Foto: pixabay.com | Lizenz: cc0

6. NETZWERKTAGUNG "Medienkompetenz stärkt Brandenburg"

Meinungsbildung vs Meinungsmache. Entwicklungsaufgaben einer kritischen Medienpädagogik

Potsdam | 18. Oktober 2017 | Medieninnovationszentrum Babelsberg

DOKUMENTATION

MEDIENKOMPETENZ
STÄRKT
BRANDENBURG

Inhalt dieses Readers

VORTRÄGE

Impulsvortrag Vorbereitungstreffen zur Netzwerktagung am 11. Juli 2017
Prof. Dr. Dagmar Hoffmann
Hass-Postings, Fake-News und konfrontative Meinungsmache im Social Web 4

Keynote I
Jan-Hinrik Schmidt
Zwischen Partizipationsversprechen und Algorithmenmacht. Wie soziale Medien Meinungsbildung und Orientierung in der Welt prägen 8

Keynote II
Markus Gerstmann
Grüße aus dem Wahrheitsministerium. 42 Folien über Online HateSpeech, Lügen, Verschwör ungstheorien und digitale Reaktionen 11

WORKSHOPS

Markus Gerstmann & Lina Thee, ServiceBureau Jugendinformation Bremen
Wir wollen die rechten Gehirnhälften erreichen 13

Lidia de Reese | Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia Diensteanbieter e.V. (FSM)
Fake News, Verschwörungen und Populismus – Meinungsbildung im Internet und demokratische Teilhabe für Heranwachsende 14

Susanne Schmitt & Kristin Ehlert | Young Images e.V.
potsblitznews.de - Wahr oder Falsch? 15

Ulrike Küchler, Fee Krämer
Netzrecherche in der Grundschule 16

Dr. Markus Neuschäfer | Open Knowledge Foundation Deutschland e.V.
edulabs - Medienbildung mit selbstorganisierten Projekten und digital gestützten Methoden 17

Stoyan Radoslavov & Bastian Bielig | JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
Trump it! Medienwahlkampf macht Schule 18

Inhalt dieses Readers

WORKSHOPS

Birgit Marzinka | Agentur für Bildung - Geschichte, Politik und Medien e.V.
#uploading_holocaust 19

Frauke Langguth | ARD Text
Wer macht die Nachrichten? Arbeitsalltag, Nachrichtenauswahl und redaktionelles Selbstverständnis am Beispiel von ARD Text 20

Alexa Schaegner | politik-digital e.V.
Schule gemeinsam gestalten: Das Beteiligungsprojekt „aula“ 21

Dennis Romberg
Fake News – Neuer Name für alte Phänomene 22

Mirjam Gläser | ufuq.de
Zum Umgang mit Antimuslimischem Rassismus 23

WORLDCAFÉ
Das Protokoll 24

SCHNAPPSCHÜSSE
Das war die Netzwerktagung "Medienkompetenz stärkt Brandenburg" 2017 32

PREISTRÄGER FÖRDERPREIS
"Medienkompetenz stärkt Brandenburg" 2017 35

IMPRESSUM 36

Hass-Postings, Fake News und konfrontative Meinungsmache im Social Web

Prof. Dr. Dagmar Hoffmann, Universität Siegen

Die sozialen Online-Netzwerke wie etwa Facebook und der Micro-Bloggingdienst Twitter stehen derzeit sehr in der Kritik, da sie – so der Vorwurf – zu wenig gegen Falschnachrichten und Hass-Postings unternehmen. Im so genannten Social Web finden sich zunehmend menschenverachtende Aussagen und auch Postings, die als Volksverhetzung gewertet werden können. Menschen legen Accounts und Profil-seiten an, auf denen sie soziale Gruppen wie beispielsweise Flücht-linge diskriminieren. Sie versuchen Gleichgesinnte zu finden und für ihre Anliegen zu mobilisieren – etwa, wenn es um die Verhinderung von Einrichtungen für Asylsuchende geht. Hass-Postings und Fake News gab es schon immer, doch nun sind sie zu einem omnipräsenten Thema in der Medienöffentlichkeit geworden. Der folgende Beitrag geht der Frage nach, wie es zu dieser Entwicklung und Auseinandersetzung gekommen ist und inwieweit es neue Konzepte der Medienbildung bedarf, um sich zu Mechanismen konfrontativer Meinungsmache zu positionieren.

Wandel von Öffentlichkeiten

Die Digitalisierung der Medien hat zur Konsequenz, dass sich politische Öffentlichkeiten und auch Möglichkeiten der politischen Partizipation verändern. Im Grunde kann nunmehr ein Einzelner auf die Konstituierung politischer Öffentlichkeit einwirken, sich im Social Web zu Wort melden und unter Umständen eine große kommunikative Reichweite erzeugen. Was im prädigitalen Zeitalter auf der Begegnungsebene, etwa am Stammtisch oder am Gartenzaun, verhandelt wurde, kann nun an die Gemeinschaft im Social Web adressiert werden. Diese Gemeinschaft kann aus Freundinnen und Freunden und Bekannten bei Facebook bestehen oder es können die Follower bei Twitter oder Instagram sein. Bisweilen kennt man die Adressatinnen und Adressaten persönlich oder aber man steht mit ihnen nur über Freundinnen und Freunde oder Dritte in Kontakt. Während die Rollen und Funktionen der Sprechenden in der Medienöffentlichkeit bis zu Beginn dieses Jahrhunderts weitgehend festgelegt waren, scheinen sie sich durch neuere Medienentwicklungen zu flexibilisieren und zu enthierarchisieren. Es entstehen neue Formen des Bürgerjournalismus (etwa Blogs) und auch sporadisch themenbezogene Gegenöffentlichkeiten (so genannte Hashtag-Publics, Rambukkana 2015), in denen die Akteure über bestimmte Themen informieren, sich politisch positionieren und mitunter auch einfach „Stimmung machen“ wollen. Eine recht bekannte Hashtag-Public entwickelte sich im Jahr 2013 mit #aufschrei, bei der zunächst auf Twitter der Sexismus im Alltag von einer Vielzahl von Akteuren kritisch diskutiert wurde. Im Verlauf der Debatte nahmen sich auch öffentlich-rechtliche Rundfunksender und überregionale Tages- und Wochenzeitungen dem gesellschaftspolitischen Thema an und es wurde eine breite öffentlichkeitswirksame Diskussion in Gang gesetzt.

"Um sich eine Meinung zu bilden, bedarf es nicht nur der Aneignung von Fakten zu einem Sachverhalt, sondern im Grunde ebenso Hintergrundwissen und die Kenntnis verschiedener Argumentationen."

Plattformen und Dienste wie Facebook und Twitter sind Kommunikationsräume, die für Jedermann zugänglich sind. Insofern wird man auch mitunter mit Menschen und ihren Meinungen konfrontiert, mit denen man für gewöhnlich keinen oder nur sehr selten Umgang pflegt. Nutzer und Nutzerinnen, die vielleicht bislang kaum in der Öffentlichkeit gestanden und sich politisch engagiert haben, können hier zum Sprecher oder zur Sprecherin werden und sich mit ihren Anliegen selbst- oder auch fremdgesteuert Gehör verschaffen. Nicht immer sind die Kommunikationsdynamiken bei diesen Diensten berechenbar und deren Konversationsverläufe zu steuern.

Gatekeeping

Für die Nachrichtenauswahl und -bereitstellung sorgen klassischerweise Gatekeeper, d.h. Journalistinnen und Journalisten und Redaktionen, die Informationsmengen sich-

ten, als wichtig zu erachtende Ereignisse selektieren und diese so aufarbeiten, dass sie für ein Publikum als Nachricht verständlich kommuniziert werden können. Gatekeeper – zu Deutsch: Torwächter oder Schleusenwärter – sind aufgefordert, Informationen auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen, bevor sie einem größeren Leser-und/oder Zuhörerkreis zur Verfügung gestellt werden. Sie tragen in der Regel die Verantwortung für die Inhalte, die sie verbreiten.

Mit dem Aufkommen digitaler Medien und insbesondere dem Internet wird die Rolle und Funktion der Gatekeeper keineswegs obsolet, aber kollaborative Anwendungen wie Blogs, Online-Foren und soziale Netzwerke sorgen dafür, dass im Prinzip nahezu jeder die Funktion des Gatekeeping für einen bestimm-ten Nutzerkreis übernehmen kann. Konventionelle Medien wie Nachrichtensendungen und Tageszei-tungen gelten zwar nach wie vor als vertrauenswürdig, aber sie erhalten durchaus Konkurrenz und Gegenwind durch „Medienamateure“, d.h. Menschen, die nur selten eine Journalistische Ausbildung besitzen und dennoch in der Medienöffentlichkeit agieren. Nicht immer verfügen sie über die nötigen Ressourcen und betreiben sie den Aufwand, „ihre“ Nachrichten zu verifizieren. Bisweilen werden auch bewusst Falschmeldungen abgesendet. Die etablierten Medienformate müssen sich nicht generell, aber hin und wieder mit dieser Konkurrenz arrangieren oder sich zu deren Nachrichtenangeboten in Beziehung setzen. Sie sind gefordert, wenn Fake News kursieren, Hass-Kommentare geschickt sowie so genannte Shitstorms bewältigt werden müssen. Ein prominentes Beispiel sind die Moderatorinnen Dunja Hayali (Morgenmagazin, ZDF) und Anja Reschke (Panorama, ARD), die seit 2015 immer mal wieder wegen ihrer kritischen Haltung zum Umgang mit Flüchtlingen in Deutschland und der Aufklärung über Pegida und die Machenschaften der AfD attackiert wurden. Die klassischen Gatekeeper stehen aktuell viel stärker unter Druck und können in den sozialen Netzwerken sowie auch über das Videoportal YouTube bloßgestellt und angegriffen werden, wobei die soziale Distanz zwischen Gatekeeper und Publikum - zum Vergleich in den 1990-er Jahren - deutlich geringer geworden ist.

Mechanismen konfrontativer Meinungsmache

Konfrontative Meinungsmache erfolgt über Provokationen und Dramatisierungen, indem Ereignisse emotional überhöht dargestellt werden. Werden Ereignisse sehr moralisiert, so spricht man auch von Skandalisierung. Um sich eine Meinung zu bilden, bedarf es nicht nur der Aneignung von Fakten zu einem Sachverhalt, sondern im Grunde ebenso Hintergrundwissen und die Kenntnis verschiedener Argumentationen. Andernfalls fällt es in der Regel schwer, eine Meinung in einer sozialen Gruppe souverän zu vertreten. Sind die angebotenen Lösungen für einen Konflikt jedoch einfach, so können sie eher als Deutungsmuster übernommen werden als wenn sie komplex, ambivalent und vielschichtig sind.

Gerade in der Diskussion um die Aufnahme von Flüchtlingen werden von den Kritikerinnen und Kritikern oftmals simplifizierende Sichtweisen geäußert. Konfrontative Meinungsmache zeichnet sich durch klare Schuldzuweisungen und (Vor-)Verurteilung aus. Soziale Gruppen und Persönlichkeiten werden diskreditiert und abgewertet sowie ausgegrenzt.

Hassreden und die Verbreitung radikaler Thesen sowie ideologischer Ideen schüren Abneigungen und ermöglichen Schwarz-Weiß- sowie Gut-Böse-Schemata. Konfrontative Meinungsmache hat Aussicht auf Erfolg, wenn Feindbilder vorhanden sind und Sündenböcke benannt werden können. Konfrontative Meinungsmache gelingt, wenn die verwendeten Begrifflichkeiten eingängig und selbsterklärend sind. Nicht nur Sprache manipuliert, sondern auch zugehörige Bilder können Eindrücke verstärken und sich im Gedächtnis „einbrennen“. Gezielt und eindeutig werden Ereignisse gerahmt, um somit bestimmte Wirklichkeiten zu erzeugen und für plausibel zu erklären.

"Medienkompetenz ist in Zeiten der zunehmenden Verbreitung von Fake News und Hass-Postings sowie viraler Hetzkampagnen ausgesprochen wichtig."

Wiederkehrende Schlagwörter, Floskeln und Forderungen sowie Bildaussagen haben mitunter Kampagnencharakter und suggerieren zuweilen, dass sehr viele Menschen sich einer Meinung anschließen und dass sie sich einig sind. Besonders empfänglich für populistische Denkmuster sind Menschen, die sich ein festes Wertekonzept wünschen und sich nach Zugehörigkeit, sozialer Ordnung und Sicherheit sehnen. Auch Menschen, die sich existen-ziell bedroht fühlen und ein starkes Anomieerleben aufweisen, neigen zu einer dichotomen Welt-sicht (Freund-Feind-Schema). Wer anomisch ist, empfindet die Folgen des sozialen Wandels als einschränkend und negativ sowie das Zusammenleben als mehr oder minder regellos. Diese Individuen wollen ihren Unmut klar adressieren können (siehe u.a. Decker/Lewandowsky 2009).

Medienbildungs- und Ermutigungsauftrag

Da die Nachrichtenproduktion und -verbreitung komplexer und unübersichtlicher geworden ist und verschiedene Akteure (Professionelle als auch Laien) als Gatekeeper auftreten können, wird die Fehleranfälligkeit größer. Es wird wahrscheinlicher und zugleich einfacher, dass Fake News und populistische Aussagen in den sozialen Netzwerken gestreut werden. Postings sind nicht immer autorisiert und Bilder kontextualisiert, Twitter-Accounts sind mitunter für bestimmte oder auch erfundene Personen (etwa Mitglieder einer bestimmten Partei) eingerichtet worden. Personen werden Aussagen unterstellt oder sie werden in so genannten Memes verunglimpft. Meist handelt es sich bei Memes um Bildmaterial, das mit Sprüchen versehen wird. Diese haben aber zumeist keinen aufklärerischen oder dokumentarischen Charakter, sondern sind satirisch gemeint oder sollen provozieren sowie polarisieren.

