

Im Informationsdschungel

Glaubwürdigkeit von Informationen im Internet
hinterfragen und bewerten

Medienführerschein
Werkstatt
8./9. Jahrgangsstufe



Einführung

Willkommen in der Medienführerschein Werkstatt!

Die Medienführerschein Werkstatt für die 8. und 9. Jahrgangsstufe bietet Ihnen Unterrichtsmaterialien zum Thema Glaubwürdigkeit von Informationen im Internet. Informationsbeschaffung und Meinungsbildung durchziehen den schulischen wie außerschulischen Alltag von Jugendlichen. Eine Meinungsbildung im digitalen Informationszeitalter erfordert, die Vielfalt vorhandener Quellen bzw. Informationen kritisch zu hinterfragen. Für Jugendliche ist es daher wichtig, die Glaubwürdigkeit von Informationen im Internet bewerten zu können.

In der Medienführerschein Werkstatt finden Sie einen fertigen Kurs. Er bietet einen Vorschlag für eine 90-minütige Unterrichtsstunde und ist konzipiert als Blended-Learning-Angebot, bei dem Online- und Offline-Lernphasen kombiniert werden. Alle Inhalte des fertigen Kurses sind an den bayerischen Lehrplan angepasst und vom Staatsinstitut für Unterrichtsqualität und Bildungsforschung (ISB) geprüft.

Zur Dokumentation der Teilnahme können die Schülerinnen und Schüler eine Urkunde erhalten. Die Urkunden können im Klassensatz unter www.medienfuehrerschein.bayern kostenlos bestellt werden.

Neben dem fertigen Kurs enthält die Medienführerschein Werkstatt auch Arbeitsmaterialien zur Erstellung eines eigenen mebis-Kurses für Ihren Unterricht und verschiedene Hintergrundtexte.

Die Medienführerschein Werkstatt ist ein Angebot der Stiftung Medienpädagogik Bayern. Das Projekt wurde 2019 von der Bayerischen Staatskanzlei finanziert und vom Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus unterstützt. In den Jahren 2020/2021 wurde die Werkstatt mithilfe einer Förderung durch das Bayerische Staatsministerium für Unterricht und Kultus pilotiert und veröffentlicht. Weitere Informationen zum Medienführerschein Bayern finden Sie unter www.medienfuehrerschein.bayern.

Wir freuen uns, dass Sie unser Angebot nutzen und wünschen Ihnen gutes Gelingen.

Ihre Stiftung Medienpädagogik Bayern

Lehrplanbezug

Mittelschule

Mittelschule

8. Jahrgangsstufe

- » Deutsch 2.3 Pragmatische Texte verstehen und nutzen
- » Deutsch 2.4 Weitere Medien verstehen und nutzen
- » Informatik Lernbereich 1 Digitaler Informationsaustausch
- » Politik und Gesellschaft 6.2 Politisches Geschehen mitverfolgen und aktuelle Fragen diskutieren
- » Wirtschaft und Kommunikation Lernbereich 7 Internetanwendungen

9. Jahrgangsstufe

- » Deutsch 2.3 Pragmatische Texte verstehen und nutzen
- » Deutsch 2.4 Weitere Medien verstehen und nutzen
- » Informatik und digitales Gestalten 6.3 IT-Sicherheit
- » Wirtschaft und Kommunikation Lernbereich 7 Internetanwendungen

Realschule

Realschule

8. Jahrgangsstufe

- » Deutsch 2.3 Pragmatische Texte verstehen und nutzen
- » Deutsch 2.4 Weitere Medien verstehen und nutzen
- » Ethik Lernbereich 3 Ethik in der Welt der digitalen Medien
- » Informationstechnologie 1.5 Einführung in die Bildbearbeitung
- » Informationstechnologie 1.7 Informationsbeschaffung und -präsentation
- » Wirtschaft und Recht Lernbereich 2 Verbraucherschutz und verantwortungsbewusstes Verbraucherverhalten

9. Jahrgangsstufe

- » Deutsch 2.1 Lesetechniken und -strategien anwenden
- » Deutsch 2.3 Pragmatische Texte verstehen und nutzen
- » Deutsch 2.4 Weitere Medien verstehen und nutzen
- » Informationstechnologie 1.5 Einführung in die Bildbearbeitung
- » Informationstechnologie 1.7 Informationsbeschaffung und -präsentation
- » Soziallehre Lernbereich 3 Mitwirkungsformen und Interessenvertretung des Einzelnen in der Politik
- » Wirtschaft und Recht Lernbereich 3 Verbraucherschutz und verantwortungsbewusstes Verbraucherverhalten

Gymnasium

Gymnasium

8. Jahrgangsstufe

- » Deutsch 2.3 Pragmatische Texte verstehen und nutzen
- » Deutsch 2.4 Weitere Medien verstehen und nutzen
- » Kunst Lernbereich 3 Interaktion, Inszenierung und Kommunikation
- » Wirtschaft und Recht 1.1 Entscheidungen beim Konsum

9. Jahrgangsstufe

- » Deutsch 2.3 Pragmatische Texte verstehen und nutzen
- » Deutsch 2.4 Weitere Medien verstehen und nutzen
- » Deutsch 4.1 Sprachliche Verständigung untersuchen und reflektieren
- » Evangelische Religionslehre 9 Lernbereich 1 Frei im Netz!?
- » Sozialpraktische Grundbildung 9 Lernbereich 2 Freizeit und Medienkonsum reflektiert gestalten
- » Wirtschaftsinformatik Lernbereich 3 Datenspuren und Datenschutz

Kompetenzen

Die Schülerinnen und Schüler erfahren, dass Meinungsbildung ein differenzierter Informationsprozess ist, in dem die eigenen Ansichten mit den Meinungen anderer sowie mit Tatsachen abgeglichen werden. Sie analysieren unterschiedliche Darstellungsformen von Informationen in Texten. Dabei lernen sie Meinungen von Tatsachen zu unterscheiden und die Qualität von Informationen besonders im Internet zu bewerten.

Fach- und Methodenkompetenz

Die Schülerinnen und Schüler

- » unterscheiden mediale und non-mediale Informationsmöglichkeiten.
- » analysieren die Darstellung von Informationen im Internet.
- » analysieren und reflektieren die Darstellungsmittel einerseits von Sachtexten und andererseits von Kommentaren bzw. Meinungsäußerungen.
- » beurteilen den Informationsgehalt von verschiedenen Texten.
- » wenden Kriterien für die Bewertung von Quellen an und gelangen zu einer kritischen Einschätzung der Glaubwürdigkeit von Informationen, um begründete Entscheidungen zu treffen.
- » identifizieren und reflektieren Vor- und Nachteile nutzergenerierter Inhalte im Internet.

Sozial-kommunikative Kompetenz

Die Schülerinnen und Schüler

- » befassen sich in Gruppenarbeit sowie im Plenum mit Merkmalen, anhand derer die Glaubwürdigkeit von Informationen eingeschätzt werden kann.
- » diskutieren im Plenum über Vor- und Nachteile von nutzergenerierten Inhalten.

Personale Kompetenz

Die Schülerinnen und Schüler

- » reflektieren ihren eigenen Umgang mit Informationen.
- » machen sich mit Bewertungsgrundlagen für Informationen vertraut.
- » erhöhen ihr kritisches Bewusstsein gegenüber der Herkunft von Informationen.

Fach- und Methodenkompetenz

Sozial-kommunikative Kompetenz

Personale Kompetenz

Ablauf des Unterrichts

Der fertige Kurs bietet einen Vorschlag für eine 90-minütige Unterrichtseinheit. Bei großem Interesse der Schülerinnen und Schüler an diesem Thema bietet es sich an, die Unterrichtseinheit um eine weitere Unterrichtsstunde zu erweitern. Der Kurs ist konzipiert als Blended-Learning-Angebot. Dabei werden Online- und Offline-Lernphasen kombiniert und z.B. die Ergebnisse der Online-Lernphasen gemeinsam in der Klasse reflektiert.

Hinweis: Im Bereich der Medienführerschein Werkstatt unter *Arbeitsmaterialien für eigenen Kurs* stehen Ihnen weitere vorgebaute mebis-Aufgaben zur Verfügung. Bei Bedarf können Sie diese in den Kurs einbauen.

Hinweis: Nutzen Sie für die Durchführung der Unterrichtseinheit auch die methodisch-didaktischen Informationen und Hintergrundinformationen. Diese finden Sie jeweils bei den zugehörigen Aufgabenstellungen.

Phase 1 Film-Clip: Sensibilisierung und Motivation

Für einen motivierenden Einstieg in das Thema Glaubwürdigkeit von Informationen im Internet steht der »*Film-Clip: Paula und Leon – Im Informationsdschungel*« (Dauer: 02:10 Min.) zur Verfügung. Der Film-Clip ist auch als Download verfügbar in der mebis Mediathek oder auf der [Medienführerschein Website](#).

Wählen Sie zwischen Plenum und Einzelarbeit aus:

- » Phase 1 Option Plenum
- » Phase 1 Option Einzelarbeit

Für Option Plenum benötigen Sie einen PC und einen Beamer. Für Option Einzelarbeit benötigt jede Schülerin und jeder Schüler ein Endgerät (PC/Laptop/Tablet) und Kopfhörer. Verbergen Sie die nicht gewählte Option.

Vorbereitung: »*Information: Medial versus non-medial*«

1.1 Phase 1 Option Plenum

Schauen Sie den Film-Clip im Plenum an und besprechen Sie kurz den Inhalt des Film-Clips.

Phase 1 Option Einzelarbeit

Die Schülerinnen und Schüler schauen sich den Film-Clip einzeln über ihr Endgerät (PC/Laptop/Tablet) an. Anschließend bearbeiten sie in Einzelarbeit die Multiple-Choice-Fragen zum Film-Clip.

Material: Film-Clip

1.2 Reflexion

Besprechen Sie verschiedene Informationsquellen (medial und non-medial) im Plenum. Fragen Sie, welche Informationsquellen die Schülerinnen und Schüler für welche Themen nutzen, um sich eine Meinung zu bilden. Halten sie die Ergebnisse an der (digitalen) Tafel fest.

Vorbereitung: »*Tafelbild: Meinungsbildung*«

Ergebnissicherung: Tafel

Fertiger Kurs

05´

05´

10´

Thema	Informationsquellen	
	medial (z. B. Internet, Fernsehen, Radio, Zeitungen)	non-medial (z. B. Freunde, Familie, Vereinsmitglieder)
1. Musik	Radio, Fachzeitschrift, Zeitung	Freunde, ältere Geschwister
2. Sport	Fernsehen, Radio, Zeitung	Mitglieder eines Fanclubs, Vereinsmitglieder
3. Apps	Internet, Fachzeitschrift	Freunde
4. Konflikte in Social-Media Angeboten	Internet	Freunde, Familie, andere Vertrauenspersonen
5. ...		

Phase 2: Informationen im Internet

Mehr denn je müssen Informationen im Internet kritisch hinterfragt und bewertet werden. Dies zählt angesichts der Informationsflut zu den Basis-Kompetenzen im digitalen Zeitalter. Umso wichtiger ist es, den Schülerinnen und Schülern hilfreiche Tipps an die Hand zu geben. Durch die Erarbeitung zentraler Kriterien zur Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Informationen sollen die Schülerinnen und Schüler für den kritischen Umgang mit Informationen im Internet sensibilisiert werden.

Vorbereitung: »Information: Mediale Informationsvielfalt«, »Information: Informationen im Internet«

2.1 Einzelarbeit: Digitales Element: Der Faktencheck

Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten das »Digitale Element: Der Faktencheck«. Hierfür benötigen sie ein Endgerät (PC/Laptop/Tablet) und Kopfhörer. Sie bearbeiten verschiedene Fallbeispiele aus dem Internet (fiktiv) hinsichtlich der Kriterien für Glaubwürdigkeit (Autor/Herausgeber, Gestaltung, Inhalt, Aktualität). Insgesamt sollen sechs Beiträge bewertet werden. Dabei setzen sich die Schülerinnen und Schüler sowohl mit nutzergenerierten Inhalten, als auch mit Beiträgen auf redaktionell betreuten Portalen auseinander. Die Schülerinnen und Schüler entscheiden, welche Informationsquellen sie als glaubwürdig einstufen und für ein eigenes Schulprojekt verwenden würden. Bitten Sie die Schülerinnen und Schüler, anschließend die Ergebnisse des digitalen Elements in mebis hochzuladen.

Vorbereitung: »Anleitung: Digitales Element: Der Faktencheck«

Material: Digitales Element

Ergebnissicherung: »Auswertung: Digitales Element: Der Faktencheck«

2.2 Reflexion

Werten Sie gemeinsam mit den Schülerinnen und Schülern die Ergebnisse des digitalen Elements aus. Besprechen Sie, bei welchen Informationsquellen die Beurteilung leicht- bzw. schwerfiel. Nutzen Sie hierfür die Musterlösung. Zusätzlich steht Ihnen auch die »Checkliste: Kriterien für Glaubwürdigkeit« zur Verfügung. Bitten Sie die Schülerinnen und Schüler, die Kriterien für Glaubwürdigkeit zu reflektieren und das Wichtigste mit eigenen Worten zu beschreiben.

Vorbereitung: »Musterlösung: Digitales Element: Der Faktencheck«, Checkliste

Material: Auswertung

Teilen Sie anschließend die Klasse entsprechend der Kriterien in vier Gruppen ein. Ordnen Sie jeder Gruppe ein Kriterium für Glaubwürdigkeit zu. Jede Gruppe gestaltet für das eigene Kriterium ein Plakat mit den wichtigsten Aspekten, das anschließend im Klassenraum aufgehängt werden kann. Alternativ können Sie das »Arbeitsblatt: Bewertungstipps« an die Schülerinnen und Schüler austeilen und besprechen.

Material: Arbeitsblatt

Ergebnissicherung: Plakate

35`



20`



10`



Phase 3: Nutzergenerierte Inhalte im Netz

Anknüpfend an die Fallbeispiele aus dem Faktencheck beschäftigen sich die Schülerinnen und Schüler nun mit nutzergenerierten Inhalten aus dem Internet. Sie reflektieren anhand von Vor- und Nachteilen solcher Inhalte, die Glaubwürdigkeit nutzergenerierter Inhalte sowie die Bedeutung bzw. Verwendung dieser Informationen für die eigene Meinungsbildung.

