



HAUT NAH

MEIN KLICK!

MEINE VERANTWORTUNG?

Arbeitsblattreihe HAUTNAH – Politische Bildung für Jugendliche



Ausgabe 1/2013

INHALT

Vorwort und Legende	3
Einleitung	4
Arbeitsblatt I „Mein Klick!“	
Pädagogischer Beipackzettel	7
Kopiervorlage	8
Arbeitsblatt II „Meine Verantwortung?“	
Pädagogischer Beipackzettel	9
Kopiervorlage	11
Impressum	12



VORWORT ZUR REIHE

HAUTNAH ist eine Arbeitsblattreihe, die insbesondere für die Arbeit mit Jugendlichen (z.B. an Haupt- und Realschulen) entwickelt wurde, und welche in regelmäßigen Abständen auf der Homepage der Bundeszentrale für politische Bildung zum kostenlosen Download zur Verfügung gestellt wird. Inhaltlich sollen mit dieser Reihe spezifisch aktuelle politische Themen und Debatten aufgegriffen werden. Diese Arbeitsblätter bieten sich insbesondere für den schulischen Kontext als weiterführendes Lernmaterial zu den regulären Lehrwerken im Politikunterricht an. Die Aktualität der Themen ist somit ein zentraler Bestandteil der Reihe und soll Lehrkräften einen Einblick in debattenaktuelle Themen ermöglichen.

Der Titel der Arbeitsblattreihe HAUTNAH soll dabei verdeutlichen, dass politische Themen und Meinungen in jeder und jedem von uns stecken, dass die aktuellen Debatten jede und jeden berühren und es daher wichtig ist, dass alle mitreden können.

Die Ausgaben enthalten jeweils einen wissenschaftlich begleiteten Einleitungstext, der Lehrkräften einen schnellen und fundierten Einstieg in das Thema ermöglichen soll. Zusätzlich werden jeweils Kopiervorlagen, welche für die direkte Arbeit mit den Jugendlichen gedacht sind, sowie pädagogische Hinweise zu den entsprechenden Kopiervorlagen mit methodischen und weiteren inhaltlichen Anregungen bereitgestellt.

Folgende Symbole sind auf den Kopiervorlagen gebräuchlich:

LEGENDE DER SYMBOLE



Hier sollen sich die Schülerinnen und Schüler gemeinsam über ihre Gedanken und Meinungen austauschen.

Hier sollen die Schülerinnen und Schüler in Einzelarbeit ein Thema erarbeiten.



Hier sollen sich die Schülerinnen und Schüler Gedanken zu einem Problem machen.





MACHT DER MASSE – MEIN KLICK! MEINE VERANTWORTUNG?

„Youtube-Klickhit!“¹, „Der 100-Millionen-Klicks-Club“² oder „Franziska ist Sachsens neuer Internetstar!“³, derartig euphorisch titelten verschiedene Zeitschriften, wenn es um mediale Berühmtheiten im vergangenen Jahr ging. Hierbei handelt es sich um Fälle einer Macht der Masse von digitalen Beifallsbekundungen, also von *Klicks*, *Likes* und *Gefällt mir*-Angaben im Netz, für die sich die Liste weiterer Beispiele beliebig erweitern ließe. Die Gangnam-Style-Videos des Südkoreaners Psy knackten Ende des Jahres 2012 sogar erstmals in der YouTube-Geschichte die Milliardenmarke. Ähnlichen Erfolg hat seit Beginn des Jahres 2013 das Lied- und Webphänomen „Harlem Shake“.⁴ Auch hierzulande tummeln sich mittlerweile zwischen Rockstars und Hollywoodschönheiten zunehmend Internetstars in den Hochglanzbroschüren, etwa die Mädchenband Cimorelli⁵, die auf YouTube mit

