nach ihrem individuellen Empfinden. Im Anschluss können die Ergebnisse des Rankings gemeinsam in der Gruppe diskutiert werden.
- ≡ **Matching:** Hier kann erworbenes Wissen noch einmal überprüft und vertieft werden. Aufgabe ist es, die zusammengehörenden Beispiele zu finden– diese werden gematcht. Bei den Beispielen geht es vor allem um die Einordnung alltäglicher Beispiele aus dem Netz.
- ≡ **Videomodul:** Die Teilnehmenden haben einerseits die Möglichkeit, durch kurze Videosequenzen ihr Wissen zu vertiefen. Andererseits bieten die Videomodule einen Einstieg für folgende Lernschritte.
- ≡ **Textmodul:** Die Teilnehmenden lesen kurze Textbausteine, um sich über aktuelle Entwicklungen des jeweiligen Netzphänomens und deren Konsequenzen zu informieren. Diese werden zunächst anhand von Arbeitsfragen in Kleingruppen diskutiert und im Plenum besprochen.

# Dialoglabor 1: Fake oder Fakt

Fast jeder Jugendliche verfügt heute über ein eigenes, internetfähiges Smartphone ([JIM-Studie 2018](#)) und hat damit einen direkten, jederzeit verfügbaren Zugang zur digitalen Welt. Das Smartphone ist nicht nur Kommunikationsmittel, um mit Familie und Freunden in Kontakt zu bleiben. Vielmehr ist es ein Multimediale Gerät und die präferierte Weise von Jugendlichen, sich im Netz zu bewegen.

Durch die Schnelligkeit der Medien und die sozialen Netzwerke stehen den Nutzer\*innen eine Unmenge an Informationen zur Verfügung, die es zu bewerten und einzuschätzen gilt. Umso wichtiger ist es, Fakten von Desinformationen, Nachrichten von Meinungen oder gar Gerüchten zu unterscheiden, auch weil die Technik immer bessere „Fakes“ ermöglicht ([Stanford Studie 2016](#)). „Deep Fakes“, also durch Künstliche Intelligenz entstandene Bilder und Videos, wirken täuschend echt, obwohl sie es nicht sind. „Fake News“, also Desinformationen, haben darüber hinaus eine enorme Reichweite und werden deutlich häufiger geteilt als wahre Meldungen, Nachrichten und Fakten, wie eine Analyse zu Facebook zeigt ([Motherboard 2017](#)).

Sind solche Desinformationen erst einmal von einer Person gelesen und verarbeitet worden und haben sie so den Zugang zum Gedächtnis erreicht, sind sie schwer zu „neutralisieren“. Dies liegt vor allem daran, dass „Fake News“ bzw. Desinformationen im Allgemeinen sehr emotionalisierend aufgearbeitet sind. Sie sind an Ängste adressiert und verstärken diese. Sie erzeugen vor allem negative Emotionen, wie Wut, Ärger bis hin zum Hass. Dadurch werden sie besonders gut abgespeichert. Desinformationen haben weiterhin Einfluss auf Gedächtnis und Emotionen, selbst wenn die betreffenden Personen wissen, dass die Nachrichten falsch sind und nicht den Tatsachen entsprechen ([Chan et al. 2017](#)).

## Lernziele des Dialoglabors

Die Teilnehmenden

- ≡ reflektieren ihren eigenen Umgang mit Medien.
- ≡ lernen, wie man im Alltag Nachrichten auf ihren Wahrheitsgehalt überprüfen kann und können Desinformationen erkennen.
- ≡ wissen, welche Auswirkungen Desinformationen auf die Demokratie, unsere Gesellschaft und ein friedliches Zusammenleben haben können.

## Übersicht Module

Modulnummer und Titel	Worum geht's?	Modulform und Sozialform	Benötigte Materialien
Modul 1: Fake oder Fakt? (15 + 5 min)	Die TN steigen in das Thema ein, indem sie Nachrichten nach ihrer Glaubwürdigkeit einschätzen sollen. Den Nachrichtenbeispielen folgen dabei erste Hinweise zur kritischen Überprüfung der Quelle.	Meinungsspiegel Plenum	Keine
Modul 2: Medienkonsum (10 min)	Die TN priorisieren Quellen, die sie nutzen, um an Informationen zu gelangen.	Ranking Plenum	Keine
Modul 3: Begriffsklärung (20 + 5 min)	Die TN definieren Begriffe rund um das Thema Desinformation und stellen diese im Plenum vor. Die TN wenden das gelernte Wissen an, indem sie die Begriffe und praktische Beispiele einander zuordnen.	Galerie GA und Plenum Matching	Moderationskarten, Stifte, Stellwand und Pins oder Tafel und Magnete
Modul 4: Erfahrungen mit "Fake News" (10 min)	Die TN sehen sich ein Umfragevideo an, in dem Erfahrungen mit „Fake News“ abgefragt werden. Die TN reflektieren, welche Erfahrungen sie selbst schon mit „Fake News“ und Desinformation gemacht haben. Dazu diskutieren sie in PA vier Fragen zu ihren eigenen Erfahrungen.	Videomodul PA und Plenum Galerie	Keine
Modul 5: Wie kann man "Fake News" erkennen? (20 min)	Die TN sehen sich ein Erklärvideo an, welches erste Hinweise dazu gibt, wie man Desinformation erkennen kann. Die TN erarbeiten mithilfe einer Online-recherche eine Checkliste zur Überprüfung von Nachrichten(-seiten).	Videomodul GA und Plenum Text	Keine
Modul 6: Welche Auswirkungen können "Fake News" haben? (20 min)	Die TN bearbeiten in KG jeweils ein Beispiel von „Fake News“ und ihren negativen Auswirkungen und stellen sie anschließend den anderen Gruppen vor. Im Anschluss diskutieren sie, welche Auswirkungen Desinformation auf Demokratie und ein friedliches Zusammenleben haben können.	Galerie GA und Plenum	Keine

TN = Teilnehmende, PA = Partner\*innenarbeit, GA = Gruppenarbeit, KG = Kleingruppe

# MODUL 1: FAKE ODER FAKT?

Das Modul besteht aus vier Meinungsspiegeln (Modul 1.1 - 1.4).

Die Teilnehmenden steigen in das Thema Desinformation ein, indem sie mithilfe ihres Vorwissens die Glaubwürdigkeit von vier Nachrichtenbeispielen aus dem Netz einschätzen sollen: sie entscheiden sich dabei für Fake oder Fakt. Im Anschluss werden die Ergebnisse und Positionen gemeinsam im Plenum diskutiert. Die Teilnehmenden tauschen sich aus, warum sie eine Nachricht für wahr oder falsch halten. Den Nachrichtenbeispielen folgen dabei Hinweise zur kritischen Überprüfung der Quelle. Am Ende wird ein kurzes Fazit gezogen: Im Netz ist kritische Medienprüfung wichtig und sinnvoll, aber auch nicht einfach; es gibt aber verschiedene Möglichkeiten der Überprüfung.

Bei jedem der vier Nachrichtenbeispiele lassen sich folgende Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ☰ Welche Hinweise auf die Glaubwürdigkeit der Nachricht gibt es (z.B. Quelle, Sprache, Bildkontext)?
- ☰ Welche Motive könnten hinter der Nachricht stecken?
- ☰ Was lässt Euch misstrauisch werden?

## Arbeitsauftrag:

Schau dir die folgende Nachricht an und entscheide: Fake oder Fakt?

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Modul 1.1:

Impressum – Ber...  
berliner-express.com

---

**Impressum**

Informationspflicht laut §5 E-Commerce Gesetz, Offenlegungspflicht laut §25 Mediengesetz

Herausgeber:  
Marco Maier

Redaktion:  
Sunrise Valley Subd., Lagao,  
General Santos City  
South Cotabato,  
9500 Philippines

Das Beispiel ist ein Post vom „Berliner Express“ auf Facebook. Der Inhalt der Nachricht ist falsch. Der „Berliner Express“ bezeichnet sich selbst als „Online-Satire-Magazin“, viele kritisieren allerdings das Medium. Denn immer wieder halten viele Menschen die Nachrichten, die die Seite teilt und verbreitet, für echte und wahre Meldungen. Wie CORRECTIV berichtet, werden die Meldungen vom „Berliner Express“ immer wieder von rechten Blogs aufgegriffen und als wahr dargestellt. In dem konkreten Fall zielt die Nachricht darauf ab, Claudia Roth, Vizepräsidentin des Bundestags und Mitglied von Bündnis 90/Die Grünen, zu diskreditieren und negative Emotionen gegen sie und die Partei Bündnis 90/Die Grünen zu schüren.

Der Berliner Express wird von den Philippinen aus betrieben. Verantwortlich für die Seite ist Marco Maier, wie das Impressum verrät (s. rechtes Bild). Maier gibt darüber hinaus verschwörungstheoretische Blogs und den vom russischen Staat finanzierten Sender Russia Today als „befreundete Portale und Partner“ an.

Der Blick ins Impressum ist somit eine Möglichkeit, die Glaubwürdigkeit von Quellen zu überprüfen.

## Modul 1.2:





Das zweite Beispiel zeigt das Bild einer vermüllten Straße, die angeblich nach einer Fridays for Future Demonstration in Köln fotografiert wurde, mit dem Titel „Anspruch und Wirklichkeit Köln, 15.03.2019 nach der Demo Fridays for Future“. Dieses Beispiel ist gefälscht. Durch eine [Google Bilder-Rückwärtssuche](#) (s. rechtes Bild) zeigt sich, dass das Bild 2011 nach einer Technoparade in Zürich aufgenommen wurde. Das Bild wurde in einen falschen Kontext gesetzt, um die Bewegung in ein schlechtes Licht zu rücken und Stimmung gegen Fridays for Future zu machen.

Die Google Bilder-Rückwärtssuche bzw. umgekehrte Bildersuche ist eine Möglichkeit zu überprüfen, in welchem Kontext bestimmte Bilder schon aufgetaucht sind. Oft werden Bilder in „Fake News“, Propaganda oder verschwörungstheoretischen Blogs immer wieder verwendet und dadurch in einen falschen Kontext gerückt. Ein Beispiel ist das Bild einer neuseeländischen Familie, das von Rechtspopulist\*innen und Rechtsextremist\*innen verwendet wird, um gegen Geflüchtete zu hetzen und Ängste in Bezug auf Migration und Flucht zu schüren ([Der Spiegel 2016](#)).

### Modul 1.3:

Im dritten Beispiel wird von der Süddeutschen Zeitung (SZ) berichtet, dass Diebe in den USA einen Hai aus einem Aquarium gestohlen hätten. Diese Nachricht ist echt, die SZ berichtete in ihrer Reihe „Skurriles aus aller Welt“ über den Fall. Recherchiert man den Fall, findet man auch andere Medien, die darüber berichteten, unter anderem auch die [New York Times](#). Das San Antonio Aquarium in Texas informierte selbst auf seiner Facebook-Seite über den versuchten Diebstahl.

Dieses Beispiel verdeutlicht eine weitere Methode der Überprüfung, nämlich die Recherche nach anderen Quellen, die ebenfalls über eine Nachricht berichten.

### Modul 1.4:

Das vierte Beispiel zeigt einen Facebook-Post mit einem vermeintlichen Beweisfoto, in dem Geflüchteten vorgeworfen wird, an eine Kirchenwand zu urinieren. Diese Nachricht wurde laut dem Bayrischen Rundfunk über 13.000 Mal geteilt, unter anderem von der NPD. Sie ist aber falsch. Zwar ist das Foto nicht manipuliert, sondern echt, aber die Interpretation, die in dem Post vorgenommen wird, stimmt nicht. Nach einer kurzen Recherche findet man folgende Stellungnahme des Pfarrers der entsprechenden Kirchengemeinde:

“Seit einigen Jahren wird einer der Räume unserer Kirche von der eritreisch-orthodoxen Gemeinde benutzt. Jeden Sonntag wird eine Eucharistie gefeiert. Junge Eritreer treffen sich oft auch nach der Messe am Wochenende in diesem Raum. Nach der Tradition der orthodoxen Christen in Eritrea und Äthiopien gehen die Gläubigen oft nicht in die Kirche hinein, sondern beten draußen vor der Kirche. Sie lehnen sich an die Wand des Gotteshauses und beten.”

Bei diesem Beispiel liefern die Sprache des Posts, z.B. Begriffe wie „Neubürger“ und „Gutmensch“, sowie der Aufruf zum Teilen, erste Hinweise darauf, dass die Nachricht eventuell ein Fake sein könnte. Auch hier findet man mit der Google Bilder-Rückwärtssuche schnell die Richtigstellung.

## MODUL 2: MEDIENKONSUM

Das Modul besteht aus einer Priorisierung (Modul 2).

In diesem Modul wird der persönliche Medienkonsum der Teilnehmenden thematisiert und von ihnen reflektiert. Dazu priorisieren sie unterschiedliche Informationsquellen nach der Häufigkeit der Nutzung. Nach der Priorisierung tauschen sich die Teilnehmenden jeweils zu zweit oder zu dritt über ihre Rankingliste aus. Abschließend werden die Ergebnisse des Rankings von dem\*r Trainer\*in für die Teilnehmenden veröffentlicht und im Hinblick auf einen Zusammenhang mit „Fake News“ und Desinformation diskutiert.

Ziel des Moduls ist, dass die Teilnehmenden ihr eigenes Medienverhalten hinterfragen. Sie lernen, dass man „Fake News“ stärker ausgesetzt ist, wenn man Nachrichten über Newsfeed, Facebook oder YouTube bezieht und nicht über Zeitungen oder andere klassische Nachrichtenmedien. Sie werden dafür sensibilisiert, Nachrichten auch zu hinterfragen.

Bei dem Ranking lassen sich folgende Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ☰ Was glaubt Ihr, welchen Einfluss das Ergebnis auf die Verbreitung von “Fake News “hat?
- ☰ Was bedeutet es, wenn man den Großteil der Informationen über Social Media oder YouTube bezieht?
- ☰ Was bedeutet es, wenn Informationen über Messenger-Dienste privat geteilt werden?

### Arbeitsauftrag:

Welche Quellen nutzt Du, um Dich regelmäßig zu informieren und Nachrichten zu bekommen? Sortiere die Quellen und beginne mit der, die Du am häufigsten nutzt.

**RANKING** ×

---

**MEDIENKONSUM**

Welche Quellen nutzt Du, um Dich zu informieren und Nachrichten zu bekommen? Sortiere die Quellen und beginne mit der Quelle, die Du am häufigsten nutzt.

Suchmaschinen (z.B. Google)	☰
Nachrichten auf Social Media (z.B. Instagram)	☰
Messenger (z.B. WhatsApp)	☰
Nachrichtenportale von Zeitungen (online)	☰
Zeitungen und Zeitschriften (offline)	☰
Videos bei YouTube	☰
Nachrichten im Fernsehen	☰

**FERTIG**

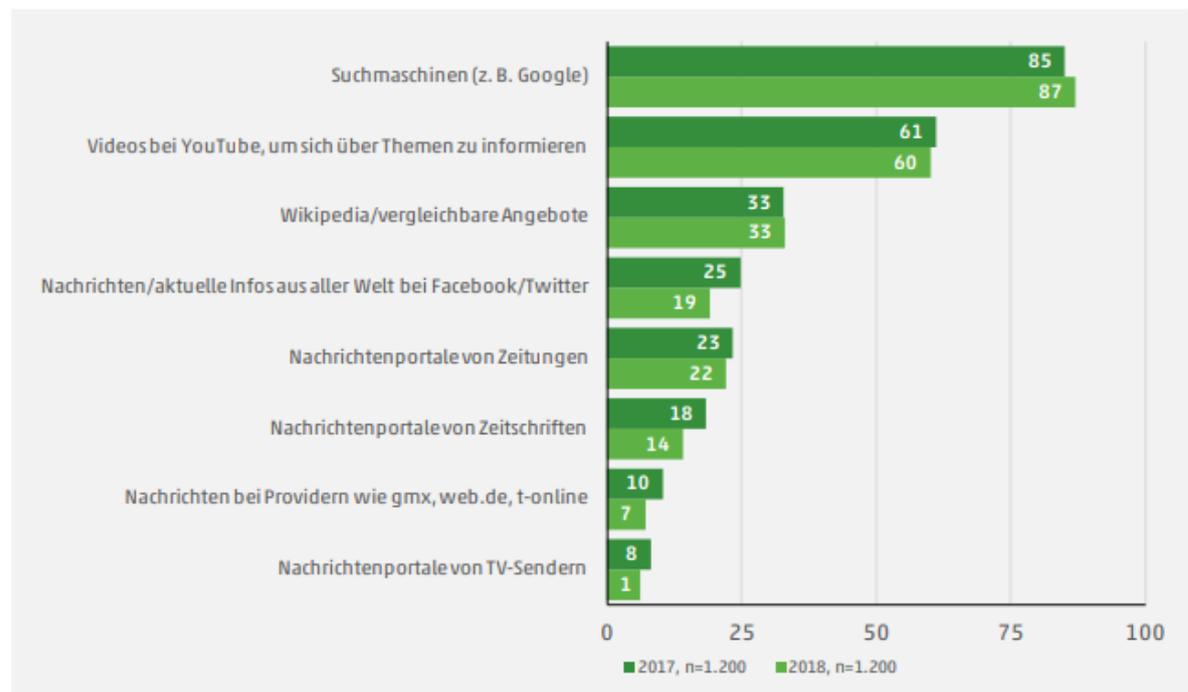
## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

Nach der [JIM-Studie 2018](#) (Jugend, Information, Medien; Basisuntersuchung zu Medienumgang 12- bis 19-Jähriger) haben „unabhängig vom Verbreitungsweg [...] heute alle jungen Menschen mehr oder weniger uneingeschränkten Zugang zum Internet [haben]. 91 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen sind täglich im Netz unterwegs.“

Nach der JIM-Studie 2018 sieht das Informationsverhalten der Jugendlichen folgendermaßen aus:

### Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt: Information 2018

– täglich/mehrmals pro Woche –



Quelle: JIM 2017, JIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

Quelle:

- ≡ JIM-Studie 2018, Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.

## MODUL 3: BEGRIFFSKLÄRUNG

Das Modul besteht aus einer Galerie (Modul 3.1) und einem Matching (Modul 3.2).

Die Teilnehmenden setzen sich zuerst mit unterschiedlichen Aspekten rund um das Thema Desinformation auseinander. Dabei geht es um die Phänomene Clickbaiting, Phishing, Satire, Verschwörungstheorie, Falschinformation und „Fake News“. Sie tauschen sich in ihrer Kleingruppe zuerst aus, ob und woher sie das Phänomen kennen und sollen sie im Anschluss definieren. Dazu arbeiten die Teilnehmenden mithilfe einer eigenen Recherche im Netz die zentralen Merkmale und die Bedeutung des ihnen zugeordneten Begriffs heraus. Im Anschluss stellen sie ihre Ergebnisse (mithilfe von Moderationskärtchen) den anderen Gruppen vor.

### Arbeitsauftrag:

Es gibt unterschiedliche Begriffe, die oft mit “Fake News” in Verbindung gebracht werden. Im Folgenden wollen wir uns anschauen, wie sich die Begriffe voneinander unterscheiden.

1. Überlegt gemeinsam in der Kleingruppe, inwieweit ihr Euren Begriff kennt und was ihr darunter versteht.
2. Macht eine kurze Onlinerecherche, um anschließend eine Definition für Euren Begriff zu finden. Berücksichtigt dabei, welche Merkmale den Begriff auszeichnen und welche Absicht dahintersteckt.

Fake News

Falschmeldung

Satire

Clickbaiting

Phishing

Verschwörungstheorie

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Fake News

Das Forum Privatheit definiert „Fake News“ als falsche Meldungen, „die von vornherein in Täuschungsabsicht und mit dem Ziel, die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen, über das Internet und insbesondere Social Media verbreitet werden“ ([Forum Privatheit 2017](#)). Vor allem im Zuge des US-Wahlkampfes 2016 wurde der Begriff „Fake News“ aber als „politischer Kampfbegriff gegen etablierte, klassische Medienangebote“ verwendet. Wissenschaftler\*innen bevorzugen deshalb den Begriff Desinformation für die „gezielte Verbreitung von falschen oder irreführenden Informationen, um jemanden zu schaden“ ([Sängerlaub et al. 2018](#)).

### Falschmeldung

Falschmeldung ist eine „Versehentliche falsche Meldung, die aber i.d.R. korrigiert wird [...]. Der Unterschied zur Absicht wird, sofern vorhanden, in der Fehlerkultur offensichtlich: Meist erfolgt bei einer Falschmeldung seriöser, journalistischer Medien eine zeitnahe Berichtigung, beispielsweise in Form eines Disclaimers oder im Zweifel einer Gegendarstellung, sodass die Berichtigung dem:r Leser:in auch kenntlich gemacht wird“ ([Sängerlaub et al. 2018](#)).

### Satire

Satire ist die „Überspitzung von (politischen) Inhalten zur Gesellschaftskritik, aber in der Regel als solche auch erkennbar“ ([Sängerlaub et al. 2018](#)). In der Regel werden die Inhalte nicht erstellt, um Schaden zu verursachen, können aber irreführend sein.

### Clickbaiting

Clickbaiting ist die „bewusste Überspitzung von Headlines und Teasern, um Leser auf Seiten zu locken [...]. Das mit „Klickköder“ übersetzbare Phänomen beschreibt vor allem eine Praxis, die in sozialen Netzwerken angewandt wird: Nutzer:innen sollen dabei durch überspitzt formulierte Überschriften auf die Webseite eines Mediums gelockt werden. Hintergrund ist, dass viele Nachrichtenseiten nur durch Werbung ihre Einnahmen finanzieren können, die wiederum von den Klickzahlen abhängig sind“ ([Sängerlaub et al. 2018](#)).

### Phishing

Phishing bedeutet, dass „Daten von Internetusern bspw. über gefälschte Internetadressen, E-Mails oder SMS abgefangen werden“. Der Begriff kommt von dem englischen Wort fishing in Verbindung mit dem P aus Passwort, was das Angeln nach Passwörtern bildlich verdeutlichen soll. Dabei wird das Design von vertrauenswürdigen Webseiten nachgeahmt, um an persönliche Daten zu gelangen ([Gabler Wirtschaftslexikon](#)).

### Verschwörungstheorie

Eine Verschwörung kann definiert werden als eine „geheime Absprache von einer Gruppe von Menschen, ein bestimmtes Ziel im Bereich des Machterwerbs oder Machterhalt mit bestimmten Mitteln erreichen zu wollen“ ([Amadeu Antonio Stiftung 2015a](#)). Eine Verschwörungstheorie geht davon aus, dass die Verschwörung der Ausgangspunkt von bestimmten Ereignissen ist. Nach Michael Butter gibt es drei zentrale Merkmale einer Verschwörungstheorie: 1) Nichts geschieht durch Zufall, 2) alles ist miteinander verbunden und 3) nichts ist, wie es scheint ([Süddeutsche Zeitung 2018](#)).

Im Anschluss soll das erworbene Wissen der Teilnehmenden zu den Begriffen rund um das Thema Desinformation noch einmal überprüft und vertieft werden (Modul 3.2). Zuvor definierte Begriffe sollen mit den entsprechenden Beispielen aus dem Netz gematcht – also einander zugeordnet werden.

### Arbeitsauftrag:

Nun könnt ihr euer Wissen zu den Begriffen testen! Ordnet den Begriffen rund um das Thema “Fake News” die passenden Beispiele aus dem Netz zu.

### Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

Fake News

Das passende Beispiel ist eine Collage aus einem Wahlplakat der CDU und einem SED-Plakat. Beide tragen eine fast identische Überschrift. Das SED-Plakat wurde absichtlich manipuliert, um gezielt Empörung und eine negative Stimmung gegen Angela Merkel zu schüren. Der Original-Wahlkampfespruch der SED auf dem Plakat lautete: “Alle Kraft zur Stärkung unseres sozialistischen Vaterlandes der Deutschen Demokratischen Republik”. Neben Correctiv und Mimikama haben auch zahlreiche Medien über die Fälschung berichtet.

Falschmeldung

Das passende Beispiel ist die Meldung der Tagesschau mit dem Titel „Russischer Journalist Babtschenko in Kiew erschossen“. Nicht nur die Tagesschau, sondern auch andere deutsche Medien hatten über die Ermordung von Babtschenko berichtet. Kurz darauf wurde allerdings bekannt, dass die Ermordung nur vorgetäuscht wurde. Die Tagesschau und andere Medien stellten den Fall nach Bekanntgabe umgehend richtig.

Satire

Das passende Beispiel für Satire ist die Meldung des Postillon mit dem Titel „Kompromiss: An Karfreitag darf getanzt werden, wenn man dabei traurig aussieht“. Das Beispiel macht sich in ironischer und überspitzter Art und Weise über das immer wieder diskutierte Tanzverbot an Karfreitag lustig.

### Clickbaiting

Das passende Beispiel für Clickbaiting ist die Meldung von Focus Online mit dem Titel „Seht ihr es auch? Mann findet brütenden Schwan im Park – ein Detail bricht ihm das Herz“. Der spektakulär formulierte Titel soll Leser\*innen neugierig machen, Emotionen wecken und sie so zum Klicken bewegen. Dadurch sollen höhere Zugriffszahlen auf die Seite erreicht und so höhere Werbeeinnahmen generiert werden.

### Phishing

Das passende Beispiel für Phishing ist die Nachricht von der TargoBank, in der über ein vermeintlich neues Update informiert wird, für welches man das eigene Konto überprüfen soll. Ziel der Nachricht ist es, persönliche Daten der Empfänger\*innen abzugreifen. Durch die Verwendung des Logos der TargoBank soll das Layout der Seite nachgeahmt werden; unvollständige Sätze deuten allerdings schon auf die Fälschung hin.

### Verschwörungstheorie

Das passende Beispiel für eine Verschwörungstheorie ist das Beispiel von Connectiv.events mit dem Titel „Warum wir wegen 5G jetzt handeln müssen! US-Offizier, Geheimdienstinformant packt aus Teil 1&2“. In der Debatte um den 5G-Ausbau haben sich verschiedene Verschwörungstheorien entwickelt, die davon ausgehen, dass 5G extreme Schäden auf Mensch und Natur haben kann. Wie im Beispiel zu sehen, ist die Verknüpfung mit Geheimdiensten und vermeintlichen dunklen Machenschaften typisch für Verschwörungstheorien.

## MODUL 4: EIGENE ERFAHRUNGEN MIT “FAKE NEWS”

Das Modul besteht aus einem Video (Modul 4.1) und einer Galerie (Modul 4.2).

In dem Modul reflektieren die Teilnehmenden die eigenen Erfahrungen mit „Fake News“/ Desinformationen. Als Einstieg schauen sie sich ein Umfragevideo an, in dem Erfahrungen mit „Fake News“ abgefragt werden. Danach sollen sie ihre eigenen Erfahrungen mit „Fake News“ in Partner\*innenarbeit reflektieren und sich austauschen. Anschließend werden die Erfahrungen im Plenum kurz besprochen.

### Arbeitsauftrag:

Nun geht es darum, welche Erfahrungen Ihr selbst schon mit “Fake News” gemacht habt. Setzt Euch in Kleingruppen zusammen und diskutiert gemeinsam in den nächsten 10 Minuten die folgenden Fragen:

1. Habt Ihr selbst schon einmal “Fake News” gesehen? Falls ja, wo und in welchem Kontext?
2. Seid Ihr schon mal auf “Fake News” reingefallen?
3. Wisst Ihr, was man tun kann, wenn man “Fake News” im Netz sieht?
4. Kennt Ihr unseriöse Seiten, die “Fake News” verbreiten?

### Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

In ihrer „Struktur-Analyse von Fake-News-Netzwerken“ untersuchten Elena Riedlinger und Immanuel von Detten 23 Websites, die regelmäßig sogenannte “Fake News”-Meldungen verbreiten, darunter besonders die Blogs *journalistenwatch*, *philosophia perennis* und *Epoch Times*. Die Autor\*innen stellten fest, dass die 23 Webseiten nicht für sich alleine stehen, sondern immer wieder aufeinander verlinken.

Eine Möglichkeit, auf einen verdächtigen Inhalt zu reagieren, ist, diesen an Meldestellen wie *Mimikama* oder *CORRECTIV* zu senden (im darauffolgenden Modul 5 setzen sich die Teilnehmenden dann vertieft damit auseinander, wie sie die Glaubwürdigkeit von Nachrichten überprüfen können).

- ≡ „Mimikama – Verein zur Aufklärung über Internetmissbrauch“ hat sich selbst zum Ziel gesetzt, Falschmeldungen zu entlarven, verdrehte Inhalte klarzustellen und veröffentlicht entsprechende Analyse- und Rechercheberichte. Über das [Mimikama-Meldeformular](#) können verdächtige Inhalte gemeldet werden, die dann vom Team von *Mimikama* auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft werden. Auf der von *Mimikama* eingerichteten Suchmaschine [www.hoaxsearch.com](http://www.hoaxsearch.com) kann zuvor geprüft werden, ob die Meldung bereits behandelt wurde.
- ≡ *CORRECTIV* ist das erste gemeinnützige Recherchezentrum im deutschsprachigen Raum. Es setzt sich für einen investigativen Journalismus ein. Mit seinem Engagement will *CORRECTIV* vor gezielten Falschmeldungen und Desinformation schützen und ein Zeichen gegen Extremismus setzen. Das Reporterteam von *CORRECTIV* hat es sich zum Ziel gemacht, systematische Missstände, Korruption und unethisches Verhalten aufzudecken. Damit soll zur Bildung und Aufklärung in der Gesellschaft beigetragen werden. *CORRECTIV* finanziert sich vor allem über Spenden und Stiftungsbeiträge.

## MODUL 5: WIE KANN MAN “FAKE NEWS” ERKENNEN?

Das Modul besteht aus einem Video (Modul 5.1) und einem Text (Modul 5.2).

Die Teilnehmenden setzen sich in diesem Modul damit auseinander, wie sie Nachrichten auf ihre Glaubwürdigkeit überprüfen und so „Fake News“ bzw. Desinformationen erkennen können. Zum Einstieg schauen sie sich eine passende Sequenz aus dem Erklärfilm “Fake oder Fakt” an. Mithilfe ihres zuvor erarbeiteten Wissens sowie einer Recherche auf Webseiten wie Mimikama und CORRECTIV sollen die Teilnehmenden im Anschluss eine Checkliste zur Überprüfung von Nachrichten(-seiten) erstellen.

### **Arbeitsauftrag:**

Erarbeitet eine Checkliste, mithilfe der Ihr überprüfen könnt, ob eine Seite oder Nachrichten vertrauenswürdig sind oder nicht.

1. Schaut zuerst auf Seiten wie Mimikama oder Correctiv, welche Tipps gegeben werden, um “Fake News” zu erkennen.
2. Erstellt nun in Kleingruppen eine Checkliste zur Überprüfung von Nachrichten(-seiten).

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

Punkte für die Checkliste „Wie erkenne ich „Fake News“?“

Prüfkriterien	Hinweise
Webseite	Wer steht hinter der Webseite? Was steht im Impressum? Ist kein Impressum vorhanden, sollte man stutzig werden. Auch bei deutschsprachigen Seiten, die im Impressum z.B. ihren Standort im außereuropäischen Ausland, wie die Philippinen, angeben, sollte man misstrauisch sein. Wichtig ist, dass das Impressum über eine*n Ansprechpartner*in, Anschrift und Kontaktmöglichkeit verfügt.
Verfasser*in	Ist der*die Verfasser*in bekannt? Können weitere Artikel/Inhalte derselben Autorenschaft recherchiert werden?
Seriosität der Quelle	Erscheint der Artikel auf der Seite einer renommierten Zeitung oder auf einem unbekanntem Blog? Wer ist der*die Herausgeber*in?
Bilder und Videos überprüfen	Sind die Bilder echt? Werden die Bilder im richtigen Zusammenhang verwendet? Mit der Google Bilder-Rückwärtssuche kann man nachvollziehen, wo und in welchem Kontext ein Bild schon verwendet wurde.
Fakten prüfen	Wann ist der Artikel erschienen? Berichten auch andere Quellen darüber? Es empfiehlt sich, verschiedene Quellen hinzuzuziehen und zu prüfen.
Inhalt	Werden die Texte durch Quellenangaben belegt? Oder ist der Artikel reißerisch formuliert? Dann ist Vorsicht geboten. In Deutschland gibt es einen sogenannten Pressekodex, an dem sich seriöse Medien in der Regel orientieren.
Objektivität	Sind Artikel neutral geschrieben? Oder werden nur einzelne Meinungen und Gruppeninteressen vertreten? Auf welche anderen Seiten wird verlinkt?
Formale Qualität	Gibt es viele Grammatik- und Rechtschreibfehler? Stimmt die Zeichensetzung? Wie ist der Schreibstil?

## MODUL 6: WELCHE AUSWIRKUNGEN KÖNNEN “FAKE NEWS” HABEN?

Das Modul besteht aus einer Galerie mit drei Textbausteinen (Modul 6).