Vorbereitung: »Information: Nutzergenerierte Inhalte«

3.1 Plenum: Diskussion und Reflexion

Beim digitalen Element „Faktencheck“ haben die Schülerinnen und Schüler verschiedene Arten von Beiträgen bearbeitet, u. a. auch nutzergenerierte Inhalte wie z.B. einen Social-Media-Beitrag einer privaten Person bzw. einer Firma sowie das Video eines Influencers. Darauf aufbauend erarbeiten Sie nun mit der Klasse Vor- und Nachteile nutzergenerierter Inhalte im Internet. Wenn ein Vor- bzw. Nachteil genannt wird, fordern Sie die Klasse auf, auch das entsprechende Gegenteil zu nennen. Oftmals gibt es bei nutzergenerierten Inhalten nämlich gleichzeitig Vor- und Nachteile – verdeutlichen Sie diese Dialektik. Gehen Sie im Gespräch auch auf die Bedeutung bzw. Verwendung der Informationen für die eigene Meinungsbildung – insbesondere unter dem Aspekt der Glaubwürdigkeit – ein. Halten sie die Ergebnisse an der (digitalen) Tafel fest.

Vorbereitung: »Tafelbild: Nutzergenerierte Inhalte«

Ergebnissicherung: Tafel

Optional erhalten die Schülerinnen und Schüler zur Dokumentation des Gelernten am Ende der Unterrichtsstunde ein »*Merkblatt*«.

10`

Indikator	Beobachtung	Erwartung
1. Die Schüler/innen können die Vor- und Nachteile von nutzergenerierten Inhalten benennen.	Die Schüler/innen können die Vor- und Nachteile von nutzergenerierten Inhalten benennen.	Die Schüler/innen können die Vor- und Nachteile von nutzergenerierten Inhalten benennen.
2. Die Schüler/innen können die Bedeutung bzw. Verwendung dieser Informationen für die eigene Meinungsbildung erläutern.	Die Schüler/innen können die Bedeutung bzw. Verwendung dieser Informationen für die eigene Meinungsbildung erläutern.	Die Schüler/innen können die Bedeutung bzw. Verwendung dieser Informationen für die eigene Meinungsbildung erläutern.
3. Die Schüler/innen können die Glaubwürdigkeit nutzergenerierter Inhalte beurteilen.	Die Schüler/innen können die Glaubwürdigkeit nutzergenerierter Inhalte beurteilen.	Die Schüler/innen können die Glaubwürdigkeit nutzergenerierter Inhalte beurteilen.
4. Die Schüler/innen können die Bedeutung bzw. Verwendung dieser Informationen für die eigene Meinungsbildung erläutern.	Die Schüler/innen können die Bedeutung bzw. Verwendung dieser Informationen für die eigene Meinungsbildung erläutern.	Die Schüler/innen können die Bedeutung bzw. Verwendung dieser Informationen für die eigene Meinungsbildung erläutern.

Tafelbild: Meinungsbildung

Thema	Informationsquellen	
	medial (z. B. Internet, Fernsehen, Radio, Zeitungen)	non-medial (z. B. Freunde, Familie, Vereinsmitglieder)
1. Musik	Radio, Fachzeitschrift, Zeitung	Freunde, ältere Geschwister
2. Sport	Fernsehen, Radio, Zeitung	Mitglieder eines Fanclubs, Vereinsmitglieder
3. Apps	Internet, Fachzeitschrift	Freunde
4. Konflikte in Social-Media- Angeboten	Internet	Freunde, Familie, andere Vertrauensperson
5. ...		

Stellen Sie einfache Fragen zur Meinungsbildung und zur Suche nach Informationen im Kontext des Themenfeldes „Freizeit, Peergroup, Familie“.

Einstiegsfragen

Beispielhafte Einstiegsfragen:

- » Wessen Meinung ist euch wichtig zu einem Thema, das euch in eurer Freizeit beschäftigt? Beispiele: Musik, Filme, Internetangebote, technische Geräte und Anwendungen (Spiele, Apps), Stars/Idole, Sport, Konflikte mit Eltern/Geschwistern/ in der Schule/in Social-Media-Angeboten, soziales Engagement
- » Mit wem redet ihr über ein Thema, das euch in eurer Freizeit beschäftigt?
- » Wenn man gerade nicht mit jemandem reden kann oder möchte – wie informiert ihr euch dann sonst noch?

Notieren Sie die genannten Themen und die zugehörigen Informationsquellen an der Tafel. Insgesamt sollten alle wesentlichen medialen Informationsquellen genannt werden. Quellen, die die Schülerinnen und Schüler nicht anführen, werden von Ihnen daher ergänzend angeführt. Achten Sie darauf, dass die Informationsquellen gleich der jeweiligen Kategorie zugeordnet werden:

Ergebnis- sammlung

- » **Non-mediale Informationsquellen** sind z. B. Freunde, Familie, Lehrkräfte, Vereinsangehörige und weitere Personen aus dem persönlichen Umfeld.
- » **Mediale Informationsquellen** sind z. B. Onlineangebote (Webseiten, Social-Media-Angebote, Podcast, Suchmaschinen), Fernsehen/Fernsehsendungen (Magazine, Nachrichten, Dokumentationen, Talkshows, Filme, Serien), Kino/DVDs (Spielfilme, Biografien, Dokumentationen), Radio (Magazine, Nachrichten, Dokumentationen, Wissens- und Ratgebersendungen, Talkshows), Zeitungen (regional, überregional), Zeitschriften, Bücher, Werbung.

Sie können das Tafelbild im Gespräch mit den Schülerinnen und Schülern an der Tafel entwickeln oder die mebis-Tafel bzw. PowerPoint-Vorlage nutzen.

Weitere Vorlagen

Tafelbild:

Nutzergenerierte Inhalte

Vorteile		Nachteile
» Nicht nur Journalisten, sondern auch Bürger kommen zu Wort.	Forum	» Inhalte unterliegen keinen redaktionellen Qualitätsstandards (Gefahr von falschen Informationen).
» Einfache Möglichkeit, meine Bewertung abzugeben.	Bewertungsskalen	» Begründungen der Bewertungen sind nicht sichtbar.
» Nutzer können ihren Eindruck über ein Produkt teilen und andere ggf. warnen.	Testberichte	» Statt eines normalen Konsumenten kann auch der Hersteller getarnt als Nutzer schreiben.
» Breiter Kreis von Autoren, die unterschiedliche Aspekte zu einem Thema beisteuern.	Wikipedia	» Kompetenz der Autoren zu einem Thema ist nicht offensichtlich.
» Influencer bzw. Blogger reagieren auf aktuelle Themen und bereiten sie passend und verständlich für die Zielgruppe auf.	Blogbeitrag/Video	» Oft werden persönliche Meinungen und Tatsachen kombiniert und sind schwer zu unterscheiden.

Fragen Sie die Klasse nach Vor- und Nachteilen „nutzergenerierter Inhalte“, z. B. bei Kommentaren, Testberichten, Wiki- und Foren-Einträgen. Wenn ein Vor- bzw. Nachteil genannt wird, fordern Sie die Klasse auf, auch das entsprechende Gegenteil zu nennen. Oftmals gibt es bei Nutzerinhalten nämlich gleichzeitig Vor- und Nachteile – verdeutlichen Sie diese Dialektik. Sammeln Sie die Ergebnisse an der Tafel.

Diskutieren Sie im Anschluss, welche Bedeutung bzw. Verwendung diese Informationen für die eigene Meinungsbildung der Schülerinnen und Schüler haben. Thematisieren Sie hier insbesondere den Aspekt der Glaubwürdigkeit. Machen Sie auf dem Tafelbild (z.B. mit einem Stern oder Punkt) kenntlich, welche Inhalte die Klasse als glaubwürdig einstufen würde.

Hinweis: Greifen Sie bei dieser Aufgabe auf die Erfahrungen der Schülerinnen und Schüler zurück. Diese haben bestimmt schon selbst einmal Inhalte im Internet veröffentlicht. Zeigen Sie auf, dass von den Schülerinnen und Schülern erstellte nutzergenerierte Inhalte die Meinungsbildung anderer beeinflussen können.

Sie können das Tafelbild im Gespräch mit den Schülerinnen und Schülern an der Tafel entwickeln oder die mebis-Tafel bzw. PowerPoint-Vorlage nutzen.

Vor- und Nachteile

Diskussion

Erfahrungen

Weitere Vorlagen

Kriterien für Glaubwürdigkeit

Kriterium	
Autor und Herausgeber	<ul style="list-style-type: none"> » Ist erkennbar, wer hinter dem Inhalt steht (z.B. Angabe des Autors, Fotografen, Anbieters)? » Kann man Angaben zum Anbieter finden (z.B. im Impressum, in Deutschland besteht Impressumspflicht)? » Gibt es Kontaktmöglichkeiten? » Wird die Seite von einer bekannten Organisation/Person betrieben? » Wurde auf einer redaktionell betreuten Seite oder einem vertrauenswürdigen Forum veröffentlicht?
Gestaltung	<ul style="list-style-type: none"> » Ist der Beitrag übersichtlich und verständlich gestaltet? » Wirkt die Aufmachung des Beitrags professionell und dem Thema angemessen (z.B. Farbe und Layout)? » Falls Werbung vorhanden ist: ist sie vom Inhalt getrennt? Wenn ein Produkt in den Fokus gerückt wird: ist dieses entsprechend mit einem Hinweis versehen? » Ist der Inhalt strukturiert und sinnvoll gegliedert? » Werden Rechtschreibung und Grammatik beachtet?
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> » Werden die vermittelten Informationen mit Quellenangaben belegt? » Wenn das Angebot auf Internetseiten verweist, sind diese glaubwürdig? » Werden Urheber bzw. Quellen von Fotos, Ton- und Videomaterial genannt? » Sind die Informationen nicht emotional, sondern sachlich dargestellt? » Werden keine unbelegten Behauptungen aufgestellt, sondern wird die vertretene Meinung durch Fakten belegt? » Besteht kein (kommerzielles oder ideologisches) Eigeninteresse und verfolgt das Angebot die Vermittlung von glaubwürdigen und unabhängigen Inhalten?
Aktualität	<ul style="list-style-type: none"> » Ist das Veröffentlichungsdatum angegeben? » Wurde der Beitrag kürzlich erstellt oder aktualisiert? » Entspricht die Aufbereitung der Themen dem aktuellen Wissensstand?

Anleitung: Digitales Element: Der Faktencheck

Im digitalen Element arbeiten die Schülerinnen und Schüler unter dem Nickname Okidoki mit ihrer Schulfreundin MelliWelli13 an einem Schulprojekt zum Thema „Ernährung in der Zukunft“. MelliWelli13 hat dazu im Internet sechs Beiträge gefunden und schickt sie über einen privaten Chat. Aufgabe der Schülerinnen und Schüler ist es, die Beiträge anhand der vier Kriterien Autor/Herausgeber, Inhalt, Gestaltung und Aktualität auf ihre Glaubwürdigkeit zu prüfen.

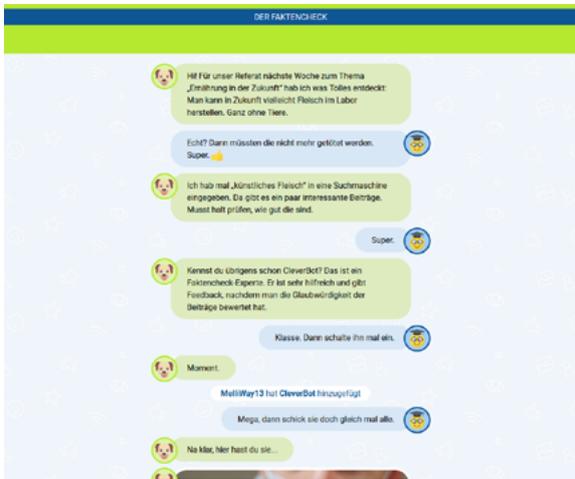
Wenn die Schülerinnen und Schüler mit der Bearbeitung des digitalen Elements fertig sind, erhalten sie eine Gesamtauswertung als PDF. Sie dient als Grundlage für das anschließende Unterrichtsgespräch. Ihnen als Lehrkraft steht eine Musterlösung mit allen richtigen Antworten als PDF zur Verfügung.

