

Ansprüche an Medienbildung im Web 2.0 – Sicheres Agieren in der Produzentenrolle

Nach einer Idee von Fabia Fürstenau

Modifiziert und ergänzt durch Redaktion Informatik & Medienbildung



© RAABE 2021

© Peter Dazeley/The Image Bank

Die JIM-Studie 2020 dient als Grundlage für die Veranschaulichung der aktuellen Zahlung zur Internetnutzung Jugendlicher. Die Hintergründe zu den Unterschieden in der Nutzung des Web 1.0 zu Web 2.0 vom Konsumenten zum Produzenten sollen verdeutlichen wie wichtig medienbildnerische Lerninhalte im Hinblick auf die Sicherung der eigenen Daten werden. Wir Lehrkräfte müssen den Jugendlichen verdeutlichen, welche immense Tragweite der sorglose, exzentrische Umgang mit privaten Daten im Internet haben kann. Dabei geht es nicht nur um jedes einzelne Individuum, sondern um eine gesamte sich verändernde Gesellschaft und Welt. Einflüsse auf Politik, Meinungsbildung, Wissenserweiterung etc. sind nicht zu unterschätzen, wenn man nicht in einer isolierten „Filterblase“ der Internetgiganten gefangen sein möchte.

LEHRERINFORMATIONEN

Inhalt:

1. JIM-Studie 2020 mit aktuellen Zahlen zur Internetnutzung Jugendlicher,
2. Web 1.0 vs. Web 2.0,
3. Daten als Währung im Internet,
4. personalisierte Werbung,
5. Kompetenzen in der digitalen Welt, Tipps für methodisch-didaktische Konzeptansätze



Neben der Vermittlung der Nutzungsmöglichkeiten ist es ebenso wichtig den Jugendlichen nahe zu bringen, welche Interessen die Anbieter von Sozialen Netzwerken verfolgen. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist das Thema Anerkennung. Viele Jugendliche bewegen sich in den Sozialen Medien, um Aufmerksamkeit und Anerkennung zu erhaschen. Sie gehen dem tiefen Wunsch nach berühmt zu werden und setzen daher auf Selbstdarstellung. So können 1000 *Facebook*-„Freunde“ ein Gefühl der Anerkennung und des Beliebtheits auslösen, der Nutzer empfindet ein reiches soziales Leben. Sicherlich sollten Jugendliche andere Räume erleben dürfen, in denen sie Anerkennung und Wertschätzung erhalten. Auch hier sind die Eltern ebenso gefragt wie wir Lehrkräfte. Jeder Mensch braucht Wirksamkeit und möchte gesehen werden. Jugendlichen sollte daher Unterstützung gegeben werden, um ihre Stärken austesten und entfalten zu können und Erfolgserlebnisse in diesen Lernprozessen zu erfahren. Soziale Netzwerke haben eine unfassbare Reichweite, d. h. mit einer einzigen Nachricht können wir sehr viele Menschen erreichen. Allerdings bleibt es auch nicht mehr in unserer Hand, welche Folgekreise diese Nachricht ziehen wird, was dem Urheber zu jedem Moment bewusst sein sollte. In diesem Kontext wurde 2011 ein Exempel für einen solchen unbedachten und gedankenlosen Umgang mit *Facebook* einer Hamburger Schülerin berühmt:

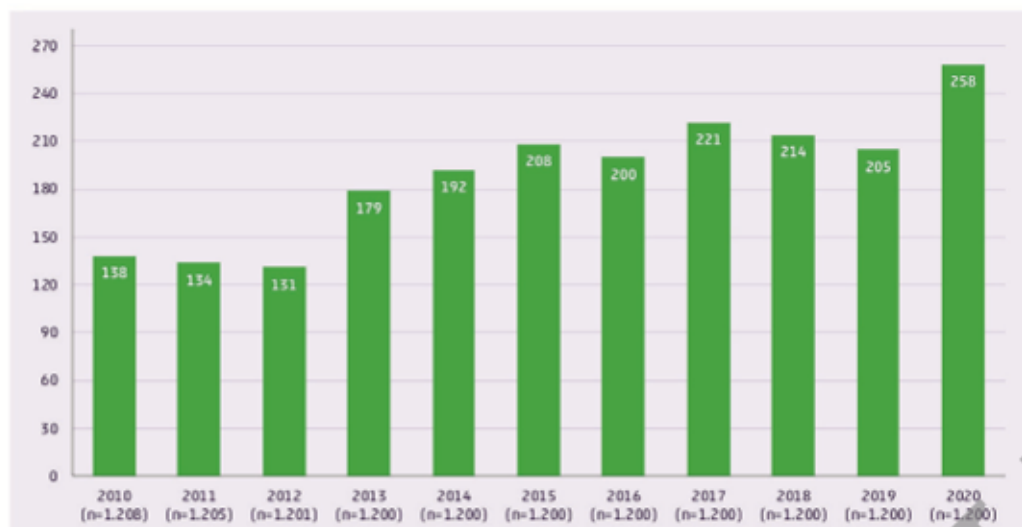
„Facebook-Fans stürmen Geburtstagsparty im Vorgarten von Thessa. Diese Party wird Thessa nie vergessen: Die Hamburger Schülerin hatte über Facebook aus Versehen ‚öffentlich‘ zu ihrem 16. Geburtstag eingeladen. 1.600 Feierwütige versetzten ein beschauliches Wohngebiet in einem Ausnahmezustand. Die Polizei musste einschreiten.“

(vgl. <https://www.stern.de/digital/online/facebook-fans-stuermen-geburtstagsparty-im-vorgarten-von-thessa-3028024.html> eingesehen am 07.05.2021).

Die Jugendlichen sollten die Sozialen Netzwerke daher gut beherrschen und verstehen, um nicht selbst von ihnen beherrscht zu werden. Sinnvollerweise sollte man sich vor dem Posten einer Nachricht im *Social Media* folgende wichtige Fragen stellen: Muss es gesagt werden?, Muss es von mir gesagt werden?, Muss es jetzt gesagt werden?, Welcher Mehrwert entsteht dadurch konkret und für wen? (vgl. Postulat von Christoph Lauer im Februar 2013 in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung). Es wird also mehr und mehr deutlich, dass ein reflektierter Umgang mit den Neuen Medien für den mündigen, verantwortungsbewussten Bürger unumgänglich ist. Dazu gehören neben dem technischen Hintergrundverständnis auch die Überlegungen, was man von seiner eigenen Person preisgeben möchte und ein Bewusstsein zu entwickeln, was mit diesen Daten im Nachgang geschehen könnte. I. d. R. werden die personenbezogenen Daten von den Plattformanbietern zu Werbezwecken verkauft und damit zu Geld gemacht. Sie verkaufen die Daten an Unternehmen, die anhand der Profildefinition die Interessen des Nutzers identifizieren und ihm damit personalisierte Werbung anbieten. Die Folge: dem Nutzer werden Produkte angeboten, die er bisher weder kannte noch benötigte, wodurch aber ggf. ein Bedürfnis künstlich erzeugt werden kann. Während die meisten dieser Plattformen kostenfrei in der Nutzung sind, bezahlen die Nutzer also in einer anderen Währung, ihren persönlichen Daten.



– Montag bis Freitag, Selbsteinschätzung in Minuten –



Quelle: JIM 2010-JIM 2020, Angaben in Minuten; *Änderung der Fragestellung, Basis: alle Befragten

JIM-Studie 2020

Sollten Sie die Ergebnisse der JIM-Studie 2020 noch tiefergehend interessieren, können Sie eine kompakte Zusammenfassung dieser Ergebnisse in unserer übersichtlich zusammengestellten PowerPoint-Präsentation „*Internetnutzung der 12- bis 19-Jährigen*“ einsehen. Dort werden Ihnen darüber hinaus auch die von Jugendlichen am häufigsten verwendeten Apps für Kommunikation, Video- und Musikstreaming kurz vorgestellt. Einen ausführlichen Einblick in der JIM-Studie 2020 bietet das folgende PDF-Dokument:

<https://raabe.click/JIM-Studie-2020>



Medienbildung als relevanter schulischer Lerninhalt

Kein anderes Medium neben dem Internet nutzen Jugendliche heutzutage so intensiv. Dabei ist zu beachten, dass Kinder die neuen Medien zwar bereits bewusst zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse nutzen, Medienkompetenz sehr wohl aber erst ausbilden müssen. Genau hier kommt der Bildungsauftrag ins Spiel, der sich zu einem Großteil auch in den Bildungsplänen und Fachcurricula des Fachs Informatik wiederfindet. Ebenso können Sie als Informatiklehrkraft natürlich auch Ihren Kolleginnen und Kollegen aus anderen Fachbereichen wertvolle Tipps an die Hand geben, wie sie die Medienbildung in ihrem Fachunterricht schulen können.