Desinformationen haben einen Einfluss auf Konflikte und unser Zusammenleben. Desinformationen in sozialen Medien und im Netz können Konflikte auch offline eskalieren lassen und dazu führen, dass Menschen extremere Positionen und Meinungen einnehmen. Deshalb ist es für unsere Demokratie wichtig, Desinformationen zu erkennen und nicht weiterzuverbreiten. In diesem Modul setzen sich die Teilnehmenden mit den negativen Auswirkungen von Desinformation auf Demokratie und das friedliche Zusammenleben auseinander. In Kleingruppen wird ihnen jeweils ein Beispiel aus drei unterschiedlichen Ländern zugeordnet, das zeigt, welche Folgen Desinformation auf Demokratie und Gesellschaft haben. Die Teilnehmenden arbeiten die Auswirkungen ihres Beispiels heraus, notieren sie und stellen das Beispiel und die Gefahren dann im Plenum vor. Anschließend sollen die Auswirkungen im Plenum auf abstrakterer Ebene diskutiert werden. Ziel des Moduls ist, dass Teilnehmende „Fake News“ in einem breiteren, gesellschaftlichen Kontext verorten können und für die Gefahren sensibilisiert werden.

### **Arbeitsauftrag:**

Im Folgenden findet Ihr Informationen darüber, welche Auswirkungen „Fake News“ in den Ländern Indien, Brasilien und Myanmar hatten. Teilt euch in Kleingruppen auf und lest die Textbausteine. Diskutiert anschließend die folgenden Fragen:

1. Welche Motive und Ziele stecken hinter den gefälschten Nachrichten?
2. Was sind Auswirkungen der gefälschten Nachrichten in den Beispielen?
3. Was bedeuten gefälschte Nachrichten für unsere Demokratie und unser Zusammenleben?

## Beispiel 1: “Fake News” am Beispiel von WhatsApp in Indien



Quelle Foto: Sam Panthaky/AFP

### Ein Gerücht, 23 Tote

Von: Laura Höflinger

“Mindestens 23 Menschen starben im vergangenen halben Jahr auf ähnliche Art und Weise. Und auch wenn die Tatorte viele hundert Kilometer voneinander entfernt liegen, so verbindet sie doch eins: All diese Menschen sind wahrscheinlich wegen ein und desselben Gerüchts gestorben, das sich vor allem per WhatsApp verbreitet. Die Nachricht ist in verschiedenen Varianten in den sozialen Medien im Umlauf, in ganz Indien: Eine Bande von Kindesentführern ziehe durchs Land. Sie komme auch bald in deine Stadt, sei wachsam. [...] In Gruppen mit teils vielen Dutzend Mitgliedern wird dazu

ein Video als angeblicher Beweis geteilt. Es zeigt Kinder beim Cricketspielen. Ein Motorrad nähert sich, es wendet, einer der Männer greift einen der Jungen und schleppt ihn fort. Tatsächlich stammt das Video aus Pakistan und nicht aus Indien. Es zeigt auch keine Entführung, sondern einen Ausschnitt aus der Kampagne einer Hilfsorganisation, die Eltern davor warnen soll, ihre Kinder unbeaufsichtigt zu lassen.“

([Der Spiegel 2018a](#))

## Beispiel 2: “Fake News” am Beispiel des brasilianischen Wahlkampfs



Quelle Foto: Nacho Doce/PA

### Die brasilianische Lügenfabrik

Von: Julia Jaroschewski

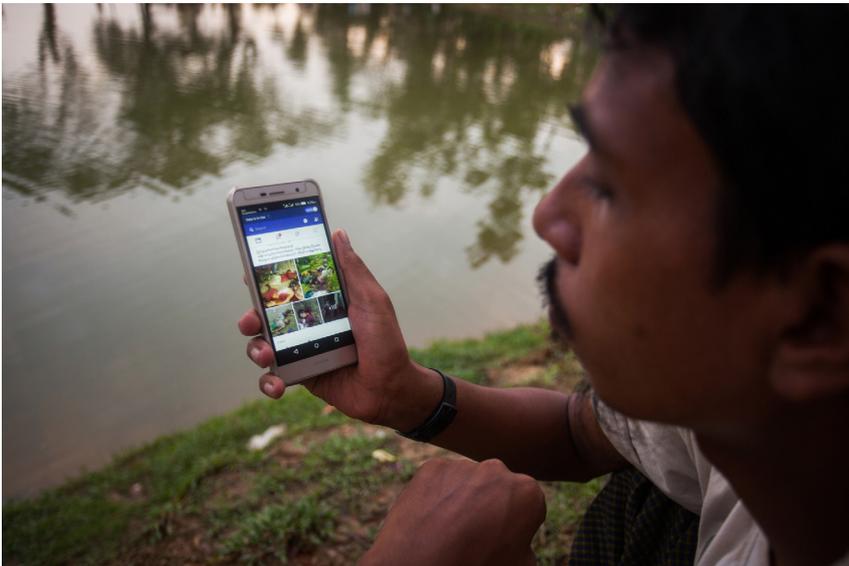
„Kurz vor der Stichwahl erschüttert ein Fake-News-Skandal Brasilien: Anhänger des Rechtspopulisten Jair Bolsonaro sollen WhatsApp-Gruppen mit Falschnachrichten geflutet haben. [...]

Unternehmer, die Bolsonaro unterstützen, sollen Digitalmarketing-Agenturen damit beauftragt haben, massenhaft Fake News in WhatsApp-Gruppen zu verbreiten. [...] Das Ziel: Mit einer großen Onlinekampagne kurz vor der entscheidenden Abstimmung am 28. Oktober Stimmung machen gegen die Arbeiterpartei PT und deren Präsidentschaftskandidaten Fernando Haddad. Die Verträge mit den

Firmen belaufen sich dem Bericht der “Folha de São Paulo” zufolge auf jeweils 12 Millionen Reais, umgerechnet 2,8 Millionen Euro. [...] Der Vorwurf ist brisant, weil die Finanzierung von Wahlkampfwerbung durch Firmen in Brasilien verboten ist. Bolsonaros Konkurrent Fernando Haddad sprach nach der Veröffentlichung von “einer Lügenfabrik” und forderte eine Aufklärung des “Lügen-Tsunamis”.“

([Der Spiegel 2018b](#)).

### Beispiel 3: “Fake News” am Beispiel der Verfolgung der Rohingya



Quelle Foto: NUR Photo/AFP

### Facebook als Konfliktverschärfer in Myanmars Rohingya-Krise

Von: Bernd Schlömer

„In Myanmar ist Facebook das Internet. Die geringe Medienerfahrung und die breite Nutzung Facebooks in Myanmar führt dazu, dass Hate Speech und Fake News wenig hinterfragt und schnell verbreitet werden. Die Abgrenzung von hochwertigen, journalistischen Beiträgen fällt vielen schwer. Auch die Regierung nutzt primär Facebook-Beiträge als Kommunikationsmittel. Das Militär nutzt das Medium zur gezielten Verbreitung von Falschinformationen und hat den öffentlichen Diskurs damit maßgeblich beeinflusst. Viele Bürger Myanmars sind nun festen Glaubens, dass die vom Militär als „Bengali“ bezeichneten Rohingya tatsächlich illegale Einwanderer sind und nicht seit mehreren Generationen im Land leben. Hinzu kommen Gruppen radikaler Buddhisten, die in gleicher Manier aggressiv gegen islamische Mitbürger und insbesondere die Rohingya vorgehen.

Nationale und internationale Beobachter aus der Zivilgesellschaft bescheinigen Facebook daher eine maßgebliche Mitschuld an der Verschärfung der Rohingya-Krise durch die langwierige Bereitstellung seiner Plattform für diese Gruppen und die Duldung dieser Inhalte. Mittlerweile konnten die bereits vermutete, aktive Nutzung Facebooks durch das Militär für Propagandazwecke und Anstiftung zur Gewalt gegen Rohingya bestätigt werden, unter anderem vom UN-Bericht der Fact Finding Mission zur Situation der Rohingya in Myanmar.“

[\(Friedrich Naumann Stiftung 2019\)](#)

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### 1. Welche Motive und Ziele stecken hinter den gefälschten Nachrichten?

- ≡ Misstrauen und Verunsicherung in der Gesellschaft sähen (Beispiel WhatsApp in Indien, Beispiel Wahlkampf Brasilien)
- ≡ Gezielter Vertrauensverlust in bestimmte politische Akteure (Beispiel Wahlkampf Brasilien)
- ≡ Beeinflussung bis hin zur Manipulation von Wahlen (Beispiel Wahlkampf Brasilien)
- ≡ Eskalation von Konflikten (Beispiel Verfolgung der Rohingya)
- ≡ Diskreditierung von Minderheiten (Beispiel Verfolgung der Rohingya)
- ≡ Anstiftung zu physischer und verbaler Gewalt (Beispiel Verfolgung der Rohingya)

### 2. Was sind Auswirkungen der gefälschten Nachrichten in den Beispielen?

- ≡ Physische Gewalt (Beispiel WhatsApp in Indien)
- ≡ Diskreditierung von politischen Akteur\*innen (Beispiel Wahlkampf Brasilien)
- ≡ Verstärkte Diskriminierung von Minderheiten (Beispiel Verfolgung der Rohingya)
- ≡ Anstiftung zu physischer und verbaler Gewalt (Beispiel Verfolgung der Rohingya)
- ≡ Das gezielte Schüren von Ressentiments und Hass gegenüber bestimmten Gruppen (Beispiel Verfolgung der Rohingya)

### 3. Was bedeuten gefälschte Nachrichten für Demokratie und gesellschaftliches Zusammenleben?

- ≡ Gefährdung des friedlichen und gewaltfreien Zusammenlebens
- ≡ Gefährdung demokratischer Werte und Grundsätze (Unantastbarkeit der Würde des Menschen, Gleichheit, Meinungsfreiheit)
- ≡ Polarisierung und Spaltung der Gesellschaft
- ≡ Vertrauensverlust in journalistische Berichterstattung und demokratische Institutionen
- ≡ Einschüchterung von Minderheiten
- ≡ Gezielte Diskreditierung oder Abwertung bestimmter Gruppen oder Akteur\*innen

### Weitere Links für eine vertiefende Beschäftigung der Thematik

- ≡ Landeszentrale für politische Bildung (2017), Die neuen Medien und die politische Meinungsbildung. "Fake News" – ein Produkt der neuen Medien? Heft 74. Stuttgart.
- ≡ Wolf, Andre (2019), Falschmeldungen, Fakes und Fake News: Übersicht zur Pluralität des (Des-)Informationsphänomene in Sozialen Netzwerken. In: Antes, Wolfgang und Stephan Ruhmannseder. Im Netz der Lügen. Beiträge zum Thema Hate Speech und Fake News. Vahingen an der Enz: Printmedien Karl-Heinz Sprenger.

# Dialoglabor 2: Hass und Hetze

Das Netz und die sozialen Medien im Besonderen sind voll von Hass und Hetze, gerade bei politischen Themen wie Migration oder Klima, aber auch bei scheinbar harmloseren Themen wie einer weiblichen Kommentatorin bei einem Fußballspiel oder in der Gaming-Szene. Jugendliche kommen schon früh mit Hate Speech, toxischem Feedback oder Shitstorms in Kontakt, 91% der 14- bis 24-Jährigen waren laut der Studie der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und der Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz (AJS) bereits Zeugen oder Opfer von Hate Speech (LfM und AJS 2016).

Hate Speech richtet sich dabei häufig gegen Menschen, die auch offline von Diskriminierung betroffen sind, etwa aufgrund ihrer Migrationsgeschichte, ihres Geschlechts, Religion, Beeinträchtigungen oder ihrer Zugehörigkeit zur LGBTIQ-Gemeinschaft (LGBTIQ steht im Englischen für Lesbian, Gay, Bisexual, Trans, Intersex, Queer). Hassaktivitäten werden oft kollektiv ausgeführt, wodurch ein falsches Meinungsbild in den Kommentarspalten entsteht. Es gibt eine lautstarke Minderheit, die für einen Großteil der Likes und auch Hate Speech-Kommentare verantwortlich sind. Etwa 5% der Nutzer\*innen sind nach einer Erhebung des Institute for Strategic Dialogue für 50% der Likes von Hate Speech-Beiträgen verantwortlich ([ISD 2018](#)).

Hass und Hetze im Netz lassen sich nur in der Kombination aus einer lebendigen digitalen Zivilgesellschaft, Technologie und juristischen Maßnahmen begegnen. Hier gilt es Jugendliche zu sensibilisieren und ihnen Handlungskompetenzen für den Umgang mit Hass und Hetze im Netz zu vermitteln. Genau dieses Ziel setzt sich das Dialoglabor „Hass und Hetze im Netz“.

## Lernziele des Dialoglabors

### Die Teilnehmenden

- ≡ setzen sich mit dem Thema Diskriminierung auseinander.
- ≡ setzen sich mit ihrer persönlichen Haltung gegenüber Hass und Hetze im Netz auseinander.
- ≡ lernen Gegenstrategien kennen.
- ≡ betrachten das Spannungsfeld von Meinungsfreiheit, Zensur und demokratischen Grundwerten.

## Übersicht Module

Modulnummer und Titel	Worum geht's?	Modulform und Sozialform	Benötigte Materialien
Modul 1: Ist das Hass? (15 + 5 min)	Die TN steigen in das Thema ein, indem sie unterschiedliche Bilder danach einschätzen, ob dies für sie Hass ist oder nicht. Den Beispielen folgen Diskussionen im Plenum. Abschließend wird eine gemeinsame Definition von Hass gefunden.	Meinungsspiegel Plenum	Keine
Zusatzmodul 1.6: Psychologie des Hasses (10 min)	Die TN erarbeiten anhand eines Experteninterviews in KG unterschiedliche Motivationen von Hassredner*innen und setzen sich damit auseinander, warum das Netz die Verbreitung von Hass begünstigt.	Textmodul GA und Plenum	Keine
Modul 2: Begriffsklärung (25 min)	Die TN definieren Begriffe rund um das Thema Hass und Hetze und stellen diese im Plenum vor. Im Anschluss sehen sie ein Video zur Definition von Hate Speech.	Galerie GA und Plenum Videomodul	Moderationskarten, Stifte, Stellwand und Pins oder Tafel und Magnete
Modul 3: Eigene Erfahrung mit Hass und Hetze im Netz (10 min)	Die TN sehen sie sich ein Umfragevideo an, in dem Erfahrungen mit Hass und Hetze im Netz abgefragt werden und diskutieren jeweils zu zweit drei Fragen zu ihren eigenen Erfahrungen mit Hass und Hetze im Netz.	Videomodul Galerie PA und Plenum	Keine
Modul 4: Gegenrede (30 min)	Die TN ordnen Hate Speech Beispielen die passende Gegenrede zu und erarbeiten in KG Merkmale für eine konstruktive Gegenrede. Die anschließend im Plenum gesammelten Merkmale bilden die Basis für die praktische Übung zur selbst gestalteten Gegenrede.	Textmodul GA und Plenum	AB "Gestalte Deine eigene Gegenrede" (s. S. 49)
Modul 5: Das NetzDG (20 min)	Die TN bearbeiten in KG jeweils die positiven oder negativen Auswirkungen des NetzDGs. Mithilfe eines kurzen Videos, Textbausteinen und selbstständigen Onlinerecherchen arbeiten sie entweder die Argumente für oder gegen das NetzDG heraus. Im Anschluss diskutieren sie im Talkshow-Format die Vor- und Nachteile vom NetzDG.	Videomodul Galerie GA und Plenum	Keine

## MODUL 1: IST DAS HASS?

Das Modul besteht aus vier Meinungsspiegeln (Modul 1.1 -1.4) sowie einem Textmodul (Modul 1.5).

Die Teilnehmenden steigen in vier Beispielen (Modul 1.1 – Modul 1.4) in das Thema Hass und Hetze im Netz ein, indem sie gegenüber Diskriminierung sowohl im alltäglichen Leben als auch in der digitalen Welt sensibilisiert werden. Sie erhalten vier Beispiele, die unterschiedliche mögliche Formen der Diskriminierung oder von Hass zeigen. Die Teilnehmenden entscheiden sich, ob das gezeigte Beispiel für sie Hass bedeutet, ob dies vom Kontext abhängig ist oder es für sie in Ordnung ist und damit kein Hass oder eine Form der Diskriminierung darstellt. Im Anschluss werden die Ergebnisse und Positionen gemeinsam im Plenum diskutiert. Die Teilnehmenden machen sich ihre eigenen Standpunkte bewusst bzw. werden ermutigt, einen Standpunkt einzunehmen. Im Gespräch mit anderen Teilnehmenden werden unterschiedliche Meinungen reflektiert, wodurch Positionen und Trennlinien zwischen Meinungsbildern herausgearbeitet werden. Die Beispiele eröffnen so einen Raum, über Diskriminierung zu sprechen und sich auszutauschen. Dabei wird klar, dass Diskriminierung auch dann geschieht, wenn der Sender es vermeintlich nicht böse meint, für die Betroffenen es aber trotz guter Absicht verletzend ist.

Für die jeweiligen Beispiele werden im Folgenden individuelle Impulsfragen und Hinweise für die Besprechungen gegeben.

### **Arbeitsauftrag**

Überlege bei dem folgenden Bild, ob das für Dich Hass ist.

## Modul 1.1:

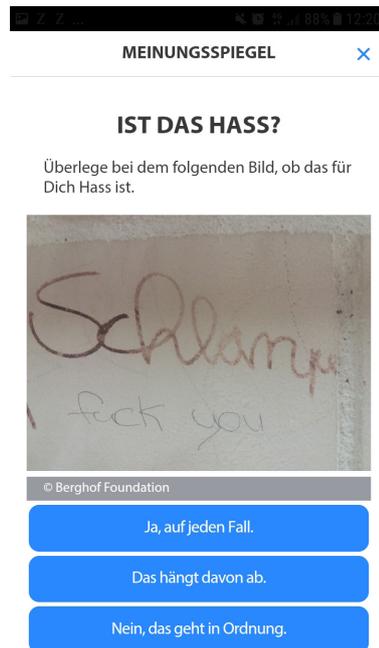


Das Beispiel zeigt einen Messenger-Chat zwischen zwei Personen, der nach einer Absage für eine Party mit „Man ich hasse Dich“ endet. In diesem Beispiel wird thematisiert, inwieweit sich digitale und persönliche Kommunikation unterscheiden. Die Aussage „Ich hasse dich“ ist in der Jugendsprache oft spaßhaft gemeint; dies kann jedoch zu Missverständnissen führen, wenn Aussagen bei dem Gegenüber nicht als Spaß wahrgenommen werden und sich diese dadurch angegriffen fühlen (Wagner et al. 2012). Konflikte eskalieren im Netz aufgrund der Merkmale und Eigenschaften digitaler Kommunikation meist schneller und heftiger, da sich Menschen online anders verhalten als im direkten Kontakt. Aufgrund fehlender nonverbaler Hinweise wie Stimmlage, Mimik etc. ist es bei einer digitalen Nachricht deutlich schwieriger, die Bedeutung der Botschaft zu dechiffrieren. Es fällt schwer, den Kontext sowie die Emotionen und Zustand des Senders herauszulesen. Dadurch entstehen oft Missverständnisse. Außerdem erschwert die digitale Kommunikation empathische Reaktionen (Lapidot-Lefler & Barak 2012) und erleichtert aufgrund fehlender unmittelbarer negativer Konsequenzen das Ausleben von Aggressionen. Zusätzlich gibt es im Netz nur selten eine soziale Kontrollinstanz. Dies setzt die Hemmschwelle für Beschimpfungen und Beleidigungen herab.

Den Teilnehmenden können in der Plenumsdiskussion folgende Fragen gestellt werden:

- ≡ Macht es einen Unterschied, ob „ich hasse dich“ geschrieben oder direkt gesagt wird?
- ≡ Wäre es in einem anderen Kontext auch okay, „ich hasse dich“ zu sagen?
- ≡ Habt Ihr schon mal „ich hasse dich“ im Alltag zu jemandem gesagt?

## Modul 1.2:



Das zweite Beispiel zeigt eine Wand, auf der folgender Schriftzug zu sehen ist: „Schlampe fuck you“. Das Beispiel spricht Sexismus als Form von Diskriminierung an. Im verwendeten Beispiel spricht man vom sogenannten „Slut Shaming“, wenn Mädchen oder Frauen für ihr sexuelles Verhalten, ihr Auftreten oder ihren (vermeintlich „provokativen“) Kleidungsstil angegriffen werden. Mit geschlechtsbezogenen Schimpfwörtern wie „Schlampe“ oder „Nutte“ wollen die Täter Schamgefühle auslösen und Frauen abwerten ([Fluter 2016](#)).“

Frauen sind eine der Gruppen, die am häufigsten von Hate Speech betroffen ist, sowohl online als auch offline. Dabei kommen die Beschimpfungen nicht nur von Jungen und Männern. In einer Untersuchung von Twitter-Meldungen des britischen Instituts Demos stammten etwa die Hälfte der analysierten frauenfeindlichen Tweets von Frauen selbst ([Demos 2016](#)). Sexistische und diskriminierende Stereotype beeinflussen weiterhin die Bildung von Frauen sowie ihre Teilhabe an Wirtschaft und dem öffentlichen Leben. Als Folgen von Hate Speech können sich betroffene Frauen (dies gilt auch für andere betroffene Gruppen) aus der Öffentlichkeit zurückziehen und eine Teilhabe an politischen, wirtschaftlichen und sozialen Leben kann erschwert werden ([Council of Europe 2019](#)).

Den Teilnehmenden können in der Plenumsdiskussion folgende Fragen gestellt werden:

- ≡ Wie geht es Euch, wenn Ihr so etwas lest? (hier sowohl Mädchen als auch Jungen zu Wort kommen lassen)
- ≡ Wie findet Ihr es, wenn solche Beleidigungen im Alltag benutzt werden?
- ≡ Wo sind für Euch die Grenzen von Meinungsfreiheit?
- ≡ Darf jede\*r sagen, was man möchte?
- ≡ Warum ist Spaß oder Langeweile als Motivation, so etwas an die Wand zu schreiben, keine Entschuldigung?

## Modul 1.3:

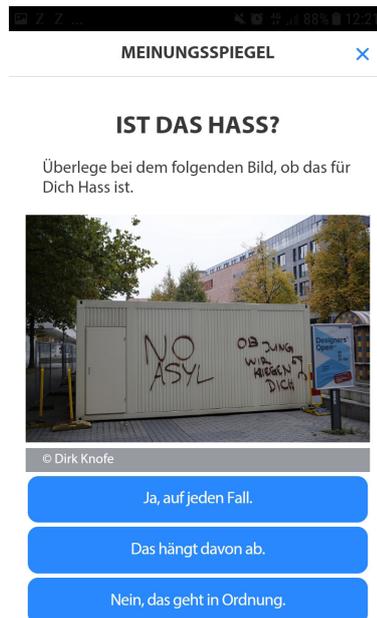


Im dritten Beispiel ist eine Gruppe von schwarz-weißen Pinguinen zu sehen, die sich scheinbar angeregt unterhalten. Etwas abseits steht ein gelber Pinguin mit einem traurigen Gesichtsausdruck. Die beschriebene Situation lässt bewusst Raum für Interpretationen.

Das Beispiel regt zur Reflektion und die Thematisierung Gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit (GMF) an. Unter GMF wird die Abwertung von Menschen aufgrund einer Gruppenzugehörigkeit verstanden. „Wenn Menschen aufgrund ihrer zugewiesenen Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe als irgendwie ‘anders’, ‘fremd’ oder ‘unnormal’ markiert werden, dann wird aus ‘ungleich’ sehr leicht auch ein ‚ungleichwertig‘“ ([BpB 2015](#)). Es findet eine Abgrenzung bis hin zur Abwertung der „Anderen“ statt, was die eigene Ingroup stärkt und aufwertet.

Den Teilnehmenden können in der Plenumsdiskussion folgende Fragen gestellt werden:

- ≡ Stellt das Bild für Euch eine Form von Hass und/oder Diskriminierung dar?
- ≡ Bedeutet Diskriminierung Hass für Euch?
- ≡ Ist Diskriminierung immer sichtbar? (ggf. thematisieren, dass Diskriminierung nicht immer offensichtlich ist)
- ≡ Was bedeutet die farbliche Unterscheidung des einzelnen Pinguins gegenüber der Gruppe in Hinblick auf Diskriminierung? (Thematisierung der Diskriminierung von Gruppen aufgrund spezifischer Merkmale)

**Modul 1.4:**

Das vierte Beispiel zeigt einen Container, auf dem Folgendes zu sehen ist: „No Asyl. OB Jung wir kriegen Dich“ sowie eine Zeichnung eines Galgens. Das Bild wurde in Leipzig aufgenommen und richtet sich gegen den Oberbürgermeister Burkhard Jung, der sich für geflüchtete Menschen und für deren Integration einsetzt. Daraufhin erhielt OB Jung Drohungen, unter anderem in Form des oben beschriebenen Graffitis. Kommunalpolitiker\*innen werden immer wieder für ihr Engagement für Geflüchtete angegriffen und bedroht, was bis zur physischen Gewalt gehen kann. Das Beispiel sensibilisiert die Teilnehmenden gegenüber verbaler Gewalt und zeigt sehr eindeutig die Grenze zwischen Meinungsfreiheit und Persönlichkeitsrechten auf. Es regt zur Reflektion an, wie aus verbaler Gewalt, ob nun als Graffiti an der Wand oder auch in der digitalen Kommunikation, etwa in Kommentarspalten oder sozialen Medien, physische Gewalt werden kann und welche Verletzungen verbale Gewalt verursachen kann.

Den Teilnehmenden können in der Plenumsdiskussion folgende Fragen gestellt werden:

- ≡ Ist das schon Gewalt für Euch?
- ≡ Wann beginnt für Euch Gewalt?
- ≡ Kann Hass zu Gewalt führen?

**Weiterführende Informationen zum Vorfall:**

- ≡ [BZ Berlin, „Hass—Graffiti gegen Leipzigs OB Burkhard Jung \(SPD\)“](#)
- ≡ [Leipziger Volkszeitung, „Drohung gegen Leipzigs OBM Jung – Staatsschutz ermittelt“](#)
- ≡ [Hannoversche Allgemeine, „Beschimpft, bedroht, verfolgt“](#)

## Modul 1.5: Definition von Hass

Abschließend diskutieren die Teilnehmenden, was für sie Hass bedeutet und wie sie Hass definieren. Das Modul endet mit einer Definition von Hass (Modul 1.5), die auf die Unterscheidung zwischen rationalem und irrationalem Hass verweist. Die Definition dient als Grundlage für die weiteren Module, deren Fokus auf irrationalem Hass, der auf rassistischen Vorurteilen, Stereotypen und Einstellungen beruht, liegt.

„Hass kann als intensives Gefühl der Abneigung und Feindseligkeit, bis hin zur Vernichtung verstanden werden. Hass kann zu aggressivem Verhalten führen. Es kann also bis zu dem Wunsch führen, dem anderen zu schaden. Man unterscheidet rationalen und irrationalen Hass.

Rationaler Hass auf eine Person beruht oft auf einer lang andauernden, tiefen Verletzung bzw. Ohnmachtsgefühlen oder einer ungerechten Behandlung durch die Person.

Irrationaler Hass auf Menschen aufgrund ihrer Herkunft, Religion, Geschlecht, Behinderung oder Gruppenzugehörigkeit beruht in der Regel nicht auf eigenen persönlichen Erfahrungen oder Erlebnissen. Grundlage für den Hass sind rassistische Einstellungen, die meist schon in der Kindheit und Jugend angelegt werden.“

Quellen:

- ≡ Wirtz, M. A. (2017), Dorsch – Lexikon der Psychologie, Bern: Hogrefe.
- ≡ Schafer, J. R. und Navarro, J. (2003), The seven-stage hate model: The psychopathology of hate groups, In: FBI Law Enforcement Bulletin 72 (3), 1-8.

## ZUSATZMODUL 1.6: PSYCHOLOGIE DES HASSES

Das Zusatzmodul 1.6 besteht aus einer Textgalerie (Modul 1.6).

Die Teilnehmenden setzen sich anhand eines Interviews mit der Psychologin Josefine Schmitt damit auseinander, warum Menschen hassen und wie die Funktionsweise des Internets dazu beiträgt, dass sich Hass und Hetze online verbreiten. Außerdem werden ihnen erste Anhaltspunkte gegeben, was man gegen den Hass im Netz tun kann.

Die Teilnehmenden fassen in Kleingruppen die wichtigsten Punkte der einzelnen Interviewfragen stichwortartig zusammen. Anschließend werden die Punkte im Plenum zusammengetragen und gemeinsam besprochen.

### Warum hassen Menschen?

„Hass ist ein sehr starkes, zerstörerisches Gefühl gegen eine Person oder eine Gruppe von Personen, was letztlich auch zu verletzende Handlungen gegenüber dem Objekt des Hasses führen kann. Normalerweise entsteht Hass vor allem da, wo sich Menschen besonders nahestehen. Im Gegensatz zu Zorn und Empörung, die unter Umständen quasi über Nacht wieder verschwinden können, ist Hass langandauernd und vor allem rational, d.h. neben dem Gefühl ist auch die Vernunft des Menschen beteiligt und das Bedürfnis, dem Objekt des Hasses zu schaden.

Hass kann reaktiv sein, also eine Reaktion auf eine konkrete, als sehr verletzend empfundene Zurückweisung und Kränkung des Selbstwertgefühls oder auch ein Ergebnis von Ohnmachtsgefühlen. Hass kann aber auch personengebunden sein, wenn er im Charakter des Hassenden begründet ist.

Oftmals geht es bei Hass in erster Linie um eine Aufwertung der eigenen Person oder einer Gruppe durch die sehr starke Abwertung einer anderen Person oder einer Fremdgruppe.

Im Internet findet sich noch eine dritte Version des Hasses: der anonyme/irrationale Hass. Er wird auch als Hate Speech bezeichnet. Dahinter verbirgt sich eine Herabwürdigung und Verunglimpfung bestimmter gesellschaftlicher Gruppen. Die Einstellungen, Werte und Vorurteile, die dafür ursächlich sein können, werden bereits in der frühen Kindheit erworben. Die Anonymität des Internets befördert das Verfassen und Verbreiten von Hate Speech.“

### Warum verbreitet sich Hass vor allem im Netz so schnell?

“Die Strukturen und Funktionsweisen des Internets fördern die Verbreitung von Hass.

Einerseits kann eine einzelne Person innerhalb kürzester Zeit seine Hassbotschaften über soziale Medien an eine sehr große Menge an Menschen verbreiten. Das wiederum kann andere Menschen dazu motivieren, sich dieser Person anzuschließen, Hate Speech zu „teilen“ und ebenfalls zu verfassen.

Neben Menschen können im Internet aber auch sogenannte Social Bots Hass streuen. Social Bots geben vor, Menschen zu sein. In Wirklichkeit sind es aber Computerprogramme, die hasserfüllte Beiträge in großer Zahl und Menge verbreiten.“

## Was treibt Menschen dazu an, Hate Speech im Netz zu verbreiten?

“Grob lassen sich vier verschiedene Motive für die Verbreitung von Hate Speech über das Internet unterscheiden:

- (1) Ausgrenzung und Abwertung einer Fremdgruppe mit dem Ziel der Stärkung einer eigenen positiven Gruppenidentität,
- (2) Einschüchterung der Fremdgruppe,
- (3) die Demonstration von Macht in einer gesellschaftlichen Debatte,
- (4) schlichte Freude am Beleidigen und Erniedrigen anderer.”

## Was kann man gegen den Hass im Netz tun?

“Um etwas gegen Hass im Netz zu unternehmen, kann man auf verschiedenen Ebenen ansetzen.

Einerseits ist es wichtig, die Gesellschaft für die unterschiedlichen Erscheinungsformen (z.B. Cybermobbing, Propaganda, Verschwörungstheorie, Hasskommentare) und Folgen von Hass im Netz zu sensibilisieren.

Darüber hinaus sollten Menschen ermutigt werden, sich Hass im Netz entgegen zu stellen. So geht es in erster Linie um Online-Zivilcourage und darum, sich für eine demokratische Diskussionskultur im Netz einzusetzen.

Strategien wie etwa Widersprechen, Unterstützung suchen, Melden von Hasskommentaren bei Plattformbetreibern oder das Anzeigen von Hate Speech bei der Polizei können dabei helfen, Hass im Netz einzudämmen. Notwendig sind dafür Werte wie Toleranz, Weltoffenheit sowie eine demokratische Grundhaltung.”

## MODUL 2: BEGRIFFSKLÄRUNG

Das Modul 2 besteht aus einer Textgalerie (Modul 2.1) sowie einem Video (Modul 2.2).

Die Teilnehmenden setzen sich mit unterschiedlichen Aspekten rund um das Thema „Hass und Hetze im Netz“ auseinander. Dabei geht es um die Phänomene Digitale Gewalt, Hate Speech, Cybermobbing, Toxisches Feedback und Shitstorm. Sie tauschen sich in ihrer Kleingruppe zuerst aus, ob und woher sie das Phänomen kennen und sollen diese im Anschluss definieren. Dazu arbeiten die Teilnehmenden mithilfe einer eigenen Recherche im Netz die zentralen Merkmale und die Bedeutung eines ihnen zugeordneten Begriffs heraus. Im Anschluss stellen sie ihre Ergebnisse (mithilfe von Moderationskärtchen) den anderen Gruppen vor.

Bei der Besprechung und anschließenden Diskussion ist insbesondere auf die Unterschiede zwischen Cybermobbing als Phänomen gegen Individuen und Hate Speech als Phänomen, das sich gegen Personen und Gruppen aufgrund ihrer Gruppenzugehörigkeit richtet, einzugehen.

### Arbeitsauftrag:

Im Netz gibt es verschiedene Arten von Hass und Hetze. Im Folgenden wollen wir uns anschauen, wie sie sich voneinander unterscheiden.