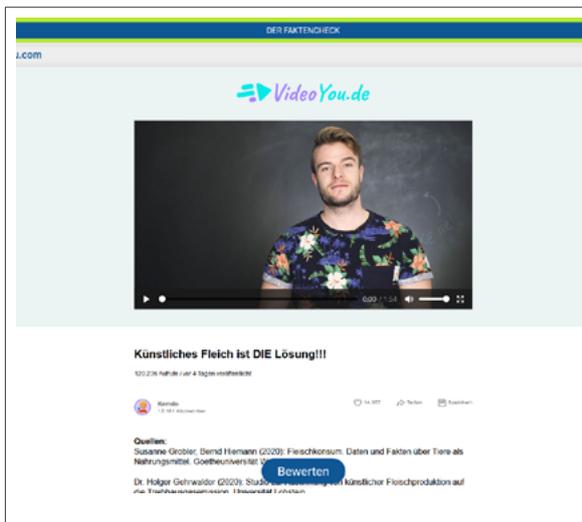
Hier erhalten Sie einen Überblick über die Bearbeitungsschritte des digitalen Elements:

Aufgabe

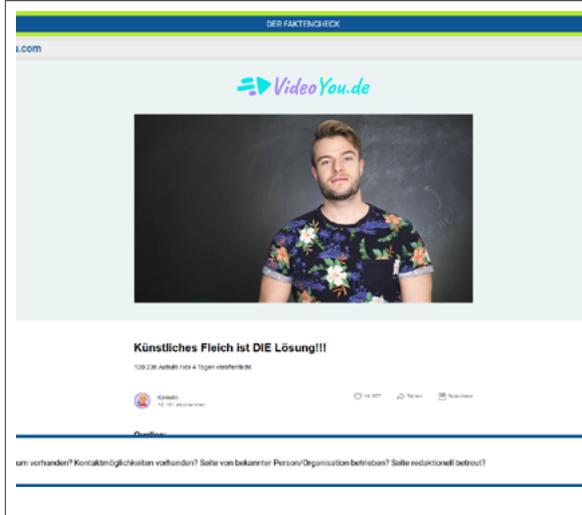
Gesamtauswertung

Bearbeitungsschritte

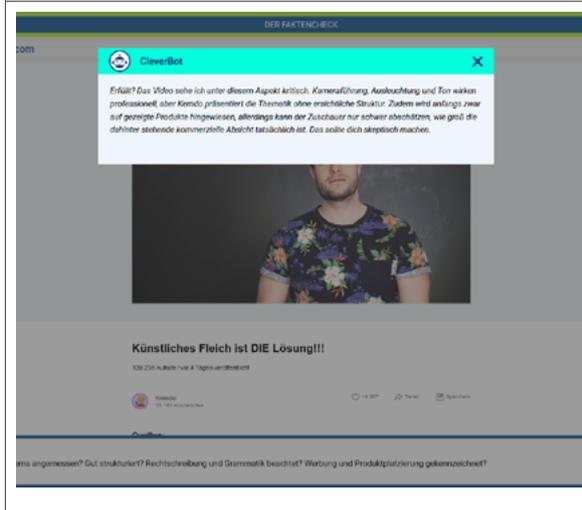
Screenshots aus dem digitalen Element	Bearbeitungsschritte
	<p>Die Schülerinnen und Schüler erhalten in Form einer Chat-Unterhaltung zwischen Melliwelli13 und Okidoki eine kurze Einführung in das digitale Element.</p>
	<p>Im Chatverlauf werden sechs Beiträge aus unterschiedlichen Online-Quellen angezeigt. Die Schülerinnen und Schüler klicken die Beiträge an, um sie zu bewerten.</p>



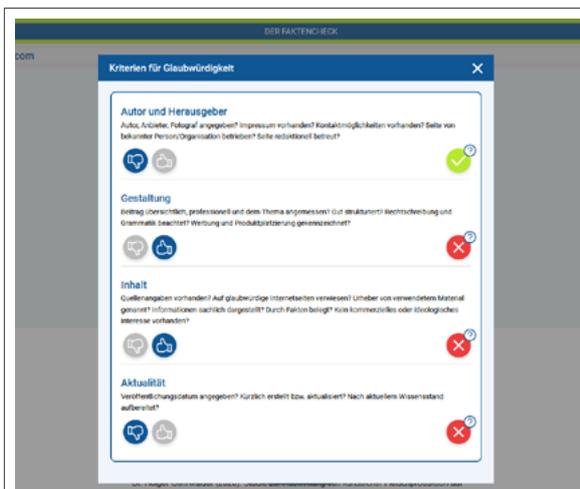
Wird ein Beitrag angeklickt, öffnet er sich auf einer eigenen Seite. Im unteren Bereich befindet sich der Button „Bewerten“.



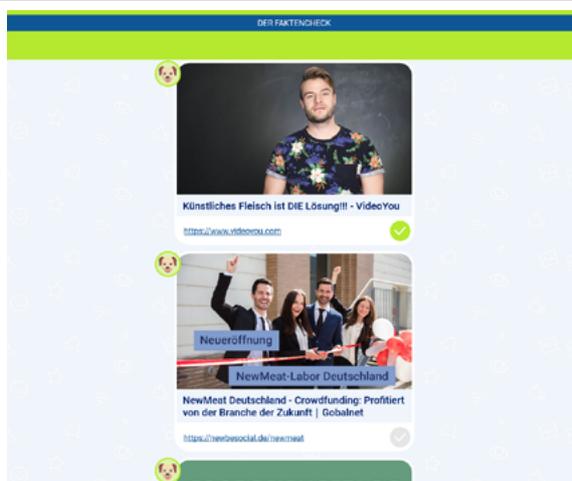
Wird der Button angeklickt, erscheinen in einem Silder nacheinander die Kriterien Autor/ Herausgeber, Inhalt, Gestaltung und Aktualität mit Kurzbeschreibungen. Hier wird jeweils ein Daumen hoch bzw. runter vergeben, sofern das Kriterium für den Beitrag erfüllt bzw. nicht erfüllt ist.



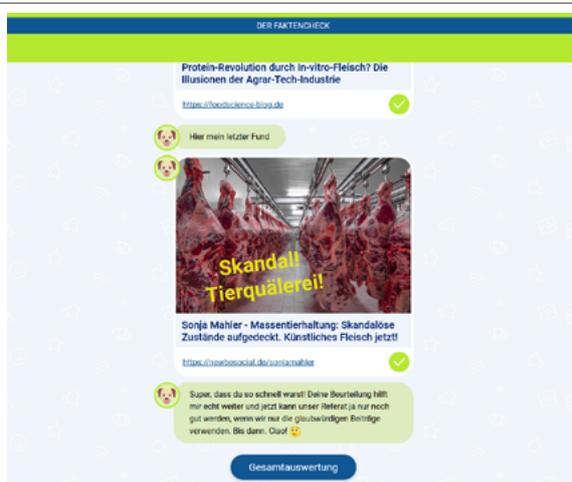
Nach jeder Bewertung meldet sich der CleverBot, der zur Bewertung ein Feedback gibt.



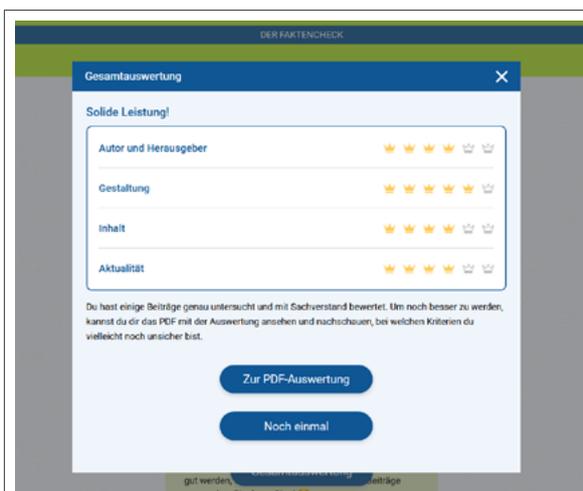
Wenn für einen Beitrag alle Kriterien bewertet wurden, kann über den Button „Auswerten“ eine Ergebnisübersicht abgerufen werden.



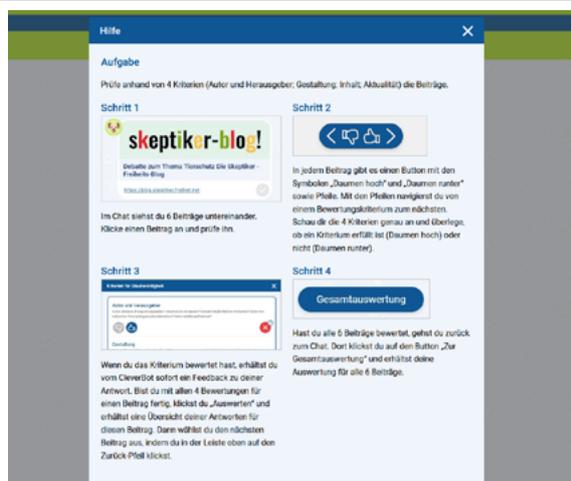
Im Anschluss gehen die Schülerinnen und Schüler zurück in den Chatverlauf und klicken den nächsten Beitrag an. Bereits bewertete Beiträge sind durch einen grünen Haken gekennzeichnet und können jederzeit wieder aufgerufen werden, um abgegebene Bewertungen erneut anzusehen.



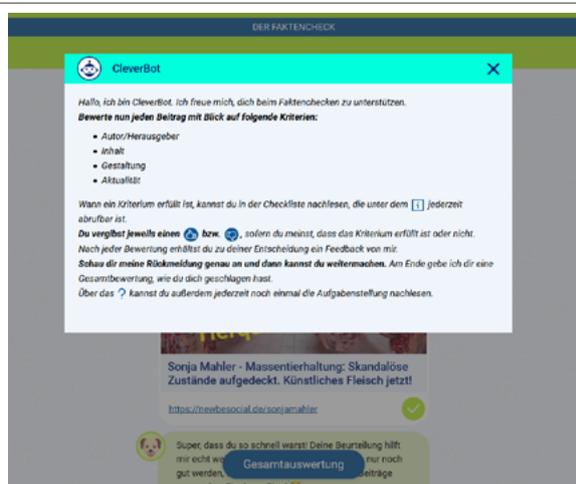
Wenn alle Beiträge bewertet wurden, erscheint der Button „Gesamtauswertung“.



Die Schülerinnen und Schüler erhalten einen Überblick über ihr Ergebnis und können ein PDF abrufen, in dem all ihre Bewertungen und das dazugehörige Feedback des CleverBots in einer Übersicht zu sehen sind. Es dient als Grundlage für das anschließende Unterrichtsgespräch.



Klicken die Schülerinnen und Schüler auf den Fragezeichen-Button in der linken oberen Ecke, können sie jederzeit noch einmal die Aufgabenstellung nachlesen.



Klicken die Schülerinnen und Schüler auf das CleverBot-Icon in der rechten oberen Ecke, öffnet sich ein Fenster, in dem sich der CleverBot mit seiner Funktion nochmal erklärt.

Musterlösung: Digitales Element: Der Faktencheck



DER FAKTENCHECK: MUSTERLÖSUNG

DAS WAR DIE AUFGABE DER SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER:

Die Schülerinnen und Schüler sollten die Glaubwürdigkeit von sechs Beiträgen mit Blick auf die Kriterien Autor und Herausgeber, Gestaltung, Inhalt und Aktualität bewerten.

Die Schülerinnen und Schüler haben jeweils einen  bzw.  vergeben, sofern sie meinten, dass ein Kriterium erfüllt ist oder nicht. Der CleverBot gab ein Feedback zur getroffenen Auswahl.

AUSWERTUNG FÜR DIE SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER:

Nach Bewertung aller Beiträge haben die Schülerinnen und Schüler einen Überblick über ihr Ergebnis erhalten und konnten ein PDF abrufen, in dem all ihre Bewertungen (als richtig  bzw. falsch  gekennzeichnet) und das dazugehörige Feedback des CleverBots in einer Übersicht zu sehen sind. Das PDF dient als Grundlage für das anschließende Unterrichtsgespräch.

MUSTERLÖSUNG FÜR DIE LEHRKRAFT:

Sie als Lehrkraft erhalten eine Musterlösung, die Ihnen einen Überblick über alle richtigen Bewertungen gibt. Sie zeigt anhand der Feedbacks des CleverBots sowie von Screenshots aus den Beiträgen, worauf es jeweils zu achten galt.

NACHRICHTENPORTAL

AUTOR/HERAUSGEBER

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Genau. Autor und Herausgeber sind erkennbar. Grundsätzlich gilt: Im Impressum ist angegeben, wer die Internetseite betreibt und ob es sich beim Verantwortlichen um eine Person, eine Firma, einen Verein oder beispielsweise um ein Medienunternehmen handelt. Wenn dir ein Anbieter unbekannt ist, solltest du kritisch sein. Internetseiten ohne Impressum solltest du nicht trauen. In Deutschland gibt es eine Impressumspflicht bei Webseiten.

Worauf galt es z.B. zu achten?

Impressum

Verantwortlicher i.S.d. § 5 (1) TMG, § 55 (1) RStV: Newsonline GmbH, Chefredakteurin: Juliane Kaufmann

Hülstraße 12b
77561 Wendling
redaktion@nachrichtenonline.net
Tel: 01568/97445

GESTALTUNG

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Erfüllt? Ja, da stimme ich dir zu. Der Artikel des Nachrichtenportals ist übersichtlich gestaltet, z.B. ist die Werbung eindeutig vom Inhalt getrennt. Ich habe auch keine Rechtschreibfehler gefunden.

Worauf galt es z.B. zu achten?



INHALT

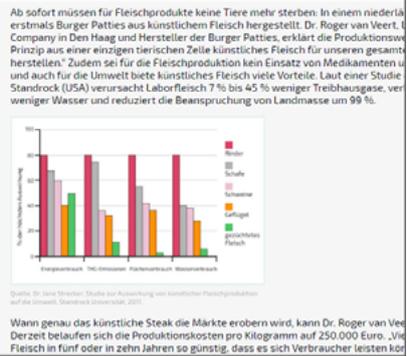
Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Erfüllt? Finde ich auch. Alle Inhalte sind sachlich formuliert. Außerdem werden die Bilder und Statistiken im Artikel mit Quellenangaben belegt. Auf professionellen Nachrichtenportalen unterliegen Inhalte redaktionellen Qualitätsstandards. Sie werden vor Veröffentlichung sorgfältig geprüft.

Worauf galt es z.B. zu achten?



AKTUALITÄT

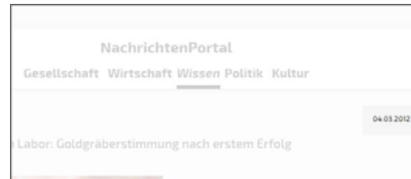
Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Da gebe ich dir Recht. Der Artikel des Nachrichtenportals ist mehrere Jahre alt. Gerade bei tagesaktueller Berichterstattung bzw. Forschungsergebnissen sind aktuelle Informationen wichtig. Wenn der Beitrag schon alt ist, suche lieber nach weiteren Informationen.

Worauf galt es z.B. zu achten?



ÖFFENTLICHES FORUM

AUTOR/HERAUSGEBER

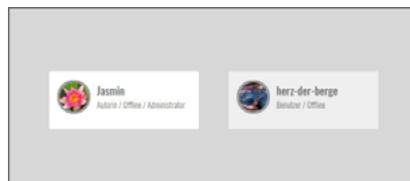
Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Da stimme ich zu. Das Tierschutz-Forum hat kein Impressum und die Nutzer veröffentlichen ihre Inhalte unter Nicknames. Man kann also nicht erkennen, wer hinter dem Angebot bzw. dem einzelnen Beitrag steht. Das sollte dich skeptisch machen.

Worauf galt es z.B. zu achten?



GESTALTUNG

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Richtig. Die Beiträge des Tierschutz-Forums enthalten zahlreichen Rechtschreib- und Grammatikfehler. Auch das Layout des Blogs scheint wenig professionell. Das wirkt unserios.

Worauf galt es z.B. zu achten?



