#CREATEYOURWEB

DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

METHODEN-READER

zum Projekt #CreateYourWeb

Ideen & Anleitungen zur pädagogischen Arbeit
zu den Themen Hate Speech, Fake News, Big Data
sowie Utopie/Dystopie einer digitalen Zukunft

Der Kinderschutzbund
Landesverband Thüringen

Der Kinderschutzbund
Landesverband Thüringen

Ein Projekt des Deutschen Kinderschutzbund Landesverband Thüringen e.V. mit Unterstützung durch:

Gefördert vom

Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie leben!

Freistaat
Thüringen
Ministerium
für Bildung,
Jugend und Sport

denk BUNT
Thüringer Landesprogramm
für Demokratie, Toleranz und Weltoffenheit

www.createyourweb.org

Der Kinderschutzbund
Landesverband Thüringen

#CREATEYOURWEB
DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

METHODEN-READER
zum Projekt #CreateYourWeb

Ideen & Anleitungen zur pädagogischen Arbeit
zu den Themen Hate Speech, Fake News, Big Data
sowie Utopie/Dystopie einer digitalen Zukunft

Der Kinderschutzbund Landesverband Thüringen

#CREATEYOURWEB
DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Inhalt

METHODENREADER

#CreateYourWeb - Digitale Courage ist Zivilcourage

1
Vorwort 04

2
Theoretischer Rahmen 05

3
Ziele des Projekts #CreateYourWeb 07

4
Zur Auswahl der Methoden 09

5 Methodenblock Log-in: Einen Rahmen schaffen

5.1
Motzmonster 10

5.2
Utopien brauchen Mut 11

5.3
Wunscheinhorn 12

5.4
Montagsmaler 13

6 Methodenblock Hate Speech

6.1
Hate Speech-Ampel 15

6.2
Kommentieren 17

6.3
Die Macht der Zuschauenden 19

6.4
Ich mag an dir 20

6.5
Schneeballschlacht 21

7 Methodenblock Fake News

7.1
Film: Spiel mit dem Tod - Spiel mit dem Zuschauer 22

7.2
Fotorallye 24

7.3
Fakes und Fake News erkennen 26

8 Methodenblock Big Data

8.1
Medienbingo 28
8.2
Black (Data) Story 30
8.3
StakeOutLife - auf dem Weg in die Big Data Diktatur 32

Anhang Arbeitsmaterialien und Kopiervorlagen

1 Utopien brauchen Mut
Verwirklichte Utopien 36
2 Montagsmaler
Begriffe Malwettstreit 43
3 Montagsmaler
Definitionen 44
4 Hate Speech-Ampel
Diskriminierungsmerkmale 45
5 Hate Speech-Ampel
Gesetze 50
6 Kommentieren 54
7 Fotorallye
Perspektivenwechsel 56
8 Medienbingo 57
9 Black (Data) Story
Verräterisches Einkaufsverhalten 58
10 StakeOutLife 59

1 VORWORT

Der vorliegende Methodenreader ist im Rahmen des Projektes *#CreateYourWeb - Digitale Courage ist Zivilcourage* des *Kinderschutzbund LV Thüringen e.V.* entstanden. Bei #CreateYourWeb handelt es sich um ein Modellprojekt des Bereiches „Förderung von Modellprojekten zur Stärkung des Engagements im Netz - gegen Hass im Netz“ der Progamme „*Demokratie leben!*“ auf Bundes- und „*DenkBunt*“ auf thüringer Landesebene. Es startete im November 2017 und erstreckte sich über einen Zeitraum von gut 2 Jahren.

Schwerpunkt des vorliegenden Readers sind die von uns entwickelten und von über 300 Thüringer Schüler und Schülerinnen (ab 14 Jahren). im Rahmen von Projektdurchführungen getesteten sowie evaluierten Methoden.

Diese Methoden sind aus dem reichen Erfahrungsschatz der Projektmitarbeitenden, Methoden der politischen Bildung, Anti Bias-Ansätzen und Methoden der Medienpädagogik entnommen, remixt und auf das Projekt #CreateYourWeb angepasst worden.

Bei der Auswahl und Konzeption der nachfolgend dargelegten Methoden war es uns ausdrücklich kein Anliegen, auf Biegen und Brechen das Rad neu zu erfinden. Vielmehr hielten wir es für klug und nachhaltig, bereits vorhandene, oft erprobte und funktionierende Methoden der Jugendarbeit und politischen Bildungsarbeit unter die Lupe zu nehmen und hinsichtlich unserer Projektschwerpunkte Fake News, Hate Speech und Big Data zu adaptieren und weiterzuentwickeln. Durch eine leichte Änderung der Rezeptur - angepasst auf die Zutaten, die uns die Lebenslagen der Heranwachsenden bereitstellten - gelang es ein stärkendes Mahl für das demokratische Miteinander zu kreieren.

Erhobenes Feedback der Jugendlichen sowie begleitender Lehrkräfte und Schulsozialarbeiter*innen floss maßgeblich in die fortwährende Überarbeitung der Methoden ein.

Wir hoffen, Ihnen mit diesem Reader weitere Bausteine für Ihre pädagogische Arbeit liefern zu können, um diskriminierenden Internetphänomenen angemessen begegnen zu können und unsere Zivilgesellschaft zu stärken.

Ein besonderer Dank gilt der ehemaligen Projektmitarbeiterin Elena Schweiker.

Christoph Voigt & Mandy Wettmarshausen

Erfurt, November 2019

2 THEORETISCHER RAHMEN

Extremistische Propaganda, meinungsmanipulierende Bots, staatliche Überwachung und User-Daten als Waren von Konzernen und Kriminellen sind eine immense Bedrohung für unsere demokratische Gesellschaft.

Beobachtet man die aktuellen politischen Debatten rund um problematische Inhalte des Internets wie Fake News, Hate Speech und Cybermobbing, so scheint der allgemeine gesellschaftspolitische Konsens in Richtung Regulierung durch staatliche Institutionen mit Inpflichtnahme der Anbieter sowie Regulierung durch Erziehende und Schulen/Lehrkräfte zu gehen. Nutzer*innen der Onlineangebote werden, abgesehen von Melde- und Blockierfunktionen auf den diversen Social Media-Plattformen, dabei weitgehend außer Acht gelassen. Diesen Top-down-Ansatz halten wir für ungenügend - lässt er doch die großen Potenziale des Empowerments unberücksichtigt. Bottom-up-Ansätze versprechen die Selbstwirksamkeit von Jugendlichen zu stärken. Die Befähigung jugendlicher Nutzer*innen selbst aktiv die Lebenswelt Internet positiv zu gestalten, ist zugleich Credo und Zielstellung des Projektes #CreateYourWeb.

Wie zahlreiche Studien belegen, sind 99 % der Jugendlichen online angebunden[1]. Die Nutzungsgewohnheiten dagegen variieren abhängig von Bildungsgrad und soziökonomischer Ausstattung des Elternhauses. „Im Übergang zur digitalen Gesellschaft gab es große Hoffnung darauf, Beteiligung an politischen Prozessen elektronisch bzw. online organisieren zu können. In der Praxis zeigt sich allerdings, dass sich an der sogenannten E-Partizipation bisher überwiegend diejenigen beteiligen, die sich bereits in klassischen Angeboten engagieren. Um die Zielgruppe zu erweitern, genügt es deshalb nicht, Offline-Beteiligung online zu organisieren, vielmehr müssen neue Methoden gefunden werden.“[2]

Hier sehen wir einen Ansatzpunkt, um Jugendliche für ihre Beteiligungsmöglichkeiten in der digitalen Welt zu sensibilisieren (was viele bereits tun mittels Profilbildern, Statusupdates, Kommentaren etc. - teils intuitiv, teils unreflektiert) und damit auch bei jenen ein Bewusstsein für die Möglichkeiten ihres Handelns zu schaffen, die sich in Offline-Kontexten nicht engagieren. Jede Anmeldung in einem Sozialen Netzwerk oder digitalen Spiel lässt sich bereits als ein aktiver Akt der Teilhabe an Online-Welten verstehen. Angefangen bei der Zustimmung zu AGBs, über die Wahl eines Nicknames bis hin zur Sprache im Teamspeak bei diversen Games - die User selbst prägen die Netzkultur. Jugendliche als Content-Produzent*innen positionieren sich dabei bewusst oder unbewusst innerhalb eines kulturellen Feldes mit seinen spezifischen Codes und Werten (vgl. Shell Studie 2015). Handlungsleitend steht für uns deshalb die Frage im Raum: Wie wollen Jugendliche ihre digitale Lebenswelt gestalten und mit welchen Mitteln können sie dabei aktiv Einfluss nehmen?

Derzeit erleben wir eine Netzkultur, die (weiter-)entwickelt und gestaltet werden muss. „Letztlich geht es darum, gesellschaftlich anerkannte und verankerte Regeln der Höflichkeit und des Umgangs miteinander (...) in die Kommunikation im Internet zu implementieren“[3]. Jene Regeln sind zentral in der Wertedebatte mit Jugendlichen. Damit zusammenhängend lassen sich eine Vielzahl an Online-Themen bearbeiten.

[1] Vgl. Shell Studie 2015: ca. 97 % in der JIM-Studie 2016

[2] Thiel, Tobias: Von der Kreativität zur Beteiligung - das Computerspiel Minecraft als e-Partizipationstool, in: Jantschek, Ole: Waldmann, Klaus (Hg.) (2015): Bildungsziel: Mitmischen. Politische Jugendbildung stärkt Beteiligung. Jahrbuch der gesellschaftspolitischen Jugendbildung 2015. Berlin: Evangelische Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung, S. 42-52

[3] Gutknecht, Sebastian: Schutz der Persönlichkeitsrechte von Kindern und Jugendlichen bei der Kommunikation im Internet. IN: forum kriminal-prävention. Zeitschrift der Stiftung Deutsches Forum für Kriminalprävention 01/2011: S. 17

15 % der 12- bis 13-Jährigen und 24 % der 18- bis 19-Jährigen geben in der aktuellen JIM-Studie an, dass bereits falsche oder beleidigende Sachen per Handy oder im Internet über sie verbreitet worden sind. Wir wollen sowohl die Betroffenen selbst als auch die Zuschauenden motivieren, aktiv diesen Entwicklungen entgegenzutreten.

Da das Internet ein wichtiger Raum der Informationsbeschaffung ist, ist für Heranwachsende auch das Thema Fake News relevant. Laut JIM-Studie 2016 (vgl. S. 13) vertrauen 41 % der Befragten bei widersprüchlicher Berichterstattung den Tageszeitungen, aber 15 % eher dem Internet. Die kritische Bewertung von Informationen ist eine der wichtigen Schlüsselkompetenzen in digitalen Lebenswelten und findet sich daher in mehreren Methoden des vorliegenden Readers wieder.

Ein weiterer Schwerpunkt des Projektes #CreateYourWeb zielt auf die Stärkung zivilgesellschaftlichen Engagements im Netz ab. Empfehlenswerte Bildungsbausteine in diesem Kontext stellt die EU-Initiative *klicksafe* zur Verfügung, welche z.T. gemeinsam mit *Konflikt-KULTUR* (ein Angebot des Referats Prävention im *AGJ-Fachverband für Prävention und Rehabilitation in der Erzdiözese Freiburg e.V.*) erarbeitet worden sind. Als medienpädagogisches Projekt des Kinderschutzbund LV Thüringen e.V. möchten auch wir einen Beitrag leisten, indem wir Kinder und Jugendliche dafür sensibilisieren, wie ihr eigenes Handeln Werte transportiert und welchen Einfluss sie damit auf die Netzkultur nehmen. Sei es in Anlehnung an No-Blame-Approach-Ansätze bei Cybermobbing aktiv einzugreifen, sei es durch Profilbilder Geschlechterrollen zu untermauern oder aufzubrechen oder in Gaming Communitys sexistische Verhaltensweisen[4] zu erkennen und darauf zu reagieren.

Elementar für das Verständnis über Wirkungsmechanismen des Netzes ist die Kenntnis über seine Infrastruktur. Zum einen unter dem Gesichtspunkt des Datenschutzes als Eingriff in die informelle Selbstbestimmung durch kommerzielle Anbieter wie Facebook (WhatsApp/Instagram/Facebook) und Alphabet (Google), zum anderen mit Blick auf Algorithmen, welche verantwortlich dafür sind, wie wir das Netz und die darin auffindbaren Meinungen und Kampagnen wahrnehmen (Stichwort: Filterblase). Hier bietet sich der Anschluss an das Konzept des „Everyday Maker“ an, welches beinhaltet, dass „partizipatives Handeln sich nicht auf formale Akte (wie Teilnahme an Wahlen) beschränkt, sondern vielmehr die im Alltag der einzelnen verankerten konkreten Handlungen in den Blick nimmt, denen auch eine gesellschaftspolitische Dimension innewohnt.“[5] Da viele der von Jugendlichen genutzten Angebote kommerzieller Natur sind (WhatsApp, Instagram, Snapchat[6]), kommt hier das Konzept des politischen Konsumenten zum Tragen. Jede Entscheidung für eine App ist in der gesellschaftspolitischen Dimension eine Entscheidung über den Umgang mit den eigenen Daten. Beispielsweise wird mit der Installation von WhatsApp die App autorisiert das gesamte Adressbuch des Nutzers/der Nutzerin auszulesen und an den Facebook-Konzern zu übertragen. Welchen Wert hat informelle Selbstbestimmung für Jugendliche heute? Welche Entscheidungsmöglichkeiten haben sie angesichts der überwältigenden Marktmacht weniger Anbieter? Ein Ziel muss daher sein, die Jugendlichen für den Umgang mit eigenen Daten zu sensibilisieren sowie Handlungsmöglichkeiten zur Wahrung ihrer informeller Selbstbestimmung zu erproben. [7]

[4] Vgl.: GamerGate http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/gamergate-wenn-kritik-kommt-hoert-das-spiel-auf-13232818.html

[5] Wagner/Brüggen: Von Alibi-Veranstaltungen und Everyday Makers: in Partizipation und Engagement im Netz, Kopaed 2014: S.30

[6] Vgl.: JIM-Studie 2016

[7] z.B.: anonymisiertes Surfen mittels TOR etc.

3 ZIELE DES PROJEKTES #CREATEYOURWEB

FÖRDERUNG VON MEDIENKOMPETENZ & EINHERGEHENDE BEARBEITUNG SOZIAL-GESELLSCHFTLICHER FRAGESTELLUNGEN

- Sensibilisierung für Gefahren der Mediennutzung
- Befähigung zu reflektierter Mediennutzung
- Ausschöpfen der Potenziale der Mediennutzung

- Werte, Meinungsbildung, Stereotype, Vorurteile, Zivilcourage
- Reflexion der eigenen Haltung/gesellschaftliche Selbstverortung
- (online) Haltung beziehen

Wie der Projekttitel #CreateYourWeb - Digitale Courage ist Zivilcourage impliziert, ist unser primäres Ziel Jugendliche im Rahmen klassischer Empowerment-Ansätze dazu zu befähigen, ihr Online-Leben selbstbestimmt zu gestalten. Wir greifen die Online-Alltagspraktiken Jugendlicher auf, reflektieren sie gemeinsam mit der Zielgruppe und geben den Heranwachsenden Werkzeuge an die Hand, die zur Herausbildung und Unterstützung einer positiven Netzkultur förderlich sind. Eigene Ideen der Schülerinnen und Schüler, die jenem Ziel entsprechen, werden wertschätzend aufgenommen in die „Werkzeugkiste“ der jeweiligen Teilnehmenden-Gruppe.

Das übergeordnete Ziel ist der digital mündige Bürger bzw. die digital mündige Bürgerin („digital citizenship“). Dieser/diese „soll fähig sein“, Medien für eigene Zwecke zu nutzen, selbstbestimmt und sozial verantwortlich im digitalen Raum zu handeln und Partizipationschancen wahrzunehmen.“[8]

Medien für eigene Zwecke nutzen, bedeutet, sich zunächst über die eigene Mediennutzung bewusst zu werden und daraus ableitend die damit verbundenen individuellen Ziele ausformulieren zu können. Leitfragen sind unter anderem: Welchen Stellenwert haben Medien in meinem Alltagsleben? Wie nutze ich diese Medien? Welche Kritikpunkte habe ich an der mediatisierten Lebenswelt? Welchen Einfluss habe ich persönlich auf die von mir genutzten Medien und wie kann ich meinen Einfluss vergrößern? Welche Werte vertrete ich im Alltag und wie kann ich diese Werte auch online leben?

Um selbstbestimmt zu handeln, erfordert es zunächst ein Bewusstsein für den eigenen Wirkungskreis zu schaffen und basierend darauf strukturelle Mechanismen der Meinungs-/Bewusstseinsbildung zu erkennen und diese als veränderbar zu begreifen. Im Sinne der *Dialektik des Seins bestimmt das Bewusstsein, so* hat ein verändertes Bewusstsein Auswirkungen auf das Sein. So ist der Nutzer bzw. die Nutzerin von Onlineangeboten nicht bloßer Konsument*in der zur Verfügung gestellten Informationen und Infrastruktur, sondern kann diese auch als Prosument*in und Rezipient*in aktiv mitgestalten. Dazu zählen z.B. das Wissen um Funktionsweisen von Algorithmen, welche personalisierte Inhalte einblenden und die Fähigkeit bei bedenklichen AGBs und Datenschutzerklärungen „Nein“ zu sagen.

[8] Büsch/ Schreiber: Let`s talk about Werte; in: Kommunikationskulturen in digitalen Welten: Koepad 2016, S.67

Tangiert wird selbstbestimmtes Handeln zum einen durch Entscheidungsfreiheit aufgrund möglichst objektiver Informationen über die Struktur und Mechanismen von Onlineangeboten und zum anderen durch die Anfälligkeit des eigenen Seins für bestimmte Inhalte („confirmation bias“).

Durch unmittelbare Feedbackschleifen (und seien es „nur“ Statistiktools zur Auswertung des Nutzerverhaltens einer Website), trägt jeder Klick zur Gestaltung digitaler Räume bei. Diese Räume werden wiederum von anderen genutzt, wodurch das Netz stark durch die einzelnen Anwender*innen mitgestaltet wird. Sich dieser sozialen Verantwortung bewusst zu werden ist ein weiteres Ziel auf dem Weg zum digital citizenship. So steht ein jeder User und eine jede Userin in der Verantwortung sein bzw. ihr Handeln in Hinblick auf gesamtgesellschaftliche Auswirkungen zu reflektieren und entsprechend der im Vorfeld bewusst gewordenen Werte anzupassen. Seien es Klicks auf Gewaltvideos, welche derartige Videos erst rentabel machen, wahrgenommener Rassismus in Internetforen oder Beleidigungen in einer WhatsApp-Gruppe - wir alle sind dafür verantwortlich, wie die digitalen Kommunikationsräume gestaltet sind. Dies erfordert digitale Zivilcourage, welche eines der Kernthemen des Projektes ist. Gemäß Paul Watzlawicks Axiom „Man kann nicht nicht kommunizieren“ gilt online analog: „Man kann nicht nicht handeln“.

Ist sich der User/die Userin dessen bewusst, so ist ein wichtiger Baustein auf dem Weg zur Wahrnehmung (digitaler) Partizipationschancen gelegt. Dazu zählen neben der Verantwortung in den Kommunikationsräumen des Internets auch das Bewusstsein für die Auswirkungen des Handelns in Bezug auf die Struktur des Internets (z.B. welche Suchmaschinen nutze ich, welche Software setzte ich ein usw.) Online-Partizipation sehen wir dabei in Anlehnung an den 15. Kinder- und Jugendbericht (BMFSFJ, 2017) unterteilt in Teilhabe am Internet, Teilhabe mihilfe des Internets und Teilhabe im Internet[9].

[9] Vgl. 15. KuJ, S.294/295

4 ZUR AUSWAHL DER METHODEN

Die nachfolgend beschriebenen Methoden stellen eine Auswahl der von uns verwendeten Gesamtheit an Methoden dar. Da sich bereits viele Methoden im Netz befinden (z.B. auf klicksafe.de), welche ähnliche Bereiche bearbeiten, beschränken wir uns in diesem Methodenreader auf jene Methoden unseres Projektcurriculums, die in unseren Augen besonders effektiv waren und von der Zielgruppe der ab 14-jährigen Schülerinnen und Schüler außerordentlich gut angenommen worden sind. Gerne stellen wir auf Anfrage zusätzlich unsere detaillierten didaktischen Tagespläne (ZIMs) zur Verfügung, welche weitere, meist bekannte Methoden und Ansätze enthalten.