Medienkompetenz ist in Zeiten der zunehmenden Verbreitung von Fake News und Hass-Postings sowie viraler Hetzkampagnen ausgesprochen wichtig. Niemand ist wirklich immer davor gefeit, auf eine Falschmeldung doch mal „reinzufallen". Insofern gilt es, sich stets selbstkritisch hinsichtlich des eigenen Informationsmanagements zu überprüfen. Man sollte darum bemüht sein, Quellen zu hinterfragen und Informationen abzugleichen, um so Fake News zu identifizieren und zu enttarnen. Bestimmte Hinweisreize (News Cues) wie Gesten, Posen und Symbole deuten mitunter an, dass Zusammenhänge nicht stimmen können oder es sich beispielsweise um eine Fotomontage handelt. Zudem sollten Nutzerinnen und Nutzer ermutigt werden, Fake News und Hass-Postings – sofern möglich – bei Plattformbetreibern zu melden. Immer wieder werden Gegenreden (Counter Speech) eingefordert, um Zivilcourage zu zeigen und Normverletzungen unmittelbar zu ahnden. Hier muss man aber geübt sein, daher ist es ratsam, nicht allein zu agieren. Man muss darum wissen, dass Gegenreden wie ein Zündfunke sein können, man sich angreifbar macht und zur Zielscheibe derjenigen wird, deren Argumente man rational entkräften wollte. Gleichwohl sind alle gesellschaftlichen Kräfte aufgefordert, die Diskussionskultur im Netz mitzugestalten und sich mit Hetzerinnen und Hetzern und Trollen auseinanderzusetzen. Die Verantwortung allein an die Plattformbetreiber und Dienste-Anbieter abzugeben, die Fake News und Hass-Postings verhindern sollen, ist sicherlich nicht dauerhaft zielführend. Es ist auch fraglich, ob diese restriktive Regelungen organisieren können, ohne die Meinungsfreiheit einzuschränken. Generell dürfen die Mechanismen konfrontativer Meinungsmache nicht verkannt werden und sollte die Auseinandersetzung mit Andersdenkenden nicht gescheut werden.

(Script vom 11. Juli 2017)

Literatur

Decker, Frank / Lewandowsky, Marcel (2009): Populismus. Erscheinungsformen, Entstehungshintergründe und Folgen eines politischen Phänomens. Online abrufbar http://www.bpb.de/41192/was-ist-rechtspopulismus?p=all

Rambukkana, Nathan (Hrsg.) (2015): Hashtag Publics. The Power and Politics of Discursive Networks, New York.

KEYNOTE I

Zwischen Partizipationsversprechen und Algorithmenmacht. Wie soziale Medien Meinungsbildung und Orientierung in der Welt prägen

Jan-Hinrik Schmidt, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (Hamburg)

Der Autor ist wissenschaftlicher Referent für digitale interaktive Medien und politische Kommunikation am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung. Seine aktuellen Forschungsinteressen liegen in den Veränderungen, die soziale Medien wie Facebook, Twitter oder YouTube für Beziehungspflege, Informationsverhalten, politische Teilhabe und gesellschaftliche Öffentlichkeit bringen. Aktuelle Informationen sind auch in seinem Weblog unter www.schmidtmitdete.de zu finden.

Bei der 17-Jährigen Luisa ist YouTube an die Stelle des Fernsehens getreten, um sich über aktuelle Themen zu informieren, die sie interessieren. Auf Empfehlung ihrer Mutter sieht sie sich dort eine ARTE-Dokumentation zum Klimawandel an; im Anschluss schlägt ihr der YouTube-Algorithmus ein weiteres Video vor. Dieser professionell produzierte „Lehrfilm" argumentiert, es gebe keinen menschengemachten Klimawandel. Die Schülerin, die sich in der Jgendgruppe einer Umwelt-NGO engagiert, gerät ins Schwanken: „Also man weiß dann nicht, was man so richtig glauben soll, weil manche Informationen sind dann auch irgendwie ganz gut oder glaubwürdig, obwohl ich auch nicht alles verstehe, aber es ist irgendwie schwierig das so auseinanderzuhalten".

Als Jasmin, eine 22-Jährige Auszubildende, am frühen Abend des 22. Juli nach Hause kommt, erfährt sie über eine Eilmeldung auf ihrem Smartphone vom Amoklauf in München. Daheim schaltet sie den Fernseher an und verfolgt die Berichterstattung der ARD, informiert sich zugleich aber auch über Whatsapp und Facebook, ob es ihren Freunden und Bekannten vor Ort gut geht. Dabei wird sie auch mit einem Augenzeugen-Video konfrontiert, das Schüsse und Verletzte zeigt: „Das hat man halt auch vorher schon in den Nachrichten gesehen, aber es ging auch sofort bei Facebook los das Video und wurde Ja auch gleich tausendfach irgendwie geteilt und geliked (...) Es war halt einfach da".

Der 54-Jährige Dieter, Mitglied einer verkehrspolitischen Initiative in Hamburg, betrachtet Google als wichtiges Werkzeug, um sich zu seinen Interessen zu informieren. Gleichzeitig missfällt ihm aber die Monopolstellung, die der Konzern mittlerweile hat. Auch andere Internetunternehmen sieht er kritisch, selbst wenn sie ihm helfen könnten, Unterstützung für seine politischen Anliegen zu mobilisieren: „Nein, ich will nichts über Facebook oder Twitter [weiterverbreiten], weil das sind undemokratische Unternehmen, die ganz, ganz eigene Interessen haben."

Die Erfahrungen dieser drei Personen wurden im Rahmen eines Projekts zur Bedeutung des Internets für die Meinungsbildung aufgezeichnet. Sie veranschaulichen beispielhaft die zentrale Bedeutung, die Netzwerk-, Video- und Microbloggingplattformen, Suchmaschinen und Instant-Messaging-Dienste mittlerweile im Gefüge gesellschaftlicher Öffentlichkeit haben. Bei allen Unterschieden in

ihrer technischen Funktionsweise und Verbreitung ist diesen Angeboten doch gemeinsam, dass sie als Informations-intermediäre fungieren, deren Kommunikations-architektur von drei Prinzipien geprägt ist.

Erstens betreiben Informations-intermediäre die Ent- und Neubündelung von Informationen zugleich: Sie erschließen Informationen aus unterschiedlichen Quellen, indem sie diese aus ihrem Ursprungskontext lösen und in eigene Datenbanken einbetten, oder gleich die Kanäle für das Veröffentlichen von Inhalten aller Art bereitstellen. Ihren Nutzern präsentieren sie Informationen nicht mehr in Form von etablierten publizistischen Ordnungen mit eigenen zeitlichen Rhythmen (wie der „Sendung" oder der „Ausgabe"), sondern in Form von augenblicklich erstellten, oft auch ständig aktualisierten „Trefferlisten" oder „Streams". Ein- oder Ausschluss sowie Aggregation von Inhalten unterliegen nicht mehr redaktioneller Entscheidung, sondern sind im Wesentlichen Ergebnis einer algorithmischen Filterung, zum Beispiel durch Prüfung der Relevanz von Quellen für einen Suchbegriff oder durch das bevorzugte Anzeigen von Informationen, die aus dem eigenen Kontaktnetzwerk stammen. Diese Form der „Algorithmic Media Production" (Philip Napoli) trägt – zweitens – maßgeblich dazu bei, dass Informationsintermediäre die Personalisierung von Informationsangeboten fördern. Dies kann nutzerseitig gewollt und bewusst geschehen, etwa indem bestimmte Quellen dem eigenen Kontaktnetzwerk hinzugefügt, gleichsam abonniert werden. Personalisierung geschieht aber auch unbemerkt oder ungewollt, wenn Empfehlungs- und Filtermechanismen zum Einsatz kommen, die vergangenes Nutzerverhalten oder Metadaten über eine Person und ihre soziale Einbettung auswerten, um bestimmte Informationen ein- bzw. auszublenden.

Drittens schließlich unterstützen Informationsintermediäre – mit Ausnahme der Suchmaschinen - die Konvergenz unterschiedlicher Kommunikationsmodi, die bislang weitgehend getrennt voneinander waren. Augenfällig ist in dieser Hinsicht sicherlich das Zusammenwachsen von publizistischer und konversationaler Kommunikation: Intermediäre erschließen auch journalistisch-massenmediale Inhalte, betten sie aber in Anschlusskommunikation des Publikums ein. Kommentare, Empfehlungen oder explizite Bewertungen (etwa in Form von „Likes" oder „Thumbs up") der Nutzer werden sichtbar. Die erleichterten Bedingungen für das Weiterleiten und Empfehlen fördern zudem die u.U. rasante schneeballartige Verbreitung von Inhalten, insbesondere innerhalb von bereits existierenden Beziehungsgeflechten. Intermediäre sind aber auch Heimat für eine wachsende Zahl von Profilen, die nicht von Menschen, sondern von „social bots" bestückt werden und den Modus der Mensch-Maschine-Kommunikation ins Spiel bringen.

Unbestritten: Informationsintermediäre erfüllen dank dieser Prinzipien wichtige Vermittlungs- und Orientierungsfunktionen. Sie stellen ihren Nutzern Mittel zur Verfügung, sich die Fülle und Vielfalt der online verfügbaren Informationen zu erschließen, gerade auch in Hinblick auf solche Themen, die journalistisch-publizistische Anbieter nicht abdecken, etwa gruppenbezogene Belange oder Informationen zu Nischeninteressen. Dazu kommt, dass das Internet seinen Nutzern seit jeher viele Möglichkeiten bietet, selbst aktiv zu werden und Erfahrungen, Erlebnisse und Meinungen mit anderen zu teilen. Neben Inhalten, die jenseits der persönlichen Öffentlichkeit des eigenen Freundes- und Bekanntenkreises auf kein Interesse stoßen, geht es dabei immer wieder auch um gesellschaftlich relevante Themen und Debatten, an denen Menschen niedrigschwellig partizipieren können.
Aber woher kommen dann das Unbehagen und die Kritik, die den aktuellen Diskurs um Intermediäre prägen und sich auch in den eingangs zitierten Vignetten finden? Offensichtlich verschieben Intermediäre das Gefüge von Öffentlichkeit so grundlegend, dass sich auch ungewollte, ja: demokratisch unerwünschte Folgen zeigen. Die derzeit größten Bedenken gelten in dieser Hinsicht wohl dem Szenario der „Filterblasen", das der Publizist Eli Pariser bereits 2011 popularisiert hat. Er drückte die Sorge aus, dass die gegenwärtige Gestalt des Internet dazu führe, dass Menschen nur noch sehr eingeschränkte Vielfalt erleben und nicht mehr mit Informationen konfrontiert sind, nach denen sie nicht explizit gesucht haben oder die ihr etabliertes Weltbild in Frage stellen würden. Dafür seien drei miteinander verschränkte Ursachen verantwortlich: Um Informationsfülle zu verarbeiten und kognitive Dissonanz zu vermeiden, greifen viele Menschen auf Strategien der selektiven Auswahl zurück, anstatt sich beständig aus allen verfügbaren Quellen in alle denkbaren Richtungen zu informieren. Hinzu kommt die

Tendenz von Menschen, sich mit anderen Personen zu umgeben, die ihnen – zum Beispiel in Hinblick auf Bildungsstand oder politische Einstellungen – ähnlich sind. Diese psychologischen und soziologischen Faktoren treffen bei den Intermediären auf algorithmische Systeme wie etwa den Newsfeed von Facebook oder die Videoempfehlungen auf YouTube. Sie filtern Informationen im Sinne der o.g. Personalisierung vorrangig danach, ob sie (a) vom Nutzer in der Vergangenheit bereits als relevant eingeschätzt wurden (gemessen etwa durch Klicks oder Verweildauer) sowie (b) ob sie von Mitgliedern seines erweiterten Netzwerks erstellt, kommentiert oder empfohlen wurden. Dies kann, so die These, zu verstärkenden Effekten und einer sukzessiven Verengung der Weltsicht kommen. Mittlerweile weiß man aber, dass es keinen eindeutigen und deterministischen Zusammenhang zwischen Intermediärsnutzung und Meinungsbildung gibt. Studien zeigen zwar, dass Filterblasen für manche Gruppen existieren, etwa die Anhänger von Verschwörungstheorien oder die (bislang sehr kleine) Gruppe derjenigen Personen, die sich vorrangig oder ausschließlich über soziale Medien informieren. Doch die Mehrheit der Internetnutzer hat ein breiteres Spektrum von Informationsquellen, die Themen von generellem Interesse oder auch unerwartete Informationen liefern. Drängender scheint ein zweites Problem: Insbesondere die Netzwerk- und Videoplattformen schaffen Kommunikationsräume, in denen der verständigungsorientierte Austausch von Argumenten nicht im Vordergrund steht, sondern wo sich Menschen wechselseitig in ihrer vorgefassten Meinung bestätigen. Diese „Echokammern“, in denen nur noch zu Gehör kommt, was dem Gruppenkonsens entspricht, sind vor allem dann problematisch, wenn sie um extreme, intolerante und undemokratische Haltungen herum entstehen und die Meinungsäußerungen die Grenzen des Zulässigen streifen oder gar überschreiten. Ohne solche „Hate Speech“ zu entschuldigen – zumindest in einigen dieser Fälle äußern sich Nutzer aus dem Moment heraus und schätzen die Reichweite und Persistenz ihrer Äußerungen nicht ab. Doch gerade bei Themen wie der Flüchtlingskrise geschehen Provokationen und Beleidigungen längst mit Kalkül, um die Grenzen des Sagbaren zu verschieben und Diskurse zu radikalisieren. Die Betreiber von Intermediären ziehen sich angesichts dieser Problematik bislang meist auf die Haltung zurück, sie würden ja nur die Plattformen bereitstellen, auf denen sich andere Nutzer äußern können. Doch damit machen sie es sich zu einfach. Denn selbst wenn Intermediäre keine eigenen Inhalte erstellen, legen sie doch in Form von Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Community Standards sowie insbesondere ihrer softwaretechnischen Gestalt sehr wirkmächtige Grenzen und Spielräume dessen fest, was Nutzer tun können und was nicht. So entsteht ein fundamentaler Konflikt: Die immanenten Regeln eines weltweit operierenden Angebots wie Facebook oder Google treffen auf kulturelle Werte und Normen sowie nationale Rechtsrahmen, die ganz unterschiedliche Grenzen der freien Meinungsäußerung oder der Privatsphäre ziehen. Mitspracherechte wären daher gefordert, doch die Nutzer von Intermediären sind bislang im Wesentlichen auf die Rolle der Konsumenten von Facebook, Google und Co. reduziert. Und selbst eines der wenigen Druckmittel, das ihnen in dieser Rolle bliebe, nämlich der Stop der Nutzung und das Ausweichen auf alternative Anbieter, ist angesichts von Tendenzen zur Monopolbildung und den Hürden, Daten und Inhalte von einem Betreiber zu einem Wettbewerber zu migrieren, für viele Nutzer keine wirkliche Option. Das ist das dritte und möglicherweise schwerwiegendste Problem, das Informationsinermediäre derzeit aufwerfen: Sie sind zentrale Infrastrukturen für gesellschaftliche Öffentlichkeit, aber keine öffentlichen Infrastrukturen. Sie werden von Konzernen betrieben, die sich bestimmten Verpflichtungen – wie der demokratischen Kontrolle und Mitbestimmung, der Transparenz oder auch der Steuerlast angesichts ungeheuer großer Profite – so weit wie möglich zu entziehen versuchen. Bleibt es dabei, verheißt diese Schieflage auf Dauer nichts Gutes für eine funktionierende demokratische Öffentlichkeit.

