Modul 6
Digitalität & Gesellschaft

digitale jugend arbeit

YOUTH POLICY LABS

#povwe
Professional Open Youth Work in Europe

genesis
Institut für Generationen- und Bildungsforschung

Kofinanziert durch das Erasmus+ Programm der Europäischen Union

Europäischer Digitalkompetenzrahmen für Bürger:innen DigComp 2.1

OPEN KNOWLEDGE FOUNDATION DEUTSCHLAND

Impressum

digitale jugend arbeit

Projekt Digitale Jugendarbeit

Das Projekt *Digitale Jugendarbeit* (DJA) ist ein Kooperationsprojekt von und mit *Demokratie & Dialog* (D&D), *Genesis Institut* (GEN), *Open Knowledge Foundation* (OKF), *Professional Open Youth Work in Europe* (POYWE) & *Youth Policy Labs* (YPL). Ihr findet uns auf digitalejugendarbeit.de.

Youth Policy Labs gGmbH

c/o *Youth Policy Labs* – gemeinnützige Gesellschaft für Jugendforschung mbH
Eingetragen im Handelsregister Berlin mit der Registernummer HRB 194069.
Unsere Umsatzsteueridentifikationsnummer ist DE316934284.
Vertreten durch Andreas Karsten, Geschäftsführung.

Youth Policy Labs gGmbH
Knesebeckstr. 77
10623 Berlin, Deutschland
T: +49 30 2300 1050
F: +49 30 2300 1051
M: ahoy@youthpolicy.org

Layout & Gestaltung → Gustav Berneburg & Tom Pincus
Projektlogo & Gestaltungskonzept → Jakob Fuchs & Simon Störk
Illustrationen → Daria Rüttimann
Druck → *Solid Earth*, Berlin

Redaktion → Alexandra Beweis, Andreas Karsten, Anneliese Mehlmann, Darya Maksimenko, David Gevers, Erik Dubs, Friedemann Schwenzer, Gustav Berneburg, Jakob Fuchs, Jos Pöge, Marika Welz, Marc Boes, Mathias Reymann, Maximilian Voigt, Ole Sievers, Theresa Walter & Tom Pincus

Testpilot:innen → Alisa Ofner, Andrea Portmann, Claudia Schwegler, Clemens Ritter, Darya Maksimenko, Frank Jannack, Johanna Zimmermann, Karin Peham-Strauß, Katharina Altmayer, Lisa Klette, Lisa Lohrmann, Maria Sonnleithner, Marlen Berg, Martina Krattenmacher, Nele Schmidt, Olaf Roschke, Otmar Brandweiner, Patricia Fekete, Rebecca Brunner, Sarah Wilke & Sonja Rappold

Moderationsteam → Janne Ratschinski & Marvin Müller

Begleitforschung → Andreas Karsten & Johanna Böhler

Beratung & Unterstützung → Marlene Mayer & Sabine Jansen von *Jugend für Europa*, der Nationalen Agentur für die EU-Programme *Erasmus+ Jugend in Aktion* und *Europäisches Solidaritätskorps*.

Kofinanziert durch das Erasmus+ Programm der Europäischen Union

Unser Projekt wurde durch *Erasmus+ Jugend in Aktion* unter der Leitaktion 2 als Strategische Partnerschaft mit der Projektnummer 2018-2-DE04-KA205-016683 gefördert.

Verantwortlich für den Inhalt nach § 55 Abs. 2 RStV:
Andreas Karsten, Geschäftsführung, *Youth Policy Labs gGmbH*.

Schriftfamilien: ***GT Sectra*** by Dominik Huber, Marc Kappeler and Noël Leu: https://www.grillitype.com/blog/typeface-stories/gt-sectra-development and ***Stratos*** by Yoann Minet and Emmanuel Labard: https://www.productiontype.com/family/stratos.

Diese Bildungsmaterialien sind, soweit nicht anders markiert, mit einer **Creative Commons-Lizenz** vom Typ **Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International** lizenziert.
Eine Kopie dieser Lizenz könnt ihr unter https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de einsehen.

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier, Blauer Engel.

Modul 6:

Digitalität und Gesellschaft

Einleitung & Vorwort Modul 6: Digitalität und Gesellschaft

Liebe Freund:innen der digitalen Jugendarbeit,

als sich in 2018 fünf Organisationen an der Schnittstelle von Jugendarbeit, Jugendengagement, Jugendforschung und Jugendbildung zusammenrauften, um mit großzügiger Unterstützung von *Erasmus+ Jugend in Aktion* ein modulares Curriculum für digitale Jugendarbeit auf die Beine zu stellen, war Corona weit weg, und Digitalität für viele im Jugendbereich noch recht komisch. *Fast forward* drei Jahre, und unser siebenteiliges Curriculum trifft auf eine Welt, die ganz anders auf Digitales schaut. Wie verrückt!

Unsere Idee in 3 Sätzen

Wir wollten und wollen digitale und nonformale Bildung zusammenzudenken. Dafür haben wir uns den Digitalkompetenzrahmen der Europäischen Union *DigComp 2.1* geschnappt und darauf aufbauend ein modulares Trainingsangebot entwickelt. Wir möchten damit zu einem emanzipatorischen, mündigen und konstruktiven Blick auf Digitalisierung im Jugendbereich beitragen.

An wen richtet sich dieses Handbuch?

Das Handbuch richtet sich zunächst an Trainer:innen, für die digitale Bildung mehr ist als die reine Vermittlung von Tools. Mit unserem Curriculum zielen wir genauso auf die Vermittlung von praktischen Fähigkeiten ab wie auf eine gesellschaftspolitische Auseinandersetzung mit dem Prozess der Digitalisierung. Zielgruppe für das Curriculum sind vornehmlich Jugendarbeiter:innen, die sich niedrigschwellig mit Digitalisierung auseinandersetzen wollen.

Und was heißt das konkret?

DigComp 2.1 besteht aus acht Kompetenzstufen, von Level 1 bis Level 8, und fünf Kompetenzbereichen – 1) Daten und Information 2) Kommunikation und Zusammenarbeit 3) Inhalts- und Medienentwicklung 4) Privatsphäre und Mündigkeit, und 5) Problemfindung und Lösungsentwicklung. Für unser Projekt haben wir zusätzlich zwei weitere Kompetenzbereiche entwickelt: 6) Digitalität und Gesellschaft sowie 7) Digitalität und Jugendarbeit.

Diese Kompetenzbereiche untergliedern sich in insgesamt 29 Kompetenzen. Für diese haben wir jeweils zwei Übungen entwickelt: eine zum Einstieg in die Kompetenz (führt zu *DigComp* Level 3) und eine zur Vertiefung der Kompetenz (führt zu *DigComp* Level 5). Insgesamt gibt es damit also 58 Übungen, 29 davon zum Einstieg und 29 weitere zur Vertiefung.

Was finde ich im Handbuch?

Das Buch, welches du gerade in den Händen hältst (oder durch das du gerade scrollst) enthält den Kompetenzbereich 6, welcher 4 Kompetenzen beinhaltet.
Für jede Kompetenz findest du in diesem Buch eine Illustration, eine thematische Einführung, zwei Übungen und Arbeitsmaterialien. Die Arbeitsmaterialien sind jeweils mit @Trainer:innen oder @Teilnehmer:innen gekennzeichnet, je nachdem an wen sie sich richten.

Für jede Aufgabe führen wir die Dauer ebenso an wie die nötigen Materialien. Den Grundstock für außerschulische non-formale Bildung rund um digitale Jugendarbeit führen wir dabei als „Bildungsmaterialien“ auf. Dazu gehören Pinnwände, Flipcharts und Marker ebenso wie internetfähige Geräte für alle Teilnehmer:innen, stabiles Internet und eine Druckmöglichkeit. Teilnehmer:innen haben wir mit ‚TN‘ abgekürzt – den Platz sparen wir uns ;)

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Enthält Kompetenzen
6.1, 6.2, 6.3, 6.4

Stufen
Einstieg und Vertiefung

Methoden
Chaosinterview, Stationenlernen, Einzelarbeit, Planspiel, Rollenspiel, 2, 4, alle, Präsentation

Dauer gesamt
8 · 90+ min. = 720+ min.

Wie können die Materialien für Bildungsarbeit eingesetzt werden?

Unser Anliegen ist, dass die Materialien so flexibel eingesetzt werden können wie möglich. Die Übungen sind deshalb keine in sich geschlossenen Workshops, sondern fokussieren sich auf den Hauptteil im klassischen Seminarphasenmodell, die Erarbeitungsphase. Um das in der Praxis rund zu machen, braucht es auf jeden Fall eine Rahmung durch Einstieg/Kontext und Abschluss /Reflexion.

Habt keine Scheu davor, Dinge neu zu kombinieren, wegzulassen, dazuzuerfinden! Bildungsarbeit gelingt am besten, wenn sie sowohl den Bedürfnissen der Trainer:innen als auch denen der Teilnehmer:innen entspricht! Damit das Remixen einfach ist, stehen die Materialien unter einer **CC-BY SA 4.0** Lizenz. Ihr könnt sie also nach Belieben anpassen, verändern und verwenden, sofern ihr irgendwo Credits an uns, das *Projekt Digitale Jugendarbeit*, gebt und sie unter gleichen Lizenzbedingungen teilt. Na dann mal los!

Viele erfüllende Bildungserlebnisse wünschen euch

aleX, Andreas, Anneliese, Daria, Darya, David, Erik, Friedemann, Gustav, Jakob, Jos, Marika, Marc, Mathias, Max, Ole, Simon, Theresa und Tom

und unsere Teams und Organisationen: *Digitale Jugendarbeit (DJA), Genesis Institut (GEN), Open Knowledge Foundation (OKF), Professional Open Youth Work in Europe (POYWE)* und *Youth Policy Labs (YPL)*.

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien: »bit.ly/dja-material«

Inhaltsverzeichnis Digitalität & Gesellschaft

KOMPETENZBEREICH 6 von 7

KOMPETENZ 6.1 **Kulturen der Digitalität** 7

Thematische Einführung 8
Tauchgang digitale Kulturen 9
Talkshow: Digitale Kulturen 15

KOMPETENZ 6.2 **Identitätsbildung und Digitalität** 21

Thematische Einführung 22
Identitätsmaskerade 23
Wer bin ich und wie viel kann mit mir verdient werden? 30

KOMPETENZ 6.3 **Macht und Digitalität** 35

Thematische Einführung 36
Maschinenraum Internet 37
Wissen ist Macht, (keinen) Spaß 55

KOMPETENZ 6.4 **Visionen der Digitalität** 67

Thematische Einführung 68
Doc Brown und die Utopien der Jugendarbeit 69
Die Zukunft eine Dystopie? Zurück ans Reißbrett! 71

Kulturen der Digitalität

Unterschiedliche kulturelle Phänomene und Veränderungsprozesse der Digitalität kennen und verstehen.