Das verbindende Element der auf den ersten Blick verschiedenen Bausteine Big Data, Hate Speech und Fake News ist das Thema Diskriminierung, wie folgendes Schaubild verdeutlicht:

METHODENBLOCK LOG-IN: EINEN RAHMEN SCHAFFEN 5

Eine Dystopie im digitalen Zeitalter

5.1 MOTZMONSTER

DAUER ca. 1 Std.
ZIELGRUPPE ab 10 Jahren
GRUPPENGRÖSSE 10 bis 30 TN
MATERIALIEN AB Motzmonster (bitte selbst erstellen), Flipchart-/Pinnwandpapier mit Monsterzeichnung, A5-Zettel (blanko), Stifte (möglichst dick), Pinnnadeln, Kleber

ZIEL

TN können Ihre Sorgen bezüglich möglicher negativer Auswirkungen der fortschreitenden Digitalisierung ausdrücken.

KURZBESCHREIBUNG

In Einzelarbeit setzen sich die TN zunächst mit ihren individuellen Sorgen/Befürchtungen bezüglich der gesellschaftlichen und persönlichen Auswirkungen der Digitalisierung auseinander. In Kleingruppen werden darauffolgend die Ergebnisse besprochen und aufgeschrieben. Das Motzmonster wird mit den Ergebnissen beklebt.

ABLAUF

Zunächst wird den Teilnehmenden das Poster „Motzmonster“ gezeigt und der Begriff Dystopie geklärt. Je nach Alter und Vorwissen können bereits während der Anmoderation mögliche Themenfelder (z.B. medizinischer Bereich, militärischer Einsatz, Kommunikation, ...) umrissen werden, ohne jedoch die Teilnehmenden zu primen.
Die TN bekommen nun jeweils ein AB „Motzmonster“, auf dem folgende drei Fragen in Einzelarbeit bearbeitet werden sollen:

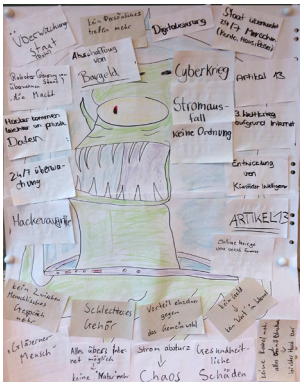
1. Überlege, was dich momentan an der Online-Welt stört (bspw. in Sozialen Netzwerken, in Games, in Nachrichten etc.)
2. Was wäre das Schlimmste, das dir oder Menschen in deinem Umfeld im Netz passieren könnte? Schreibe mindestens 3 Punkte auf.
3. Was wäre das Schlimmste, das unserer ganzen Gesellschaft aufgrund digitaler Entwicklungen passieren könnte?

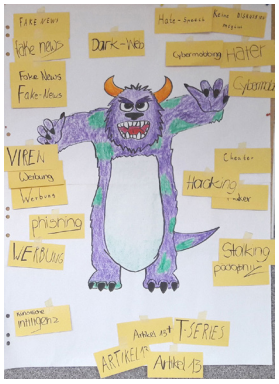
Im nächsten Schritt werden nun 3er- oder 4er-Gruppen gebildet, in denen die subjektiven Gedanken vorgestellt und miteinander beredet werden. Die, für die jeweilige Gruppe, wichtigsten Aspekte werden auf A5-Zettel geschrieben.
Tipps: ein Gedanke je A5-Zettel, maximal 3 Zeilen je A5-Zettel, gut lesbare, große Schrift, Verwendung schwarzer, dicker Moderationsstifte

Jede Gruppe stellt ihre Befürchtungen dem Plenum vor und pinnt die A5-Zettel an das Motzmonster an.
Tipps: Die Zettel während der Vorstellung noch nicht ankleben, damit sich die Aussagen später clustern lassen. Verständnisfragen sind erlaubt - moralische Bewertungen seitens des/der Pädagog*in jedoch zu vermeiden.

EMPFEHLUNG

Wer mit dem Motzmonster (=Dystopie) arbeitet, sollte im Sinne einer ausgewogenen Betrachtung und des Empowerns der TN ebenfalls die Methoden „Utopien brauchen Mut“ (vgl. Kap. 5.2) sowie das „Wunscheinhorn“ (vgl. Kap.5.3.) durchführen.





5 5.2 UTOPIEN BRAUCHEN MUT

Utopien brauchen Mut
Nichts muss bleiben wie es ist

DAUER	ca. 20 min.
ZIELGRUPPE	ab 14 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	10 bis 30 TN
MATERIALIEN	Kreppband, ABs Utopien (Anhang 1), Moderationskarten (z.B. quadratisch und rund), Stifte (möglichst dick)

ABLAUF

Zunächst werden Kleingruppen gebildet und diesen jeweils mindestens eine verwirklichte Utopie zugeordnet. Mit Kreppband wird eine Zeitachse auf den Fußboden geklebt. Die Kleingruppen recherchieren die Jahreszahlen der Verwirklichung der einstigen Utopien und schreiben diese auf Moderationskarten; ebenfalls wird eine prägnante Überschrift zur jeweiligen Utopie gefunden und auf einer Moderationskarte vermerkt. Nun stellen sich die Kleingruppen im Plenum die einstigen Utopien vor und ordnen sie chronologisch auf dem Zeitstrahl an.

ZIEL

TN erkennen, dass sich Gesellschaften immer im Wandel befinden, Menschen diese gestalten und Einfluss auf ihre Zukunft nehmen können.

KURZBESCHREIBUNG

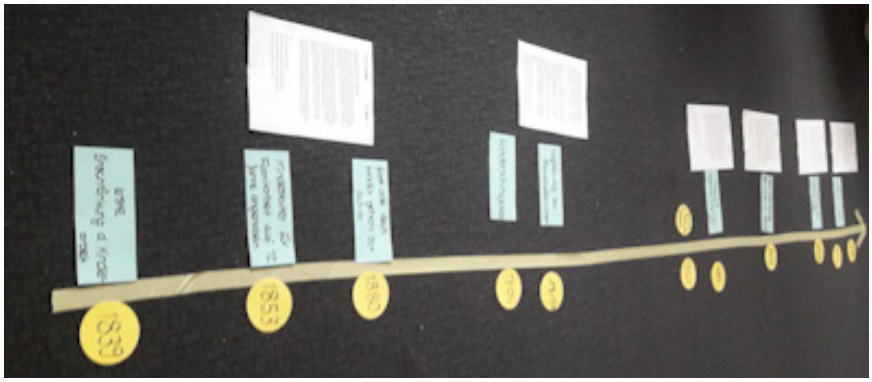
TN erfahren die Bedeutung von Visionen für eine bessere Zukunft und lernen einstmalige Utopien kennen, welche verwirklicht wurden. Im Anschluss entwickeln sie eigene Vorstellungen einer lebenswerten digitalen Gesellschaft.

REFLEXIONSEBENEN

Wer ist verantwortlich für die Umsetzung von Utopien?
Was kann der/die einzelne User*in tun?
Welche Möglichkeiten gibt es, sich bei den verschiedenen Themen einzubringen? (z.B. digitale Courage über Kommentare in Foren, Boykott bestimmter Software, Öffentlichkeitsarbeit etc.)

EMPFEHLUNG

Die Erfahrung, dass jede*r Utopien entwickeln und zu deren Ausgestaltung beitragen kann, wird durch die Methode „Wunscheinhorn“ (vgl. Kap. 5.3) intensiviert und konkretisiert.



5 5.3 WUNSCHEINHORN

Wunscheinhorn
Wissen, was man eigentlich will

DAUER	ca. 45 min.
ZIELGRUPPE	ab 10 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	10 bis 30 TN
MATERIALIEN	Flipchart-/Pinnwandpapier mit Einhornzeichnung, A5-Zettel (blanko), Stifte (möglichst dick) Pinnnadeln, Kleber

ZIEL

TN befassen sich mit ihrer Idealvorstellung einer lebenswerten digitalen Gesellschaft.

KURZBESCHREIBUNG

In Kleingruppen diskutieren TN, wie digitale Technologien die gesellschaftliche und ihre persönliche Zukunft positiv beeinflussen könnten. Dabei werden die Befürchtungen aus der Methode „Motzmonster“ (vgl. Kap. 5.1) aufgegriffen.

ABLAUF

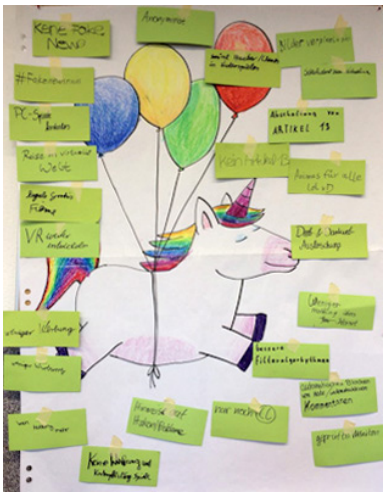
In Kleingruppen (nicht mehr als 4 Personen) überlegen die TN, wie sich Digitalisierung positiv auf ihren Alltag und die Gesellschaft als Ganzes auswirken könnte. Sie einigen sich auf die in ihren Augen zentralen Punkte und schreiben diese auf A5-Zettel.
Tipps: ein Gedanke je A5-Zettel, maximal 3 Zeilen je A5-Zettel, gut lesbare, große Schrift, Verwendung schwarzer, dicker Moderationsstifte)

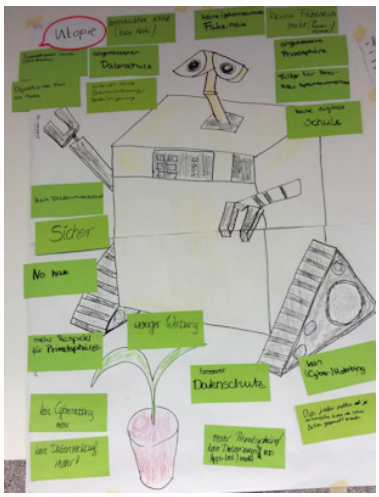
Anschließend werden die Entwürfe der Gesamtgruppe präsentiert und an das Wunscheinhorn angeheftet.

Tipps: Die Zettel während der Vorstellung noch nicht ankleben, damit sich die Aussagen später clustern lassen. Verständnisfragen sind erlaubt - moralische Bewertungen seitens des/der Pädagog*in jedoch zu vermeiden.

REFLEXION

Die Methode bietet vielfältige Anknüpfungspunkte, je nachdem, welche Entwürfe die TN haben. Gespür und Moderationskompetenzen der Leitung sind hier gefragt, da gerade kontroverse Themen für die Gruppe eine hohe Sprengkraft haben können.





(in Anlehnung an Methode NDC 2007 PT A - „Schublade offen!, Am Anfang war das Vorurteil“)

5 5.4 MONTAGSMALER

Montagsmaler
Vom Klischee zur gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit

DAUER	ca. 1 Std.
ZIELGRUPPE	ab 10 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	10 bis 30 TN
MATERIALIEN	A4-Zettel (blanko), Stifte (möglichst dick), Pinnwand oder Tafel, Pinnnadeln oder Magnete, Begriffe Malwettstreit (Anhang 2), A4-Ausdrucke mit Definitionen der Begriffe: Klischee, Vorurteil, Diskriminierung, Rassismus, gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit (Anhang 2), vorbereitete Überschriften auf Karteikarten: Diskriminierungsmerkmal, zugeschriebene Eigenschaft, Folgen für die Betroffenen, Moderationskarten (blanko),

ABLAUF TEIL 1 - MALWETTSTREIT

- TN in 4 Gruppen aufteilen (individuelle Aufteilungsmethode)
- Jede Gruppe bekommt Zettel (A4) und einen schwarzen Stift
- Aufgabe an Gruppe: „Ihr sucht nun eine Person von euch aus, die nach vorne kommt. Dieser Person werde ich einen Begriff zeigen. Der Begriff muss nach dem gegebenen Startsignal möglichst schnell auf einen Zettel gemalt und von den anderen Gruppenmitgliedern erraten werden. Die Gruppe, die zuerst richtig rät, bekommt einen Punkt. Verwendet für jeden Begriff ein neues Blatt!“
  Tipp: Insofern möglich, notiert Teamer*in 2 die Punkte für richtiges Raten an der Tafel.
- Begriffe sind in 4 Kategorien eingeteilt, begonnen wird mit Kategorie 1:
  - Kategorie 1: Blume, Torte, Segelboot, Haus
  - Kategorie 2: Engel, Teufel
  - Kategorie 3: Maler, Fußballer, Ärztin
  - Kategorie 4: Bayer, Punk, Franzose, Russe

ZIEL

TN verstehen die Bedeutung der Begrifflichkeiten Klischee, Vorurteil, Diskriminierung, Rassismus, gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit

KURZBESCHREIBUNG

Zunächst malen und raten die TN in 4 Gruppen in einem kleinen Malwettstreit zu bestimmten Begriffen. In einem Reflexionsschritt werden die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Bilder zu den Begriffen „Bayer“, „Punk“, „Russe“, „Franzose“ herausgearbeitet. Die zu den 4 Begriffen angefertigten Zeichnungen des Malwettstreits bilden die Grundlage für die Reflexion von Klischees. In weiteren Schritten werden die Begriffe Vorurteil, Diskriminierung, Rassismus und gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit behandelt.

- Runde 1: je Gruppe kommt ein TN zu Teamer*in 1, um den ersten Begriff stumm zu lesen. Wenn alle den Begriff verstanden haben, dürfen sie zu ihrer Gruppe zurück. Auf „LOS“ dürfen sie zeichnen.

> Sobald eine Gruppe meint, den richtigen Begriff erraten zu haben, schickt sie ein*n TN zu Teamer*in 2, um den gefundenen Begriff auf Richtigkeit überprüfen zu lassen und die Zeichnung an Teamer*in 2 zu übergeben.

1. Platz = 4 Punkte, 2. Platz = 3 Punkte, 3. Platz = 2 Punkte, 4.Platz = 1 Punkte

- Die entstandenen Bilder der Kategorie 4 werden nach Begriffen sortiert an die Tafel gehangen.

5. 5.4

ABLAUF TEIL 2 - AUSWERTUNG

- Frage an die TN: „Was fällt euch hinsichtlich der Bilder auf?“ (Antwort: ähneln sich sehr)
- Frage an die TN: „Warum ist das so?“ (Antworten: Vereinfachung, Reduzierung auf das Wesentliche)

> Definition Klischee anpinnen

- Frage an die TN: „Wozu dienen Klischees?“ (Antworten: Orientierung, Sicherheit, Zeitgewinn, man weiß worüber man redet... > Klischees sind etwas ganz Normales)

Herleitung von Vorurteilen aus Klischees:

- aus äußeren Merkmalen auf Eigenschaften schließen, ohne die Person zu kennen > Definition Vorurteil anpinnen

Definition Diskriminierung und Abfrage Erfahrungen

- „Wenn Menschen aufgrund von Vorurteilen ausgegrenzt oder benachteiligt werden, dann ist das Diskriminierung.“
  - Kann aus Vorurteilen hervorgehen
  - Nur die Betroffenen selbst haben das Recht über Ausmaß der Diskriminierung zu urteilen
- TN sollen in **anonymer Kartenabfrage** ihre Erfahrungen mit Diskriminierung aufschreiben

Tipps im Umgang mit Moderationskarten:

- Groß und deutlich auf die Karte schreiben
- Nur auf eine Kartenseite schreiben
- Karten im Querformat nutzen
- Nur ein Gedanke pro Karte (max. 7 Wörter auf max. 3 Zeilen)
- Rechtschreibung ist sekundär

- Aufgabe: „**Nenne Beispiele**, in denen du oder jemand aus deinem Umfeld diskriminiert wurdest/wurde!“
  - Karten einsammeln und clustern nach: Diskriminierungsmerkmalen (links auf Pinnwand) und Folgen für Betroffene (rechts auf Pinnwand)
  - Beispiele für Rassismus weiter unten an Pinnwand hängen
- Anschließend weitere Merkmale und Folgen im Plenum sammeln und im Tafelbild ergänzen
- Frage an die TN: „Welche Eigenschaften werden den Betroffenen aufgrund der Merkmale zugeschrieben?“

Tipp: Antworten ausschließlich mündlich sammeln und ausdrücklich nicht anschreiben, um selbige nicht zu reproduzieren > dann das Wort „Vorurteil“ in die Mitte der Clusterung pinnen

- Definition Rassismus
  - Erläutern + Definition anpinnen
  - Hinweis: Unterschied, ob ich wegen Brille gehänselt oder wegen Hautfarbe zusammengeschlagen werde
- Definition „gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit“
  - Rassismus
  - Fremdenfeindlichkeit
  - Antisemitismus
  - Etabliertenvorrechte
  - Sexismus
  - Homophobie
  - Abwertung von Menschen mit Behinderung (Ableismus)
  - Abwertung von Obdachlosen

[10] Vertiefende Informationen finden sich unter: https://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/214192/gruppenbezogene-menschenfeindlichkeit, Seite zuletzt besucht am 04.09.2019

6 METHODENBLOCK HATE SPEECH

6.1 HATE SPEECH-AMPEL

Erfahrungen - Bepunktungsmethode Äußerungen aus der Anonymität holen

DAUER ca. 45 min.
ZIELGRUPPE ab 14 Jahren
GRUPPENGRÖSSE 5 bis 30 TN
MATERIALIEN Video zur Aktion #HEYTWITTER[1], ausgedruckte Hass-Posts (Bitte selbst recherchieren und vorbereiten), Kreppband, reichlich A4-Blätter (blanko), Stifte (möglichst dick), je TN 3 bis 5 rote, gelbe und grüne Klebepunkte, Pinnwand, Pinnnadeln, Moderationskarten mit Begriffen: Homophobie, Sexismus, Fremdenfeindlichkeit, Behindertenfeindlichkeit (Ableismus), Religionsfeindlichkeit

ABLAUF

Zum Einstieg wird das Video zur Aktion #HEYTWITTER des Satirikers Shahak Shapira gezeigt[11], das auf Missstände im Umgang mit Hassäußerungen auf der Plattform Twitter aufmerksam macht. Die Teilnehmenden erhalten anschließend Zeit, auf ihren mitgebrachten Geräten in Sozialen Netzwerken (Instagram, YouTube, Twitter etc.) sowie ggf. auch in eigenen Chats nach Hass-Äußerungen zu suchen. Diese werden auf A4-Zettel geschrieben und überall im Raum verteilt aufgehangen. Auch sinngemäß erinnerte Äußerungen auf Gaming-Plattformen wie TeamSpeak oder Discord können aufgeschrieben werden.

[11] Online verfügbar unter https://www.youtube.com/watch?v=jzMTBINILFU

ZIEL

Die Methode eignet sich als Einstiegsmethode in das Thema Hate Speech und bietet ständige Rückkopplungs- und Anknüpfungspunkte. Individuelle Erfahrungen der Teilnehmenden werden zunächst „aus dem Netz geholt“ und im Raum visualisiert. Anschließend folgt die Arbeit an der persönlichen Haltung mittels moralischer Bewertung und Systematisierung der Hass-Äußerungen.

KURZBESCHREIBUNG

Anknüpfend an eigene Online-Erfahrungen mit problematischen Posts/Äußerungen, werden die Teilnehmenden durch die räumliche Sichtbarmachung derselben für die Wirkung dieser Äußerungen sensibilisiert und lernen diese nach juristischen und eigenen moralischen Maßstäben zu bewerten, welche im Plenum diskutiert und entwickelt werden.

Tipp: Eine Äußerung pro Zettel, sollten Privatpersonen namentlich genannt werden, werden diese anonymisiert.

Anschließend erhalten alle Teilnehmenden je 3 - 5 rote, gelbe und grüne Klebepunkte, mithilfe derer sie den Schweregrad der im Raum hängenden Äußerungen zunächst anhand ihres eigenen Moralkompasses bewerten sollen. Dabei steht Grün für „unschön, muss man aber aushalten“, Gelb für „grenzwertig“ und Rot für „inakzeptabel“.