Bereits in ihrem Entwurf zur Medienbildung in der Schule aus dem Jahr 2012 erklärte die Kultusministerkonferenz (KMK):

„Mangelnde Medienkompetenz beschränkt die Möglichkeiten des Einzelnen zur politischen Mitwirkung und kulturellen Partizipation.“

Definition: *Fake News* sind Falsch- und Fehlinformationen, die häufig über elektronische Kanäle (v. a. soziale Medien) verbreitet werden. Sie gehen von einzelnen Personen oder Gruppen aus, die aus Eigeninteresse oder im Auftrag Dritter handeln. Es gibt persönliche, politische und wirtschaftliche Motive für die Verbreitung von *Fake News*.

(Vgl.: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/-2045879783/fake-news-v1.html>)

Doch das Phänomen *Fake News* ist etwas, was uns längerfristig begleiten wird. Umso wichtiger ist es, auf die vielseitigen Facetten des Themas hinzuweisen und den Schülerinnen und Schülern ein Handwerkszeug mitzugeben, um Falschmeldungen als solche zu entlarven.

Falschmeldungen können jeder noch so guten Redaktion unterlaufen. Problematisch ist die zunehmende Zahl von *Fake News*, die sich in den sozialen Medien wie beispielsweise *Facebook* rasant verbreiten. Wurden *Fake News* zu Anfang von einzelnen Personen als Scherz erstellt, um Aufmerksamkeit zu erregen, werden sie heute mit professionellen Computerprogrammen, sogenannten „*Social Bots*“ oder „*Autotrollen*“, erstellt. Sie dienen dazu, durch Werbeeinnahmen Geld zu verdienen, Menschen zu schaden oder zu provozieren und zu polarisieren.

Die strafrechtliche Verfolgung oder gar das Verbot von *Fake News* ist schwierig, da eine genaue Definition von *Fake News* bisher fehlt, die Urheber bzw. Urheberinnen schwer zu finden sind und die Grenzen zwischen Meinungsfreiheit und krimineller Handlung teilweise verschwimmen.

Hackerangriffe sind neben *Fake News* ein weiteres, größer werdendes Problem des Internets. Auch hier können die Urheber oft nur schwer bis gar nicht identifiziert werden.

Definition: Ein Hackerangriff ist das unerlaubte Eindringen in Lücken fremder Computersysteme für eigene, oft kriminelle Zwecke wie den Diebstahl von Informationen.

Hackerangriffe auf Regierungseinrichtungen, Großkonzerne oder Verteidigungseinrichtungen sind oft grenzübergreifend. Daher wird auch von „*Cyberkriegen*“ zwischen Staaten gesprochen. Die Entscheidung, ob es sich bei einzelnen Taten um kriminelle Handlungen oder gar einen kriegerischen Akt handelt, kann oft nicht gefällt werden.

Methodisch-didaktische Impulse

Da Jugendliche schon frühzeitig mit den digitalen Medien in Berührung kommen, lernen sie sehr schnell, ihre damit verknüpften Bedürfnisse zu befriedigen. Auch mit den durch *Big Data* entstehenden Herausforderungen kommen sie früh in Berührung und entwickeln eigene Bewältigungsstrategien. Jedoch vielfach unterschätzte und auch deutlich weniger offensichtliche Problembereiche sind:

- die kritische Bewertung von im Internet verfügbaren Daten und Informationen sowie
- die reflektierte Auseinandersetzung mit einer „gesunden“ Datenpreisgabe im Netz verbunden mit
- einem Verständnis für die Tragweite des unsicheren Umgangs mit Daten im Internet für jeden selbst, aber auch für die gesamte Gesellschaft.

Im heutigen Web 2.0, das nicht mehr auf Inhalt, sondern auf Interaktivität fokussiert ist, sind diese kritischen Reflexionskompetenzen nämlich plötzlich von extrem hoher Relevanz. Deshalb wird es