Weiterführende Literatur

Hölig, Sascha / Uwe Hasebrink (2017): Reuters Institute Digital News Survey 2017. Ergebnisse für Deutschland. Arbeitspapier des Hans-Bredow-Instituts, Nr. 42. Online: https://www.hans-bredow-institut.de/de/publikationen/reuters-institute-digital- news-survey- 2017-ergebnisse-fuer-deutschland.

Schmidt, Jan (2018): Social Media. 2. Auflage. Wiesbaden.

Schweiger, Wolfgang (2017): Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern. Wiesbaden.

KEYNOTE II

Grüße aus dem Wahrheitsministerium - 42 Folien über Online HateSpeech, Lügen, Verschwörungstheorien und digitale Reaktionen

Markus Gerstmann, ServiceBureau Jugendinformation (Bremen)

Der Medienpädagoge und Bildungsreferent Markus Gerstmann arbeitet seit vielen Jahren im ServiceBureau Jugendinformation in Bremen. Während seiner Arbeitszeit darf er surfen, spielen und viele Internettools ausprobieren. Einzige Bedingung dabei ist, dass er dieses mit seinem Wissen über die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen kombiniert und diese Erkenntnisse in Artikeln, Vorträgen und Workshops an Eltern und Fachkräfte weiter gibt.

Hate Speech - Ein Problem auf das weder Zivilgesellschaft, Plattformanbieter noch Sicherheitsbehörden im vergangenen Jahr eine befriedigende Antwort gefunden haben. Online Hate Speech meint dabei nicht nur rassistische, antisemitische und sexistische Äußerungen, sondern auch unflätige Kommentare sowie (menschenverachtende) Verschwörungstheorien und den Aufruf zur Gewalt gegen bestimmte Gruppen oder einzelnen Personen, die als „fremd“ und „anders“ markiert werden. Häufig sind diese Hassreden und - kommentare höchst emotional aufgeladen und entbehren meist jeglicher Faktenlage. Online Hate Speech wird erfahrbar, sobald die Möglichkeit gegeben wird, im Internet in Konversation mit anderen zu treten. Insbesondere, wenn jede/r zum Sender wird, einfach und schnell mit digitalen Medien die eigene Meinung äußert und aus Frustration oder politischem Kalkül heraus gemeckert, gepöbelt und gehasst wird.

Doch was dagegen tun? Diese Frage stellten sich 2016 viele Menschen. Um eine Antwort darauf zu bekommen, schlossen sich 2 Mitarbeiter*innen mit unterschiedlichen Expertisen in den Bereichen Medienpädagogik und Rechtsextremismus aus der Bremer Jugendbildungsstätte zusammen. Über verschiedene Fragen suchten sie nach Antworten: Was weißt du über die Thematik? Was regt dich auf? Was muss die Antwort der außerschulischen politischen Jugendbildung zu dem Thema sein? Was willst du ändern? Welche Ideen hast du für ein Konzept?

Der Annahme folgend, dass ein Anknüpfen an die kognitiven Fähigkeiten der Jugendlichen nicht ausreicht, um die Inhalte, die im Internet verbreitet werden, kritisch zu hinterfragen, galt es ein Konzept zu entwickeln, das auch auf einer emotionalen Ebene ansetzt. Dieses sollte direkt an dem Alltag der Jugendlichen anknüpfen und ihnen durch den Einsatz methodischer Elemente eine Sensibilität für den Wahrheitsgehalt der Inhalte, die im Internet Verbreitung finden, ermöglichen. Somit war die Idee geboren: mittels erlebbarer und zielgruppengerechter Methoden junge Menschen zu erreichen, die sich von den meist einfachen Aussagen in Hate Speech, „Fake News“ und Verschwörungstheorien angesprochen fühlen könnten. Ziel dabei ist, junge Menschen zu einem kritischen Umgang mit entsprechenden Inhalten zu befähigen.

Leicht geschrieben, schwer umzusetzen. Bei den Recherchen zum

Thema fällt den Akteuren des Projektes immer wieder auf, dass sie selber nicht wissen, was wahr ist bzw. wo sie gerade mal wieder auf Kampagnen, Manipulation oder Propaganda reinfallen. Genauso ist es oft schwer, die Begriffe voneinander abzugrenzen. Woran können wir dieses erkennen bzw. ist es überhaupt möglich? Und nur, weil irgendwo etwas gelogen, geschönt oder anders dargestellt wurde, sind es noch lange keine „Fake News". Der Gedanke, dass wir auch in unserem Alltag mal lügen, faken und beschönigen, könnte zu einer entspannteren Reaktion führen.

Aber was im privaten Miteinander noch möglich ist, sollte in einer politischen/gesellschaftlichen Auseinandersetzung (z.B. bei gezielte Desinformation) entschlossen decodiert und publik gemacht werden. Falschmeldungen sind aber nicht neu. Sie wurden und werden immer wieder eingesetzt, um bestimmte Stimmungen/politische Haltungen zu erzeugen. Artikel, Bilder und Filme werden gezielt manipuliert. Artikel werden im Konjunktiv geschrieben und die Überschriften suggerieren Gedanken, die sich durch mehrmaliges wiederholen zu Tatsachen manifestieren lassen oder Bewegtbilder werden mit einem gesprochen Offtext in eine gewünschte Richtung gelenkt. Berichterstattungen benutzen einen Aufhänger/Story und Rahmen (Framing), indem sie erzählt werden. Dafür werden Worte - bewusst oder unbewusst - gewählt, die ein Bild entstehen lassen, wie z.B. Flüchtlingswelle. Das Wort „Welle" assoziiert bem Leser sehr unterschiedliche Bilder. Einige denken vielleicht an Surfen, Baden, Tauchen, andere an Überfluten, dringt überall ein, unaufhaltsam, macht kaputt und dreckig.

Im (außerschulischen) Bildungskontext gilt es zu prüfen, wer ist warum empfänglich für solche Aussagen? Führen diese automatisch zu einem Reiz-Reaktionsverhalten oder bestätigen sie vorhandene diffuse Zukunftsängste? Ausgehend von der Tatsache, dass Meinung und Einstellungen aus psychologischer Sicht ein stabiles Gebäude sind, muss weiter geschaut werden - als nur auf die Falschmeldungen. Wer sind die Menschen, was bewegt sie und welche Ängste treiben Sie an?

Letztendlich brauchen wir ein Gemisch an Handlungsansätzen aus der Bildungs- und Gemeinwesenarbeit, gepaart mit Medienkompetenz und Empowerment.

WORKSHOP I

Wir wollen die rechten Gehirnhälften erreichen

Markus Gerstmann & Lina Thee, ServiceBureau Jugendinformation Bremen

Der Konzeptname „#denk_net“ kombiniert die Idee „nett zu denken“ und Anspielungen an das Internet via Hashtag und der Endung net. #denk_net basiert auf Empathie, „Zuhören“ und der Akzeptanz der Vielfältigkeit von Individuen. Junge Menschen sollen mittels der Projektarbeit, spielerischen Methoden und praktischen Hilfestellungen in ihrem Medienhandeln gestärkt und faire Umgangsweisen in ihrem Lebensalltag verankert werden. So werden nicht nur die kognitiven Fähigkeiten gefördert, sondern auch die Reflexionsfähigkeit und das Selbstvertrauen in ihr Denken und Fühlen.

Die einzelnen Module sind eine lebendige Mischung aus Informationen, Erleben, Diskutieren, Reflektieren und Gefühlen. Der erste Schritt des methodischen Herangehens ist es, den Jugendlichen Raum zu geben, sich über ihre eigenen Erlebnisse im Netz auszutauschen. Durch den persönlichen Bezug wird eine erste Sensibilisierung für das Thema erreicht. Im nächsten Schritt folgt die kritische Auseinandersetzung mit dem bereits Erlebten. Die Jugendlichen erfahren etwas über Quellen im Internet und deren kritische Prüfung, so dass Verschwörungstheorien, Falschmeldungen und Unwahrheiten entlarvt werden können. Dabei sollen die Jugendlichen reflexiv in die Lage versetzt werden, dieses analytische Wissen für sich zu nutzen und auf ihr Handeln anzuwenden. Auf einer ethischen Grundlage werden sie dazu befähigt, Analyse und Reflexion miteinander zu verbinden und hinsichtlich eines gesellschaftlich verantwortungsbewussten Umgangs zu begreifen. Konkret erlangen Jugendliche durch die Bewusstwerdung der Präsenz von Verschwörungstheorien und Fake News (die in der Regel vermeintlich seriös präsentiert werden) eine Sensibilität für den Wahrheitsgehalt von Aussagen und Inhalten in (digitalen) Medien.

In einem weiteren Schritt entwickeln die Jugendlichen Gegenstrategien zu Demokratiefeindlichkeit im Netz. Dabei sollen Handlungskompetenzen und Zivilcourage gefördert werden. Zum einen durch das Entwickeln rationaler Gegenargumente oder anderer kreativer Strategien, das Internet toleranter zu gestalten - aber auch durch die Vermittlung von Informationen, beispielsweise über Möglichkeiten, diskriminierende Inhalte zu melden.

Jugendliche sollen letztendlich befähigt sein, sich kritisch mit Online-Inhalten auseinander zu setzen, Fake News, Vorurteile und Verschwörungstheorien als solche zu enttarnen und ein Repertoire an Gegenstrategien parat zu haben, um sich selbst zu schützen und sich für die eigene Person und andere stark zu machen.

Das Konzept richtet sich vornehmlich an Jugendliche ab 14 Jahre.

Weitere Informationen
http://servicebureau.de/denk_net/

WORKSHOP II

Fake News, Verschwörungen und Populismus – Meinungsbildung im Internet und demokratische Teilhabe für Heranwachsende

Lidia de Reese | Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia Diensteanbieter e.V. (FSM)

Beim Verständnis des digitalen Raumes als ein gemeinsam zu gestaltender und zu verantwortender müssen sich verschiedene Akteure Phänomenen wie Fake News, also gezielten Falschmeldungen, der Verbreitung von Verschwörungstheorien und populistischer Hassrede annehmen. Im Sinne gesamtgesellschaftlicher Anstrengungen sind hier Diensteanbieter, Politik, zivilgesellschaftliche Initiativen sowie Eltern, Fachkräfte und Heranwachsende selbst gefragt. Medienpädagogische Angebote ermöglichen Pädagog*innen im schulischen sowie außerschulischen Kontext, den digitalen Raum gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen produktiv, gestalterisch und auch kritisch zu nutzen und Heranwachsende in ihrer digitalen und gesellschaftlichen Teilhabe und Souveränität zu stärken. Handlungsfelder der Medienbildung lassen sich hier mit Maßnahmen der politischen Bildung verknüpfen. Es gilt, Heranwachsenden Wissen um Demokratie, ihr zugrunde liegende Werte und Instrumente zu vermitteln und dieses zu stärken. Die Auseinandersetzung mit publizistischen Grundsätzen, Presse- und Meinungsfreiheit, Begrifflichkeiten, Studien und Quellen ermöglicht die Herausbildung von Kompetenzen und Strategien, um Botschaften, Mechanismen sowie Symbole demokratiefeindlicher Gruppen erkennen und analysieren zu können. Im Sinne einer aktiven Demokratie- und Medienarbeit sollten Kindern und Jugendlichen zudem eigene Mittel und Wege der Partizipation eröffnet und sie zu einer aktiven Rolle in der Gesellschaft online wie offline ermutigt werden.

Hier setzt u.a. das Unterrichtsmaterial „Meinung im Netz gestalten“ des Projekts „Medien in die Schule“ (**www.medien-in-die-schule.de**) an, welches die Themen Meinungsbildung im Netz, Journalismus im digitalen Raum und Verbreitung von Falschinformationen und Verschwörungstheorien im Internet für den schulischen Kontext aufbereitet. Mithilfe der Module, Material- und Arbeitsblätter sollen Jugendliche für die eigenen Meinungsbildungsprozesse sensibilisiert, ihnen ihre Verantwortung bewusst gemacht, Gestaltungsmöglichkeiten erkennbar sowie sie ermutigt werden, ihre Ideen und Wünsche für ein demokratisches Netz zu formulieren und aktiv in die öffentliche Debatte einzubringen.

Der Workshop fokussiert auf den Zusammenhang von Medien im virtuellen Raum, Verschwörungsideologien und ihrer populistischen Anwendung. Dazu werden zwei Methoden aus den Materialien für den Unterricht zur Anwendung kommen, die sich der kritischen Auseinandersetzung mit Quellen widmen. Ziel der Übungen soll es sein, die gesellschaftlich problematischen Inhalte zu identifizieren und benennen zu können, um die Grenze zwischen Kritik und Agitation anhand praktischer Beispiele benennbar zu machen.
Den Einstieg in die Thematik des Erkennens eigener Meinungsbildung bildet ein Quellenranking. Die Workshop-Teilnehmenden arbeiten hierbei mit unterschiedlichen Quellen, die zur Meinungsbildung beitragen können, und drei Situationen, in denen eine eigene Meinung herausgebildet wird. Sie überlegen sich, wem ihre Schülerinnen und Schüler warum vertrauen, bilden eine Reihenfolge und diskutieren anhand von Leitfragen, wie die Informationen der verschiedenen Quellen bewertet werden. Mithilfe der Methode der Quellenanalyse zu den regelmäßig stattfindenden Bilderberg-Konferenzen werden unterschiedliche Artikel aus dem Internet anhand eines Kriterienkatalogs analysiert.

„Meinung im Netz gestalten“ im Projekt „Medien in die Schule“, Hrsg.: Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V., Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. und Google Germany GmbH, 1. Auflage 2016.

WORKSHOP III

potsblitznews.de - Wahr oder Falsch? Ein einfaches und praktisch leicht umzusetzendes Workshopkonzept zum Entlarven von unseriösen Nachrichten

Susanne Schmitt & Kristin Ehlert | Young Images e.V.

Erfundene und gefälschte Zitate und manipulierte Fotos – das gab es schon immer. Seit der zunehmenden Verbreitung von Medien in den Sozialen Netzwerken hat die Verbreitung von Falschnachrichten, gezielten aus dem Zusammenhang gerissenen und für Propagandazwecke missbrauchte Nachrichten deutlich zugenommen. Bereits 2016 hat Jugendschutz.net 612 Postings und 540 Kommentare auf sechs manipulieren-den Nachrichtenseiten untersucht und kam zum Ergebnis: Die Mehrzahl (80 %) der Postings zitiert aus seriösen Medien. Nachrichten wurden jedoch aus dem Zusammenhang gerissen und für rassistische Propaganda instrumentalisiert.