6. 6.1

REFLEXION

Die Pädagog*innen suchen sich nun kontrovers bepunktete Zettel heraus (idealerweise mit zugleich grünen und roten Punkten) und heften diese vor der Gruppe an eine Pinnwand. Folgende Fragen bieten sich an:

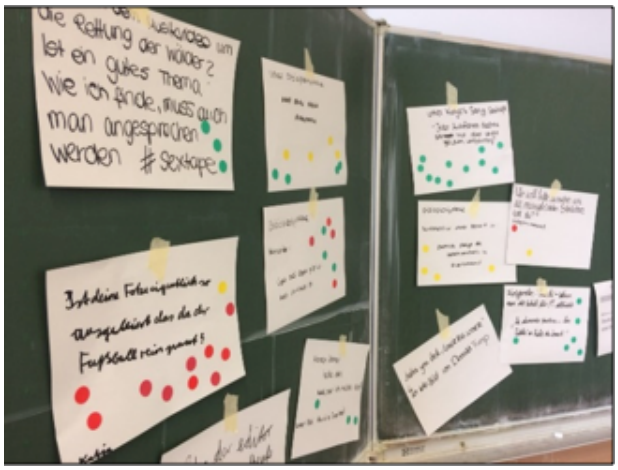
- Was glaubt ihr, was spricht dafür, folgende Aussage [...] mit „muss man aushalten“ (grün) zu bepunkten?
- Was glaubt ihr, was spricht dafür, folgende Aussage [...] mit „inakzeptabel“ (rot) zu bepunkten?

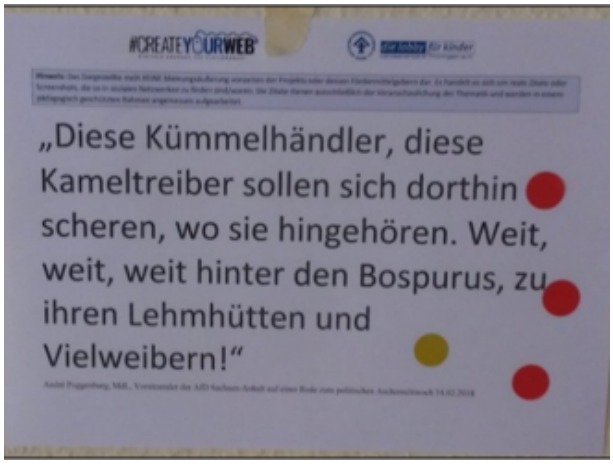
Infolgedessen ergibt sich meist eine sehr fruchtbare Diskussion innerhalb der Gruppe.

Tipp: Es ist wichtig, dass der/die Pädagog*in nicht moralisierend auftritt und Meinungen einzelner Teilnehmer*innen keinesfalls vorführt. Zirkuläre Fragestellungen sind ein wichtiges Instrument.

WEITERE EBENEN/ANKNÜPFUNGSPUNKTE

Das gesammelte Material kann verwendet werden, um anhand konkreter Beispiele Begriffe wie Homophobie, Sexismus, Fremdenfeindlichkeit, Behindertenfeindlichkeit, Religionsfeindlichkeit etc. zu klären. Gewinnbringend ist hier eine Diskussion über die Frage, warum Worte wie „Spast“, „Jude“ oder „Homo“ nicht als Beleidigung genutzt werden sollten. Ebenso bieten sich die Beispiele an, um die strafrechtliche Relevanz der Aussagen zu untersuchen (z.B. die Strafbestände Volksverhetzung, Anstiftung zu Straftaten, Verleumdung, Bedrohung etc.).





6 6.2 KOMMENTIEREN

Counter Speech Kontern will gelernt sein

DAUER	ca. 30 min.
ZIELGRUPPE	ab 14 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	5 bis 30 TN
MATERIALIEN	beschriebene A4-Blätter aus Methode Hate Speech-Ampel (vgl. Kap. 6.1), selbstklebende Notizzettel (idealerweise in Sprechblasen-Form), Stifte, Ausdrucke Anhang 4 und 5

ZIEL

Die Methode knüpft an die Methode „Hate Speech-Ampel“ (vgl. Kap. 6.1) an und soll die Teilnehmenden ermutigen, getreu dem Projektmotto „Digitale Courage ist Zivilcourage“, Hass im Netz etwas entgegenzusetzen. Im Zuge dessen werden unterschiedliche Herangehensweisen zum Umgang mit Hass-Äußerungen sowie potenzielle Vor- und Nachteile der Ansätze für den Einzelnen/die Einzelne besprochen.

KURZBESCHREIBUNG

Die TN suchen sich verschiedene, noch im Raum befindliche, Äußerungen aus und kommentieren diese.

ABLAUF

Zunächst wird, entweder schriftlich [12] in Einzelarbeit oder im Plenum gebrainstormt, auf welche Art und Weise man Hate Speech entgegentreten oder entgegenwirken kann (vgl. Anhang 4, z.B. Ignorieren usw.) und damit keine Plattform geben, Argumentieren/Diskutieren, Betroffene in Schutz nehmen oder Ironisieren). Anschließend werden Vor- und Nachteile der Herangehensweisen diskutiert (z.B. die Gefahr, sich selbst zur Zielscheibe zu machen vor der Signalwirkung gegenüber anderen Usern). Begriffe Counter Speech/Love Speech definieren.

Anschließend werden verschiedenfarbige, selbstklebende Notizzettel bereitgestellt, wobei jeder Farbe eine der Konter-Möglichkeiten zugewiesen wird. Die Teilnehmenden erhalten Zeit, sich Konter auszudenken und diese auf die entsprechende Hassbotschaft zu kleben. Effekt: Der vorher mit Hass-Posts gepflasterte Raum wirkt durch die bunten Zettel nun viel freundlicher.

[12] Ein entsprechendes Arbeitsblatt ist in der Methodensammlung des Projekts enthalten.

6. 6.2

REFLEXION

Folgende Fragen bieten sich zur Diskussion an:

- Welche Antwort war die Beste?
- Welcher Vorschlag zum Umgang mit Hass-Posts ist besonders gut?
- Welche Risiken bestehen für euch als Kommentierende?
- Wie könnt ihr euch schützen, um nicht selbst zur Zielscheibe von Hasskommentaren zu werden?

WEITERE EBENEN/ANKNÜPFUNGSPUNKTE

Zusammen mit der Hate Speech-Ampel sowie einer Auseinandersetzung mit der strafrechtlichen Relevanz der Äußerungen können insgesamt drei verschiedene Herangehensweisen zur Bekämpfung von bzw. Sensibilisierung für Hate Speech bearbeitet werden: moralische Verurteilung, strafrechtliche Verfolgung sowie Counter Speech. Diese Liste kann um weitere Ideen der Teilnehmenden erweitert werden.

6 6.3 DIE MACHT DER ZUSCHAUENDEN

Kissenkampf
Welchen Einfluss haben die Zuschauenden?

DAUER	ca. 15 min.
ZIELGRUPPE	ab 8 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	5 bis 30 TN
MATERIALIEN	2 Kissen oder 2 Schaumstoffschläger

ABLAUF

Vorbereitung:
2 TN aussuchen (Hinweis: Es sollten körperlich ebenbürtige Gegner mit guter Kondition sein.)

Durchführung:
- Teamer*in A geht mit 2 TN raus und erklärt Spielregeln:
  1) nachher, zurück im Raum, sollen die ausgewählten TN mit den Kissen/Schaumstoffschlägern aufeinander einschlagen
  2) zuvor: jeden Schmuck und alle Wertsachen ablegen
  3) STOP bedeutet Stop. Beide TN und die Spielleitung können den Kampf mittels des Signalworts jederzeit unterbrechen
- Teamer*in B bleibt bei restlicher Gruppe
  - Gruppe soll die Kontrahent*innen auf Zeichen hin anfeuern (Zeichen können auch andere sein)
  - Teamer*in B verschränkt Hände hinter Kopf > alle feuern Kämpferl*in X an
  - Teamer*in B verschränkt Arme vor dem Körper >alle feuern Kämpferl*in Y an
  - TeamerIn B steckt Hände in Hosentasche > alle feuern beide an
  - Teamer*in B kratzt sich an der Nase > alle schweigen abrupt
  - Tipp: Die Signale vor Zurückkommen der Kämpfenden ein paar Mal üben.
- die Zuschauenden positionieren sich in einem großen Kreis (jede*r muss die Spielleitung im Blick behalten können)
- Kämpfer*innen werden in Klasse geholt und Kampf beginnt

Auswertung:
Wie ging es euch als Kämpfende?
Wie ging es euch als Zuschauende?
Inwiefern haben die Kämpfenden das verschiedene Verhalten der Zuschauenden mitbekommen und welche Auswirkungen hatte dies?
Welche Eingriffsmöglichkeiten haben Zuschauende/unbeteiligte Dritte auf Konflikte?
Was lässt sich daraus für unser Online-Handeln ableiten?
Welche Formen des virtuellen Applauses gibt es?
Applaus = Klicks/Likes/Kommentare/Herzchen/Flammen/Spenden/Teilen

ZIEL

TN erleben, welchen Einfluss sie als Zuschauende auf einen Konflikt haben und transferieren die Erfahrungen auf ihr Handeln in Online-Sphären.

KURZBESCHREIBUNG

Zwei Teilnehmende tragen einen Schaukampf vor der Gruppe aus. Auf verschiedene Signale der Pädagog*innen hin, wirkt das Publikum auf die Kämpfenden ein und nimmt dadurch Einfluss auf das Geschehen.

In Anlehnung an: Jonas, Boos, Brandstätter (Hrsg.): Zivilcourage trainieren!, Hogrefe Verlag 2007, S. 171

6 6.4 ICH MAG AN DIR

Ich mag an dir
Die Kraft der Komplimente

DAUER	ca. 10 min.
ZIELGRUPPE	ab 8 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	5 bis 30 TN
MATERIALIEN	A5-Zettel mit der Überschrift „Ich mag an dir...“, Kreppband, Stifte (Achtung! Stifte dürfen nicht durchdrücken)

ABLAUF

Die Spielleitung bereitet pro TN einen A5-Zettel „Ich mag an dir...“ vor, welche sich die TN gegenseitig mithilfe des Kreppbands auf ihre Rücken kleben.
Tipp: Bitte vorher Einverständnis der TN einholen, da ggf. Fasern der Kleidung am Kreppband heften bleiben können. Die Teilnehmenden werden mit Stiften ausgestattet und bekommen die Aufgabe im Raum umherzulaufen und auf die Zettel der anderen wertschätzende Worte/Komplimente zu schreiben. Oft hilft ein Appell an die Gruppe, dass sie in Eigenverantwortung darauf achten soll, dass bei jeder Person mindestens 5 Punkte stehen (Dies ist wichtig, um Außenseiterproblematiken zu vermeiden bzw. ihnen aktiv entgegenzuwirken). Die Teilnehmenden werden gebeten sich am Ende der Prozedur wieder in den Stuhlkreis zu setzen. Erst auf ein Signal der Leitung hin, dürfen alle ihre individuellen Nachrichten lesen.

REFLEXION

Die Wirkung ist auf Teilnehmende immer wieder sehr positiv und sorgt für viele lächelnde Gesichter.
Tipp: Da es sich um eine weit verbreitete Methode handelt, kommt es vor, dass sie den TN bereits bekannt ist. Dann lässt sie sich durch Spezifikation anpassen (z.B. Heute fand ich besonders gut an dir...“).

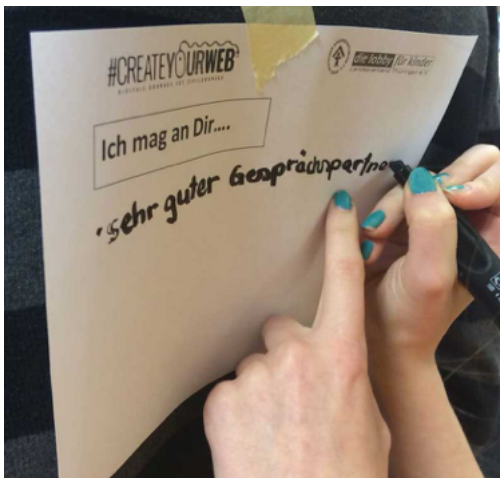
ZIEL

Nach Einheiten mit potenziell schwierigen Situationen für die Gruppe und Einzelne, erfahren alle Teilnehmenden persönliche Wertschätzung durch die Gruppe. Dies verdeutlicht die Kraft der Komplimente auch in Bezug auf Betroffene von Hasspostings.

KURZBESCHREIBUNG

Jede*r Teilnehmer*in bekommt anonym ein individuelles Feedback zu persönlichen Eigenschaften durch die anderen Teilnehmenden.

Mögliche Reflexionsfragen:
- Was denkst du, hat die Methode mit unserem Thema zu tun?
- Wer hat online schon einmal positives Feedback gegeben/bekommen? Wie ging es dir damit?
- Welche anderen Möglichkeiten seht ihr, einem/einer Betroffenen von Angriffen (im Netz wie offline) beizustehen?



6 6.5 SCHNEEBALLSCHLACHT

Schneeballschlacht
Symbolisch den Hass entfernen

DAUER	ca. 5 min.
ZIELGRUPPE	variabel
GRUPPENGRÖSSE	5 bis 30 TN
MATERIALIEN	Kreppband für Spielfeldmarkierungen, abgenommene Zettel der Methoden Kap. 6.1 und 6.2

ABLAUF

Die Teilnehmenden werden in zwei Mannschaften aufgeteilt. Die Spielleitung markiert ein Spielfeld (Mittellinie und klar definierte Außengrenzen). Nun werden alle Hasspostings zusammengeknüllt und auf einen Haufen in der Mitte des Spielfeldes abgelegt.

Spielregeln:

- Gewonnen hat die Mannschaft, auf deren Feld am Ende weniger Papierbälle liegen.
- Es werden 2 Minuten gespielt.
- Während des Spieles, dürfen Bälle, welche auch außerhalb der Markierung liegen, weiter verwendet werden.
- Wichtig: Die Papierbälle werden nicht alle gesammelt und mit dem STOP-Signal auf die andere Seite fallen gelassen.
- Die Papierbälle werden nicht mit dem Fuß gekickt (Verletzungsgefahr für die Spieler*innen, die gerade welche aufheben).
- Bei STOP wird nichts mehr geworfen, sonst gewinnt automatisch die andere Mannschaft.
- Gezählt werden nur die Bälle, die sich innerhalb der jeweiligen Spielfeldhälfte befinden (inkl. auf der Linie liegenden Bällen). Welche Bälle auf der Mittellinie für wen zählen, liegt im Ermessen der Spielleitung.
- Die Verliermannschaft darf den Raum aufräumen (wir appellieren gerne an die Solidarität untereinander und alle räumen gemeinsam auf). > ermöglicht eine Reflexion über Verantwortung und Solidarität.

ZIEL

Zum Abschluss der Methode HateSpeech-Ampel (vgl. Kap. 6.1, 6.2) wird in einer gemeinsamen spielerischen Aktion der Hass entsorgt.

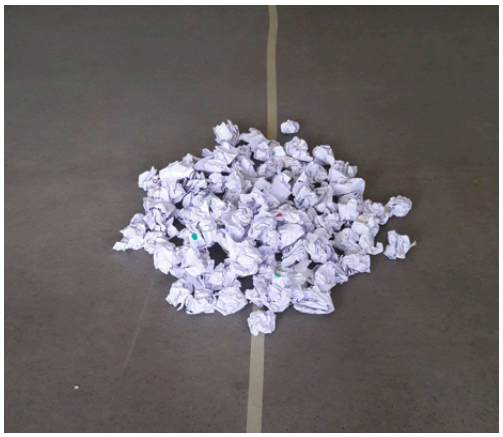
KURZBESCHREIBUNG

Nach vorhergegangener Bearbeitung zum Themenfeld Hate Speech werden alle Zettel zerknüllt und als symbolische Schneebälle in einem Wettkampf zweier Mannschaften eingesetzt. Das Spiel sorgt für Auflockerung und der Raum ist danach aufgeräumt.

REFLEXION

Die Methode bietet sich gut als symbolischer Schlussakt an, weil der physisch greifbare Hass entsorgt wird. Alternativ lässt sich über die Zuweisung von Verantwortung bezüglich Hasspostings diskutieren: Welche Institutionen und Personen sollten sich um die Verhinderung/Beseitigung von Hasspostings kümmern?

Die Methode findet sich auch in anderen pädagogischen Kontexten als „Schneeballschlacht“ in Methodendatenbanken und Büchern.



7 METHODENBLOCK FAKE NEWS

7.1 FILM: SPIEL MIT DEM TOD - SPIEL MIT DEM ZUSCHAUER

Film: Spiel mit dem Tod - Spiel mit dem Zuschauer

Eine Arbeitsgrundlage für das Thema Fake News

DAUER ca. 60 min.
ZIELGRUPPE ab 14 Jahren
GRUPPENGRÖSSE variabel
MATERIALIEN DVD „Spiel mit dem Tod - Spiel mit dem Zuschauer“, Fernseher und DVD-Player oder Laptop, Beamer und Boxen, Moderationskarten, Stifte

EINSATZ UND ZIEL

Beim Film „Spiel mit dem Tod“ handelt es sich scheinbar um eine Dokumentation, die einen jungen Russlanddeutschen zeigt, der nach Russland aufbricht, um an einem illegalen Kriegsspiel mit scharfen Waffen und fragwürdigen Schutzmaßnahmen teilzunehmen. Tatsächlich handelt der Film jedoch von der Macht der Bilder und davon, wie leicht Zuschauer*innen manipuliert werden können. Der Film eignet sich als Einstiegsmethode in das Thema Fake News und beweist den Teilnehmenden eindrucksvoll, dass auch sie von geschickten Fakes hinters Licht geführt werden können. Ziel der Methode ist, Antworten zu erlangen auf die Frage „Warum bin ich bereit etwas zu glauben?“ und zu verstehen, welche Rolle verinnerlichte Stereotype und Vorurteile haben auf die wahrgenommene Glaubwürdigkeit von Sachverhalten. Zudem wird ein Überblick über technische und dramaturgische Manipulationsmöglichkeiten gegeben.

ABLAUF

Wichtig: Die TN dürfen keinesfalls erfahren, dass die Handlung der Dokumentation nicht echt ist und das Thema der Session „Fake News“ lautet. TN, die möglicherweise emotional auf den Gewaltkontext reagieren könnten, vorher beiseitenehmen und aufklären, dass es sich um einen Fake handelt. Sie müssen nicht zusehen, dürfen den anderen TN aber nichts verraten.

... Wie geht es euch mit dem Gesehenen, was hat euch besonders schockiert?
... Was für Menschen spielen bei einem solchen Spiel mit? Wie würdet ihr die Protagonisten beschreiben?
... Glaubt ihr, dass so etwas auch in Deutschland möglich ist?
...Wie wirkten die Drehorte bzw. die Umgebung auf euch?
... Was erfahrt ihr im Film über Russland?

Teamer*innen schreibt Äußerungen der Teilnehmenden auf Moderationskarten mit (insbesondere Aussagen über Russland wie Aussehen der Umgebung, Mentalität sowie vermeintlich „Typisches“).

7 7.1

Anschließend das Ende der „Dokumentation“ ansehen (21:00 - 22:00 min), in dem aufgelöst wird, dass die Handlung gänzlich erfunden ist und sämtliche Charaktere nicht authentisch sind. Teilnehmende fragen:

... Hättet ihr das erwartet? Was hat euch davon überzeugt, dass es sich um eine echte Reportage handelt?

... Der Film wurde in Deutschland, nicht in Russland, gedreht. Was hat euch überzeugt, dass es Russland ist?

... Hättet ihr die Behauptung geglaubt, das Spiel fände in einem Dorf vor Leipzig statt. Unter welchen Bedingungen? Warum nicht?

Erkenntnis formulieren:

Was wir Menschen zutrauen, hängt eng mit unseren Vorurteilen ihnen gegenüber zusammen. Wir suchen nach Reizen, die unsere Vorurteile bestätigen. Auch wenn uns Informationen drastisch und fast schon unrealistisch erscheinen, sind wir bereit, zu glauben, was wir sehen, da es unserer Erwartungshaltung entspricht > Confirmation Bias

Bezüglich des Themas Fake News bedeutet dies:

Das Vorhandensein negativer Einstellungen gegenüber bestimmten Gruppen kann dazu führen, dass Fake News, welche die Gruppe negativ darstellen, eher geglaubt werden.