Coverversionen berühmt wurde. Amateurcomedians wie Y-Titty⁶ senden zum Teil auf eigenen YouTube-Kanälen.⁷ Eines ist diesen Stars gemeinsam: Die Aufmerksamkeit der Masse hat sie erschaffen und erzeugt wiederum neue Aufmerksamkeit. Keine Frage: Klicks sind die „neue Währung im neuen Medienzeitalter“.⁸ Erfolgreich ist, wem möglichst viele Menschen zusehen bzw. wen möglichst viele anklicken. YouTube und Co. ermöglichen, durch Klicks berühmt, reich und erfolgreich zu werden. Die Internetgestalt *Sexy Julia*, eine junge Kölnerin, die freimütig die These „dumm klickt gut“ vertritt, die sich im Netz freigiebig über Sex und Puff-Besuche auslässt und deren Zuschauerzahlen inzwischen für lukrative Werbedeals gesorgt haben,⁹ offenbart jedoch nicht zuletzt gewisse Ambivalenzen im Hinblick auf diese *Macht der Masse* im Internet. Denn natürlich werden im Netz auch durchaus fragwürdige oder

-
- 1 O.A. (2012): Weltrekord für „Gangnam Style“-Video von Sänger Psy, in: Focus online, einsehbar unter: http://www.focus.de/digital/internet/youtube-klickhit-weltrekord-fuer-gangnam-style-video-von-saenger-psy_aid_827482.html [letzter Zugriff am 18.02.2013].
 - 2 Neumann, Carolin (2009): Populäre Internet-Videos: Der 100-Millionen-Klicks-Club, in: Spiegel online, einsehbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/populaere-internet-videos-der-100-millionen-klicks-club-a-622595.html> [letzter Zugriff am 07.02.2013].
 - 3 Pigulla, J. (2012): Franziska ist Sachsens neuer Internet-Star, in: Bild online, einsehbar unter: <http://www.bild.de/regional/chemnitz/youtube/sachsens-neuer-internet-star-26093222.bild.html> [letzter Zugriff am 18.02.2013].
 - 4 Vgl. Dörfler, Sebastian (2013): Youtube-Hit „Harlem Shake“. Dreißig Sekunden Kontrollverlust, in: FAZ online, einsehbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/youtube-hit-harlem-shake-dreissig-sekunden-kontrollverlust-12090746.html#Drucken> [letzter Zugriff am 27.03.2013].
 - 5 Für weitere Informationen vgl. den Internetauftritt unter <http://www.cimorellimusic.com/> [letzter Zugriff am 08.01.2013].
 - 6 Für weitere Informationen vgl. den Internetauftritt unter <http://www.youtube.com/show/ytitty> [letzter Zugriff am 08.01.2013].
 - 7 Vgl. o.A. (2012): Die größten deutschen YouTube-Stars, in: MEEDIA, einsehbar unter: <http://meedia.de/internet/die-groessten-deutschen-youtube-stars/2012/08/17.html> [letzter Zugriff am 12.02.2013].
 - 8 Kühlem, Max Florian (2013): Youtube-Stars locken Fans nach Köln, in: Ruhrnachrichten online, einsehbar unter: <http://www.ruhrnachrichten.de/nachrichten/region/hierundheute/Youtube-Stars-locken-Fans-nach-Koeln;art1544,1878049> [letzter Zugriff am 15.01.2013].
 - 9 Für weitere Informationen vgl. den Internetauftritt unter <http://www.youtube.com/user/SexyJuliaOfficial> oder most-viewed Video unter <http://www.youtube.com/watch?v=TQzYmuJLddc> [letzter Zugriff am 07.02.2013].

sexistische Inhalte massenhaft unterstützt und damit weiterverbreitet. Die politische Theoretikerin Hannah Arendt unterschied in ihrer philosophischen Theorie von „Macht und Gewalt“¹⁰ unter anderem zwischen der *Gewalt*, über die Einzelne verfügen, und der *Macht*, die sich nur durch die Masse Vieler konstituieren kann. Macht definiert sie damit als das Handeln im Einvernehmen mit anderen. Arendts Theorie, die sie lange vor dem Internetzeitalter entwickelte, lässt sich sowohl auf digitale als auch auf reale Räume übertragen: Denn die *Macht der Masse* kann durch Klicks wie auch durch physische Anwesenheit entstehen. Dabei handelt es sich jedoch keineswegs stets um ein harmloses Phänomen. Zwar können Massen durchaus positiv wirken, denken wir etwa an friedliche Demonstrationen gegen Schulgebühren oder fröhliche Fußballgesänge im Fanblock des Lieblingsvereins. Gerade das Jahr 2012 hat jedoch gezeigt, dass die Wirkung von Massen auch ins Negative umschlagen kann, im Stadion zum Beispiel schnell gewalttätige Ausschreitungen entstehen können. Negative, unzivile und undemokratische Beispiele einer *Macht der Masse* finden sich insbesondere auch in der deutschen Geschichte, in Bezug auf nationalsozialistische Massenveranstaltungen und Aufmärsche des Dritten Reiches. Ein aktuelles Beispiel für die Macht der digi-