Illustration: Daria Rüttimann

Kompetenzbereich

Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz

Kulturen der Digitalität

Version 1.3
Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
bit.ly/dja-material

Thematische Einführung

digitale jugend arbeit

Die Kulturen der Digitalität sind divers, erstaunend und manchmal auch verwirrend bis erschreckend. Hier ein kurzer Einblick in zwei solcher Kulturen:

Die *SCP-Foundation* ist ein kollaboratives, multimediales Erzählprojekt, welches verschiedene Genres inkorporiert, grundsätzlich aber auf „Horror" beruht. Dieses Projekt bildet einen Meilenstein im Bereich kollaborativer Fiktionsschreibung, da die Erfinder:innen ein neues Literaturgenre begründet haben, welches vor allem aus detaillierter, wissenschaftlicher Beschreibung von erschreckenden Phänomenen besteht. Außerdem wird dabei auf schriftliche Beschreibungen fiktiver Interviews, Aufklärungsexpeditionen und Videoaufnahmen gesetzt. Eine zusätzliche Besonderheit bietet ihr gegenseitiges Einbinden und Verknüpfen von mehreren Hundert bis tausenden Kurzgeschichten, durch welche sich innerhalb und auch Geschichtenübergreifend ein roter Faden durchzieht. Allerdings sind die einzelnen Geschichten keinem festen Kanon unterworfen, welche die kreative Freiheit der Schreibenden einschränken würde.

Das „soziale Experiment" *Twitch Plays Pokémon* startete 2014 und gab Nutzer:innen der Videostreamingplattform *Twitch* die Möglichkeit gemeinsam ein *Pokémon*-Videospiel durchzuspielen. Hierbei gab es zwei Spielmodi: „Anarchie" und „Demokratie". Im Demokratie-Modus wurde per Mehrheitsentscheidung über die Spieleingaben – sprich welche Knöpfe gedrückt werden sollen – in das Videospiel abgestimmt. Im Anarchie-Modus wurden alle Eingaben jeder Nutzer:in im Chat in das Spiel umgesetzt. Innerhalb der letzten 8 Jahre wurden Mithilfe verschiedener Arten von Nutzer:innen-Eingaben mehr als 70 verschiedene *Pokémon*-Videospiele erfolgreich durchgespielt.

Wer sich also traut, einen Tauchgang in die Tiefen des Internets zu machen, wird überrascht sein. Denn abseits der eigenen Familien *WhatsApp* Gruppe, dem Gelegenheits-*Googlen* oder der *ZDF*-Mediathek offenbart die Tiefsee-Internet immer wieder skurrile Entdeckungen.

Die Frage, die sich hieraus stellt, ist: Was genau sind Kulturen der Digitalität überhaupt?
Hierzu gibt es natürlich viele verschiedene Definitionen im ebenfalls digitalen Internet zu finden. Unsere Definition, die wir für diesen Kompetenzbereiche präsentieren und damit arbeiten möchten, ist aber folgende:
„Kulturen der Digitalität sind kulturelle Phänomene, die sich allein im Internet äußern, also weder in analogen noch hybriden Kontexten vorkommen und dabei spezifische Merkmale beinhalten. Zum Beispiel besitzen sie eigene Kommunikations- und Interaktionsformen, Verhaltensregeln und Gebräuche oder sie lassen sich schlichtweg nicht in analoge Kontexte übersetzen."

Dieses Modul nähert sich einem Verständnis von digitalen Kulturen, indem es einen Überblick über unterschiedliche kulturelle Phänomene der digitalen Welt bietet und dabei vermittelt, was diese so besonders macht. Die Teilnehmer:innen vertiefen zudem ihr Verständnis dieser Kulturen dadurch, dass sie über die gesellschaftlichen und kulturellen Auswirkungen dieser Phänomene diskutieren. Dadurch können sie diese nicht nur besser in das aktuelle Zeitgeschehen einordnen, sondern dieses Wissen auch auf zukünftige digitale Kulturen anwenden.

Inhalt	Seite
Aufgabe ❶	s.09
Arbeitsmaterial 1	s.10
Trainingsmaterial 1	s.11
Trainingsmaterial 2	s.12
Trainingsmaterial 3	s.13
Trainingsmaterial 4	s.14
Aufgabe ❷	s.15
Arbeitsmaterial 1	s.17
Arbeitsmaterial 2	s.17
Arbeitsmaterial 3	s.18
Arbeitsmaterial 4	s.18
Arbeitsmaterial 5	s.19

Tauchgang digitale Kulturen

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 6.1

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Kulturen der Digitalität

Stufe
Einstieg

Form
Hybrid

Methode
Steckbrief anfertigen + Gallery Walk

Ausstattung
Bildungsmaterialien

Dauer
90+ Minuten

Ziel der Aufgabe ist es, den TN eine Übersicht über die Vielzahl der existierenden Kulturen im digitalen Raum zu geben.

Ablauf

Diese Aufgabe besteht aus 4 Teilen.
Im ersten Teil setzen die TN sich in Kleingruppen von 2–3 Personen zusammen und ziehen aus einem Lostopf einen Kulturzettel (TM 1). Darauf finden sie den Namen der digitalen Kultur, eine kurze Beschreibung, die Anstupser für die Recherche zur Kultur gibt und eine kleine Aufgabe.
Danach begeben sich die TN auf eine Internetsuche zu ihrer jeweiligen Kultur. Dabei sollen sie folgenden Fragen in Bezug auf den Steckbrief (Teil zwei) nachgehen:

- Wie kann man diese Kultur einer außenstehenden Person beschrieben?
- Was ist das besondere/Einzigartige an dieser Kultur?
- Lässt sie sich auch in analog vorstellen? Falls nicht, warum?
- Welche Personengruppen sind Teil dieser Kultur?
- An welchen Orten im Internet findt diese Kultur statt?
- Existiert(e) die Kultur für eine kurze Zeit oder gibt es sie schon länger?
- Gab es besondere Ereignisse, die aus dieser Kultur hervorgegangen sind?

Im zweiten Teil sammeln und berichten die TN ihre Rechercheergebnisse innerhalb ihrer Kleingruppe. Im Anschluss diskutieren sie die Aufgabe auf ihrem Kulturzettel.

Im dritten Teil gestalten die TN ein Flipchart zu ihrer digitalen Kultur in Form eines Steckbriefes. Eine Vorschlag dazu gibt es im TM 2.
Der vierte Teil besteht aus einem Gallery-Walk, in welchem die TN sich die Steckbriefe der anderen Gruppen ansehen sollen. Dabei bietet es sich an, dass die Gruppe abwechselnd eine Person bestimmt, die vor dem Steckbrief stehen bleibt und über Fragen und nützliche Informationen Auskunft geben kann.

Vorbereitung

- TM 1 muss ausgedruckt und zerschnitten werden, danach sollen die Kulturzettel gefaltet in einem Lostopf landen.
- Pro Kleingruppe sollte ein Steckbrief-Flipchart bereitgehalten werden.

Hinweis zur Moderation

- Bei den Themen Vtuber:innen, *4Chan*, *VRChat* und *Reddit* ist Vorsicht geboten. Die Internetsuchen der TN sollten auf eine inhaltsfilternde Suche wie „Safe Search“ von *Google* gestellt werden. Außerdem sollte eine Inhaltswarnung (Content Notification) gegeben werden für sexuelle und verfassungswidrige Inhalte (z. B. Rassismus, Hass, etc.)

Erweiterung

- Die Aufgabe kann um beliebig viele weitere, vielleicht aktuellere Kulturen der Digitalität erweitert werden. Außerdem können weitere Fragen herausgegeben werden, die innerhalb der Kleingruppen bearbeitet und diskutiert werden können.

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
»bit.ly/dja-material«

Steckbrief

Name
Kultur

Größe
Wie groß schätzt ihr diese Kultur?/Anzahl Nutzer:innen

Geburtstag
Existiert die Kultur für eine kurze Zeit oder gibt es sie schon länger?

Über mich
Wie kann man diese Kultur einer außenstehenden Person beschreiben?

Wohnort
An welchen Orten im Internet findet diese Kultur statt?

Hobbies
Was ist das Besondere/Einzigartige an der Kultur?

Lieblingsort
Lässt sich die Kultur auch in Analog vorstellen? Falls nicht, warum?

Beste Freund:innen
Welche Personengruppen sind Teil dieser Kultur?

Schönstes Erlebnis
Gibt es besondere Ereignisse, die aus dieser Kultur hervorgegangen sind?

Vorlage
Steckbrief Beispiel

Name
Kultur

SCP-Foundation

Größe
Wie groß schätzt ihr diese Kultur?/Anzahl Nutzer:innen

„In Bezug auf tatsächliche Personenzahl? Wahrscheinlich 10 000 mindestens? In Bezug auf genetische Vielfalt? Es sind die selben 108 Menschen, die immer wieder (...) geklont wurden."

Geburtstag
Existiert die Kultur für eine kurze Zeit oder gibt es sie schon länger?

Die SCP-Foundation nahm ihren Anfang mit einer auf 4chan anonym veröffentlichten Kurzgeschichte im Jahr 2007, welche den einzigartigen Schreibstil der weiteren Kurzgeschichten begründete. Bald darauf wurden mehr Geschichten in Bezug veröffentlicht, welche in dem selben fiktionalen Universum spielten. Schließlich wurde im Jahr 2008 eine eigene Webseite gegründet, um die Kurzgeschichten zu sammeln und zu kuratieren.

Über mich
Wie kann man diese Kultur einer außenstehenden Person beschreiben?

Die SCP-Foundation ist ein kollaboratives Erzählprojekt, welches verschiedene Genres inkorporiert, meistens aber auf Horror beruht. Es bildet eine große Sammlung von Kurzgeschichten, sogenannten „Artikeln", welche zwar grundsätzlich alleinstehende Geschichten sind, aber sich meist gegenseitig in Teilen referenzieren und somit ein großes Netz von Geschichten bilden.

Wohnort
An welchen Orten im Internet findet diese Kultur statt?

Die SCP-Foundation hat ihr eigenes Wiki – dort werden alle Kurzgeschichten hochgeladen, kuratiert und gesammelt.

Hobbies
Was ist das Besondere/Einzigartige an der Kultur?

Dieses Projekt bildet einen Meilenstein im Bereich kollaborativer Fiktionsschreibung, da sie ein neues Literaturgenre erfunden haben. Eine zusätzliche Besonderheit bietet ihr erfolgreiches Bild eines losen narrativen Kanons aus vielen unabhängigen Kurzgeschichten.