Methode: Eigene Nachrichten produzieren

Was macht eine seriöse Nachricht aus, wo ist die Grenze zum Boulevard und wann haben wir es mit einer Falschnachricht zu tun? In Workshop produzieren wir Kurznachrichten für das Portal "potzblitznews.de" rund um die Netzwerktagung und zu anderen aktuellen Themen. In der praktischen Arbeit erproben die Teilnehmenden Grundlagen des Nachrichtenjournalismus, der Schwerpunkt liegt auf kreativen Methoden und leicht anwendbaren Tools, die sich zur Arbeit mit Kindern und Jugendlichen zum Einsatz im Unterricht oder als Praxiseinheit in einem längeren Workshop eignen. Alle Materialien sind auf dem Blog **http://potzblitznews.youngimages.de/** abrufbar.

Wahr oder Falsch?

Um zu erkennen, wie Fake News funktionieren, geht es zunächst darum zu erfahren, was die klassischen Eigenschaften einer Nachricht sind. Das Fundament für eine Meldung bilden die sieben W-Fragen, die wichtigste Checkliste im Journalismus. Die sieben W-Fragen beschreiben nicht nur den Mindestumfang einer Nachricht, sondern werden auch bei der Recherche gestellt. Sie lauten: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Woher? Wenn diese Fragen beantwortet sind, geht es an das Verfassen der Nachricht. Nachrichtenagenturen halten sich dabei an die folgenden strengen Regeln:

Klassischer Aufbau einer News

Im ersten Satz, dem so genannten Lead, steht das Wichtigste, der ganz harte Kern der Information. In der Regel sind das Antworten auf das Wer und das Was. Der zweite Satz wird Detailsatz genannt und beantwortet die restlichen W-Fragen, also die Einzelheiten des Geschehens. Der Detailsatz beantwortet in jedem Fall das Woher. Der dritte Satz wird als Hintergrundsatz bezeichnet. Er bietet oft Hinweise zu Zusammenhängen, zur Vorgeschichte und zur Analyse des Geschehens. Die karge Dreisatzmeldung der Agenturen spart in der Regel Hinweise auf das künftige Geschehen aus.

Alles soweit ganz klar und einfach. Auch viele so genannte Fake News halten sich auf den ersten Blick an diese Regeln. Auf den zweiten Blick sieht es oft ganz anders aus. Unterschiede liegen in der Sprache. Nachrichtensprache ist nüchtern und sachlich und verzichtet komplett auf Wertungen. Wichtig für die Nachricht ist die genaue Quellenangabe, auch darauf wird oft in einer „Fake News" verzichtet.

Um Fake News zu entlarven genügt es oft, Nachrichten nach klassischen journalistischen Kriterien zu untersuchen. Im Workshop arbeiten wir an eigenen Nachrichten und erfahren, wie mit einfachen Mitteln sehr schnell Verfälschungen entstehen können.

Fortbildungsangebot

Dieser Workshop ist Teil des Fortbildungsmoduls zum Thema „Meinungsmache im Netz. Medienbildung gegen Fake-News und Hatespeech" des lmb - Landesfachverband Medienbildung Brandenburg, das sich an sozialpädagogische Fachkräfte im Land Brandenburg richtet, ist aber auch im schulischen Kontext als Lehrerweiterbildung realisierbar und wird bis Ende 2017 vom Ministerium für Bildung, Jugend und Sport gefördert. Eine Fortsetzung im kommenden Jahr ist vorgesehen.

Inhalte der Veranstaltung sind:

1. Einführung in Mechanismen der Meinungsbildung im Netz
2. Erkennen und Überprüfen von Meinungsmanipulation
3. Medienpädagogische Methoden und Projektbeispiele zum Umgang mit Manipulationen und Hatespeech im Netz

WORKSHOP IV

Netzrecherche in der Grundschule

Ulrike Küchler, Fee Krämer

Wer waren die ersten Passagiere in einem Heißluftballon? Legt das Schnabeltier Eier? Was ist der kürzeste Weg von der Schule zum Bahnhof?

Egal ob schneller Faktencheck, praktische Alltagsinfos oder kleine Forscherprojekte: Reflektierte Netzrecherche bedeutet Informationskompetenz und Wissensvorsprung – und das schon für die jüngsten Spürnasen. Seit dem Einzug des Internets in unsere Haushalte und auf unsere Mobilgeräte ist die Netzrecherche fester Bestandteil unseres Alltags geworden. Für die schnelle Recherche hat das Smartphone dabei den 24-bändigen Brockhaus klar überholt: Mehr als 6,5 Milliarden mal (Search Engine Statistics 2017) klicken wir heute am Tag in einer der großen Suchmaschinen auf ‚Suchen'.

Damit gehört die Netzrecherche in den methodischen Handwerkskasten jeder Grundschullehrkraft. Studien wie Schule Digital – Der Länder-Indikator 2015 zeigen jedoch, dass diese Form der Mediennutzung oft noch nicht ausreichend in den Schulalltag integriert ist. Die Gründe dafür sind vielfältig: technische Rahmenbedingungen, Sorgen und Arbeitsbedingungen der Lehrkräfte, fehlende Konzepte für die Integration digitaler Medien in den Unterricht, uvm. Gleichzeitig gehören „Hausaufgaben und Schule" zu den wichtigsten Anlässen, warum Schülerinnen und Schüler im Netz recherchieren. Die Kinder wollen und brauchen also diese zentrale moderne Informationskompetenz. Nicht nur, um Informationen zu beschaffen, sondern vor allem, um sie verarbeiten und bewerten zu können.
Wir machen in unserem Workshop die Recherche im Internet zum Diskussionsgegenstand. Dabei werfen wir einen Blick auf die unterschiedlichen Voraussetzungen an Schulen und darauf, welche Möglichkeiten es gibt, diese Rahmenbedingungen zu verbessern. Wir möchten mit Ihnen ins Gespräch darüber kommen, an welchen Stellen im Unterrichtsalltag Netzrecherche sinnvoll ist, und wie sie sich ohne großen Aufwand regelmäßig darin einbinden lässt.

Im Zentrum des Workshops steht dabei die Suche selbst. Wie sucht man eigentlich richtig? Welche Hilfestellungen gibt es für Schülerinnen und Schüler, die sich im Netzdschungel zurecht finden müssen? Wir geben einen Überblick über die gängigen Suchmechanismen: Von der Definition einer Suchfrage über das Herausfiltern wichtiger Suchbegriffe bis hin zur Wahl der dafür passenden Suchmaschine. Welchen Quellen können Schüler vertrauen? Und wie findet man als Lehrkraft die richtige Balance zwischen Kindersuchmaschinen wie Blinde-Kuh und Co, die zwar kindersicher, aber eben auch nicht so umfassend – und reizvoll – wie die gängigen Suchmaschinen für Erwachsene sind?

WORKSHOP V

edulabs - Medienbildung mit selbstorganisierten Projekten und digital gestützten Methoden

Dr. Markus Neuschäfer | Open Knowledge Foundation Deutschland e.V.

Die Diskussion um zeitgemäße Bildung ist polarisiert: Auf der einen Seite ließe sich mit digital gestützten Methoden vieles verwirklichen, das im Bildungsbereich schon länger angestrebt wird: Partizipation, Inklusion und selbstgesteuertes Lernen. Andererseits wird die Gefahr einer "Lobby-Pädagogik" kritisiert, da wirtschaftliche Interessen wie die Nachwuchsförderung im MINT-Bereich oder die Angebote großer IT-Konzerne einen wachsenden Einfluss auf die Entwicklung von Schulen und Lehrplänen haben. Wie lässt sich offene Bildung in diesem Spannungsfeld aus zivilgesellschaftlicher Perspektive gestalten?

OER und Open Source begegnen dieser Herausforderung mit Transparenz, Engagement und einer Kultur der Ko-Kreation. Gut gestaltete Materialien, die nicht nur technisch und lizenzrechtlich, sondern auch im Hinblick auf verständliche Aufbereitung, Sprache und Modularität breit zugänglich sind, eröffnen didaktische Flexibilität: Die Lehrenden bekommen verbesserte Möglichkeiten, Lernende individuell zu fördern und zu beteiligen. Wirksame digitale Bildung bliebe nicht bei einer bloßen Digitalisierung überkommener Bildungsstandards stehen (z.B. Smartboard statt Tafel) sondern realisiert sich in einer Praxis des handlungsorientierten Lernens.

Dieser Suche nach didaktischer Innovation einen ebenso innovativen Raum zu geben, unternimmt edulabs.de, ein Pilotprojekt, das Open Knowledge Foundation Deutschland e.V. zusammen mit mediale pfade - Verein für Medienbildung e.V. durchführt. In offenen Werkstätten werden didaktische, technische und gestalterische Fähigkeiten in selbstorganisierten Projekten gebündelt. Dabei entstehen Konzepte, Formate oder Materialien, welche die Vermittlung digitaler Kompetenzen und eine Kultur der Partizipation fördern sollen. Die Ergebnisse der Labs werden online dokumentiert und stets als nachnutzbare Ressourcen (OER = Open Educational Ressources) veröffentlicht. Den Freiwilligen bietet das Projekt didaktische und technische Beratung, eine Infrastruktur an Kommunikationskanälen, sowie neue Impulse.

Auf edulabs.de entsteht gerade eine neue Sammlung von konkreten Unterrichtsideen für zeitgemäße Bildung mit OER-Materialien und Open Source-Tools mit freien Lizenzen. Die Empfehlungen werden mit der edulabs-Community und einem redaktionellen Beirat bewertet und kuratiert. Die Einträge lassen sich nach digitalen Kompetenzen, Medieneinsatz und anderen Kriterien filtern; inhaltliche Schwerpunkte sind digitale Kompetenz und digitale Partizipation.

Am Beispiel von selbstorganisierten Projekten und Empfehlungen aus der edulabs.de-Community sprechen wir über kollaboratives Arbeiten im Bildungsbereich und das Potential neuer Formate für eine zeitgemäße Vermittlung. Wir diskutieren die Kriterien für zeitgemäße Bildung und erkunden aus der Perspektive verschiedener Fächer, wie sich partizipative Bildung gestalten lässt.

WORKSHOP VI

Trump it! Medienwahlkampf macht Schule

Stoyan Radoslavov & Bastian Bielig | JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

Was kann die Medienpädagogik von kontroversen politischen Akteuren wie Donald Trump lernen? Wie macht man populistische Politik für Jugendliche verständlich und welche Möglichkeiten gibt es, medial verbreiteten Populismus pädagogisch aufzubereiten und in Bildungskontexten adäquat zu thematisieren? Unter dem Titel "Trump it! Medienwahlkampf macht Schule." hat das JFF-BB im Mai 2017 ein fiktives Wahlkampf-Rollenspiel mit Schülerinnen und Schülern der aktiven Naturschule Prenzlau durchgeführt. Von der eigenen Parteigründung bis zur Wahl - sieben Tage lang durften die Projektteilnehmenden die wichtigsten Stationen des politischen Wahlkampfs spielerisch kennen lernen, mit einem Hauptaugenmerk auf die mediale Vermittlung politischer Kommunikation. Hierbei entwickelten sie eigene mediale Kampagnen und setzten unterschiedliche Medien ein: Plakate, (Schul-)Radio-Spots, Blogs, Wahlwerbespots, Instagram, etc.

Ziel des Rollenspiels war es, die Schulöffentlichkeit vor der Wahl politisch anzusprechen und die öffentliche Meinung in die „richtige" Richtung zu beeinflussen, um letztendlich die Wahl zu gewinnen.
Doch wo liegen die Grenzen zwischen Meinungsbildung und Meinungsmache? Wie kommt man von politischen Inhalten zu politischer Kommunikation? Welche Rolle spielen hierbei mediale Polemik, Persönlichkeitskonstruktion, Skandale und Fake News? Was sind die ethischen Grenzen der politischen Kommunikation? Und wie lässt sich medienpädagogisch mit umstrittenen

Techniken der politischen Kommunikation arbeiten?

Es gibt eine Menge offene konzeptionelle Fragen, die das Pilotprojekt hervorgebracht hat. Im Rahmen des Netzwerktagungsworkshops stellten die verantwortlichen Medienpädagogen Stoyan Radoslavov und Bastian Bielig ihre Erkenntnisse aus dem Trumpit! Pilotprojekt offen zur Debatte, um das Pilotprojekt mit medienpädagogischen Fachleuten unter folgenden Fragestellungen zu diskutieren. Welche medialen Formen sind besonders geeignet, um einen fiktiven Wahlkampf im Schulkontext durchzuführen? Wie lässt sich medienpädagogisch mit Kampagnen arbeiten? An welchen Stellen benötigen die Kinder besondere medienpädagogische Unterstützung – welche Aspekte der politischen Kommunikation sind aus medienpädagogischer Perspektive hier besonders zu beachten? Welche Rolle übernehmen die Schule und die beteiligten Lehrkräfte und wie lässt sich das Themenfeld politische Kommunikation in den Lehrplan integrieren? Wie lassen sich soziale Netzwerke wie Instagram und Snapchat im Schulkontext sinnvoll einsetzen?

Durch die Sichtung von Projektmaterialien und Auswertungsergebnissen sowie durch die Erörterung von Arbeitszielen und Prozessen wurden einzelne Projektschritte kritisch reflektiert. Hierbei wurden sowohl Projektverdienste als auch Projektfehler und -defizite identifiziert. Das Hauptziel des Workshops war es, sinnvolle Anregungen zur medienpädagogischen Arbeit der Teilnehmenden zu geben und gemeinsame Vorschläge für fiktive Wahlkampf-Rollenspiele in der Schule auszuarbeiten, mit deren Hilfe sich medial vermittelter Populismus spielerisch nachempfinden und kritisch diskutieren lässt.

Mehr: http://bit.ly/trumpit2017

WORKSHOP VII

#uploading_holocaust

Birgit Marzinka | Agentur für Bildung - Geschichte, Politik und Medien e.V.

In Auschwitz tanzen? Auf Gräbern Selfies machen? In Gaskammern filmen? Völlig geschmacklos oder total in Ordnung?

#uploading_holocaust ist ein multimediales Webprojekt, das herausfinden will, wie Jugendliche heute mit der Erinnerung an den Holocaust umgehen und wie sie sich eine zeitgemäße Erinnerungskultur im digitalen Zeitalter vorstellen. Das Webprojekt #uploading_holocaust nähert sich dem Thema durch eine Kombination aus Videomaterial und interaktivem Fragebogen.

Ausgangspunkt für das Webprojekt sind original YouTube-Videos von jüdischen Schülern und Schülerinnen aus Israel, die an den jährlich stattfindenden so genannten Reisen nach Polen teilnehmen: Für viele Teilnehmehmende bedeutet dies eine einwöchige Klassenfahrt auf den Spuren ihrer Vorfahren, die in Polen durch das Nazi-Regime ums Leben kamen. Die Eindrücke dieser Fahrt halten die Jugendlichen in YouTube-Videos fest. Die Videos gewähren einen guten Einblick in ihren Umgang mit der Vergangenheit.