INHALT

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Finde ich auch. In den Beiträgen des Tierschutz-Forums finden sich zahlreiche Behauptungen und emotionale Aussagen. Fakten, die durch Quellenangaben belegt werden, sind nicht vorhanden. Wenn du genau hinschaust, entdeckst du außerdem Logos, die auf fachfremde und dubiose Seiten verweisen. Das sollte dich skeptisch machen.

Worauf galt es z.B. zu achten?



AKTUALITÄT

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Sehe ich genauso. Das Thema dieses Tierschutz-Forums wurde schon vor einigen Jahren erstellt und die Beiträge sind entsprechend alt.

Worauf galt es z.B. zu achten?



VIDEOPORTAL

AUTOR/HERAUSGEBER

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Gut, wie aufmerksam du bist. Zum Video gibt es kein Impressum und keine direkte Kontaktmöglichkeit. Kemdo ist ein Nickname. Es ist nicht erkennbar, wer hinter dem Beitrag steht und welche Interessen der Video-Blogger verfolgt.

Worauf galt es z.B. zu achten?



GESTALTUNG

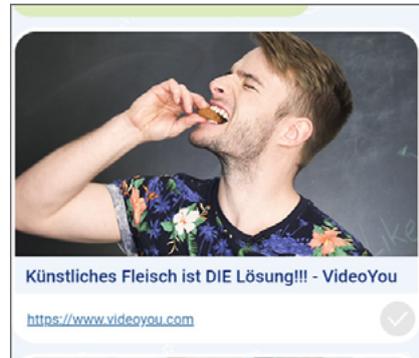
Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Ich sehe das auch kritisch. Kameraführung, Ausleuchtung und Ton wirken professionell, aber Kemdo präsentiert die Thematik ohne ersichtliche Struktur. Zudem wird anfangs zwar auf gezeigte Produkte hingewiesen, allerdings kann der Zuschauer nur schwer abschätzen, wie groß die dahinter stehende kommerzielle Absicht tatsächlich ist. Das sollte dich skeptisch machen.

Worauf galt es z.B. zu achten?



INHALT

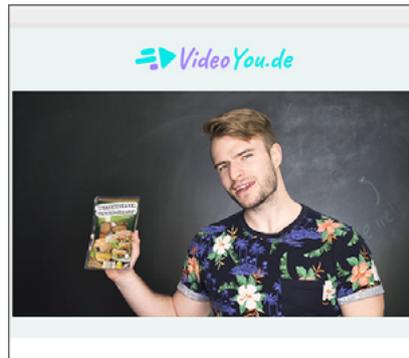
Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Deine Einschätzung teile ich. Kemdo belegt seine Fakten im Video zwar mit Quellenangaben, trotzdem ist das Thema sehr subjektiv und emotional aufbereitet. Dadurch wirkt es zwar authentisch und unterhaltsam, Kemdo könnte die Informationen aber sachlicher vermitteln. Außerdem sind im Video Produkte zu sehen. Du solltest also auch hinterfragen, welche Ziele Kemdo verfolgt, z.B. ob ein kommerzielles Interesse dahintersteht.

Worauf galt es z.B. zu achten?



AKTUALITÄT

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Erfüllt? Gut aufgepasst. Das Video wurde erst vor wenigen Tagen veröffentlicht. Auch die angegebenen Quellen sind aktuell.

Worauf galt es z.B. zu achten?



SOCIAL MEDIA: FIRMA

AUTOR/HERAUSGEBER

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Richtig. Auf dieser Social-Media-Seite ist im Impressum eindeutig zu erkennen, von welchem Unternehmen der Beitrag stammt. Außerdem sind die Kontaktdaten angegeben, um den Verantwortlichen zu erreichen.

Worauf galt es z.B. zu achten?



GESTALTUNG

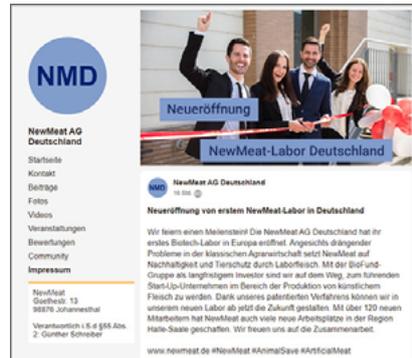
Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Erfüllt? Ja, das sehe ich auch so. Der Beitrag ist übersichtlich gestaltet und wirkt professionell. Grundsätzlich solltest du aber im Hinterkopf haben, dass nicht automatisch jeder gut gestaltete Beitrag seriös ist und dass Unternehmen solche Kanäle für eine positive Außendarstellung nutzen.

Worauf galt es z.B. zu achten?



INHALT

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Sehe ich genauso. Der Beitrag auf der Social-Media-Seite des Unternehmens zielt vor allem darauf ab, das Unternehmen positiv darzustellen. Die sachliche Aufbereitung von Informationen steht nicht im Vordergrund. Der Beitrag enthält auch keine Quellen, die die Informationen belegen.

Worauf galt es z.B. zu achten?



AKTUALITÄT

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Genau. Der Beitrag auf der Social-Media-Seite des Unternehmens ist erst vor wenigen Stunden veröffentlicht worden.

Worauf galt es z.B. zu achten?



BLOG

AUTOR/HERAUSGEBER

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Erfüllt? Genau. Im Impressum kann man erkennen, wer hinter dem Inhalt des Blogbeitrags steht. Hier ist der Autor als Experte und als Herausgeber weiterer Fachliteratur aus dem Themenfeld bekannt. Außerdem sind die Kontaktdaten angegeben, um den Autor zu erreichen.

Worauf galt es z.B. zu achten?

IMPRESSUM:

Foodscienceblog.de
 Verantwortlicher (i.S.d. § 13 Abs. 2 Robert Hartwiger
 Seidenbergweg 7a
 87643 Schmiedezell
 team@foodscienceblog.de
 Tel. 01435 469834

ÜBER UNS:

Prof. Dr. Robert Hartwiger erforscht seit 15 Jahren mit seinem Team die Herstellung von künstlichem Fleisch an der Universität Leoben. Im Rahmen seiner Tätigkeit als Forschungslieferer veröffentlicht er seit 2008 Fachliteratur und zahlreiche Experten, die international geschätzt sind.

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Erfüllt? Das sehe auch so. Der Blogbeitrag hat eine übersichtliche Struktur. Außerdem wirkt das Layout professionell und dem Thema angemessen.

Worauf galt es z.B. zu achten?

FOODSCIENCEBLOG

Deutsche Kontakt Impressum RSS/Atom

[Fleisch aus der Petrischale: Züchtung einer Einführung: Wie künstliches Fleisch die Zukunft ist](#)

[Das Verfahren der Stammzellensammlung](#)

[Protein-Revolution durch In-vitro-Fleisch? Die Illusion der Agrar-Tech-Industrie](#)

Veröffentlicht von Dr. Robert Hartwiger

Zur Herstellung von künstlichem Fleisch werden mittels Bioporen Stammzellen von Schweinen, Rindern oder Hühnern gewonnen. In einem zellschalen Verfahren wird Kultivierung aus Proteinen, Zuckern, Fett und Aminosäuren werden die Stammzellen angelegt, sich exponentiell zu vermehren und zu Muskelzellen auszuwickeln. Laut Prof. Gunter Rötter werden sich auf diese Weise innerhalb von nur zwei Monaten rund 50.000 Tonnen qualitativ hochwertigen Fleischs herstellen.

Anleitung

Stiftung Medienpädagogik Bayern

INHALT

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Finde ich auch. Der Blogbeitrag wendet sich zwar an Fachpublikum und die Inhalte werden sachlich dargestellt – die Aussagen werden aber nicht mit Quellen belegt. Daher sollte man die Informationen hinterfragen und lieber eine weitere Quelle hinzuziehen.

Worauf galt es z.B. zu achten?

Fleisch aus der Petroschale: Zelltrennung, eine Einführung: Was ist künstliches Fleisch die Zukunft ist

Das Verfahren der Stammzellentnahme

Protein-Revolution durch In-vitro-Fleisch? Die Illusion der Agrar-Tech-Industrie

Veröffentlicht vor 14 Tagen / Robert Hertwig

Zur Herstellung von künstlichem Fleisch werden mittels Biopsien Stammzellen von Schweinen, Rindern oder Hühnern entnommen. In einem zweistufigen Verfahren mit Nährlösungen aus Proteinen, Zuckern, Fett und Aminosäuren werden die Stammzellen angeregt, sich exponentiell zu vermehren und zu Muskelzellen auszubilden. Laut Prof. Gunter Röhler lassen sich auf diese Weise innerhalb von nur zwei Monaten rund 50.000 Tonnen qualitativ hochwertiges Fleisch herstellen.

Der aktuelle Forschungsstand widerspricht dieser Prognose. Die Zellen differenzieren sich zu früh aus und werden neben Muskelzellen auch zu Haut- und Fettzellen ausgebildet. Zudem erfolgt die Herstellung der synthetischen Kulturzellen aus fetalem Kalberserum. Hierzu wird aus der Gebärmutter des gestörten Muttertiers der Fötus entnommen, was die Entwicklung von kultiviertem Fleisch im Namen des Tierwohls fulminant konterkariert.

Die Vorteile der Protein-Revolution durch In-vitro-Fleisch könnten sich also schon bald als eine große Illusion entpuppen. Haben Sie dazu einen Forschungsbeitrag? Wir freuen uns über qualifizierte Einschätzungen.

Bitte schicken Sie Ihre Vorschläge an team@foodscienceblog.de.

FOODSCIENCE

AKTUALITÄT

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Genau. Der Blogbeitrag wurde erst vor kurzem veröffentlicht und ist daher aktuell. Ob aber auch der Inhalt dem aktuellen Stand entspricht, lässt sich nicht prüfen, da keine Quellen angegeben sind. Hier solltest du noch einmal recherchieren.

Worauf galt es z.B. zu achten?

Das Verfahren der Stammzellentnahme

Protein-Revolution durch In-vitro-Fleisch? Die Illusion der Agrar-Tech-Industrie

Veröffentlicht vor 14 Tagen / Robert Hertwig

Zur Herstellung von künstlichem Fleisch werden mittels Biopsien Stammzellen von Schweinen, Rindern oder Hühnern entnommen. In einem zweistufigen Verfahren mit Nährlösungen aus Proteinen, Zuckern, Fett und Aminosäuren werden die Stammzellen angeregt, sich exponentiell zu vermehren und zu Muskelzellen auszubilden. Laut Prof. Gunter Röhler lassen sich auf diese Weise innerhalb von nur zwei Monaten rund 50.000 Tonnen qualitativ hochwertiges Fleisch herstellen.

SOCIAL MEDIA: PRIVAT

AUTOR/HERAUSGEBER

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Das sehe ich genauso. Es ist eine Social-Media-Seite einer Privatperson, auf der der Beitrag verbreitet wird. Man kennt zwar den Namen der Privatperson, allerdings weiß man nicht, wer die Person genau ist. Außerdem weiß man nicht, welche Absichten die Privatperson mit dem Beitrag verfolgt. Bei der Beurteilung solltest du berücksichtigen, ob der Account einem Unbekannten oder Experten bzw. aus der Medienwelt bekannten Journalisten gehört oder der Account von einem Unternehmen oder einer Institution betrieben wird.

Worauf galt es z.B. zu achten?



GESTALTUNG

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Ja, das sehe ich auch so. Der Text des privaten Social-Media-Beitrags ist keinesfalls strukturiert oder sinnvoll gegliedert. Die vielen Smiley und der Absatz an falscher Stelle machen den Beitrag unübersichtlich. Das sollte dich skeptisch machen.

Worauf galt es z.B. zu achten?



INHALT

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Sehe ich genauso. Der Beitrag ist sehr emotional und polemisch, das heißt überspitzt und unsachlich geschrieben. Er enthält keine Belege für die Behauptungen. Zudem wird ein Zeitungsartikel verlinkt, der durch eine reißerische Überschrift unsachlich wirkt.

Worauf galt es z.B. zu achten?



AKTUALITÄT

Richtig ist:



Das CleverBot-Feedback: 

Nicht erfüllt? Ganz genau. Der private Social-Media-Beitrag ist zwar aktuell, aber der Artikel, der gepostet wurde, ist schon einige Jahre alt.

Worauf galt es z.B. zu achten?



Informationen im Internet

Die Darstellung von Informationen im Internet ist umfassend multimedial und vereint alle Darstellungsmöglichkeiten von Print, TV und Radio: gesprochene Sprache und Schriftsprache, Bewegtbilder und Abbildungen (Fotos, Zeichnungen) sowie Grafiken und Tabellen. Die meisten Informationen sind online permanent verfügbar und die Nutzung dieser Inhalte ist oft individuell steuerbar (z. B. Veränderung von Schriftgröße bei Texten und Abspielhäufigkeit bei Videos). Möglichkeiten, die klassische Massenmedien wie Fernsehen und Radio nicht bieten, da hier das Programm einem linearen Ablauf folgt und Inhalte zu festen Sendezeiten verbreitet werden. Auch bei der Informationssuche erlaubt das Internet einen komplexen (inter-)aktiven und selbstgesteuerten Zugang.

Multimedia

Informationen im Internet sind im Gegensatz zu Print, TV und Radio keine statischen Angebote. Durch Aktualisierungen können sich jederzeit Inhalte verändern, auch Beiträge, die bereits vor vielen Jahren verfasst wurden. Die Präsentation von Informationen im Internet ist geprägt durch eine Struktur von Querverweisen und Verlinkungen („Hypertext“). Dies ermöglicht es, verschiedene Inhalte in Zusammenhang zu setzen und Nutzern einfach weiterführende Informationen zur Verfügung zu stellen. Gut genutzt, erhöht sich dadurch die Anschaulichkeit und Informationsdichte von multimedialen Inhalten gegenüber klassischen Massenmedien – ein mögliches Überangebot von Querverweisen und Verlinkungen kann diesen Vorteil wiederum abschwächen. Denn nützliche Querverweise können nur mit einem unabsehbar hohen Zeitaufwand identifiziert werden.

Hypertextualität



Im Internet finden sich professionelle mediale Angebote,

bei denen – ähnlich wie bei klassischen Massenmedien – eine Redaktion Informationen auswählt, bearbeitet und verbreitet. Gleichzeitig produzieren auch viele User selbst Inhalte („nutzergenerierte Inhalte im Web 2.0“). Der hohen Informationsdichte in professionellen Angeboten zu fast allen Wissensgebieten steht eine oft undurchschaubare Quellenlage in vielen Angeboten gegenüber, das heißt die Qualität der Inhalte ist teilweise schwer überprüfbar.