1. Überlegt gemeinsam in der Kleingruppe, inwieweit Ihr Euren Begriff kennt und was Ihr darunter versteht.
2. Macht eine kurze Onlinerecherche, um anschließend eine Definition für Euren Begriff zu finden. Berücksichtigt dabei, welche Merkmale den Begriff auszeichnen.
3. Stellt Eure Ergebnisse anschließend den anderen Gruppen vor und diskutiert, worin sich die einzelnen Begriffe unterscheiden.

Digitale Gewalt

Hate Speech

Cybermobbing

Shitstorm

Toxisches Feedback

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Digitale Gewalt

Digitale Gewalt „umfasst eine Vielzahl von Angriffsformen, die auf Herabsetzung, Rufschädigung, soziale Isolation und die Nötigung oder Erpressung eines bestimmten Verhaltens der Betroffenen abzielen. Die durch digitale Medien mögliche anonyme Vorgehensweise erleichtert die Angriffe“ ([www.frauen-gegen-gewalt.de](http://www.frauen-gegen-gewalt.de)).

### Hate Speech

Bei Hate Speech werden „in menschenverachtenden Aussagen [...] Einzelne oder Gruppen abgewertet. Die sprachlichen Angriffe können auf Merkmale wie Hautfarbe, Herkunft, Sexualität, Geschlecht, Alter, Behinderung oder Religion von Menschen zielen. Diese Abwertungen basieren auf der Annahme, dass bestimmte Menschengruppen weniger wert als andere seien. [...] Hate Speech ist Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit, die ihren Ausdruck in gewalttätiger Sprache findet. Sie verletzt die Würde und die Rechte von Menschen und kann ganze Gruppen einschüchtern. Sie kann indirekt sein und über Bilder oder Memes funktionieren“ ([Amadeu Antonio Stiftung o.J.](#)).

### Cybermobbing

Als Cybermobbing bezeichnet man „das absichtliche Beleidigen, Bedrohen, Bloßstellen oder Belästigen anderer mithilfe von Internet- und Mobilfunkdiensten über einen längeren Zeitraum hinweg. [...] Zwischen Täter und Opfer besteht somit ein Machtungleichgewicht, welches der Täter ausnutzt, während das Opfer sozial isoliert wird“ ([klicksafe.de o.J.](http://klicksafe.de)). Die Angriffe können rund um die Uhr über das Internet geschehen, das Zuhause oder andere private Rückzugsräume bieten keinen Schutz. Außerdem verbreiten sich Inhalte extrem schnell über das Internet. „Daher ist das Ausmaß von Cyber-Mobbing größer als beim Mobbing offline“ ([klicksafe.de o.J.](http://klicksafe.de)).

### Shitstorm

Ein Shitstorm ist ein „Sturm der Entrüstung in einem Kommunikationsmedium des Internets, der zum Teil mit beleidigenden Äußerungen einhergeht“ ([Duden o.J.](#)). Es handelt sich um „eine Welle ausschließlich negativer Kritik, der sich gegen Einzelne, Unternehmen oder Institutionen richten kann ([JFF 2018](#)).“ Shitstorms treten vor allem in Kommentarspalten, Blogs und den sozialen Medien auf oder es werden massenhaft Emails an eine Person, Unternehmen oder Institution gesendet, die beleidigend und diffamierend sind ([Frauennotruf Frankfurt 2017](#)).

### Toxisches Feedback

Um toxisches Feedback handelt es sich, „sobald Feedback unangemessen oder gar beleidigend wird, hat es nichts mehr mit der kritisierten Person oder ihrer Leistung zu tun – sie ist dann nur noch Projektionsfläche. [...] Je bekannter oder „öffentlicher“ eine Person/Institution ist, desto eher wird sie zur Projektionsfläche (Dorothee Scholz).“

Der Erklärfilm (Modul 2.2) gibt abschließend nochmal eine kurze Zusammenfassung über die Definition von Hate Speech.

### Arbeitsauftrag:

Schaut Euch den folgenden Filmausschnitt an. Er gibt einen kurzen Überblick, was der Begriff Hate Speech bedeutet.

## MODUL 3: EIGENE ERFAHRUNGEN MIT HATE SPEECH

Das Modul besteht aus einem Video (Modul 3.1) und einer Bildergalerie (Modul 3.2).

Die Teilnehmenden reflektieren die eigenen Erfahrungen mit „Hass und Hetze im Netz“. Als Einstieg sehen sie sich ein Umfragevideo an, in dem Erfahrungen mit „Hass und Hetze im Netz“ abgefragt werden (Modul 3.1).

### **Arbeitsauftrag:**

In der folgenden Umfrage berichten Menschen darüber, welche Erfahrungen sie bereits mit Hass und Hetze im Netz gemacht haben. Schau Dir das Video an.

Danach sollen sie ihre eigenen Erfahrungen mit „Hass und Hetze im Netz“ in Partner\*innenarbeit reflektieren und sich austauschen (Modul 3.2). Anschließend werden die Erfahrungen im Plenum kurz besprochen.

### **Arbeitsauftrag:**

Nun geht es darum, welche Erfahrungen Ihr selbst schon mit Hass und Hetze im Netz gemacht habt. Setzt Euch in Kleingruppen zusammen und diskutiert gemeinsam in den nächsten 10 Minuten die folgenden Fragen.

1. Warst Du schon mal von Hass im Netz betroffen?
2. Hast Du Hass im Netz schon einmal gesehen oder mitbekommen?
3. Bist Du schon mal gegen Hass im Netz vorgegangen?
4. Weißt Du, wie man selbst gegen Hass im Netz vorgehen kann?

## MODUL 4: GEGENREDE

Das Modul besteht aus einem Matching (Modul 4.1) sowie einer Bildergalerie (Modul 4.2).

Laut der Kampagne [“No Hate Speech Movement”](#) mussten nur 31% der Verfasser\*innen für ihre Hasskommentare Kritik von anderen Internetnutzer\*innen einstecken. Gegenrede (im Englischen Counter Speech) bedeutet, dass „User\*innen mit Kopf und Herz etwas gegen Hass und Hetze im Netz unternehmen“. Dabei kann Gegenrede sehr unterschiedliche Formen annehmen.

In diesem Modul lernen die Teilnehmenden verschiedene Strategien im Umgang mit Hass und Hetze im Netz kennen und werden zum Verfassen von Gegenrede ermuntert. Dazu sollen Hasskommentare aus dem Netz mit entsprechenden Reaktionen (Gegenreden) gematcht – also einander zugeordnet – werden. In einer anschließenden Diskussion im Plenum werden die möglichen Reaktionen auf Hate Speech kategorisiert und entsprechende Merkmale von Gegenrede festgehalten (Poster oder Tafel). Im zweiten Schritt sollen die Teilnehmenden selbst aktiv werden und zu Beispielen von Hate Speech eine eigene Gegenrede gestalten.

### Arbeitsauftrag:

Ordne den Hate Speech Beispielen die passende Gegenrede zu. Wenn Du ein Match gefunden hast, dann drücke auf den blauen Button. Wenn Du richtig liegst, erscheint ein grüner Rahmen.

### Beispiel 1:

RTL Aktuell  
3. Oktober · 🌐

Schuhe aus und hereinspaziert: Seit 22 Jahren öffnen Moscheen in Deutschland am 3. Oktober ihre Türen.

**Tag der offenen Moschee: Wenn Andersgläubige auf Muslime treffen**

311 Kommentare · 37 Mal geteilt

944 Reaktionen

Find ich super! Ich pack noch schnell ein Spanferkel und ne Pulle Messwein ein und los geht's im Sauseschritt!

Gefällt mir · Antworten · 4 W

Das ist ein sehr gute Initiative, ins Gespräch zu kommen und sich auszutauschen. Einem besseren Weg gibt es nicht, Vorurteile abzubauen und die Integration in unsere Gesellschaft zu fördern. Seien wir mal ehrlich, wer hat diese Einladung während der letzten 22 Jahre angenommen? Zu wenige, wenn man sich die geschmacklosen und herabwürdigenden Kommentare dazu durchliest. #ichbinhier und meine, gerade heute hätten die meisten Zeit, die den Tag der Deutschen Einheit als freien Tag in Anspruch nehmen, ohne ihn auf besondere Art zu begehen.

Gefällt mir · Antworten · 4 W

Der Post von RTL Aktuell auf Facebook thematisiert den Tag der offenen Moschee, der seit 22 Jahren am 03. Oktober begangen wird und das Ziel hat, dass Menschen unterschiedlicher Religionen und Kulturen in der Moschee zusammenkommen und in den Dialog treten können. Der Hasskommentar mit den Worten „Finde ich super! Ich pack noch schnell ein Spanferkel und ne Pulle Messwein ein und los geht’s im Sauschritt!“ ist eine bewusste Provokation und Missachtung der religiösen Vorschriften des Islam (viele Muslime halten sich an die islamischen Speisevorschriften, kein Schweinefleisch zu essen und kein Alkohol zu trinken). Im Kommentar wird also ganz spezifisch gegen die Gruppe von Muslim\*innen gehetzt und ist so der Gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit zuzuordnen.

In der dazugehörigen Gegenrede tritt der\*die Nutzer\*in für die Initiative ein und würdigt die Bemühungen des Tages der offenen Moschee, Vorurteile abzubauen und gemeinsam in den Dialog zu kommen. Hier wird die Strategie der sachlichen, konstruktiven Argumentation auf den Hasskommentar gewählt. Der\*die Nutzer\*in benutzt darüber hinaus den Hashtag #ichbinhier. #Ichbinhier ist eine Initiative, die Menschen für das Thema Hass und Hetze im Netz sensibilisieren und Menschen darin bestärken möchte, gegen Hate Speech vorzugehen. In der gleichnamigen Facebookgruppe schreiben Mitglieder täglich sachliche und konstruktive Kommentare auf Facebook mit dem Ziel, „den pauschalisierenden, abwertenden und aggressiven Stimmen in den Kommentarspalten etwas entgegenzusetzen“.

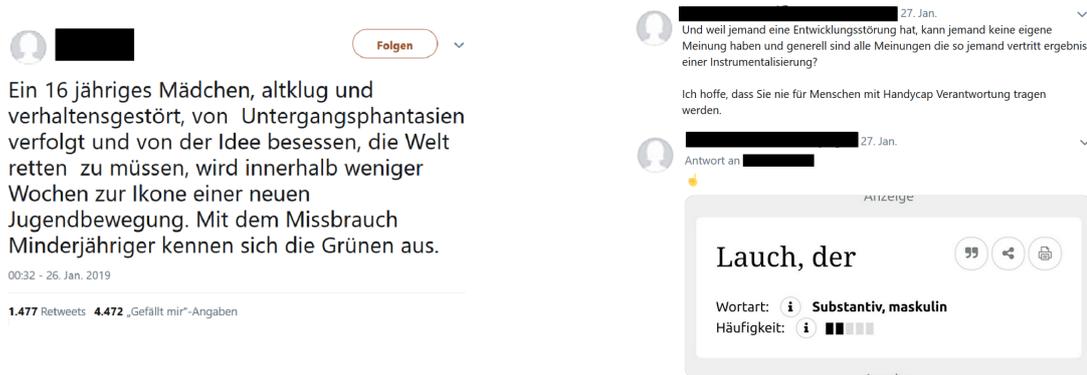
## Beispiel 2:



Der Post von ZDF heuteplus dreht sich um das Engagement von Ricarda Lang, der stellvertretenden Bundesvorsitzenden von Bündnis 90/Die Grünen. Für ihre Forderung, dass Klimaflüchtlinge EU-Bürger\*innen werden könnten, bekam sie eine Welle von sexistischen und beleidigenden Hasskommentaren, bis hin zu Morddrohungen. Auch die Hasskommentare unter dem Post richteten sich gegen ihren Körper. Im Interview mit jetzt.de berichtet Ricarda Lang [hier](#) über ihre Erfahrungen.

In der passenden Gegenrede sprechen Nutzer\*innen ihre Solidarität mit Ricarda Lang aus und unterstützen sie mit positiven Kommentaren in ihrem Engagement. Denn Gegenrede bedeutet nicht immer, dass man inhaltlich auf die Hasskommentare eingehen muss. Eine andere Strategie kann auch sein, den Betroffenen Unterstützung anzubieten und ihnen zu zeigen, dass die Kommentare nichts mit ihnen als Person zu tun haben. Dies kann über einen öffentlichen Post oder auch eine private Nachricht geschehen.

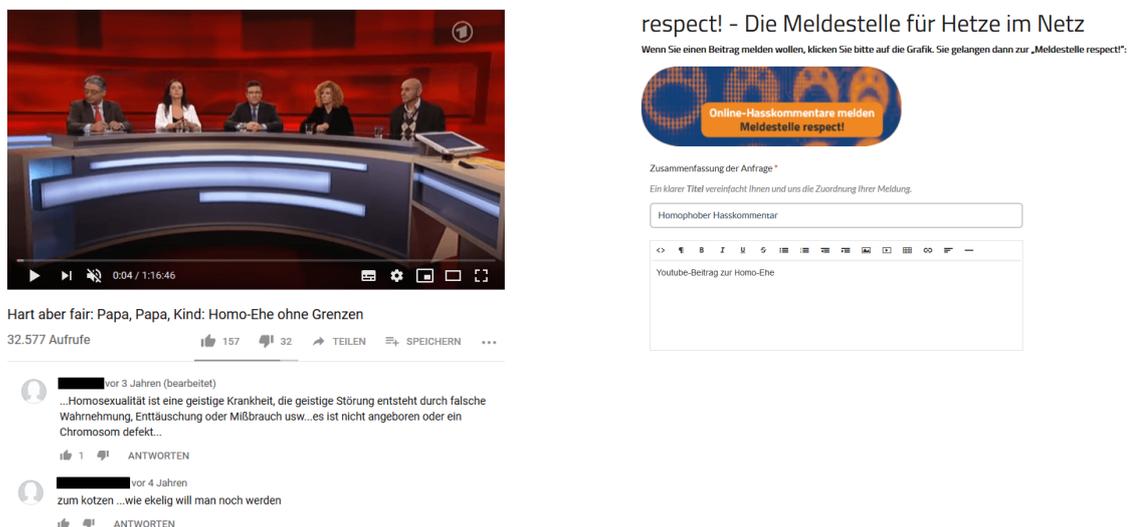
### Beispiel 3:



Der Facebook-Post eines\*r Nutzer\*in richtet sich gegen die 16-Jährige Klimaaktivistin Greta Thunberg. Greta Thunberg wird täglich beleidigt und bedroht, mehr zu den Gründen kann man [hier](#) erfahren. Im Hasskommentar wird Greta Thunberg als „altklug und verhaltensgestört“ bezeichnet, der Post richtet sich also vor allem gegen ihr Alter und ihr Asperger-Syndrom, eine besondere Form des Autismus. Aber auch ihr Geschlecht ist immer wieder Thema von Hasskommentaren.

In der passenden Gegenrede wird mit der Ironie bzw. Humor auf die Hassrede reagiert. Der\*die Nutzer\*in nutzt dazu einen Screenshot von dem Eintrag “der Lauch”, ein unter Jugendlichen verwendetes Wort zur Bezeichnung von u.a. begriffsstutzigen Personen.

### Beispiel 4:



Der Hasskommentar wurde auf YouTube veröffentlicht und bezieht sich auf die Sendung “Hart aber Fair” mit dem Thema „Papa, Papa, Kind: Homo-Ehe ohne Grenzen“, welche die gleichgeschlechtliche Ehe in Deutschland thematisiert. Der Hasskommentar des\*der Nutzer\*in bezeichnet Homosexualität als Krankheit bzw. geistige Störung, ein zweiter Kommentar verwendet die Bezeichnung „ekelig“. Beide Kommentare sind homophob und verbreiten Vorurteile gegenüber Homosexualität, indem sie Homosexuelle als eklig oder krank bezeichnen. LGBTIQ-Menschen (steht im Englischen für Lesbian, Gay, Bisexual, Trans, Intersex, Queer) werden immer wieder Opfer von Hate Speech.

Die Gegenreaktion bei diesem Beispiel ist die Meldung des Kommentars bei der Meldestelle „respect!“ des Demokratiezentrum Baden-Württemberg. Dort können Hasskommentare und Posts gemeldet werden, für die „respect!“ dann überprüft, ob Gesetze verletzt wurden und weitere Schritte eingeleitet werden können. Alternativ kann man Hasskommentare auch einfach mithilfe eines Links auf der [Meldeplattform von Reconquista Internet](#) melden. Diese leitet Meldungen, die vermutlich strafrechtlich relevant sind, an das Demokratiezentrum Baden-Württemberg weiter und bringt sie gegebenenfalls zur Anzeige. Auch auf den Plattformen wie Instagram, YouTube, Facebook und Twitter können Kommentare direkt gemeldet werden, die gegen die Regeln der Plattformen oder die Gesetze in Deutschland verstoßen.

### Beispiel 5:



Der entsprechende Hasskommentar wurde auf YouTube unter einer Doku des WDR zum Thema „Hass auf Juden: Antisemitismus mitten in Europa“ gepostet. Im Kommentar bezeichnet der\*die Nutzer\*in Jüdinnen und Juden als „intelligent und machthungrig“ und führt Aussagen der Verschwörungstheorie an, dass Jüdinnen und Juden die Welt beherrschen würden. Der Kommentar ist antisemitisch und greift gängige antisemitische Klischees auf, um die Gruppe der Jüdinnen und Juden abzuwerten. Die Reaktion auf den Hasskommentar ist hier das Meme mit dem Titel „Ein Hoch auf Verschwörungstheorien“ vom [no-hate-speech-movement](#). Mit dem Meme soll ausgedrückt werden, dass die Argumente des Hasskommentars Teil einer Verschwörungstheorie sind und man diesem Verschwörungsdenken keinen Raum geben möchte. Die Bewegung no-hate-speech-movement bietet auf der eigenen Seite unzählige Memes, Gifs, Videos und Sprüche für das aktive Widersprechen von rechtsextremen, antisemitischen, antimuslimischen, sexistischen und anderen Hasskommentaren an.

## Checkliste "Gegenrede gestalten"

Strategien	Exemplarische Initiativen und Materialien	Vor- und Nachteile
Betroffenen Unterstützung anbieten	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ <a href="#">HateAid</a> ist ein digitales Angebot der Bereitstellung von Guides, um Betroffenen zu helfen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Folgen für Betroffene können abgemildert werden (vermitteln, dass sie nicht alleine sind)</li> </ul>
Mit sachlichen Argumenten der Hassrede kontern (Gegenrede)	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Die Initiative <a href="#">#respektcheck</a> hat die gängigsten homosexuellen- und transfeindlichen Vorwürfe zusammengestellt und Gegenargumente aufgearbeitet (auch Memes und Bilder)</li> <li>≡ Das Projekt »<a href="#">Nichts gegen Juden</a>« der Amadeu Antonio Stiftung bietet inhaltliche korrekte, ausgearbeitete Antworten für Twitter und Facebook etc. auf die gängigsten antisemitischen Klischees und Posts</li> <li>≡ Eine <a href="#">Broschüre</a> der Amadeu Antonio Stiftung und Pro Asyl fasst Fakten und Argumente zur Debatte über Flüchtlinge in Deutschland und Europa zusammen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Sachliche Diskussion wird angeregt</li> <li>+ Die Zuseher*innen können mit sachlichen Argumenten überzeugt werden</li> <li>- Sehr zeitaufwendig, Weltbild der Personen ggf. zu verfestigt, um sie überzeugen zu können</li> </ul>
Gegenrede stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Die Facebook-Gruppe <a href="#">#ichbinhier</a> versucht, sich gegenseitig bei der Gegenrede zu unterstützen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Gegenrede rutscht nach oben; es wird deutlich, dass eine Vielzahl von Nutzer*innen Hasskommentare nicht hinnehmen</li> </ul>
Hassrede bei Plattformbetreibern melden	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Bei der Meldestelle <a href="#">respect!</a> vom Demokratiezentrum Baden-Württemberg können Vorfälle von Online-Hasskommentaren gemeldet werden; die Meldestelle prüft, ob Gesetze verletzt wurden und leitet weitere Schritte ein</li> <li>≡ Auch bei Instagram, Facebook, YouTube und Twitter lassen sich Kommentare und Profile melden; diese werden ggf. gelöscht bzw. blockiert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Bei strafrechtlichen Inhalten haben Hater*innen Konsequenzen zu befürchten</li> <li>- Keine inhaltliche Auseinandersetzung mit den Hassreden</li> </ul>
Mit Ironie oder Humor auf Hassrede reagieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ <a href="#">no-hate-speech-movement</a> bietet spezifische Memes und Gifs zu Rechtsextremismus, Antisemitismus, Antiziganismus, Hate Speech gegen geflüchtete Menschen, antimuslimischer Rassismus, Sexismus etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Kreative Möglichkeit der Auseinandersetzung mit Hassrede</li> <li>- keine sachliche Diskussion</li> <li>- Fronten können weiter verhärtet werden</li> </ul>

Vor dem Hintergrund der gesammelten Strategien und Merkmale von Gegenrede erproben die Teilnehmenden im Folgenden das selbstständige Formulieren von Gegenrede in einer geschützten Übungssituation. Hierzu erhalten sie in der Lern-App insgesamt vier verschiedene Beispiele, die sich auf unterschiedliche Themenkontexte beziehen. Die Teilnehmenden lesen sich die vier Beispiele durch und entwerfen für mindestens zwei der Beispiele eine passende Gegenrede. Die einzelne Gegenrede wird handschriftlich auf einem zugehörigen Arbeitsblatt (AB Sprechblase, S. 49) notiert und nach der Arbeitsphase im Plenum präsentiert.

Bei der Besprechung der Gegenreden können dann nochmal die verwendeten Strategien (siehe Tabelle S. 46) besprochen und folgendes Fazit gezogen werden:

- ≡ Hasskommentaren zu widersprechen ist wichtig und gar nicht so schwer!
- ≡ Es gibt unterschiedliche Strategien dafür, wie jede\*r etwas gegen Hass im Netz tun kann. Wenn Zeit und Energie fehlt, gibt es im Internet z.B. Memes und Sprüche, die man verwenden kann.
- ≡ Wichtig bei Gegenreden ist, immer auf die eigene Sicherheit zu achten.

### Arbeitsauftrag:

1. Schaut Euch die folgenden Bildausschnitte in der Galerie an und lest die Kommentare darin.
2. Entwerft in Kleingruppen in den nächsten 10 Minuten für mindestens zwei der Beispiele eine eigene Gegenrede.
3. Stellt Eure Gegenrede anschließend den anderen Gruppen vor.

### Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

Die folgenden Beispiele von Gegenrede (rote Kästen) wurden von verschiedenen Schüler\*innen während der Testphase der Lern-App 2019 formuliert.



„Deutschland ist ein offenes Land und von demher repräsentiert sie Deutschland perfekt. Sie soll nicht wegen ihrer Religion eingeschränkt werden.“

„Schon mal darüber nachgedacht, ab wann man Deutsche/r ist? Nein? Dann wird es allerhöchste Eisenbahn!! Man ist Deutsch wenn man einen deutschen Pass besitzt. Schnurz pieps egal woher man kommt! #Ichbinhier“



„Jeder Mensch ist wunderbar auf seine eigene Art.“

„Echt traurig, dass manche Menschen noch in der Steinzeit leben. Wir haben das 21. Jahrhundert :).“



„Arme Menschheit. Niemand kann erahnen, aus welchen Lebensverhältnissen diese sogenannten Flüchtlinge kommen. Und jetzt sag mir, würdest Du auf dein Leben hier, dein Zuhause verzichten wollen? Macht Dich andere Sachen, Geld glücklich?“

„Könntest du dich das nächste Mal genauer informieren, bevor du dir eine Meinung über ein Thema bildest.“



„Mensch?!“

„Wen interessiert's? Was sagst Du, wenn er ein Deutscher ist? Es kommt ja wohl nicht auf die Nationalität an.“

Gefördert vom



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend

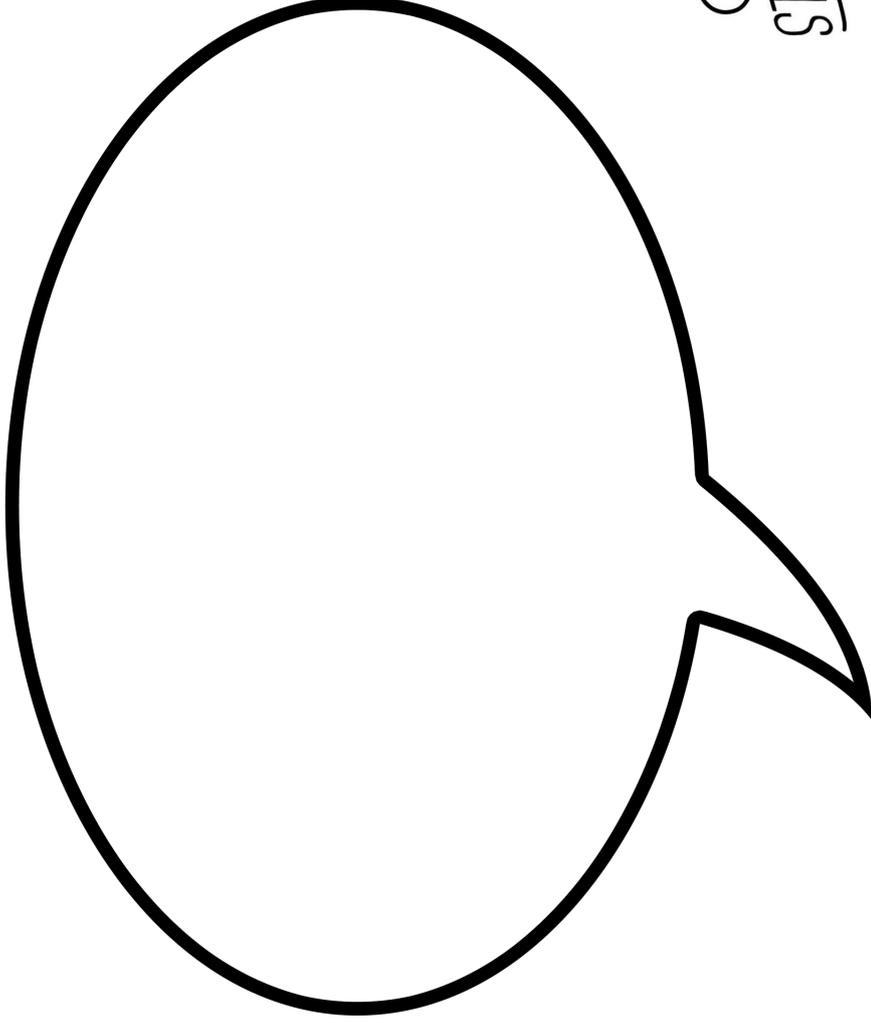
im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie **Leben!**



Bundeszentrale für  
politische Bildung

# Gestalte Deine eigene Gegenrede



 Berghof Foundation

## MODUL 5: DAS NETZDG

Das Modul besteht aus einem Video (Modul 5.1) und einer Galerie mit Textbausteinen (Modul 5.2).

Neben den persönlichen Handlungsoptionen, die jede\*r einzelne im Hinblick auf Hasskommentare hat, wird auch debattiert, wie die Politik bei dem Thema in die Verantwortung genommen werden könnte. Auf der Suche nach einer politischen Antwort auf Hate Speech erließ der Bundestag ein Gesetz zur Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken. Es trat am 01. Oktober 2017 in Kraft und steht seitdem in der Kritik. Das so genannte Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) „verpflichtet die Betreiber gewinnorientierter sozialer Netzwerke dazu, „offensichtlich strafbare Inhalte“ binnen 24 Stunden nach Eingang einer Beschwerde zu löschen. Bei Nichtbeachtung dieser Vorgabe drohen den Unternehmen Bußgelder von bis zu 50 Millionen Euro ([No Hate Speech Movement](#)).“

Die Teilnehmenden steigen mit einem kurzen Video (Modul 5.1) aus der Tagesschau, in dem über die Einführung des NetzDGs berichtet wird, in das Modul ein.

### Arbeitsauftrag:

Hass im Netz geht nicht nur einzelne Bürger\*innen, sondern auch den Staat selbst etwas an. Doch wie kann ein demokratischer Staat mit Hass und Hetze im Netz umgehen?

Mit dem sogenannten Netzwerkdurchsetzungsgesetz, kurz NetzDG genannt, versucht die Politik, Gesetze auch im Netz durchzusetzen und nimmt Social Media Plattformen in die Pflicht.

Schaut Euch den Beitrag der Tagesschau zum NetzDG an.

Während einige Stimmen die Einführung des NetzDGs begrüßen, gibt es von vielen Seiten Kritik. Deshalb setzen sich die Teilnehmenden im nächsten Schritt mit den hervorgebrachten Pro- und Contra-Argumenten in der Debatte um das NetzDG auseinander. Hierzu lesen sie drei kurze Textabschnitte. Sie sammeln Pro- und Contra-Argumente und notieren diese (Gruppenleitende können aus dieser Übung auch eine kurze Debatte herleiten, indem sie zwei Gruppen einteilen, die jeweils Pro- oder Contra-Argumente sammeln. Die beiden Gruppen können im Anschluss die Argumente in einer Debatte austauschen).

### Arbeitsauftrag:

Im Folgenden findet Ihr kurze Textauschnitte zum Gesetz. Sammelt mithilfe der Textauschnitte gemeinsam Argumente für und gegen das NetzDG.

## Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz war nötig und überfällig

Von: Heiko Maas

Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz [...] schafft endlich mehr Transparenz. Die Netzwerke selbst sind jetzt erstmals verpflichtet, halbjährlich über ihre Praxis mit dem Umgang von Beschwerden zu berichten. Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz lässt die Verantwortung der Justiz und die strafrechtliche Aufarbeitung völlig unberührt.

Unser Rechtsstaat bleibt gefordert: Wer strafbare Inhalte im Netz verbreitet, muss von der Justiz konsequent verfolgt und zur Rechenschaft gezogen werden. Das hat weiter absolute Priorität.

[\(Bundeszentrale für politische Bildung 2018\)](#)

## Der Storch-Effekt

Von: Götz Hamann

Das NetzDG hat Schwächen, aber es abzuschaffen wäre Quatsch. Dank dieses Gesetzes streiten wir darüber, wie wir online öffentlich miteinander reden wollen.

Das NetzDG ist ein, wenn auch unzureichender Schritt hin zu weniger Gewalt im öffentlichen Diskurs: weniger Hetze und weniger Beleidigungen, weniger Rassismus und Nazi-Parolen. Dafür braucht es eine dem digitalen Wandel angemessene Anstrengung des Staates. Denn nur zur Erinnerung: Das NetzDG verschärft nicht das Recht, sondern zwingt lediglich die Digitalkonzerne unter Androhung von Strafe dazu, geltendes Recht endlich anzuwenden und rechtswidrige Äußerungen zu löschen.

Dieses Gesetz nun zurückzunehmen, bloß weil es Schwächen hat und das Problem nicht binnen Tagen löst, dessentwegen es erschaffen wurde, wäre absurd. Im Gegenteil, die Aufmerksamkeit, die das NetzDG auf die Grenzfälle der Meinungsfreiheit lenkt, ist gut. Das Gesetz führt ja eben nicht dazu, dass Äußerungen aus dem Internet verschwinden, sondern überweist üble Wortmeldungen in eine Quarantäne-Station, bis sich Gerichte damit beschäftigen. In der Zwischenzeit wird das Gesagte zum Gegenstand einer gesellschaftlichen Diskussion.

[\(Zeit Online 2018a\)](#)

## Dieses Gesetz bedroht die Meinungsfreiheit

Von: Markus Beckedahl

Die Verbesserung der Rechtsdurchsetzung bei strafbarer “Hasskriminalität” war das Ziel [...]. Man spricht von “offensichtlich rechtswidrigen Inhalten”. Sie müssen innerhalb von 24 Stunden nach Kenntnisnahme gelöscht werden, sonst drohen hohe Geldstrafen. Das ist das Problem dieses Gesetzes: Die sozialen Medien werden in die Rolle von Richtern ihrer selbst gedrängt. Es nimmt die Rechtsauslegung über potenziell strafbare Inhalte und die Entscheidung darüber, was offensichtlich strafbar ist, aus der Verantwortung von Gerichten und überträgt sie den Plattformen. Nicht einmal ein Widerspruchsrecht für gelöschte Inhalte ist geplant.

Die Gefahr wird nun im sogenannten “Overblocking” gesehen: Dass Plattformen lieber zu viel löschen als zu wenig, um eben Geldbußen zu umgehen. Denn was ist “offensichtlich rechtswidrig” in Fragen der Meinungsfreiheit, wo der Kontext oft entscheidend ist [...]?

Der effektivere Weg, gegen Hasskriminalität vorzugehen, ist es, Täter zu ermitteln und vor Gericht zu stellen. Das ist deutlich abschreckender als die Benachrichtigung, dass ein Hasskommentar gelöscht wurde.

([Süddeutsche 2017](#))

### Beispielfragen für die Debatte

- ≡ Wer hat schon einmal von dem NetzDG gehört? Wenn ja, in welchem Zusammenhang?
- ≡ Was haltet Ihr von der Idee, das Netz stärker zu regulieren?
- ≡ Gibt es aus Eurer Sicht noch andere Regulierungen, die wichtig wären?
- ≡ Was sind mögliche Gefahren der Regulierung?

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Was spricht für das NetzDG?

Geltendes Recht kommt zur Anwendung, indem Netzwerkbetreiber rechtswidrige Inhalte aufgrund des NetzDGs löschen müssen.