Das Webprojekt konfrontiert deutschsprachige Jugendliche mit den YouTube-Videos der israelischen Jugendlichen und nimmt sie als Anlass, die eigene Haltung in Bezug auf den Holocaust zu reflektieren. Wie relevant ist das Thema für die 4. Generation überhaupt noch? Welchen Tabus und Erwartungen stehen die Jugendlichen heute gegenüber? Inwiefern können deutschsprachige Jugendliche die Emotionen der israelischen Jugendlichen nachvollziehen? Gibt es zwischen den Nachfahren der Opfer-, Täter- und Mitläufergesellschaften heute noch Berührungsängste?

Ziel von #uploading_holocaust ist es, das vermeintliche Desinteresse von Jugendlichen zum Thema auf den Prüfstand zu stellen und Diskussionen zum Umgang mit dem Holocaust in Gang zu setzen – nicht nur im Unterricht, in der Familie und in sozialen Medien, sondern auch über Ländergrenzen hinweg. Durch das Webprojekt soll ein vielschichtiges Stimmungsbild zur derzeitigen Erinnerungskultur erzeugt werden und unter Jugendlichen Reflexionsprozesse und Diskussionen in Gang setzen, wie sie mit der Vergangenheit umgehen (wollen). Hierfür werden Videoclips aus dem Dokumentarfilm #uploading_holocaust und deutschsprachige YouTube-Videos mit einem interaktiven Fragebogen kombiniert.

In sechs kurzen Kapiteln werden die Jugendlichen - und auch Erwachsene - durch das Webprojekt geführt. Jedes Kapitel beginnt mit einem kurzen thematischen Videoclip. Darin sehen sie, wie gleichaltrige israelische Jugendliche von ihren Erfahrungen auf der „Reise nach Polen“ berichten. Im Anschluss werden die Userinnen und User mit ihrer eigenen Haltung zu den jeweiligen Themenfeldern konfrontiert. Die Fragen sind keine Wissensfragen, sondern zielen auf die Emotionen und Einstellungen der Jugendlichen ab. Um diese auf Augenhöhe abzuholen, startet das Webprojekt mit dem deutschsprachigen You-Tuber Jakob Gentsch.

Die Userinnen und User beantworten Fragen zu verschiedenen Themenblöcken und erhalten nach Eingabe ihrer Antwort eine Echtzeitvisualisierung, die ihre Meinung in Relation zu den anderen Nutzern stellt. Sie lernen durch das Material der israelischen Jugendlichen eine Perspektive kennen, die ihnen sonst meist verschlossen bleibt. Es geht nicht darum, sich gegenseitig zu be- oder verurteilen, sondern das israelische Material als Anknüpfungspunkt für die Reflexion über das eigene Verhalten zu nutzen.

Damit die Umfrage im Rahmen eines Erinnerungsprojektes in Schulen und Bildungseinrichtungen eingebunden werden kann, wurde ein dazugehöriges Bildungsmaterial erstellt. Das Bildungsmaterial führt in die israelischen, österreichischen und deutschen Erinnerungskulturen und in die Geschichte Israels ein. Hierfür wurden u.a. Videointerviews mit Expertinnen und Experten geführt, die auf der Webseite #uploading_holocaust zu finden sind. Weiterhin wurden Aufgaben eingestellt, die anregen sollen, eigene Erinnerungsformate zu entwickeln. Das Bildungsmaterial bietet zahlreiche Hintergrundinformationen und steht als PDF-Datei zum kostenlosen Download zur Verfügung:

www.uploading-holocaust.com/page/education

WORKSHOP VIII

Wer macht die Nachrichten? Arbeitsalltag, Nachrichtenauswahl und redaktionelles Selbstverständnis am Beispiel von ARD Text

Frauke Langguth | ARD Text

Der Videotext im Ersten bietet seit 1980 Informationen zum Weltgeschehen, die die Zuschauerinnen und Zuschauer zeitsouverän nutzen können. Lange Zeit parallel zum Fernsehsignal, hat der ARD Text seine Ausspielwege längst erweitert: Die Nachrichten sind auch mobil auf Smartphones und Tablet, auf einer Webseite und bei Facebook zu lesen. Auf Twitter ist der ARD Text mit eigenen Aktionen aktiv (Teletwitter, Teletextkunst). Die Zentralredaktion von ARD Text befindet sich in Brandenburgs Landeshauptstadt Potsdam. Nachrichten werden unter anderem von der Tagesschau aus Hamburg zugeliefert. Der Rundfunk Berlin-Brandenburg ist als Federführer für die ARD-Gemeinschaftseinrichtung ARD Text zuständig.

Das fortlaufend aktualisierte Nachrichtenangebot liefert zur Jeder Tages- und Nachtzeit Orientierung, keine Emotionalisierung: frei von Werbung und Bildern, ein Überblick mit möglichst weiter Perspektive. Und ein Gegenentwurf zu den Filterblasen, in denen sich Nutzer und Nutzerinnen vornehmlich mit ihnen genehmen Nachrichten einrichten. Maximal 16 Zeilen á 39 Zeichen stehen zur Verfügung für Jede Meldung. Die Beschränkung auf die kurze Form ist Fluch und Segen zugleich, zwingt zur Reduktion auf das Wesentliche.

Der Workshop beleuchtet die Arbeitsweise der Redakteurinnen und Redakteure. Unter Rückgriff auf originale Quellen wie Nachrichtenagenturen werden Nachrichtenfaktoren diskutiert, wird Zeitdruck erlebbar gemacht. Durchgesprochen werden Methoden und Goldstandards der Recherche. Deutlich wird, dass es ein Nachrichtensystem gibt, auf das zahlreiche Redaktionen im Land in gleicher Weise zurückgreifen. Und wir reden über Nachrichten, die es ins Programm von ARD Text geschafft haben, bei denen die Standards versagt haben. Nicht alle Falschmeldungen sind fake news. Wo lag der Fehler? Wie können wir besser werden?

ARD Text im Netz
www.ard-text.de

ARD Text für Smartphones
www.ard-text.de/mobil
und als App im App-Store

WORKSHOP IX

Schule gemeinsam gestalten: Das Beteiligungsprojekt „aula“

Alexa Schaegner | politik-digital e.V.

„aula – Schule gemeinsam gestalten“ ist ein Bildungsprojekt für zeitgemäße, digitale und politische Bildung. Es ist ein dauerhaftes Beteiligungskonzept, das alle Schülerinnen und Schüler einer weiterführenden Schule einschließt und ihnen mithilfe einer Online-Plattform und didaktischem Begleitmaterial ermöglicht, aktiv ihre eigene Schule mitzugestalten. Die Möglichkeiten der Beteiligung sind in einem Vertrag festgehalten, der zwischen der Schülerschaft und der Schulkonferenz geschlossen wird. Die Schulkonferenz verpflichtet sich freiwillig, Ideen im Rahmen dieses Vertrags mitzutragen.

Zur Zeit gibt es vier Pilotschulen, die mit ausführlicher Anleitung, Workshops und monatlichen Besuchen bis zum Sommer 2018 begleitet werden. Die Beteiligung wird sowohl im Unterricht als auch über eine Liquid Democracy basierte Online-Plattform organisiert. Online können Schülerinnen und Schüler eigene Ideen zur Veränderung ihrer Schulräume, Hausordnung, Ausstattung, Veranstaltungen, Unterrichtsinhalte und außerschulischen Aktivitäten etc. einbringen, diskutieren und abstimmen. Dabei werden sie didaktisch begleitet, um den Prozess zu reflektieren und die Verbindung zwischen Alltagsentscheidungen und demokratischer Verantwortung zu entdecken.

Aula fördert dabei insbesondere Fähigkeiten aus dem demokratischen und digitalen Kompetenzspektrum.

Demokratie

Mit aula soll Demokratie direkt dort erlebbar gemacht werden, wo Schülerinnen und Schüler einen großen Teil ihres Tages verbringen: In der Schule. Organigramme und Klassensprecherwahlen reichen nicht aus, um ein tiefes Verständnis für demokratische Prozesse, Minderheitenschutz, Grundrechte und aktive Beteiligung zu gewährleisten. Manche dieser Dinge müssen in der Praxis erarbeitet und erfahren werden.

Im gesamten aula-Prozess erhalten Schülerinnen und Schüler einen Einblick hinter die Kulissen demokratischer Prozesse. Sie lernen am eigenen Umfeld, dass Politik mehr ist als das, was im Bundestag passiert. Vor allem erleben Schülerinnen und Schüler sich nicht als Opfer oder Konsumentinnen und Konsumenten ihrer Umgebung, sondern als ihre Gestalterinnen und Gestalter.

Digitalisierung

Während Schulen langsam aber zunehmend Infrastruktur für digitalisiertes Lernen bekommen, fehlt es oft noch an Lehrkonzepten, die vermitteln, dass das Arbeiten mit digitalen Medien nicht nur Selbstzweck ist. Neben dem Erwerb von Medien- und Technikkompetenz dient der praktische Umgang mit digitalen Medien auch der Entwicklung von Persönlichkeit und Kompetenzen wie Kollaboration, Kommunikation und Kreativität. Im Umgang mit der digitalen Infrastruktur von aula, lernen Schüler-

innen und Schüler die Nutzung von Online-Plattformen im Allgemeinen und zu politischen Zwecken im Besonderen. Während inhaltlich relevante Themen besprochen werden, wird nebenbei die Nutzungskompetenz im Bezug auf digitale Geräte und Technologien erhöht. Das didaktische Begleitmaterial von aula beinhaltet daher Unterrichtseinheiten zur Passwort- und Accountsicherheit, zu Nutzungsrechten bei Bildmaterial und zum sozialen Umgang miteinander im Netz.

In der Praxis nutzt jede Schule bestimmte Aspekte von aula besonders stark und richtet sie nach ihren Bedürfnissen aus, kombiniert sie mit vorhandenen Beteiligungsformen und geht spezifische Probleme an.

Weitere Informationen

http://aula-blog.webseite

WORKSHOP X

Fake News – Neuer Name für alte Phänomene

Dennis Romberg

„You are Fake News“ – Die Worte Donald Trumps werden die kollektive Erinnerung seiner Amtszeit prägen. Die kontinuierlichen Attacken, mit denen er seine Gegner zu diskreditieren versucht, lenken dabei von seinen eigenen zahlreichen Lügen ab. Zumindest damit ist Donald Trump nicht allein, ein Blick in die Geschichte zeigt, dass die Lüge immer schon zum Instrumentarium der Mächtigen – von Pharaonen bis Propagandaminister – zählte.

Der neuerdings populäre Begriff „Fake News“ ist dabei problematisch. Er kann etwa das, was früher als Propaganda und Desinformation bezeichnet wurde, verharmlosen. Oder er bezeichnet Satire, Zeitungsenten und reißerischen Journalismus, womit sich seine begriffliche Unschärfe offenbart. Und mit der Intention eines Trump’schen Kampfbegriffs delegitimiert er berechtigte Kritik, denn „Fake News“, das sind immer die anderen.

Und doch muss man einige Facetten hinter dem unscharfen Begriff ernst nehmen: Social-Media-Kanäle wie Facebook und Twitter tragen zur unreflektierten rasanten Verbreitung von falschen Nachrichten bei, die vor zehn Jahren so noch nicht möglich war. Jeder, der Zugang zum Internet hat, kann heute Propaganda und falsche Nachrichten in die Welt setzen. Das macht es umso wichtiger, nicht alles, was im Newsfeed an uns vorbeizieht, zu glauben. Schulen und außerschulische Initiativen zur Medienbildung müssen eine kritische Haltung und Methoden vermitteln, damit Schülerinnen und Schüler Nachrichten recherchieren und Quellen beurteilen können. Denn wenn der Papst sich im US-Wahlkampf angeblich für Donald Trump als Präsidenten ausspricht oder wenn der CDU-Wahlkampfslogan angeblich von der SED geklaut ist, ist die Entlarvung solcher Falschnachrichten – dank der zahlreich entstandenen Fact-Checking-Redaktionen – oft nur eine Googlesuche entfernt. Aber zu überlegen und zu recherchieren, bevor etwas geteilt wird, geht nur, wenn durch Medienkompetenz und -bildung eine kritische Haltung entwickelt wurde, die dazu führt, nicht alles zu glauben, nur weil es im Internet oder in der Zeitung stand oder im Fernsehen zu sehen war.

Wer Nachrichten einordnen und Quellen auf ihre Glaubwürdigkeit prüfen kann, ist gefeit davor, Medien pauschal ihre Glaubwürdigkeit abzusprechen. Und nur wer weiß, was die Filterblase ist, kann versuchen, aus ihr auszubrechen und sich eine fundierte Meinung aus mehreren Quellen bilden wollen – und nicht nur aus Social-Media.

Die Verantwortung, Fake News zu erkennen und zu entlarven, darf aber nicht nur beim Einzelnen abgeladen werden. Es braucht gesellschaftliche Anstrengungen, die Verbreitung von „Fake News“ einzudämmen: sorgfältigen Journalismus, der seinen kritischen Auftrag als vierte Gewalt ernst nimmt, und vor allem mehr Geld für Bildung, mit der die Veränderungen der Digitalisierung begleitet werden müssen.

WORKSHOP XI

Zum Umgang mit Antimuslimischem Rassismus

Mirjam Gläser | ufuq.de

„Deutschland und der Islam – wie passt das zusammen?" - Durch diese oder ähnliche Aussagen wird im postmigrantischen Deutschland heute - unbewusst oder bewusst - immer wieder ein Gegensatz zwischen „muslimisch sein“ und „Deutsch sein“ konstruiert. Jüngstes Beispiel dafür sind die Wahlplakate der AfD während der Bundestagswahl 2017: „Der Islam gehört nicht zu Deutschland“ heißt es hier, ebenso wenig passe der Islam in „unsere“ Küche, darunter abgebildet: ein Schwein. Mit solchen und anderen Aussagen polarisiert die AfD: Burka versus Bikini oder auch Islam versus Deutschland. Die Vereinbarkeit von Islam und Deutschland, die nicht nur für viele deutsche Muslime selbstverständlich ist, wird hier als Gegensatz konstruiert und antimuslimische Ressentiments salonfähig gemacht.