Lieblingsort
Lässt sich die Kultur auch in Analog vorstellen? Falls nicht, warum?

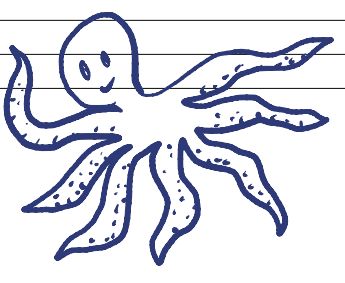
Theoretisch ist ein gemeinsames Schreiben von Kurzgeschichten und das Verbinden jener auch analog vorstellbar, aber die schiere Masse an Geschichten und Größen der gegenseitigen Anspielungen sind analog kaum vorstellbar.

Beste Freund:innen
Welche Personengruppen sind Teil dieser Kultur?

Diverse Schreiber:innen verschiedenster Genre und Contentproduzent:innen. – z.B. auf YouTube, welche die Videos über einzelne Themen, Kurzgeschichten u.ä. der SCP-Foundation erstellen.

Schönstes Erlebnis
Gibt es besondere Ereignisse, die aus dieser Kultur hervorgegangen sind?

Die SCP-Foundation war Einfluss für diverse Romane, Theaterstücke, Videospiele und weitere Kulturgüter.



Meta Verse

Metaverse ist eine Bezeichnung für verschiedene Projekte, bei welchen Nutzer:innen in digitale Welten eintauchen und diese mitgestalten können. Diese digitalen Welten sind teilweise in Abstraktionen oder Modifikationen an die reale Welt angelehnt. Zudem gibt es diverse Interaktionsarten mit anderen Nutzer:innen und der Welt an sich, sowie häufig eine eigene Form des Wirtschaftens. Dabei können mit virtueller oder echten Währung Gegenstände, Gebäude oder Flächen in der digitalen Welt erworben werden.

Welche verschiedenen Modelle eines Metaverse sind bereits realisiert, welche sind noch in der Planung und welche unterschiedlichen Konzepte liegen diesen Projekten jeweils zugrunde?

r/place

ist ein Gemeinschaftsprojekt und „soziales Experiment“ von *Reddit*, welches Nutzer:innen erlaubte, unter gewissen Einschränkungen auf einer digitalen „Leinwand“ einzelne Pixel in verschiedenen Farben zu setzen. Verschiedene Online-Communities organisierten sich selbstständig, um gemeinsam auf dieser Leinwand komplexe Bilder zu erstellen oder Bilder anderer Communities zu überschreiben.

Als Abbild der kreativen und organisatorischen Bemühungen von Millionen von Nutzer:innen lässt sich viel aus diesem Projekt herauslesen. Welche Themen, Rivalitäten oder andere Beobachtungen schließt ihr aus dem Verlauf dieses Projekts?

Ein guter Start ist es, sich das offizielle Zeitraffervideo von *Reddit* zu dieser Aktion auf *YouTube* anzusehen, um ein Gefühl für dieses Projekt zu bekommen. youtu.be/K5O3UgLG2Jw

VSTREAMER:INNEN VTUBER:INNEN

Was macht eurer Meinung nach VStreamer/VTuber so beliebt?

Viele Streamer:innen oder *YouTuber*:innen produzieren Videoinhalte und filmen sich währenddessen selbst. VStreamer:innen oder VTuber:innen sind dagegen Medienproduzent:innen, welche in Videos oder Live-Streams nicht als echte, sondern als virtuelle Persona erscheinen. Das bedeutet, sie legen mit einer Software einen 2D oder 3D Avatar über ihr eigentliches Erscheinungsbild und verändern zudem meist auch ihre Stimme.

VR Chat

VRChat ist ein Videospiel, in welchem Nutzer:innen die Spielumgebung und ihre Avatare selbst kreieren können. *VRChat* funktioniert dabei als virtueller Chatraum, in welchem Personen durch selbst erstellte Avatare miteinander interagieren.

Was für eine besondere Bedeutung hat *VRChat* und welche Chancen eröffnet es in der Selbstidentifikation und Selbstfindung im Bezug auf den Aspekt Geschlechtsidentität/Gender?

4Chan

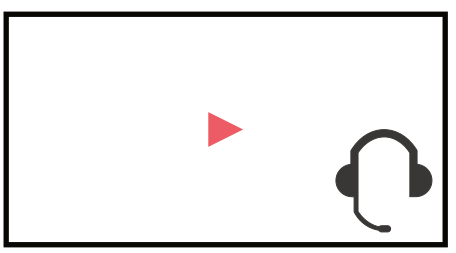
4Chan ist ein Internetforum, in welchem Nutzer:innen anonym Bilder und Texte auf sogenannten „Imageboards“ relativ unmoderiert miteinander austauschen können.

Welche positiven Aspekte und welche Gefahren folgen aus der anonymen Kommunikation auf *4Chan*?

cancel culture

[Cancel Culture] beschreibt allgemein, dass das (vergangene) Verhalten einer Person als unmoralisch kritisiert und in den sozialen Medien debattiert wird. Diese Debatten werden teilweise sehr hitzig geführt und führen in einigen Fällen zu einem Verlust von Ansehen oder der Arbeitsanstellung bzw. anderen Einnahmequellen der debattierten Person. Die Person wird somit durch die online Öffentlichkeit „gecancelt“.

Was sind eurer Meinung nach Gründe für das Entstehen der Cancel Culture auf sozialen Plattformen?



Reaction content

[Reaction Content] beschreibt ein Medienformat, in welchem Medienproduzent:innen häufig populäre oder aktuell relevante Medien konsumieren und dabei die eigenen Reaktionen filmen. Häufig geht dies auch noch mit mehr oder minder qualifizierten Kommentaren des:r Medienproduzent:in einher.

Signalisiert die Beliebtheit von „Reaction Content“ eurer Meinung nach den Verfall von kreativer Content Produktion oder die zunehmende Wichtigkeit von emotionaler Verbindung zu Medienproduzent:innen?

Crowdfunding

[Crowdfunding] beschreibt den Versuch, auf diversen Plattformen im Internet ein bestimmtes Projekt oder Vorhaben durch Spenden von anderen Nutzer:innen finanzieren zu lassen, um es realisieren zu können.

Verstärkt Crowdfunding den sozialen Aspekt der Projektverwirklichung oder zeigt es uns eher Probleme in der Verteilung finanzieller Mittel in unserer Gesellschaft auf?

Twitch ist eine Streamingplattform, auf welcher Nutzer:innen selbst Livestreams veranstalten können oder die Livestreams anderer Streamer:innen besuchen und auch in deren Chats aktiv sein können.

Welche positiven und negativen Unterschiede fallen euch ein, wenn ihr die Medieninhalte von Streams wie auf *Twitch* mit traditionellen Inhalten wie Fernsehsendungen vergleicht?

Reddit ist ein Internetforum, in welchem registrierte Nutzer:innen sich über verschiedene Themen innerhalb von sogenannten Subforen („Subreddits“) in Form von Text, Bildern, Videos oder Umfragen austauschen können. Diese Inhalte können andere Nutzer:innen positiv (upvote) oder negativ (downvote) bewerten, sodass neuen Besucher:innen die beliebtesten Inhalte zuerst angezeigt werden.

In welcher Weise unterscheidet sich *Reddit* als Plattform von klassischen Foren wie *gutefrage.net*? Was für Subreddits würdet ihr euch wünschen bzw. in eurem Alltag besuchen wollen?

Talkshow: Digitale Kulturen

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 6.1

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Kulturen der Digitalität

Stufe
Vertiefung

Form
Hybrid

Methode
Gruppenarbeit, Talkshow

Ausstattung
Bildungsmaterialien

Dauer
90+ Minuten

Ziel der Aufgabe ist es, dass die TN sich intensiv mit Positionen und Kontroversen zu verschiedenen Kulturen der Digitalität auseinandersetzen, um deren sozialen Einfluss analysieren und einordnen zu können.

Ablauf

Die TN sollen eine Diskussion oder Präsentation in Form einer Talkshow mit verschiedenen Positionen zu bestimmten digitalen Kulturen erstellen. Diese Aufgabe besteht aus 4 Teilen.

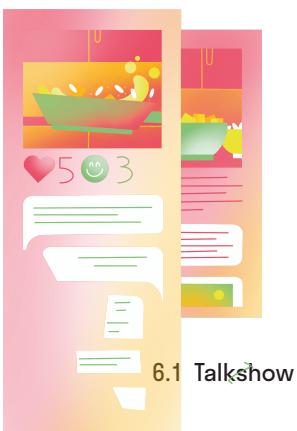
Im ersten Teil bilden die TN Gruppen von ca. 5 Personen. Danach ziehen sie pro Gruppe 1 Themenkärtchen mit 1 Diskussionsfrage und 2 Positionen. Jetzt müssen sie festlegen, wer sich innerhalb der Gruppe mit welcher Position auseinandersetzt und wer die Diskussion moderieren darf. Bei 5 Leuten pro Gruppe sollte eine Moderation ausreichen.

Im zweiten Teil recherchieren die TN Informationen zum Diskussionsthema mit ihrer jeweiligen Position im Hinterkopf. Die Moderator:innen verschaffen sich währenddessen einen groben Überblick über das Thema und denken sich außerdem eine Form der Diskussion oder Präsentation aus.
Dabei können sie bspw. eine Art Talkshow moderieren und die Vertreter:innen der jeweiligen Position interviewen. Alternativ leiten sie thematisch in eine geregelte Debatte mit Eröffnungsplädoyers und einem kurzen Schlagabtausch ein. Oder: Beide Positionen bekommen kurz Zeit, ihre jeweiligen Positionen vorzustellen und ihnen werden dann kritische Fragen gestellt.
Welche Form es wird, sollte schlussendlich nicht von großer Relevanz sein, die kritische Beleuchtung des Themas ist inhaltlich wichtiger.

Im dritten Teil werden die jeweiligen Diskussionen und Präsentationen vorgetragen. Während eine Gruppe die Bühne hat, können die anderen TN zum Ausdruck geben, ob sie ein Statement oder eine Position besonders überzeugend fanden bzw. ihre aktuelle Tendenz zu einer Position abgeben. Das kann bspw. mithilfe des Tools *Poll For All* geschehen. Das Stimmungsbild kann dabei außerhalb der Sicht der präsentierenden Gruppe live gezeigt werden und niemand muss sich hierfür einen Account erstellen.

Im vierten Teil werden die Ergebnisse der Debatten ausgewertet und übrig gebliebene Fragen besprochen bzw. an die Gruppen gestellt. Bei Bedarf und Zeit kann das jeweilige Diskussionsthema noch kurz im Plenum besprochen werden.