Das Gesetz ermöglicht einen höheren Schutz für Betroffene, da Hasskommentare ggf. direkt wieder verschwinden.

Durch das Gesetz muss sich beim Umgang mit Hass und Hetze im Netz nicht nur auf die Richtlinien von Netzwerkbetreibern verlassen werden.

Regelmäßige Transparenz über den Umgang mit Hasskommentaren ist verpflichtend.

Das Gesetz trägt zum Anstoß der Debatte über den generellen Umgang im Netz sowie die Grenzen von Meinungsfreiheit bei.

Das Gesetz ist ein erster wichtiger Schritt hin zu weniger Gewalt und Beleidigung im Netz.

### Was spricht gegen das NetzDG?

Netzwerkbetreiber übernehmen Verantwortung dafür, welche Inhalte „offensichtlich rechtswidrig sind“ und treten damit in die Rolle des Rechtsstaates.

Eine öffentliche Kontrolle des Löschverfahrens oder ein Widerspruchsrecht für gelöschte Inhalte sind geplant.

Viele befürchten ein Overblocking, wenn Plattformen aus Angst vor Strafen zu viel löschen – auch Inhalte, die eigentlich legal sind.

Viele befürchten eine Zensur im Netz.

Das Gesetz hätte zur Folge, dass die Grenzen der Meinungsfreiheit von Netzwerkbetreibern festgelegt werden: wo Meinungsfreiheit endet und Strafbestände beginnen, ist schwer zu beurteilen.

Das Löschen eines Hasskommentars hat kaum eine Wirkung, lediglich die Strafermittlung gegen Täter\*innen ist sinnvoll.

## Dialoglabor 3: Bots und Algorithmen

Im Alltag haben Algorithmen längst einen festen Platz eingenommen – ob bei der Nutzung von Google Maps, der Suche nach Musikvideos auf YouTube oder dem angezeigten News-Feed bei Instagram oder Facebook. Dennoch zeigt eine Studie der [Bertelsmann Stiftung 2018](#), dass die meisten Deutschen sehr wenig über den Einsatz und Hintergrund von Algorithmen wissen. 45 % der befragten Menschen in Deutschland fällt demnach nichts zu dem Begriff „Algorithmus“ ein. Auch einzelne Einsatzgebiete von Algorithmen sind vielen unbekannt, wie etwa in Bewerbungsverfahren, bei der Polizei oder der Justiz (Fischer und Petersen, 2018).

Algorithmen sind per se nicht als positiv oder negativ zu bewerten, ihr Einsatz kann sowohl Chancen als auch Risiken mit sich bringen – abhängig von den zugrundeliegenden Motiven des Einsatzes. Ohne Algorithmen würde heute zum Beispiel keine Ampel funktionieren und kein Nahverkehr. Algorithmen können aber auch gesellschaftliche Risiken mit sich bringen, insbesondere im Hinblick auf unser demokratisches Zusammenleben. So filtern Algorithmen aufgrund unseres Nutzungsverhaltens Inhalte, die uns im Netz angezeigt werden oder nicht. Dadurch, sowie durch die Funktionsweise der Sozialen Medien, werden Filterblasen und Echokammern, in denen wir uns (digital) bewegen, verstärkt. Da kaum Inhalte angezeigt werden, die dem eigenen Weltbild widersprechen, ist die digitale Filterblase deutlich geschlossener als die im realen Leben.

Ähnlich können auch Social Bots, Computerprogramme, die in sozialen Netzwerken eingesetzt werden und in automatisierter Form Nachrichten oder bestimmte Meinungen verbreiten, wirken. Laut Simon Hegelich ([2016](#)) ist das Beeinflussungspotenzial durch Social Bots sehr groß, empirisch jedoch schwer nachzuweisen. Mögliche Gefahren für die Demokratie ergeben sich insbesondere durch die gezielte Manipulation von Meinungsbildungsprozessen sowie die Verbreitung von Desinformation zur gezielten Beeinflussung des öffentlichen Diskurses. Technischer Fortschritt macht die Identifizierung von Social Bots für Nutzer\*innen zudem immer schwieriger; gerade beim Kurznachrichtendienst Twitter, wo ohnehin nur wenige Zeichen pro Meldung erlaubt sind, ist die Differenzierung zwischen Mensch und Maschine besonders herausfordernd ([Deutschlandfunk 2016](#)). Dennoch bieten Algorithmen und Bots auch viele Chancen. Algorithmen ermöglichen es uns, schnell Informationen zu filtern und zu finden, wir können uns über Plattformen mit anderen Menschen vernetzen, aber auch zu Lösungen für gesellschaftliche Probleme beitragen. Hierbei wird es in der Praxis vor allem darauf ankommen, wie Technologien ausgestaltet und eingesetzt werden. Um sich mit den zahlreichen ethischen und rechtlichen Fragen auseinanderzusetzen, die mit dem Einsatz von Algorithmen und Künstlicher Intelligenz (KI) einhergehen, hat die Bundesregierung 2018 daher die Datenethikkommission ins Leben gerufen.

## Lernziele des Dialoglabors

### Die Teilnehmenden

- ≡ eignen sich Wissen über Einsatzgebiete von Algorithmen an.
- ≡ reflektieren, wo und in welcher Form sie mit Algorithmen konfrontiert sind und werden dazu angeregt, sich über die verschiedenen Einsatzgebiete eine Meinung zu bilden.
- ≡ setzen sich aktiv mit ihrer eigenen Filterblase auseinander.
- ≡ wissen, welche Risiken, aber auch Chancen Social Bots und Algorithmen für ein demokratisches und friedliches Zusammenleben haben können.
- ≡ lernen, in welchem Kontext Algorithmen und Social Bots bereits eingesetzt werden und bekommen Tipps, anhand welcher Merkmale sie identifiziert werden können.

## Übersicht Module

Modulnummer und Titel	Worum geht's?	Modulform und Sozialform	Benötigte Materialien
Modul 1: Algorithmen am Werk (15 min)	Die TN steigen in das Thema ein, indem sie anhand von Beispielen den Einsatz von Algorithmen bewerten. Dabei müssen sie entscheiden, ob sie diesen jeweils gut finden oder nicht. Den Beispielen folgen Diskussionen im Plenum.	Meinungsspiegel Plenum	Headset/Kopfhörer
Module 2: Begriffsklärung (25 min)	Die TN definieren Begriffe rund um das Thema Bots und Algorithmen und stellen diese im Plenum vor. Im Anschluss zur vorherigen Übung sehen die TN ein kurzes Video zur Definition von Algorithmen.	Galerie GA und Plenum Videomodul	Headset/Kopfhörer
Modul 3: Ein Blick in die Filterblase (15 min)	Anknüpfend an die Definition der Begriffe Filterblase und Echokammer gestalten die TN visuell ihre eigene Filterblase und setzen sich anschließend mit der Frage auseinander, welche Folgen Filterblasen haben können und wie man aus ihnen „ausbrechen“ kann.	Textmodul Plenum	AB “Ein Blick in die Filterblase” (s. S. 65)

<p>Modul 4: Chatbots im Netz (15 min)</p>	<p>Die TN kommunizieren mit Chatbots und lernen erfahrungsbasiert, wie sich diese Kommunikation von der mit Menschen unterscheidet. Sie reflektieren, wo und wie ihnen Chatbots im Alltag bereits begegnen.</p>	<p>Textmodul Plenum</p>	<p>Keine</p>
<p>Modul 5: Auswirkungen von Bots und Algorithmen (20 min)</p>	<p>Die TN bearbeiten in Kleingruppen jeweils ein Beispiel von „Auswirkungen von Bots und Algorithmen“ und stellen sie anschließend den anderen Gruppen vor. Im Plenum diskutieren sie, welche Auswirkungen Bots und Algorithmen auf das Zusammenleben und eine demokratische Gesellschaft haben können.</p>	<p>Galerie Plenum</p>	<p>Keine</p>
<p>Modul 6: Social Bots im Netz (10 min)</p>	<p>Die TN erstellen eine Checkliste zu Merkmalen von Social Bots. Diese werden anschließend im Plenum besprochen.</p>	<p>Textmodul GA und Plenum</p>	<p>Keine</p>
<p>Modul 7: Chancen von Bots und Algorithmen (15 min)</p>	<p>Zum Abschluss setzen sich die TN mit Hilfe eines Interviews mit den Chancen von Bots und Algorithmen für eine demokratische Gesellschaft auseinander.</p>	<p>Galerie GA und Plenum</p>	<p>Keine</p>

# MODUL 1: ALGORITHMEN AM WERK

Das Modul besteht aus drei Meinungsspiegeln (Modul 1.1 – 1.3).

Die Teilnehmenden steigen in das Thema „Algorithmen“ ein, indem sie auf Basis ihres Vorwissens den Einsatz von Algorithmen in unterschiedlichen Kontexten bewerten: Sie entscheiden sich dafür, ob sie den Einsatz von Algorithmen gut finden oder nicht. Im Anschluss werden die Ergebnisse und einzelnen Positionen im Plenum diskutiert. Die Teilnehmenden begründen ihre persönliche Bewertung des Beispiels und tauschen sich über verschiedene Positionen aus. Die Diskussion kann mit zusätzlichen Informationen zu den jeweiligen Beispielen von dem\*der Gruppenleitenden weiter angeregt werden. Dabei dient Modul 1 dem Einstieg in die Thematik und der Wahrnehmung, dass Algorithmen im Alltag allgegenwärtig sind und sie in den unterschiedlichsten Bereichen genutzt werden.

Bei jedem der drei Beispiele lassen sich folgende Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ≡ Weshalb findet Ihr den Einsatz von Algorithmen hierbei gut/nicht gut?
- ≡ Wie begründet Ihr Eure Position?
- ≡ Welche Vorteile und welche Nachteile ergeben sich daraus?

## **Arbeitsauftrag:**

Algorithmen begegnen uns fast überall. Entscheide für das folgende Beispiel, ob du den Einsatz okay findest oder nicht.

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

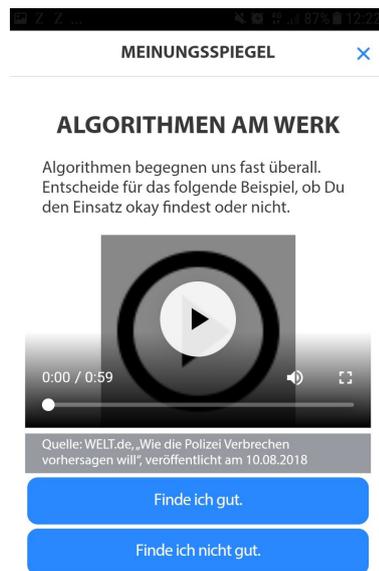
### Modul 1.1:



Das erste Beispiel zeigt einen kurzen Auszug der Nutzungsbedingungen, die für die Plattform Instagram gelten. In dem Abschnitt geht es um die Personalisierung von Inhalten im Netz. Dies begegnet jungen Menschen in sozialen Medien etwa durch das Anzeigen personalisierter Werbung, dem Vorschlag von neuen Nutzer\*innenkonten zur Vernetzung oder dem Vorschlag spezifischer Themeninhalte. Diese personalisierten Inhalte erstellt Instagram durch den Einsatz von algorithmischen Systemen, indem Netzaktivitäten von Nutzer\*innen analysiert und ausgewertet werden.

Instagram macht in seinen Nutzungsbedingungen dabei deutlich, dass sich die Personalisierung nicht nur auf der Basis des eigenen Nutzer\*innenverhaltens auf Instagram begründet, sondern auch auf Aktivitäten außerhalb der Plattform. Das bedeutet, dass Instagram z.B. auch das individuelle Surfverhalten im Internet auswertet und verwendet. Zudem spielt auch das Nutzer\*innenverhalten von anderen Menschen, mit denen man online vernetzt ist, eine Rolle für die personalisierten Inhalte. Durch die großen Datenmengen ermöglicht die Personalisierung, sich ohne große eigene Anstrengung direkt mit den Themen auseinanderzusetzen, die den eigenen Interessen entsprechen. Die Kehrseite davon ist aber, dass man wenig anderen Themen und Perspektiven ausgesetzt ist und so die eigene Filterblase verstärkt wird (s. Modul 3: Ein Blick in die Filterblase).

## Modul 1.2:



Das zweite Beispiel zeigt ein kurzes Video zum Thema „Predictive Policing“ – eine Technik, die Verbrechen erkennen soll, bevor sie sich überhaupt ereignet haben. Dabei geht es um die Prognosesoftware „Precops-Pre-Crime-Observation-System“, die zur Bekämpfung von Einbrüchen eingesetzt wird. Sie errechnet auf der Grundlage von statistischen Methoden und aus eingespeisten Daten Wahrscheinlichkeitsprognosen darüber, wo und wann ein hohes Einbruchrisiko gegeben ist. Aufgrund der durch Algorithmen erstellten Prognose kann die Polizei reagieren und die Präsenz von Polizeistreifen in den jeweiligen Gebieten verstärken oder überhaupt erst einsetzen.

Während manche das Programm als neue Chance begreifen, sehen andere den Einsatz von Algorithmen in der Polizeiarbeit (und der Justiz) kritisch. Sie sehen die Gefahr, dass Statistiken später ebenfalls auf Individuen angewandt werden und so auch unbeteiligte Personen in ein Raster fallen. Dies ist mit der Befürchtung vor sogenanntem „Racial Profiling“ verbunden, wobei die Kontrolle von Personen aufgrund ihrer angenommenen ethnischen Zugehörigkeit verstärkt wird. Auch in der Justiz werden Algorithmen in den USA dazu genutzt, das Rückfallrisiko für Staftäter\*innen zu berechnen – teils mit gravierenden Folgen für bestimmte Bevölkerungsgruppen ([Heise 2016](#); [Heise 2017](#)). Deshalb wird gefordert, dass der Quellcode solcher Programme bekannt gemacht werden müsste, um die Logik dahinter transparent zu machen.

Weiterführende Informationen zum Thema:

- ≡ Süddeutsche Zeitung (2014), [Gesucht: Einbrecher der Zukunft](#)
- ≡ SWR (2016a), [Hightech gegen Diebe: Einbrecher kommen gerne wieder](#)

## Modul 1.3:



MEINUNGSSPIEGEL

### ALGORITHMEN AM WERK

Algorithmen begegnen uns fast überall. Entscheide für das folgende Beispiel, ob Du den Einsatz okay findest oder nicht.

**Wenn der Computer Nein sagt**

„Zunehmend wählen große Firmen ihre Bewerber mithilfe von Algorithmen aus. [...] Knapp sechs Prozent der größten Unternehmen Deutschlands setzen schon einen solchen Algorithmus ein, weitere 13 Prozent haben das zumindest vor. [...] Der Computer scannt dazu die Unterlagen und sortiert Bewerber aus, die die zuvor programmierten Einstellungskriterien nicht erfüllen.“

Quelle: Süddeutsche (<https://bit.ly/2M8jICU>)

Finde ich gut.

Finde ich nicht gut.

Im dritten Beispiel geht es um den Einsatz von Algorithmen im Personalwesen. Wie das Beispiel zeigt, nutzen große Unternehmen Algorithmen zunehmend für den Bewerbungsprozess, „von der Analyse des Arbeitsmarktes und seiner Entwicklung über Tools, die die Wechselseitigkeit von potenziellen Mitarbeiter:innen berechnen, bis hin zu automatisierten Lösungen, die Bewerbungen filtern oder gar (Vor-)Auswahlgespräche führen“ (Knobloch und Hustedt 2019). Die Studie weist auch darauf hin, dass bisher nur 35% der Deutschen wissen, dass Algorithmen überhaupt in der Personalauswahl eingesetzt werden (ebd.).

Die Chance, die viele Unternehmen durch den Einsatz von Algorithmen sehen, ist ihren Auswahlprozess effizienter zu machen und eine\*n möglichst passende\*n Bewerber\*in auszuwählen, wobei Datenanalysen durch Algorithmen helfen können. Außerdem besteht die Hoffnung, dass die Auswahl durch Algorithmen neutraler und fairer ist, da die Entscheidungen durch Personaler\*innen häufig sowohl von bewussten als auch von unterbewussten stereotypen Vorurteilen geleitet wird.

Allerdings muss dies kein Vorteil sein, da auch Algorithmen von Menschen geschrieben werden und diese deshalb bestimmte Werte und Ideale (und eine mögliche Voreingenommenheit gegenüber bestimmten Gruppen) der Programmierer\*innen widerspiegeln (Knobloch und Hustedt 2019). Hinzu kommt, dass Algorithmen immer auf Daten aus der Vergangenheit beruhen und so die Gefahr besteht, dass Diskriminierungen, die bereits bestanden, durch Algorithmen reproduziert werden. In Österreich führte der Einsatz von Algorithmen in Jobcentern z.B. dazu, dass Frauen und Ausländer\*innen geringe Chancen auf Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen haben (Zeit 2019). Ein weiteres Risiko ist, dass der Auswahlprozess „entmenschlicht“ wird und letztendlich nicht mehr der Mensch im Mittelpunkt steht. Zu guter Letzt ist eine von Algorithmen getroffene Entscheidung wenig nachvollziehbar und transparent (Knobloch und Hustedt 2019).

## MODUL 2: BEGRIFFSKLÄRUNG

Das Modul besteht aus einer Galerie (Modul 2.1) und einem Video (Modul 2.2).

In diesem Modul setzen sich Teilnehmende mit unterschiedlichen Aspekten im Kontext von Social Bots und Algorithmen auseinander. Dabei geht es um die Begriffe Filterblase, Echokammer, Algorithmus, Social Bots und Künstliche Intelligenz. In Kleingruppen bearbeiten die Teilnehmenden jeweils einen Begriff, tauschen sich dafür zunächst über ihr Vorwissen aus und erarbeiten mithilfe einer Onlinerecherche eine Definition für den Begriff. Die Ergebnisse werden auf kleinen Moderationskärtchen notiert und im Anschluss im Plenum präsentiert.

### Arbeitsauftrag:

Zum Thema Bots und Algorithmen tauchen unterschiedliche Begriffe im Netz auf. Im Folgenden wollen wir uns anschauen, was sie bedeuten:

1. Überlegt gemeinsam in der Gruppe, woher Ihr den Begriff kennt und diskutiert, was Ihr darunter versteht
2. Macht eine kurze Onlinerecherche und notiert gemeinsam eine Definition für Euren Begriff
3. Stellt Eure Ergebnisse anschließend den anderen Gruppen vor.

Algorithmus

Filterblase

Echokammer

Social Bots

Künstliche Intelligenz (KI)

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Algorithmus

Ganz allgemein bezeichnet ein Algorithmus „eine Reihe von Anweisungen, die Schritt für Schritt ausgeführt werden, um ein Problem zu lösen oder eine Aufgabe zu bewältigen. Damit ist ein Algorithmus z.B. vergleichbar mit einem Kuchenrezept oder einem Navigationsgerät, welches basierend auf einem Algorithmus den schnellsten oder kürzesten Weg berechnet ([Giga 2017](#)).

### Filterblase

Der Begriff der Filterblase (engl. filter bubble) wurde 2011 von Eli Pariser ins Leben gerufen und beschreibt, wie „den Nutzer\*innen sozialer Netzwerke durch die Algorithmen vorrangig Inhalte angezeigt werden, die für sie aufgrund ihres Nutzungsverhaltens als relevant eingestuft werden“ ([Amadeu Antonio Stiftung o.J.](#)). Der Algorithmus nutzt Informationen darüber, wie lange man sich auf bestimmten Webseiten aufhält, welche Inhalte man anklickt und mit welchen Nutzer\*innen man häufig in Kontakt steht ([LMZ-BW](#)).

### Echokammer

Zu unterscheiden von der Filterblase ist die Echokammer: „Viele Menschen neigen dazu, sich in sozialen Netzwerken mit Gleichgesinnten zu umgeben und dabei gegenseitig in der eigenen Position zu verstärken. In einer solchen Echokammer entsteht dann der Eindruck, dass die eigene Position Mehrheitsmeinung ist“ ([Amadeu Antonio Stiftung o.J.](#)).

### Social Bots

„Bot“ ist die Kurzform für den englischen Begriff „robot“, also Roboter. Dabei sind Social Bots „Computerprogramme, die in sozialen Medien in automatisierter Form Nachrichten oder Meinungen verbreiten – zum Beispiel durch Likes, Tweets, oder Retweets bei Diensten wie Twitter. Dabei wird der Eindruck erweckt, hinter den entsprechenden Social-Media-Profilen stünden reale Menschen“ ([pwc Deutschland 2017](#)). Die dafür notwendigen Profile können automatisiert erstellt werden oder im Internet käuflich erworben werden ([netzpolitik.org](#)).

### Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet „die Eigenschaft eines IT-Systems, eine der kognitiven Leistungsfähigkeit des Menschen ähnliche Fähigkeit zu zeigen. Diese Fähigkeit kann ansatzweise ausgebildet sein, sie kann auch über die menschliche Fähigkeit hinausgehen. Dazu sind in unterschiedlichen Anteilen bestimmte Kernfähigkeiten notwendig: wahrnehmen, verstehen, handeln und lernen“ ([Bitkom 2017](#)).

Der Erklärfilm (Modul 2.2) gibt abschließend nochmal eine kurze Zusammenfassung über die Definition von Algorithmen.

### Arbeitsauftrag:

Schaut Euch nun den folgenden Filmausschnitt an. Das Video gibt nochmal einen Überblick über die Definition von Algorithmen und den Zusammenhang der eben besprochenen Begriffe.

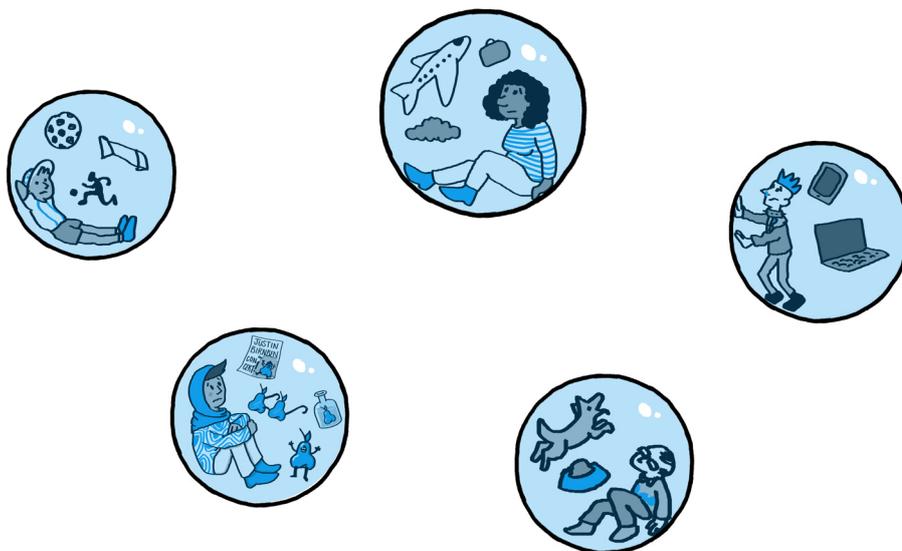
## MODUL 3: EIN BLICK IN DIE FILTERBLASE

Das Modul besteht aus einem Textmodul (Modul 3).

Der Begriff der Filterblase ist vor allem seit dem US-Wahlkampf 2016 in aller Munde. Er beschreibt, wie „den Nutzer\*innen sozialer Netzwerke durch die Algorithmen vorrangig Inhalte angezeigt werden, die für sie aufgrund ihres Nutzungsverhaltens als relevant eingestuft werden“ ([Amadeu Antonio Stiftung o.J.](#)). Nutzer\*innen sollen sich wohlfühlen und Werbung konsumieren, wodurch sich die sozialen Netzwerke und Suchmaschinen finanzieren ([Grimme Institut](#)).

Wie stark Filterblasen wirken ist allerdings noch nicht geklärt. Während einige Expert\*innen glauben, dass Filterblasen Donald Trump zur Wahl zum US-Präsidenten verholfen haben, sprechen andere vom „Mythos von der Filterblase“ ([Süddeutsche 2018](#)). Durch die „Personalisierungsmöglichkeiten“ auf Sozialen Netzwerken ist es zwar einfacher geworden, sich mit präferierten Themen auseinanderzusetzen und andere zu meiden ([Grimme Institut](#)). So identifizierte BR Data zum Beispiel bei einer Analyse der Seite von Pegida Nürnberg auf Facebook ein rechtspopulistisches Netzwerk, in dem etablierte Parteien und Medien kaum eine Rolle mehr spielen ([BR Interaktiv](#)). Andere argumentieren jedoch, dass es vor allem von den aktiven Entscheidungen der Nutzer\*innen abhängt, welche Nachrichten konsumiert werden ([Grimme Institut](#); [Süddeutsche Zeitung 2018](#)).

In dem Modul setzen sich die Teilnehmenden mit ihrer eigenen Filterblase auseinander. Dabei geht es darum, diese visuell darzustellen und zu reflektieren, welche Themen sie im Netz und innerhalb der von ihnen genutzten Social Media-Kanäle besonders umgeben und welche gar nicht (dazugehöriges Arbeitsblatt als Kopiervorlage auf S. 65). In einer anschließenden Diskussion im Plenum wird darüber gesprochen, welche Folgen Filterblasen haben können und welche Möglichkeiten es gibt, aus seiner eigenen Filterblase „auszubrechen“.



## Arbeitsauftrag:

Habt Ihr schon einmal überlegt, wie Eure eigene Filterblase eigentlich aussieht?

1. Schau Dir den News-Feed in Deinen Social Media-Kanälen an, die Du besonders häufig nutzt. Welche Themen tauchen hier besonders oft auf und welche gar nicht?
2. Gestalte in den nächsten 10 Minuten darauf basierend Deine eigene Filterblase. Greife die Themen auf, die Dich im Netz viel umgeben, aber auch die, die gar keine Rolle spielen.
3. Überlege Dir, ob und welche Möglichkeiten es gibt, aus Deiner Filterblase auszubrechen.

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

Tipps zum Ausbruch aus der Filterblase:

- ≡ Nutzung alternativer Suchmaschinen abseits von Google, z.B. „[Duckduckgo](#)“, was ein vollständig anonymisiertes Suchverhalten ermöglicht
- ≡ Installation von Add-ons wie „[Ghostery](#)“, einem datenschutzorientiertem Werbeblocker, durch den auch das Tracking (die Beobachtung und Auswertung der Netzaktivität von Nutzer\*innen) gestoppt wird
- ≡ Parteien oder Personen folgen, deren Meinung man normalerweise nicht teilen würde
- ≡ Vielfältige Medienformen und Plattformen nutzen

Quelle:

- ≡ [Mimikama 2017](#)

Gefördert vom



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend

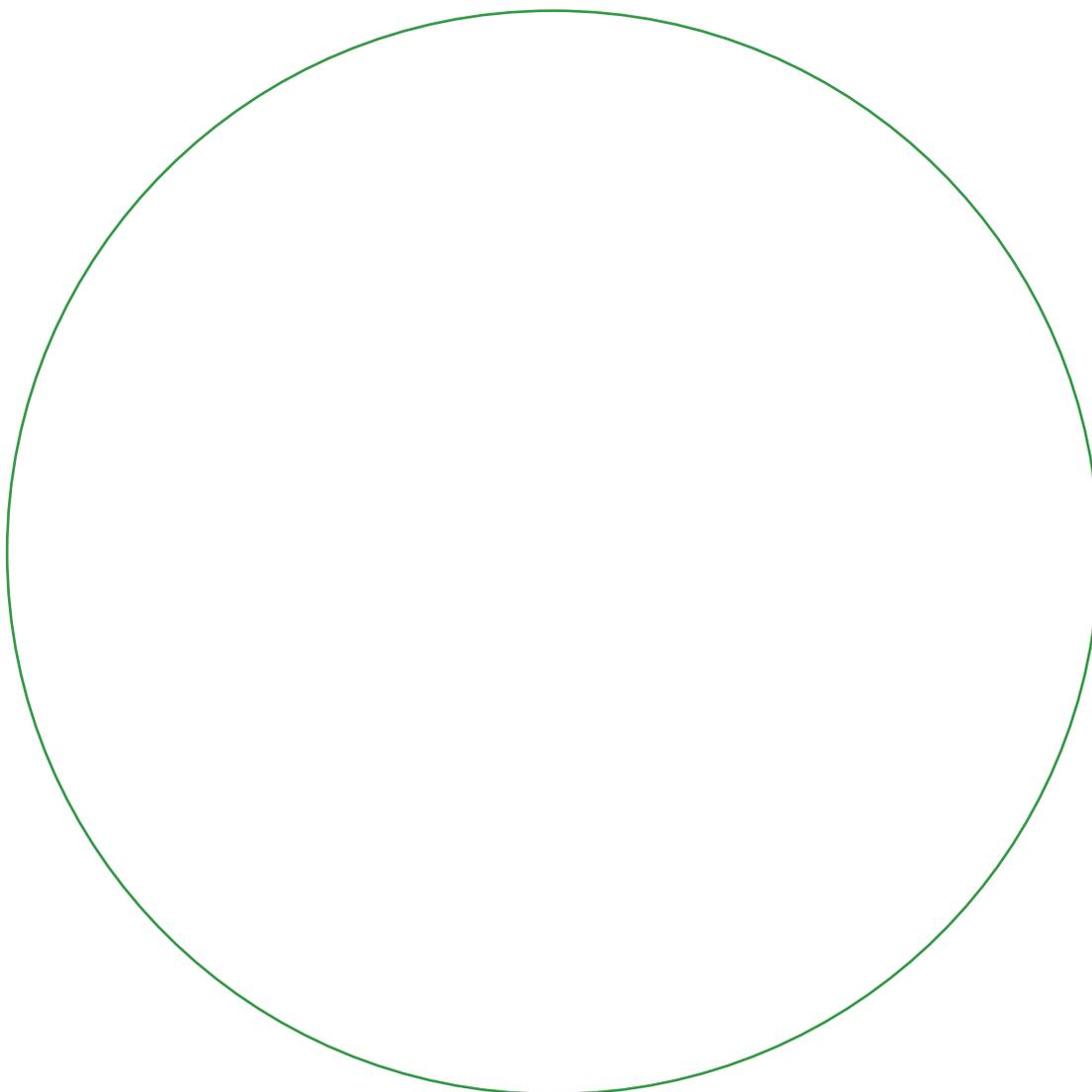
im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie *leben!*



Bundeszentrale für  
politische Bildung

# Ein Blick in die Filterblase



## MODUL 4: CHATBOTS IM NETZ

Das Modul besteht aus einem Textmodul (Modul 4).

Im Netz kommen Bots mit unterschiedlichen Zielen und auf unterschiedlichen Plattformen zum Einsatz – als Programme, die online selbstständig agieren. Dabei unterscheidet man zwischen zwei Bot-Arten, nämlich Chatbots und Social Bots ([LMZ-BW](#)). Der Data-Science-Experte Simon Hegelich von der TU München schlägt folgende Merkmale für die Unterscheidung vor: „1. Chatbots kommunizieren in der Regel reaktiv, während Social Bots auch selbst aktiv werden, 2. Chatbots lassen sich in der Regel einer Quelle zuordnen, während Social Bots ihre Urheberschaft zu verschleiern versuchen“ ([pwc Deutschland 2017](#)). Es lassen sich zwei technische Varianten von Chatbots unterscheiden. Während textbasierte Chatbots auf Schlüsselbegriffe reagieren, ziehen verständnisbasierte Chatbots mithilfe künstlicher Intelligenz auch die Sprache (Satzbau, Grammatik etc.) zur Generierung ihrer Antwort mit ein ([LMZ-BW](#)). Chatbots werden zum Beispiel von Unternehmen für den Kundenkontakt oder in Messenger-Apps eingesetzt. Große Internetkonzerne wie Apple oder Amazon arbeiten etwa mit Sprachassistenten wie Siri oder Alexa ([Netzpolitik.org 2016](#)).

Dass auch Chatbots nicht ganz unproblematisch sind, zeigt Tay, ein Chatbot von Microsoft mit künstlicher Intelligenz, welcher von der Kommunikation mit jungen Menschen lernen sollte. Tay wurde nach kurzer Zeit von Microsoft abgeschaltet, da dieser rassistische Aussagen machte ([Zeit Online 2016](#)).

In dem Modul setzten sich die Teilnehmenden mit Chatbots auseinander, indem sie verschiedene Chatbots, wie z.B. „[Elbot](#)“ oder den „[Bots des Bundestags](#)“ testen können. Der deutsche Chatbot „Elbot“ von Artificial Solutions wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Loebner-Preis, der die Entwicklung der Künstlichen Intelligenz fördern soll ([Der Spiegel 2008](#)).

Ziel des Moduls ist, dass die Teilnehmenden erfahrungsbasiert lernen, wie sich die Kommunikation mit Chatbots von der mit echten Menschen unterscheiden kann.

Bei der Übung lassen sich die folgenden Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ≡ Was ist Euch im Chat aufgefallen?
- ≡ Wie hat der Chatbot auf Eure Fragen oder Kommentare reagiert?
- ≡ Kommuniziert Ihr im Alltag öfter mit Chatbots oder Sprachassistenten?
- ≡ Woran habt Ihr erkannt, dass es kein Mensch ist, mit dem Ihr kommuniziert?

### Arbeitsauftrag:

Im Netz spielen auch Bots eine Rolle. Es kann zwischen unterschiedlichen Bots unterschieden werden. Manche Bots sind gut zu erkennen, sogenannte Chatbots.