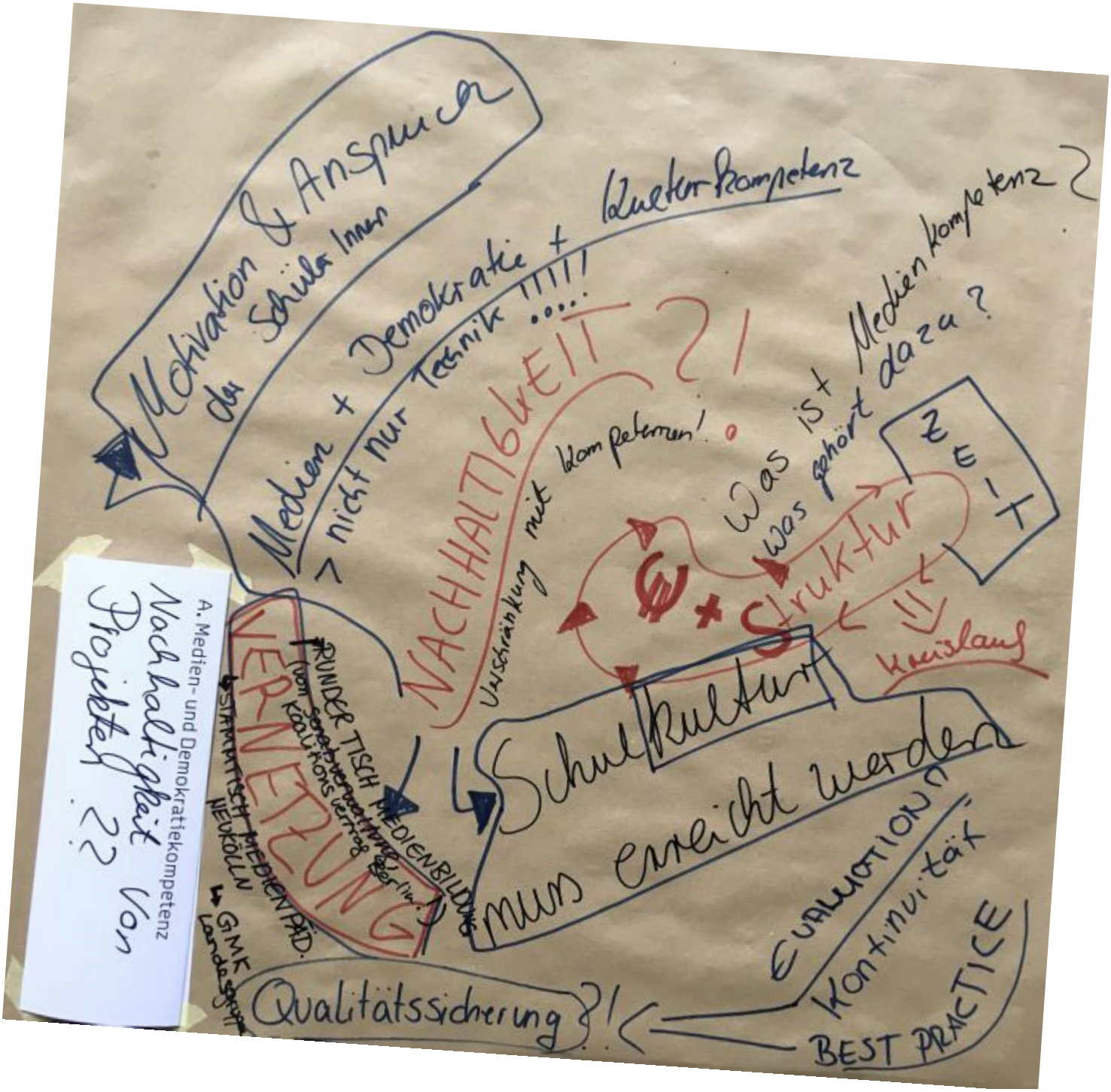
Warum sprechen wir von antimuslimischem Rassismus und nicht Islamfeindlichkeit oder gar Islamophobie? Meines Erachtens ist es wichtig, wie Birgit Rommelspacher Rassismus als gesellschaftliches Verhältnis zu sehen: „Beim Rassismus handelt es sich also nicht einfach um individuelle Vorurteile, sondern um die Legitimation von gesellschaftlichen Hierarchien, die auf der Diskriminierung der so konstruierten Gruppen basieren.“

Somit beruht Rassismus als Ideologie auf gesellschaftlich manifestierten Ungleichheiten und schließt eine willkürliche Konstruktion von Gruppen ein. Menschen werden rassifiziert, indem entlang von bestimmten Merkmalen scheinbar unveränderliche Gruppen konstruiert und diesen ebenso unveränderliche oder nur schwer veränderliche kollektive Eigenschaften zugeschrieben werden. Dies ist verbunden mit der strukturellen gesellschaftlichen Macht, Menschen überhaupt diesen Gruppen zuordnen zu können und sie dann schlechter zu stellen. Auf der anderen Seite entstehen dabei für die als „zugehörig“ positionierten gesellschaftlichen Gruppen strukturelle Privilegien. Rassismus als gesellschaftliches Machtverhältnis schließt demnach rassifizierte Menschen von Prädikaten wie „modern“, „aufgeklärt“, „emanzipiert“ oder „rational“ aus und erschwert diesen Menschen den Zugang zu Ressourcen wie Arbeit, Wohnraum und Bildung.

Beim antimuslimischen Rassismus geht es also immer auch um Machtverhältnisse und um Prozesse des „othering“, wobei gesellschaftliche Ungleichheit naturalisiert wird und der Islam als statische, homogene, wesenhaft verschiedene Kultur konstruiert wird. Für die politische Bildungsarbeit ergibt sich daraus, diese konstruierte Unvereinbarkeit von „muslimisch“ und „deutsch“ aufzuheben und den Alltag und die Normalität von muslimischer Vielfalt in Deutschland als Gegenerzählung zu fördern. Dabei gilt es „Differenz“ als Wert anzuerkennen und als Ressource zu sehen.

Antimuslimischen Rassismus muss sichtbar gemacht und als solcher benannt werden. Wie werden gesellschaftliche Ungleichheits- und Diskriminierungsverhältnisse manifestiert und/oder verschleiert? Gleichzeitig gilt es „Identität“ als Bildungsmoment zu relativieren und zu weiten: Wie wird kollektive Identität in einer Gesellschaft definiert, die von Einwanderung geprägt ist? Was und Wer definiert das Deutsche bzw. deutsch sein? Wer darf die Gesellschaft mitgestalten und wer nicht? Welche Anerkennungsformen werden wem zugestanden und wem aber auch nicht? Die Reflektion über die eigene Verstrickung in dieses Machtverhältnis ist Grundvoraussetzung, um die Dynamiken und Funktionen von Rassismus zu verstehen und eine diversitätsbewusste Haltung zu entwickeln.

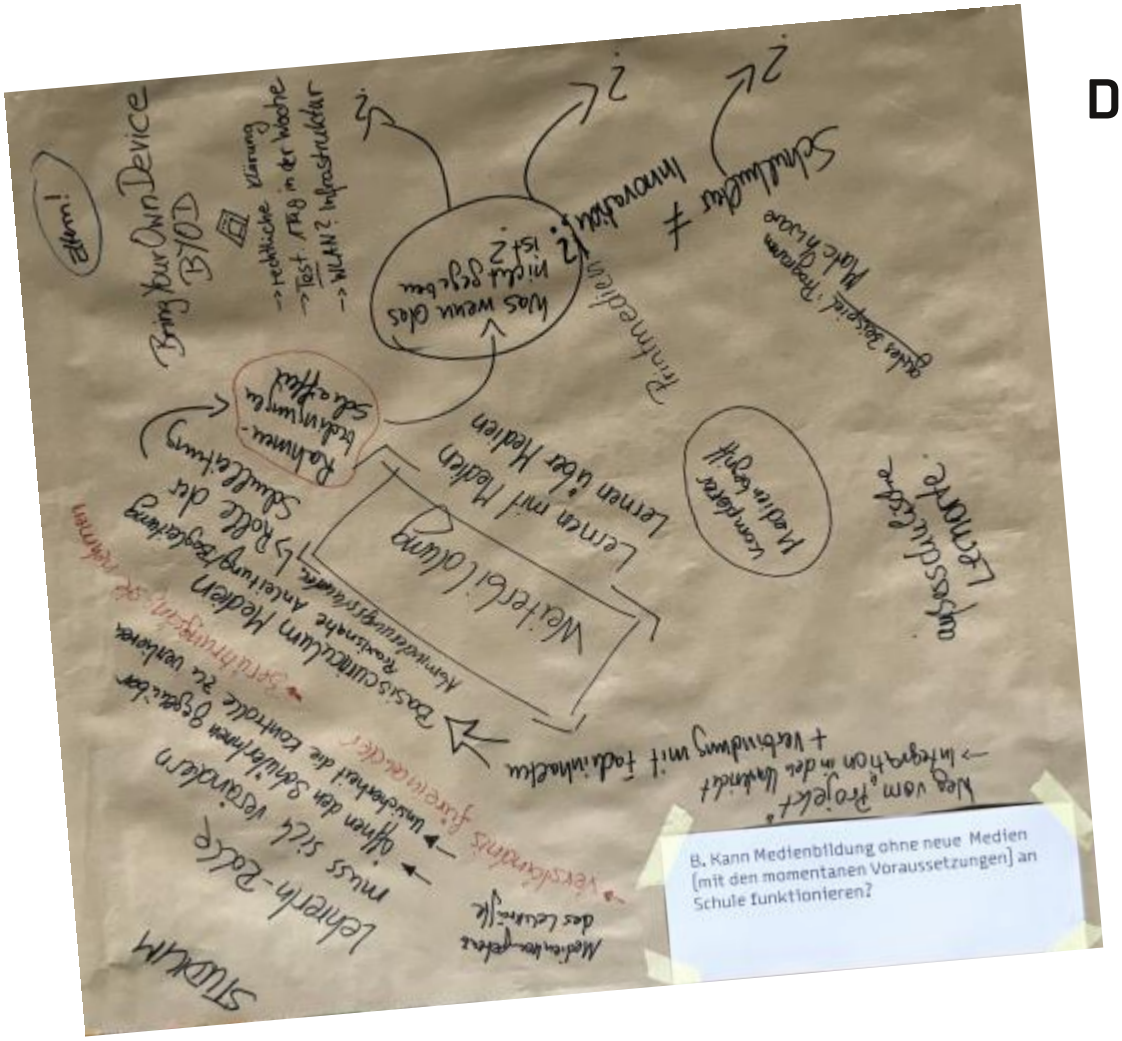
Das Protokoll



Tisch A | Medien- und Demokratiekompetenz/Nachhaltigkeit von Projekten
Moderatorin: Alexa Schaegner |politik-digital.de

> Nachhaltigkeit?! Verschränkung von Kompetenzen!
> Schulkultur muss erreicht werden
> Vernetzung – Runder Tisch Medienbildung (von Senatsverwaltung, Koalitionsvertrag Berlin!) - Stammtisch Medienpädagogik Neukölln – GMK Landesgruppe
> Evaluation, Kontinuität, Best Practise >> Qualitätssicherung?!
> Motivation & Anspruch der Schülerinnen und Schüler
> Medien + Demokratie + Kulturkompetenz >> nicht nur Technik
> Was ist Medienkompetenz? Was gehört dazu? Geld + Struktur + Zeit >> Kreislauf

Das Protokoll

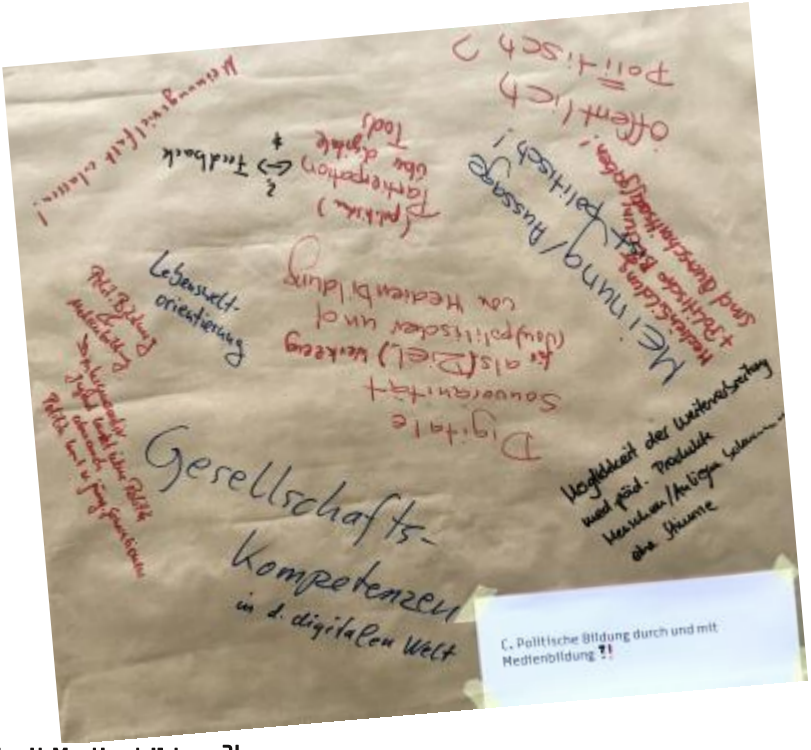


Tisch B | Kann Medienbildung ohne neue Medien (mit den momentanen Voraussetzungen) an Schule funktionieren?
Moderatorin: Kristin Ehlert

> Weg vom „Projekt“ >> Integration in den Unterricht + Verbindung mit Fachinhalten
> Medienkompetenz der Lehrkräfte
> LehrerInnen-Rolle muss sich verändern
>> Öffnen den Schülerinnen und Schülern gegenüber
>> Unsicherheit, die Kontrolle zu verlieren
>> Verständnis füreinander
> Berührungsängste nehmen
> Basiscurriculum MedienarbeitPraxisnahe Anleitung/Begleitung
> Abminderungsstunden
>> Rolle der der Schulleitung
>> Rahmenbedingungen schaffen
> Was, wenn das nicht gegeben ist?
>> Weiterbildung
>> Lernen mit Medien, Lernen über Medien
>> komplexerer Medienbegriff
>> außerschulische Lernorte
>> gutes Beispiel: Programm Matchware
>> Schulkultur ungleich Innovation?
>> Eltern!
>>Bring Your Own Device, BYOD
>>> rechtliche Klärung
>>> Test: 1 Tag in der Woche
>>> WLAN? Infrastruktur