talen und physischen Masse fand sich nicht zuletzt im März 2012 in Emden. Dort hatte ein junger Mann per Facebook zur Lynchjustiz an einem etwa Gleichaltrigen aufgerufen, der zwischenzeitlich im Verdacht stand, die elfjährige Lena ermordet zu haben.¹¹ „*Lasst uns das Schwein tothauen*“, hatte der 18-Jährige auf seine Profilseite geschrieben. Noch am selben Abend hatte sich daraufhin ein kleiner Mob von einigen Dutzend Menschen vor dem Emdener Polizeirevier eingefunden. Der „Facebook-Mob“¹² belagerte bis in die späte Nacht hinein die Station, forderte die Herausgabe des Beschuldigten und drohte, das Gebäude zu stürmen. Der Beschuldigte erwies sich im Nachhinein als unschuldig. In vielerlei Hinsicht lässt sich dieser Fall der Negativseite machtvoller Massen zuordnen. Dennoch lassen sich auch positive Effekte finden, wenn es um das Medium Internet geht: So hat einerseits die Nutzung für politische (tagesaktuelle) Informationen an Bedeutung hinzugewonnen.¹³ Andererseits eröffnet sich mit dem Internet eine neue Möglichkeit der Partizipation - sei es über online Unterschriftenaktionen, Diskussionsforen mit Politikerinnen und Politikern oder die Miteinbeziehung von Bürgerinnen und Bürgern in kommunale Planungsprozesse.¹⁴ Doch wie verhält es sich mit der Verantwortung für individuelles Verhalten im Netz?

10 Arendt, Hannah (2006): *Macht und Gewalt*, München: Piper.

11 Vgl. o.A. (2012): Facebook-Hetzer zu Arrest verurteilt, in: Süddeutsche Zeitung online, einsehbar unter: <http://www.sueddeutsche.de/panorama/prozess-wegen-aufruf-zur-lynchjustiz-facebook-hetzer-zu-arrest-verurteilt-1.1369664> [letzter Zugriff am 18.02.2013].

12 O.A. (2012): Facebook-Mob wollte Verdächtigen lynchen, in: Bild online, einsehbar unter: <http://www.bild.de/news/inland/kindesmord/facebook-lynchmob-polizeistation-verhaftung-23400520.bild.html> [letzter Zugriff am 15.01.2013].

13 Vgl. Emmer, Martin/ Vowe, Gerhard/ Wolling, Jens (2011): *Bürger online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Unter Mitarbeit von Markus Seifert, Bonn: bpb.

14 Beispielsweise führte der Hamburger Senat im Jahr 2005 eine offene online Plattform zum Thema „Familienfreundlicher Wohnort Hamburg“ ein und Anregungen aus der Bevölkerung wurden für die öffentliche Stadtplanung mitberücksichtigt. Vgl. Roleff, Daniel (2011): *Digitale Politik - E-Democracy, E-Government und E-Partizipation*, in: *Frankfurter Hefte*, 10, S. 24-27.

Macht und Verantwortung Einzelner?