1. Testet verschiedene Chatbots, z.B. „Elbot“ oder den Bot des Bundestages. Unterhaltet Euch mit ihnen und stellt Fragen.
2. Woran erkennt Ihr, dass Ihr mit Chatbots sprecht und nicht mit Menschen?

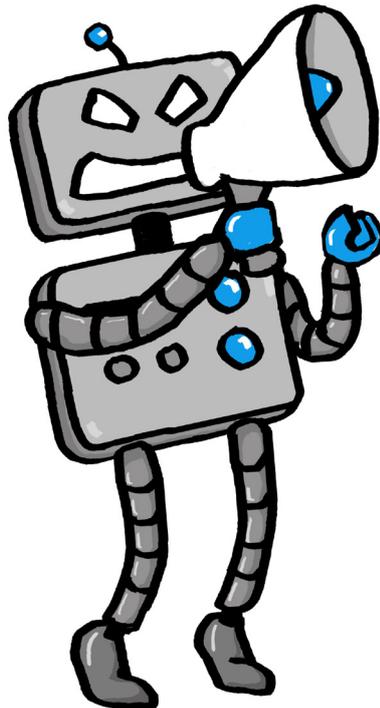
## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

Tipps zum Erkennen von Chatbots:

- ≡ Chatbots können in der Regel Fragen zum räumlichen Denken kaum plausibel beantworten
- ≡ Chatbots verstehen häufig keine Ironie oder Sarkasmus
- ≡ Chatbots reagieren meist schnell und reaktiv
- ≡ Chatbots geben sich im Gegenteil zu Social Bots in der Regel zu erkennen

Quellen:

- ≡ [Bitkom](#),
- ≡ [Zeit Online 2018b](#),
- ≡ [Netzpolitik 2016](#)



## MODUL 5: AUSWIRKUNGEN VON BOTS UND ALGORITHMEN

Das Modul besteht aus einer Galerie mit drei Textbausteinen (Modul 5).

Sowohl Algorithmen als auch Bots haben einen Einfluss auf unser Zusammenleben und demokratische Prozesse, denn Technik kann instrumentalisiert und manipuliert werden. Die Entscheidungsfindung von Algorithmen ist in den meisten Fällen nicht transparent und Bots können als Propaganda-Instrumente genutzt werden. Beide Techniken werden eingesetzt, um Meinungen im Netz gezielt zu manipulieren. Deshalb ist es wichtig, die Teilnehmenden für die gesamtgesellschaftlichen Konsequenzen von Bots und Algorithmen zu sensibilisieren.

In diesem Modul soll die Urteilskompetenz der Teilnehmenden gestärkt werden, indem sie anhand verschiedener Beispiele die Risiken des Einsatzes von Bots und Algorithmen erarbeiten und bewerten. In Kleingruppen wird ihnen jeweils ein Textausschnitt zugeordnet, der aufzeigt, welche Folgen der Einsatz von Bots und Algorithmen auf Demokratie und Gesellschaft haben kann. Die Teilnehmenden erarbeiten die Auswirkungen ihres Beispiels, notieren sie und stellen die Gefahren im Plenum vor. Anschließend sollen die Auswirkungen im Plenum auf einer Meta-Ebene diskutiert werden.

### **Arbeitsauftrag:**

1. Lest Euch in Eurer Kleingruppe das Beispiel über die möglichen Auswirkungen von Bots und Algorithmen durch und notiert diese.
2. Stellt den anderen Gruppen die Gefahren aus Eurem Beispiel vor und diskutiert gemeinsam, welche Auswirkungen dies auf das Zusammenleben und eine demokratische Gesellschaft haben kann.

## Beispiel 1: Diskriminierende Algorithmen

```

import java.io.*;
import java.lang.reflect.Method;
import java.util.*;
import java.util.Arrays;
import java.util.Collections;

public class UnsortedSetTest {
    public static void main(String[] args) throws Exception {
        String[] allFileNames = {"hounds.txt", "huckfinn.txt", "oz.txt", "war.txt", "ess/FactBook.txt"};
        String[] noCIA = {"hounds.txt", "huckfinn.txt", "oz.txt", "war.txt"};
        countWords(new BinarySearchTree<String>(), allFileNames(0));
        for (String s : allFileNames) {
            System.out.println(s);
            countWordsOurBinarySearchTree(s);
        }
        // return total number of words in all files
        public static int[] countWordsCollection(Collection<String> c, String fileName)
            throws Exception {
            Scanner fileScanner = new Scanner(new File(fileName));
            int total = 0;
            while (fileScanner.hasNext()) {
                total++;
            }
            System.out.println("Time for " + c.getClass() + " : " + total);
            System.out.println("c.size() = " + c.size());
            System.out.println("total words including duplicates: " + total);
            assert total == c.size();
            return new int[] {total, c.size()};
        }
        // assert list != list = new int[] {1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11}; //errors/_
        // (assert list != null & list.length > 0 : "failed precondition");
        al++;
        st.stop();
        System.out.println("total = " + total + " total words including duplicates: " + total);
    }
}
public class UnsortedSetTest2 {
    public static void main(String[] args) throws Exception {
        String[] allFileNames = {"hounds.txt", "huckfinn.txt", "oz.txt", "war.txt", "ralp(dClass).txt"};
        String[] noCIA = {"hounds.txt", "huckfinn.txt", "oz.txt", "war.txt"};
        countWords(new BinarySearchTree<String>(), allFileNames(0));
        for (String s : allFileNames) {
    
```

Quelle: Science Photo Library/AFP

## Programmierter Rassismus

Von: Eva Wolfnagel

„Computer und Algorithmen sollen uns nun von Vorurteilen befreien. Entwicklungen auf dem Gebiet der künstlichen Intelligenz sollen uns Entscheidungen nicht nur abnehmen, sondern bessere und objektivere Entscheidungen treffen.

So weit die Idee. Zuletzt aber geschah Folgendes: Eine Google-Software beschriftete das Foto einer Afroamerikanerin mit “Gorilla”. Wenn die Menschen “professionelle Frisur” googelten, tauchten in den ersten Ergebnissen der Bildersuche nur blonde Flechtfrisuren auf. In der Endauswahl eines maschinell entschiedenen Schönheitswettbewerbs landeten nur weiße Kandidatinnen. Eine Software der neuseeländischen Passbehörde verweigerte die Anerkennung asiatischer Pässe, der Algorithmus ging davon aus, dass die Augen der Abgebildeten geschlossen waren. Und ein System, das Richterinnen und Richtern helfen sollte, zu entscheiden, welche Häftlinge vorzeitig entlassen werden sollten, war der Ansicht, dass eine dunkle Hautfarbe das entscheidende Kriterium für eine hohe Rückfallwahrscheinlichkeit für Straftaten sei. [...] Die modernen Algorithmen lernen auf der Grundlage von ausgewählten Trainingsdaten, also

beispielsweise Informationen darüber, wie Menschen diese Entscheidungen bislang getroffen haben. Und sie erkennen darin Muster. Wenn aber bereits die Trainingsdaten von den Entwicklern unzureichend ausgewählt wurden, reproduzieren die Algorithmen das Problem.

[...] Rassistische Tendenzen werden häufig erst dann bemerkt, wenn etwas offensichtlich schiefgelaufen ist, wie im Fall des Gorillas und der Google-Software. Andernfalls reproduzieren sie bestehende Vorurteile, die ungelöste ethische Fragen aufwerfen. Deshalb müsse die Gesellschaft eine Debatte darüber führen, wieso und ob sie das Bedürfnis habe, dass angeblich objektive Algorithmen Urteile über Menschen fällen, sagt Tobias Matzner. [...] Womöglich kommen wir am Ende der Debatte zum Schluss, dass doch besser weiterhin Menschen über Menschen urteilen sollten. Fehler miteingeschlossen.“

(Zeit Online 2018c)

## Beispiel 2: Der Einfluss von Social Bots auf Wahlen



Quelle: Paul Ellis/AFP

## Gefährden Meinungsroboter die Demokratie?

Von: Adrian Lobe

„Der US-Präsidentenwahlkampf geht in seine heiße Phase. Nach den ersten beiden TV-Duellen wetzen beide Lager die rhetorischen Klagen und kämpfen mit harten Bandagen. Doch die vielleicht entscheidenden Faktoren in dieser Schlammschlacht sind nicht die unermüdlichen Wahlhelfer oder Spin-Doktoren, sondern Bots – automatisierte Skripte, die Content generieren.

Auch beim Brexitvotum in Großbritannien haben sich Softwareagenten eingeschaltet. Wie der Soziologe und Kommunikationsforscher Philip N. Howard von der Oxford University und sein Koautor Bence Kollanyi von der Corvinus University in einer aktuellen Veröffentlichung berichten, handelte es sich bei den aktivsten Accounts beider Lager um Bots. Diese Accounts, @ivoteLeave und @ivoteStay, folgten, welche Ironie, einem ähnlichen Algorithmus. Beide Bots haben keinen genuin neuen Content generiert, sondern mechanisch Twitterbotschaften retweetet.

Auch der Politologe Simon Hegelich [...] warnt in einem aktuellen Thesenpapier für die Konrad-Adenauer-Stiftung vor den Gefahren von Social Bots: „Bots manipulieren die Trends in sozialen Netz-

werken, und diese Trends fließen in politische und wirtschaftliche Entscheidungsprozesse ein. (...) Im schlimmsten Fall verleiten sie aber Politiker dazu, in ihren Statements oder sogar in ihrer Politik auf solche Trends einzugehen.“ Das Beeinflussungspotenzial, der so genannte Bot-Effekt, sei „theoretisch sehr groß, lässt sich empirisch aber nur schwer nachweisen“, schreibt Hegelich.

Softwareroboter trommeln damit auch in der hiesigen Debattenlandschaft und verschaffen als automatisierte Claqueure in sozialen Netzwerken Themen eine Relevanz, die nicht das Meinungsbild in der Gesellschaft widerspiegelt. Der Einsatz von künstlicher Intelligenz in Form von digitalen Assistenten, Bots und Algorithmen lässt Entscheidungen alternativlos erscheinen – ihre rein technischen Voreinstellungen begrenzen so das offene Entscheidungsspektrum der deliberativen Demokratie.“

([Spektrum 2016](#))

## Beispiel 3: Die Rolle von Social Bots in Konflikten



Quelle: Yuriy Dyachyshyn/AFP

### Social Bots: Gefahr für die Demokratie?

Von: pwc Deutschland

„Auch wenn Social Bots spätestens im Zuge der US-Präsidentenwahl zu einem viel beachteten Medienthema wurden, gibt es nur eine begrenzte Zahl von wissenschaftlich nachgewiesenen Fallbeispielen. Zu den am besten dokumentierten Fällen gehört der großflächige Einsatz von Meinungsrobotern während des Ukraine-Konflikts im Jahr 2014. Dabei wiesen zwei deutsche Wissenschaftler, ausgehend von einer Analyse von abgesetzten Twitter-Beiträgen mit dem Hashtag #Ukraine, die Existenz eines mutmaßlich von ukrainischen Rechtsnationalisten gesteuerten Social Bots-Netzwerks mit rund 15.000 aktiven Twitter-Accounts nach

[...] So ging es in den Beiträgen nicht nur um Politik, sondern die Bots „sprachen“ über populäre Themen wie Fußball, machten sexistische Witze und verbreiteten Links zum Download amerikanischer Kinofilme. Damit zielten sie vermutlich auf den Geschmack der anvisierten Zielgruppe. Die rechte Propaganda, um die es den Urhebern des Netzwerks in Wirklichkeit ging, wurde in diese Konversationen sozusagen in homöopathischen Dosierungen eingestreut. Das gleiche galt für gezielte Falschinformationen wie die Behauptung, die

Separatisten in der Ostukraine planten, russische Raketen auf die Hauptstadt Kiew zu richten. Dabei folgten die Bots offensichtlich nicht nur stupiden Befehlen ihrer menschlichen „Botmaster“.

Stattdessen sorgten hochkomplexe Algorithmen dafür, dass die Meinungsroboter einen „hohen Grad an Autonomie“ aufwiesen und lediglich abstrakten Regeln folgten [...]. Aufgrund dieser Strategie wurde es für normale Nutzer extrem schwierig, die tatsächlichen Motive der Urheber zu erkennen. Aus diesem Beispiel und ähnlichen dokumentierten Fällen – unter anderem während der Brexit-Kampagne – lassen sich zumindest drei potenzielle Gefahren ableiten, die Social Bots für die demokratische Debattenkultur bergen:

1. Durch die massenhafte Verbreitung von Fake News sind Social Bots in der Lage, gezielt „falsche Tatsachen“ in Umlauf zu bringen, was vor allem in angespannten politischen Lagen potenziell dramatische Folgen haben kann.
2. Durch die schiere Menge verbreiteter Beiträge können Social Bots die Trends in den sozialen Netzwerken manipulieren und so die öffentliche

Meinung in eine bestimmte Richtung lenken.

3. Mit ihren oftmals radikalen Positionen tragen Social Bots dazu bei, dass sich (menschliche) User aus politischen Debatten zurückziehen. Im Ergeb-

nis betreiben die Meinungsroboter eine Verrohung des öffentlichen Diskurses.”

([pwc Deutschland 2017](#))

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Was sind mögliche Gefahren von Bots und Algorithmen auf das Zusammenleben und eine demokratische Gesellschaft?

- ≡ Wichtig zu beachten ist: Algorithmen sind nicht per se schlecht oder böse, es kommt jedoch immer auf die Interessen und Ziele derjenigen Akteure an, die hinter den Algorithmen stehen und von ihnen profitieren.
- ≡ Algorithmen sind nicht objektiv: zum einen können hinter der Programmierung bestimmte Absichten und Interessen stecken, zum anderen kann die Verwendung von Datensätzen aus der Vergangenheit, mit denen sie programmiert und trainiert werden, dazu führen, dass bestehende Diskriminierungen fortgeschrieben werden (s. Textausschnitt „Programmierter Rassismus“).
- ≡ Algorithmen sind in den meisten Fällen nicht transparent, was zur Verstärkung von Diskriminierung und Vorurteilen führen kann.
- ≡ Ethische Debatten in der Gesellschaft zu bestimmten Einsatzbereichen von Algorithmen fehlen bislang.
- ≡ Social Bots können Desinformationen in kurzer Zeit massenhaft verbreiten und dadurch die Meinung in sozialen Netzwerken manipulieren und in eine bestimmte Richtung lenken.
- ≡ Durch die Manipulation von Meinungen in sozialen Netzwerken kann ein falsches Bild einer „Mehrheitsmeinung“ entstehen. Dies wiederum kann dazu beitragen, dass sich Debatten polarisieren und Menschen radikalisieren, weil sie denken, dass sie die Mehrheitsmeinung vertreten. Die vermeintliche Mehrheitsmeinung wird dann häufig als Rechtfertigung von Gewalttaten gegen bestimmte Bevölkerungsgruppen verwendet.
- ≡ Die Verbreitung radikaler Positionen kann zu einer Verrohung des öffentlichen Diskurses und zum Rückzug von Nutzer\*innen aus Debatten führen. Vor allem marginalisierte, von Hate Speech betroffene Gruppen ziehen sich aus menschenfeindlichen Diskussionen oder sogar insgesamt aus sozialen Netzwerken zurück.
- ≡ Die verzerrten Trends, die durch Social Bots entstehen können, können im schlimmsten Fall auch Einfluss auf politische Entscheidungen, wie z.B. Wahlen nehmen (Beispiele hierfür sind z.B. das Brexitvotum sowie der US-Wahlkampf 2016, s. Textausschnitt „Gefährden Meinungsroboter die Demokratie?“)

## MODUL 6: SOCIAL BOTS IM NETZ

Das Modul besteht aus einem Textmodul (Modul 6).

Social Bots sind programmierte Software-Roboter, die durch gefälschte Social Media-Accounts vorgeben, echte Menschen zu sein ([Hegelich 2016](#)). Die Abkürzung „Bot“ steht dabei als Kurzform für den englischen Begriff „Robot“ ([BpB 2017a](#)). Je nach Programmierung können sie in kürzester Zeit eine hohe Leistung erbringen: Inhalte teilen, liken, antworten oder selbst generierte Inhalte und Aussagen verbreiten. ([LMZ BW](#)). Während die Existenz von Social Bots im Netz unumstritten ist und es manipulierte Trends und algorithmische Verzerrungen im Netz gibt, ist die tatsächliche Wirkung, etwa auf politische Willensbildung, empirisch nur schwer nachweisbar. Fragen zur Auseinandersetzung mit dem Phänomen von Social Bots haben bereits Eingang in den Bundestag gefunden und wurden 2017 in einem öffentlichen Fachgespräch des Ausschusses für „Bildung, Forschung, und Technikfolgenabschätzung“ debattiert ([Deutscher Bundestag 2017](#)).

Die Teilnehmenden setzen sich nun mit den Merkmalen von Social Bots auseinander. Anhand ihres Vorwissens sowie einer Recherche im Netz sammeln sie auf dem Arbeitsblatt „Merkmale von Social Bots“ passende Hinweise zur Erkennung von Social Bots.

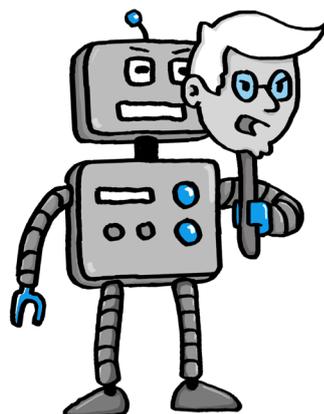
Bei der Übung lassen sich die folgenden Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ≡ Habt Ihr zuvor schon einmal von Social Bots gehört? Wenn ja, in welchem Kontext?
- ≡ Ist jemandem von Euch schon einmal ein gefälschter Account im Netz begegnet?

### Arbeitsauftrag:

Im Gegensatz zu vielen Chatbots geben sich Social Bots nicht zu erkennen. Sie zielen in der Regel darauf ab, als „echte“ Menschen wahrgenommen zu werden. Sie zu entlarven ist nicht leicht.

1. Schaut Euch auf den Seiten von [Correctiv.org](#) oder [Saferinternet.at](#) um.
2. Erarbeitet eine Checkliste, wie man Social Bots erkennen kann.



## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Aktivität

Wie aktiv ist ein\*e Nutzer\*in? → eine besonders hohe Anzahl von Aktivitäten pro Tag sollte misstrauisch machen (Die [University of Oxford](#) geht ab 50 Tweets pro Tag eines Accounts von automatisierten Accounts aus; diese Klassifizierung nutzen auch weitere Institutionen wie etwa [Botswatch](#))

### Profil des Accounts

Wirkt das Profil seriös? Taucht das Profilbild nur im Profil auf oder ist es im Netz auch in einem anderen Zusammenhang zu finden? Machen die Angaben im Profil Sinn?

### Verhalten

Werden Posts nur zu einem bestimmten Thema geteilt? Werden Postings immer von demselben Medium oder Account geteilt?

### Schreibstil

Wie wirkt der Schreibstil des Accounts? Werden immer ähnliche Schlagwörter verwendet oder sind häufig grammatikalische Fehler zu finden?

#### Quellen:

- ≡ [BpB 2017b](#)
- ≡ [Der Spiegel 2017a](#)

## MODUL 7: CHANCEN VON BOTS UND ALGORITHMEN

Das Modul besteht aus einer Textgalerie (Modul 7).

Die Teilnehmenden setzen sich anhand des Interviews mit der Autorin Julia Krüger (u.a. bei netzpolitik.org) abschließend mit positiven Aspekten von Bots und Algorithmen auseinander. Sie reflektieren, dass Bots und Algorithmen nicht per se eine Gefahren darstellen, sondern auch Chancen für das Zusammenleben einer demokratischen Gesellschaft bieten können.

### Arbeitsauftrag:

Wir haben mit der freien Autorin Julia Krüger ein Interview darüber geführt, welche Chancen Bots und Algorithmen bieten können.

Lest Euch nun das Interview durch und notiert Euch zu den einzelnen Antworten kurze Stichworte.

### Sind Bots und Algorithmen eine Gefahr für die Demokratie?

„Bots und Algorithmen stellen per se keine Gefahr für die Demokratie dar. Bots sind Computerprogramme, die weitestgehend automatisch sich wiederholende Aufgaben abarbeiten, ohne dabei auf menschliche Interaktion angewiesen zu sein. Hinter Computerprogrammen stecken Algorithmen: informatische Werkzeuge, um mathematische Probleme automatisiert zu lösen. Ohne diese Werkzeuge würde heute keine Ampel funktionieren, kein Nahverkehr und zumeist auch kein Wecker. Kritisch ist, wenn 1. der Staat die Kontrolle verliert über IT-Infrastrukturen, die unser Zusammenleben sichern: Wasser, Strom, Verwaltung etc., 2. digitale Öffentlichkeiten durch intransparente Algorithmen großer Plattformen und Bots manipuliert werden, 3. der Staat Datenanalyse- und Plattformtechnologien (Künstliche Intelligenz) nicht für sich nutzen kann. Von besonderer Bedeutung ist der aktuelle Technologieschub für die Automatisierung der „Kopfarbeit“ – aber wo brauchen wir die genau und wofür?“

### Welche Chancen eröffnen sich durch den Einsatz von Algorithmen für unsere demokratische Gesellschaft?

„In der Theorie bieten Algorithmen bzw. die durch Algorithmen ermöglichte Vernetzung der Gesellschaft, die Entwicklung großer Kommunikationsplattformen und die Auswertung der Daten vernetzter Geräte unfassbare Möglichkeiten der Information und Kommunikation, der Generierung neuen Wissens und der Steuerung von Prozessen/Lösung gesellschaftlicher Probleme. In der Praxis hängt die Verwirklichung davon ab, 1. wie die Technologien designed und finanziert sind – führen uns Plattformen in Echokammern oder informieren sie uns umfassend, 2. welche Inhalte verfügbar und verarbeitungsfähig sind – Urheberrecht, und 3. ob sie entsprechend eingesetzt werden: Brauchen wir Datenanalyse für die Empfehlung des besten Brautkleides oder zur CO<sub>2</sub>-Reduktion? Wollen wir Pflegeroboter oder Tools, die unsere Arbeit unterstützen und ein Grundeinkommen und mehr Zeit für unsere Eltern?“

## Wie können Algorithmen demokratische Prozesse fördern?

„Demokratische Prozesse gibt es in vielen Institutionen (bspw. Schulen, Vereinen oder in der Politik) und auf vielen Ebenen (bspw. in Parteien, Kommunen oder in der EU). In föderalistisch aufgebauten Gemeinschaften wie der Bundesrepublik Deutschland und der EU sollen vielen Menschen mitreden, mitentscheiden und mitkontrollieren können, was die Gemeinschaft betrifft. Die Digitalisierung hat die Möglichkeiten dafür ungeheuer erhöht: jeder kann heute über soziale Netzwerke sich informieren, kritisieren oder Protest organisieren. Andauernde Herausforderungen bestehen darin, aus der Vielzahl an Informationen und Meinungen gute Ergebnisse zu generieren, einen Konsens, der Entscheidungen ermöglicht. Dazu muss 1. die Politik die Informationen der Bürgerinnen und Bürger stärker berücksichtigen (Bsp.: EU-Urheberrechtsreform: Online-Protest), 2. die Wirtschaft Tools herstellen, die besserer Information und Kommunikation der Politikschaffenden ermöglicht, 3. Bürgerinnen und Bürger ihre Positionen angemessen und selbstbewusst formulieren.“

### Weitere Links für eine vertiefende Beschäftigung der Thematik

- ≡ <https://algorithmwatch.org/>
- ≡ Zeit (2019), [Sie entscheiden über unsere Leben](#)
- ≡ Grimme Institut (2017a), [Fake, Filter und Bots – ein Risiko für die Demokratie?](#)
- ≡ Grimme Lab (2017b), [Informationsblasen im Internet](#)

## Dialoglabor 4: Verantwortung im Netz

Google Maps, Instagram, Spotify: Das Netz ist für viele Menschen im Alltag nicht mehr wegzudenken. Jugendliche verbringen laut einer Umfrage der Postbank im Durchschnitt bis zu 58 Stunden in der Woche im Internet ([Postbank 2019](#)).

Wir nutzen das Netz, um schnell an Informationen zu kommen, uns auszutauschen oder zu vernetzen – und dies scheinbar kostenlos. Doch leicht wird vergessen, dass wir bei jeder Tätigkeit im Netz Spuren in Form unserer Daten hinterlassen, was oft als digitaler Fußabdruck bezeichnet wird (Prietzl 2020). Manchmal geben wir Informationen absichtlich preis, zum Beispiel, wenn wir Inhalte gezielt mit anderen Menschen teilen. Doch häufig geschieht es auch unbewusst, z.B., wenn wir bestimmte Webseiten anklicken oder Suchanfragen eingeben. Netzaktivitäten von uns werden gespeichert und mithilfe von Algorithmen ausgewertet. Algorithmen entscheiden wiederum, welche Ergebnisse uns bei Suchanfragen angezeigt werden, sie entscheiden über die Kreditwürdigkeit von Menschen oder Produktpreise, die angezeigt werden (Grimm 2016).

Zwischen Nutzer\*innen und Anbieter\*innen ergibt sich so ein ungleich verteiltes Machtgefälle (Grimm 2016). Denn was bei Internetgiganten wie Google oder Facebook mit Daten von Nutzer\*innen geschieht, darüber gibt es wenige Kenntnisse ([Zeit Online 2018d](#)). Zudem herrscht bei vielen Nutzer\*innen kein Bewusstsein über die Risiken, die mit der „Datafizierung ihrer Privatsphäre“ einhergehen (Grimm 2016). Warum Internetkonzerne Interesse an unseren Daten haben, ist hingegen bekannt: Aus Daten lassen sich wichtige Erkenntnisse gewinnen, z.B. zu den Interessen, Intentionen oder der Identität von Nutzer\*innen (Mayer-Schönberger 2016). Diese Erkenntnisse machen das Sammeln und Auswerten von Daten für Unternehmen zu einem großen Geschäft ([Lfm 2013](#)). Diese neue und große Form der Datensammlung und deren Analyse ist unter dem Stichwort Big Data bekannt.

Während Expert\*innen einerseits enorme Chancen in Big Data sehen, gehen auch neue Risiken damit einher (Mayer-Schönberger 2016). Denn Big Data wirft zahlreiche rechtliche und ethische Fragen im Hinblick auf friedliches und demokratisches Zusammenleben auf, zum Beispiel dann, wenn Werte wie eigenständige Willensbildung, Privatsphäre oder kritische Meinungsbildung mehr und mehr beschnitten werden ([Lfm 2013](#)). Expert\*innen weisen in diesem Kontext auf die Konsequenzen hin, einen zentralen Eckpfeiler einer demokratischen Grundordnung wie Privatsphäre zu relativieren und damit Grundwerte wie Selbstbestimmung, Autonomie, freie Entfaltung der Persönlichkeit oder auch die individuelle Handlungsfreiheit zu gefährden ([Klicksafe 2014](#)). Konkret kann die Gefährdung von Privatsphäre durch Big Data in der Klassifizierung von Menschen, ihrer Kommerzialisierung und Überwachung münden ([Klicksafe 2014](#)). Dies macht deutlich, dass es sowohl auf individueller wie auch gesellschaftlicher Ebene von großer Bedeutung ist, verantwortlich und reflektiert im Netz zu handeln.

Jugendliche sehen häufig kaum Möglichkeiten, sich zu schützen, selbst wenn sie der Meinung sind, dass ihre Privatsphäre im Netz durch die Auswertung persönlicher Daten verletzt wird (Brüggen 2016). Hier gilt es anzusetzen und ein Bewusstsein über das Phänomen Big Data und dessen weitreichende Konsequenzen für unsere demokratischen Werte zu schaffen. Nur durch Wissen über die Bedeutung von Big Data und dem Aufzeigen von individuellen Handlungsoptionen können Jugendliche zu einer kritischen Auseinandersetzung angeregt und ermutigt werden.

## Lernziele des Dialoglabors

### Die Teilnehmenden

- ≡ reflektieren, wo Daten in großem Stil gesammelt werden und werden dazu angeregt, sich über die Einsatzgebiete eine Meinung zu bilden.
- ≡ lernen, welche Risiken, aber auch Chancen Big Data für ein demokratisches Zusammenleben haben kann.
- ≡ werden für die Bedeutung von Privatsphäre als demokratischer Wert sowie für die Folgen einer Verletzung dieser sensibilisiert.
- ≡ wissen, wie sie ihre persönlichen Daten vor der Weiterverarbeitung und somit ihre Privatsphäre schützen können (Digitale Selbstverteidigung).

## Übersicht Module

Modulnummer und Titel	Worum geht's?	Modulform und Sozialform	Benötigte Materialien
Modul 1: Daten machen's möglich – oder nicht? (15 min+ 5)	Die TN steigen in das Thema ein, indem sie einschätzen sollen, ob ein Beispiel durch das Sammeln von Daten heute schon möglich ist oder nicht. Den Beispielen folgen Diskussionen im Plenum.	Meinungsspiegel Plenum	Keine
Modul 2: Begriffsklärung (20 min+ 5)	Die TN definieren Begriffe rund um das Thema Daten im Netz und stellen diese im Plenum vor.	Galerie GA und Plenum	Moderationskarten, Stifte, Stellwand und Pins oder Tafel und Magnete
Modul 3: Digitale Datenspuren (20 min)	Die TN schauen ein Video zur FaceApp und den Daten, die man bei der Nutzung hinterlässt. Daraufhin überprüfen sie die eigenen App Berechtigungen auf ihrem Smartphone. Im Anschluss rekonstruieren sie, wo sie abseits von Apps in der letzten Woche überall Daten hinterlassen haben. Dies wird schriftlich auf dem Arbeitsblatt „Rohstoffmensch“ ergänzt und anschließend im Plenum besprochen.	Textmodul GA und Plenum	AB „Der Rohstoff-Mensch“ (s. S.88)
Modul 4: Privatsphäre im Netz - Geht das überhaupt? (5+5 min)	Zum Einstieg in das Modul sehen sich die TN ein kurzes Video zur Definition von Privatsphäre an. Daran anschließend priorisieren die TN Aktivitäten im Netz danach, wo ihnen der Schutz ihrer Privatsphäre am wichtigsten ist.	Videomodul Ranking	Headset/Kopfhörer
Modul 5: Gefahren von Big Data (20 min)	Die TN bearbeiten in KG jeweils ein Beispiel von „Risiken von Big Data“ und stellen sie anschließend den anderen Gruppen vor. Im Plenum diskutieren sie, welche negativen Folgen das massenhafte Sammeln von Daten auf das Zusammenleben und eine demokratische Gesellschaft haben kann.	Galerie GA und Plenum	Keine
Modul 6: Digitale Selbstverteidigung (10 min)	Die TN setzen sich mit den Möglichkeiten einer digitalen Selbstverteidigung auseinander und sammeln Punkte, wie sie ihre eigene Privatsphäre schützen können.	Textmodul Plenum	AB „Der Rohstoff-Mensch“ (s. S. 88)

# MODUL 1: DATEN MACHEN'S MÖGLICH – ODER NICHT?

Das Modul 1 besteht aus vier Meinungsspiegeln (Modul 1.1-1.4).

Die Teilnehmenden steigen in das Thema ein, indem sie mithilfe ihres Vorwissens Beispiele danach einschätzen sollen, ob es sie (heute schon so) gibt, oder nicht. Alle Beispiele setzen sich in unterschiedlicher Form mit dem Sammeln und Verarbeiten von persönlichen Daten auseinander. Im Anschluss werden die Ergebnisse und Positionen gemeinsam im Plenum diskutiert.

Bei jedem der vier Beispiele lassen sich folgende Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ≡ Was glaubt Ihr, gibt es das Beispiel heute so schon?
- ≡ Welche Vor- und Nachteile seht Ihr bei dem entsprechenden Beispiel?

## Arbeitsauftrag:

Fast immer und überall werden Daten gesammelt. Welche der Beispiele sind heute schon möglich?

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Modul 1.1:

Supermärkte wussten durch das Sammeln von Daten bereits von Schwangerschaften, bevor die Frauen selbst etwas davon wussten.

Dass Supermärkte durch die massenhafte Datensammlung und -auswertung Schwangerschaften von Frauen vorhersagen können, ohne dass diese selbst etwas davon wissen, ist heute so noch nicht möglich.

Es ist allerdings heute schon möglich, dass Supermärkte oft noch vor Menschen aus dem engen Umfeld von Frauen von ihrer Schwangerschaft wissen. 2012 schickte die Supermarktkette Target in den USA einer Minderjährigen zielgerichtete Werbung für Babykleidung und Kinderbetten. Der unwissende Vater beschwerte sich bei der Geschäftsführung des Supermarktes über die Werbung – und erfuhr wenig später, dass seine Tochter durchaus schwanger war. Das Unternehmen schloss auf eine Schwangerschaft, weil die Auswertung von Daten zu den persönlichen Einkäufen der Tochter mit denen anderer werdender Mütter übereinstimmte – dass z.B. parfümfreie Körperlotionen vermehrt gekauft werden und Zigaretten und Alkohol nicht mehr ([New York Times 2012](#)).

Mehr Informationen dazu unter:

- ≡ Zeit Online (2014), [Schwanger ohne digitale Spuren](#)
- ≡ Quarks/ WDR (2018), [Warum Facebook weiß, dass Du schwanger bist](#)

## Modul 1.2:

Die deutsche Polizei trägt Brillen mit kleinen Kameras und automatischer Gesichtserkennung, um verdächtige Personen zu finden.