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
»bit.ly/dja-material«



Vorbereitung

- AM 1–5 müssen ausgedruckt und zufällig an die Gruppen verteilbar gemacht werden.
- Während die TN zu ihrem jeweiligen Thema recherchieren, kann vorne eine Bühne mit Stühlen oder Redepulten etc. hergerichtet werden. Außerdem sollte währenddessen die Live-Umfrage eingerichtet werden.

Hinweis zur Moderation

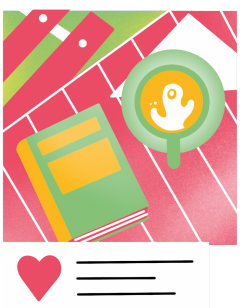
- Im Vorhinein sollte nochmal betont werden, dass der Fokus dieser Aufgabe nicht in der konkreten Debatten- bzw. Präsentationsform liegt. Es geht darum, dass die TN sich im Detail mit verschiedenen Positionen zu den jeweiligen Themen auseinandersetzen. Diese Ergebnisse sollen sie letztendlich verständlich einem Plenum aufbereiten.
- Auf Seite 19 ist eine optionale Rückseite einer Moderationskartenrückseite, welche den TN zur Verfügung gestellt werden kann.

Übersicht über die Diskussionsthemen

- Cancel Culture, NFTs, Krypto-„Währungen“, Streamer:in als Beruf, Metaverse

Erweiterung

- Um die Aufgabe analoger und technisch niedrigschwelliger zu gestalten, kann das Tool weggelassen und durch farbige (Punkte-)Kärtchen im Publikum ersetzt werden.
- Die TN können sich am Ende der Aufgabe noch einmal zu den jeweiligen Themen im Raum positionieren.
- Die Aufgabe kann um beliebig viele weitere, vielleicht aktuellere Kulturen der Digitalität erweitert werden. Außerdem können weitere Positionen herausgegeben werden, die innerhalb der Kleingruppen bearbeitet und diskutiert werden können.



digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Kulturen der Digitalität

Stufe
Vertiefung

Form
Hybrid

Methode
Gruppenarbeit, Talkshow

Ausstattung
Bildungsmaterialien

Dauer
90+ Minuten

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien: »bit.ly/dja-material«

Cancel-Culture

[Cancel Culture] beschreibt allgemein, dass das (vergangene) Verhalten einer Person als unmoralisch kritisiert und in den sozialen Medien debattiert wird. Diese Debatten werden teilweise sehr hitzig geführt und führen in einigen Fällen zu einem Verlust von Ansehen oder der Arbeitsanstellung bzw. anderen Einnahmequellen der debattierten Person. Die Person wird somit durch die online Öffentlichkeit „gecancelt".

Demokratische Machtausübung oder moralisierte Hetzjagd?

Position 1

»Cancel Culture bietet insbesondere unterdrückten Minderheiten eine Möglichkeit, öffentlich wirksam auf das Fehlverhalten von und die fehlenden Konsequenzen für Personen aufmerksam zu machen.«

Position 2

»Cancel Culture übertreibt in ihrer Moralisierung und zerstört das Leben von Menschen, nur weil ihnen Fehltritte passiert sind. Juristische Verbrechen sollten vor Gericht geklärt werden, statt mit Hexenjagden im Internet.«

NFTs

Wo fängt Marktspekulation an und wo hört Kunst auf?

Position 1

»NFTs sind ein bedeutender Schritt in der Entwicklung von Kunst im 21. Jahrhundert und bieten Künstler:innen eine großartige Möglichkeit, besser für ihre Arbeit entlohnt zu werden und sich auf neue Art in der Gestaltung ihrer Kunst auszudrücken.«

Position 2

»NFTs bieten keine bedeutend neuen Optionen für Künstler:innen, sich auszudrücken, sondern werden hauptsächlich als finanzielle Spekulationsgüter und betrügerische Geschäftsmodelle genutzt, wodurch der künstlerische Aspekt verloren geht.«

Krypto-„Währungen“

Nützliche Technologie oder umweltbelastende Spielerei?

Position 1

»Kryptowährungen bieten eine zukunftsorientierte Alternative zu traditionellen Währungsformen und ermöglichen für viele Menschen eine günstige und reibungslose Möglichkeit, international Geld zu transferieren bei technisch guten Verschlüsselungsmöglichkeiten.«

Position 2

»Krypto „Währungen“ können aufgrund immenser Kursschwankungen und dezentralisierter Verwaltung, welche leicht von Personen mit einem hohen Krypto-Vermögen beeinflusst werden können, keine Alternative zu herkömmlichen Währungen bieten, zumal sie in der „Herstellung“ (dem sog. „Mining“) extrem umweltschädlich sind.«

Streamer:in als Beruf

Wie schmal ist der Grat zwischen Privat und Beruf?

Position 1

»Besonders durch die Vermischung von Privatem und Beruflichem können wir eine authentische Verbindung zu Streamer:innen aufbauen, um uns an ihnen als echte Person zu entertainen und mit ihnen zu identifizieren. Die Entscheidung, einen solchen Lebensstil nach außen zu tragen, trifft jede:r Streamer:in für sich selbst.«

Position 2

»Hauptberufliche Streamer:innen monetarisieren oft auf ungesunde Art und Weise ihr Privatleben, um relevant zu bleiben und ihr Einkommen aufrecht zu erhalten. Dabei gehen sie die Gefahr ein, mit ihrer in der Selbstdarstellung überzeichneten Streamer:innen-Persönlichkeit zu verschmelzen, was langfristige negative Auswirkungen auf ihre persönliche Gesundheit hat und einen solchen Lebensstil auch noch bewirbt.«

Metaverse

Metaverse ist eine Bezeichnung für verschiedene Projekte, bei welchen Nutzer:innen in digitale Welten eintauchen und diese mitgestalten können. Diese digitalen Welten sind teilweise in Abstraktionen oder Modifikationen an die reale Welt angelehnt. Zudem gibt es diverse Interaktionsarten mit anderen Nutzer:innen und der Welt an sich, sowie häufig eine eigene Form des Wirtschaftens. Dabei können mit virtueller oder echten Währung Gegenstände, Gebäude oder Flächen in der digitalen Welt erworben werden.

Zukunftsvisionen des Zusammenlebens, aber wie realistisch oder wünschenswert sind sie?

Position 1

»Diverse Metaverse-Konzepte bieten vielen Menschen die Möglichkeit, an sozialen Räumen und Begegnungen teilzuhaben, die sie ansonsten aufgrund von bspw. räumlicher Distanz oder gesundheitlichen Bedenken (pandemische Situationen) nicht wahrnehmen könnten. Dies trägt zur Erweiterung der sozialen Teilhabe bei.«

Position 2

»Das von *Meta* (ehemals *Facebook*) geplante Metaverse legt einen starken Schwerpunkt auf Arbeiten, Shoppen oder Freizeitaktivitäten in einem virtuellen Raum. Diese finden alle in einem monetarisierten Kontext statt. Es bräuchte dagegen aber mehr revolutionäre Möglichkeiten der sozialen Begegnung im virtuellen Raum.«

TALKSHOW

Digitale Kulturen

.2

Identitätsbildung und Digitalität

Verstehen und reflektieren von Identität und Identitätsbildungsprozessen vor dem Hintergrund der Digitalität.

Illustration: Daria Rüttimann

Kompetenzbereich

Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz

Identitätsbildung und Digitalität

Version 1.3
Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
bit.ly/dja-material

Thematische Einführung

digitale jugend arbeit

Identitätsbildung und Digitalität bilden ein seltsames Paar. Unsere Identitätsbildung ist – vor allem in jungen Jahren – stark abhängig von den direkten Einflüssen unserer Umgebung, sprich auf welche Inspirationsquellen wir Zugriff haben. Das bedeutet natürlich nicht, dass wir jeden Trend, der uns zufällig über den Weg läuft, grundlos adaptieren. Doch selbst um eine Identität in Abgrenzung von etwas zu bilden, brauchen wir Kenntnis über das, wovon wir uns abgrenzen. Die Digitalität wirkt hierbei auf interessante Weise.

Einerseits haben wir theoretisch unbegrenzten Zugriff auf alle Identitätskonzepte der Welt als Inspiration für unsere eigene Identitätsbildung. Zudem genießen Trends, Ästhetiken und Meinungen zu gewissen Themen und Ereignissen eine immer kürzere Halbwertszeit, was nicht zuletzt am Überangebot jener liegt. Gleichzeitig sind Algorithmen von sozialen Plattformen und Informationsportalen stark ausschlaggebend dafür, mit welchen Ideen und Bildern wir tatsächlich in Berührung kommen. Diese Algorithmen sind darauf programmiert, den Profit ihrer Plattform durch Werbeeinnahmen zu erhöhen, indem sie unsere Aufmerksamkeit halten.

Dies kann mitunter dazu führen, dass wir uns in sogenannten „Echokammern" wiederfinden. Das bedeutet, dass man im Internet häufig Inhalte vorgesetzt bekommt, die mit der eigenen Meinung übereinstimmen. In diesen Echokammern werden wir in bestimmten Ansichten immer stärker radikalisiert, da jegliche kritische Auseinandersetzung durch ein sich ständig gegenseitig bestärkendes Zusprechen ersetzt wird. Dies macht ein „Heraustreten" aus diesen schwierig, da wir uns hier unterstützt und wertgeschätzt fühlen, während wir gleichzeitig weniger zugänglich für Kritik von außerhalb werden. Das Endresultat ist dann oft, dass wir unsere Identität möglichst vollständig auf unseren jeweiligen Echokammern aufbauen.

Die andere Seite dieser Phänomene ist unsere Bildung von spezifischen eigenen oder Teil-Identitäten für bestimmte Plattformen, Webseiten oder Apps. Welches Bild kreieren wir von uns selbst auf Dating Plattformen, Social Media Netzwerken, Streaming Anbietern oder Diskussionsforen Boards?

Darüber hinaus bilden sich aber auch Algorithmen ein Bild von uns und verknüpfen dieses mit unserer Onlinepräsenz. Uns wird eine Identität zugewiesen, die hauptsächlich aus unseren monetarisierbaren Interessen besteht. Diese Profile von uns werden dann an Werbefirmen verkauft, um uns dann gezielte Werbung – sogenannte „targeted ads" – zu präsentieren.

Online Plattformen, die uns die Möglichkeit bieten, virtuelle Avatare zu erstellen, sind zudem eine besondere Umgebungen: Dort können wir uns eine neue Identität und ein damit einhergehendes neues Erscheinungsbild erschaffen. Dies bietet vielen Menschen die Möglichkeit, in andere Rollen zu schlüpfen, die uns im Alltag oft verwehrt bleiben.