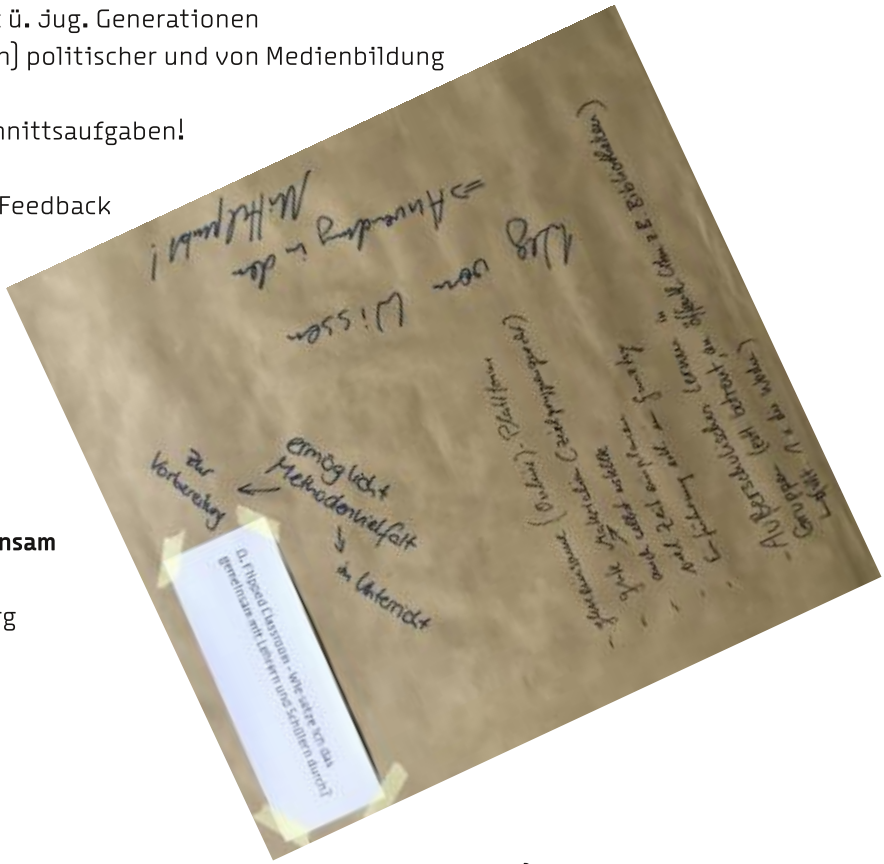
WORLDCAFÉ

Das Protokoll



Tisch C | Politische Bildung durch und mit Medienbildung?!
Moderator: Jan Rooschüz | kijufi

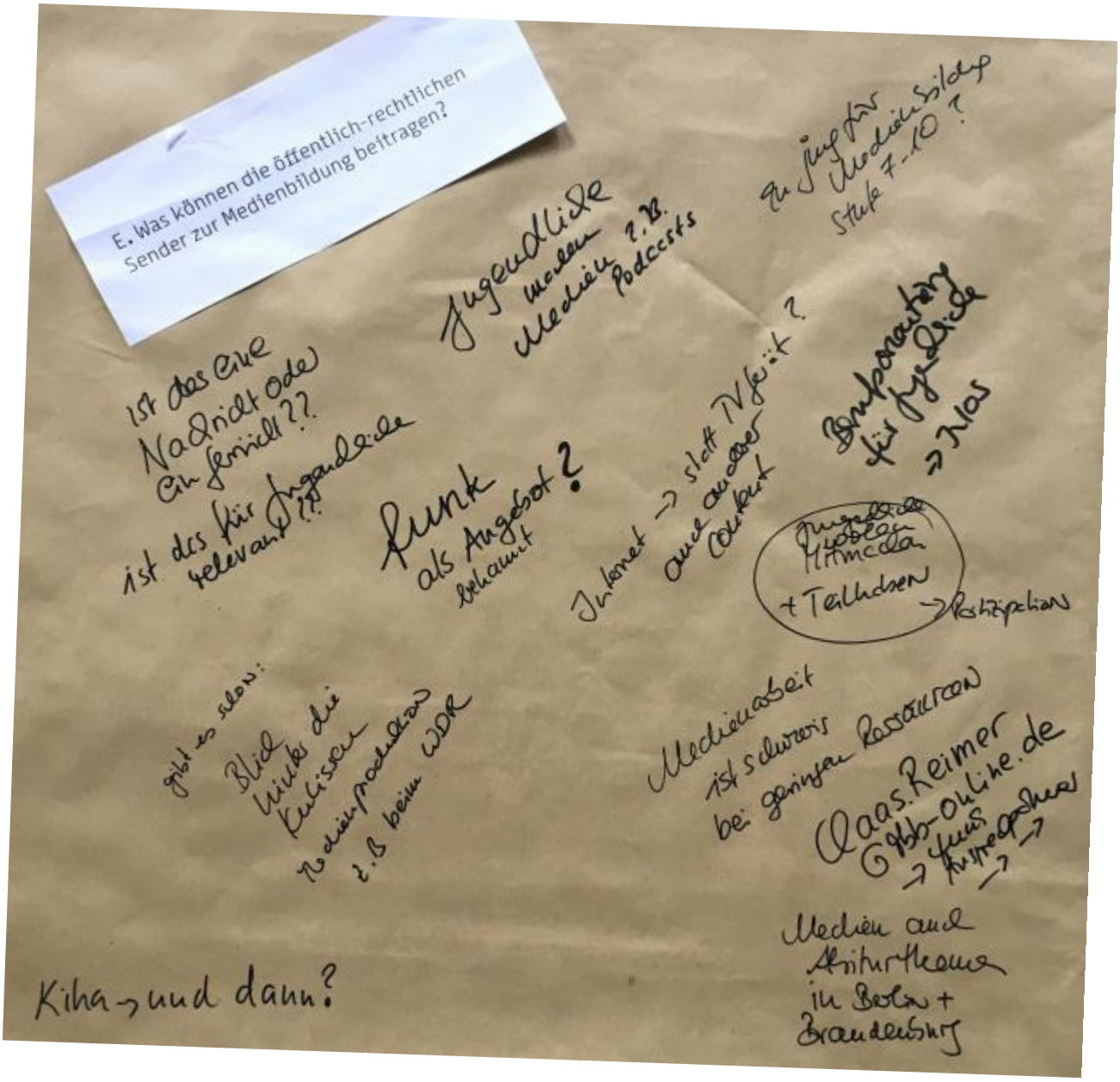
> Gesellschaftskompetenzen in der digitalen Welt
> Möglichkeit der Weiterverbreitung medienpädagogischer Produkte, Menschen/Anliegen bekommen eine Stimme
> Lebensweltorientierung
> Politische Bildung & Medienbildung
>> intergenerativ
> Jugend lernt über Politik, aber auch Politiklernt ü. Jug. Generationen
> Digitale Souveränität als (Ziel) Werkzeug für (von) politischer und von Medienbildung
> Meinung/Aussage ist politisch!
> Medienbildung + Politische Bildung sind Querschnittsaufgaben!
> Öffentlich = politisch?
> (politische) Partizipation über digitale Tools >> Feedback
> Meinungsvielfalt zulassen
> WLAN? Infrastruktur



Tisch D | Flipped Classroom - Wie setze ich das gemeinsam mit Lehrern und Schülern durch?
Moderator: Henry Freye | LISUM Berlin-Brandenburg

> gemeinsame (Online-) Plattform
> gute Materialien (zielgruppengerecht)
> auch selbsterstellte Materialien
> viel Zeit einplanen
> Einführung evtl. im Ganztag
> Außerschulisches Lernen in Gruppen (evtl. betreut, an öfferntlichen Orten z.B. Bibliotheken)
>> (vielleicht. 1 X die Woche)
> ermöglicht Medienvielfalt >> zur Vorbereitung >> im Unterricht
> Weg vom Wissen >> Anwendung in den Mittelpunkt

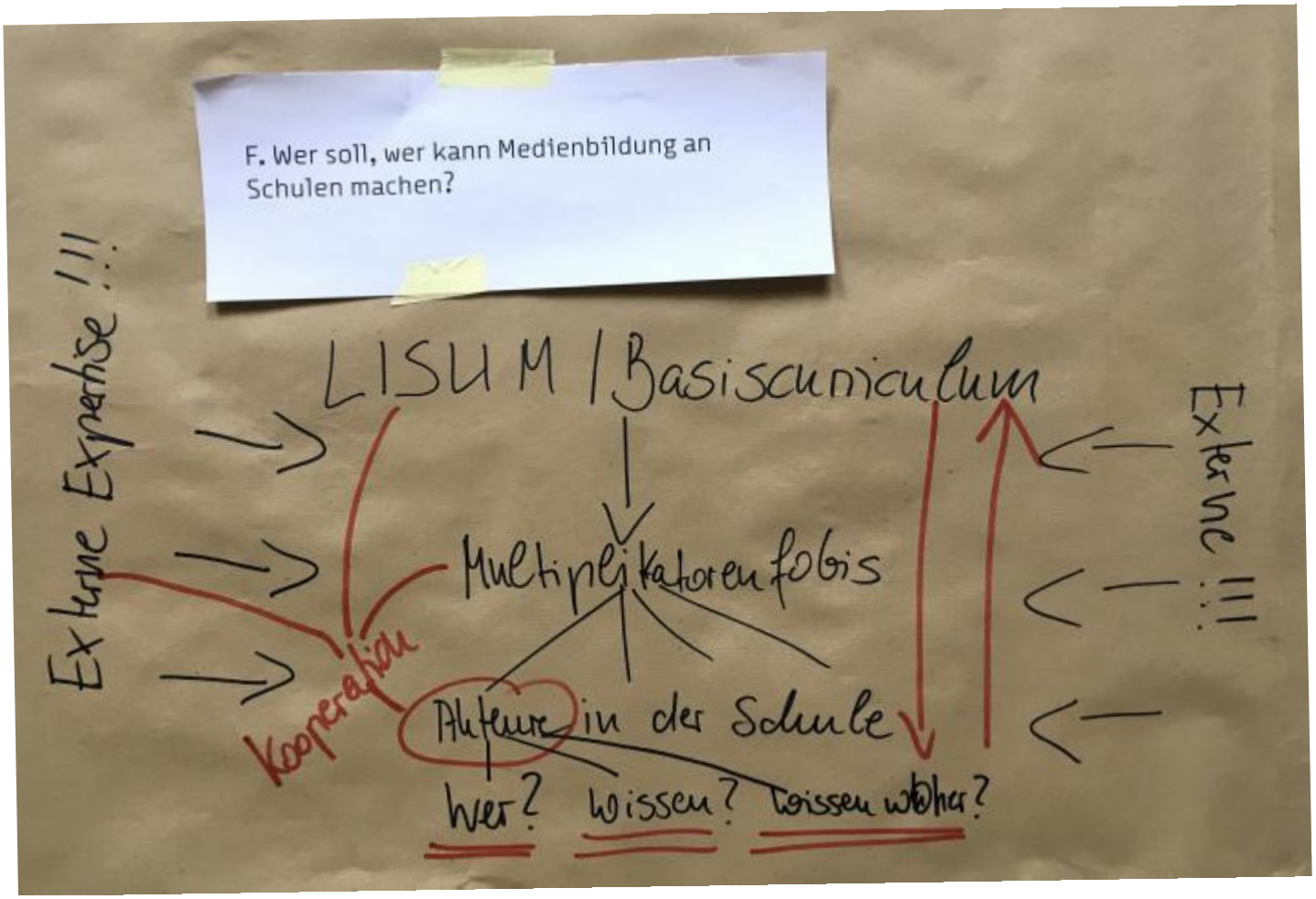
Das Protokoll



Tisch E. Was können die öffentlich-rechtlichen Sender zur Medienbildung beitragen?
Moderatorin: Frauke Langguth | ARD Text

> Ist das eine Nachricht oder ein Gerücht?
> Ist das für Jugendliche relevant?
> Jugendliche machen Medien z.B. Podcasts
> Funk als Angebot bekannt?
> Gibt es schon: Blick hinter die Kulissen, Medienproduktion z.B. beim WDR
> zu Jung für Medienbildung, Stufe 7-10?
> Internet statt TV Gerät? Auch anderer Content
> Berufsorientierung für Jugendliche
> Jugendliche wollen mitmachen und teilhaben >> Partizipation
> Kika >> und dann?
> Medienarbeit ist schwierig bei geringen Ressourcen
> Medien auch Abiturthemen in Berlin + Brandenburg
> claas.reimer@rbb-online.de, Funk Ansprechpartner

Das Protokoll



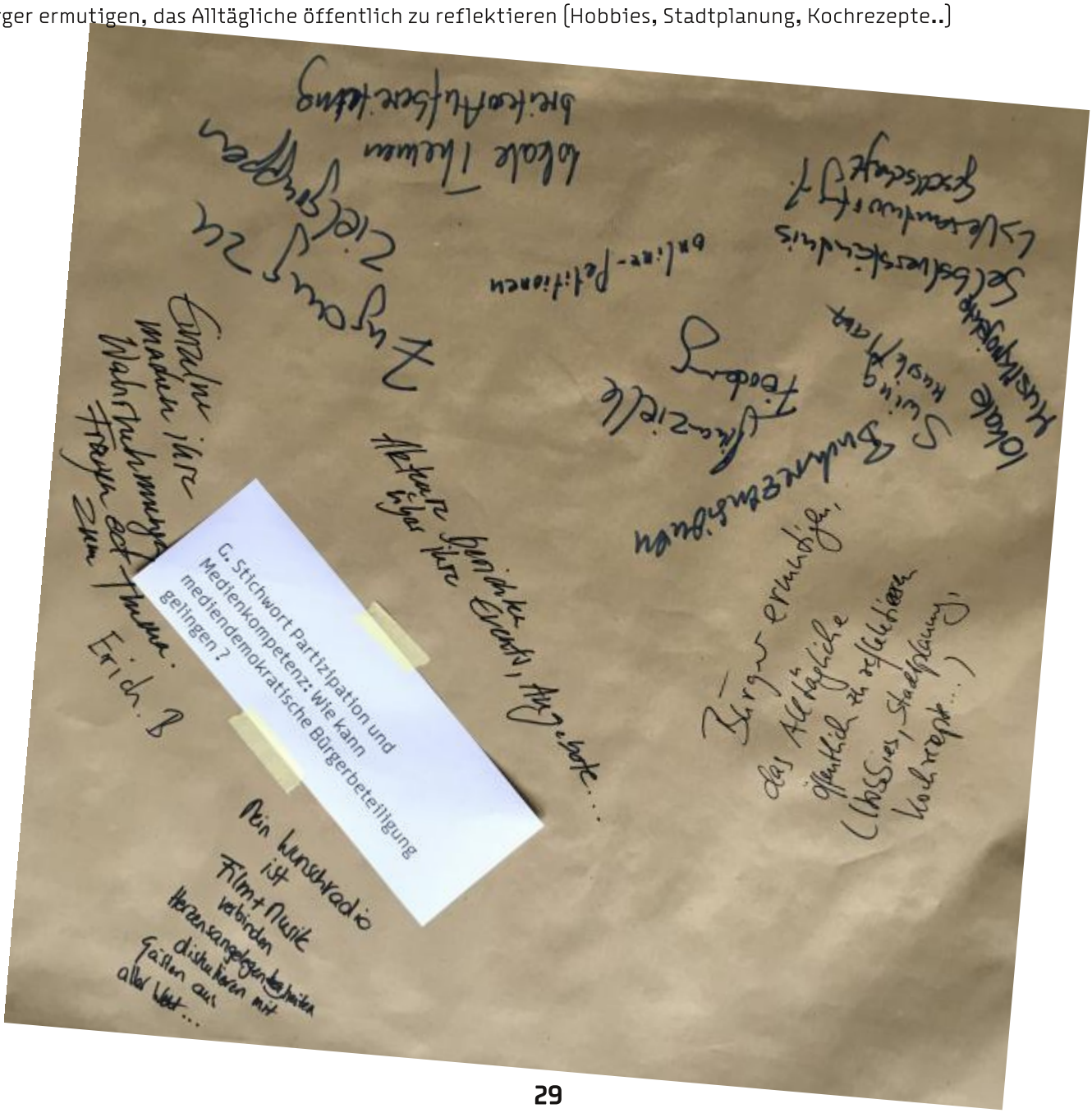
Tisch F | Wer soll, wer kann Medienbildung an Schulen machen?
Moderator: Matthias Littwin | Evangelische Grundschule Babelsberg

LISUM/Basiscurriculun
> Multiplikatorenfortbildungen
> Externe Expertise
> Akteure in der Schule: Wer? Wissen? Wissen woher?