Kamera-Brillen, die Fotos von Gesichtern machen und mit einer Datenbank abgleichen, um so verdächtige Personen zu finden, werden bereits von der Polizei getestet – allerdings nicht in Deutschland, sondern in China. Dort setzt die chinesische Polizei seit 2018 Überwachungsbrillen zur Gesichtserkennung ein, die „in einer Datenbank mit 10.000 Personen [...] Verdächtige in nur 100 Millisekunden erkennen“ (Heise 2018). Menschenrechtsorganisationen wie Amnesty International befürchten jedoch, dass die Brillen auch gegen Menschenrechtsaktivist\*innen oder ethnische Minderheiten eingesetzt werden.

In Deutschland wird automatisierte Gesichtserkennung im öffentlichen Raum mit Kamerasystemen bisher nur getestet, zum Beispiel am Bahnhof Berlin Südkreuz. Während das Bundesinnenministerium den Test als positiv bewertet und zu dem Schluss kommt, dass die Gesichtserkennung die polizeiliche Arbeit erleichtere, stoßen die Ambitionen, Gesichtserkennung in Deutschland einzuführen, auf eine breite Kritik. Vor allem Datenschützer\*innen kritisieren, dass es für den Einsatz noch keine Gesetzesgrundlage gibt und damit eine staatliche Kontrollfunktion droht (Netzpolitik.org 2018a). In anderen Staaten wie China hat Gesichtserkennung bereits in Klassenzimmer und Schulen Einzug gehalten. So können beispielsweise Gesichtsausdrücke der Schüler\*innen im Klassenzimmer erfasst und Aussagen gemacht werden, wann Schüler\*innen glücklich oder traurig gucken, wann sie konzentriert oder abgelenkt sind. Dies ermöglicht es Lehrer\*innen einzugreifen, wenn die Konzentration unter einen bestimmten Wert fällt (Fluter 2018b, Deutschlandfunk 2019).

Mehr Informationen dazu unter:

- ≡ Der Spiegel (2018c), [Umstrittene Gesichtserkennung soll ausgeweitet werden](#)
- ≡ Der Spiegel (2018d), [Gesichtserkennung in Echtzeit](#)

## Modul 1.3:

Für ein Flugticket wird mehr Geld verlangt, wenn man es über ein Apple-Gerät bucht.

Im ersten Beispiel geht es um die Thematik personalisierter Preise, also „[...] personenabhängig unterschiedliche Preise für gleiche Produkte zur selben Zeit“ (SVRV 2016). Der Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (SVRV) setzte sich schon 2014 ausführlich mit personalisierten Preisen auseinander. Zwar konnten Fälle der SVRV personalisierte Preise erst vereinzelt belegen, jedoch zeigt sich trotzdem, dass die technischen Grundlagen dafür vorhanden sind. Bei personalisierten Preisen wird der Preis anhand „verbraucherspezifischer objektiver Kriterien (z.B. des verwendeten Endgerätes, Browsers oder Betriebssystems) oder subjektiven Kriterien (z.B. Alter, Geschlecht, Herkunft oder des vorausgehenden Kauf- und Surfverhalten im Internet) gebildet“ (Zander-Hayat et al. 2016).

Durch die massenhafte Datensammlung und -auswertung (Big Data) ist also heute schon möglich, dass

für ein Flugticket mehr Geld verlangt wird, wenn man es über ein Apple-Gerät bucht. Der personalisierte Preis beruht in diesem Fall auf der Annahme, dass Nutzer\*innen mit einem Apple-Gerät über ein höheres Einkommen verfügen als Nutzer\*innen anderer Endgeräte. Problematisch an personalisierten Preisen ist, dass sie von der Mehrheit der Verbraucher\*innen abgelehnt werden, dass die Kriterien zur Berechnung der Preise nicht nachvollziehbar sind und es keine Preistransparenz gibt.

### Modul 1.4:

Anhand des Social Media Profils kann vorhergesagt werden, welche Krankheiten man im späteren Leben haben wird.

Heutzutage können potentielle Krankheiten noch nicht anhand des Social Media Profils von Nutzer\*innen vorhergesagt werden. Allerdings gibt es schon die Ideen und Versuche, aus Daten Rückschlüsse über den Ausbruch und die Anfälligkeit für bestimmte Krankheiten zu gewinnen.

Ein Beispiel dafür ist der Dienst Google Flu Trends. Dabei nutzte Google Suchanfragen nach Symptomen und Hausrezepten mit dem Ziel, ein Frühwarnsystem für Grippeepidemien zu entwickeln, noch bevor die Menschen eine\*n Arzt\*Ärztin aufsuchen. Google musste den Dienst jedoch wieder einstellen, weil die Prognose in vielen Fällen weit daneben lag ([Fluter 2018a](#)).

Eine Studie von Reece und Danforth (2017) fand darüber hinaus heraus, dass sich Depressionen aufgrund einer Datenanalyse von Fotos auf Instagram frühzeitig erkennen ließen. Dazu nutzten die Wissenschaftler Daten des Ortes der Aufnahme sowie der Farbwerte und Helligkeit. Mit ihrer Studie konnten die Wissenschaftler zeigen, dass depressive Patient\*innen Fotos mit sehr dunklen Farben und ohne andere Menschen bevorzugten ([Reece und Danforth 2017](#)). Wissenschaftler\*innen erhoffen sich so eine neue Screening-Möglichkeit von psychischen Krankheiten. Die Aussagekraft der Studie sei jedoch unter anderem aufgrund der geringen Teilnehmerzahl begrenzt ([aerzteblatt.de 2017](#)).

Mehr Informationen dazu unter:

- ≡ Bertelsmann Stiftung (2018), [Algorithmen in der digitalen Gesundheitsversorgung. Eine interdisziplinäre Analyse](#)

## MODUL 2: BEGRIFFSKLÄRUNG

Das Modul besteht aus einer Galerie (Modul 2).

Die Teilnehmenden setzen sich zuerst mit unterschiedlichen Aspekten rund um das Thema Daten im Netz und Privatsphäre auseinander. Dabei geht es um die Begriffe Algorithmen, Big Data, personengebundene und nicht-personengebundene Daten, Privatsphäre und Tracking. Sie tauschen sich in ihrer Kleingruppe zuerst aus, ob und woher sie den Begriff kennen und sollen ihn im Anschluss definieren. Dazu arbeiten die Teilnehmenden mithilfe einer eigenen Recherche im Netz die zentrale Bedeutung eines ihnen zugeordneten Begriffs heraus. Im Anschluss stellen sie ihre Ergebnisse (mithilfe von Moderationskärtchen) den anderen Gruppen vor.

### Arbeitsauftrag:

Zum Thema Daten im Netz tauchen immer wieder unterschiedliche Begriffe auf. Im Folgenden wollen wir uns anschauen, was sie bedeuten.

1. Überlegt gemeinsam in der Kleingruppe, inwieweit Ihr Euren Begriff kennt und was Ihr darunter versteht.
2. Macht eine kurze Onlinerecherche, um anschließend eine Definition für Euren Begriff zu finden und sucht ein passendes Beispiel.
3. Stellt Eure Ergebnisse anschließend den anderen Gruppen vor.

Algorithmen

Big Data

Personenbezogene Daten  
und  
nicht-personenbezogene Daten

Privatsphäre

Tracking

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Algorithmen

Ganz allgemein bezeichnet ist ein Algorithmus „eine Reihe von Anweisungen, die Schritt für Schritt ausgeführt werden, um ein Problem zu lösen oder eine Aufgabe zu bewältigen. Damit ist ein Algorithmus z.B. vergleichbar mit einem Kuchenrezept oder einem Navigationsgerät, welches basierend auf einem Algorithmus den schnellsten oder kürzesten Weg berechnet ([Giga 2017](#)).

### Big Data

Big Data „steht als Sammelbegriff für die riesigen Datenmengen, die überall entstehen und mit herkömmlichen Speicherungs- und Analysewerkzeugen nicht zu bewältigen sind“ ([Klicksafe 2014](#)). Gartner (2011) beschreibt die Entstehung und die Eigenschaften von Big Data mithilfe des 3-V-Modells: „die drei Dimensionen beziehen sich auf ein ansteigendes Volumen (engl.: volume) der Daten, auf die ansteigende Geschwindigkeit (engl.: velocity), mit der Daten erzeugt und verarbeitet werden und auf eine steigende Vielfalt (engl.: variety) der erzeugten Daten“ ([Gesellschaft für Informatik 2013](#)).

Diese Beschreibung greift manchen Wissenschaftler\*innen jedoch noch zu kurz. Für sie spielt neben den 3-V-Eigenschaften von Big Data vor allem eine Rolle: Big Data als Werkzeug, um die Welt besser zu verstehen (Mayer-Schönberger 2016). Genutzt wird Big Data für vielfältigste Zwecke in unterschiedlichen Bereichen, darunter z.B. für die Erstellung personalisierter Werbung, für das Schalten angepasster Wahlwerbung in sozialen Netzwerken (sog. Microtargeting) (Prietz 2020) oder für die Polizeiarbeit ([netzpolitik.org 2019](#)).

### Personenbezogene und nicht-personenbezogene Daten

Nach dem Bundesdatenschutzgesetz sind personenbezogene Daten „[...] alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person („betroffene Person“) beziehen“ (Artikel 4 Ziffer 1 DSGVO). Dazu zählen beispielsweise Name, Alter, Geburtsdatum, Telefonnummer, Anschrift, Kontodaten, Personalausweisnummer, IP-Adresse, GPS-Standortdaten etc. – also all die Daten, die direkt mit einem Menschen verbunden sind und wo sich der Bezug herstellen lässt.

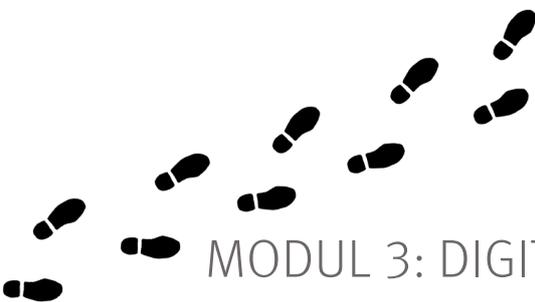
Nicht-personenbezogene Daten sind die Daten, die nicht direkt mit einer Person in Verbindung gebracht werden können. Dazu zählen beispielsweise Wetterdaten, Satellitenbilder oder Koordinaten.

### Privatsphäre

„Privat“ leitet sich vom lateinischen Begriff „privatus“ ab, der in der Übersetzung „(der Herrschaft) beraubt, gesondert, für sich stehend“ bedeutet und damit die Trennung von der öffentlichen Sphäre meint – vor allem vom Staat. Im alltäglichen Sprachgebrauch spiegelt sich das wieder, indem „privat“ meist in Opposition zu „öffentlich“ verwendet wird“ ([Klicksafe 2014](#)). Privatsphäre kann auch bezeichnet werden als der „Bereich, in dem eine Person selbst bestimmt (oder bestimmen können sollte), wem sie wann und warum welche Informationen über sich selbst zugänglich macht“ ([Prechelt 2011](#)). In den Wissenschaften fällt im Zusammenhang von Privatsphäre im digitalen Zeitalter auch häufig der Begriff „Privatheit“. Dieser Begriff beschreibt die Selbstbestimmung über unsere eigenen Daten (Nissenbaum 2010), also wer welche Daten über uns besitzt (Rössler 2001).

## Tracking

„Beim Tracking wird das Verhalten einer Person anhand einer bestimmten Eigenschaft verfolgt. Schon ein eingeschaltetes Handy – es muss kein Smartphone sein – und die dabei entstehenden Metadaten wie Empfänger, Dauer, Anzahl der Gespräche oder Aufenthaltsort genügen, um ein detailliertes Profil und damit Einblicke in das Privatleben eines Einzelnen zu erhalten“ ([Klicksafe 2014](#)). Mit dem Klick auf eine Website werden im Durchschnitt 56 Tracking-Vorgänge in Gang gesetzt (Heuer und Tranberg 2015). In den meisten Fällen geben Webseiten die Daten von Nutzer\*innen auch an Drittanbieter weiter. So weist das [Forum Privatheit](#) bei einer Untersuchung von einer Million populären Webseiten darauf hin, dass 90% der Webseiten Daten an Drittanbieter weitergeben werden, was bei den Nutzer\*innen meist unbemerkt bleibt (Libert 2015).



## MODUL 3: DIGITALE DATENSPUREN

Das Modul besteht aus zwei Textmodulen (Modul 3.1 und Modul 3.2).

Unter den 12-13-Jährigen sind mit insgesamt 97% nahezu alle Jugendlichen durch ihr Smartphone online unterwegs. Ein Leben ohne Handy können sich mehr als die Hälfte aller jungen Menschen laut einer Befragung der Bitkom nicht mehr vorstellen. Je nach Altersgruppe nutzen junge Menschen verschiedene Apps- und Messengerdienste, zum Beispiel WhatsApp, Tiktok oder Instagram ([Bitkom 2019](#)). Auch hierbei hinterlassen Nutzer\*innen persönliche Datenspuren im Netz. Oft ist nicht klar, wohin ihre Daten gehen und was damit passiert. Ein Beispiel dafür ist die beliebte App „FaceApp“.

Die Teilnehmenden setzen sich mit der geäußerten Kritik an der FaceApp auseinander, indem sie sich zunächst ein Video des WDRs zu den Hintergründen der App anschauen. Anschließend haben sie die Aufgabe, auf ihren eigenen Smartphones zu überprüfen, welche App-Berechtigungen sie freigeschaltet haben. Dabei sollen die Teilnehmenden diskutieren, ob sie mit den Berechtigungen einverstanden sind oder nicht, und ob sie die Berechtigungen überraschen. Die Teilnehmenden sollen so dafür sensibilisiert werden, welche Berechtigungen sie eigentlich vergeben und wie sie diese Berechtigungen auch aktiv einschränken können.

Bei der Übung lassen sich die folgenden Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ≡ Habt Ihr beim Download einer neuen App schon einmal über die Berechtigungen, die Ihr den Anbietern möglicherweise zur Verfügung stellt, nachgedacht?
- ≡ Habt ihr schon einmal unter der Option „Einstellungen“ > „App-Berechtigungen“ überprüft, über welche Berechtigungen die Apps auf Eurem Smartphone verfügen?
- ≡ Überraschen Euch manche App-Berechtigungen?
- ≡ Seid Ihr mit den zugelassenen Berechtigungen einverstanden oder möchtet Ihr nun etwas ändern?

### Arbeitsauftrag:

Ob FaceApp, Instagram oder GoogleMaps – die meisten von uns nutzen im Alltag verschiedene Apps. Dabei erlauben wir diesen, auf unsere Daten zuzugreifen.

1. Schaut Euch das folgende Video zur Face-App an.
2. Das gilt nicht nur für die Face-App. Auch andere Apps haben die Berechtigung, auf Eure Daten zuzugreifen. Überprüft in den Einstellungen unter App-Berechtigungen, welchen Apps Ihr den Zugriff auf Mikrofon, Standort, Kamera und Ähnliches erlaubt habt.
3. Diskutiert in der Gruppe, ob Ihr mit den Berechtigungen einverstanden seid oder ob Euch Dinge stören.

Weiterführende Informationen:

- ≡ BR (2019), [Datenschützer alarmiert: Was macht FaceApp mit den User-Bildern?](#)
- ≡ Tagesschau (2019), [Was steckt hinter FaceApp?](#)
- ≡ Deutsche Welle (2019a), [FaceApp: Faltige Gesichter und geklaute Daten](#)

Das nächste Modul 3.2 besteht aus einem Textmodul und dem Arbeitsblatt „Rohstoff-Mensch“ (s. Seite 88).

Mit der Sammlung und Analyse von Daten lassen sich etwa durch personalisierte Werbung enorme Gewinne erwirtschaften. Genau aus diesem Grund ist auch die Bezeichnung von Daten als „Öl“ eine häufig genannte Begrifflichkeit (Heuer und Tranberg 2015). Das grundlegende Geschäftsmodell von Google basiert darauf, Daten zu sammeln und auszuwerten, um Nutzer\*innen personalisierte Anzeigen zu präsentieren. Über dieses Modell können Firmen ihre Kund\*innen besser verstehen, optimierte Angebote anzeigen oder sie zu mehr Einkäufen bewegen ([Lmf 2013](#)). Als ein Beispiel: In 2019 brachte allein YouTube dem Google Mutterkonzern Alpha Werbeerlöse von gut 15 Milliarden Dollar (13,5 Mrd Euro) ein ([Tagesschau.de 2020](#)).

Anhand selbstlernender Algorithmen können Unternehmen und Staaten Daten auswerten, Verhaltensmuster feststellen und dadurch mit hoher Wahrscheinlichkeit das Handeln von Menschen vorhersagen. Der Journalist Uwe Jean Heuser spricht in dem Zusammenhang auch von der „Vermessung des Menschen“ ([Zeit Online 2015](#)). Hierbei wird kritisch darauf hingewiesen, dass Nutzer\*innen bereits heute die Kontrolle über ihre eigene (Online-)Identität verloren haben, da sie nicht über das Ergebnis der Datenanalysen bestimmen oder dieses intuitiv nachvollziehen können und sich die Analyse auf weit mehr als etwa ein selbstbestimmtes Profil innerhalb der genutzten Social-Media Kanäle bezieht ([Netzpolitik.org 2018b](#)). Grimme und Kimmel sprechen auch von einem „Digitalen Double“ ([Grimme und Kimmel 2015](#)). Eine Studie des Instituts für Medienpädagogik (JFF) zeigt zudem, dass junge Nutzer\*innen keine realistische Vorstellung über die Auswertungsverfahren von personalisierter Werbung haben und wenig bis nichts über die Geschäftsmodelle ihrer Lieblingsplattformen wissen ([JFF 2014](#)). Während der Durchführung der Dialoglabore im Projekt Streitkultur 3.0 haben sich Jugendliche häufig unkritisch gegenüber personalisierter Werbung geäußert, andere hingegen waren von der permanenten Werbung im Netz sichtlich genervt.

Der Künstler und Aktivist Florian Mehnert setzt sich kritisch mit dem Thema Big Data auseinander und weist mit seinem Kunstwerk „Rohstoff-Mensch“ auf die Verwertung der vielfältigen Daten von Menschen hin. In diesem Modul überlegen sich die Teilnehmenden, bei welchen Aktivitäten sie im Netz während eines bestimmten Zeitraums, z.B. in der vergangenen Woche, ihre Daten hinterlassen haben. Auf dem Arbeitsblatt „Rohstoff-Mensch“ sollen die individuellen Aktivitäten zu den bereits genannten Kategorien notiert oder neue Kategorien hinzugefügt werden. Durch die Erfahrung, wie schwierig es ist, seine Datenspur allein für eine Woche aufzulisten, sollen die Teilnehmenden für das massenhafte Sammeln der Daten sowie den dahinterstehenden Mechanismen und Zielen der Tech-Unternehmen sensibilisiert werden.

Bei der Übung lassen sich die folgenden Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ≡ Bei welchen Aktivitäten im Netz habt Ihr Eurer Einschätzung nach in der letzten Woche häufig Daten hinterlassen?
- ≡ Denkt Ihr über eure Datenspuren nach, wenn Ihr im Internet unterwegs seid?
- ≡ Was glaubt Ihr, wozu Unternehmen Eure Daten nutzen und warum sie Interesse daran haben?

### Arbeitsauftrag:

Nicht nur durch Apps, sondern auch anders werden ständig Daten im Netz gesammelt. Das passiert nicht zufällig, denn Daten sind von großem Wert. Überlege, wo Du in der letzten Woche selbst Daten hinterlassen hast und ergänze die Kategorien des „Rohstoff-Menschen“ mit Deinen Beispielen, zum Beispiel welche Videos Du gesehen hast, welche Webseiten Du besucht hast etc.

Gefördert vom



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend

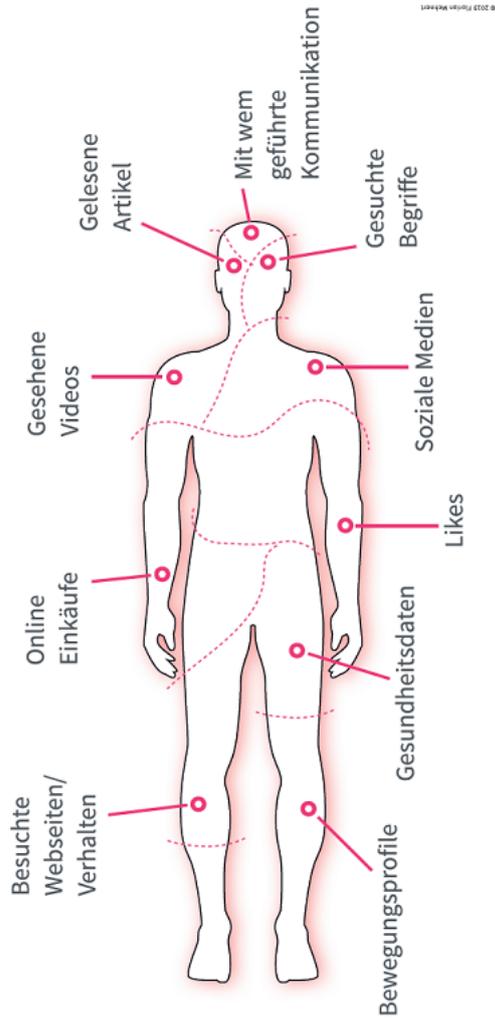
im Rahmen des Bundesprogramms



Demokratie **leben!**

Bundeszentrale für  
politische Bildung

## Rohstoff-Mensch



## MODUL 4: PRIVATSPHÄRE IM NETZ – GEHT DAS ÜBERHAUPT?

Das Modul besteht aus einem Videomodul (Modul 4.1) und einem Ranking (Modul 4.2).

In diesem Modul wird die eigene Privatsphäre der Teilnehmenden im Netz thematisiert und von ihnen reflektiert. Als Einstieg sehen sich die Teilnehmenden einen Erklärfilm an, der nochmal auf den Zusammenhang zwischen unserem Verhalten im Netz und unserer Privatsphäre hinweist (Modul 4.1).

### Arbeitsauftrag:

Schaut Euch das folgende Video an. Warum ist es im Netz so schwierig, seine Privatsphäre zu schützen?

Im Anschluss priorisieren die Teilnehmenden unterschiedliche Aktivitäten im Netz, bei denen Daten gesammelt werden, z.B. Online-Einkäufe, Standort-Daten etc. danach, wo ihnen der Schutz der Privatsphäre am wichtigsten ist (Modul 4.2). Abschließend werden die Ergebnisse des Rankings von dem\*r Trainer\*in für die Teilnehmenden veröffentlicht und in der Gruppe diskutiert. Ziel des Moduls ist, dass die Teilnehmenden ihre Haltung gegenüber dem Thema Privatsphäre reflektieren und für die Bedeutung von Privatsphäre als selbstbestimmte Bürger\*innen sensibilisiert werden.

Bei dem Ranking lassen sich folgende Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ≡ Bei welchen Aktivitäten im Netz ist Euch der Schutz Eurer Privatsphäre am wichtigsten und warum? Warum ist Euch der Schutz bei anderen Beispielen weniger wichtig?
- ≡ Welchen Anspruch stellt Ihr an den Schutz Eurer Privatsphäre? Was gehört für Euch alles zur Privatsphäre?
- ≡ Würdet Ihr sagen, dass Euch Eure Privatsphäre online und offline in gleichem Maße wichtig ist?
- ≡ Warum ist Privatsphäre überhaupt so wichtig?

### Arbeitsauftrag:

Bei allen Aktivitäten im Netz kann Deine Privatsphäre verletzt werden. Sortiere die Beispiele und beginne mit dem Beispiel, bei dem Dir der Schutz der Privatsphäre am wichtigsten ist.

The screenshot shows a mobile application interface with a black status bar at the top displaying the time 12:26. Below the status bar is a white header with the word "RANKING" in bold black text and a blue "X" icon on the right. The main content area has a white background with the title "SCHUTZ DER PRIVATSPHÄRE" in bold black text. Below the title is a paragraph of text: "Bei allen Aktivitäten im Netz kann Deine Privatsphäre verletzt werden. Sortiere die Beispiele und beginne mit dem Beispiel, bei dem Dir der Schutz der Privatsphäre am wichtigsten ist." Below this text is a list of seven items, each with a horizontal line and a hamburger menu icon on the right: "Online-Einkäufe", "Social Media-Aktivitäten", "Persönliche Kommunikation", "Daten zur körperlichen Fitness", "Anfrage in Suchmaschinen (Suchbegriffe, Videos, Bildersuche etc.)", and "Standort-Daten". At the bottom of the screen is a large green button with the word "FERTIG" in white capital letters.

#### Weiterführende Informationen

- ≡ Grime und Kimmel (2015), [Big Data und der Schutz der Privatsphäre](#)
- ≡ SWR (2016b), [Wie das „digitale Ich“ entsteht](#)

## MODUL 5: GEFAHREN VON BIG DATA

Das Modul besteht aus einer Galerie mit drei Textbausteinen (Modul 5).

So sehr Big Data in vielen Bereichen als Chance wahrgenommen wird – Big Data kann auch gefährlich sein. Der riesige Datenberg, den jede\*r im Netz hinterlässt, macht Menschen anfällig für Beeinflussung und schränkt die Privatsphäre immer weiter ein. In diesem Modul soll die Urteilskompetenz der Teilnehmenden gestärkt werden, indem sie anhand verschiedener Beispiele die Risiken von Big Data erarbeiten und bewerten. In Kleingruppen wird ihnen jeweils ein Textausschnitt zugeordnet, der aufzeigt, welche Folgen der Einsatz von Bots und Algorithmen auf Demokratie und Gesellschaft haben kann. Die Teilnehmenden erarbeiten die Auswirkungen ihres Beispiels, notieren sie und stellen die Gefahren im Plenum vor. Anschließend sollen die Auswirkungen im Plenum auf einer Meta-Ebene diskutiert werden.

### **Arbeitsauftrag:**

Im Folgenden findet Ihr Informationen darüber, welche Auswirkungen Big Data haben kann.

1. Lest in Eurer Kleingruppe das Beispiel über die Gefahren von Big Data durch und notiert diese.
2. Welche Motive und Ziele stecken hinter dem Sammeln der Daten?
3. Stellt den anderen Gruppen die Gefahren aus Eurem Beispiel vor und diskutiert gemeinsam, was das für jede\*n Einzelne\*n sowie für eine Gesellschaft bedeutet.

## Beispiel 1: Überwachung in China



Quelle: STR/AFP

### Die AAA-Bürger

Von: Felix Lee, Peking

„Bonuspunkte für den Kauf gesunder Baby-nahrung, Abzug für Pornokonsum: In China wird das Social Credit System getestet. Es überwacht, bewertet und erzieht die Bürger.

Vorgesehen ist, dass Nutzer mit mindestens 1.300 Punkten die höchste Bewertung AAA erhalten. Wie bei einer Rating-Agentur. Können sie diesen Stand einige Zeit lang halten, sollen sie zur Belohnung vergünstigte Kredite erhalten oder eine bessere Krankenversicherung. Auch bei der Vergabe von Studienplätzen an die eigenen Kinder könnte sich eine hohe Punktzahl positiv auswirken. Wer hingegen unter einen Wert von 600 fällt, landet in der schlechtesten Kategorie D. Betroffene müssen sogar befürchten, ihre Jobs zu verlieren. [...]

Als Datenquellen kommen Kranken- und Gerichtsakten, Onlineshopping oder Beiträge in sozialen Netzwerken in Betracht. Ebenso Internet-Suchanfragen, Reisepläne oder Einkäufe mit Kreditkarte oder den Bezahl-Apps, die in China

weit verbreitet sind. Diese Daten analysiert und gewichtet das System, um daraus die Punktzahl abzuleiten.

Wer es [...] wagt, in den sozialen Medien ständig über die Missstände im Land zu schimpfen, bekommt Punkte abgezogen. Wang spricht vom „kommunistischen Musterbürger“, den die chinesische Führung auf diese Weise schaffen wolle. Zugleich bedeute das „die totale Kontrolle“.

([Zeit Online 2017](#))

## Beispiel 2: Überwachung per App



Quelle: Justin Sullivan/Getty Images North America/AFP

## Wie App-Anbieter persönliche Daten ausschlachten

Von: Claus Hulverscheid und Jürgen Schmieder

„Es sind mitnichten nur die sozialen Netzwerke, die unser Leben systematisch nach vermarktbar Details durchsuchen und sich ihre vermeintlich kostenlosen Dienste durch die Preisgabe privater Daten bezahlen lassen. Vielmehr gibt es Tausende Programme, die so funktionieren – von Still-Apps über Schul-, Lern- und Spiel-Software, Fitnessstracker bis zu Streaming-, Fahr-, Karten- und Gesundheitsdiensten. [...]

Tag für Tag lüftet der gläserne Bürger so neue Geheimnisse, gibt mehr von sich preis, liefert sich aus – von der Wiege bis zur Bahre. [...] Wer heutzutage eine App auf seinem Telefon nutzt, um mit anderen Menschen in Kontakt zu bleiben oder seinen Hobbys zu fröhnen, der wird von den Anbietern virtuell vermessen, sezirt und mit entsprechender Werbung bedacht. [...]

Eine Studie der britischen Non-Profit-Organisation Privacy International ergab kürzlich, dass rund 61 Prozent der untersuchten Handy-Apps automatisch

Daten an das größte soziale Netzwerk weitergeben, selbst wenn die Nutzer dort gar nicht oder nicht mehr Mitglied sind. [...]

Die Firmen wissen nach einiger Zeit fast alles über den Handy-, Tablet- oder Smart-TV-Nutzer: Vorlieben, politische Ansichten, oft auch Hautfarbe, Geschlecht, Finanzlage und Erkrankungen. [...] Der Mensch des 21. Jahrhunderts sollte wissen: Alle sammeln Daten. Alle.“

[\(Süddeutsche 2019\)](#)

### Beispiel 3: Beeinflussung afrikanischer Wahlkampf



Quelle: Picture alliance/dta-tmn

### Wie Big Data afrikanische Wahlkämpfe verändert

Von: Silja Fröhlich

„Wer den Wähler am besten kennt, gewinnt die Wahl: So lautet das Versprechen von Big Data. Auch in Afrika setzen Politiker auf die Analyse von Wählerdaten. Doch ohne gesetzlichen Rahmen ist das Missbrauchsrisiko hoch.

Anstatt auf Lautsprecherwagen und Giveaways zu setzen, wie in den Wahlkämpfen vieler afrikanischer Länder üblich, fährt Präsident Macky Sall eine andere Strategie, um erneut die Wahl zu gewinnen: Er will sein Programm auf einer präzisen Analyse der senegalische Wählerinnen und Wähler aufbauen. [...]. Die von den Freiwilligen gesammelten Informationen wurden die Grundlage für maßgeschneiderte Wahlversprechen. [...]

„Big Data hat seine guten Seiten, aber in vielen afrikanischen Ländern fehlt die Technik und die Expertise, um diese Menge an Daten zu sammeln und zu managen“, so Vitus.

Auch Juliet Nanfuka betont, dass das Jonglieren mit den persönlichen Daten der Bevölkerung eine Gefahr darstellt. „Der Prozess, wie man an die Daten kommt, liegt häufig noch in einer Grauzone. In vielen Ländern sind Daten wie eine Keksdose, an der man sich einfach bedienen kann. Und das ist sehr problematisch, wenn man bedenkt, wie das Wahlen und Kampagnen beeinflussen kann.“

([Deutsche Welle 2019b](#))

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

- ≡ Eine häufig befürchtete Folge von Big Data ist, dass Nutzer\*innen zu sogenannten gläsernen Menschen werden, über die alles bekannt ist; dadurch sind sie anfälliger für Beeinflussungen und die „totale Kontrolle“ durch staatliche oder private Akteure. Gerade in Diktaturen kann das durch Big Data erworbene Wissen über Handlungen von Bürger\*innen oder Aktivist\*innen gegen sie verwendet werden, sie in ihrer freien Entfaltung und Handlungsfreiheit beschränken und so zu einer realen Bedrohung für diese Menschen und ihr Umfeld werden.
- ≡ Durch das sogenannte „Micro-Targeting“ können genauer definierte Gruppen identifiziert und gezielt angesprochen werden, wodurch im schlimmsten Fall die politische Willensbildung beeinflusst werden kann (s. Textausschnitt „Wie Big Data afrikanische Wahlkämpfe verändert“).
- ≡ Viele Entscheidungen werden heute schon anhand bestimmter Datensätze getroffen, z.B. darüber, wer einen Job oder einen Kredit erhält oder wer welchen Preis zahlen muss. Dadurch können bestehende Diskriminierungen fortgeschrieben werden – egal ob die Datenanalysen zu 100% korrekt sind oder nicht.

### Quellen:

- ≡ Bundeszentrale für politische Bildung (2016), [„Sie kennen dich! Sie haben dich! Sie steuern dich! Die wahre Macht der Datensammler“](#)
- ≡ Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) (2013), [Kleine Daten, große Wirkung. Big Data einfach auf den Punkt gebracht](#)

## MODUL 6: DIGITALE SELBSTVERTEIDIGUNG

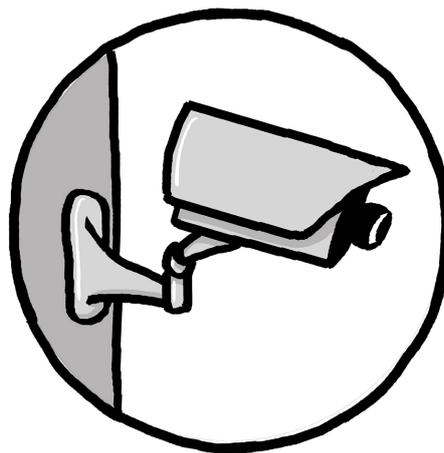
Das Modul besteht aus einem Textmodul (Modul 6).