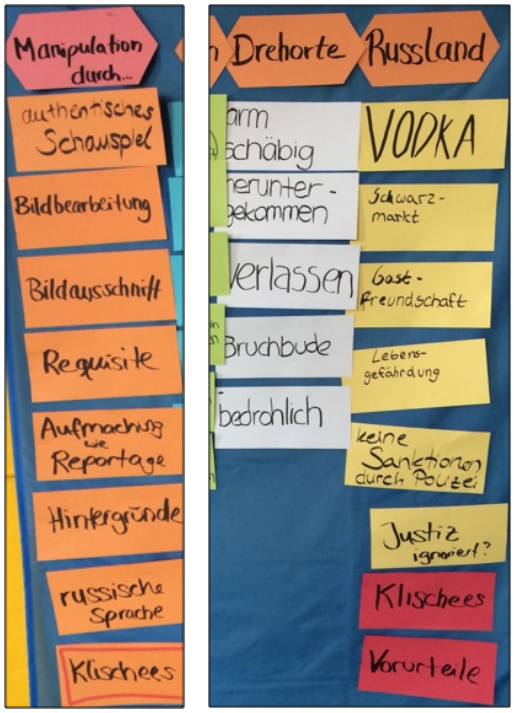
Dramaturgische/technische Manipulationsmöglichkeiten:

Das Ende des Films gibt Aufschluss über alle angewandten Manipulationsmöglichkeiten. Hinweis: Der Film ist aus dem Jahr 2005. Heutzutage ist noch viel mehr möglich (z.B. sog. Deep Fakes[13] oder Programme, die mithilfe von ein paar Minuten Audio-Material die Stimme einer Person imitieren können etc.).

[13] Mithilfe dieser Technik kann das Gesicht einer Person in einem Video auf den Körper einer anderen Person „montiert“ werden, wobei die Täuschung aus allen Perspektiven echt wirkt.

WEITERE EBENEN/ANKNÜPFUNGSPUNKTE

Im Vorfeld des Films bietet sich die Anwendung der Methode „Montagsmaler“ an, wobei die Teilnehmenden u.a. dazu aufgefordert werden sollen, einen „Russen“ zu malen. In den meisten Fällen greifen die Teilnehmenden auf die Darstellung einer Vodka-Flasche oder Fellmütze zurück. Nachdem die Wahrheit über die Reportage enthüllt und über die Verwendung von Stereotypen als Manipulationsmittel gesprochen wurde, können die Montagsmaler-Kunstwerke unterstützend gezeigt werden. Anschließend an die Methode kann eine Definition des Begriffs „Fake News“ erarbeitet werden. Als aktive Anschluss-Übung bietet sich zudem eine Fotorallye (vgl. Kap. 7.2) an: Um die Erkenntnis aus dem Film zu verfestigen, werden die Teilnehmenden aufgefordert, das Seminargebäude/Schulgebäude mittels klug gewählter Motive, Bildausschnitte und Filter wirken zu lassen wie a) eine Bruchbude b) eine Hightech-Bildungseinrichtung c) einen Kindergarten etc. Die Gruppen stellen ihre Bilder vor, der Rest der Teilnehmenden versucht, das „Motto“ zu erraten.



7 7.2 FOTORALLYE

Perpsektivenshooting
Alles eine Frage der Perspektive

DAUER	ca. 20 min.
ZIELGRUPPE	ab 8 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	5 bis 30 TN
MATERIALIEN	Aufgabenkarten (Anhang 7), Fotoapparate/Smartphones/Tablets, Beamer, Visualizer oder Laptop mit entsprechenden Adaptern (z.B. Lightning-Adapter für iOS), um Fotos projizieren zu können

ZIEL

TN erproben spielerisch verschiedene Blickwinkel auf ihre Umgebung (Schulhaus, Jugendeinrichtung...) und erkennen wie viel Gestaltungsmacht der/die Fotograf*in in Bezug auf die Darstellung eines scheinbar objektiven Sachverhalts hat und dass man viele Dinge auch anders betrachten kann.

KURZBESCHREIBUNG

Mittels verschiedener Darstellungsanforderungen sollen die Teilnehmenden Fotos ihrer Umgebung erstellen und dabei je Gruppe einen speziellen Fokus einnehmen. Die anderen Teilnehmenden werden im nächsten Schritt raten, unter welchem Fokus die Bilder entstanden sind.

.

ABLAUF

Die Pädagog*innen erkunden zunächst die nähere räumliche Umgebung und überlegen, wie man die Umgebung noch betrachten kann. Auf Basis dieser Beobachtungen werden die Aufgabenstellungen erarbeitet. Am Beispiel einer Schule sind u.a. folgende Aufgabenstellungen möglich (vgl. Anhang 7).

Nehmt eure Tablets/Smartphones und macht im Schulgebäude oder auf dem ganzen Schulgelände Fotos. Versucht, eure Schule nur anhand der Motive und Bildausschnitte, die ihr auswählt, aussehen zu lassen wie:

a) eine Bruchbude
b) eine Hightech-Bildungseinrichtung
c) einen Kindergarten
d) eine Problemschule
e) ein Museum
f) eine nachhaltige Schule/Schule im Grünen
g) ...

Jede Gruppe bekommt eine Perspektive zugewiesen. Günstig ist es jeweils 5 Fotos erstellen zu lassen. Wichtig ist, dass die anderen nicht die Aufgabenstellungen der anderen Gruppen kennen. In der Regel reichen 15 min fürs Fotografieren aus.

Nutzen die Teilnehmenden ihre eigenen Geräte, so sollten sie bei der Präsentation im Flugmodus arbeitens, da eine Nachricht von Mutti währenddessen schnell peinlich werden kann. Ebenso empfiehlt es sich vor den neuen Fotos ein schwarzes Bild einzufügen, damit niemand private Fotos des Ordners zu sehen bekommt.

Nachdem alle Gruppen wieder beisammen sind, präsentiert die erste Gruppe ihre Ergebnisse und die anderen Gruppen raten das Thema.

Nach der Reflexion bietet sich noch eine kurze Geschichte zum Vorlesen an: „Die Blinden und der Elefant“ (leicht über eine Internetsuche zu finden).

7 7.2

REFLEXION

- Habt ihr heute etwas Neues über eure Umgebung erfahren?
- Was beeinflusst unsere Wahrnehmung im Alltag?
- Sind die einzelnen Bilder gelogen? Was ist nun die Wahrheit über euer Schulhaus/den Jugendclub...?
- Was hat diese Übung mit unserem Thema zu tun?

WEITERE EBENEN/ANKNÜPFUNGSPUNKTE

Im Vorfeld bietet sich ein Exkurs zu Fototechniken, Perspektiven und Filtern an. Auch die Thematisierung von Persönlichkeits- und Urheberrechten bietet sich an.

Wer mit älteren TN etwas tiefer in die Materie eintauchen möchte, kann auch die erkenntnistheoretische Frage stellen, inwiefern Wirklichkeit überhaupt vom Subjekt erkannt werden kann. Ein Exkurs in die Theorie des Konstruktivismus rundet die Sache ab.

7 7.3 FAKES UND FAKE NEWS ERKENNEN

Fakes und Fake News - Eine Guideline [14]

WORAUF ACHTEN?	WAS TUN?
Dein Bauchgefühl	Erscheint dir der Beitrag zu überspitzt, reißerisch, widersprüchlich oder zu emotional, besteht er aus nicht viel mehr als der Schlagzeile, liefert wenige oder keine Hintergrundinfos und dafür viel eigene Meinung? Vertrau deinem Bauchgefühl und überprüfe die Meldung!
Wer berichtet sonst noch so?	Suche in der News-Suche von Google nach der Schlagzeile, Schlagworten oder Teilen des Texts. Haben verschiedene seriöse Quellen über die Meldung berichtet oder taucht die Meldung nur auf anonymen Blogs auf?
Ist eine Quelle angegeben?	Überprüfe, ob überhaupt eine Quelle vermerkt ist. Wenn ja - steht auf der angegebenen Quelle tatsächlich etwas über die Meldung? Das findest du über die Suchfunktion der Seite oder mithilfe von Google heraus: Gib in der Google-Suche z.B. site:spiegel.de Sommerferien ein und du siehst alle Beiträge der Seite mit dem Stichwort „Sommerferien“.
Wer betreibt die Seite?	Check das Impressum der Seite. Werden transparente Angaben gemacht, Kontaktpersonen und Adresse genannt? Oder ist nur ein Postfach angegeben oder sogar gar kein Impressum vorhanden? In dem Fall ist Vorsicht geboten. Etwas Recherchearbeit zeigt dir, ob die Seite als Fake-Seite bekannt ist.
Worüber berichtet die Seite noch?	Insbesondere politische Fake News-Seiten berichten oft nur zu einem ganz bestimmten Thema. Welche Themenschwerpunkte eine „verdächtige“ Seite bedient, erfährst du, indem du bei Google site:beispielseite.de eingibst.

7 7.3

WORAUF ACHTEN?	WAS TUN?
Wie sieht die Web-Adresse aus?	Achte genau auf die URL! Fake-Seiten möchten oft aussehen wie echte Nachrichtenseiten und imitieren diese in ihrem Erscheinungsbild - die URL stimmt jedoch nicht ganz mit der des „echten“ Anbieters überein!
Was haben die Bilder mit der Meldung zu tun?	Oft kommt es vor, dass verwendete Bilder zwar eine reale Situation zeigen, der Text dazu aber erfunden ist oder dass ein korrekter Textinhalt mit einem Bild aus einem anderen Kontext unterlegt wir. Die Rückwärts-Bildersuche von z.B. Google oder TinEye zeigt dir, in welchen anderen Kontexten das Bild auftaucht.
Wird ein Datum angegeben?	Häufig werden alte Nachrichten in neuem Zusammenhang aufgewärmt, obwohl keinerlei Verbindung zwischen den beiden Ereignissen besteht. In der Google-Suche kannst du Nachrichten unter „Tools“ zeitlich sortieren.
Gibt es nützliche Tools?	Kommst du nicht weiter, helfen spezielle Fake News-Suchmaschinen. Bei http://hoaxmap.org/ und http://www.hoaxsearch.com/ kannst du Themen oder Orte eingeben und bekommst entsprechende Fake News angezeigt.

[14] Angelehnt an: https://www.br.de/sogehtmedien/stimmt-das/luegen-erkennen/unterrichtsmaterial-un-wahrheiten-luegen-erkennen-stundenablauf-100.html und https://www.mimikama.at/allgemein/fake-news-erkennen/

[15] Wie bspw. die Online-Auftritte von Tages- oder Wochenzeitungen oder Nachrichtenmagazinen (Tagesschau, Zeit, Spiegel etc.)

[16] So kann bspw. eine Meldung von einem ganz harmlosen Polizeieinsatz mit einem Foto einer lang zurückliegenden Demonstration unterlegt werden.

8 METHODENBLOCK „BIG DATA“

8.1 MEDIENBINGO

Mediennutzungsbingo
Spielerischer Einstieg in das Thema Datenschutz

DAUER	ca. 60 min.
ZIELGRUPPE	ab 12 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	10 bis 30 TN
MATERIALIEN	Ausdruck Bingozettel (Anhang 8), Stifte, Smartphones der TN

ZIEL

Die Methode eignet sich zum Einstieg in das Thema Datenschutz, da die Teilnehmenden feststellen werden, wo ihre persönlichen Grenzen hinsichtlich der Preisgabe von Daten liegen. Zudem dient die Methode der Auflockerung und dem besseren Kennenlernen der Teilnehmenden.

KURZBESCHREIBUNG

Bingo-Spiel über persönliches Datenschutzverhalten der Teilnehmenden.

Finde 2, die einen eigenen YouTube-Kanal haben. 1 ..... 2	Finde 2, die ein eigenes Tablet besitzen. 1 ..... 2	Finde 2, die dir ihr E-Mail-Passwort verraten. 1 ..... 2	Finde 2 Smartphone-Junkies. 1 ..... 2 .....
Finde 2, die mit dir ein Selfie machen. 1 ..... 2	Finde 2, deren Chat-Verlauf du lesen darfst. 1 ..... 2	Finde 2, die nachts ihr Handy ausschalten. 1 ..... 2	Finde 2, die Instagram benutzen. 1 ..... 2 .....
Finde 2, die ihre Privatadresse auf ihrem Social Media-Profil posten. 1 ..... 2	Finde 2, die mehr als 2 Stunden am Tag zocken. 1 ..... 2	Finde 2, die dir erlauben, alle Fotos auf ihrem Handy anzusehen. 1 ..... 2	Finde 2, die dir zeigen, welche Seiten sie im Browser geöffnet haben. 1 ..... 2 .....

8 8.1

ABLAUF

Alle Teilnehmenden erhalten einen Bingo-Zettel. Ziel ist es, anders als beim herkömmlichen Bingo, nicht nur eine Reihe Kästchen abhaken zu können, sondern alle. Hierfür müssen die Teilnehmenden pro Kästchen zwei verschiedene Personen finden, die a) bereit sind, die im Kästchen formulierte Aufgabe sofort auszuführen oder b) auf die die im Kästchen befindliche Aussage zutrifft. Selbstverständlich gelten nur ehrliche Antworten und Unterschriften werden nur dann gesetzt, wenn die Aufgaben tatsächlich ausgeführt wurden.

Die hier blau markierten Kästchen enthalten Aufgabenstellungen, die einen Eingriff in die Privatsphäre der Teilnehmenden erfordern. Der Effekt ist, dass die Teilnehmenden Probleme haben werden, Unterschriften in den entsprechenden Feldern zu sammeln. Im Zuge der Auswertung können gezielt diejenigen, die eine Unterschrift bzw. eine Ausführung der Aufgabe verweigert haben, gefragt werden, aus welchen Gründen sie dies getan haben.

REFLEXION

- Was konntest du am schnellsten ausfüllen? Warum?
- Wo war es besonders schwierig, eine Unterschrift zu bekommen? Was glaubst du woran das lag?
- Was denkst du, könnte man mit den Daten anfangen, in die du Einblick gewährt hast?

WEITERE EBENEN/ANKNÜPFUNGSPUNKTE

An die Methode lässt sich eine Diskussion über die eigenen Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit anregen, ebenso über mögliche negative Folgen der Preisgabe von persönlichen Daten.

8 8.2 BLACK (DATA) STORY

Black Story-Rätsel
Was Einkaufsverhalten über Menschen aussagen kann

In enger Anlehnung an Klicksafe Lehrerhandout: Datenschutz geht zur Schule, S. 33f.

DAUER	ca. 20 min.
ZIELGRUPPE	ab 12 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	5 bis 30 TN
MATERIALIEN	Internetzugang, Laptop, Beamer, URL zur Planet Wissen-Sendung vom 20.12.2018 „Verräterischer Kassenbon“, Ausdruck Verräterisches Einkaufsverhalten (Anhang 9)

ZIEL

Teilnehmende sollen für verräterische Aussagekraft von Daten sensibilisiert werden.

KURZBESCHREIBUNG

„Keine Daten zu erzeugen ist so unmöglich, wie kein Wasser zu nutzen“, Andreas Weigend, ehem. Chefwissenschaftler bei Amazon” (2017)

Die vorliegende Methode zielt darauf ab, der Zielgruppe die wirtschaftliche Verwertbarkeit unserer Daten im Kontext des Targetting näherzubringen. Warum haben Unternehmen Interesse an unseren Daten und was sagen diese über die einzelne Person aus?

ABLAUF

1. Zum Einstieg wird analog zur Klicksafe-Methode „Black Story: Sag mir, was du kaufst und ich sag dir, wer du bist.“ [18] zunächst das Prinzip einer Black Story erläutert.
Das Ende einer Story wird beschrieben und die TN haben die Aufgabe, den Verlauf der Geschichte zu rekonstruieren. Dafür stellen sie geschlossene Fragen, auf die die Spielleitung mit „ja/nein“ antwortet bis die richtige Auflösung gefunden worden ist.

Ende der Black (Data) Story: „Warum hast du mir nicht gesagt, dass du schwanger bist?“, fragt ein Vater seine Tochter.

Lösung: Ein amerikanischer Vater beschwert sich bei einem Kaufhaus über Gutscheine für Schwangerschaftsartikel/ Babyartikel, die seine 16-jährige Tochter per Post geschickt bekommen hatte, ohne zu diesem Zeitpunkt selbst zu wissen, dass sie schwanger war. Der Konzern hatte die Schwangerschaft anhand des (veränderten) Kaufverhaltens des Mädchens ermittelt.
Es empfiehlt sich das dazu passende Video zu zeigen: https://tinyurl.com/y7z7e4kl

Anschließend eignet sich die Methode „Verräterisches Einkaufsverhalten - Dein Kassenzettel zeigt, wer du bist?!“. Dazu werden die TN in Kleingruppen aufgeteilt und bekommen pro Gruppe jeweils 5 fiktive Kassenbons (Anhang 9).

Jede Gruppe soll nun überlegen, was für eine Person hinter dem Bon steckt/ was diese Person tut oder vorhat. TN darauf hinweisen, das Algorithmen/Marketingfirmen genauso arbeiten: nämlich Menschen zu Clustern zuordnen.

[18] .Vgl. Klicksafe Lehrerhandout: Datenschutz geht zur Schule, S. 33f.

8 8.2

REFLEXION

Die Methode kommt ohne tief greifende Reflexion aus; erfahrungsgemäß wird den TN bereits mittels der spielerischen Qualität die Funktionsweise von Targeting bewusst.

Mögliche Fragen:

- Warum ist es für Firmen interessant, derartige Informationen zu haben? (Liquidität, personalisierte Werbung, Weiterverkauf von Daten...)
- Bilden diese Daten die Realität ab?

WEITERE EBENEN/ANKNÜPFUNGSPUNKTE

Problematik der Diskriminierung durch Big Data, z.B. mittels des Planspiels StakeOutLife (Kap. 8.3)

8

8.3 STAKEOUTLIFE - AUF DEM WEG IN DIE BIG DATA DIKTATUR

Spielbeschreibung StakeoutLife

DAUER	ca. 80 min.
ZIELGRUPPE	ab 14 Jahren
GRUPPENGRÖSSE	15 bis 25 TN
MATERIALIEN	siehe Seite 34

SZENARIO

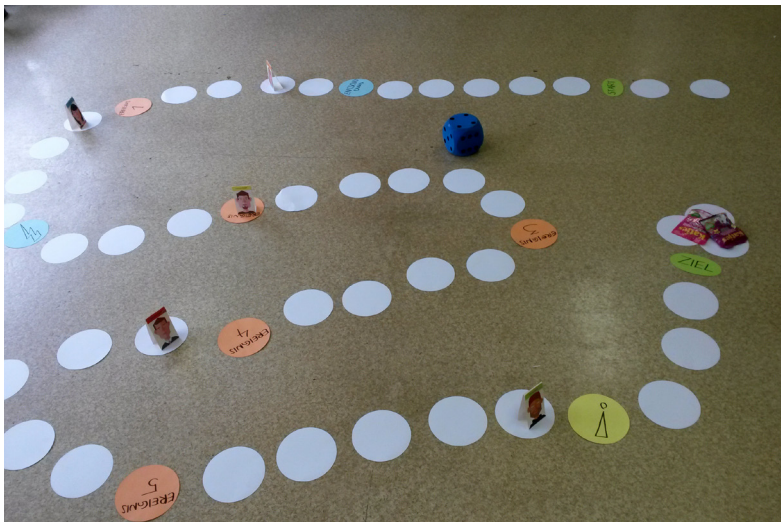
Panetopia 2020. Aufgrund innerpolitischer Streitigkeiten ist die bis dahin regierende große Koalition zerbrochen und es gab Neuwahlen. Die verunsicherten Bürger*innen wählten mit absoluter Mehrheit die neu gegründete Partei DHS (Digitales, Heimat, Sicherheit). Ihre Kernthemen sind Schutz von Heimat und Familie, Null-Toleranz-Strategie gegenüber jeglicher Form von Kriminalität, Förderung einer gesunden Lebensweise sowie Umsetzung einer freien Marktwirtschaft, frei von staatlichen Regulierungen (wozu auch die Abschaffung des Datenschutzes zählt).