Zusammenfassend bedeutet das, dass im Internet noch mehr Informationen noch vielfältiger präsentiert werden können. Und das sowohl von Fachleuten (Journalisten, Wissenschaftlern etc.) als auch von Laien (Autodidakten, Influencern, Fans, Käufern etc.). In vielen Vorteilen liegen darin auch die Nachteile begründet: Wenn jeder etwas veröffentlichen darf, ist dies für die Meinungsfreiheit und die Partizipation in einer Gesellschaft sicherlich positiv. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass manipulative Inhalte schneller und einfacher an eine größere Nutzergruppe verbreitet werden können.

Partizipation/ Manipulation

Wie kann man die Fülle und Vielfalt von Informationen im Internet „richtig“ bewerten? Für Medienpädagogen ist „Internetkompetenz“ als neue Kulturtechnik unabdingbar. Um die unterschiedlichsten Informationen adäquat beurteilen zu können, bedarf es neben der Kulturtechnik „Lesen“ auch weitergehender kultureller, sozialer

Internetangebote bewerten

und reflexiver Kompetenzen im Zusammenspiel mit dem Wissen um die Besonderheiten des Internets. Grundsätzlich unterliegt aber die Bewertung von Informationen im Internet immer einer gewissen Unsicherheit, da ihre Herkunft ggf. nicht klar erkennbar ist und sich statisch wirkende Quellen, wie z. B. *Wikipedia* oder andere Webseiten, permanent verändern. Diese informative Unsicherheit ist gewissermaßen der Preis für eine gestiegene Informationsvielfalt und -geschwindigkeit.

Um diese Unsicherheit zu verringern, lassen sich einige praktische Hinweise zur „richtigen“ Bewertung von Informationen bzw. Quellen im Internet formulieren: z. B. im „Impressum“ nachzusehen, wer die Seite zu verantworten hat. Ist kein Impressum vorhanden, ist dies ein erstes Indiz für ein unseriöses Angebot (vgl. Telemediengesetz § 5 „Allgemeine Informationspflichten“). Auch kann bereits die Aufmachung einer Online-Quelle über ihre Seriosität Aufschluss geben: Ist Werbung mit einem Hinweis versehen und die Aufmachung dem Thema angemessen gestaltet? Des Weiteren kann das eigenständige Recherchieren und Überprüfen von Namen, Organisationen etc. hilfreich sein, um die Herkunft der Information besser einordnen zu können. Auch sollte geprüft werden, ob lediglich Behauptungen aufgestellt werden oder ob es Quellen als Belege gibt. Verwendet man selbst mehrere Quellen für eine Information, lässt sich die Unsicherheit bei der Richtigkeit der Information weiter minimieren.

Bei Bewertungen, Kommentaren oder Rankings ist darauf zu achten, ob sie von einem normalen User oder von einem als Laie getarnten PR-Profi verfasst wurden. Anhaltspunkte auf gekaufte Kommentare sind z. B. Hinweise und direkte Links zu Herstellern und Onlineshops. Auch die Formulierung gibt Hinweise: Wie komplex und kompetent ist der Kommentar (z. B. Fachbegriffe)? Wie werblich wird das getestete Produkt beschrieben (z. B. direkte Kaufappelle)?

Bei Nachrichten kann man darauf achten, in welchem Rahmen sie dargeboten werden: Handelt es sich um einen bekannten bzw. professionellen Anbieter (Onlineangebote von Printmedien, Nachrichtenportale von Rundfunkanstalten etc.), erscheint die Nachricht auf dem Social-Media-Profil eines Unbekannten oder verbreitet sie z. B. bei Twitter ein aus den Medien bekannter Korrespondent?

Vor allem bei Social-Media-Angeboten werden z. T. gezielt unwahre Informationen gestreut, um Meinungen zu beeinflussen. Über die „Teilen“- und „Liken“-Funktionen verbreiten sich diese sogenannte „Fake News“ schnell weiter. Damit Nutzer sie leichter als unwahr enttarnen können, gibt es mittlerweile verschiedene Online-Portale, wie z. B. *mimikama.at* oder *hoaxmap.org*, die über Falschmeldungen aufklären. Mitunter werden „Fake News“ gezielt von sogenannten „Social Bots“ verbreitet. Darunter versteht man Anwendungen, die so programmiert wurden, dass sie menschliche Verhaltensmuster simulieren, um eine menschliche Präsenz nachzuahmen. Die Interaktion der Bots beruht auf Algorithmen. Das Anwendungsfeld reicht von der Kundenkommunikation in Service-Chats bis hin zur Verbreitung von Inhalten bei Social-Media-Angeboten [1]. Im Kontext von „Fake News“ wird auch das Phänomen beschrieben, dass Dritte Presseartikel und Bilder etablierter Medienhäuser mit eigenen Kommentaren, die mit den konkreten Inhalten der Berichte kaum überein-

Quellenanalyse

Gekaufte Kommentare

Anbieter

Fake News

stimmen, in Social-Media-Angeboten weiterverbreiten. Sie rücken damit die Berichterstattung bewusst in einen anderen Kontext und nutzen dabei aus, dass Nutzer oftmals nur die kommentierenden Worte ihres Netzwerk-Freundes sowie die z. T. reißerischen Überschriften der Presseberichte lesen und nicht den kompletten Artikel.

Insgesamt hilft immer eine kritische Grundhaltung gegenüber dem Informationsanbieter bzw. der Quelle. Fehlinformationen lassen sich zwar nicht völlig ausschließen, aber zumindest minimieren. Denn Personen bzw. Institutionen, die Nutzer bewusst täuschen oder schädigen wollen, kennen auch die gängigen Beurteilungskriterien und versuchen, möglichst seriös zu erscheinen (z. B. Phishing-Seiten zum Internetbanking oder zu Shopping-Angeboten). Daher ist es notwendig, sich immer wieder über mögliche aktuelle Gefahren zu informieren, z. B. beim Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI, www.bsi.bund.de), und den Kompetenzerwerb im Zusammenhang mit dem Internet als einen permanenten Prozess zu sehen – wie auch die Meinungsbildung.

Kritische Grundhaltung

Medial versus non-medial

Aktuelle Studien über die Mediennutzung von älteren Kindern und Jugendlichen zeigen, dass sich Kinder und Jugendliche immer mehr durch das Internet und seine unterschiedlichen Angebote informieren. Es wird deutlich, dass heute das Internet für Jugendliche die primäre Informationsquelle ist, noch vor der klassischen Fernsehnutzung. Laut JIM-Studie verbringen Jugendliche insgesamt 89 % ihrer Internet-Nutzungszeit mit Kommunikation, Unterhaltung und Spielen, auf die Informationssuche entfallen rund 11% Prozent der Nutzungszeit. Der Anteil für die Informationssuche ist bei 12-19-Jährigen ähnlich. Allerdings steigt laut JIM-Studie der Informationsanteil bei Jugendlichen mit formal höherem Bildungsniveau geringfügig. Jugendliche nutzen mehrheitlich Suchmaschinen wie z. B. *Google* (88 %), Online-Videoportale wie z. B. *YouTube* (65 %) und Online-Lexika wie z. B. *Wikipedia* (40 %) als Informationsquellen. Nachrichtenportale von Zeitungen oder Fernsehsendern spielen eine untergeordnete Rolle [1].

Internet



Trotz der wachsenden Bedeutung von digitalen Medien, vertrauen junge Menschen laut JIM-Studie hinsichtlich der Glaubwürdigkeit von Informationsquellen eher Nachrichtensendungen und Tageszeitungen als Nachrichtenportalen im Internet [2].

Non-mediale Informationsquellen von Kindern und Jugendlichen sind i. d. R. das private Umfeld, also Familie, Peergroup sowie Schule bzw. Lehrkräfte. Kinder und Jugendliche beziehen bis in das Erwachsenenalter hinein einen großen Anteil der für sie wichtigen Informationen aus ihrem direkten sozialen Umfeld: Der wesentliche Grund lautet hier Vertrauenswürdigkeit.

Privates Umfeld

Mediale Informationen sind immer „technisch vermittelt“ und an ein anonymes Publikum adressiert. Sie gewinnen dann an Bedeutung, wenn das non-mediale Umfeld keine kompetenten Antworten mehr liefern kann oder die Fragestellungen der Jugendlichen kaum noch im persönlichen Umfeld geklärt werden können (etwa bei manchen Fragen in der Pubertät). Medienangebote ermöglichen hier auch anonyme Zugänge.

Medien als Quelle

Medien haben eine Filterfunktion („Gatekeeper“/„Torwächter“) in der Flut alltäglicher Informationen: Wesentliche Themen werden von den Medienanbietern ausgewählt, unwesentliche Themen werden vernachlässigt, um die sogenannte Informationsflut zu steuern. Was jeweils wesentlich und unwesentlich ist, entscheiden die entsprechenden Medien (Redaktionen bzw. Journalisten) selbst. Medienangebote können auf eine bestimmte Linie in der Beitragsauswahl und der Tatsachen- bzw. Meinungsverbreitung festgelegt sein – z. B. aufgrund der politisch-weltanschaulichen Linie ihres Hauses oder der kommerziellen Gewinnorientierung des Medienkonzerns.

[1] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2020): JIM-Studie 2020 –Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, Stuttgart: Eigenverlag. Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf [Stand: 29.10.2021]

[2] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2018): JIM-Studie 2018 –Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, Stuttgart: Eigenverlag. Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM2018_Gesamt.pdf [Stand: 29.10.2021]

Mediale Informationsvielfalt

Informationen können in zwei grundlegende Kategorien eingeteilt werden: Auf der einen Seite stehen „objektive“ Tatsachen (bzw. Fakten oder Sachverhalte). Sie sind in sich eher stabil und unterliegen keinem (permanenten) Wandel. Sie können überprüft und mithilfe von Quellen, Dokumenten und/oder Zeugen belegt werden. Damit sind sie normalerweise unstrittig, der Wahrheitsgehalt steht außer Frage und ist beweisbar. Tatsachen können also nicht durch Argumente „wegdiskutiert“ werden. Tatsachen kommen insbesondere vor in Nachrichten, Dokumentationen, Magazinen, Berichten, Anleitungen und Gebrauchsanweisungen sowie technischen Datenangaben.

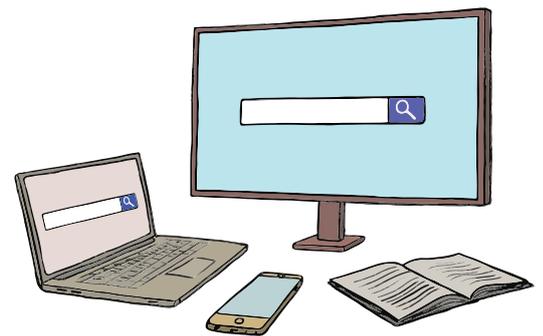
Meinungen (bzw. Ansichten, Annahmen, Standpunkte oder Spekulationen) können in Gesprächen oder Diskussionen geändert werden. Sie werden durch das soziale Umfeld beeinflusst und sind wandelbar, über Meinungen kann man sich (mit Argumenten) austauschen. Die Gesprächsführung kann dabei auf eine einseitige Betonung bzw. Vernachlässigung gewisser Daten/Fakten gegründet sein. Meinungen können in der Sprache gekennzeichnet werden durch Formulierungen wie: „Ich meine ...“, „Ich glaube aber, dass ...“, „Ich denke, das könnte ...“. Das ist jedoch nicht immer der Fall.

Ein rhetorischer Trick sind Behauptungen. Sie lassen subjektive Ansichten wie Tatsachen klingen, da sie ohne persönlichen Bezug formuliert werden. Behauptungen werden insbesondere geäußert in alltäglichen Gesprächen und Diskussionen, in Internetforen, bei Social-Media-Angeboten, bei Onlinekommunikationsdiensten wie Twitter und in politischen/informativen Formaten in den Massenmedien (z. B. Talkrunden, Kommentare).

Dienen Texte als Informationsquellen, müssen Sachtexte von Meinungsbeiträgen unterschieden werden. Merkmale von Sachtexten: Deskriptive Sachtexte sind informativ und wollen Fakten bzw. Wissen darstellen. Sie beschreiben neutral und erklärend, der Autor präsentiert hier nicht seine eigenen Ansichten. Nach Möglichkeit haben sie einen der Logik der Sache folgenden Aufbau. Argumente beruhen auf gut recherchierten Tatsachen, nicht auf Spekulationen oder Emotionen, und können belegt werden (Quellenangaben). Ein Sachtext hat eine transparente Begründungsstruktur und kann Normen bzw. Regeln und Gesetze enthalten. Es gibt eine Angabe wer Autor bzw. Autorin des Sachtextes ist.

Merkmale eines qualitativ hochwertigen, professionellen/journalistischen Meinungsbeitrags bzw. Kommentars: Ein professioneller Kommentar in einer Zeitung oder im Fernsehen/Radio ist eine personengebundene Meinungsäußerung. Sie ist oft klar als „Kommentar“, „Streiflicht“ oder „Kolumne“ gekennzeichnet und mit dem Namen der Autorin/des Autors gekennzeichnet, auch um so eine Identifikation des Mediums mit dieser Einzelmeinung zu verhindern.

Tatsachen



Behauptungen

Sachtext

Kommentar

Ein professioneller Kommentar sollte sich dadurch auszeichnen, dass verschiedene Standpunkte abgewogen und so Gegenmeinungen begründet werden (und nicht rein emotional oder durch bloße Behauptungen). Auch dafür ist die Recherche von Tatsachen nötig, die in den Meinungskontext gestellt werden: Ein professioneller Beitrag sollte die Nutzer überzeugen und nicht überreden wollen [1].