Dieses Modul nähert sich der Identitätsbildung in Verbindung mit Digitalität, indem es über die besonderen Umstände, die hierbei auftreten können, aufklärt und spezifische Identitätskonzepte beleuchtet. Die Teilnehmer:innen lernen darüber hinaus, wie Algorithmen kommerzielle Identitäten von ihnen erstellen und wie sie damit kritisch umgehen können.

Inhalt	Seite
Aufgabe ❶	s.23
Arbeitsmaterial 1	s.25
Arbeitsmaterial 2	s.25
Arbeitsmaterial 3	s.26
Arbeitsmaterial 4	s.26
Arbeitsmaterial 5	s.27
Arbeitsmaterial 6	s.27
Arbeitsmaterial 7	s.28
Arbeitsmaterial 8	s.28
Arbeitsmaterial 9	s.29
Arbeitsmaterial 10	s.29
Aufgabe ❷	s.30
Trainingsmaterial 1	s.31
Trainingsmaterial 2	s.32

Identitätsmaskerade

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 6.2

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Identitätsbildung und Digitalität

Stufe
Einstieg

Form
Hybrid

Methode
Perspektivenwechsel

Ausstattung
Bildungsmaterialien + Beamer/großer Bildschirm

Dauer
120+ Minuten

Ziel der Aufgabe ist es, dass die TN verschiedene Identitäten kennenlernen und verstehen, wie diese Stereotype agieren. Jene spielen sich nicht unbedingt nur online ab, können aber hier – vor allem auf Social Media – häufig beobachtet werden.

Ablauf

Diese Aufgabe besteht aus 4 Teilen.

Im ersten Teil teilen sich die TN in Gruppen von 2–3 Personen auf und ziehen einen Identitätszettel (AM 1–10) mit einer kurzen Beschreibung. Dann bearbeiten alle Gruppen zunächst den Arbeitsauftrag 1 in TM 1 und anschließend den Arbeitsauftrag 2 auf ihrem jeweiligen AM. Zu beiden recherchieren sie im Internet.

Im zweiten Teil erstellen die Gruppen jeweils einen Avatar ihrer Identität mit dem Tool readyplayer.me. Genaue Anweisungen dazu finden sich im Arbeitsauftrag 3 in TM 1.

Im dritten Teil gibt die Moderation gewisse Trends, Post oder Happenings (Arbeitsauftrag 3 in TM 1) vor und die Gruppe debattiert darüber, ob und wie die Identität damit interagieren würde.

Im vierten Teil stellen die einzelnen Gruppen ihre Identitäten vor, präsentieren ihren erstellten Avatar und teilen ihre Ergebnisse der einzelnen Arbeitsaufträge dem Plenum mit.

Vorbereitung

- Die Arbeitsmaterialien müssen ausgedruckt und zurechtgeschnitten werden.
- Passende Trends, Posts oder Ereignisse für Arbeitsauftrag 4 (TM 1) ausdenken.

Hinweis zur Moderation

- Bei den aufgeführten Identitäten geht es nicht darum, dass junge Menschen exakt so abgebildet werden. Vielmehr soll dargestellt werden, welche Identitäten online kursieren und einen potenziellen Einfluss auf Jugendliche haben (können).

Erweiterung

- Als zusätzlichen und abschließenden Schritt dieser Aufgabe befestigen die einzelnen Gruppen ihre Avatare an eine vorbereitete (Pinn-)Wand. Dort stellen sie die Verbindungen ihrer Identitäten zu anderen Identitäten, Plattformen, Themen, etc. kreativ dar – bspw. durch das zeichnen von Beziehungslinien oder das verknüpfen mit Faden.

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien: »bit.ly/dja-material«

Arbeitsaufträge

Arbeitsauftrag 1 (Frage an alle Gruppen)
- Wie würde eure Identität auf Social Media agieren? Worüber würden sie wie und auf welcher Plattform posten?

Arbeitsauftrag 2
- Bearbeitet den individuellen Arbeitsauftrag auf eurem jeweiligen Identitäts-Zettel!

Arbeitsauftrag 3
Erstellt mit dem Tool readyplayer.me einen Avatar für eure Identität, der einen intuitiv verständlichen Eindruck vermittelt!
- Was macht euren Avatar optisch aus? Was sind seine Interessen? Was für eine Ausstrahlung hat er? Auf was für Plattformen treibt er sich rum?
- Wenn ihr damit fertig seid, exportiert euren Charakter am einfachsten, indem ihr einen gut erkennbaren Screenshot davon macht. Falls ihr eine andere Möglichkeit findet, wie ihr ein zurechtgeschnittenes Bild davon findet, teilt es gern dem Plenum mit.

Arbeitsauftrag 4 (Frage an alle Gruppen)
- Wie würden eure Identität auf die folgenden Trends/Posts/Happenings reagieren, mit ihnen interagieren oder warum diese ignorieren? (Keine lange Recherche, eher intuitive Einschätzungen)

Trends/Posts/Happenings
Hier müssten zur Vorbereitung (für Arbeitsauftrag 4) drei oder mehr Beispiele herausgesucht werden. Am besten eignen sich dazu bekannte und aktuelle, auf sozialen Plattformen diskutierte Themen. Aber auch fiktive Beispiele können von den Gruppen bearbeitet werden. Möglich wären:
- ein politisches Ereignis, welches aufgrund seiner großen Tragweite die unterschiedlichsten Personen zur Meinungsäußerung bringt;
- eine Online-Challenge, die momentan viele auf sozialen Netzwerken praktizieren;
- eine bekannte Person, die etwas unerwartetes oder absurdes gemacht hat;
- eine neue Art und Weise, Fotos oder Videos zu machen wird populär;
- Bspw.: „Wer hätte das gedacht: Altkanzlerin Angela Merkel lebt jetzt vegan. Die einen rümpfen die Stirn, die anderen eifern ihr nach. Zumindest ist #vegangela seit ein paar Tagen in den Social Media Trends.“.

Virtual Avatar

Ein [Virtual Avatar] ist ein dreidimensionaler, menschenähnlicher digitaler Körper, den Nutzer:innen in virtuellen Räumen (z. B. *VRChat*) verwenden, um ihre physische Präsenz zu simulieren. Dieser Avatar kann frei gestaltet werden und ist somit nicht an die eigene physische Erscheinung, Größe, Geschlechtsmerkmale und andere Eigenschaften gebunden.

Arbeitsauftrag

Wie wirkt sich die Möglichkeit, einen neuen virtuellen Körper für sich selbst zu entwerfen, auf die Wahrnehmung und das Verhältnis zur eigenen Identität aus?

Streamer:in/Influencer:in

& Parasoziale Beziehung

Streamer:innen sind Personen, die auf Plattformen wie *Twitch*, *YouTube* oder *Instagram* live Videoübertragungen mit ihren Inhalten abhalten. Influencer:innen sind Personen, welche auf sozialen Netzwerken eine große Follower:innenschaft besitzen und jene mit ihrer Meinung bzw. ihren Inhalten „influencen", zu deutsch also beeinflussen. Unabhängig von der Art der:des Streamer:in/Influencer:in präsentieren diese online oft eine bestimmte, meist aufgesetzte, Version ihrer Selbst gegenüber der Zuschauer:innenschaft. Im Falle von Streamer:innen gibt es dafür sogar eine Bezeichnung: „Streaming Persona". Diese Persona interagiert mit ihrer Zuschauer:innenschaft in einer sogenannten „parasozialen Beziehung". Diese ist durch eine Beziehungsasymmetrie gekennzeichnet, weil der:die Zuschauer:in ein anderes Verhältnis zum:r Influencer:in hat als andersherum. So haben Fans bspw. das Gefühl, sehr viel über diese Persona zu wissen, obwohl sie kaum etwas über die echte Person dahinter wissen. Gleichzeitig wissen Streamer:innen oder Influencer:innen fast nichts über ihre einzelnen Fans.

Arbeitsauftrag

Wie interagieren Streamer:innen und Influencer:innen mit ihren Follower:innen und wie wirkt sich diese Art der parasozialen Beziehung auf ihre Streaming-/Influencer:innen-Identität aus, mit welcher sie sich online präsentieren?

Linke/liberale Slacktivist:in

Slacktivism, zu deutsch auch „Sofa-“ oder „Faulpelzaktivismus“, bezeichnet eine einfache und niedrigschwellige Form des Aktivismus. Bspw. wenn man sich während des Pride-Months ein Regenbogen-Filter über sein Profilbild legt, oder eine Petition teilt, übt man typische Praxen von Slacktivism aus. Da solche Aktionen von einigen als Alternative zu Straßen- und somit aufwändigerem Aktivismus gelten, ist der Begriff und die entsprechenden Handlungen in manchen politischen Gruppen negativ angesehen. Dennoch bietet er Menschen mit einer geringeren Mobilität Möglichkeiten zur politischen Teilhabe. Personen, die online in öffentlichen Diskursen linke Ideen und Ideologien vertreten, werden in englischsprachigen Räumen auch als „liberal“ bezeichnet. Damit ist in deutschsprachigen Räumen weniger eine wirtschaftliche Ansicht als eine freiheitliche, progressive Weltsicht verknüpft. Die Diskurse, welche diese Slacktivist:innen führen, spielen sich online oft nicht im Bereich klassischer Politik ab, sondern bspw. in Gesprächen über Popkultur.

Arbeitsauftrag

Mit welchen Inhalten und Themen befassen sich linke/liberale Slacktivist:innen hauptsächlich online und wie bzw. auf welchen Plattformen interagieren sie mit diesen?

Gesundheits-Influencer:in

Influencer:innen, das sind Personen, welche auf sozialen Netzwerken eine große Follower:innenschaft besitzen und jene mit ihrer Meinung bzw. ihren Inhalten „influencen“, zu deutsch also beeinflussen. Gesundheits-Influencer:innen beschäftigen sich konkret überwiegend mit Themen wie Workouts, Ernährung, Diäten und Sportarten wie Yoga und Pilates, neben den Besuchen im Fitnessstudio oder den Trainingsübungen für Zuhause. Inhalte von Gesundheits- oder Fitness-Influencer:innen eignen sich aufgrund der Vielzahl von Produkten zu diesen Themen und dem starken Interesse der Follower:innen den präsentierten Lebensstil zu kopieren, häufig sehr gut für Werbeplatzierungen.

Arbeitsauftrag

Wie empfindet ihr das Verhältnis zwischen ernstgemeinten Tipps zu einer gesunden Lebensführung und dem eigenen Bereichern durch das Empfehlen „gesundheitsfördernder“ Produkte? Denkt ihr außerdem, dass durch diese Art von Inhalten der gesellschaftliche Druck, „schön und schlank“ zu sein, verstärkt wird?