Im Netz hinterlassen Nutzer\*innen bei jeder Tätigkeit persönliche Daten im Netz. Es ist fast nicht möglich, gar keine Datenspuren zu hinterlassen. Aber es gibt einige Tipps, wie man die persönlichen Daten vor der Weiterverarbeitung schützen und die Privatsphäre im Netz wahren kann.

In dem Modul erarbeiten die Teilnehmenden Tipps zur digitalen Selbstverteidigung, die dabei helfen sollen, private Informationen und somit die eigene Privatsphäre stärker zu schützen. Anhand ihres Arbeitsblattes „Rohstoff-Mensch“ überlegen die Teilnehmenden für jede angegebene Aktivität, die Daten im Netz hinterlässt, womit das Sammeln der Daten begrenzt werden könnte. Bei Bedarf können die Teilnehmenden ihre eigenen Überlegungen mit einer kurzen Recherche im Netz ergänzen.

### Arbeitsauftrag:

Nehmt nochmal Euren “Rohstoff-Menschen” zur Hand und überlegt, wie Ihr Eure Privatsphäre schützen und das Sammeln Eurer Daten begrenzen könnt.



## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

<b>Suchmaschinen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Löschung alter Suchanfragen bei Google</li> <li>≡ Nutzung von alternativen Suchmaschinen, z.B. von der eigenständigen Suchmaschine <a href="#">DuckDuckGo</a> oder <a href="#">Ecosia</a></li> <li>≡ Der Dienst <a href="#">startpage.com</a> erlaubt anonymisierte Suchen über Google</li> </ul>
<b>Webbrowser</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Löschung des Browser-Verlaufs</li> <li>≡ Empfehlenswert ist die Verwendung vom Firefox-Browser von Mozilla, denn dieser hat viele Datenschutz-Einstellungen und wird darüber hinaus von einer Stiftung entwickelt und nicht von Unternehmen</li> <li>≡ Für Webbrowser gibt es verschiedene Erweiterungen (sogenannte Add-ons) mit denen Werbeanzeigen blockiert werden und gewährleistet wird, dass Daten nicht an Drittanbieter weitergegeben werden dürfen</li> <li>≡ Einrichtung eines Tracking-Schutzes</li> </ul>
<b>Messenger</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Verwendung anderer Messenger-Dienste als WhatsApp, z.B. Signal oder Threema (diese haben zusätzliche Sicherheits-Features, mithilfe derer man Überwachung vermeiden kann)</li> </ul>
<b>Soziale Netzwerke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Sparsamer Umgang mit persönlichen Informationen</li> </ul>
<b>Videos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Auf der YouTube-Oberfläche Invidious kann man YouTube Videos ohne Werbung und Tracking ansehen, die Seite ermöglicht dadurch einen datenschutzfreundlichen Videokonsum</li> </ul>
<b>App-Berechtigungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Manche Apps nutzen Berechtigungen zum Zugriff auf Informationen, die für die Funktion der App nicht notwendig ist, deshalb sollten die App-Berechtigungen überprüft werden</li> <li>≡ Deaktivierung von Ortungsdaten auf dem Smartphone</li> </ul>
<b>Passwortsicherheit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Nutzung komplexer, verschiedener Passwörter oder eines Passwort-Managers</li> </ul>
<b>Karten- und Navigationssysteme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≡ Nutzung von Open Street Maps anstelle von Google Maps, da diese frei und offen sind und wichtige Daten wie Wohnort etc. nicht an Google gesendet werden</li> </ul>

Weitere Informationen dazu unter:

- ≡ HDM Stuttgart, [Digital Safety Compass](#)
- ≡ Enorm (2019), [Digitale Selbstverteidigung: Selbstschutz im Netz: 6 Tipps](#)
- ≡ Digitalcourage.de (2019), [Selbstverteidigung für Eilige](#)
- ≡ Netzpolitik.org (2018c), [Kleines Einmaleins der digitalen Selbstverteidigung](#)

### Weitere Links für eine vertiefende Beschäftigung der Thematik

- ≡ Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg (2016), Grundrechte im digitalen Raum. Ein Thema für den Jugendschutz. Schriftenreihe Medienkompetenz. Stuttgart.
- ≡ Institut für Digitale Ethik (IDE), [10 Gebote der Digitalen Ethik. Wie können wir im Web gut miteinander leben?](#)
- ≡ jfc Medienzentrum e.V. (o.J.), [Big Data – Methoden für die Jugendmedienarbeit](#)
- ≡ [„Do not Track“](#), die personalisierte Web-Serie über das Geschäft mit den Daten

## Dialoglabor 5: Engagement im Netz

Welche Auswirkungen das Internet auf unsere Demokratie hat, wird immer wieder diskutiert. Die Ursprungsidee vom Internet ist eine urdemokratische. So definierte John Perry Barlow, ein US-amerikanischer Bürgerrechtler in seiner Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace von 1996 das Internet als Ort eines offenen, demokratischen und gemeinsamen Miteinanders frei von Tyrannei ([Barlow 1996](#)). Heute sind viele der Meinung, dass das Internet weder per se demokratisch, noch per se anti-demokratisch ist und plädieren dafür, dass online, genauso wie auch offline, eine Wertefreiheit nicht akzeptiert werden darf ([Eisel 2011](#)).

Wie bereits in den vorherigen Kapiteln thematisiert, kann das Internet Missbrauch ermöglichen und eine Gefahr für unsere demokratische Grundordnung bedeuten. Die Schnelligkeit der Medien führt zu grenzenlosen Informationen, die es zu bewerten und einzuordnen gilt. Fehlt diese Fähigkeit, können sich Desinformationen schnell verbreiten und eine Gesellschaft im schlimmsten Fall polarisieren und spalten. Die Radikalisierung von einzelnen kann den Boden für Gewalt bereiten, sowohl im Netz, als auch physisch. Außerdem verschieben sich besonders im Internet, auch bedingt durch die Anonymität sowie durch den organisierten Hass, die Grenzen des Sagbaren und es entsteht der Eindruck einer rassistischen und demokratiefeindlichen Mehrheitsmeinung – die es so aber gar nicht gibt. Besonders Menschen und Gruppen, die auch offline von Diskriminierung betroffen sind, werden in Hasskommentaren herabgesetzt und dadurch ihre Menschenwürde verletzt. Ebenso kann der Einsatz von Algorithmen im Netz der Grundidee der freiheitlichen Demokratie widersprechen, wenn Desinformationen massenhaft verbreitet werden oder Filterblasen und Echokammern zusätzlich verstärkt werden, in denen man sich nur mit Gleichgesinnten auseinandersetzt und dadurch eine Radikalisierung droht. Der sogenannten Aufmerksamkeitsökonomie entsprechend, werden radikale Inhalte mit einer größeren Wahrscheinlichkeit angezeigt als weniger radikale Inhalte, da diese mehr Aufmerksamkeit erzeugen. Hinzu kommt, dass das Internet das massenhafte Sammeln und Auswerten von Daten möglich macht und die Privatsphäre der Nutzer\*innen massiv verletzt ([Eisel 2011](#)).

Diese Gefahren und Risiken können jedoch durch eine reflektierte, kritische Medienutzung eingedämmt werden. Neben all den Risiken bietet das Internet außerdem „neue Werkzeuge für Kommunikation und Solidarität, für die Organisation von sozialem Wandel und Unterhaltung“ ([Jagland 2016](#)). Das Internet vervielfacht und vereinfacht die Möglichkeiten (politischer) Teilhabe, z.B. durch Online-Abstimmungen oder Online-Petitionen. Auf digitalen Plattformen können sich Akteure mit gleichen Interessen und Zielen austauschen und koordinieren. Informationen und Botschaften können schneller geteilt und so Menschen besser mobilisiert werden ([BpB 2017c](#), [Matuschek und Lange 2018](#)). Um dem Vorwurf von Slacktivism (Zusammensetzung von dem Begriff slacker, Faulenzer und activism, Aktivismus) zu entgehen, fordern viele, dass das Engagement über Klicken und Liken in den Sozialen Medien hinausgehen muss. Genauso wichtig sei es aber, Systeme zu schaffen, in denen man mit einem Mausklick Veränderungen erzeugen und schaffen kann ([BpB 2012](#)).

Das Dialoglabor Engagement im Netz ist im Vergleich zu den vorangehenden Dialoglaboren offener gestaltet und soll Jugendliche vor allem dazu anregen, sich für die aktive Gestaltung einer demokratischen Gesellschaft einzusetzen. Jugendliche sollen sich selbst nicht nur als Konsument\*innen im Internet wahrnehmen, sondern verstehen, dass sie Einfluss haben und sich einbringen und gestalten können.

## Lernziele des Dialoglabors

Die Teilnehmenden

- ☰ nehmen das Netz als positiven Gestaltungsraum wahr.
- ☰ lernen Beispiele kennen, wie das Netz für zivilgesellschaftliches Engagement eingesetzt werden kann.
- ☰ werden ermutigt, kreative Ideen für Formen des Engagements online und offline zu entwickeln.

## Übersicht Module

Modulnummer und Titel	Worum geht's?	Modulform und Sozialform	Benötigte Materialien
Modul 1: Internet und Demokratie – Passt das zusammen? (15+5 min)	Die TN steigen in das Thema ein, indem sie sich zu drei Statements über den Zusammenhang von Demokratie und Internet positionieren und darüber abstimmen.	Meinungsspiegel Plenum	Keine
Modul 2: Begriffsklärung (20+5 min)	Die TN definieren Begriffe rund um das Thema Digitale Beteiligung und stellen diese im Plenum vor. Im Anschluss zur vorherigen Übung sehen die TN ein kurzes Video zur Definition von Engagement.	Galerie Videomodul GA und Plenum	Moderationskarten, Stifte, Stellwand und Pins oder Tafel und Magneten; Headset/Kopfhörer
Modul 3: Eure Erfahrungen mit Engagement (10 min)	Die TN reflektieren, welche Erfahrungen sie selbst mit Engagement haben. Dazu diskutieren sie in PA drei Fragen zu ihren eigenen Erfahrungen.	Textmodul PA und Plenum	Keine
Modul 4: Digital engagiert (20 min)	Die TN lernen drei Online-Aktionen kennen, bei denen das Netz für das Engagement eine zentrale Rolle spielt. Anknüpfend daran sehen die TN ein Video, wie Engagement im Netz aussehen kann.	Galerie Videomodul GA und Plenum	Headset/Kopfhörer
Modul 5: Entwurf einer eigenen Online-Aktion (40 min)	In KG überlegen sich die TN nun selbst, wie sie sich im Netz für ein bestimmtes Anliegen engagieren können. Dazu gestalten die TN ein Plakat über ihre eigene Online-Aktion, in der das Thema und die Umsetzung kreativ aufbereitet wird.	Textmodul GA und Plenum	Plakat bzw. Tonpapier, Stifte, ggf. weitere Materialien

# MODUL 1: INTERNET UND DEMOKRATIE – PASST DAS ZUSAMMEN?

Das Modul besteht aus drei Meinungspiegeln (Modul 1.1 – 1.3).

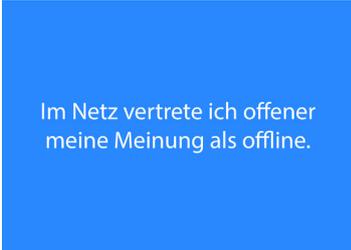
Die Teilnehmenden steigen in das Thema ein, indem sie drei Aussagen zum Zusammenhang von Internet und Demokratie bewerten und sich dafür entscheiden sollen, ob sie der Aussage zustimmen oder nicht. Im Anschluss begründen die Teilnehmenden ihre persönliche Bewertung des Beispiels und tauschen sich über verschiedene Positionen aus. Dabei dient Modul 1 dem Einstieg in die Thematik und einem ersten Stimmungsbild darüber, ob die Teilnehmenden im Internet eher Chancen oder Gefahren für die Demokratie sehen.

## Arbeitsauftrag:

Lies Dir das folgende Beispiel durch und entscheide Dich für eine Antwort.

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### Modul 1.1:



Im Netz vertrete ich offener  
meine Meinung als offline.

Das erste Beispiel beschäftigt sich mit der These, dass man im Netz seine Meinung offener vertritt als offline. Diese These soll die Teilnehmenden ermutigen, ihr eigenes Verhalten im Netz zu reflektieren und sie zum Nachdenken anregen, aus welchen Gründen sie ihre Meinung im Netz frei kundtun oder was sie gegebenenfalls davon abhält.

Denn laut einer Studie des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet ([DIVSI 2018](#)) nimmt einer Mehrheit von 64 Prozent der 14- bis 24-Jährigen „das Internet als Raum wahr, in dem diejenigen, die sich äußern, damit rechnen müssen, beleidigt oder beschimpft zu werden“ ([DIVSI 2018](#)). Diese Wahrnehmung sei für rund 38 % der jungen Menschen ein Grund, sich nicht im Internet öffentlich zu äußern. So werden laut der Studie beispielsweise soziale Medien von mehr als einem Drittel der befragten jungen Menschen nicht als Ort der freien Meinungsäußerung wahrgenommen ([DIVSI 2018](#)).

Für eine anregende Diskussion kann es spannend sein, auszuloten, was für die Teilnehmenden individuell in Bezug auf Meinungsäußerung entscheidend ist und wo für sie Grenzen verlaufen: Äußern sie ihre Meinung zu Hobbies oder Freizeithemen im Netz, aber nicht zu politischen Themen? Äußern sie ihre Meinung nur unter bestimmten Bedingungen oder auf bestimmten Plattformen und wenn ja, warum?

## Modul 1.2:



Das Internet stärkt die  
Demokratie.

Das zweite Beispiel setzt sich mit der These auseinander, dass das Internet die Demokratie stärkt. Das demokratische Potential vom Internet wird immer wieder intensiv diskutiert. Einigkeit besteht darüber, dass das Internet großen Herausforderungen für die Demokratie, aber auch viele Potentiale mit sich bringt.

Bestimmte Netzphänomene können eine Gefahr für unsere demokratische Grundordnung bedeuten: Desinformationen können sich im Netz besonders schnell verbreiten, eine Gesellschaft polarisieren und Nutzer\*innen radikalisieren. Wenn sich die Grenze des Sagbaren im Internet verschiebt, werden besonders Menschen und Gruppen Opfer von Hasskommentaren, die auch offline schon von Diskriminierung betroffen sind. Der Einsatz von Algorithmen verstärkt Filterblasen und Echokammern, durch die im schlimmsten Fall auch eine Radikalisierung drohen kann. Das massenhafte Sammeln und Auswerten von persönlichen Daten verletzt die Privatsphäre von Nutzer\*innen ([Eisel 2011](#)). Das Internet kann Demokratie jedoch auch stärken, indem die Möglichkeiten (politischer) Teilhabe vervielfältigt und vereinfacht werden und der Austausch und die Koordination mit Akteuren mit gleichen Interessen und Zielen erleichtert wird ([BpB 2017c](#)). Es lässt sich also sagen, dass das Netz per se weder demokratisch, noch undemokratisch ist, sondern dies sehr von den Intentionen und Aktivitäten der Nutzer\*innen abhängt.

## Modul 1.3:



Durch das Netz ist es einfacher,  
sich zu engagieren.

Im dritten Beispiel diskutieren die Teilnehmenden die These, dass es durch das Netz einfacher geworden ist, sich zu engagieren. Es lässt sich feststellen, dass das Netz Engagement dahingehend erleichtert, dass Informationen darüber bereitstehen, wo man sich überall engagieren kann. Hinzu kommt, dass die Koordination und der Austausch mit Menschen, die gleiche Ziele und Interessen haben, über digitale Plattformen oder Soziale Netzwerke viel einfacher ist. Außerdem können deutlich mehr Menschen über das Netz für eigene Projekte mobilisiert werden. Das Netz bietet insgesamt sehr niederschwellige Beteiligungsmöglichkeiten.

Nichtsdestotrotz ist die Entscheidung, sich zu engagieren, eine ganz persönliche Entscheidung, die von unterschiedlichsten Faktoren, zum Beispiel von der zur Verfügung stehenden Zeit und den zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen abhängt. Es gilt zu reflektieren, wie das Engagement im Netz sich in die reale Welt übertragen lässt, um nicht Gefahr zu laufen, „nur“ Slacktivism bzw. Clicktivism (beides sind Begriffe, die kritisieren, dass ein paar Klicks nicht ausreichen, um eine Wirkung zu erreichen) zu betreiben ([ikosom 2012](#)).

## MODUL 2: DIGITALE BETEILIGUNG

Das Modul besteht aus einer Galerie (Modul 2.1) und einem Videomodul (2.2).

Die Teilnehmenden setzen sich mit unterschiedlichen Aspekten rund um das Thema digitale Beteiligung auseinander. Dabei geht es um die Begriffe E-Partizipation, E-Voting, E-Demokratie und Engagement. Die Teilnehmenden tauschen sich in ihrer Kleingruppe zuerst aus, ob und woher sie die Begriffe kennen und sollen sie im Anschluss definieren. Dazu arbeiten die Teilnehmenden mithilfe einer eigenen Recherche im Netz die zentralen Merkmale und die Bedeutung eines ihnen zugeordneten Begriffs heraus. Im Anschluss stellen sie ihre Ergebnisse (mithilfe von Moderationskärtchen) den anderen Kleingruppen vor.

### Arbeitsauftrag:

Beim Thema digitale Beteiligung tauchen unterschiedliche Begriffe auf. Im Folgenden wollen wir uns anschauen, was sie bedeuten.

1. Überlegt gemeinsam in der Kleingruppe, inwieweit Ihr Euren Begriff kennt und was Ihr darunter versteht.
2. Macht eine kurze Onlinerecherche, um anschließend eine Definition für Euren Begriff zu finden und sucht ein passendes Beispiel.
3. Stellt Eure Ergebnisse anschließend den anderen Gruppen vor.

E-Demokratie

E-Partizipation

E-Voting

Engagement

## Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

### E-Demokratie

Unter E-Demokratie versteht man „die Umsetzung bzw. Unterstützung demokratischer Prozesse mittels digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien“ ([Maier-Rabler et al. 2012](#)). Dabei fallen unter E-Demokratie [...] sowohl elektronische Wahlen (E-Voting) als auch digital (online) vermittelte Formen der Mitgestaltung politischer Entscheidungen durch Bürger(innen)“ ([Grimme Institut 2011](#)). Die Hoffnung ist, dass durch mehr Transparenz, Legitimation und Partizipation die Demokratie insgesamt gestärkt wird.

### E-Partizipation

„Der Begriff E-Partizipation bezeichnet Formen politischer Teilhabe, bei denen sich Bürger(innen) elektronischer Informations- und Kommunikationstechnologien bedienen, um mit staatlichen Organen oder untereinander an allen möglichen Stellen politischer Prozesse in Kontakt zu treten“ ([Grimme Institut 2011](#)). Die E-Partizipation schließt drei Kommunikationswege mit ein: 1.) von der Regierung zu Bürger\*innen (z.B. durch digitale Informationsangebote von staatlichen Organen), 2.) von den Bürger\*innen zur Regierung (z.B. über den Petitionsausschuss des Deutschen Bundestages, über den online Petitionen eingereicht werden können) und 3.) zwischen Bürger\*innen (z.B. mithilfe von digitalen Plattformen, über die man Themen öffentlich machen kann). E-Partizipation reicht damit von einer reinen Informationsgewinnung über die Teilnahme an Abstimmungen bis hin zur Gründung eigener Initiativen ([BpB 2013](#)).

### E-Voting

E-Voting bezeichnet die elektronische Form der Stimmabgabe. In vielen Ländern gibt es Bestrebungen, E-Voting flächendeckend zu etablieren. Estland ist bisher das einzige Land, wo die Wahlen bereits über ein flächendeckendes E-Voting-System abgehalten werden. Kritik und Ablehnung gegenüber E-Voting begründet sich vor allem in der Befürchtung, dass Wahlrechtsgrundsätze verletzt werden könnten ([BpB 2017d](#)).

### Engagement

„Gesellschaftliches Engagement bedeutet aktiven Einsatz bei der Mit- und Umgestaltung gesellschaftlicher Problemfelder“ (Preiser 2004). Dabei kann das Engagement sehr vielfältig sein und in den unterschiedlichsten Bereichen stattfinden. Gesellschaftliches Engagement wird dann zur politischen Partizipation, wenn die Akteure, die sich engagieren, ihr Handeln in einen politischen Kontext stellen und das Engagement selbst als politisches Handeln verstehen (Preiser 2004).

Der Erklärfilm (Modul 2.2) gibt abschließend nochmal eine kurze Zusammenfassung über die Definition von Engagement.

### Arbeitsauftrag:

Schaut Euch den folgenden Filmausschnitt an. Er gibt nochmal eine kurze Zusammenfassung darüber, was der Begriff Engagement bedeutet.

## MODUL 3: EIGENE ERFAHRUNGEN MIT ENGAGEMENT

Das Modul besteht aus einer Bildergalerie (Modul 3).

Der Deutsche Freiwilligensurvey des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) berichtet seit 1999 alle fünf Jahre über die Entwicklung des freiwilligen und ehrenamtlichen Engagements in Deutschland. Laut des 4. Deutschen Freiwilligensurveys von 2014 ist die Gruppe der 14- bis 19-Jährigen die Gruppe mit dem höchsten Anteil freiwillig Engagierter, nämlich 46,9% ([Simonson et al. 2014](#)). Demnach ist jeder zweite Jugendliche engagiert – ob im Sportverein, in der Schule, im sozialen oder kirchlichen Bereich. Von der Gruppe der 14- bis 19-Jährigen nutzen etwa 35% auch das Internet für die freiwillige Ausübung der Tätigkeit, z.B. zum Austausch mit anderen oder zur Verbreitung von Informationen ([Kausmann et al. 2014](#)).

In dem Modul reflektieren die Teilnehmenden die eigenen Erfahrungen mit Engagement – sowohl online, als auch offline. Dazu tauschen sie sich in Kleingruppen aus. Anschließend werden die Erfahrungen im Plenum kurz gesprochen. Auf diesem Weg lernen die Jugendlichen die Bandbreite von Engagement kennen.

### **Arbeitsauftrag:**

Nun geht es um Eure eigenen Erfahrungen mit Engagement. Setzt euch in Kleingruppen zusammen und diskutiert gemeinsam in den nächsten 10 Minuten die folgenden Fragen:

1. Hast Du Dich schon einmal freiwillig für eine bestimmte Aktion oder eine Organisation engagiert?
2. Engagieren sich Freunde oder Deine Familie für eine bestimmte Sache? Wenn ja, für was engagieren sie sich?
3. Was sind aus Deiner Sicht Vor- und Nachteile von Engagement?

## MODUL 4: DIGITAL ENGAGIERT

Das Modul besteht aus einer Textgalerie (Modul 4.1) und einem Videomodul (4.2)

Als Vorarbeit für den Entwurf einer eigenen Online-Aktion lernen die Teilnehmenden drei verschiedene Beispiele kennen, in denen das Internet in unterschiedlichem Maße für eine Aktion genutzt wird. Sie bekommen einen Einblick, wie konkrete Anwendungsbeispiele aussehen können. Dazu erarbeiten sie in Gruppen einen kurzen Steckbrief zum angesprochenen Problem und Ziel, zur Zielgruppe, zu den digitalen Tools oder Plattformen, sowie den Chancen und Risiken der jeweiligen Aktion. Das Modul hilft den Teilnehmenden, sich damit auseinanderzusetzen, wie das Netz auf unterschiedlichem Weg für Aktionen genutzt werden kann.

### Arbeitsauftrag:

Recherchiert nun in Kleingruppen zu jeweils einer der Online-Aktionen. Findet heraus, was hinter den Aktionen steckt und beantwortet die folgenden Fragen:

1. Was ist das angesprochene Problem und das Ziel der Aktion?
2. Wen will die Aktion erreichen?
3. Welche digitalen Tools oder Plattformen werden genutzt?
4. Was sind Chancen und Risiken der Aktion?

### Lösungshinweise und weiterführende Informationen:

#### #ichbinhier

1. Im Netz lassen sich viele Hasskommentare und beleidigende Posts finden. Die Initiative #ichbinhier will das nicht akzeptieren. Dafür wurde die Facebook-Gruppe #ichbinhier 2016 von Hannes Ley mit dem Ziel gegründet, die Diskussionskultur auf Facebook zu verbessern und zu einem sachlichen Austausch im Netz beizutragen. Es handelt sich hier um eine Online-Aktion.
2. Die Aktion zielt nicht nur auf die Verfasser\*innen der Hasskommentare ab, sondern vor allem auf die stillen Mitleser\*innen. Diesen möchte man zeigen, dass es nicht gesellschaftlich akzeptiert ist, solche Kommentare zu verfassen und dass der Großteil der Nutzer\*innen nicht damit einverstanden ist.
3. Die Initiative ist bisher nur auf Facebook aktiv und nutzt dort die Aktionsgruppe #ichbinhier mit inzwischen über 45.000 Gruppenmitgliedern. Adressiert werden Hasskommentare, die auf Facebook-Seiten der großen Nachrichtenmedien mit mehr als 100.000 Follower\*innen auftauchen. Wird ein Positiv-Beitrag als Antwort auf einen Hasskommentar von einem Gruppenmitglied mit dem Hashtag #ichbinhier gekennzeichnet und mit der Gruppe geteilt, überschütten andere Gruppenmitglieder diesen Beitrag mit Likes. So rückt der Positiv-Beitrag nach oben und bekommt mehr Aufmerksamkeit.
4. Eine große Chance ist, sich mit dem Liken der Gegenreden die Funktionsweise von Facebook (Stichwort Aufmerksamkeitsökonomie) zu Nutze zu machen und so dafür zu sorgen, dass die Aufmerksamkeit von den Hasskommentaren auf die positiven Gegenreden gelenkt werden, indem die Gegenrede

in den Kommentarspalten nach oben rückt und dadurch sichtbarer wird. Eine sachliche Reaktion wird angeregt und Mitleser\*innen können durch sachliche Argumente überzeugt werden. Durch das Verfassen von Gegenrede kann sich jede\*r für die demokratischen Werte einsetzen und diese auch online vertreten und dadurch der Entstehung einer vermeintlichen Mehrheitsmeinung, die es so gar nicht gibt, vorbeugen. Die Funktionslogik ist allerdings sehr auf Facebook ausgerichtet, sodass die Initiative schwer auf andere soziale Medien übertragbar ist.

Weiterführende Informationen zu der Initiative:

- ≡ [www.ichbinhier.eu](http://www.ichbinhier.eu)
- ≡ Der Spiegel (2017b), [Sie sind hier](#)

## Foodsharing

1. Der Verein Foodsharing setzt sich gegen die Verschwendung von Lebensmitteln ein. Das eigentliche Engagement findet offline statt, organisiert und koordiniert wird dies aber vor allem online über die Online-Plattform des Vereins.
2. Die Initiative zielt auf Personen ab, die sich bei Foodsharing ehrenamtlich engagieren wollen. Aber auch Öffentlichkeitsarbeit, die auf die Lebensmittelverschwendung aufmerksam macht, ist ein wichtiger Teil der Arbeit von foodsharing.
3. Mitglieder der Foodsharing-Community organisieren und koordinieren ihre Aktivitäten fast ausschließlich über die Online-Plattform. Dort vernetzen sich die Lebensmittelretter\*innen in den einzelnen Städten und Regionen zum Verteilen überschüssiger Lebensmittel. Die Plattform wird außerdem für die Veröffentlichung von Informationen und Veranstaltungen genutzt.
4. Durch Foodsharing können viele Lebensmittel, die sonst in der Biotonne gelandet wären, noch gegessen werden. Mit der Öffentlichkeitsarbeit kann Foodsharing die Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln steigern und für das Thema Lebensmittelverschwendung sensibilisieren. Die Online-Plattform ermöglicht eine unkomplizierte Koordinierung zwischen den Lebensmittelretter\*innen. Für Menschen ohne Kenntnisse über die Online-Plattform oder mit wenig Wissen über die Nutzung des Internets ist es schwierig, sich hier zu beteiligen und mitzuwirken. Dieses Problem stellt sich jedoch als eine allgemeine Herausforderung beim Thema Engagement im Netz dar.

Weiterführende Informationen zu dem Verein:

- ≡ [www.foodsharing.de](http://www.foodsharing.de)

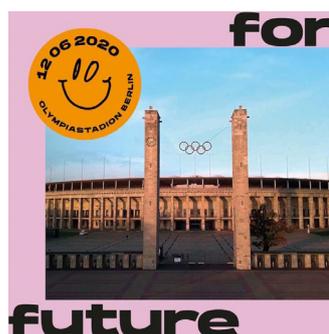


## 12.06.2020 Olympia Stadion Berlin

1. Ein Zusammenschluss aus Aktivist\*innen möchte bis zu 90.000 Menschen im Olympia-Stadion in Berlin zusammenbringen, um dort demokratiefördernden Initiativen und zivilgesellschaftlichen Organisationen eine Bühne zu geben und Petitionen direkt vor Ort zu unterschreiben. Das eigentliche Event findet offline statt, wird aber online übertragen. Auch das dafür notwendige Crowdfunding für das Event wurde online betrieben.
2. Die Aktion zielt auf diejenigen, die bei dem Event dabei sein wollen oder durch die Live-Übertragung Teil davon sein möchten, Veränderungen im Bereich Klimaschutz etc. anzustoßen und sich „den drängendsten Probleme[n] unserer Zeit“ zu widmen. Ein weiteres Ziel ist, die Aufmerksamkeit von Politiker\*innen auf die Probleme und Handlungsempfehlungen zu lenken, die es bereits gibt.
3. Das für den 12.06.2020 geplante Event findet im Olympia-Stadion in Berlin statt, soll aber durch Live-Übertragungen allen Menschen die Möglichkeit geben, daran teilzunehmen und gleichzeitig mit den Menschen im Stadion Petitionen zu unterschreiben. Auch das Crowdfunding fand online über die Crowdfunding-Plattform [startnext](https://www.startnext.com/12062020) statt. Dort konnte man sich im Vorfeld für 30€ ein Ticket kaufen bzw. Tickets für diejenigen spenden, die teilnehmen möchten, sich den Eintrittspreis aber nicht leisten können.
4. Die Reaktionen auf das Event sind sehr gespalten. Als eine große Chance des Events sehen viele, dass das Event Massen mobilisieren kann und an einem Tag viele Petitionen die notwendige Hürde von 50.000 Unterschriften erreichen könnten, um persönlich vor dem Petitionsausschuss vorgetragen werden zu dürfen. Kritisiert wird wiederum, dass sich den Eintritt nicht jede\*r leisten kann und so einkommensschwache Menschen ausgeschlossen werden. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass hinter der Veranstaltung kein gemeinnütziger Verein, sondern das Unternehmen Einhorn steckt und die Veranstaltung so vor allem Marketingzwecken dienen könnte.

Weiterführende Informationen zu dem Event:

- ≡ [www.startnext.com/12062020](https://www.startnext.com/12062020)
- ≡ Deutschlandfunk (2020), [Politischer Aktivismus aus dem Olympiastadion](#)



Der Erklärfilm (Modul 4.2) gibt abschließend nochmal eine kurze Zusammenfassung über die Möglichkeiten des Engagements im Netz.

### Arbeitsauftrag:

Das folgende Video fasst die Möglichkeiten von “Engagement im Netz” noch einmal kurz zusammen.

## MODUL 5: ENTWURF EINER EIGENEN ONLINE-AKTION

Das Modul besteht aus einem Textmodul (Modul 5).

Inspiziert von den vorangegangenen Aktionen gestalten die Teilnehmenden in diesem Modul eine eigene Online-Aktion. Dazu sollen sie sich in Kleingruppen zuerst überlegen, welches Thema das Projekt adressieren und wer damit erreicht werden soll und welche digitalen Plattformen sie dazu nutzen möchten. Im Anschluss gestalten die Teilnehmenden Plakate zu ihren eigenen Projekten, die dann im Plenum vorgestellt und gemeinsam diskutiert werden. Das Modul soll Jugendliche ermuntern, sich einzubringen, mitzugestalten und ihnen zeigen, dass sie im Netz selbst Themen setzen, Aktionen organisieren und andere Menschen mobilisieren können.

In der Diskussion lassen sich folgende Fragen an die Teilnehmenden stellen:

- ≡ Denkt Ihr, dass die Projekte so auch in der Praxis realisiert werden könnten?
- ≡ Welche Vorteile und welche Nachteile hat es, das Netz für bestimmte Aktionen oder Projekte zu nutzen?
- ≡ Kennt Ihr andere Online-Aktionen?

### Arbeitsauftrag:

Entwickelt in Kleingruppen ein eigenes Konzept für eine Online-Aktion und gestaltet dazu ein Plakat.

1. Zu welchem Thema möchtet Ihr Euch gerne engagieren?
2. Wie soll Euer Engagement aussehen? Welche digitalen Tools oder Plattformen wollt Ihr nutzen? Was braucht Ihr für Eure Idee?
3. Wen wollt Ihr erreichen?