Das Protokoll

Tisch G | Stichwort Partizipation und Medienkompetenz: Wie kann mediendemokratische Bürgerbeteiligung gelingen ?
Moderator: Erich Benesch |Freies Radio Potsdam

> Akteure berichten über ihre Events, Angebote…
> Einzelne machen ihre Wahrnehmungen, Themen etc. zum Thema
> Mein Wunschrasio ist Film+Musik verbinden, Herzensangelegenhieten diskutieren mit Gästen aus aller Welt
> Zugang zu Zielgruppen
> lokale Themen, breitere Aufbereitung
> finanzielle Förderung
> online Petitionen
> Buchrezensionen
> Swing/Musik/Tanz
> lokale Musikprojekte
> Selbstverständnis >> Verantwortung für Gesellschaft
> Bürger ermutigen, das Alltägliche öffentlich zu reflektieren (Hobbies, Stadtplanung, Kochrezepte..)



Das Protokoll

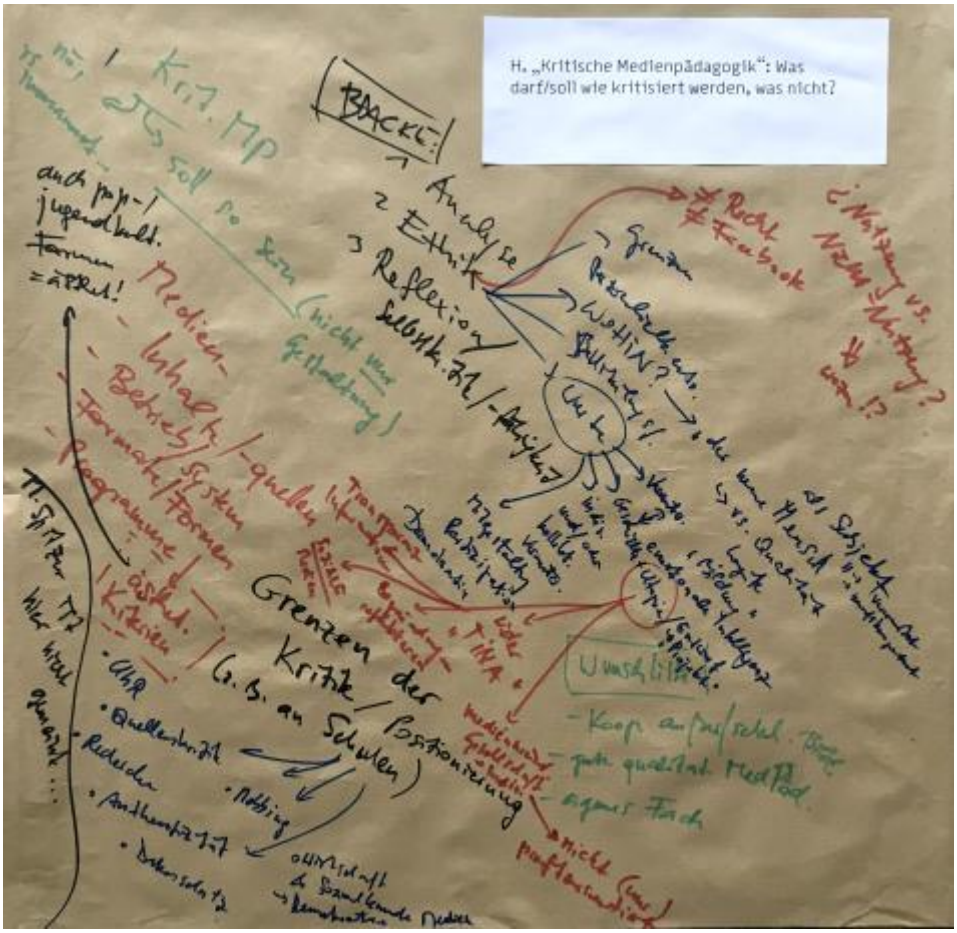
Tisch H | „Kritische Medienpädagogik“: Was darf/soll wie kritisiert werden, was nicht?
Moderator: Valentin Dander | Universität zu Köln/Europa-Universität Flensburg

Baacke
1. Analyse
2. Ethik
> Wohin? > „der neue Mensch“ als Subjekt vs. Qualität
> Beurteilung
> Werte. Verantwortung, Geschichte + Utopie/Entwurf Projekt
>> wider „TINA“
>> Transparenz, Information
>> Soziale Medien
>> Begründungen reflektieren
>> medien.. Gesellschaft + Individuum >> nicht profitorientiert
> individuelle und/oder kollektive Verantwortung, Mitgestaltung, Partizipation, Demokratie
>> Kritische Medienpädagogik soll so sein (nicht nur Gestaltung)
Medien-
> Inhalte/-quellen
> Betrieb/System
> Formate/Formen > ästhetische Kriterien, auch pop-/jugendkulturelle Formen = ästhet!
> Programme

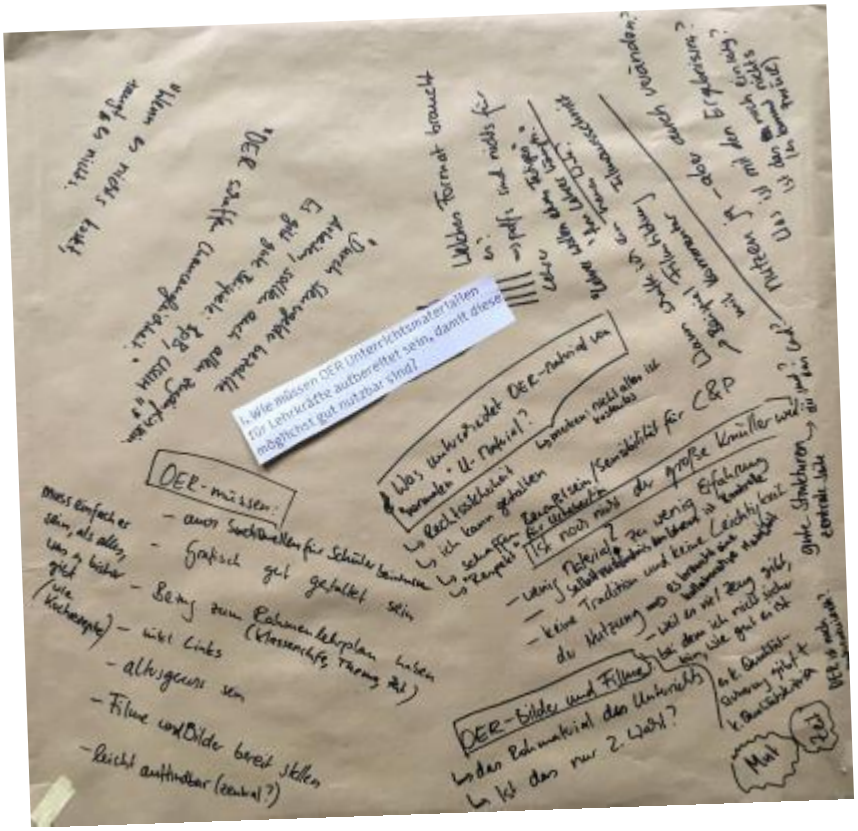
Grenzen der Kritik (z.B. an Schulen)
> Urheberrecht
> Quellenkritik
> Mobbing
> Authentizität
> Datenschutz
> Wirtschaft & Sozialkunde >> Demokratie + Medien

Wunschliste:
> Kooperation Außerschulische Bildung
> gute qualitative Medienpädagogik
> eigenes Fach

Manfred Spitzer ist hier nicht gemeint



Das Protokoll



Tisch I | Wie müssen OER Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte aufbereitet sein, damit diese möglichst gut nutzbar sind?
Moderatorin: Cornelia Brückner | LISUM Berlin-Brandenburg

Was unterscheidet OER-Material vom „normalen" U-Material?
> merken: nicht alles ist kostenlos
> Rechtssicherheit
> ich kann gestalten
> schaffen Bewußtsein/Sensibilität für C&P
> „Respekt" für Urheber/-in

OER-Bilder und Filme
> das Rohmaterial des Unterrichtsmaterialien
> ist das nur 2. Wahl

„Durch Steuergelder bezahlte Arbeiten sollten auch allen zugänglich sein. Es gibt gute Beispiele: BpBm LISUM"

„OER schafft Chancengleichheit"
„Wenn es nichts kostet, taugt es nichts"

Welches Format braucht es?
> PDFs sind nichts für Lehrer
>„Lehrer wollen etwas fertiges"
> „Am Lehrer hängts"

Wann schaffe ich ein neues Werk?
> Beispiel Filmbildung Filmaussschnitt mit Kommentar
>> nutzen ja, aber auch verändern?
>> Was ist mit den Ergebnissen?
>> Ist das noch einseitig? (Es kommt nichts zurück)

Ist noch nicht der große Knüller, weil:
> wenig Material? Zu wenig Erfahrung
> Selbstverständnis des Lehrers ist Kontrolle
> keine Tradition und keine Leichtigkeit der Nutzung => es braucht eine kollaborative Mentalität
> weil es viel Zeug gibt, bei dem ich nicht sicher bin, wie gut es ist
> es keine Qualitätssicherung gibt + keine Qualitätskriterien

OER müssen:
> auch Quellen für Schüler beinhalten
> grafisch gut gestaltet sein
> Bezug zum Rahmenlehrplan haben (Klassenstufe, Thema, Zeit)
> nützliche Links
> altersgerecht sein
> Filme und Bilder bereitstellen
> leicht auffindbar (zentral?)
> muss einfacher sein, als alles, was es bisher gibt (wie Kochrezepte)

Schnappschüsse

Schnappschüsse

Schnappschüsse

Die Preisträgerinnen und Preisträger

Preisträger 1

Die Internet-Ritter: vereint im Kampf für ein faires Netz!

Jan Rooschüz | kijufi – Landesverband Kinder- & Jugendfilm Berlin e.V.

Begleitend zum Kinderrechte-Filmfestival sollen sich Kinder an zwei Workshoptagen auf spielerische Weise mit den Kommentaren zu ihren Filmen auseinandersetzen. Ziel ist die Sensibilisierung für Cybermobbing und Hatespeech und und das Erarbeiten von Gegenstrategien (Counterspeech).

Preisträger 2

history walk online - Online-Stadtrundgang zur NS-Geschichte Oranienburgs

Katja Anders | Stiftung Brandenburgische Gedenkstätten

Jugendliche erarbeiten einen medialen Stadtspaziergang und erschließen sich dabei die Geschichte Oranienburgs zu Zeiten des Nationalsozialismus. Dabei lernen sie unterschiedliche mediale Tools sowie Methoden der Recherche, Urheberrecht und Quellenkritik kennen. Es werden eigene Medienprodukte (Texte, Filme etc.) erstellt und veröffentlicht. Der erarbeitete Stadtrundgang wird veröffentlich und steht kostenfrei zur Verfügung.

Preisträger 3

Flucht nach Utopia

Birgit Marzinka, Metaversa e. V.

An sechs eintägigen Projekttagen setzen sich Schüler im Rahmen eines Alternate Reality Games mit ethischen Fragen der Automatisierung auseinander. Dabei erlernen sie Grundlagen der Robotik und des Programmierens. Bei einem abschließenden Vertiefungsworkshop, in Berlin, erhalten 15 Schüler die Möglichkeit ein Roboterlabor zu besuchen und können in einem Praxisworkshop ihre erworbenen Kenntnisse vertiefen.

Publikumspreis

Gläsern - Visualisierung von Daten in Netzwerken

Andreas Hackert | AWO Regionalverband Brandenburg Süd e.V.

IMPRESSUM

Herausgeber
lmb - Landesfachverband Medienbildung Brandenburg e.V.
Breite Str. 7a, 14467 Potsdam

V.i.S.d.P.
Stefan Zaborowski, Vorsitzender lmb

Redaktion
Matthias Specht, lmb

Satz und Layout
Matthias Specht, lmb

Urheberrechtshinweise
Alle nicht gekennzeichneten Fotos stehen unter einer Creative Commons Lizenz CC-BY-SA Deutschland 3.0
Fotografin: Anna-Maria Stein

Die Fotodokumentation des Worldcafé steht unter einer Creative Commons-Lizenz CC0

Alle in diesem Reader veröffentlichen Texte stehen unter einer Creative Commons Lizenz CC-BY-SA Deutschland 3.0

Die Netzwerktagung ist ein Projekt des lmb - Landesfachverband Medienbildung Brandenburg e.V.

Förderhinweis
Die Netzwerktagung wurde gefördert vom Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg, der Medienanstalt Berlin-Brandenburg sowie finanziell unterstützt vom Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg.

Online-Dokumentation
Weitere Foto-Dokumente und Filmmaterial zur Netzwerktagung 2017 sind abrufbar auf www.medienkompetenz-brandenburg.de.

Danksagung
Wir danken allen Partnerinnen und Partnern sehr herzlich, die zum Gelingen der diesjährigen Netzwerktagung beigetragen haben.

MEDIENKOMPETENZ STÄRKT BRANDENBURG

lmb Landesfachverband Medienbildung Brandenburg e.V.