Gamer:in

Gamer:innen ist eine Selbstbezeichnung für Menschen, die sich viel mit Videospielen auseinandersetzen. Dabei ist hauptsächlich das aktive Spielen und Kommentieren von Videospielinhalten in online Diskursen gemeint. Viele Gamer:innen produzieren aber auch selbst digitale Inhalte mit dem Thema Videospiele auf Livestreamingplattformen wie *Twitch* oder Videoplattformen wie *YouTube*. Hierbei gibt es viele teils überschneidende Unterkategorien je nach Genre von Videospielen, mit denen sich auseinandergesetzt wird, oder die Art wie gespielt wird. Bspw. beim „Speedrunning" versuchen die Spieler:innen ein Videospiel in möglichst kurzer Zeit durchzuspielen. In der online Gemeinschaft von Gamer:innen hat sich darüber hinaus auch ein spezifischer Humor, Slang und damit einhergehende Verhaltensregeln herausgebildet. Das Spielen von Videospielen wird in – besonders älteren – Teilen der Gesellschaft gerne mal verteufelt und als Zeitverschwendung abgetan. Jedoch wird zum „zocken" erwiesenermaßen logisches Denken, Problemlösungsfähigkeiten und Hand-Augen-Koordination abverlangt. Gerade deshalb sind mittlerweile Karrieren als E-Sportler:in möglich. Videospiele werden aber auch oft für Eskapismus benutzt und es besteht die Gefahr von Videospielsucht.

Arbeitsauftrag

Wie können junge Menschen ein gesundes Verhältnis zu Videospielen entwickeln und/oder aufrechterhalten?

ASMRtist:in

Produzent:innen von Videos, in denen die Zuschauerschaft oft direkt mit sanfter Stimme oder geflüstert in einem Rollenspiel angesprochen wird. Alternativ werden gewisse Geräusche mit einem feinen Mikrofon aufgenommen. Beides soll zu einem Gefühl der Entspannung dienen und/oder beim Einschlafen helfen. Besonders beliebt sind Rollenspiele, in denen die/er ASMRtist die Rolle einer/s guten Freund:in, Beziehungspartner:in oder freundlichen Servicekraft einnimmt.

Arbeitsauftrag

Habt ihr das Gefühl, dass euch ASMR Videos entspannen und ihr sogar „tingles" (eine Art Gänsehautgefühl im Gehirn) bekommt? Glaubt ihr die Beliebtheit von Rollenspielen, die ein vertrautes und freundliches bis liebevolles Verhältnis darstellen, hängt mit der zunehmenden Vereinzelung und daraus resultierenden Vereinsamung von Individuen in unserer Gesellschaft – auch „Atomisierung" genannt – zusammen?

Rechte/konservative Slacktivist:in

Slacktivism, zu deutsch auch Sofa- oder Faulpelzaktivismus bezeichnet eine einfache und niedrigschwellige Form des Aktivismus. Bspw. wenn man auf sozialen Netzwerken unter Beiträgen kontroverse Thesen verbreitet oder solche auf seinem Account teilt. Da solche Aktionen von einigen als Alternative zu Straßen- und somit aufwändigerem Aktivismus gelten, ist der Begriff und die entsprechenden Handlungen in manchen politischen Gruppen negativ angesehen. Dennoch bietet er Menschen mit einer geringeren Mobilität Möglichkeiten zur politischen Teilhabe.
Personen, die dabei online in öffentlichen Diskursen konservative und/oder rechte Ideen und Ideologien vertreten, werden auch als Slacktivist:innen bezeichnet. Die Diskurse, welche diese Slacktivist:innen führen, spielen sich online oft nicht im Bereich klassischer Politik ab, sondern bspw. in Gesprächen über Popkultur.
Von solchen Personengruppen gibt es eine Vielzahl an Ausprägungen mit ihren eigenen, teilweise sehr mythologischen und auch rassistischen und fremdenfeindlichen Ansichten.

Arbeitsauftrag

Mit welchen Inhalten und Themen befassen sich rechte oder konservative Slacktivist:innen hauptsächlich online und wie interagieren sie mit diesen? Könnt ihr hierbei bestimmte Personengruppen ausmachen und falls ja, wie werden sie genannt?

Finanz-Influencer:in

Influencer:innen, das sind Personen, welche auf sozialen Netzwerken eine große Follower:innenschaft besitzen und jene mit ihrer Meinung bzw. ihren Inhalten „influencen“, zu deutsch also beeinflussen. Finanz-Influencer:innen sind dadurch gekennzeichnet, dass sie ihren Follower:innen Investmentempfehlungen – nicht selten für Kryptowährungen – geben. Zudem befördern sie gleichzeitig eine gewisse Weltanschauung, die auf starker Arbeitsmoral, Individualismus und Unternehmer:innen- bzw. Gründer:innenschaft beruht. Im Englischen wird hier oft von der „hustle culture“ gesprochen.

Arbeitsauftrag

Sollten sich (junge) Menschen in Deutschland mehr mit Aktien, Investments und der Börse beschäftigen als Einkommensmöglichkeit und Rentenvorsorge und helfen solche Influencer:innen dabei? Oder ist die Gefahr dabei zu groß, auf betrügerische Systeme zu stoßen, die beeinflussbaren und vulnerablen (jungen) Menschen ihr Geld aus der Tasche zu ziehen?

E-Girl/E-Boy

E-Girl oder E-Boy, von „electronic girl/boy“ abgeleitet, ist ein ästhetischer Trend bzw. eine Jugendkultur, die seit den späten 2010er Jahren vor allem auf *TikTok* aufgetreten ist. Hierbei wurden diverse Elemente aus der Skaterkultur, Anime, Hip Hop, Gothic, Emo, Rave und Mode der 1990er und 2000er Jahre übernommen. Gepaart mit einem distinkten Makeup-Stil werden diese Kulturen angepasst und eine neue Ästhetik kreiert.

Arbeitsauftrag

Eine frühe Kritik an E-Girls und E-Boys war die sexualisierte Selbstdarstellung von Minderjährigen in Videos auf *TikTok*, da sie zu sexuellen Übergriffen „einladen würde“. An sexuellen Übergriffen sind natürlich niemals die Opfer (Mit-)Schuld, aber es stellt sich die verzwickte Frage: Wie sollte das Verhältnis sein zwischen: junge Menschen sich frei entfalten und darstellen lassen und diese vor den potentiellen Gefahren des Internets warnen. Und wie sollten soziale Netzwerke besser gegen Übergriffe vorgehen?

Weeaboo/K-Pop Stan

Weeaboo (Kurzform „weeb“) ist eine Bezeichnung für westliche Fans mit einer obsessiven Begeisterung für japanische Popkultur. Diese Bezeichnung wird zwar auch abwertend, mittlerweile aber ebenfalls als positive Selbstbezeichnung verwendet. K-Pop Stan (Zusammensetzung aus „Stalker“ und „Fan“) ist eine Bezeichnung für westliche Fans mit einer obsessiven Begeisterung für südkoreanische Popmusik. Da es aber noch keinen äquivalenten Popkultur Begriff zu Weeaboo auf Südkorea bezogen gibt, steht hier der Begriff K-Pop Stan ein für eine obsessive Begeisterung mit südkoreanischer Popkultur.

Arbeitsauftrag

Weeaboos und K-Pop Stans werden oft für ihre Oberflächlichkeit im Umgang mit der jeweiligen Kultur, an der sie interessiert sind, kritisiert und wirken bzw. handeln teilweise kulturell unsensibel im Umgang mit Menschen aus dieser Kultur.
Wie könnten Jugendarbeiter:innen jungen Menschen dabei helfen, sensibler mit anderen Kulturen umzugehen und gleichzeitig das Interesse an anderen Kulturen zu bestärken?

Wer bin ich und wie viel kann an mir verdient werden?

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 6.2

Ziel der Aufgabe ist es, dass die TN lernen, wie Algorithmen kommerzielle Identitäten von ihnen erstellen und wie sie damit kritisch umgehen können.

Ablauf

Diese Aufgabe besteht aus 6 Teilen.

Im ersten Teil werden den TN die Positionierungsfragen aus TM 1 vorgelesen, zu denen sie sich räumlich (falls platz vorhanden) positionieren können, je nachdem ob sie den Aussagen/Fragen eher zustimmen oder diese eher ablehnen.

Im zweiten Teil bilden die TN Gruppen von 2–3 Personen. Dann werden ihnen die Schätzfragen aus TM 1 gestellt. Hierbei können – als eine Art Spiel – Punkte für die nächst-beste Antwort vergeben werden.

Im dritten Teil schauen die Gruppen sich den thematischen Input aus TM 1 an.

Im vierten Teil ziehen die TN Gruppen eine der Recherchefragen aus TM 2 und gehen auf Internetsuche. Hierbei schreiben sie ein paar kurze, interessante Fakten aus ihrer Recherche auf Mod-Karten auf.

Im fünften Teil basteln alle Gruppen zusammen aus ihren Mod-Karten eine Mindmap an einer Pinnwand und stellen kurz vor, was sie herausgefunden haben. Im sechsten Teil gehen die TN in eine kurze Selbstreflexionsrunde und fragen sich was sie in Bezug auf Algorithmen und Identität gelernt haben. Beispielfragen zum aufhängen finden sich in TM 1.

Vorbereitung

- Ausdrucken und Ausschneiden der Recherchefragen aus TM 2.

Hinweis zur Moderation

- Die thematischen Inputs in AM 1 sind beide auf englisch, es gibt jedoch gute, automatisch erzeugte Untertitel auf deutsch.

Interessante Quellen

- Auf der Webseite *Visualcapitalist* gibt es eine gute Infografik, auf der man sehen kann, wie lange man bräuchte, um die AGBs der populärsten Apps zu lesen. Die Grafik ist von 2020 und daher nicht mehr ganz aktuell www.visualcapitalist.com/terms-of-service-visualizing-the-length-of-internet-agreements

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Identitätsbildung und Digitalität

Stufe
Vertiefung

Form
Hybrid

Methode
Schätzen, Positionierungsfragen, Gruppenarbeit, Selbstreflexion

Ausstattung
Bildungsmaterialien + Pinnwände

Dauer
120+ Minuten

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien: »bit.ly/dja-material«

Positionierungs- & Schätzungsfragen

Positionierungsfragen:

- Ich gebe gerne meine Daten gegenüber Unternehmen preis, wenn ich im Gegenzug gute und kostenlose Dienstleistungen zur Verfügung gestellt bekomme.
- Ich achte immer darauf, auf Webseiten nur notwendigen Cookies zuzustimmen.
- Mein Verhalten im Internet geht nur mich etwas an.
- Das Einsetzen von Algorithmen im digitalen Raum ist positiv, da es vielen Leuten eine maßgeschneiderte Nutzungserfahrung bietet. Dadurch spart man Zeit und findet viele Dinge, die einem gefallen.
- Algorithmen kommen mir sehr mächtig vor und ich verstehe nicht wirklich, wie sie eigentlich funktionieren.
- Es überrascht mich oft, wie spezifisch die Werbung ist, die mir online angezeigt wird.
- Ich denke, mein Smartphone hört dabei zu, wenn ich mich mit Freunden unterhalte.
- Ich habe schon darüber nachgedacht oder nutze bereits einen VPN, um meine Daten besser vor Unternehmen zu schützen.