©Pudelskern. GmbH

### Weitere Links für eine vertiefende Beschäftigung der Thematik

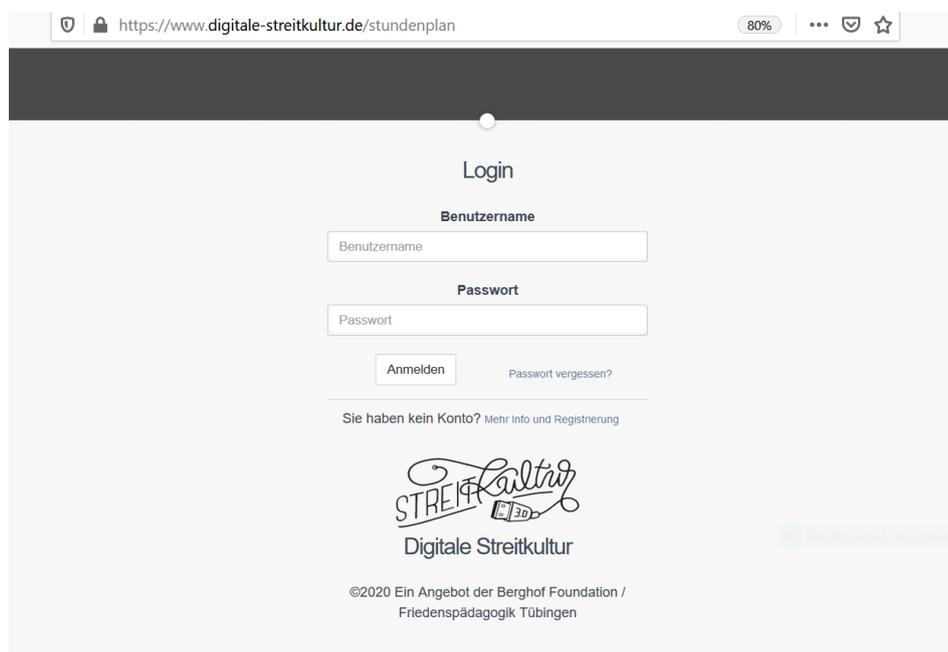
- ≡ No Hate Speech Movement und Europarat (2016), [Bookmarks – Bekämpfung von Hate Speech im Internet durch Menschenrechtsbildung](#)
- ≡ Bundeszentrale für politische Bildung, [Themenbereich Partizipation 2.0](#)
- ≡ Forum Politische Bildung, [Demokratieförderung durch soziale Online-Netzwerke](#)

# Erstellung eines Dialoglabors im Stundenplan

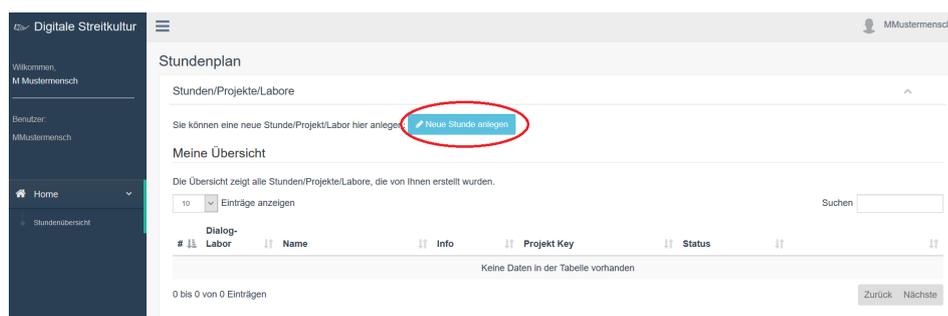
Für die Nutzung des Gruppenmodus benötigen Lehrkräfte und Pädagogi\*innen einen eigenen Trainer\*innen-Account. Dieser kann über eine Registrierung auf der Seite [www.digitale-streitkultur.de](http://www.digitale-streitkultur.de) angefragt werden. Dieser Account wird vom Streitkultur 3.0-Team individuell erstellt und Interessierten per E-Mail zugeschickt.

Mit den Zugangsdaten können im Stundenplan individuelle Dialoglabore angelegt oder bereits bestehende Vorlagen von Dialoglaboren genutzt werden, um sie im Gruppenmodus durchzuführen.

Der Zugang zum Stundenplan erfolgt über die Website [www.digitale-streitkultur.de](http://www.digitale-streitkultur.de):



Durch das Einloggen mit den Zugangsdaten gelangt man auf die Stundenplan-Seite. Hier kann ein eigenes Dialoglabor erstellt und individuell angelegt werden.



Alternativ können bereits bestehende Mustervorlagen von Dialoglaboren übernommen werden.

Dialog-Labor	Name	Info	Vorschau	Übernehmen
Hass und Hetze im Netz	Ein Beispiel-Dialoglabor zum Thema Hass und Hetze erstellt 17.12.2018 11:54	In diesem Beispiel-Dialoglabor befinden sich alle vorhandenen Lernmodule zum Thema Hass und Hetze. Werden nicht alle Lernmodule benötigt, können über den Button "neue Stunde anlegen" Dialoglabore individuelle angelegt werden.	Vorschau	Übernehmen
Fake oder Fakt?	Ein Beispiel-Dialoglabor zum Thema Fake oder Fakt erstellt 17.12.2018 12:03	In diesem Beispiel-Dialoglabor befinden sich alle vorhandenen Lernmodule zum Thema Fake oder Fakt. Werden nicht alle Lernmodule benötigt, können über den Button "neue Stunde anlegen" Dialoglabore individuelle angelegt werden.	Vorschau	Übernehmen
Bots und Algorithmen	Ein Beispiel-Dialoglabor zum Thema Bots und Algorithmen erstellt 03.07.2019 14:35	In diesem Beispiel-Dialoglabor befinden sich alle vorhandenen Lernmodule zum Thema Bots und Algorithmen. Werden nicht alle Lernmodule benötigt, können über den Button "neue Stunde anlegen" Dialoglabore individuelle angelegt werden.	Vorschau	Übernehmen
Verantwortung im Netz	Ein Beispiel-Dialoglabor zum Thema Verantwortung im Netz erstellt 16.10.2019 07:42	In diesem Beispiel-Dialoglabor befinden sich alle vorhandenen Lernmodule zum Thema Verantwortung im Netz. Werden nicht alle Lernmodule benötigt, können über den Button "neue Stunde anlegen" Dialoglabore individuelle angelegt werden.	Vorschau	Übernehmen
Engagement im Netz	Ein Beispiel-Dialoglabor zum Thema Engagement im Netz erstellt 28.11.2019 08:27	In diesem Beispiel-Dialoglabor befinden sich alle vorhandenen Lernmodule zum Thema Engagement im Netz. Werden nicht alle Lernmodule benötigt, können über den Button "neue Stunde anlegen" Dialoglabore individuelle angelegt werden.	Vorschau	Übernehmen

Soll ein individuelles Dialoglabor erstellt werden, gelangt man über den bereits benannten blauen Button „Neue Stunde anlegen“ auf eine Hintergrundseite. Zunächst wird eines der fünf Themen der bereits bestehenden Dialoglabore ausgewählt (Fake oder Fakt, Hass und Hetze, Bots und Algorithmen, Verantwortung im Netz oder Engagement im Netz.) Im Anschluss an die Auswahl muss ein Titel sowie eine kurze Info eingefügt werden. Dann kann das angelegt Dialoglabor aktiv oder inaktiv gespeichert werden.

Benutzer:  
MMustermensch

Home

Stundenübersicht

Hier können Sie eine neue Stunde erstellen oder eine bereits erstellte Stunde bearbeiten.

Wählen Sie ein Dialog-Labor aus, das das Thema der Stunde sein soll und aus dem Sie dann die Inhalte wählen können.

**Stunden-Info**

**Dialog-Labor \***

Fake oder Fakt?

**Titel \*** Ein Name für die Stunde - dieser wird nicht in der App angezeigt.

Der Name der Stunde/Projekt/Labor

**Info\*** Eine kurze Info zur Stunde/Projekt/Labor - diese wird nicht in der App angezeigt.

**App-Titel** Der Titel der in der App angezeigt wird.

Der Titel in der App

**App-Info** Eine Intro-Text, der in der App angezeigt wird.

**Aktiv:**  Ist dieses Labor in aktiv.

Nach dem Speichern der Stunden-Info, können Sie die Inhalte für die Stunde zusammenstellen.

Zur Übersicht Speichern

Das individuell erstellte Dialoglabor erscheint schließlich in der „Stundenübersicht“ auf der Startseite des Stundenplans.

**Stunden-Inhalt**

Hier können Sie die Inhalte Ihrer Stunden planen, indem Sie aus den vorhandenen Inhalten des Dialog-Labors (rechte Box) die gewünschten Module in Ihre Stunde (linke Box) verschieben. Sie können die Inhalte Ihrer Stunde per Drag&Drop verschieben und sortieren. Um Inhalte aus Ihrer Stunde wieder zu entfernen, ziehen Sie diese zurück in der rechte Box.

**Inhalte der Stunde**

Bitte ziehen Sie die gewünschten Inhalte aus der rechten Box auf diesen Eintrag. Sie können die Inhalte sortieren oder wieder entfernen.

**Vorhandene Inhalte des Dialog-Labors**

- Modul 1.1: Fake oder Fakt? (1. Beispiel) (Meinungsspiegel)**  
Die Teilnehmenden steigen in das Thema Desinformation ein, indem sie mithilfe ihres Vorwissens die Glaubwürdigkeit des ersten Nachrichtenbeispiels aus dem Netz einschätzen sollen: sie entscheiden sich dabei für Fake oder Fakt.
- Modul 3.1: Begriffsklärung (Galerie)**  
In dem Modul setzen sich die Teilnehmenden mit unterschiedlichen Aspekten rund um das Thema Desinformation auseinander, indem sie in Gruppen Definitionen zu den jeweiligen Begriffen erarbeiten.
- Modul 3.2: Matching (Match)**  
In diesem Modul sollen die Teilnehmenden zuvor definierte Begriffe den entsprechenden Beispielen aus dem Netz zugeordnen.
- Modul 2: Medienkonsum (Ranking)**  
In diesem Modul wird der persönliche Medienkonsum der Teilnehmenden thematisiert und von ihnen reflektiert. Dazu priorisieren sie unterschiedliche Informationsquellen nach der Häufigkeit der Nutzung.
- Modul 1.2: Fake oder Fakt? (2. Beispiel) (Meinungsspiegel)**  
Die Teilnehmenden steigen in das Thema Desinformation ein, indem sie mithilfe ihres Vorwissens die Glaubwürdigkeit des zweiten Nachrichtenbeispiels aus dem Netz einschätzen sollen: sie entscheiden sich dabei für Fake oder Fakt.
- Modul 1.3: Fake oder Fakt? (3. Beispiel) (Meinungsspiegel)**  
Die Teilnehmenden steigen in das Thema Desinformation ein, indem sie mithilfe ihres Vorwissens die Glaubwürdigkeit des dritten Nachrichtenbeispiels aus dem Netz einschätzen sollen: sie entscheiden sich dabei für Fake oder Fakt.

Hier wird auch der „Project Key“ angezeigt. Diesen Key bzw. Code müssen die Teilnehmenden eingeben, um in der App in den angelegten Gruppenraum zu treten. Wichtig ist hierbei: Gruppenleitende müssen sich jedoch immer vor den Teilnehmenden in den Gruppenmodus einloggen und die jeweilige Session starten.

**Projekte**

Stunden/Projekte/Labore

Sie können eine neue Stunde/Projekt/Labor hier anlegen: [Neue Stunde anlegen](#)

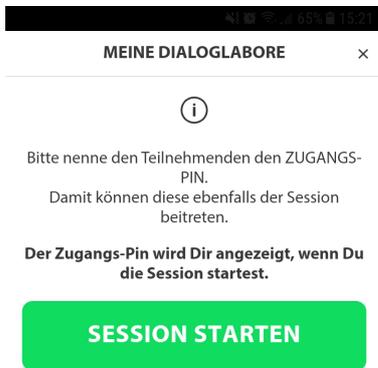
**Meine Übersicht**

Die Übersicht zeigt alle Stunden/Projekte/Labore, die von Ihnen erstellt wurden.

10 Einträge anzeigen Suchen

#	Dialog-Labor	Name	Info	Projekt Key	Status	
#42	Hass und Hetze im Netz	[Streitkultur Vorlage ... ]Ein Beispiel-Dialoglabor zum Thema Hass und Hetze erstellt 19.02.2020 15:31	[Streitkultur Vorlage ... ]In diesem Beispiel-Dialoglabor befinden sich alle vorhandenen Lernmodule zum Thema Hass und Hetze. Werden nicht alle Lernmodule benötigt, können über den Button "neue Stunde anlegen" Dialoglabore individuelle angelegt werden.	NSU11Z	aktiv	<a href="#">Bearbeiten</a> <a href="#">Löschen</a>
#43	Fake oder Fakt?	[Streitkultur Vorlage ... ]Ein Beispiel-Dialoglabor zum Thema Fake oder Fakt erstellt 19.02.2020 15:32	[Streitkultur Vorlage ... ]In diesem Beispiel-Dialoglabor befinden sich alle vorhandenen Lernmodule zum Thema Fake oder Fakt. Werden nicht alle Lernmodule benötigt, können über den Button "neue Stunde anlegen" Dialoglabore individuelle angelegt werden.	JY01YU	aktiv	<a href="#">Bearbeiten</a> <a href="#">Löschen</a>
#49	Fake oder Fakt?	Fake oder Fakt mit Klasse 10A erstellt 19.03.2020 13:59	Fake oder Fakt mit Klasse 10A	Q8BJKQ	aktiv	<a href="#">Bearbeiten</a> <a href="#">Löschen</a>
#51	Hass und Hetze im Netz	Thema Hass und Hetze mit Klasse 11B	Thema Hass und Hetze mit Klasse 11B	912AXT	aktiv	<a href="#">Bearbeiten</a> <a href="#">Löschen</a>

Beim Start der Session wird der benötigte Code für die Teilnehmenden dem Gruppenleitenden anschließend noch einmal angezeigt: Dieser Code kann den Teilnehmenden nun genannt werden.



# Literatur

- Aerzteblatt.de (2017), [Fotos auf Instagram verraten, ob User depressiv sind](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- Amadeu Antonio Stiftung (2015a), [»No World Order«  
Wie antisemitische Verschwörungsideologien die Welt verklären](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Amadeu Antonio Stiftung (2015b), [„Geh sterben- Umgang mit Hate Speech und Kommentaren im Internet“](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Amadeu Antonio Stiftung (o.J.), [Was ist Hate Speech?](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Amadeu Antonio Stiftung (o.J.), [Glossar: Filterblase](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Barlow, J. P. (1996), [A Declaration of the Independence of Cyberspace](#) [zuletzt abgerufen am 02.03.2020].
- Bertelsmann Stiftung (2018), [Algorithmen in der digitalen Gesundheitsversorgung. Eine interdisziplinäre Analyse](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- Bitkom (2019), [Mit 10 Jahren haben die meisten Kinder ein eigenes Smartphone](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- Bitkom (o.J.), [Chatbots und die Automatisierung von Kommunikationsprozessen](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Bitkom und DFKI (2017), [Künstliche Intelligenz. Wirtschaftliche Bedeutung, gesellschaftliche Herausforderungen, menschliche Verantwortung](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- BR (2019), [Datenschützer alarmiert: Was macht FaceApp mit den User-Bildern?](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- BR Interaktiv (2016), [Rechtes Netz](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Brüggen, N. (2016), „Es ist sowieso schon alles gespeichert.“ – Grundrechte, digitale Medien und Pädagogik. Grundlagen und Methoden der Verbraucherbildung für Schulen und außerschulische Arbeit, In: Aktion Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg (Hrsg.), Grundrechte im digitalen Raum: Ein Thema für den Jugendschutz (Medienkompetenz), 35-43.
- Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) (2012), [Slackivism erklärt uns Paula Hannemann](#) [zuletzt abgerufen am 02.03.2020].
- Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) (2013), [E-Partizipation](#) [zuletzt abgerufen am 02.03.2020].
- Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) (2015), [Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) (2016), [„Sie kennen dich! Sie haben dich! Sie steuern dich! Die wahre Macht der Datensammler“](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].
- Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) (2017a), [Was sind Social Bots?](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) (2017b), [So lassen sich Social Bots enttarnen](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) (2017c), [Zivilgesellschaftliches Engagement im Netz – neue Formen der Personalisierung und Mobilisierung](#) [zuletzt abgerufen am 02.03.2020].
- Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) (2017d), [E-Voting in Estland: Vorbild für Deutschland?](#) [zuletzt abgerufen am 02.03.2020].

- Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) (2018), [Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz war nötig und überfällig](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- BZ Berlin (2015), [Hass-Graffiti gegen Leipzigs OB Burkhard Jung \(SPD\)](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Chan, M. S./ Jones, C. R./ Jamieson, K. H. und Albarracín, D. (2017), [Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation](#), In: Psychological Science 28 (11), 1531-1546.
- Council of Europe (2019), [Preventing and Combating Sexism. Recommendation CM/Rec 2019/1](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Demos (2016), [The use of Misogynistic terms on Twitter](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Deutsche Welle (2019a), [FaceApp: Faltige Gesichter und geklaute Daten](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- Deutsche Welle (2019b), [Wie Big Data afrikanische Wahlkämpfe verändert](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].
- Deutscher Bundestag (2017), [Wirkung von „Social Bots“ ist unter Sachverständigen strittig](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (2018): [Euphorie war gestern. Die Generation Internet zwischen Glück und Abhängigkeit](#). [zuletzt abgerufen am 03.03.2020].
- Deutschlandfunk (2016), [Wie Social Bots Falschmeldungen verbreiten](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Deutschlandfunk (2019), [Chinas intelligenter Schule entgeht nichts](#) [zuletzt abgerufen am 24.02.2020].
- Deutschlandfunk (2020), [Politischer Aktivismus aus dem Olympiastadion](#) [zuletzt abgerufen am 02.03.2020].
- Der Spiegel (2008), [Deutscher Plapper-Roboter besteht \(beinahe\) den Turing-Test](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Der Spiegel (2016), [Das zeigt Erika Steinbachs Twitter-Foto wirklich](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Der Spiegel (2017a), [So erkennen Sie Meinungsroboter](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Der Spiegel (2017b), [Sie sind hier](#) [zuletzt abgerufen am 02.03.2020].
- Der Spiegel (2018a), [Ein Gerücht, 23 Tote](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Der Spiegel (2018b), [Die brasilianische Lügenfabrik](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Der Spiegel (2018c), [Umstrittene Gesichtserkennung soll ausgeweitet werden](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- Der Spiegel (2018d), [Gesichtserkennung in Echtzeit](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- Digitalcourage.de (2019), [Selbstverteidigung für Eilige](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].
- Duden (o.J.), [Shitstorm](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Eisel, S. (2011), [Freiheit braucht Verantwortung – Zwanzig Thesen zum Umgang mit dem Internet](#), In: Eisel, S. (Hrsg.) Internet und Demokratie, 279-294.
- Enorm (2019), [Selbstschutz im Netz: 6 Tipps](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].
- Fischer, S. und Petersen, T. (2018), [Was Deutschland über Algorithmen weiß und denkt. Ergebnis einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage](#), Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Fluter (2016), [Öfter im Shitstorm](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Fluter (2018a), [Wo Riesendaten der Menschheit helfen](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- Fluter (2018b), [Du hast grade das Gesetz gebrochen](#) [zuletzt abgerufen am 24.02.2020].
- Forum Privatheit (2017), [Policy Paper: Fake News](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Forum Privatheit (2018), [White Paper: Tracking. Beschreibung und Bewertung neuer Methoden](#) [zuletzt abgerufen am 24.02.2020].

- Friedrich Naumann Stiftung (2019), [Facebook als Konfliktverschärfer in Myanmars Rohingya-Krise](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Frauen gegen Gewalt e.V. (o.J.), [Digitale Gewalt](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Frauennotruf Frankfurt (2017), [Digitale Gewalt](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Gabler Wirtschaftslexikon (o. J.), [Phishing](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].
- Gesellschaft für Informatik (2013), [Big Data](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- GIGA (2017), [Was ist ein Algorithmus? – Einfach erklärt](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Grimm, P. (2016), Brauchen wir ein Werte-Navi? Privatheitskompetenz und Ethik in der digitalen Welt, In: Aktion Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg (Hrsg.), Grundrechte im digitalen Raum: Ein Thema für den Jugendschutz (Medienkompetenz), 16-29.
- Grimm, P. und Kimmel, B. (2015), Big Data und der Schutz der Privatsphäre – Medienethik in der medienpädagogischen Praxis, In: Gapski, H. (Hrsg.), [Big Data und Medienbildung. Zwischen Kontrollverlust, Selbstverteidigung und Souveränität in der digitalen Welt](#), Marl: Grimme Institut.
- Grimme Institut (2017a), [Fake, Filter und Bots – ein Risiko für die Demokratie?](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Grimme Institut (2017b), [Informationsblasen im Internet](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].
- Grimme Institut (2011), [Im Blickpunkt: E-Partizipation](#) [zuletzt abgerufen am 02.03.2020].
- Hannoversche Allgemeine Zeitung (2015), [Beschimpft, bedroht, verfolgt](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020 ].
- Hegelich, S. (2016), [Invasion der Meinungs-Roboter](#), Berlin: Konrad Adenauer Stiftung.
- Heise (2018), [Chinesische Polizei setzt Überwachungsbrillen zur Gesichtserkennung ein](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- Heuer, S. und Tranberg, P. (2015), Mich kriegt ihr nicht! Die wichtigsten Schritte zur digitalen Selbstverteidigung, Hamburg: Murmann.
- Hochschule der Medien Stuttgart und Institut für Digitale Ethik (o.J.), [Digital Safety Compass](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].
- Ikosom (2012), [Slackivism and Clickivism – politische Beteiligung mit einem Klick?!](#) [zuletzt abgerufen am 02.03.2020].
- Institut für Medienpädagogik (JFF) (2014), [Jugendliche und Online-Werbung im Social Web](#). München: JFF.
- Institute for Strategic (ISD) (2018), [Hass auf Knopfdruck. Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierter Hasskampagnen im Netz](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Jagland, T. (2016), Vorwort, In: Keen, E. und Georgescu, M. (Hrsg.), [Bookmarks. Bekämpfung von Hate Speech im Internet durch Menschenrechtsbildung](#), 2.
- Jetzt (2018), [„Das waren gezielte, organisierte Angriffe“](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Jugend Film Fernsehen e.V. (JFF) (2018), [webhelm – kompetent online / Materialien für pädagogische Fachkräfte](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Klicksafe (2014), [Privatsphäre und Big Data](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].
- Klicksafe (o.J.), [Cyber-Mobbing – was ist das?](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].
- Knobloch, T. und Hustedt, C. (2019), [Der maschinelle Weg zum passenden Personal. Zur Rolle algorithmischer Systeme in der Personalauswahl](#), Gütersloh und Berlin: Bertelsmann Stiftung und Stiftung Neue Verantwortung e.V.
- Landesanstalt für Medien NRW (LfM) (2013), [Kleine Daten, große Wirkung. Big Data einfach auf den Punkt](#)

[gebracht](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und Arbeitsgemeinschaft für Kinder- und Jugendschutz (AJS) (2016), Hate Speech – [Hass im Netz. Informationen für Fachkräfte und Eltern](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].

Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ-BW) (o.J.), [Filterblasen: Wenn man nur das gezeigt bekommt, was man eh schon kennt](#) [zuletzt zugegriffen am 27.01.2020].

Lapidot-Lefler, N. und Barak, A. (2012), [Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition](#), In: Computers in Human Behavior 28, 434-443.

Leipziger Volkszeitung (2015), [Drohung gegen Leipzigs OBM Jung – Staatsschutz ermittelt](#) [zuletzt zugegriffen am 15.01.2020].

Matuschek, K. und Lange, V. (2018), [Engagement im digitalen Zeitalter. Trends, Chancen und Herausforderungen](#), Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Maier-Rabler, U./ Huber, S. und Schmid, A. (2012), [Demokratieförderung durch soziale Online-Netzwerke. Politische Partizipation lernen im Web 2.0](#), Innsbruck: Forum Politische Bildung.

Mayer-Schönberger, V. (2016), „Big Data ist die Aufklärung für das 21. Jahrhundert“, In: tv diskurs 20 (1), 32-35.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2018), [JIM 2018. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].

Mimikama (2017), [Filterblase](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].

Motherboard (2017), [Welche deutsche Nachrichtenseite verbreitet die meisten Falschmeldungen auf Facebook?](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].

Netzpolitik.org (2016), [Fake-News, Bots und Sockenpuppen – eine Begriffsklärung](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].

Netzpolitik.org (2018a), [Kritik an G20-Gesichtserkennung: „Neue Dimension staatlicher Ermittlungs- und Kontrolloption“](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

Netzpolitik.org (2018b), [Datenwahrsagerei mit echten Folgen: Schützen kann uns nur ein neues Recht](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

Netzpolitik.org (2018c), [Kleines Einmaleins der digitalen Selbstverteidigung](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].

Netzpolitik.org (2019), [Social Bots: Was nicht erkannt werden kann, sollte nicht reguliert werden](#) [zuletzt zugegriffen am 27.01.2020].

New York Times (2012), [How Companies Learn Your Secrets](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

New York Times (2018), [They stole a Shark in a Baby Stroller and Briefly Got Away With It](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].

Nissenbaum, H. (2010), Privacy in Context. Technology, Policy, and the Integrity of Social Life, Stanford: Stanford University Press.

No Hate Speech Movement (o.J.), Was kann ich gegen Hate Speech tun? [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].

No Hate Speech Movement (o.J.), [Welche Gesetze gibt es gegen Hate Speech?](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].

Postbank (2019), [Die Jugend und das Internet](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].

Prechelt, L. (o.J.), [Vorlesung „Anwendungssysteme“ - Privatsphäre](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

Preiser, S. (2004), Politisches Engagement für den Frieden, In: Sommer, G. und Fuchs, A. (Hrsg.), Konflikt

und Friedenspsychologie, 397-409.

Prietzl, F. (2020), Big Data is watching you: Persönlichkeitsanalyse und Microtargeting auf Social Media, In: Appel, M. (Hrsg.), Die Psychologie des Postfaktischen: Über Fake News, „Lügenpresse“, Clickbait & Co., Berlin: Springer.

Pwc Deutschland (2017), [Social Bots: Gefahr für die Demokratie?](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].

Reece, A. G. und Danforth, C. M. (2017), [Instagram photos reveal predictive markers of depression](#), In: EPJ Data Science 6 (15), 1-12.

Rössler, B. (2001), Der Wert des Privaten, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Sängerlaub, A./ Meier, M. und Rühl, W.-D. (2018), [Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017](#), Berlin: Stiftung Neue Verantwortung.

Schafer, J. R. und Navarro, J. (2003), Seven-Stage Hate Model: The Psychopathology of Hate Groups, In: FBI Law Enforcement Bulletin 72 (3), 1-8.

Simonson, J./ Vogel, C. und Tesch-Römer, C. (2014), [Freiwilliges Engagement in Deutschland. Zusammenfassung zentraler Ergebnisse des Vierten Deutschen Freiwilligensurveys](#), Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Kausmann, C./ Simonson, J. und Hameister, N. (2017), [Freiwilliges Engagement junger Menschen. Sonderauswertungen des Vierten Deutschen Freiwilligensurveys](#), Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Spektrum (2016), [Gefährden Meinungsroboter die Demokratie?](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].

Stanford History Education Group (2016), [Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].

Süddeutsche Zeitung (2014), [Gesucht: Einbrecher der Zukunft](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].

Süddeutsche Zeitung (2016), [Der Mythos der Filterblase](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].

Süddeutsche Zeitung (2017), [Dieses Gesetz bedroht die Meinungsfreiheit](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].

Süddeutsche Zeitung (2018), [„Vor allem Männer über 40 posten viel über Verschwörungstheorien“](#) [zuletzt abgerufen am 09.01.2020].

Süddeutsche Zeitung (2019), [Wie App-Anbieter persönliche Daten ausschlachten](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].

SWR (2016a), [Hightech gegen Diebe: Einbrecher kommen gerne wieder](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].

SWR (2016b), [Wie das „digitale Ich“ entsteht](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].

Tagesschau (2019), [Was steckt hinter FaceApp?](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

Tagesschau (2020), [Erstmaliger Einblick ins YouTube-Geschäft](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

University of Oxford (2016), [Pro-Trump highly automated accounts ‘colonised’ pro-Clinton Twitter campaign](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].

Wagner, U./ Brüggem, N./ Gerlicher, P. und Schemmerling, M. (2012), [Wo der Spaß aufhört ... Jugendliche und ihre Perspektiven auf Konflikte in Sozialen Netzwerkdiensten](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].

Wirtz, M. A. (2017), Dorsch – Lexikon der Psychologie, Bern: Hogrefe.

Zander-Hayat, H./ Domurath, I. und Groß, C. (2016), [Personalisierte Preise](#), Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen.

Ze.tt (2019), [Hass gegen Greta Thunberg: Was lässt die Leute so ausrasten?](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].

Zeit Online (2014), [Schwanger ohne digitale Spuren](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

Zeit Online (2015), [Wir werden vermessen](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

Zeit Online (2016), [Twitter-Nutzer machen Chatbot zur Rassistin](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].

Zeit Online (2017), [Die AAA-Bürger](#) [zuletzt abgerufen am 18.02.2020].

Zeit Online (2018a), [Der Storch-Effekt](#) [zuletzt abgerufen am 15.01.2020].

Zeit Online (2018b), [„Wir erinnern uns nicht an alle Details, wenn wir Übergriffe erleben“](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].

Zeit Online (2018c), [Programmierter Rassismus](#) [zuletzt abgerufen am 27.01.2020].

Zeit Online (2018d), [Achtung, Missbrauch!](#) [zuletzt abgerufen am 12.02.2020].

Zeit Online (2019), [Das Amt und meine Daten](#) [zuletzt abgerufen am 28.01.2020].

## Veröffentlicht durch

Berghof Foundation Operations gGmbH  
© Berghof Foundation Operations gGmbH  
Lindenstraße 34  
10969 Berlin  
Germany  
www.berghof-foundation.org  
Dezember 2019  
Alle Rechte vorbehalten.

## Impressum

Berghof Foundation: Leitfaden zur Nutzung der Lern-App Streitkultur 3.0 für Lehrkräfte und Pädagog\*innen.

## Autorinnen (Berghof Foundation, Programm Friedenspädagogik & Globales Lernen)

Dr. Nicole Rieber, Project Manager, Carolin Sokele, Project Officer, Svenja Brunkhorst, Studentische Hilfskraft, Berghof Foundation

Layout: Edenspiekermann, Christoph Lang, Sonja Riester, Project Officer, Berghof Foundation

Illustrationen: Pudelskern. GmbH

Cover image: Moritz Carstens

Fotos:

- S. 11 [Screenshot Facebook Berliner Express](#), hochgeladen am 28.05.2018, abgerufen am 29.04.2019
- S. 11 [Screenshot Impressum Berliner Express](#), abgerufen am 19.09.2020
- S. 12 [Screenshot Facebook "Anspruch und Wirklichkeit Köln, 15.03.2019 nach der Demo Fridays for Future"](#), hochgeladen am 05.04.2019, abgerufen am 30.04.2019
- S. 12 [Screenshot Google Bilder-Rückwärtssuche](#), abgerufen am 19.03.2020
- S. 13. [Screenshot Facebook Süddeutsche Zeitung](#), hochgeladen am 31.07.2018, abgerufen am 30.04.2019
- S. 13 Screenshot Facebook Kirche in München, hochgeladen am 21.08.2016, abgerufen am 29.07.2019
- S. 25 Sam Panthaky/AFP
- S. 26 Nacho Doce/PA
- S. 27 NUR Photo/AFP
- S. 32 Berghof Foundation Operations gGmbH
- S. 34 Lindsay Foyle/Cartoonstock.com
- S. 35 Dirk Knofe
- S.42 [Screenshot Facebook RTL Aktuell](#), hochgeladen am 03.10.2018, abgerufen am 25.04.2019
- S. 43 [Screenshot Facebook ZDF heuteplus](#), hochgeladen am 03.08.2018, abgerufen am 25.04.2019
- S. 44 [Screenshot Twitter @Steinhoefel](#), hochgeladen am 26.01.2019, abgerufen am 25.04.2019
- S. 44 [Screenshot YouTube Kulitik](#), hochgeladen am 18.06.2013, abgerufen am 25.04.2019
- S. 44 [Meldestelle „respect!“](#), abgerufen am 25.04.2019
- S. 45 [Screenshot YouTube WDR Doku](#), hochgeladen am 30.08.2018, abgerufen am 25.04.2019
- S. 45 [Screenshot no-hate-speech.de](#), abgerufen am 25.04.2019
- S. 47 [Screenshot Facebook Berliner Kurier](#), hochgeladen am 11.10.2018, abgerufen am 25.04.2019
- S. 48 [Screenshot Facebook Fisherman's Friend](#), hochgeladen am 30.06.2017, abgerufen am 25.04.2019
- S. 48 [Screenshot Facebook Bild](#), hochgeladen am 14.02.2018, abgerufen am 25.04.2019
- S. 48 [Screenshot Facebook No Hate Speech Movement Deutschland](#), hochgeladen am 05.04.2017, abgerufen am: 25.04.2019

- S. 58 [Screenshot Instagram Nutzungsbedingungen](#), abgerufen am 20.03.2020
- S. 69 Science Photo Library/AFP
- S. 70 Paul Ellis/AFP
- S. 71 Yuriy Dyachyshyn/AFP
- S. 88 Florian Mehnert
- S. 92 STR/AFP
- S. 93 Justin Sullivan/Getty Images North America/AFP
- S. 94 Picture alliance/dta-tmn

Gefördert vom



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie *leben!*