ZIEL

TN werden für Aussagekraft und Bedeutung sensibler persönlicher Daten sensibilisiert.

KURZBESCHREIBUNG

Ziel und Inhalt des Spieles ist es, ein Bewusstsein für die Bedeutung des Datenschutzes zu schaffen, sowie die pozentiellen Auswirkungen einer Big Data Diktatur nachvollziehen zu können. Die Spieler*innen sollen dabei unmittelbar anhand ihrer zugewiesenen Charaktere erfahren, welche Folgen die Weitergabe und Verknüpfung von Daten sowohl auf privater, wirtschaftlicher und staatlicher Ebene haben kann. Dabei ist zentral, dass entgegen des Credos „Wer nichts zu verbergen hat, hat auch nichts zu befürchten“, jede*r durch Änderungen innerhalb der gesellschaftlichen Regeln plötzlich doch direkte Nachteile aufgrund der Erhebung personenbezogener Daten haben kann. Jede*r hat potenziell etwas zu verbergen!



8 8.3

AUFGABE

Die Spieler*innen bewegen sich auf einem 40 Felder umfassenden Spielfeld und können durch Würfeln der Augenzahl entsprechend Felder voranrücken. Ziel ist es, sich als gute Bürger*in angepasst zu verhalten, um am gesellschaftlichen Wohlstand teilzuhaben. Unterwegs gibt es diverse Entscheidungs- und Ereignisfelder, welche Einfluss auf den weiteren Spielverlauf haben. Wer als erstes das Ziel erreicht, ist im neuen Gesellschaftssystem voll integriert und hat sich seinen Wohlstand (symbolisch in Form von Süßigkeiten) gesichert.

VORBEREITUNG

- Stuhlkreis mit Platz in der Mitte, um Spielfeld aufzubauen
- 5 Gruppen bilden
- Gruppen einen der Charaktere mit Profil zuweisen
- jeder Gruppe einen Spielstein bzw. die passende Spielfigur zuweisen

ABLAUF

- Aufgabe für Kleingruppen:
  „Stellt eure Figur bitte kurz der Klasse vor! Bitte beachtet folgende Punkte:
  - Welche Punkte gibt es bei eurer Figur, die unbedingt geheim bleiben sollten bzw. zu Schwierigkeiten führen könnten?
  - Was ist das besondere an eurer Figur?
  - Was fällt euch besonders auf?“

- Abhängig vom „Social Score“ der Charaktere (siehe Profilkarten) werden den Gruppen verschiedene Startpositionen zugeschrieben (Reflexionsebene: Diskriminierung durch Algorithmen, bspw. intransparente Schufa, Versicherungen abhängig von Krankengeschichte, Ratingagenturen für Staaten...)

- Warum hat jeder Charakter einen anderen Startpunkt auf dem Spielfeld? „Der Algorithmus hat uns dies auf Basis Ihrer Daten empfohlen. Wie er genau gewichtet, wissen wir leider nicht zu sagen“.

- Reihum wird nun gewürfelt und entsprechende Zahl an Feldern vorgerückt.
  > Ereignisfeld: Aufgabe vorlesen und ausführen (kann für alle TN oder individuell gelten). Entsprechende Videos nach Vorlesen des Ereignisses abspielen, danach Spielschritt ausführen (Felder vor/zurück ausführen).
  > Entscheidungsschwelle: Frage beantworten (gilt profilspezifisch): Gruppe hat 30 Sek. Zeit eine Entscheidung zu fällen (Zeitdruck erzeugen! Zeit am besten laut runterzählen)
  > Leeres Feld: keine Aktion

- Im Laufe des Spiels verschärfen sich die Entwicklungen in Panetopia in Richtung eines totalitären Regimes

- Vorletztes Ereignisfeld: „Aufgrund einer akuten terroristischen Bedrohungslage werden ab sofort alle Ihre Konten miteinander verknüpft und jegliche Bewegungen und Äußerungen im öffentlichen Raum durch Kameras und im Privaten durch smarte Lautsprecher aufgezeichnet und der Regierung zur Verfügung gestellt“
  > Folge: alle Profile haben nun etwas zu verbergen, das nicht der Regierungsdoktrin entspricht und müssen 3 Felder zurück.

- Die letzten 6 Felder beinhalten alle das gleiche finale Ereignis: „Als Reaktion auf die totalen Überwachungsmaßnahmen hat die Hacker-Organisation „Freies Panotopia“ die Regierungsserver gehackt und alle erbeuteten Daten in einer verschlüsselten Datenbank auf einen ausländischen Server hochgeladen. Sie fordert von der Regierung

8 8.3

sofortige Neuwahlen, andernfalls werden diese Daten öffentlich gemacht.“ > Damit hat die Regierung ihr Versprechen - für die Sicherheit der Bürger zu sorgen - nicht eingehalten. Oder? > die Spielenden sollen auf Basis ihrer Spielerfahrungen als Bürgerinitiative Forderungen zum Datenschutz aufstellen.

- Am Ende haben alle gemeinsam gewonnen und dürfen sich die Süßigkeiten teilen.

MÖGLICHE REFLEXIONSFRAGEN

- Wie geht es euch mit dem Spiel?
- Ist das Szenario realistisch? Kennt ihr Parallelen zu aktuellen Szenarien?
- Sind die Hacker in dem Spiel gut oder böse?
- Glaubt ihr, dass man sich immer „gut“ verhalten kann, unabhängig von der herrschenden Gesetzgebung?
- Wie findet ihr ein solches Scoring-System? > Verweis auf aktuelle Entwicklungen in China zum Thema Lernen mittels Eyetracking etc.

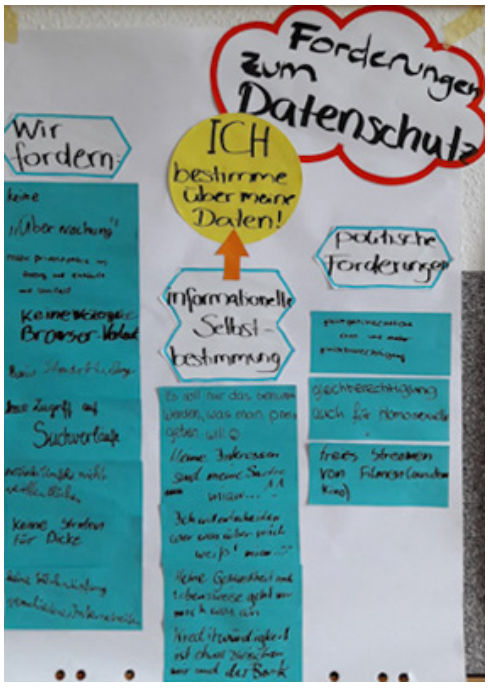
ACHTUNG!

Gerade diese Methode erfordert in der Vorbereitung Recherche zum aktuellen Stand der Thematik. Empfehlenswerte Suchbegriffe sind: scoring, China, social credit system, Big Data Diktatur...
Es ist hilfreich die einzelnen Ereignisse durch das Vorführen kurzer Videosequenzen zu unterfüttern und so den Bezug zur Realität herzustellen. Die Videoclips, mit denen wir gearbeitet haben, finden Sie in Form von tinyurls auf den Ereigniskarten (siehe Anhang 10). Leider können wir nicht garantieren, dass die Clips zum Spielzeitpunkt noch in den Mediatheken zur Verfügung gestellt werden. In diesem Fall ist Fließarbeit ratsam: Im besten Fall finden Sie ein alternatives Video zum jeweiligen Spielereignis im Netz.

SPIELMATERIALIEN [19]

Die Namen der Spielfiguren haben wir mittels eines Zufallsgenerators erstellt. Auch wenn hier nicht die Diversität der Gesellschaft abgebildet ist, so nutzen wir bewusst die so entstandenen Charaktere um keine Vorurteile gegenüber anderen Bevölkerungsgruppen zu unterstützen.

- Spielfeld (gelegt mit Moderationskarten in verschiedenen Farben/Formen, vgl. Anhang 10)
- Schaumstoffwürfel
- Ausdrucke der 5 Charakter-Profile (Anhang 10, jedem TN ist ein Charakter zugewiesen)
- Kurzübersicht Charaktere (Anhang 10)
- 5 Spielsteine ((ggf. Figuren selbst kreieren, vgl. Anhang 10)
- Ereigniskarten (Anhang 10)
- Entscheidungs- und Konsequenzkarten (Anhang 10)
- Beamer, Lautsprecher, Laptop, stabiles Internet
- Links zu den Videos
- Belohnung im Ziel (z.B. Schokolade)



[19] Die Materialien befinden sich im Anhang

ANHANG

ARBEITSMATERIALIEN UND KOPIERVORLAGEN

1 UTOPIEN BRAUCHEN MUT VERWIRKLICHTE UTOPIEN

Einführung des Frauenwahlrechts

Stell dir vor, es sind Wahlen und die Zukunft Deutschlands ist allein abhängig von dem, was die Wähler*innen heute auf ihren Wahlzetteln ankreuzen. Frauen und Männer sind gleichermaßen von allen Entscheidungen der Regierung betroffen - aber nur Männer dürfen wählen gehen, während die Frauen zu Hause bleiben müssen. Kaiser Wilhelm II. (der letzte deutsche Kaiser, 1888 bis 1918) hat nämlich verkündet: „Die Hauptaufgabe der deutschen Frau liegt [...] nicht in dem Erreichen von vermeintlichen Rechten, in denen sie es den Männern gleichtun können, sondern in der stillen Arbeit im Hause und in der Familie. Sie sollen die junge Generation erziehen, vor allen Dingen zum Gehorsam und zum Respekt vor dem Alter.“[20]

Der Weg zum Frauenwahlrecht war lang und es brauchte viele mutige Frauen (und Männer), die sich dafür einsetzten und kämpften - und dafür auch bestraft wurden. 1793 wurde die erste „moderne“ Frauenrechtlerin Olympe de Gourges aufgrund ihres Einsatzes für das Frauenwahlrecht mit dem Tod durch die Guillotine bestraft.

Nach über 150 Jahren Einsatz und Kampf für das gleichberechtigte Wahlrecht konnte die Frauenbewegung nach Ende des 1. Weltkrieges endlich Erfolge feiern: Der Rat der Volksbeauftragten in Berlin kündigte ein neues Wahlrecht an, einhergehend mit Meinungsfreiheit und Religionsfreiheit. Am 19. Januar 1919 fand die erste Wahl in Deutschland statt, bei der „alle mindestens 20 Jahre alten männlichen und weiblichen Personen“ teilnehmen durften.

Quellen:
https://www.lpb-bw.de/12_november.html
https://www.100-jahre-frauenwahlrecht.de/100-jahre-frauenwahlrecht-geschichte/stationen-zum-frauenwahlrecht.html
https://www.youtube.com/watch?time_continue=349&v=RpM9By4nPfs (empfehlenswertes Video)

[20] http://www.bpb.de/lernen/grafstat/grafstat-bundestagswahl-2013/147347/mw-04-05-argumente-fuer-und-gegen-das-frauenwahlrecht, Seite besucht am 29.10.2018

1 UTOPIEN BRAUCHEN MUT VERWIRKLICHTE UTOPIEN

Aufhebung der Rassentrennung in den USA

Stell dir vor, du bist mit deinem besten Freund auf dem Weg ins Kino. Ihr steigt in den Bus ein - und dein Freund, dessen Eltern aus einem afrikanischen Land kommen, der aber genauso wie du in den USA geboren wurde, darf nicht einsteigen. Nach langer Diskussion muss er sich in die letzte Reihe setzen, während du als „Weißer" vorne Platz nehmen musst. Es ist nicht erlaubt, dass ihr nebeneinandersitzt. Als mehrere Weiße einsteigen, muss dein Freund ihnen sogar seinen Platz überlassen und die ganze Fahrt lang im Gang stehen. Am Kino angekommen, wird er nicht reingelassen, du schon. Egal wie viel ihr diskutiert - keine Chance, er darf kein Ticket kaufen. Ihr entscheidet, stattdessen den Nachmittag im Schwimmbad zu verbringen. Dort kommt ihr beide ohne Probleme rein, müsst aber innen feststellen, dass das große Becken nur für weiße Besucher erlaubt ist. Dein Freund muss den ganzen Tag, durch eine fette Trennlinie auf dem Boden optisch von dir getrennt, im winzigen Becken am Rand verbringen.

Obwohl 1856 die Sklaverei in den USA endgültig abgeschafft wurde, sah die herrschende weiße Klasse die schwarzen Mitbürger*innen weiterhin noch als Menschen zweiter Klasse an. Bürgerrechtsaktivist*innen wie Martin Luther King setzen sich jahrelang vehement und trotz großen Widerstandes für die offizielle Aufhebung der Rassentrennung ein. Zahlreiche Protestkundgebungen und einige Aktionen des zivilen Ungehorsams führen schließlich 1964 endlich zur Aufhebung der gesetzlichen Trennung der Rassen in allen öffentlichen Einrichtungen. Präsident Johnson verabschiedet das für die USA wohl wichtigste Bürgerrechtsgesetz. Trotzdem dauert es noch ungefähr 50 Jahre, bis ein schwarzer US-Amerikaner (Barack Obama) Präsident wird.

Quellen:
https://www.deutschlandfunk.de/50-jahre-gleichberechtigung-die-aufhebung-der.724.de.html?dram:article_id=290732
https://de.wikipedia.org/wiki/Chronologie_der_Sklaverei_in_den_Vereinigten_Staaten
https://www.buzzfeed.com/de/gabrielsanchez/i-am-a-man

1 UTOPIEN BRAUCHEN MUT VERWIRKLICHTE UTOPIEN

Abschaffung der Kinderarbeit in Deutschland

11 Stunden harte Arbeit unter Tage, 7 Tage die Woche. Keine Schule, keine Freizeit, keine Zeit zum Treffen von Freund*innen, Entspannen und Lernen. Kannst du dir vorstellen, dass das dein normaler Alltag sein könnte, und zwar schon seit du 7 Jahre alt bist? Vor dem 19. Jahrhundert wurde ein Kind einfach als ein „kleiner Erwachsener“ angesehen und nicht als heranwachsender, schützenswerter und lernender Mensch. Deshalb mussten viele Kinder ab 4 Jahren schon voll mitarbeiten, zum Beispiel auf dem Acker, im Bergbau oder in Fabriken.

1839 wurden die ersten Einschränkungen in der Kinderarbeit durchgesetzt, da man festgestellt hatte, dass frühe und intensive Arbeit einen „kleinen Menschen“ zerstören kann und er dann später nicht mehr als Soldat zu gebrauchen ist. Ab sofort durften Kinder unter 9 Jahren nicht mehr in Fabriken arbeiten. 9- bis 16-Jährige durften außerdem nicht mehr als 10 Stunden am Tag arbeiten, keine Nachtschichten mehr machen und brauchten einen freien Tag die Woche, meistens den Sonntag.

1853 wurde das Mindestalter für Fabrikarbeit auf 12 Jahre angehoben. 1880 gingen fast 100% der deutschen Kinder durch die Einführung der Schulpflicht zur Schule, sodass sie nicht mehr Vollzeit arbeiten konnten.

Erst nach und nach wurde den Erwachsenen bewusst, welche Bedeutung Erziehung, Bildung und Lernen für ein Kind haben. 1904 trat ein Kinderschutzgesetz in Kraft, dass die Beschäftigung von unter 12-Jährigen verbot. Erst 1960 wurde ein Verbot der Kinderarbeit in der Landwirtschaft durchgesetzt.

Quellen:
https://de.wikipedia.org/wiki/Kinderarbeit
https://de.wikipedia.org/wiki/Jugendarbeitsschutzgesetz#Geschichte
http://www.bpb.de/apuz/146095/zur-geschichte-der-kinderarbeit?p=all
https://www.gesetze-im-internet.de/jarbschg/__5.html

1 UTOPIEN BRAUCHEN MUT VERWIRKLICHTE UTOPIEN

Gesetz zur Ächtung von Gewalt in der Erziehung

Dein Vater darf dich schlagen, wenn du dich danebenbenimmst, zu spät kommst oder dein Zimmer nicht aufgeräumt hast. Das rät ihm sogar das Gesetz; erhandelt so, wie es ihm das deutsche Bundesgesetzbuch vorschreibt. Kannst du dir das vorstellen? 1896 wurde ein Gesetz (§1631) verabschiedet, nicht etwa, weil die Züchtigung Tabu sein sollte, sondern aus Gründen der Gleichbehandlung (Wieso darf nur der Vater und nicht auch die Mutter ihr Kind körperlich züchtigen?).

In den 1970ern machten sich verschiedene Initiativen, z.B. der Deutsche Kinderschutzbund, für eine Gesetzesreform stark. Am 2. November 2000 wurde der Paragraph 1631 reformiert, sodass dort nun eindeutig das Recht auf eine gewaltfreie Erziehung festgelegt ist. Du darfst von deinen Eltern also nicht geschlagen werden, das verbietet das Gesetz.

Das Schlagen von Kindern war lange Zeit in den Augen vieler Menschen angemessen, um sie ordentlich erziehen zu können. Diese Meinung ist sogar heute noch manchmal anzutreffen. Mittlerweile ist das Schlagen von Kindern aber eindeutig verboten!

„Kinder haben ein Recht auf gewaltfreie Erziehung. Körperliche Bestrafungen, seelische Verletzungen und andere entwürdigende Maßnahmen sind unzulässig."

Quellen:
http://liga-kind.de/fk-201-peschel-gutzeit/
https://de.wikipedia.org/wiki/K%C3%B6rperstrafe
http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/recht-a-z/23282/zuechtigungsrecht
https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/__1631.html (§1631 Inhalt und Grenzen der Personensorge)

1 UTOPIEN BRAUCHEN MUT VERWIRKLICHTE UTOPIEN

Die Erfindung elektronischer Post

E-Mails, WhatsApp, Skype, Snapchat, Facetime und andere Messenger: Wie viele Wege benutzt du, um über das Internet -online - mit anderen zu kommunizieren? Ein durchschnittliche*r WhatsApp-Nutzer*in versendet pro Tag ungefähr 55 Nachrichten. Und jeden Tag werden weltweit über 280 Milliarden E-Mails verschickt.
Das alles ist nur möglich, weil verschiedene Personen jahrelang an Programmen und Prozessen gearbeitet haben, wie Computernutzer*innen sich gegenseitig Nachrichten schicken können. Vor allem Spezialist*innen und Forscher*innen des MIT (Massachusetts Institute for Technology) setzten sich seit den 1960er Jahren intensiv mit den damaligen Computern und möglichen Kommunikationselementen auseinander.

Dabei hatte der Tech-Spezialist Lawrence Roberts noch 1967 betont, dass er die Wichtigkeit vom Austausch von Botschaften unter den Netzwerkteilnehmern nicht erkennen könnte. Die Wichtigkeit der Vernetzung von verschiedenen Computern (und Nutzer*innen) untereinander war für ihn nicht logisch - vor allem nicht für private, also nicht-wissenschaftliche Zwecke.
Ray Tomlinson schickte schließlich 1971 die weltweit erste Nachricht von einem Computer zum anderen und gilt damit als Erfinder der E-Mail. Die erste E-Mail in Deutschland wurde am 3. August 1984 um 10.14 Uhr von Michael Rotert an der Uni Karlsruhe empfangen. Er benutzte die E-Mail-Adresse rotert@germany, mit der er die Nachricht von einer Kollegin aus den USA erhielt.
Diese Erfindungen, verbunden mit jahrelangen Prozessen und Weiterentwicklungen, sind der Grundstein für die heutige weltweite Vernetzung und für Milliarden an Nachrichten, die wir uns Tag für Tag online hin- und herschicken.

Quellen:
https://www.netz.de/apps/news/whatsapp-in-zahlen-55-000-000-000-nachrichten-pro-tag
https://de.wikipedia.org/wiki/E-Mail

1 UTOPIEN BRAUCHEN MUT VERWIRKLICHTE UTOPIEN

Creative Commons - Bilder, Videos, Audio und Text für alle zur freien Verfügung

Wer kennt das nicht - für einen Vortrag oder ein eigenes Video suchst du nach Bildern. Doch in der normalen Google-Bildersuche sind die meisten Bilder urheberrechtlich geschützt. Über die Sucheinstellung „Tools“ kann man aber seine Bilder nach Lizenz filtern und voila, da sind sie: die Bilder mit der Creative Commons-Lizenz (cc).