Schätzungsfragen:

- In welchem Jahr konnte *Target* (us-amerikanische Supermarktkette) bereits mit Hilfe eines Algorithmus und Daten über das Kaufverhalten vorhersagen, ob Kund:innen schwanger sind und ihnen dementsprechend Coupons für Schwangerschaftsartikel zu schicken?
  - Antwort: Im Jahr 2002
- Wann wurden Cookies und Banner Ads erfunden?
  - Im Jahr 1994
- Wie viel Umsatz hat die digitale Werbeindustrie 2021 allein in Deutschland gemacht?
  - 5,12 Milliarden Euro
- Wie viel haben us-amerikanische Firmen im Jahre 2018 für das Akquirieren von Drittanbieter Daten wie bspw. aus Cookies ausgeben?
  - 16,7 Milliarden Euro
- Wie teuer ist es für eine Firma, alle meine Daten, die ich im Internet preisgegeben habe, zu kaufen?
  - Zwischen 7 Cent bis 1 Euro je nach Demografik und Interessen, als Preis pro Person in einem Paket an Daten von mehreren Tausend Personen
- Wie viele Cookies kann eine Webseite im Normalfall haben?
  - Meist nur bis zu 300 Cookies
- Wie lange würde es dauern, die AGB von *Facebook* (2020) zu lesen?
  - 00:17:12 mit 4132 Wörtern
- Wie viele Drittanbieter Apps tracken dich durchschnittlich gleichzeitig auf *TikTok*?
  - Dreizehn

Thematischer Input:

- youtu.be/HFyaW5oGFOs
- youtu.be/yVwKQqbMw-c

Reflexionsfragen:

- Habe ich das Gefühl besser zu verstehen, wie Cookies funktionieren und was ihre Vor- und Nachteile sind?
- Habe ich das Gefühl, Algorithmen, die die Werbeindustrie einsetzt, besser zu verstehen?
- Habe ich das Gefühl, besser zu verstehen, wie ich meine Daten besser vor dem Einfluss von Werbeanbietern schützen kann?

Recherchefragen

Wie funktionieren „targeted ads“ eigentlich?

Wie viele Cookies hat mein Lieblingsbrowser gerade gespeichert und wie sieht so ein Cookie eigentlich aus?

Wie viel wären meine Daten Wert, wenn sie eine Werbefirma kaufen würden?

[en] Zum selbst ausprobieren:

Welche Optionen gibt es, um mich vor Cookies und Tracking besser zu schützen und wie funktionieren diese?

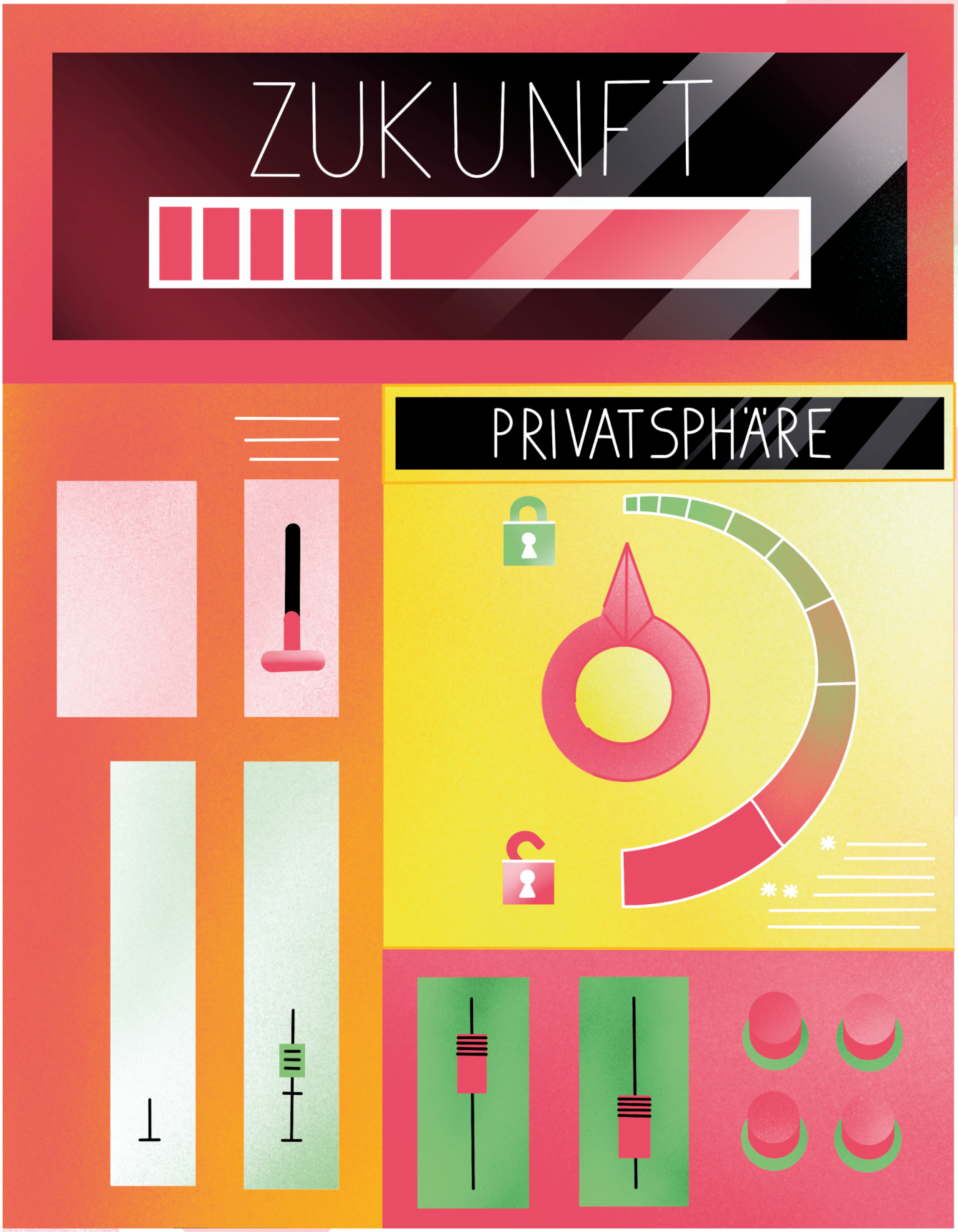
Selbstexperiment: Macht ein paar gezielte *Google*-Suchen, guckt auf ein paar Shopping Webseiten herum und entdeckt, wie sich die Werbung, die euch online angezeigt wird, verändert. Findet heraus, wie *Google* sich solche Informationen merkt und ob es Alternativen zu *Google* gibt.

Schaut euch auf der Webseite targetleaks.de/index um und guckt, wie Parteien in Deutschland Daten und Algorithmen für politische Werbekampagnen im Internet benutzen.
Spielt auch gerne das Quiz auf targetleaks.de/target-o-mat und guckt, wie ihr abschneidet!

Werft einen Blick in eure **Werbeinteressen** bei *Facebook* bzw. *Instagram* und findet heraus, wer über euch alles denkt, dass ihr zu deren Produkten passt. Dorthin gelangt ihr folgendermaßen:

- **Instagram**:
  - Klickt in eurem Profil auf „Einstellungen“
  - Dann auf „Werbeanzeigen“
  - Schließlich unter „Allgemeine Informationen“ klickt ihr auf „Werbeinterressen“

- **Facebook**:
  - Klickt in eurem Profil auf „Einstellungen“
  - Dann unter dem Reiter „Berechtigungen“ klickt ihr auf auf „Werbepräferenzen“
  - Schließlich wählt ihr den Reiter „Werbethemen“ aus


ZUKUNFT
PRIVATSPHÄRE

.3

Macht und Digitalität

Gesellschaftliche Macht- und Machtverschiebungsprozesse vor dem Hintergrund der Digitalität verstehen und reflektieren.

Illustration: Daria Rüttimann

Kompetenzbereich

Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz

Macht und Digitalität

Version 1.3
Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
bit.ly/dja-material

Thematische Einführung

digitale jugend arbeit

Die Digitalität ist wie jede fortschrittliche Technologie als ein Werkzeug einsetzbar, welches neue Möglichkeiten der Machtausübung bietet. Hierbei stellen sich die Fragen: Wer hierdurch welche Macht wie und an welchen Orten ausüben kann? Wie Machtverhältnisse sich verschieben oder gleich bleiben? Und wie Zugang zu dieser Macht verfügbar gemacht oder vorgehalten wird.
Das Konzept „Macht" kann natürlich auf viele Arten verstanden werden. Im digitalen Zeitalter geht es aber vor allem um den Besitz von Informationen und das Regulieren der Verfügbarkeit dieser. Und auch wenn Menschen mit einem Internetzugang auf viele Informationen frei zugreifen können, herrscht im Internet allgemein doch eine Asymmetrie, welche die „normale" Internetnutzer:in benachteiligt. Hieraus können große und datenstarke Firmen beträchtliche „Macht" generieren und nutzen.

Ein deutsches Beispiel hierfür ist die *SchuFa*. Die *SchuFa* ist nicht, wie viele Deutsche glauben, eine staatliche Behörde, sondern ein Privatunternehmen. Dieses sammelt unterschiedliche Daten, wertet diese aus und bestimmt schlussendlich, wie kreditwürdig eine Person ist. Hierbei sind zwei Dinge besonders problematisch: Erstens geben die meisten Menschen nicht bewusst oder freiwillig ihre Daten an die *SchuFa*. Zweitens ist die Art der Auswertung unserer Daten – der Algorithmus, den die *SchuFa* benutzt – nicht transparent. Niemand außerhalb der Firma kann einsehen, wer warum wie bewertet wird. Trotzdem ist diese Bewertung oft Grundlage dafür, wer eine Wohnung mieten oder kaufen darf, wer ein Darlehen bekommt oder wer überhaupt ein Bankkonto eröffnen kann.