Welche Verantwortung trage ich als Teil der Masse im Internet? Denn wie das Emdener Beispiel gezeigt hat, kann sich das Handeln im Netz durchaus auf reale Räume auswirken. Auch wer nicht selbst vor Ort gewesen ist und in direktem Zusammenhang mit dem geschilderten Einzelfall gestanden hat, stößt nach einigem Nachdenken vielleicht auf Beispiele für den eigenen Konsum eines fragwürdigen Inhalts im Netz. Habe ich nicht beispielsweise durch das Ansehen oder Posten von sexistischen Videos (z.B. *Sexy Julia*) Werte unterstützt, die ich eigentlich selbst nicht teile? Mein einzelner Klick oder Like ist schließlich – indem er zumindest Aufmerksamkeit erzeugt – ein mitentscheidender Teil des großen Ganzen, indem zumindest Aufmerksamkeit erzeugt wird. Auch meine Stimme bewirkt demnach die Macht der Masse mit.

Verhältnismäßig eindeutig erscheint die Verantwortlichkeit für die Teilnahme an einer realen, physischen Massenveranstaltung. Nehmen wir das Beispiel einer Demonstration: Ich habe mich bewusst entschieden, dort hinzugehen. Ich werde physisch eindeutig und bewusst Teil der Masse. Aber wie ver-

antwortlich bin ich für meinen eigenen kurzen Klick im Netz? Und gibt es Abstufungen der Verantwortlichkeit? Sind also Akteurinnen und Akteure, die etwas posten, ins Netz einstellen oder organisieren, in gleicher Weise verantwortlich wie einfache Userinnen und User?

Die Philosophin Margarete Gilbert ist hier der Ansicht, dass es durchaus so etwas wie eine genuine Kollektivschuld geben kann. Auch sie trennt dabei nicht zwischen digitalen und räumlichen Kollektiven:

„Menschen müssen sich nicht Angesicht zu Angesicht gegenüber stehen, um eine gemeinsame Verpflichtung zu kreieren oder aufzuheben.“¹⁵

Ob und wie ein partikulares Individuum dabei jedoch als schuldig für eine bestimmte kollektive Aktion befunden werden kann, sei durchaus diskussionsbedürftig, „selbst wenn die Fakten eines Falles eindeutig sind.“¹⁶ Demnach ist es, aus moralphilosophischer Betrachtung, nicht immer ganz einfach zu beurteilen, ob ein „Post“ bei Facebook und Co. ebenso schwer wiegt wie ein Klick. Dies gilt es gemeinsam mit den Schülerinnen und Schülern auszuloten.

15 Im Original: „People need not be physically in face of one another in order to create or to rescind a joint commitment.“ Gilbert, Margaret (2006), *Who's to Blame? Collective Moral Responsibility and Its Implications for Group Members*. Band 30, Ausgabe 1, S.94-114, hier S.101.

16 Im Original: „(...) may be debated even when the facts of the case are clear-cut.“ Ebd. S.110.

MEIN KLICK!

Relevanz des Themas

Um berühmt zu werden oder seine Meinung kundzutun, ist das *Klicken* oder *Liken* von Videos, Texten oder Kommentaren die häufigste und auch schnellste Form. Erst sitzt man alleine vor dem Computer und wird plötzlich zum Star der „klickenden Menge“. Das hört sich einfach an. Schließlich geht es ja nur um einen Klick, aber eben einen Klick von vielen: Erst mithilfe der Masse kann der (ersehnte) Erfolg entstehen. Dennoch spielt der Klick einer einzelnen Person eine tragende Rolle, denn Verantwortung kann bereits bei einem Klick beginnen und reale Folgen haben, positive wie negative.

Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler können

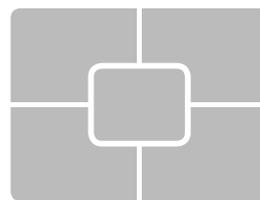
- ihr mediales Verhalten erkennen und reflektieren,
- verstehen, dass das eigene mediale Handeln Konsequenzen hat (z.B. Aufmerksamkeit erzeugen).

Methodische Anregungen

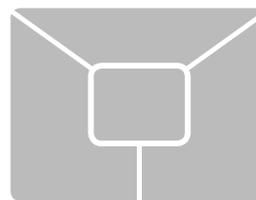
Aufgabe 1: Hier soll der Einstieg in das Thema mittels lebensnaher Erfahrungen erfolgen. Die jeweiligen Gruppen können ihre Ergebnisse auf einem Plakat festhalten oder sich auf ein Beispiel einigen, welches sie der Klasse kurz erläutern oder vorspielen.