Neben dem professionellen Kommentar in den Medien steht die laienhafte Meinungsäußerung (z. B. als „Leser-Kommentar“ zu einem anderen Beitrag oder in einem Forum). Merkmale sind: Sie sind oftmals appellativ, wollen mit (hoher) Emotionalität überreden, meist aufgrund von eigener persönlicher Betroffenheit oder mangelnder professioneller Distanz zum Thema. Laienhafte Beiträge haben häufig keine eigene stringente Abfolge, sondern reagieren meist auf die Inhalte des sie auslösenden Beitrags. Gerade das Internet hat die Möglichkeiten der nichtprofessionellen Meinungsäußerung erheblich befördert, da nun im Prinzip alle Menschen ihre Meinung mitteilen können. Im Gegensatz zu professionellen Medien mit internen Kontrollinstanzen (Chefredakteure, Redaktionskonferenzen) kommt es hier zu keiner Überprüfung z. B. von Richtigkeit oder zumindest Fairness in den Beiträgen. Daher können diese Beiträge sehr einseitig, unausgewogen und im Tonfall durchaus beleidigend sein.

Meinungs- äußerung

Der Gegensatz zwischen Meinungstexten von professionellen Journalisten und Laienautoren existiert natürlich nicht generell und nicht in Reinform: Professionelle Journalisten können agitatorische Beiträge verfassen und Laien können, z. B. in ihren Blogs, hochwertige Beiträge liefern. Sie verdeutlichen dann, dass der durch das Internet beförderte „Bürgerjournalismus“ ein sinnvolles Korrektiv sein kann, z. B. wenn einzelne Medien durch eine bestimmte parteipolitische Haltung dominiert werden, „elitäre Medien“ den Anliegen „einfacher Bürger“ keinen Raum einräumen (Ausnahme i. d. R.: Leserbriefe) oder wenn Medien, wie in einigen Ländern, sogar staatlich zensiert werden.

Bürger- journalismus

Professionelle Medien bzw. Journalisten sind dazu angehalten, ihre Aufgabe als „Gatekeeper“ für wichtige Themen in der Flut alltäglicher Informationen verantwortlich wahrzunehmen: Wesentliche Themen müssen von ihnen ausgewählt und informativ präsentiert werden; unwesentliche und einseitig emotionalisierende Themen sollten sich eher im sogenannten „Boulevardjournalismus“ finden. Obwohl immer wieder eine Vermischung zu beobachten ist, kann im Allgemeinen davon ausgegangen werden, dass aufgrund der journalistischen Sorgfaltspflicht der Informationsgehalt in professionell journalistischen Beiträgen höher ist.

Verantwortung der Medien

Bilder, Filme bzw. Videos und Tonbeiträge sind eine wichtige Informationsquelle. Oft dient das multimediale Material auch als augenscheinlicher Beweis für ein Geschehen. Bilder und Filme, aber auch Tonbeiträge wirken i. d. R. besonders authentisch und werden zumindest im dokumentarischen Kontext als Abbildung der Wirklichkeit verstanden. Da aber Bild-, Film- und Audiodateien inzwischen täuschend echt digital manipuliert werden können und auch im dokumentarischen Bereich Gestaltungsspielräume, wie Bildausschnitt, Ton- und Filmmontage etc., vielerlei Täuschungsmöglichkeiten erlauben, gilt es, sich die Quellen multimedialer Beiträge besonders genau anzusehen [2] [3].

Informationen in Bildern

Der Prozess der Meinungsbildung verläuft, vereinfacht gesagt, innerhalb des Dreiecks der eigenen Erfahrungen, dem persönlichen sozialen Umfeld sowie den Medien. Er verläuft nicht linear oder statisch und ist auch nie endgültig abgeschlossen, sondern man kann sich diesen Prozess wie eine Art Regelkreis vorstellen: Immer dann, wenn die persönliche Relevanz ansteigt oder man sich aufgrund zu geringer Information unsicher ist, wird eine erneute Informationssuche gestartet, um den eigenen „Meinungsregelkreis“ wieder in einen stabilen Zustand zu bringen. Dies kann auch geschehen, wenn man von außen ungewollt mit neuen Informationen konfrontiert wird. Wichtig dabei ist, dass persönliches Vorwissen bzw. Vorurteile nicht umgangen werden können. Der Prozess der Meinungsbildung kann nie zu einer plötzlichen Umkehr oder kompletten Veränderung von tief sitzenden Einstellungen oder Vorurteilen führen [4].

Welche Einflüsse die Medien dabei haben, ist umstritten und schwer nachweisbar. Jedoch lässt sich vor allem das sogenannte „Agenda-Setting“ (= Themensetzung durch wiederholte Berichterstattung) zumindest soweit nachweisen, dass heute die Massenmedien die Bedeutung gewisser Themen in der Wahrnehmung der Menschen verstärken können. Aus der Perspektive der Medienwirkungsforschung ist nicht nachzuweisen, wie diese gesetzten Themen konkret die Meinungsbildung beeinflussen. Fakt ist, dass für den Prozess der Meinungsbildung medial vermittelte Informationen wesentlich sind. Insbesondere journalistisch aufbereitete Informationen schaffen die Voraussetzung, die heutige Vielfalt und Ausdifferenziertheit der Gesellschaft (politisch, sozial und kulturell) überhaupt erst nachvollziehbar abzubilden. Ob Meinungsbildung nun eher aktiv als ein selbstbestimmtes Bedienen oder eher passiv als eine fremdbestimmte Beeinflussung verstanden werden muss, ist schwer zu entscheiden. Da Medien die Meinungsbildung beeinflussen können, betreiben Einrichtungen und Firmen oftmals professionelle PR, um Einfluss auf die öffentliche Meinung bzw. die individuelle Meinungsbildung von Menschen zu nehmen.

Meinungsbildung

Einfluss der Medien

- [1] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2018): JIM-Studie 2018 – Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, Stuttgart: Eigenverlag. Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf [Stand: 15.12.2018]
- [2] Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (2010): „Krieg in den Medien“, Interaktive DVD, Einheit 3: Alles Propaganda? Medien als Instrument der Beeinflussung, Bonn.
- [3] Luther, Carsten (2012): Wie Pressefotos die Wirklichkeit manipulieren. In: Zeit, 22.3.2013. Internet: www.zeit.de/politik/ausland/2012-03/fotografie-journalismus-ruben-salvadori [Stand: 02.06.2017]
- [4] Büllsbach, Alfred (2008): Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital – Fotojournalismus heute. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 108-136. Internet: [http://www.media.diversity.org/ar/additional-files/documents/b-studies-reports/Digital%20photo%20manipulations%20and%20ethics%20\[DE\].pdf](http://www.media.diversity.org/ar/additional-files/documents/b-studies-reports/Digital%20photo%20manipulations%20and%20ethics%20[DE].pdf) [Stand: 02.06.2017]

Nutzergenerierte Inhalte

Jeder kann vom Nutzer zum Anbieter von Informationen werden. Die Möglichkeiten reichen von ganz einfachen Bewertungen und Abstimmungen über schnell verfasste oder ausführlichere Kommentare bis hin zur Ausarbeitung von detaillierten Informationen, die professionellen Angeboten Konkurrenz machen (z. B. Blogs, Wikis, Fan-Internetseiten).

Kommentare und Bewertungen im Netz können sehr kurz ausfallen. Oft erfährt man gar keine echten Gründe, etwa bei „Gefällt mir“-Buttons, Ja-Nein- Abstimmungen oder Bewertungen per Sternchen-Skala, etwa zu Musik, Filmen, Serien, Videos, Hotels oder Restaurants. Kurze Bewertungsformen sind sehr beliebt: z. B. aufgrund der schnellen Bewertungsmöglichkeit und einfachen Vergleichbarkeit. Es können keine Beleidigungen geäußert werden und niedrigschwellige Anforderungen lassen viele Abstimmungen zu. Im Gegenzug fehlt bei kurzen Bewertungsmöglichkeiten v. a. die Möglichkeit zur individuellen Meinungsäußerung, da nur ein festes, vorgegebenes Schema zur Verfügung steht. Es ist keine ausführliche Begründung der eigenen Meinung möglich und die Gründe anderer für ihre Meinung sind nicht erkennbar.

Produktinformationen und private Testberichte zu technischen Geräten und Anwendungen in Social-Media-Angeboten gibt es im Netz sehr viele; ihr Stellenwert für private Haushalte und deren Kaufentscheidungen ist stark gestiegen. So stehen den Produktinformationen der Anbieter nun sowohl einfache Bewertungen als auch ausführlichere Test- und Erfahrungsberichte auf Produkt- und Preisvergleichsportalen von Usern gegenüber. Zusätzlich gibt es Produkttests von professionellen Einrichtungen (z. B. Stiftung Warentest, Ökotest). Man sollte sich allerdings immer fragen, ob die Testberichte wirklich von Nutzern erstellt werden und nicht von PR-Abteilungen, um den Produktabsatz zu fördern und kritische Stimmen in den Hintergrund zu drängen.

Ähnlich wie Google bei Suchmaschinen gibt es bei Online-Lexika fast eine Alleinstellung von *Wikipedia* (ein Kunstwort aus hawaiisch „schnell“ und englisch „Encyclopedie“). Vorteile des Online-Lexikons sind u. a. die schnelle Aktualisierung, eine direkte Verlinkung zu anderen Quellen und die kostenfreie Verfügbarkeit. Problematisch ist im Vergleich zu klassischen Nachschlagewerken, dass die Güte der Einträge nur durch die Mitautoren garantiert werden kann. Gerade bei Themen, über die nur wenige Nutzer Bescheid wissen, sinkt die Wahrscheinlichkeit für richtige Informationen. Es besteht auch die Gefahr, dass entsprechende Plattformen für Beeinflussung oder Manipulation genutzt werden. Bei brisanten Themen wie Umweltschutz oder Rechtsextremismus prallen oft gegensätzliche Meinungen aufeinander. Einerseits kann das gemeinsame Verfassen von Artikeln einen Zuwachs an Demokratieverständnis bedeuten, andererseits gibt es Autoren, die ihre Position bzw. Meinung durchsetzen wollen. Daher sollten die Beiträge in Online-Lexika immer hinterfragt werden.

Nutzer

Kommentare



Produkttests und private Bewertungen

Wiki-Texte

Gerade in Social-Media-Angeboten und auf gängigen Online-Videoplattformen wie z.B. *YouTube* finden sich zahlreiche Kanäle besonders beliebter und einflussreicher User. Influencer reagieren auf aktuelle Themen und bereiten sie passend und verständlich für ihre Zielgruppe auf. Sie verbreiten Tatsachen und Meinungen zu Themen aus Freizeit, Mode und Lifestyle, aber auch zu politischen Themen und kommerziellen Produkten. Durch steigende Bekanntheit und damit einhergehender Reichweite der Influencer steigt das Interesse kommerzieller Unternehmen, die ihre Produkte über Influencer vermarkten. Besonders beliebte, brisante oder provokante Inhalte verbreiten sich vor allem durch Social-Media-Angebote sehr schnell und unkontrolliert („viral“). Oft werden dabei persönliche Meinungen der Influencer mit kommerziellen Absichten und überprüfbaren Fakten kombiniert. Das macht es für die Zielgruppe schwer zu unterscheiden. Informationen und Meinungen von Influencern sollten daher als Quelle immer kritisch hinterfragt werden.

Influencer

Blended Learning in den Weiterführenden Schulen

Unter Digitalisierung wird die zunehmende Präsenz digitaler Medien im Alltag verstanden. Für den Bildungskontext eröffnen sich dadurch neue Lehr-Lernformate. In der Wissenschaft werden zwei Eigenheiten der Digitalisierung diskutiert: Zum Ersten, dass digitale Medien unseren Alltag prägen, etwa indem Arbeiten und Lernen nicht mehr an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit stattfindet. Digitale Medien sind allgegenwärtig. Dies nennt man Ubiquität digitaler Medien. Zum Zweiten, dass wir mehr und mehr digitale Tools sowie analoge Lernmedien gemeinsam – also in Kombination – für den Unterricht nutzen. Das Kombinieren und enge Verknüpfen unterschiedlicher Medienformen nennt man Medienkonvergenz. [1]

Digitale Werkzeuge und die web-basierte Vernetzung ermöglichen neue Lehr-Lernformate. Eine dieser Formen ist Blended Learning. Wir nutzen Medien als Organisationswerkzeuge, didaktische Hilfsmittel und machen sie zum Unterrichtsthema und dies in zahlreichen Kombinationen. Auf dieses Kombinieren bezieht sich Blended Learning: Blended Learning meint wörtlich das Mischen, das Mixen verschiedener Medien für und in Lehr-Lernsettings. Hinzu kommt das Verschneiden von Medien mit didaktischen Prinzipien und in der Kombination von Präsenz- und Online-Einheiten sowie betreutem und eigenständigem Lernen [2]. Dies erfolgt zum übergeordneten Ziel der Unterrichtsverbesserung und der Vermittlung von Medienkompetenzen. Zur Umsetzung von Blended-Learning-Konzepten werden häufig Learning-Management-Systeme (bspw. mebis) als „Schaltzentrale“ eingesetzt. Blended Learning ist mehr als reines Online-Lernen oder E-Learning. Blended Learning ist die sinnvolle Kombination von Präsenz- und Online-Einheiten unter Einsatz unterschiedlicher medialer Angebote.

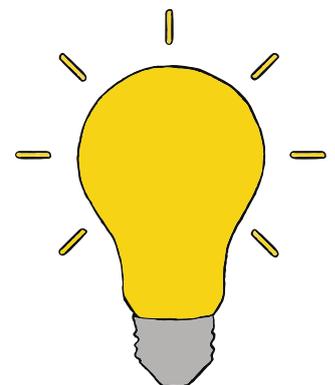
Ausgangspunkt von Blended-Learning-Konzepten ist meist ein Learning-Management-System (bspw. mebis) als „Schaltzentrale“. Über diese Plattform erfolgt dann weitgehend die Kommunikation der Beteiligten, das Übermitteln von Aufgaben und das Einreichen von fertigen Produkten. Über ein Learning-Management-System können multimediale Lernmedien wie Videos, Podcasts oder Quizze angeboten oder auf verfügbare Ressourcen verlinkt werden. Der Vielfalt und der Variationen im Einsatz der Tools sind (fast) keine Grenzen gesetzt. Von dort werden alle Lehr-Lernaktivitäten organisiert. In den Lehr-Lernaktivitäten können Präsenz- und Online-Lerneinheiten sinnvoll abgewechselt werden. Die Online-Lerneinheiten können entweder synchron – alle nehmen zu einem bestimmten Zeitpunkt eine Lernaktivität wahr, bspw. Online-Live-Vortrag – oder asynchron – Schülerinnen und Schüler erarbeiten Aufgaben in einem bestimmten Zeitrahmen zu einem von ihnen gewählten Zeitpunkt – abgehalten werden [2]. Ein Vorteil dabei ist die zeitliche Flexibilität sowie die intensive Vernetzung unter den Schülerinnen und Schülern in kollaborativen Arbeitssettings.