Die Idee dahinter? Wissen und kreative Inhalte sollten für alle Menschen frei zugänglich sein und somit auch für alle Menschen nutzbar. Dadurch kann eine jede Person neues schaffen und so zu einer Weiterentwicklung der (digitalen) Gesellschaft beitragen. Sei es Kunst, Wissenschaft oder dein Vortrag in der Schule, mit der cc-Lizenz kannst du auf das Wissen und die Werke anderer aufbauen und eigene neue Werke schaffen, auf die auch andere aufbauen können. Natürlich nur, wenn du auch deine Werke unter diese Lizenz stellst. Dabei kannst du selber wählen, ob deine Werke überhaupt verändert werden dürfen, ob dein Name als Urheber*in genannt werden muss, ob sie kommerziell verwendet werden dürfen etc. Genaueres dazu findest Du ganz leicht mit der Suche nach cc-Lizenzen mit einer Suchmaschine deiner Wahl.

Creative Commons ist eine gemeinnützige Organisation, die 2001 in den USA gegründet wurde.

Quellen:
https://de.creativecommons.org/index.php/was-ist-cc/
http://www.bpb.de/lernen/formate/176204/creative-commons?p=all
https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons

1 UTOPIEN BRAUCHEN MUT VERWIRKLICHTE UTOPIEN

Datenschutzgrundverordnung

Daten sind das Öl des 21. Jahrhunderts. So titeln zumindest viele Zeitungen und wenn man ein bisschen genauer hinsieht und die Geschäftspraktiken von Facebook (wozu Instagram und WhatsApp gehören), Google und Co. anschaut, so wird der immense Wert unserer Daten für diese Unternehmen deutlich. Es gibt verschiedene Initiativen, welche sich für den Datenschutz engagieren und denen die Datenschutzgrundverordnung nicht weit genug geht. Doch immerhin ist Europa damit Vorreiter, was den Datenschutz anbelangt. Seit dem 25. Mai 2018 hat ein jede/r Internetnutzer*in z.B. die Möglichkeit und das Recht Auskunft über die über ihn oder sie gespeicherten Daten zu erlangen und kann deren Löschung beantragen. So könnt ihr z.B. bei Facebook alle über euch gespeicherten Daten anfordern und diese einsehen.

Quellen:
https://de.wikipedia.org/wiki/Datenschutz-Grundverordnung

2 MONTAGSMALER BEGRIFFE MALWETTSTREIT

Die Begriffsvorlagen der Methode Montagsmaler wurden bewusst nicht gegendert, um nachfolgend die Arbeit an Geschlechterrollen-Klischees zu unterstützen.

Blume	**Engel**	**Maler**	**Bayer**
Torte	**Teufel**	**Fußballer**	**Punk**
Segelboot	**Fee**	**Ärztin**	**Franzose**
Haus	**Hexe**	**Polizist**	**Russe**

3 MONTAGSMALER DEFINITIONEN

Die Definitionen auf A4 Blätter kopieren!

Ein **KLISCHEE**
ist eine eingefahrene
Vorstellung
von einer Person
oder Sache.

Wenn von äußeren Merkmalen
von Menschen auf ihre
Eigenschaften geschlossen wird,
ohne sie wirklich zu kennen,
dann ist das ein
VORURTEIL.

Wenn Menschen
aufgrund von Vorurteilen
benachteiligt oder aus-
gegrenzt werden,
dann ist das
DISKRIMINIERUNG.

Wenn Menschen
aufgrund ihrer Hautfarbe,
Nationalität, Herkunft oder
Kultur benachteiligt werden,
dann ist das
RASSISMUS.

Werden Menschen aufgrund der Zugehörigkeit zu einer Gruppe, wel-
che durch Merkmale wie z.B. Geschlecht, Hautfarbe,
Religion, sexuelle Orientierung, Herkunft etc. gekennzeichnet ist,
abgewertet, so spricht man von
GRUPPENBEZOGENER MENSCHENFEINDLICHKEIT.

4 HATE SPEECH-AMPEL DISKRIMINIERUNGSMERKMALE

Projekttag Hate Speech - Diskriminierung im Netz

Sexismus

1. Erarbeitet - gerne mithilfe eurer Smartphones - eine kurze & prägnante Definition des Begriffs „Sexismus“.

2. Aufgrund welcher Merkmale werden Menschen zur Zielscheibe sexistischer Beleidigungen?

3. Was wollen Menschen mit sexistischen Äußerungen gegenüber anderen erreichen?

4. Sucht im Raum 3 - 4 Beispiele für Sexismus. Gibt es Fälle, die ihr nicht eindeutig zuordnen könnt oder die Diskussionen in eurer Gruppe auslösen?

5. Warum sollte „Du Mädchen!“ eine Beleidigung sein?

4 HATE SPEECH-AMPEL DISKRIMINIERUNGSMERKMALE

Projekttag Hate Speech - Diskriminierung im Netz

Homophobie

1. Erarbeitet - gerne mithilfe eurer Smartphones - eine kurze & prägnante Definition des Begriffs „Homophobie“.

2. Aufgrund welcher Merkmale werden Menschen zur Zielscheibe homophober Beleidigungen?

3. Was wollen Menschen mit homophoben Äußerungen gegenüber anderen erreichen?

4. Sucht im Raum 3 - 4 Beispiele für Homophobie. Gibt es Fälle, die ihr nicht eindeutig zuordnen könnt oder die Diskussionen in eurer Gruppe auslösen?

5. Warum sollte „Du Homo!“ eine Beleidigung sein?

4 HATE SPEECH-AMPEL DISKRIMINIERUNGSMERKMALE

Projekttag Hate Speech - Diskriminierung im Netz

Fremdenfeindlichkeit

1. Erarbeitet - gerne mithilfe eurer Smartphones - eine kurze & prägnante Definition des Begriffs „Fremdenfeindlichkeit“.

2. Aufgrund welcher Merkmale werden Menschen zur Zielscheibe fremdenfeindlicher Beleidigungen?

3. Was wollen Menschen mit fremdenfeindlichen Äußerungen gegenüber anderen erreichen?

4. Sucht im Raum 3 - 4 Beispiele für Fremdenfeindlichkeit. Gibt es Fälle, die ihr nicht eindeutig zuordnen könnt oder die Diskussionen in eurer Gruppe auslösen?

5. Warum sollte „Du Pole!“ eine Beleidigung sein?

4 HATE SPEECH-AMPEL DISKRIMINIERUNGSMERKMALE

Projekttag Hate Speech - Diskriminierung im Netz

Religionsfeindlichkeit

1. Erarbeitet - gerne mithilfe eurer Smartphones - eine kurze & prägnante Definition des Begriffs „Religionsfeindlichkeit“.

2. Aufgrund welcher Merkmale werden Menschen zur Zielscheibe religionsfeindlicher Beleidigungen?

3. Was wollen Menschen mit religionsfeindlichen Äußerungen gegenüber anderen erreichen?

4. Sucht im Raum 3 - 4 Beispiele für Religionsfeindlichkeit. Gibt es Fälle, die ihr nicht eindeutig zuordnen könnt oder die Diskussionen in eurer Gruppe auslösen?

5. Warum sollte „Du Jude!“ eine Beleidigung sein?

4 HATE SPEECH-AMPEL DISKRIMINIERUNGSMERKMALE

Projekttag Hate Speech - Diskriminierung im Netz

Behindertenfeindlichkeit/Ableismus

1. Erarbeitet - gerne mithilfe eurer Smartphones - eine kurze & prägnante Definition des Begriffs „Behindertenfeindlichkeit “.

2. Aufgrund welcher Merkmale werden Menschen zur Zielscheibe behindertenfeindlicher Beleidigungen?

3. Was wollen Menschen mit behindertenfeindlichen Äußerungen gegenüber anderen erreichen?

4. Sucht im Raum 3 - 4 Beispiele für Behindertenfeindlichkeit. Gibt es Fälle, die ihr nicht eindeutig zuordnen könnt oder die Diskussionen in eurer Gruppe auslösen?

5. Warum sollte „Du Spast!“ eine Beleidigung sein?

5 HATE SPEECH-AMPEL GESETZE

§185 Beleidigung

„Die Beleidigung wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe und, wenn die Beleidigung mittels einer Tätlichkeit begangen wird, mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft."

§ 186 Üble Nachrede

Wer in Beziehung auf einen anderen eine Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich zu machen oder in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen geeignet ist, wird, wenn nicht diese Tatsache erweislich wahr ist, mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe und, wenn die Tat öffentlich oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3) begangen ist, mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

§ 187 Verleumdung

Wer wider besseres Wissen in Beziehung auf einen anderen eine unwahre Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich zu machen oder in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen oder dessen Kredit zu gefährden geeignet ist, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe und, wenn die Tat öffentlich, in einer Versammlung oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3) begangen ist, mit Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

§ 240 Nötigung

- (1) Wer einen Menschen rechtswidrig mit Gewalt oder durch Drohung mit einem empfindlichen Übel zu einer Handlung, Duldung oder Unterlassung nötigt, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

- (2) Rechtswidrig ist die Tat, wenn die Anwendung der Gewalt oder die Androhung des Übels zu dem angestrebten Zweck als verwerflich anzusehen ist.

- (3) Der Versuch ist strafbar.

- (4) In besonders schweren Fällen ist die Strafe Freiheitsstrafe von sechs Monaten bis zu fünf Jahren. 2Ein besonders schwerer Fall liegt in der Regel vor, wenn der Täter

1. eine Schwangere zum Schwangerschaftsabbruch nötigt oder
2. seine Befugnisse oder seine Stellung als Amtsträger mißbraucht.

Quelle: Strafgesetzbuch, Besonderer Teil (§§80-358):14. Abschnitt - Beleidigung (§§ 185 - 200) 14. Abschnitt - Beleidigung (§§ 185 - 200)

5 HATE SPEECH-AMPEL GESETZE

§ 241 Bedrohung

(1) Wer einen Menschen mit der Begehung eines gegen ihn oder eine ihm nahestehende Person gerichteten Verbrechens bedroht, wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft.

(2) Ebenso wird bestraft, wer wider besseres Wissen einem Menschen vortäuscht, daß die Verwirklichung eines gegen ihn oder eine ihm nahestehende Person gerichteten Verbrechens bevorstehe.

§ 111 Öffentliche Aufforderung zu Straftaten

(1) Wer öffentlich, in einer Versammlung oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3) zu einer rechtswidrigen Tat auffordert, wird wie ein Anstifter (§ 26) bestraft.

(2) Bleibt die Aufforderung ohne Erfolg, so ist die Strafe Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder Geldstrafe. Die Strafe darf nicht schwerer sein als die, die für den Fall angedroht ist, dass die Aufforderung Erfolg hat (Absatz 1); § 49 Abs. 1 Nr. 2 ist anzuwenden.

Quelle: Strafgesetzbuch, Besonderer Teil (§§80-358):14. Abschnitt - Beleidigung (§§ 185 - 200) 14. Abschnitt - Beleidigung (§§ 185 - 200
Quelle: Strafgesetzbuch, Besonderer Teil (§§80-358), 6. Abschnitt - Widerstand gegen die Staatsgewalt (§§ 110 - 122)

5 HATE SPEECH-AMPEL GESETZE

§ 130 Volksverhetzung

(1)
Wer in einer Weise, die geeignet ist, den öffentlichen Frieden zu stören,

1. gegen eine nationale, rassische, religiöse oder durch ihre ethnische Herkunft bestimmte Gruppe, gegen Teile der Bevölkerung oder gegen einen Einzelnen wegen seiner Zugehörigkeit zu einer vorbezeichneten Gruppe oder zu einem Teil der Bevölkerung zum Hass aufstachelt, zu Gewalt- oder Willkürmaßnahmen auffordert oder

2. die Menschenwürde anderer dadurch angreift, dass er eine vorbezeichnete Gruppe, Teile der Bevölkerung oder einen Einzelnen wegen seiner Zugehörigkeit zu einer vorbezeichneten Gruppe oder zu einem Teil der Bevölkerung beschimpft, böswillig verächtlich macht oder verleumdet,

wird mit Freiheitsstrafe von drei Monaten bis zu fünf Jahren bestraft.

(2)
Mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer

1. eine Schrift (§ 11 Absatz 3) verbreitet oder der Öffentlichkeit zugänglich macht oder einer Person unter achtzehn Jahren eine Schrift (§ 11 Absatz 3) anbietet, überlässt oder zugänglich macht, die

a) zum Hass gegen eine in Absatz 1 Nummer 1 bezeichnete Gruppe, gegen Teile der Bevölkerung oder gegen einen Einzelnen wegen seiner Zugehörigkeit zu einer in Absatz 1 Nummer 1 bezeichneten Gruppe oder zu einem Teil der Bevölkerung aufstachelt,

b) zu Gewalt- oder Willkürmaßnahmen gegen in Buchstabe a genannte Personen oder Personenmehrheiten auffordert oder

c) die Menschenwürde von in Buchstabe a genannten Personen oder Personenmehrheiten dadurch angreift, dass diese beschimpft, böswillig verächtlich gemacht oder verleumdet werden,

2. einen in Nummer 1 Buchstabe a bis c bezeichneten Inhalt mittels Rundfunk oder Telemedien einer Person unter achtzehn Jahren oder der Öffentlichkeit zugänglich macht oder

(Quelle: Strafgesetzbuch, Besonderer Teil (§§80-358), 7. Abschnitt - Straftaten gegen die öffentliche Ordnung (§§ 123 - 145d)

5 HATE SPEECH-AMPEL GESETZE

§ 130 Volksverhetzung

(2) 3. eine Schrift (§ 11 Absatz 3) des in Nummer 1 Buchstabe a bis c bezeichneten Inhalts herstellt, bezieht, liefert, vorrätig hält, anbietet, bewirbt oder es unternimmt, diese Schrift ein- oder auszuführen, um sie oder aus ihr gewonnene Stücke im Sinne der Nummer 1 oder Nummer 2 zu verwenden oder einer anderen Person eine solche Verwendung zu ermöglichen.

(3) (3) Mit Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer eine unter der Herrschaft des Nationalsozialismus begangene Handlung der in § 6 Abs. 1 des Völkerstrafgesetzbuches bezeichneten Art in einer Weise, die geeignet ist, den öffentlichen Frieden zu stören, öffentlich

(4) oder in einer Versammlung billigt, leugnet oder verharmlost.

(4) Mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer öffentlich oder in einer Versammlung den öffentlichen Frieden in einer

(5) die Würde der Opfer verletzenden Weise dadurch stört, dass er die nationalsozialistische Gewalt- und Willkürherrschaft billigt, verherrlicht oder rechtfertigt.

(5) 1Absatz 2 Nummer 1 und 3 gilt auch für eine Schrift (§ 11 Absatz 3) des

(6) in den Absätzen 3 und 4 bezeichneten Inhalts. 2Nach Absatz 2 Nummer 2 wird auch bestraft, wer einen in den Absätzen 3 und 4 bezeichneten Inhalt mittels Rundfunk oder Telemedien einer Person unter achtzehn Jahren

(7) oder der Öffentlichkeit zugänglich macht.

(6) In den Fällen des Absatzes 2 Nummer 1 und 2, auch in Verbindung mit Absatz 5, ist der Versuch strafbar.

(7) In den Fällen des Absatzes 2, auch in Verbindung mit Absatz 5, und in den Fällen der Absätze 3 und 4 gilt § 86 Abs. 3 entsprechend.

(Quelle: Strafgesetzbuch, Besonderer Teil (§§80-358), 7. Abschnitt - Straftaten gegen die öffentliche Ordnung (§§ 123 - 145d)

6 KOMMENTIEREN KONTERN WILL GELERNT SEIN

Was kannst du tun? Umgang mit Hate Speech und Cybermobbing

IGNORIEREN

Du schaust weg und unternimmst gar nichts.

Vorteile: .....

.....

Nachteile: .....

.....

AN DIE MODERATION/DEN BETREIBER WENDEN

Du versuchst, beleidigendes Verhalten zu melden/löschen zu lassen.

Vorteile: .....

.....

Nachteile: .....

.....

DISKUTIEREN

Du sprichst Personen online direkt an, stellst Nachfragen und Gegenmeinungen klar.

Vorteile: .....

.....

Nachteile: .....

.....

6 KOMMENTIEREN KONTERN WILL GELERNT SEIN

Was kannst du tun? Umgang mit Hate Speech und Cybermobbing

IRONISIEREN

Du nimmst mithilfe von Humor und Witzen die Schärfe aus Diskussionen.

Vorteile: .....

.....

Nachteile: .....

.....

OPFER IN SCHUTZ NEHMEN

Du stellst Dich auf die Seite der/der Opfer der Beleidigungen.

Vorteile: .....

.....

Nachteile: .....

.....

7 FOTORALLYE PERSPEKTIVENWECHSEL

Perspektiven-Shooting

Nehmt eure Tablets und macht im Schulgebäude oder auf dem ganzen Schulgelände Fotos. Versucht, eure Schule nur anhand der Motive und Bildausschnitte, die ihr auswählt, aussehen zu lassen wie eine

BRUCHBUDE.

Denkt daran: Ihr als Fotografen und Fotografinnen könnt entscheiden, was ihr dem Betrachter eurer Fotos zeigen wollt, um den gewünschten Eindruck zu erwecken.

Ihr braucht am Ende ungefähr 3 bis 5 Fotos. Ihr habt 15 Minuten Zeit.

Wichtig: Verratet den anderen Gruppen **nicht**, was eure Aufgabe ist!

Perspektiven-Shooting

Nehmt eure Tablets und macht im Schulgebäude oder auf dem ganzen Schulgelände Fotos. Versucht, eure Schule nur anhand der Motive und Bildausschnitte, die ihr auswählt, aussehen zu lassen wie ein

MUSEUM.

Denkt daran: Ihr als Fotografen und Fotografinnen könnt entscheiden, was ihr dem Betrachter eurer Fotos zeigen wollt, um den gewünschten Eindruck zu erwecken.

Ihr braucht am Ende ungefähr 3 bis 5 Fotos. Ihr habt 15 Minuten Zeit.

Wichtig: Verratet den anderen Gruppen **nicht**, was eure Aufgabe ist!

Perspektiven-Shooting

Nehmt eure Tablets und macht im Schulgebäude oder auf dem ganzen Schulgelände Fotos. Versucht, eure Schule nur anhand der Motive und Bildausschnitte, die ihr auswählt, aussehen zu lassen wie eine

BRENNPUNKT-SCHULE.

Denkt daran: Ihr als Fotografen und Fotografinnen könnt entscheiden, was ihr dem Betrachter eurer Fotos zeigen wollt, um den gewünschten Eindruck zu erwecken.

Ihr braucht am Ende ungefähr 3 bis 5 Fotos. Ihr habt 15 Minuten Zeit.

Wichtig: Verratet den anderen Gruppen **nicht**, was eure Aufgabe ist!

Perspektiven-Shooting

Nehmt eure Tablets und macht im Schulgebäude oder auf dem ganzen Schulgelände Fotos. Versucht, eure Schule nur anhand der Motive und Bildausschnitte, die ihr auswählt, aussehen zu lassen wie ein

SCHULE „IM GRÜNEN“.

Denkt daran: Ihr als Fotografen und Fotografinnen könnt entscheiden, was ihr dem Betrachter eurer Fotos zeigen wollt, um den gewünschten Eindruck zu erwecken.

Ihr braucht am Ende ungefähr 3 bis 5 Fotos. Ihr habt 15 Minuten Zeit.

Wichtig: Verratet den anderen Gruppen **nicht**, was eure Aufgabe ist!

8 MEDIENBINGO

Versuche, jeweils 2 Personen zu finden, die bereit sind, die in den Kästchen stehenden Fragen zu beantworten bzw. die in den Kästchen stehenden Aufgaben sofort auszuführen. Hast du jemanden gefunden, lass sie oder ihn auf deinem Bingo-Zettel unterschreiben. Befrage mindestens 10 verschiedene Personen.