Aufgabe 3: Hier kann die Methode Placemat Activity angewendet werden. Zunächst wird die Klasse in Dreier- oder Vierergruppen eingeteilt, dann werden organisatorische Aspekte geklärt (ggf. wie die Methode abläuft, Zeitstruktur). Jede Gruppe erhält ein Placemat: →

Die Schülerinnen und Schüler schreiben nun ihre Ideen zu den Fragen in eines der äußeren Felder (Stillarbeit). Danach wird das Placemat gedreht, sodass später alle die jeweiligen Ideen der Anderen gelesen haben. Im Anschluss tauschen sich die Schülerinnen und Schüler über die Notizen aus und einigen sich auf Stichpunkte, die in die Mitte geschrieben werden (Gruppendiskussion). Diese Ergebnisse werden von allen Gruppen vor der Klasse präsentiert und daraufhin besprochen.



Placemat für eine Vierergruppe



Placemat für eine Dreiergruppe

MEIN KLICK!



1 NACH GEFRAGT

- Was war das letzte Internetvideo, das du gesehen hast?
- Worum ging es?
- Was hat dir daran gefallen und was hat dir nicht gefallen?

2 NACH GEDACHT



A) LIES DAS INTERVIEW

Herr Slimani, wie sind Sie zu YouTube gekommen?

Das war vor rund zweieinhalb Jahren, am 8. März 2009. Da war ich gerade 19 und auf der Suche nach Pflegetipps für Männer. Mich haben einige Leute immer wieder auf der Straße angesprochen, warum ich so reine Haut oder so weiße Zähne habe. Es gab also eine Nachfrage - im Netz und insbesondere auf Youtube aber kein entsprechendes Angebot. Also habe ich selbst einen Film darüber gemacht.

Und der wurde gleich ein Erfolg?

Das kann man so sagen. Der Clip schaffte es sofort auf die Startseite von Youtube und innerhalb von einer Woche auf rund 300.000 Klicks. [...]

Wie viele Videos veröffentlichen Sie denn so pro Woche und wie oft werden diese gesehen?

Ich versuche mindestens ein Video pro Woche zu produzieren, maximal aber zwei. Die werden im Durchschnitt etwa 150.000 Mal angesehen. Im Monat erreiche ich mit meinen Clips inzwischen so zwischen 1,8 und 2,4 Millionen Zuschauer.

B) BEANTWORTE DIE FRAGEN IN GRUPPENARBEIT:



- Worum geht es in dem Interview?
- Wie wurde Herr Slimani berühmt?
- Was ist das Wichtigste für seinen Erfolg?
- Kann ein einzelner Klick berühmt machen?



3 KONTROVERS



Besprich in Gruppenarbeit und dann in der Klasse. Unten ist Platz für deine Gedanken:

- Klicken viele, klicke ich auch?
- Habe ich schon mal etwas geklickt, was ich später bereut habe?
- Welche Folgen können durch mein Klicken im Internet entstehen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

MEINE VERANTWORTUNG?

Relevanz des Themas

Medienkonsum gehört zum Alltag. Obwohl das Klicken im Internet eine Konstante in der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler darstellt, können Konsequenzen für die Realität hier weniger greifbar sein. Sitzt man alleine vor dem Computer, fällt es schwerer, die Mechanismen von Massendynamiken aufzudecken. Schnell wird sowohl übersehen, dass das eigene Klickverhalten stark vom Peer-Verhalten und den damit einhergehenden Mehrheitsdynamiken gelenkt sein kann, als auch, dass ein Klick von Vielen Auswirkungen in der Realität haben kann. Wichtig ist daher die Selbstreflexion und kritische Urteilskompetenz von Schülerinnen und Schülern bezüglich ihrer eigenen Verantwortung beim Medienverhalten zu fördern.

Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler können

- Dynamiken zwischen ihrem individuellen Verhalten und (Mehrheits-)Gruppen reflektieren,
- sich ein Urteil über die Verantwortung bilden, welche sie mit ihrem Klickverhalten im Internet haben und sowohl Chancen wie auch Risiken überdenken.

Methodische Anregungen

Aufgabe 1: Beim elektronischen Marktplatz finden sich alle Schülerinnen und Schüler in der Klassenraummitte in einem Kreis zusammen. Sie stehen dabei mit dem Rücken nach innen voneinander abgewandt und haben die Augen geschlossen. Die Schülerinnen und Schüler werden aufgefordert bei Sätzen, denen sie zustimmen, laut zu klatschen. Folgende Aussagen können nacheinander vorgelesen werden:

- „Ein Video anzuklicken, gehört für mich zum Alltag.“
- „Ich finde, Pink ist eine tolle Farbe.“
- „Auf YouTube und Facebook klicke oder like ich nur das, was ich gut finde.“
- „Wenn ich viele Klicks bekomme, fühle ich mich gut.“
- „In der Pause spiele ich am liebsten Fußball.“
- „Ich kann mich gar nicht mehr erinnern, was ich alles ge“liked“ habe und was nicht.“
- „Eigentlich klicke ich immer nur das, was alle klicken.“
- „Wenn ich etwas anklicke, dann bewirke ich etwas.“
- „Berühmt ist, wer genügend Klicks bekommt.“
- „Wenn ich klicke, dann passiert doch nichts.“

Nach dieser erlebnispädagogischen Phase ist eine Reflexion dringend erforderlich. Für das emotionale Auffangen eignen sich folgende Fragen:

- Wie war es für dich, als andere geklatscht haben, du aber nicht?
- Wie fandest du es, wenn mehr Leute gleichzeitig mit dir geklatscht haben?
- Wer hat sich getraut, alleine (nicht) zu klatschen?
Wie war das bzw. warum hat sich niemand getraut?

Weitere Transferfragen können im Plenum besprochen werden:

- a) Wie wäre es gewesen, wenn du die anderen beim Klatschen hättest sehen können?
- b) Welche Wirkung hatte dein Klatschen eventuell auf andere?
- c) Wirkt sich ein Klick im Internet ähnlich aus wie das Klatschen auf dem „elektronischen Marktplatz“?
- d) Wo siehst du Unterschiede zwischen einem richtigen Klatschen und dem Klick im Netz? Wo sind Ähnlichkeiten?
- e) Was bringt dich deiner Ansicht nach dazu, im Internet etwas zu Liken oder zu Klicken?
- f) Besucht ihr in der Klasse alle die gleichen „Marktplätze“?

Aufgabe 2: Über das konkrete Beispiel mit dem Bildvergleich kann ein realer Bezug zwischen dem scheinbar anonymen Klick und einem physischen und klangvollen Klatschen gezogen werden. Dabei kann in der Klasse oder in Kleingruppen zum Beispiel Folgendes diskutiert werden: Auch die Atmosphäre der Bühne zeigt eine versteckte Dynamik im Internet auf. Letztlich entscheidet die Masse darüber, was angesagt ist und was nicht bzw. wer berühmt wird und wer nicht. Aber genau diese Massendynamik kann auch negative Auswirkungen haben.

Aufgabe 3: In einer Pro-Contra-Diskussion soll über die Verantwortung beim Klicken im Internet diskutiert werden. Hierzu werden zwei Gruppen eingeteilt.

Eine Pro-Verantwortung-Gruppe: „Wenn ich klicke, habe ich Verantwortung für das, was passiert!“ und eine Contra-Verantwortung-Gruppe: „Wenn ich klicke, habe ich keine Verantwortung für das, was passiert!“. Wichtig ist, dass beide Gruppen zunächst viele Beispiele und Argumente dafür zusammentragen, wo das Liken oder Klicken Auswirkungen in der Realität haben kann. Zum Sammeln von Argumenten können neben eigener Recherche der Jugendlichen im Netz, die Gruppen durch weitere Materialien unterstützt werden, u.a. durch folgende Beispiele:

Positives Beispiel:

Im Internet kann positiv Verantwortung übernommen werden, wie zum Beispiel für politische und soziale Projekte auf der Online-Plattform für Petitionen www.change.org. Hier können sich Jugendliche, wie auch in zahlreichen ähnlichen Partizipationsplattformen, konkret und direkt durch ihr Handeln im Netz beteiligen.