Ist Blended Learning innovativ oder altbekannt? – In der Grunddefinition meint Blended Learning also die Verbindung unterschiedlicher Medien bzw. Lehr-Lernmittel für bestimmte didaktische Ziele. Das ist nicht neu. Im Gegenteil: das ist seit jeher eine zentrale Aufgabe von Lehrpersonen. Lehrkräfte bringen die nötigen Kompetenzen

Digitalisierung

Blended Learning

Schaltzentrale



Innovation?

und praktischen Erfahrungen mit, um didaktische Entscheidungen zu treffen. Dabei sind die didaktischen Leitlinien im Einsatz digitaler Medien nicht viel anders als mit analogen Medien. Auch hier gilt es zu überlegen welche Methode zu welchem Inhalt passt und welche Medien bzw. Materialien ich dafür einsetze. An Blended-Learning-Konzepten ist jedoch besonders, dass digitale und analoge Medien ebenso wie Präsenzeinheiten und synchrone bzw. asynchrone Online-Lernphasen didaktisch bewusst kombiniert werden. Dadurch entstehen neue Lehr-Lernszenarien: Das bisher analoge Setting wird nicht einfach online abgebildet. Nein, neue Formen des synchronen und asynchronen Lernens und der Kollaboration entstehen. Es gilt also Kredo: Diverse Medien und didaktische Konzepte dafür einzusetzen, wofür sie sich am besten eignen. Eine klare Struktur über ein Learning-Management-System und das Bewusstsein, dass Online-Lernen für Lehrende und Lernende nicht weniger Zeit braucht als reine Präsenzangebote, sind unumgänglich.

Lehrpersonen können den eigenen Unterricht „blenden“ und digitale Medien sinnvoll in bisher analoge Lehr-Lernsettings einbringen. – Was ist dabei zu bedenken? Die folgenden Beschreibungen didaktischer Konzepte und die Checkliste im Anhang geben Hilfestellung.

Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe sind im Umgang mit digitalen Medien meist sehr geübt. Daher sollte die Frage der Wahl der standardmäßigen Geräte davon abhängig gemacht werden, was die Schülerinnen und Schüler mit den digitalen Geräten hauptsächlich machen und wie häufig die Geräte in den schulischen Alltag integriert werden. Die Spannweite reicht dabei von sogenannten Laptop- oder Tablet-Klassen, die fast ausschließlich mit den digitalen Geräten arbeiten bis hin zum nur zeitweiligen Einsatz der digitalen Geräte. Werden die Geräte etwa schwerpunktmäßig zur Rezeption von Videos und Audio-Dateien oder zum webbasierten Recherchieren genutzt, reichen meist mobile Geräte wie Tablets oder Smartphones. Werden die Geräte aber bspw. auch für längere Erstellungen von Texten oder Präsentationen genutzt, eignen sich eher Laptops. Digitale Geräte nur in sogenannten Computerräumen zu nutzen, ist für ein tatsächliches Blended-Learning-Konzept ungeeignet, da meist ein erhöhter organisatorischer Aufwand damit verbunden und die Regelmäßigkeit nicht gewährleistet ist.

Damit die Mediennutzung intuitiv auf allen Ebenen der Lernprozesse erfolgen kann, sollte der Klassenraum mit einem Beamer und/oder einer interaktiven Tafel ausgestattet sein. Zusätzlich sollte die Schule über Lademöglichkeiten für Geräte sowie über eine stabile Internetverbindung verfügen.

» **1:1-Ausstattung:** Jedes Kind „besitzt“ ein, ihm direkt zugeschriebenes digitales Gerät. Dadurch ist eine individuelle Vorkonfiguration der Geräte möglich. Das Arbeiten auf eigenen Geräten erfolgt intuitiver und selbstständiger. Nicht selten wird eine 1:1-Ausstattung über die Erziehungsberechtigten finanziert. Nutzen die Schülerinnen und Schüler private Geräte (bspw. Tablets, Smartphones) im Unterricht spricht man von „Bring Your Own Device“ (BYOD).

Blended Learning im Unterricht

Technische Ausstattung

- » Leihgeräte: Zusätzlich gibt es Modelle, wo die Schule mehrere digitale Geräte (bspw. Laptops, Tablets) zur Verfügung stellt, die dann für einzelne Unterrichtseinheiten in einem 1:1-Setting oder mehrere Schülerinnen bzw. Schüler mit einem Gerät eingesetzt werden können. Die Vorkonfiguration der Geräte für den eigenen Unterricht und die Ergebnissicherung ist dadurch erschwert und digitale Medien werden dann eher seltene und nur zu besondere Anlässen Teil des Unterrichts.
- » Computerräume: Häufig gibt es in der Sekundarstufe noch sogenannte Computerräume. Auch diese können genutzt werden. Zu bedenken ist hier, dass eine intuitive Nutzung und die Vorkonfiguration der Geräte für die jeweiligen Zwecke nicht möglich ist. Die Nutzung von Computerräumen ist häufig mit einem erhöhten organisatorischen Aufwand und einer längerfristigen Planung verbunden.

Die Formel BYOD steht für Bring Your Own Device, d.h. Schülerinnen und Schüler nutzen ihre privaten Geräte bspw. Smartphones oder Tablets im Unterricht. Gemixt werden Geräte und Tools: Schülerinnen und Schüler recherchieren auf den Geräten, machen Notizen im Heft, gestalten Online-Plakate, die sie handschriftlich ergänzen usw. Zusätzlich können Schülerinnen und Schüler über eine Plattform zu Hause weiterarbeiten. Sie lernen verantwortungsbewusst mit den Geräten umzugehen.

Bring Your Own Device

Herausforderungen ergeben sich durch unterschiedliche Betriebssysteme, etwa bei der Verbindung der Geräte mit Beamern oder interaktiven Tafel. Weiters sind nicht alle Apps für alle Betriebssystem in gleicher Form verfügbar. Erfahrungsberichte zeigen, dass es lohnt bestimmte Mindestanforderungen der privaten Geräte sicherzustellen. Dazu gehört genügend freier Speicherplatz zur App-Installation. Auch ein Mix aus privaten und schuleigenen Geräten (bspw. PCs) ist denkbar. Jedenfalls sollte eine stabile Infrastruktur (bspw. Internetzugang, Stromversorgung, Beamer) an der Schule bereitstehen. Durch BYOD ergeben sich auch positive Nebeneffekte: Die Auslastung der EDV-Säle und die Wartungstätigkeiten der EDV-Kustoden nimmt ab. Lehrpersonen in der Umsetzung von BYOD-Konzepten klagen jedoch, dass sie häufig selbst technische Probleme lösen müssen.

Der Nutzung privater Geräte im Unterricht im Sinne von BYOD geht im besten Fall eine Auseinandersetzung zum Umgang mit Social-Media-Kanälen voraus. Erfahrungsberichte zeigen, dass eine klare Regelung wann und zu welchem Zweck private Geräte im Unterricht eingesetzt werden dürfen dringend angezeigt ist. Dabei zeigt sich, dass jüngere, weniger erfahrene Schülerinnen und Schüler strengerer und ältere, selbstbestimmtere Schülerinnen und Schüler liberalerer Regeln bedürfen. Häufig ist dies in standortspezifischen Handyregeln verankert. Die Regeln reichen von der ausschließlichen Nutzung nach Aufforderung durch die Lehrperson, der Aktivierung des „Flugmodus“ bis zu einem selbstbestimmten Nutzen der Geräte. [3]

Mobile Learning oder auch mobiles Lernen bezieht sich auf die Mobilität beim Lernen. Lerninhalte werden in Häppchen und über digitale Tools zur Verfügung gestellt, die zeit- und ortsunabhängig erarbeitet werden können. Benötigt werden mobile digital Devices (bspw. Tablets, Smartphones), meist mobiler Internetzugang,

Mobile Learning

für mobile Endgeräte optimierte Tools sowie geeignete Lerninhalte. So können bspw. kurze Quizze erstellt oder kollaborative Mindmap-Tools angeboten werden. Manche Angebote wollen darüber hinaus bewusst mobilisieren (bspw. QR-Code-Rallyes). Neben der Flexibilität bezogen auf Lernort und Zeit wird Mobile Learning auch zur bewussten, technologie-gesteuerten Erfahrung bestimmter Orte eingesetzt. Es gibt zahlreiche Apps, die dazu einladen die Umwelt bewusster oder unter naturwissenschaftlichen Gesichtspunkten wahrzunehmen. Ebenso gibt es Angebote historische Orte App-unterstützt zu besuchen.

Technisch ist sicherzustellen, dass die Endgeräte über ausreichend Stromversorgung und Internetverbindung verfügen bzw. zentrale App-Inhalte im Vorhinein geladen werden. Pädagogisch-didaktisch kann positiv hervorgehoben werden, dass Mobile Learning die Kommunikation zwischen Lernenden und Lehrenden anregt. Manche Apps erlauben Angehörige oder Freunde der Schülerinnen und Schüler zu involvieren. Wichtig ist jedoch, dass sich Mobile Learning insbesondere zur Aneignung und Vertiefung von Wissensbeständen eignet. Weniger geeignet ist Mobile Learning für komplexe Sachverhalte oder Sachverhalte, die eine hohe Konzentration bedürfen. Jedenfalls sollte das mobil Erlernte im Unterricht reflexiv besprochen werden. [4]

Die Konzepte Inverted Classroom und Flipped Learning kehren den Unterricht gewissermaßen um: Schülerinnen und Schüler eignen sich Lerninhalte vor dem Unterricht, meist zu Hause, selbstständig an. Das erfolgt über Erklärvideos, Screencasts, Podcasts, Manuskripte, Quizze o.ä., die häufig in einem Learning-Management-System abgelegt oder verlinkt werden. Zusätzlich gibt es spezifische Tools für Flipped-Learning-Settings. Im Unterricht bleibt so Zeit, um über das Gelernte zu diskutieren, Unklarheiten zu klären oder Lerninhalte zu vertiefen. Ausgangspunkt der Konzipierung sollten folgende Fragen sein: Wozu benötigen die Lernenden die Unterstützung durch die Lehrkraft am meisten? Was können sich die Lernenden am besten selbst aneignen?

Inverted Classroom & Flipped Learning

Durch Inverted Classroom oder Flipped Learning können sich Lernende Inhalte selbstständig, im eigenen Lerntempo, an einem selbst gewählten Ort aneignen. Bei Verständnisschwierigkeiten können sie bspw. das Erklärvideo stoppen und vertiefend recherchieren. Im Präsenzunterricht kann das Wissen vertieft und Verständnisfragen gezielt geklärt werden. Häufig ist der hohe Vorbereitungsaufwand durch die Lehrperson ein Hemmnis. Doch selbsterstellte Materialien wie Videos können in anderen Kontexten wiederverwendet werden. Zusätzlich bestehen zahlreiche, freiverfügbare multimediale Materialien als Open-Educational-Ressources.

Aufwand

Flipped-Learning-Szenarien sind für Schülerinnen und Schüler sowie Lehrende anfangs gleichermaßen gewöhnungsbedürftig: Schülerinnen und Schüler müssen sich daran gewöhnen sich tatsächlich vorzubereiten, denn eine Nicht-Vorbereitung ist für die gesamte Klasse problematisch. Ebenso müssen sie sich daran gewöhnen die online zur Verfügung gestellten Unterlagen zu studieren und nicht zu überfliegen. Dem können Lehrpersonen mit einer Kombination unterschiedlicher Tools entgegenwirken. So wird etwa das, in einem Video Erläuterte in einem nachfolgenden Quiz abgefragt.

Aus Lehrendenperspektive ist die Gestaltung der Präsenzlehre anders und ebenso gewöhnungsbedürftig. Jedenfalls gilt es das online Bearbeitete im Präsenzunterricht zu besprechen. – Nur das ist tatsächlich Blended Learning. [5]

Ist Blended Learning neu und innovativ? Stellt es meine bisherigen Lehrgewohnheiten und pädagogischen Prinzipien in Frage? – Nicht unbedingt. Blended Learning versucht den Unterricht unter zu Hilfenahme digitaler Medien so zu gestalten, dass analoge und digitale Werkzeuge mit ihren spezifischen Eigenheiten für die didaktischen Ziele am sinnvollsten eingesetzt werden. Didaktische Überlegungen wie etwa zur Sozialform, zur Lehr-Lernmethode oder zur Rhythmisierung von Vermittlung, Übung und Reflexion sind selbstverständlich auch für Blended-Learning-Szenarien relevant und Kernaufgabe der Lehrperson. Blended Learning macht Lehrende also keinesfalls überflüssig. Im Gegenteil: Der Einsatz digitaler Medien ermöglicht eine Bewegung von einer vermittelnden zu einer lernbegleitenden Rolle der Lehrkraft. [6]

Umsetzung von Blended Learning

- [1] Faßler, Manfred. 2009. Nach der Gesellschaft: infogene Welten, anthropologische Zukünfte. München: Wilhelm Fink.
- [2] Rinn, Ulrike, und Katja Bett. 2006. „Blended Concepts: Hybride Beratungs- und Qualifizierungs-Angebote für Hochschullehrende“. Internet: e-teaching.org. https://www.e-teaching.org/projekt/personal/beratung/Rinn_Bett_2005.pdf. [Stand: 12.12.2019]
- [3] Steppich, Günther. 2017. „BYOD ist kein tragfähiges Konzept für Schulen | medien-sicher.de“. medien-sicher.de - Durchblick im digitalen Leben (blog). 24. August 2017. Internet: <https://www.medien-sicher.de/2017/08/byod-ist-kein-tragfaehiges-konzept-fuer-schulen/> [Stand: 12.12.2019]
- [4] e-teaching.org. 2017. „Mobile Learning (Mobiles Lernen) — e-teaching.org“. 8. September 2017. Internet: <https://www.e-teaching.org/didaktik/gestaltung/mobilitaet> [Stand: 12.12.2019]
- [5] e-teaching.org. 2019. „Inverted Classroom — e-teaching.org“. 4. November 2019. Internet: https://www.e-teaching.org/lehrszenarien/vorlesung/inverted_classroom/index_html [Stand: 12.12.2019]
- [6] Tehart, Ewald. 2006. „Lehrer“. In Wörterbuch Erziehungswissenschaft, herausgegeben von Heinz-Hermann Krüger und Cathleen Grunert, 2. durchges. Aufl., 281–87. Opladen: Budrich.