Finde 2, die einen eigenen YouTube-Kanal haben. 1 ..... 2	Finde 2, die ein eigenes Tablet besitzen. 1 ..... 2	Finde 2, die dir ihr E-Mail-Passwort verraten. 1 ..... 2	Finde 2 Smartphone-Junkies. 1 ..... 2 .....
Finde 2, die mit dir ein Selfie machen. 1 ..... 2	Finde 2, deren Chat-Verlauf du lesen darfst. 1 ..... 2	Finde 2, die nachts ihr Handy ausschalten. 1 ..... 2	Finde 2, die Instagram benutzen. 1 ..... 2 .....
Finde 2, die ihre Privatadresse auf ihrem Social Media-Profil posten. 1 ..... 2	Finde 2, die mehr als 2 Stunden am Tag zocken. 1 ..... 2	Finde 2, die dir erlauben, alle Fotos auf ihrem Handy anzusehen. 1 ..... 2	Finde 2, die dir zeigen, welche Seiten sie im Browser geöffnet haben. 1 ..... 2 .....

Du hast 10 Minuten Zeit. Wenn du pro Kästchen 2 verschiedene Unterschriften hast, rufe laut „BINGO!“.

9 BLACK (DATA) STORY VERRÄTERISCHES EINKAUFSVERHALTEN

EINKAUF IM SUPERMARKT

Verräterisches Einkaufsverhalten

> Fencheltee
> Salzstangen
> Pesto
> Zwieback
> Zeitschrift
> DVD „Ein ganzes halbes Jahr“

Versucht, anhand der gegebenen Informationen eine möglichst genaue Beschreibung der Person zu erstellen. (z.B. Geschlecht, Alter, Lebenssituation, Vorhaben...)

EINKAUF IM SUPERMARKT

Verräterisches Einkaufsverhalten

> Axe Bodyspray
> Snickers
> Durex Kondome
> Kaugummis
> Dose Fanta
> Haarwachs

Versucht, anhand der gegebenen Informationen eine möglichst genaue Beschreibung der Person zu erstellen. (z.B. Geschlecht, Alter, Lebenssituation, Vorhaben...)

EINKAUF IM SUPERMARKT

Verräterisches Einkaufsverhalten

> Stemmeisen
> Batterien
> Stoffhandschuhe
> Schwarze Arbeitshosen
> Glasschneider
> Mundschutz

Versucht, anhand der gegebenen Informationen eine möglichst genaue Beschreibung der Person zu erstellen. (z.B. Geschlecht, Alter, Lebenssituation, Vorhaben...)

EINKAUF IM SUPERMARKT

Verräterisches Einkaufsverhalten

> LED Lichterkette
> Buch „Backpacking - Überleben ohne Geld“
> The North Face Trekking Rucksack
> Urinella „PipiLotta“
> Nikon Coolpix B500 Kamera
> Mandala-Wandbehang

Versucht, anhand der gegebenen Informationen eine möglichst genaue Beschreibung der Person zu erstellen. (z.B. Geschlecht, Alter, Lebenssituation, Vorhaben...)

EINKAUF IM SUPERMARKT

Verräterisches Einkaufsverhalten

> Busfahrplan-App
> WhatsApp
> Apotheken-Umschau-App
> Fressnapf Tierfutterlieferung
> Gedächtnistrainings-App
> Bildschirmlupe

Versucht, anhand der gegebenen Informationen eine möglichst genaue Beschreibung der Person zu erstellen. (z.B. Geschlecht, Alter, Lebenssituation, Vorhaben...)

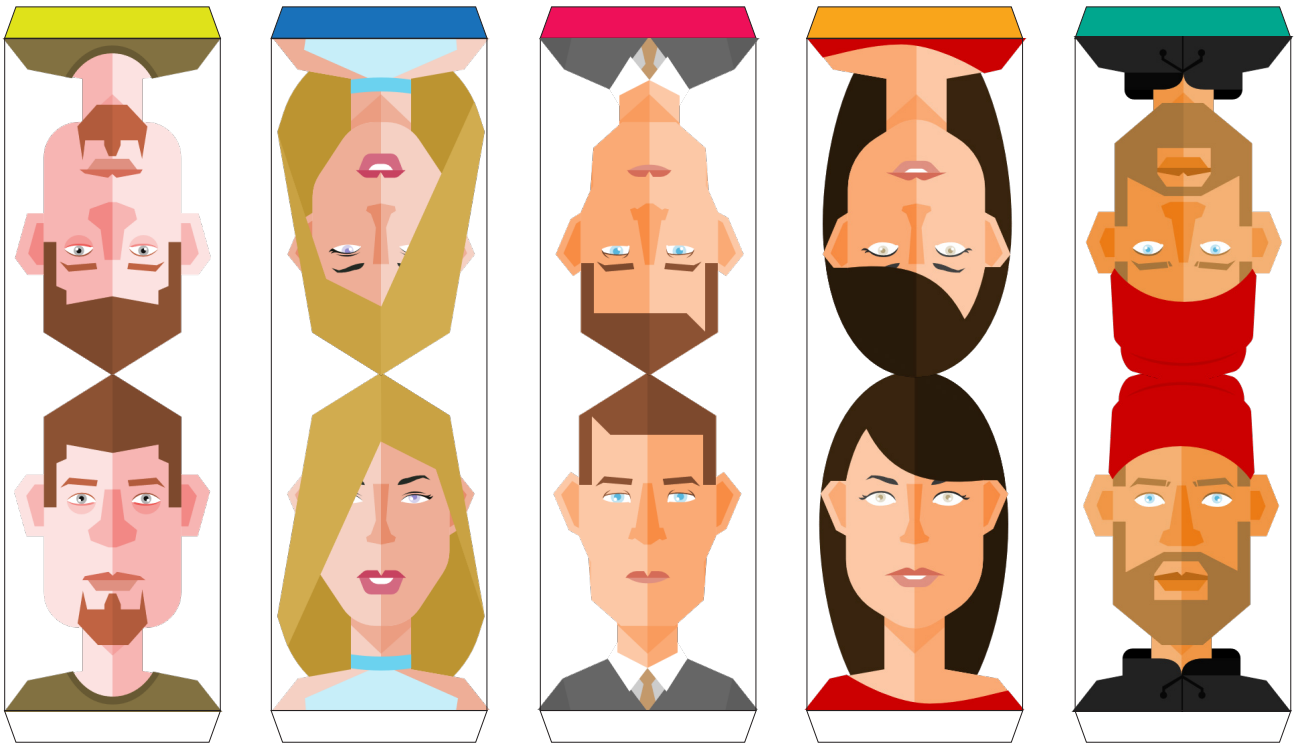
EINKAUF IM SUPERMARKT

Verräterisches Einkaufsverhalten

Versucht, anhand der gegebenen Informationen eine möglichst genaue Beschreibung der Person zu erstellen. (z.B. Geschlecht, Alter, Lebenssituation, Vorhaben...)

10 StakeOutLife SPIELFIGUREN

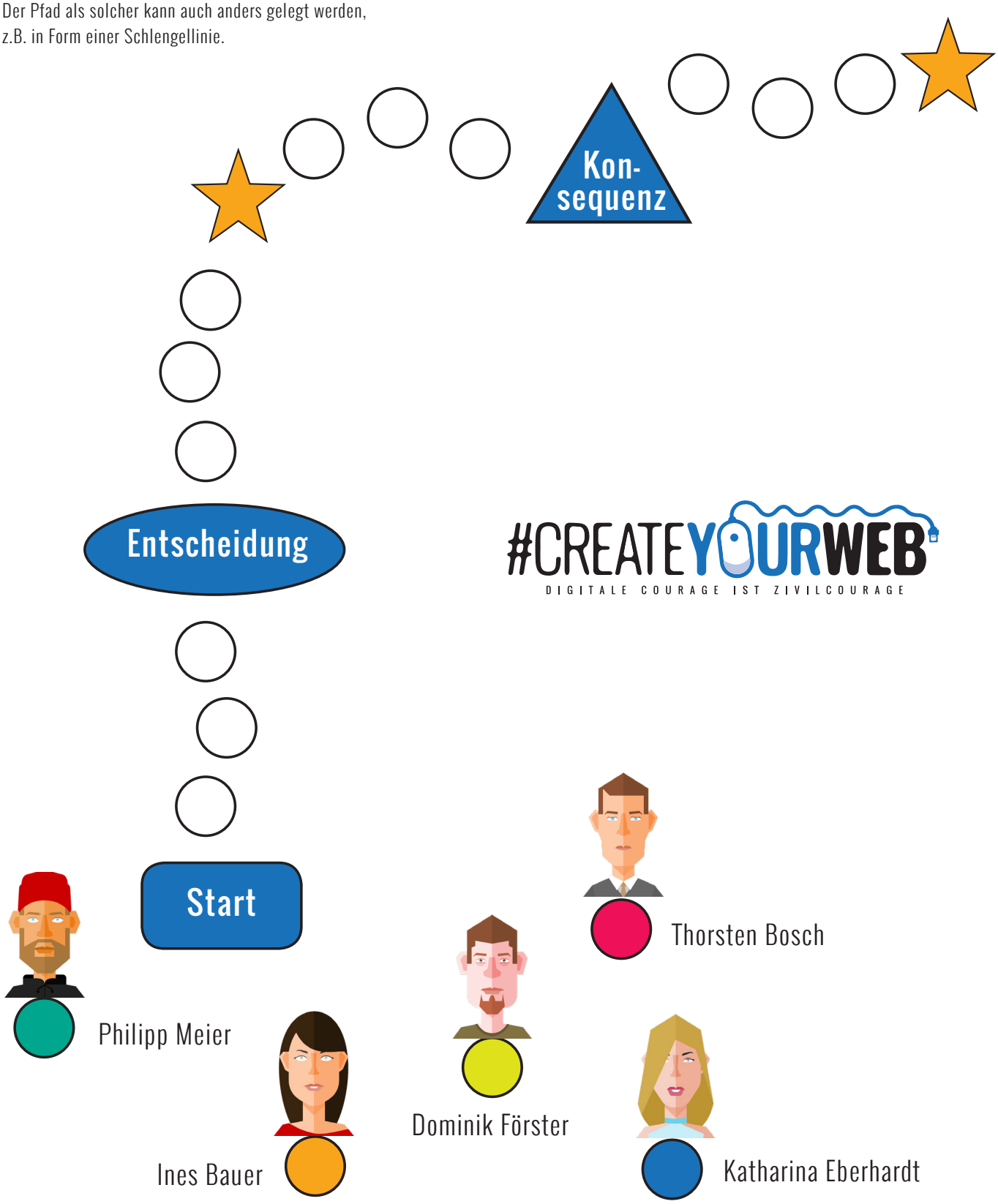
Kreiert mithilfe der dargestellten Avatare XXL-Spielfiguren für euer StakeOutLife-Spielexemplar.
Das Spiel beginnt auf der nächsten Seite.



Dominik | Katharina | Thorsten | Ines | Philipp

10 StakeOutLife SPIELPLAN

Anmerkung: Es ist wichtig, dass die Symbole in der vorgegebenen Reihenfolge auf dem Fußboden liegen. Der Pfad als solcher kann auch anders gelegt werden, z.B. in Form einer Schlengellinie.



10 StakeOutLife SPIELPLAN

10 StakeOutLife KURZÜBERSICHT

Name	**Dominik Förster**, 41 Jahre	**Katharina Eberhardt**, 24 Jahre	**Ines Bauer**, 29 Jahre
Kurzberschreibung	zehngeschossiger Wohnblock; zum dritten Mal verheiratet, hat 4 Kinder von 4 Partnerinnen; die Hälfte des Einkommens an Exfrauen; trifft sich mehrmals die Woche am Abend in der Kneipe mit Kumpels; viel Fast Food; schaut sich am liebsten die neuesten Kinofile im Internet an	am Rande eines Gewerbegebiets in einem 4-geschossigen Backsteinhaus; Single; keine Kinder; meistens mit ihren Mädels unterwegs; Beauty-You-Tube-Kanal Zigaretten; gibt viel Geld für Mode und Beautyprodukte aus; Konto im Minus;	schöne große Altbauwohnung in einem aufkommenden Szeneviertel einer Großstadt; führt eine Fernbeziehung mit einer langjährigen Lebensgefährtin; keine Kinder; Freundeskreis: einige sind in kleinkriminelle Geschäfte verwickelt; öfter mal Fertiggerichte und Fast Food; raucht häufig mal einen Joint-Zubehör dafür online bestellt anspruchsvoller und anstrengender Job; verdient sehr gut
Scoring	600	620	750
Wohngegend			
Familie & Umfeld			
Interessen			
Gesundheit			
Kreditwürdigkeit			
Entscheidungen	Browserupdate, Datenschutz	Umfrage und Zugriff ohne Shopping	Rabatte durch Verknüpfung von Shopping und Social Media
Ja	2 Felder vor > 3 Felder zurück	3 Felder vor > 3 Felder zurück	2 Felder vor > 3 Felder zurück
Nein	1 Feld zurück	2 Felder zurück	1 Feld zurück

10 StakeOutLife KURZÜBERSICHT

	Philipp Meier, 34 Jahre	**Thorsten Bosch**, 37 Jahre
	mit Jugendliebe zusammen; 3 kleine Kinder in einem Einfamilienhaus ; muss noch abbezahlt werden; führt einen anonymen regierungskritischen Blog zu aktuellen politischen Themen; klettern - ganz ohne Sicherung	Neubauvilla; verheiratet; 2 Kinder; seit 2 Jahren eine Affäre segeln; joggen; Ski fahren; ernährt sich gesund; sehr hohes Einkommen
	800	1050
	Blog mit Social Media-Profil	Kauf einer Fitnesswatch
	2 Felder vor > 3 Felder zurück	2 Felder vor > 5 Felder zurück
	1 Runde aussetzen	1 Runde aussetzen

Dominik Förster

Katharina Eberhardt

Ines Bauer

Philipp Meier

Thorsten Bosch

Grün = Super Score. Vorbildliches Verhalten des/der Bürger*in, findet die DHS-Regierung.

Gelb = Mittelmäßiger Score. Verhalten des/der Bürger*in sollte sich noch mehr orientieren an den Gesetzen und Vorstellungen der DHS-Regierung. Es besteht Verbesserungsbedarf!

Rot = Schlechter Score. Nicht akzeptables Verhalten des/der Bürger*in, urteilt die DHS-Regierung.

10 StakeOutLife PROFIL

Dominik Förster, 41 Jahre

„Ich wohne in einer gemütlichen Wohnung in einem zehngeschossigen Wohnblock. Hier ist es abends zwar häufig laut – ein paar Prügeleien, nichts Wildes – aber viele meiner Nachbarn sind nett und meistens zuhause. In meinem Privatleben ging es bisher turbulent her: Ich bin zum 3. Mal verheiratet und habe 4 Kinder von 4 Partnerinnen. Deshalb geht auch die Hälfte meines Einkommens an meine Exfrauen. Dafür kann ich mich auf meine Kumpels von der Arbeit und die Jungs in der Kneipe um die Ecke verlassen, mit ihnen treffe ich mich mehrmals die Woche am Abend in der Kneipe. Einige Kollegen haben vorgeschlagen, mal Fußball spielen zu gehen – dafür bin ich aber zu schlecht in Form. Liegt bestimmt am vielen Fast Food. Macht nix, in meiner Freizeit schaue ich mir sowieso am liebsten die neusten Kinofilme im Internet an."

SOCIAL SCORE: 600

Wohngegend (Informationen werden bezogen über Einwohnermeldeamt, Kriminalitäts- und Arbeitslosigkeitsstatistiken etc.)	Blockwohnung in Viertel mit hoher Arbeitslosigkeitsrate und hoher Kriminalitätsrate
Familie & Soziales Umfeld (Informationen werden bezogen über Metadaten (z.B. WhatsApp), Soziale Netzwerke, Einwohnermeldeamt)	3 mal verheiratet, 4 Kinder von 4 verschiedenen Partnerinnen, häufiger Kontakt zu Arbeitskollegen und Kneipenfreunden
Interessen & Hobbies (Informationen werden bezogen über Browserverlauf, [Online-]Einkaufsverhalten, Soziale Netzwerke etc.)	Häufiges illegales Streaming aktueller Kinofilme
Gesundheit & Lebensweise (Informationen werden bezogen über Krankenkassen, Payback-Karte, Social Media, Fitness-Tracker etc.)	Ungesunde Ernährung und wenig Bewegung
Kreditwürdigkeit (Informationen werden bezogen über Bankdaten, Schufa [Rechnungen], [Online]-Shoppingverhalten etc.)	Durchschnittliches Monatseinkommen (2.000€ netto), davon muss knapp die Hälfte an Unterhalt abgegeben werden

10 StakeOutLife ENTSCHEIDUNGS- UND KONSEQUENZKARTEN

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Entscheidungskarte Dominik Förster

Dein Browser erfordert ein Update. Nachdem Du ungeduldig gewartet hast – Du musst gleich los zur Arbeit – ist das Update endlich abgeschlossen und erfordert das Bestätigen der erneuerten Nutzungs- und Datenschutzbestimmungen. Gibst Du Deine Zustimmung, ohne die 20 Seiten durchzulesen, oder kommst Du zu spät zur Arbeit, um alles durchzulesen und dann zu entscheiden?

Ja/Nein?

(bei einfach zustimmen: Du hast Zeit gespart und kommst pünktlich!
2 Felder vor, bei durchlesen: sofort 1 Runde aussetzen)

[Streamt häufig illegal Filme, Quelle: Browserverlauf]

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Konsequenz Dominik Förster

Du hast Dich entschiedenen, die Zeit zu sparen und einfach auf „Zustimmen“ zu klicken. Dabei hast Du leider überlesen, dass deine Nutzungsstatistiken ab sofort auch ohne begründeten Verdacht an Behörden und Staatsanwaltschaft weitergegeben werden dürfen. Du streamst regelmäßig illegal Filme – und wirst abgemahnt!

Rücke 3 Felder zurück.

10 StakeOutLife PROFIL

Ines Bauer, 29 Jahre

„Ich wohne in einer schönen, großen Altbau-Wohnung in einem aufkommenden Szeneviertel einer Großstadt und führe eine Fernbeziehung mit meiner langjährigen Lebensgefährtin. Ich habe keine Kinder, dafür aber einen großen Freundeskreis – viele von Ihnen kenne ich noch aus meinen früheren wilden Zeiten. Einige sind, soweit ich weiß, in kleinkriminelle Geschäfte verwickelt. Damit will ich aber nichts mehr zu tun haben. Ich habe einen sehr anspruchsvollen und anstrengenden Job und verdiene sehr gut, allerdings bin ich oft unter großem Zeitdruck und Stress, sodass ich öfter mal zu Fertiggerichten und Fast Food greife. Um mich am Abend zu entspannen, rauche ich häufig mal einen Joint – das Zubehör gibt's ja schließlich ganz einfach online zu bestellen."

SOCIAL SCORE: 750

Wohngegend (Informationen werden bezogen über Einwohnermeldeamt, Kriminalitäts- und Arbeitslosigkeitsstatistiken etc.)	Altbauwohnung in aufkommendem Szeneviertel, geringe Arbeitslosigkeit, mittlere Kriminalitätsrate
Familie & Soziales Umfeld (Informationen werden bezogen über Metadaten (z.B. WhatsApp), Soziale Netzwerke, Einwohnermeldeamt)	Fernbeziehung, keine Kinder, Kontakt zu kleinkriminellen Freunden von früher
Interessen & Hobbies (Informationen werden bezogen über Browserverlauf, [Online]-Einkaufsverhalten, Soziale Netzwerke etc.)	Wenig Zeit für Hobbies, Marihuana-Konsum zur Entspannung am Feierabend
Gesundheit & Lebensweise (Informationen werden bezogen über Krankenkassen, Payback-Karte, Social Media, Fitness-Tracker etc.)	Hoher Stressfaktor durch Job, Ernährung häufig durch Fertiggerichte und Fast Food
Kreditwürdigkeit (Informationen werden bezogen über Bankdaten, Schufa [Rechnungen], [Online]-Shoppingverhalten etc.)	Überdurchschnittliches Monatseinkommen (3.700€ netto)

10 StakeOutLife ENTSCHEIDUNGS- UND KONSEQUENZKARTEN

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Entscheidungskarte Ines Bauer

Dein liebstes Online-Versandhaus (bspw. Amazon) hat eine neue Funktion: Du kannst ab sofort dein Nutzerkonto mit deinen Social-Media-Profilen verknüpfen, um dort über aktuelle Rabattcodes oder zeitlich begrenzte Sonderangebote informiert zu werden.