Negatives Beispiel:

Cyber-Mobbing ist ein aktuelles Thema, unter dem mehr als nur Einzelne leiden. Gerade das scheinbar anonyme Mitmachen durch einen Klick am Computer führt zu Massendynamiken, die in dieser Form in der Realität nicht existieren. Die Diskussion kann durch eine Abstimmung über die beiden Aussagen abgeschlossen werden. Das Ergebnis sollte entsprechend gemeinsam reflektiert werden.



Die Diskussion kann durch eine Abstimmung über die beiden Aussagen abgeschlossen werden. Hier kann beispielsweise vorher und nachher abgestimmt werden, um zu schauen, ob die Schülerinnen und Schüler möglicherweise ihre Meinung geändert haben. Das Ergebnis sollte entsprechend gemeinsam reflektiert werden. Hier könnte zum Beispiel die Frage diskutiert werden: „Ist es spannend, wenn alle die gleiche Meinung haben, oder wenn es eine Vielfalt von Meinungen gibt?“. Im Klassengespräch oder in Stillarbeit könnte ebenso die Frage: „Hat die Masse immer Recht?“ bearbeitet werden.

MEINE VERANTWORTUNG?

1 AUSPROBIERT

Begib dich auf den „elektronischen Marktplatz“ und probiere selbst einmal die Wirkung von einem Publikum aus, hier ohne Maus. Es werden verschiedene Aussagen vorgelesen. Wenn Du zustimmst, klatsche laut.



2 NACH GEFRAGT

Vergleiche die beiden Bilder. Was haben die beiden Situationen gemeinsam? Worin unterscheiden sie sich?



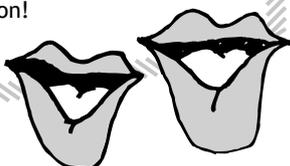
Publikumsjubiläum während einer Bühnenperformance

3 KONTROVERS

Diskutiert, welche Verantwortung man mit einem Klick im Internet hat.

Teilt euch dafür in zwei Gruppen auf. Eine Gruppe vertritt die Meinung: „Wenn ich klicke, habe ich keine Verantwortung für das, was passiert!“ Die andere Gruppe vertritt die Meinung: „Wenn ich klicke, habe ich Verantwortung für das, was passiert!“ Überlegt euch hier zuerst möglichst viele unterschiedliche Beispiele und Argumente!

Dann führt eine Pro-Contra-Diskussion!



Klick eines YouTube-Videos



GEMEINSAMKEITEN

.....

.....

.....

.....

UNTERSCHIEDE

Bühnenperformance

Klick im Internet

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

HAUT NAH

IMPRESSUM

Herausgeberin



Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86
53113 Bonn
www.bpb.de
Email: hautnah@bpb.de

Verantwortlich
Saskia Mey/bpb

Konzept
Nina Hölscher
Johanna Klatt
Susanne-Verena Schwarz
Yvonne Wypchol

Redaktionsleitung
Nina Hölscher

Autorinnen
Nina Hölscher
Johanna Klatt
Susanne-Verena Schwarz
Yvonne Wypchol

Gestaltung
Julia Kiegeland

Quellen
Seite 8 Mai, Jochen: <http://karrierebibel.de/von-beruf-youtuber-was-sami-slimani-alias-herr-tutorial-noch-vorhat/>

Bildnachweise
Titelbild Hemera/Thinkstock
Seite 8 © leroy131/Fotolia.com
Seite 11 Illustrationen Aufgabe 2
Susanne-Verena Schwarz

In Kooperation mit



Göttinger Institut für
Demokratieforschung

Institut für Demokratieforschung
Georg-August-Universität Göttingen
Weender Landstr. 14
37073 Göttingen
www.demokratie-goettingen.de