**Checkliste:
Implementierung von Blended-Learning-Szenarien im Unterricht**

Blended-Learning am Schulstandort	
Gibt es am Schulstandort	...erfahrene Personen im Blended-Learning, die mir behilflich sein können?
	...ein Leitbild, das zu berücksichtigen ist?
	...ein Medienkonzept, das zu berücksichtigen ist?
	...Regeln zur Nutzung digitaler Medien (bspw. Handyregeln), die zu berücksichtigen sind?
Technische Ausstattung	
Bildungseinrichtung	Verfügt die Bildungseinrichtung über ein etabliertes Lern-Management-System (bspw. mebis)?
	Kann ich den Schülerinnen und Schülern über ein Lern-Management-System eine leicht zugängliche „Schaltzentrale“ eröffnen?
	Verfügt die Bildungseinrichtung über eine ausreichend stabile Internetverbindung (LAN oder WLAN)?
	Bleibt die Internetverbindung stabil, wenn mehrere Schülerinnen und Schüler gleichzeitig arbeiten?
	Gibt es weitere Infrastrukturen, die genutzt werden können (bspw. Know-How, Apps, digitale Geräte wie Headsets, Kameras)?
	Verfügt der Klassenraum über genügend Möglichkeiten, digitale Geräte aufzuladen?
	Gibt es ggf. weitere Räumlichkeiten, die für Gruppenarbeiten genutzt werden können?

Lehrperson		Verfüge ich über ein geeignetes digitales Gerät zur Koordination der Blended-Learning-Szenarien (bspw. Notebook, Tablet)?
		Werden Ein- und Ausgabegeräte (bspw. Mikrofon, Kopfhörer, Headset) benötigt?
		Verfüge ich – falls nötig – über eine ausreichend stabile Internetverbindung von zu Hause?
		Ist die Vorinstallation von Programmen auf meinem Gerät notwendig?
		Sind die Programme kostenpflichtig? Wie erfolgt die Finanzierung?
Schülerinnen & Schüler		Wie viele digitale Endgeräte können die Schülerinnen und Schüler nutzen (bspw. 1:1-Ausstattung)?
		Haben die Geräte ein einheitliches Betriebssystem und ist dies für das Blended Learning relevant?
		Gibt es eine Regelung, um genügend Akkuladung der Geräte zum Zeitpunkt der Nutzung sicherzustellen?
		Werden Ein- und Ausgabegeräte (bspw. Mikrofon, Kopfhörer, Headset) benötigt?
		Ist die Vorinstallation von Programmen auf den digitalen Geräten notwendig?
		Sind die Programme kostenpflichtig? Wie erfolgt die Finanzierung?
Kompetenzen		
Lehrperson		Kann ich auf Erfahrungen von Lehrpersonen im Einsatz von Blended Learning zurückgreifen?
		Kann ich auf Blended-Learning-Konzepte oder -Materialien (im Sinne von Open-Education-Ressources) zugreifen?
		Gibt es in meiner Umgebung die Möglichkeit eine entsprechende Fortbildung zu besuchen?
Schülerinnen & Schüler		Welche Vorerfahrungen bringen die Schülerinnen und Schüler im Umgang mit digitalen Medien mit?
		Mit welchen Apps und Programmen sind die Schülerinnen und Schüler vertraut?

Didaktik	
Methode & Sozialform	Arbeiten die Schülerinnen und Schüler mit den digitalen Werkzeugen vorrangig im Unterricht oder von Zuhause?
	Soll in Gruppen oder einzeln gearbeitet werden?
	Gibt es Aufgaben, bei denen sich die Schülerinnen und Schüler mit Anderen inhaltlich und/oder zeitlich abstimmen müssen?
Zeitliche Planung	Wieviel Zeit nimmt das selbstständige Erarbeiten von Aufgaben (in Präsenz oder Online/von Zuhause) in Anspruch?
	Wieviel Zeit nimmt Vor- und Nachbereitung sowie Moderation von Online-Aufgabenstellung durch die Lehrperson in Anspruch?
	An welchen Terminen muss ich (real oder virtuell) anwesend sein?
Tools	Welche Tools eignen sich für meine didaktischen Ziele und für die Schülerinnen und Schüler?
Ergebnis-sicherung	Wie kann ich auf die erstellen Produkte der Schülerinnen und Schüler zugreifen (bspw. über ein Lern-Management-System)?
	Könnte ich den Erziehungsberechtigten die Produkte über eine Lernplattform zugänglich machen? Wie stehen die Kinder dazu?
Teilen	
	Kann ich mein Blended-Learning-Konzept und Materialien Anderen als Open-Educational-Ressource zugänglich machen?

Name:

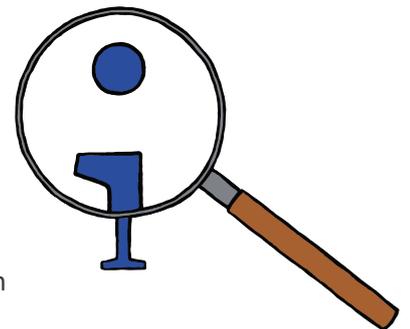
Klasse:

Arbeitsblatt: Bewertungstipps

Im Internet findest du eigentlich zu jedem Thema Informationen. Oft ist aber die Frage, ob das auch wirklich stimmt, was dort steht. Um dies herauszufinden, gibt es ein paar Aspekte, an denen du dich orientieren kannst.

»» Wer ist für die Seite verantwortlich?

Wie in jedem Buch oder jeder Zeitung und Zeitschrift findest du auch bei Internetseiten einen Autor bzw. Herausgeber. Informationen hierzu findest du im „Impressum“. Ein Impressum ist Pflicht. Auch unter „Kontakte“ kann man Hinweise auf den Herausgeber finden. So kannst du nachlesen, ob es sich beim Inhaber der Internetseite um eine Person, eine Firma, einen Verein oder beispielsweise um eine Zeitung handelt. Wenn dir ein Anbieter unbekannt ist, solltest du kritisch sein. Auch Internetseiten ohne Impressum solltest du nicht trauen. Auch sollte bei den einzelnen Inhalten auf der Internetseite angegeben sein, welcher Autor sie erstellt hat.



»» Wie ist die Seite gestaltet?

Bei einer Internetseite solltest du darauf achten, wie der Text geschrieben ist. Werden gängige Regeln wie z. B. Rechtschreibung und Grammatik nicht beachtet, solltest du misstrauisch sein. Eine gute Gliederung der Inhalte trägt zur Übersichtlichkeit der Internetseite bei. Gleiches gilt für das Layout. Ist beides nicht gegeben, kann das ein Zeichen für mangelnde Professionalität der Seite sein. Gleichzeitig musst du berücksichtigen, dass nicht automatisch jede gut gestaltete Internetseite seriös ist. Werbung sollte vom Inhalt klar erkennbar getrennt sein. Bei viel Werbung solltest du misstrauisch sein. Gleiches gilt bei Links auf Online-Shops, bei denen die zuvor beschriebenen Produkte bestellt werden können. Kommt dir eine Seite komisch vor, suche lieber nach weiteren Ergebnissen.

»» Stimmt das, was auf der Seite steht?

Nicht alles, was im Internet steht, ist richtig. Du musst also irgendwie herausfinden, ob du dich auf die Information verlassen kannst. Achte z. B. darauf, ob es Quellenangaben gibt. So kannst du erkennen woher eine Information stammt. Bei Fotos, Ton- und Videomaterial sollte immer der Urheber bzw. die Quelle genannt sein. Achte auch darauf, ob die Informationen sachlich oder emotional dargestellt werden. Sei bei unbelegten Behauptungen kritisch, es ist immer besser, wenn die vertretenen Meinungen durch Fakten belegt werden. Zudem solltest du dich fragen, ob ein kommerzielles oder ideologisches Eigeninteresse besteht und das Angebot die Vermittlung von glaubwürdigen und unabhängigen Inhalten als Ziel verfolgt. Anhand von Links kannst du sehen, auf welche Internetseiten das Angebot verweist. Auch hier solltest du prüfen, ob diese Seiten glaubwürdig sind.

»» Von wann ist der Inhalt eigentlich?

Achte darauf, wie aktuell eine Information ist und ob sie dem derzeitigen Wissensstand entspricht. Vielleicht findest du ja irgendwo auf der Internetseite ein Datum oder einen Hinweis, wann der Beitrag erstellt bzw. aktualisiert wurde. Wenn die Informationen auf der Internetseite schon sehr alt bzw. nicht durch ein Datum gekennzeichnet sind, suche lieber nach weiteren Informationen.

Name:

Klasse:

Portfolio: Merkblatt

»» Nützliche Informationen

Im Alltag begegnet dir eine Fülle von Informationen. Hinterfrage für dich immer den Informationsgehalt und die Glaubwürdigkeit: Nicht jede Information hilft dir weiter. Bedenke, dass man Informationen in Tatsachen und Meinungen unterscheiden muss. Auch Bilder sind Informationsquellen – sie dienen oft als augenscheinlicher Beweis für ein Geschehen. Aber Vorsicht: Bilder zeigen immer nur einen Ausschnitt der Wirklichkeit und können mit ihrer Aussage auch täuschen.

»» Meine Meinung

Eine eigene Meinung zu haben heißt, dass du dir zu einem bestimmten Thema oder Ereignis mithilfe von Informationen eine Meinung bildest. Du schaust z. B. ein Fußballspiel und im Gespräch mit deinen Freunden und durch Medienberichte bildest du dir ein Urteil zur Leistung der Spieler. Dieser Prozess ist nie abgeschlossen, denn du kannst immer neue Informationen erhalten, weshalb es sich lohnt, deine eigene Meinung zu überdenken. Achte darauf, dass du verschiedene Informationen zu einem Thema nutzt, so erhältst du eine bessere Übersicht.

»» Das Internet – ein Pool vieler verschiedener Informationen!

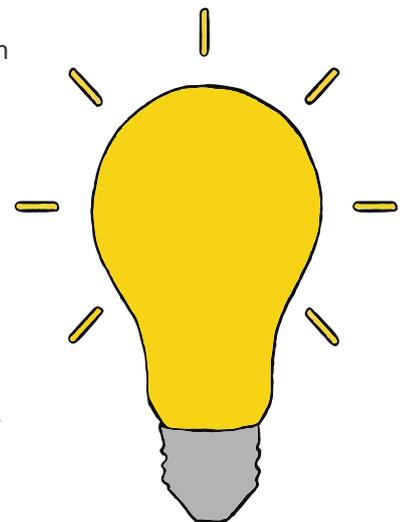
Im Internet darf jeder etwas veröffentlichen. Ein Fan kann z. B. Informationen zu seiner Lieblingsband posten und die Band kann online z. B. über ihre Social-Media-Kanäle Erlebnisse von ihrer Tour direkt mit ihren Fans teilen – das ist gut, denn in anderen Medien, wie Radio oder Fernsehen, entscheiden Journalisten welche Inhalte veröffentlicht werden, im Internet kommen alle zu Wort. Es besteht aber gleichzeitig die Gefahr, auf merkwürdige oder gar unwahre Inhalte zu stoßen, z. B. UFO-Forscher, die – angebliche – Bilder von Aliens veröffentlichen.

»» Sei kritisch!

Da im Internet jeder etwas veröffentlichen darf, hinterfrage die Informationen kritisch und vertraue nicht allem blind. Verschiedene Kriterien helfen dir bei der Einschätzung: So sollten Autor und Herausgeber, Gestaltung, Inhalt und Glaubwürdigkeit sowie Aktualität der Informationen geprüft werden. Das Impressum verrät dir z. B., wer für den Inhalt der Webseite verantwortlich ist, und der Name unter einem Text/Bild zeigt dir, wer der Autor/Fotograf ist. Fehlen diese Angaben, solltest du die Informationen besonders kritisch hinterfragen.

»» Mach dir dein eigenes Bild!

Vieles im Internet kannst du bewerten, z. B. Videos, Restaurants oder technische Geräte. Häufig geht das mit Punkten oder Sternen. Diese Bewertungen erleichtern dir zwar das Mitmachen, aber es fehlt die Möglichkeit, Gründe für dein Urteil anzugeben. So weißt du nur, dass viele andere z. B. ein Restaurant im Durchschnitt mit 2,4 Sternen beurteilen, warum es aber nur so wenige Sterne sind, erfährst du nicht. Auch weißt du nicht, ob nicht ein anderer Restaurantbesitzer absichtlich seine Konkurrenz schlecht bewertet hat, damit mehr Kunden zu ihm kommen.



Impressum

Konzeption: Stiftung Medienpädagogik Bayern

Redaktion: Jutta Baumann, Lina Renken, Simone Hirschbolz und Amelie Hofmann
(Stiftung Medienpädagogik Bayern)

Die Medienführerschein Werkstatt basiert auf der Unterrichtseinheit
„Im Informationsdschungel“ des Medienführerscheins Bayern für die 8./9. Jahrgangsstufe
(3. überarbeitete Auflage).

Autoren des Moduls „Im Informationsdschungel“: Dr. Olaf Selg, Dr. Achim Hackenberg

Fachliche Unterstützung: Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB)

Autorin der Information „Blended-Learning“: Nina Grünberger

Satz/Layout der PDFs und der Text-Bild-Tafeln: Helliwood media & education

Illustrationen: Rami Nasif, elfgen pick gmbh & co. Kg

Digitales Element „Der Faktencheck“: KIDS interactive GmbH

München, 2021

Copyright: Stiftung Medienpädagogik Bayern

Alle Rechte vorbehalten.

Entwicklung und Gestaltung der Materialien gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei
und das Bayerische Staatsministerium für Unterricht und Kultus.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr
erfolgen und eine Haftung des Herausgebers und der Autoren ausgeschlossen ist.