Ja/Nein?

(bei Ja: Sofort 2 Felder vor, bei Nein: Dir gehen unzählige Schnäppchen durch die Lappen, rücke 1 Feld zurück)

[Guter Job, guter Finanzen, Kontakt zu kleinkriminellen Freunden aus der Jugendzeit, hohes Stresslevel im Job, raucht daher nach Feierabend häufig Gras. Quellen: Social Media & Amazon (Bong, Grinder etc.)]

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Konsequenz Ines Bauer

Mit der Nutzung der neuen Funktion hast du zugelassen, dass deine Online-Shopping-Daten (Einkaufsverhalten) verknüpfbar werden mit den Informationen aus deinen Social-Media-Profilen (Freundes, Hobbies etc.). Zwei deiner Risikofaktoren (kleinkrimineller Freundeskreis sowie Drogenkonsum) können nun verknüpft werden. Dies wirkt sich negativ auf deinen Social Score aus.

Gehe 3 Felder zurück.

10 StakeOutLife PROFIL

Katharina Eberhardt, 24 Jahre

„Ich wohne in einem günstigen Wohnviertel am Rande eines Gewerbegebiets in einem 4-geschossigen Backsteinhaus. Hier ist es ruhig – Stress gibt es nie, meine Nachbarn hängen viel zuhause rum, aber das stört mich nicht. Ich bin sowieso meistens mit meinen Mädels unterwegs, wir gehen viel feiern, auch unter der Woche. Weil ich berufstätig bin, schlafe ich deshalb ziemlich wenig. Ich bin Single und habe keine Kinder, ich habe lieber meinen Spaß. Mein Aussehen ist mir wichtig, deshalb gebe ich viel Geld für Mode und Beautyprodukte aus, obwohl ich mir das eigentlich nicht leisten kann, weil mein Konto im Minus ist. Auch für Zigaretten gebe ich mehr Geld aus, als mir lieb ist. Ich hoffe aber, dass ich bald mit meinem Beauty-YouTube-Kanal Geld verdienen kann. Vielleicht kaufe ich mir ja bald einfach ein paar Abonnenten?

SOCIAL SCORE: 620

Wohngegend (Informationen werden bezogen über Einwohnermeldeamt, Kriminalitäts- und Arbeitslosigkeitsstatistiken etc.)	Wohnung in Mehrfamilienhaus in ehemaligem Arbeiterviertel, niedrige Kriminalitätsrate, hohe Arbeitslosenquote
Familie & Soziales Umfeld (Informationen werden bezogen über Metadaten (z.B. WhatsApp), Soziale Netzwerke, Einwohnermeldeamt)	Keine feste Beziehung, häufig wechselnde Partner, großer Freundeskreis
Interessen & Hobbies (Informationen werden bezogen über Browserverlauf, [Online-]Einkaufsverhalten, Soziale Netzwerke etc.)	Betreibt einen Beauty-YouTube-Kanal, Durchbruch noch nicht gelungen. Hat recherchiert, wie man Social Bots programmieren und Abonnenten kaufen kann.
Gesundheit & Lebensweise (Informationen werden bezogen über Krankenkassen, Payback-Karte, Social Media, Fitness-Tracker etc.)	Wenig Schlaf, vermutlich erhöhter Alkoholkonsum, häufiges Rauchen
Kreditwürdigkeit (Informationen werden bezogen über Bankdaten, Schufa [Rechnungen], [Online]-Shoppingverhalten etc.)	Leicht unterdurchschnittliches Einkommen (1.700€ netto), viele unbezahlte Rechnungen und Mahnungen

10 StakeOutLife ENTSCHEIDUNGS- UND KONSEQUENZKARTEN

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Entscheidungskarte Katharina Eberhardt

Ein Meinungsforschungsinstitut bietet Dir 500€ für die Teilnahme an einer Umfrage und den Zugriff auf die Kaufstatistik deiner Online-Shop-Nutzerkonten. Das Geld könnte Dir helfen, aus deinem finanziellen Minus herauszukommen.

Ja/Nein?

(bei Ja: Sofort 3 Felder vor, bei Nein: Du hast die Chance verpasst, dein Konto aufzubessern. Gehe 2 Felder zurück)

[Finanzielle Probleme, dennoch ständiges Online-Shoppen und überfällig Rechnungen. Quelle: Bankdaten, Schufa, Browserverlauf/Nutzerkonto Online-Shop.]

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Konsequenz Katharina Eberhardt

Mit den verdienten 500€ hast Du dich zwar kurzfristig aus dem Minus gerettet, allerdings erfahren wir über die Verknüpfung Deiner Kaufstatistik, dass Du Dir sehr häufig luxuriöse Klamotten und Make-Up Artikel kaufst, die Du dir – laut deinem Kontostand – nicht leisten kannst. Hinzu kommt, dass viele Deiner Rechnungen noch nicht bezahlt wurden! Diese Information über dein unbedachtes und verantwortungsloses Verhalten wirkt sich negativ auf Deinen Social Score aus.

Gehe 3 Felder zurück.

10 StakeOutLife PROFIL

Philipp Meier, 34 Jahre

„Ich lebe mit meiner Jugendliebe, die ich seit fast 20 Jahren kenne und unseren 3 kleinen Kindern in einem Einfamilienhaus in einer entspannten Nachbarschaft. In der näheren Umgebung wohnen viele befreundete Familien, die wir teilweise schon seit dem Studium kennen. Da wir das Haus erst gekauft haben und noch abbezahlen müssen, muss ich trotz meiner ganz guten Bezahlung auf's Geld achten. Ich arbeite in einem von der Regierung finanzierten Projekt – allerdings kann ich mich mit den Werten der neuen Regierung überhaupt nicht identifizieren. Im Gegenteil – ich finde es gefährlich, was die vorhaben. Deshalb führe ich einen anonymen, regierungskritischen Blog zu aktuellen politischen Themen. In meiner Freizeit gehe ich außerdem oft mit meinen Kumpels klettern – ganz ohne Sicherung! – und koche gerne für Freunde und Familie."

SOCIAL SCORE: 300

Wohngegend (Informationen werden bezogen über Einwohnermeldeamt, Kriminalitäts- und Arbeitslosigkeitsstatistiken etc.)	Kleines Einfamilienhaus in ruhigem Wohnviertel mit vielen Familien, Kindern und Hunden. Kriminalitäts- und Arbeitslosenquote = 0
Familie & Soziales Umfeld (Informationen werden bezogen über Metadaten (z.B. WhatsApp), Soziale Netzwerke, Einwohnermeldeamt)	Feste langjährige Partnerschaft, 3 Kinder, enge Freunde aus Studienzeiten, regelmäßiger Kontakt
Interessen & Hobbies (Informationen werden bezogen über Browserverlauf, [Online-]Einkaufsverhalten, Soziale Netzwerke etc.)	Blogging: Leitung eines politischen, regierungskritischen Blogs
Gesundheit & Lebensweise (Informationen werden bezogen über Krankenkassen, Payback-Karte, Social Media, Fitness-Tracker etc.)	Gesunde Ernährung und regelmäßiger Sport (Freeclimbing), allerdings Risikosportart
Kreditwürdigkeit (Informationen werden bezogen über Bankdaten, Schufa [Rechnungen], [Online]-Shoppingverhalten etc.)	Leicht überdurchschnittliches Einkommen (2.400€ netto), allerdings finanzielle Belastung durch 3 Kinder und Abbezahlung eines Hauses

10 StakeOutLife ENTSCHEIDUNGS- UND KONSEQUENZKARTEN

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Entscheidungskarte Philipp Meier

Du bist politisch gebildet und hast Dich intensiv mit dem Programm der DHS auseinandergesetzt. Dein Fazit: Die Leute müssen erfahren, dass wir auf einem schlechten Weg sind! Um die Reichweite Deines politischen Blogs zu vergrößern, kannst Du ihn mit deinem Social Media-Profil verknüpfen. So erhält dein Blog viel mehr Leser!

Ja/Nein?

(bei verknüpfen: Deine Followerzahlen steigen rasant! 2 Felder vor.
Nicht verknüpfen: Dein Blog bleibt klein. Setze 1 Runde aus.)

[führt anonymen regierungskritischen Blog, Social Media Profil verrät hingegen Identität]

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Konsequenz Philipp Meier

Dein Blog war bisher anonym, sodass Du nicht fürchten musstest, dass die Regierung Dich für deine Äußerung zur Verantwortung zieht. Durch die Verknüpfung mit deinem persönlichen Social Media-Profil ist der Blog nun mit Deiner Person verknüpft. Dein Social Score sinkt!

Rücke 3 Felder zurück.

10 StakeOutLife PROFIL

Thorsten Bosch, 37 Jahre

„Meine Wohngegend ist wunderschön - ruhig, sicher, zurückhaltende Nachbarn. Ich selbst lebe in einer Neubauvilla, bin verheiratet und habe 2 Kinder, um die sich meist meine Frau kümmert. In meiner Freizeit gehe ich sehr gern segeln. Ein toller Sport, der viel Leidenschaft und eine gute Ausrüstung erfordert. Neben dem Segeln gehe ich regelmäßig joggen und fahre im Winter Ski, außerdem ernähre ich mich gesund und ausgewogen. Mir geht es gut – deshalb spende ich regelmäßig großzügige Summen meines glücklicherweise sehr hohen Einkommens an wohltätige Zwecke. Ich bin beruflich häufig unterwegs und lerne viele interessante Menschen, vor allem Frauen, kennen. Ein kleiner Seitensprung kann da mal passieren. Mit einer Kollegin habe ich außerdem seit 2 Jahren eine Affäre – gut, dass meine Frau von alldem nichts weiß!“

SOCIAL SCORE: 1050

●	**Wohngegend** (Informationen werden bezogen über Einwohnermeldeamt, Kriminalitäts- und Arbeitslosigkeitsstatistiken etc.)	Neubauvilla in gehobenem Wohnviertel, viele Anwaltskanzleien und Privatpraxen. Kriminalitäts- und Arbeitslosenquote = 0
●	**Familie & Soziales Umfeld** (Informationen werden bezogen über Metadaten (z.B. WhatsApp), Soziale Netzwerke, Einwohnermeldeamt)	Verheiratet, 2 Kinder, allerdings heimliche Affäre(n)
●	**Interessen & Hobbies** (Informationen werden bezogen über Browserverlauf, [Online-]Einkaufsverhalten, Soziale Netzwerke etc.)	Segeln, Erwerben von Ausrüstung und Recherchieren von Routen online
●	**Gesundheit & Lebensweise** (Informationen werden bezogen über Krankenkassen, Payback-Karte, Social Media, Fitness-Tracker etc.)	Gesunde Ernährung, regelmäßiger Sport
●	**Kreditwürdigkeit** (Informationen werden bezogen über Bankdaten, Schufa [Rechnungen], [Online]-Shoppingverhalten etc.)	Stark überdurchschnittliches Monatseinkommen (7.000€ netto)

10 StakeOutLife ENTSCHEIDUNGS- UND KONSEQUENZKARTEN

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Entscheidungskarte Thorsten Bosch

Du bist sehr sportlich und möchtest Dein Training optimieren. Du kannst Dir eine Fitness-Watch zulegen, um leichter trainieren zu können.

Ja/Nein?

(kaufen: deine Trainingsabläufe werden optimiert und dein Gesundheits-Scoring steigt weiter: Gehe 2 Felder vor! nicht kaufen: Du schaffst es nicht, dein Training zu verbessern und trittst auf der Stelle. Setze 1 Runde aussetzen)

[Familienvater, Affäre, Hobby Angeln. Überführbar über: Standortdaten]

#CREATEYOURWEB DIGITALE COURAGE IST ZIVILCOURAGE

Konsequenz Thorsten Bosch

Du hast Deine Fitness-Watch mit deinem Smartphone und deinem Tablet verknüpft. Als Du von einem Treffen mit deiner Affäre zurückkommst und der Annahme bist, dass Deine Frau denkst, dass Du Angeln warst, schreit sie Dich an: „Deine Standortdaten sind auf Deinem Tablet zu sehen und Du warst NICHT am See angeln, sondern in einem Hotel!“ Du steckst mitten in einer Ehekrise.

Rücke 5 Felder zurück.

10 StakeOutLife EREIGNISKARTEN

Ereignis 1: Technischer Fortschritt in der heimischen Küche

Heutzutage sind alle Kühlschränke mit Sensoren zur Erfassung des Nahrungsmittelverbrauchs ausgestattet. Ist ein Produkt aufgebraucht, kann es sofort autonom und automatisch durch den Kühlschrank neu bestellt werden. Zur Optimierung Ihrer Geschäftsabläufe erhalten Krankenkassen nun Zugriff auf die Daten sämtlicher Smart-Kühlschränke.

Folge: Bürger*innen mit ungesundem Essverhalten müssen höhere Beiträge zahlen oder bekommen gar keine Versicherung mehr.

Alle grün markierten Karten *Gesundheit & Lebensweise* dürfen 2 Felder vor! Alle rot markierten *Gesundheit & Lebensweise* müssen 2 Felder zurück.

Video: Werbeclip Smart Fridges: https://tinyurl.com/ycc8l49l

Ereignis 2: Sicherheit für den Online-Handel

Um die Wirtschaft Panetopias zu unterstützen und vor Käufern mit schlechter Zahlungsmoral zu schützen, dürfen ab sofort alle Online-Versandhäuser die Bankkonten ihrer Kunden einsehen. Sollten Käufer zu wenig verdienen, Schulden haben oder aus anderen Gründen finanziell nicht ausreichend gut aufgestellt sein, werden sie als Kunden mit geringer Kreditwürdigkeit eingestuft. Sie dürfen in Zukunft nur noch per Vorkasse zahlen, wodurch sich die Lieferung der bestellten Waren verzögert.

Alle grün markierten Karten *Kreditwürdigkeit* dürfen 2 Felder vor!
Alle rot markierten *Kreditwürdigkeit* müssen 2 Felder zurück.

Video: Schufa-Fehler: https://tinyurl.com/y7o8up5k

10 StakeOutLife EREIGNISKARTEN

Ereignis 3: Nur die Familie zählt

Es wird ein Gesetz zur Stärkung der Familie erlassen. Unter Familie verstehen wir, die DHS (Partei für Digitales, Heimat, Sicherheit) Vater, Mutter und Kind. Alle anderen Formen (alleinerziehend, homosexuelle Paare etc.) erhalten den Familienstatus nicht.

Alle grün markierten Karten *Familie & soziales Umfeld* dürfen 2 Felder vor!

Video AfD-Interview: https://tinyurl.com/ycb5rdlu

Ereignis 4: Predicitive Policing 1 – die Polizei weiß, wo das nächste Verbrechen geschehen wird

Um eine effektive Bekämpfung von Kriminalität zu gewährleisten, ist es extrem hilfreich, einschätzen zu können, wo das nächste Verbrechen stattfinden wird. Dank unserer neuen Polizei-KI können wir nun auf Basis bisheriger Verbrechen voraussagen, wo mit hoher Wahrscheinlichkeit beispielsweise der nächste Einbruch stattfinden wird. Dadurch werden Gegenden mit mittlerer bis hoher Kriminalität nun deutlich sicherer. *(Als Nebeneffekt weichen die Verbrecher nun in Gegenden mit bisher niedriger bis gar keiner Kriminalität aus.)*

Alle grün markierten Karten *Wohngegend* müssen 5 Felder zurück!
Alle rot markierten *Wohngegenden* dürfen 2 Felder vor.

Video Polizei Nürnberg: https://tinyurl.com/y8oft3zm

10 StakeOutLife EREIGNISKARTEN

Ereignis 5: Predictive Policing 2 – Die Polizei weiß, wer das nächste Verbrechen begehen wird

Nach unserem großen Erfolg mit Predicitive Policing 1 haben wir nun die Befugnisse der Polizei ausgebaut. Die Ermittler erhalten ab sofort die Erlaubnis, Social Media Profile, Browserverläufe sowie Kommunikationsdaten aller Bürger*innen auch ohne begründeten Verdacht zur Verbrechensbekämpfung und verschiedene weitere sogenannte „Monitoring-Maßnahmen“ mit heranziehen.

Ines Bauer und Dominik Förster müssen 5 Felder zurück.

Deutscher Trailer PreCrime: https://tinyurl.com/y8h5gfdd

Ereignis 6: Wer nichts zu verbergen hat, hat auch nichts zu befürchten.

Wir, die DHS, werden von jetzt an alle über Euch verfügbaren Daten zusammenführen, um ein umfassendes Profil jeder*s einzelnen Bürger*in und potentiellen Verbrechers erstellen zu können. Wer sich immer im Sinne unserer Politik verhält, hat nichts zu befürchten – das Böse im Menschen werden wir aber umfassend bekämpfen! Die Daten sind natürlich bei uns sicher.

Niemand ist perfekt und so müsst ihr alle 3 Felder zurück!

Kurzdoku China: https://tinyurl.com/y8nuac3y

10 StakeOutLife EREIGNISKARTEN

Ereignis 7 (Teil 1): Bürgerinitiative „Datenschutz“

Eine bisher im Untergrund aktive Hackergruppe mit dem Namen „Free Panetopia“ hackt sämtliche Regierungsserver und droht mit der Veröffentlichung regierungsinterner Unterlagen zur parteilichen Datensammelpraxis. Die Forderung: Abtritt oder neue Datenschutzgesetze! Die Nachricht schlägt große Wellen in den Medien und die Bürgerinnen und Bürger Panetopias beginnen sich zu fragen, was die Regierung zu verbergen hat. Einige Bürger*innen formen Initiativen zur Stärkung und Sicherung des Schutzes persönlicher Daten. Unter dem wachsenden öffentlichen Druck sieht sich die DHS-Regierung gezwungen, sich den Argumenten und Forderungen der Bürger*inneninitiativen zu stellen.

Dominik, Katharina, Ines, Philipp und Thorsten, allesamt Leidtragende der Datensammelpraxis der DHS, haben sich der größten Bürgerinitiative angeschlossen. Es liegt in der Verantwortung der Initiative, Forderungen zu einem neuen Umgang mit persönlichen Daten zu formulieren und die Regierung zu konfrontieren.

Ereignis 7 (Teil 2): Bürgerinitiative „Datenschutz“

Aufgabe: *Jeder Spielcharakter formuliert auf Basis seiner Spielerfahrungen eine Forderung zum Datenschutz. Zusätzlich darf jedes Team eine weitere allgemeine Forderung zum Datenschutz stellen. Ihr habt 5 Minuten Zeit!* [Forderungen werden vom Moderator auf Plakat festgehalten, Spielprofile werden auf die Wand gebeamt]

Die Initiative bündelt ihre Ergebnisse und startet eine öffentlichkeitswirksame Kampagne zur Aufklärung ihrer Mitbürger*innen bezüglich des Themas Datenschutz. Mit Erfolg: Die DHS verliert rasant an Unterstützung, während immer mehr Bürger*innen ihrem Unmut auf Demonstrationen Luft machen. Unter dem größer werdenden Druck geben erste DHS-Politiker ihre Ämter auf und sprechen öffentlich über den parteiinternen Datenmissbrauch. Die Regierung sieht keine Handlungsmöglichkeiten mehr und muss abtreten. Dominik, Katharina, Ines, Philipp und Thorsten werden als Sprachrohre der Initiative als Vorreiter eines neuen Datenschutzdenkens gefeiert und für ihr zivilgesellschaftliches Engagement ausgezeichnet.

NOTIZEN

NOTIZEN

IMPRESSUM

Der Kinderschutzbund LV Thüringen e.V.
Johannesstraße 2
99084 Erfurt

Telefon: 0361 653194 -82
E-Mail: post@dksbthueringen.de
www.dksbthueringen.de
www.CreateYourWeb.org

Redaktion:
Christoph Voigt, Mandy Wettmarshausen, Elena Schweiker, Luisa Schulz
Projekt #CreateYourWeb
E-Mail: m.wettmarshausen@dksbthueringen.de
E-Mail: Chr.Voigt@dksbthueringen.de

Umschlag/Layout:
Marianne Conrad, www.atelier-ma.de

Druck:
Fehldruck GmbH, Erfurt

Die Veröffentlichungen stellen keine Meinungsäußerung des BMFSFJ oder des BAFzA dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autor*innen die Verantwortung.