Eine große Rolle bei der Verwaltung von Informationszugängen spielen auch soziale Plattformen. Einige wenige Plattformen – *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok* und *YouTube* – bilden mittlerweile die Knotenpunkte sozialer Interaktionen online. Alle diese Plattformen werden von profitorientierten Privatunternehmen geführt und benutzen Algorithmen, um zu beeinflussen, wer welche Informationen sieht bzw. welche Informationen einfacher oder schwerer zugänglich sind.

Positive Entwicklungen – wie die Allgemeinbevölkerung auf neue Arten „Macht" ausüben kann – dürfen hierbei aber auch nicht vergessen werden. Mithilfe von Netzanonymität können sich Personen auf der ganzen Welt vernetzen, die politisch oder gesellschaftlich diskriminiert werden, um sich auszutauschen und gegenseitig zu unterstützen. Gemeinsamer und international vernetzter Journalismus wird durch die Digitalität überhaupt erst möglich. Recherchen werden, gerade bei politisch schwierigen Themen, deutlich anonymer. Und nicht zuletzt kann Digitalität durch Online-Aktivismus, niedrigschwelligen öffentlichen Diskussionen, Petitionen, etc. eine enorme demokratische Macht bereithalten.

Dieses Modul nähert sich dem Thema Macht und Digitalität, indem es die Teilnehmer:innen zunächst darüber aufklärt, was Algorithmen, Künstliche Intelligenz und das Internet sind und wie sie funktionieren. Des Weiteren wird ihnen eine Definition von Macht im digitalen Zeitalter näher gebracht und sie lernen, wie diese ausgeübt wird, wie sie diese erkennen können und welche kritischen Haltungen es dieser Macht gegenüber gibt.

Inhalt **Seite**

Aufgabe ❶	s.37
Trainingsmaterial 1	s.39
Trainingsmaterial 2	s.40
Arbeitsmaterial 1	s.44
Arbeitsmaterial 2	s.45
Arbeitsmaterial 3	s.46
Arbeitsmaterial 4	s.47
Arbeitsmaterial 5	s.48
Arbeitsmaterial 6	s.49
Arbeitsmaterial 7	s.50
Arbeitsmaterial 8	s.51
Arbeitsmaterial 9	s.52
Arbeitsmaterial 10	s.53
Arbeitsmaterial 11	s.54
Aufgabe ❷	s.55
Arbeitsmaterial 1	s.57
Arbeitsmaterial 2	s.58
Arbeitsmaterial 3	s.59
Arbeitsmaterial 4	s.60
Arbeitsmaterial 5	s.61
Arbeitsmaterial 6	s.62
Arbeitsmaterial 7	s.63
Arbeitsmaterial 8	s.64
Arbeitsmaterial 9	s.65

Maschinenraum Internet

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 6.3

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Macht und Digitalität

Stufe
Einstieg

Form
Hybrid

Methode
Stationenlernen, Thesendiskussion, Gallery Walk

Ausstattung
Bildungsmaterialien + Stellwände + Beamer/ großer Bildschirm

Dauer
120+ Minuten

Ziel der Aufgabe ist es, dass die TN ein grundsätzliches Verständnis dafür erlangen, was Algorithmen und Künstliche Intelligenz bzw. maschinelles Lernen sind und wie diese funktionieren. Darüber hinaus sollen die TN auch verstehen lernen, wie das Internet überhaupt funktioniert bzw. wie es am Laufen gehalten wird.

Ablauf

Diese Aufgabe besteht aus 5 Teilen.
Im ersten Teil gibt es einen kurzen Input von der Moderation, um die TN für das Thema zu begeistern und ihnen schonmal ein grundlegendes Verständnis mitzugeben. Hierzu gibt es Themen in TM 2.

Im zweiten Teil eignen sich die TN mithilfe einer Stationenarbeit grundlegendes Wissen über die Funktionsweise des Internets, Algorithmen, Künstliche Intelligenz und Maschinellem Lernen an. Dabei besuchen die TN einzeln und in eigenem Tempo die verschiedene Wissens-Stationen (AM 1–4). Jede Wissens-Station besteht aus einem Text oder Video zur Erklärung des Themas und einer Aufgabe. Wenn sie die Aufgabe erfüllt haben, sollen sie ein Schlagwort, an welches sie gerade denken müssen, in ein kollaboratives Wortwolken-Tool eintragen. Alternativ (bzw. analog) können sie das Wort auf einen Zettel schreiben, falten und in einen Topf bei der Wissens-Station legen – die Moderation trägt die Worte später in ein entsprechendes Tool zur Visualisierung ein.

Im dritten Teil sollen die TN gemeinsam zu den Themen diskutieren, mit denen sie sich gerade beschäftigt haben. Das können sie anhand der Thesen aus TM 1 machen. Alternativ können sich die TN anhand einer Positionslinie aufstellen und nach ihrer Meinung gefragt werden. Während der Diskussion kann die Moderation bspw. die Wortwolken erstellen oder das Stationenlernen für den nächsten Teil vorbereiten.

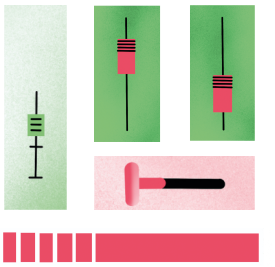
Im vierten Teil begeben sich die TN zu zweit mit einem Blatt Papier durch eine kleine Wunderkammer der künstlichen Intelligenzen. Das sind verschiedene Stationen bzw. Exponate (AM 5–11), in welchen sie sich durch Webseiten oder Tools KI-basierter Programme klicken können und staunen sollen, was bereits alles möglich ist. Zwischendurch sollen sie auf ihrem Blatt Papier an einer eigenen fiktiven KI tüfteln und diese Zeichnen bzw. mit selbst ausgedachten Funktionen beschreiben.

Im fünften Teil hängen die TN ihre ausgedachten KIs aus dem vierten Teil im Raum auf und betrachten die Werke der anderen. Danach gehen die TN die Reflexionsfragen in TM 1 alleine oder gemeinsam mit der Moderation durch.

Vorbereitung

- Der Input in Teil 1 muss von der Moderation vorbereitet werden. Geschichten und Quellen gibt es hierzu in TM 2.
- Die einzelnen Wissens-Stationen (AM 1–4) und später die Exponate (AM 5–11) müssen ausgedruckt, manche davon ausgeschnitten, und am besten mit genügend räumlichem Abstand aufgebaut werden.
- Bei AM 3 und AM 4 für den zweiten Teil müssen zur Bewältigung der Aufgaben Flipcharts ausgelegt werden.

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
»bit.ly/dja-material«



- Die Tools in AM 5–11 sollten auf Verfügbarkeit/Nutzbarkeit geprüft werden.
- Bei manchen Exponaten lohnt sich die Bereitstellung eines Geräts, auf welchem die entsprechende Webseite schon geöffnet ist. Insbesondere die *Lobe*-App (AM 11) ist bspw. nur für Desktop-Rechner verfügbar.

Hinweis zur Moderation

- Der Input kann in seinem Umfang und der Vortragsweise angepasst bzw. ausgelassen werden..
- Die Schlagwörter, welche im 2. Teil an jeder Station gesammelt werden sollen, sind optional und daher nicht auf dem AM 1–4 vermerkt.
- Der vierte Teil der Aufgabe ist an das Konzept der „Wunderkammer" aus der Renaissance angelehnt. Das war eine Art Ausstellung, in der Menschen durch Exponate aus Wissenschaft, Kunst und Natur ein Gesamtverständnis für die (damalige) Welt entwickeln sollten. In dieser Aufgabe kann das Gleiche auf die digitale Welt übertragen werden und die TN durch Bestaunen, Kuriositäten und Verwunderung lernen lassen. Die einzelnen Stationen können daher auch als kleine digitale Ausstellungen konstruiert oder verziert werden.
- In einigen Stationen sind die hier ausgesuchten Tools auf englisch. Diese kann man aber auch mit wenig englischen Sprachkenntnissen verstehen und testen. Die Station„ more AI-stuff" (AM 11) ist eine Ansammlung von Tools, für die ein bisschen mehr englische Sprachkenntnisse notwendig sind. Um Sprachbarrieren für den vierten Teil der Aufgabe zu vermeiden, sollten die möglichen Sprachbarrieren angesagt und beim Einteilen der Gruppen beachtet werden.

Übersicht Wissens-Stationen (Teil 2)

- Station 1: Was ist eigentlich das Internet?
- Station 2: Was sind eigentlich Algorithmen?
- Station 3: Was ist eigentlich Künstliche Intelligenz?
- Station 4: Wie funktioniert eigentlich maschinelles Lernen?

Übersicht Exponate (Teil 4)

- Exponat 1: Wünsch dir was
- Exponat 2: Beethovens Unvollendete vollendet?
- Exponat 3: Ghostwriting einfach gemacht
- Exponat 4: Das gibt's doch gar nicht
- Exponat 5: Jede Sprache können
- Exponat 6: Bildlupe
- Exponat 7: [en] More AI Stuff

Interessante Quellen

- [en] *Vox* hat 40 Karten über das Internet zusammengestellt, die sich nicht nur bei der „Wissens-Station 1: Was ist eigentlich Internet?" gut als Beispiel zeigen lassen, sondern auch ein Verständnis über das Internet und die Geschichte dahinter geben. Einige Karten oder die Geschichten dazu können auch im ersten Teil der Aufgabe, beim Thematischen Input, eingebaut werden. vox.com/a/internet-maps
- Das Buch "Atlas of AI" von Kate Crawford eignet sich besonders gut, um nachzuvollziehen, wie die Herstellungs-, Bedien- und Wartungsprozesse von Künstlicher Intelligenz funktionieren. Dazu informiert es übersichtlich über die menschliche Arbeit und Ressourcen- und Umweltkosten dieser Prozesse.

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Macht und Digitalität

Stufe
Einstieg

Form
Hybrid

Methode
Stationenarbeit, Thesendiskussion, Gallery Walk

Ausstattung
Bildungsmaterialien + Beamer/großer Bildschirm

Dauer
120+ Minuten

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien: »bit.ly/dja-material«

Thesen & Reflexionsfragen

Thesen für den 3. Teil

- Die Macht im Internet liegt bei großen Konzernen – von der Infrastruktur über die Webseiten bis hin zur Produktion der Endgeräte. Internetnutzer:innen sind gegen die Ressourcen der Tech-Giganten machtlos.

- Um Macht über digitale Strukturen zu bekommen, sollten alle Menschen wissen, wie Algorithmen funktionieren. Informatik sollte daher deutschlandweit verpflichtend als Schulfach eingeführt werden.

- Künstliche Intelligenzen sind weder intelligent noch künstlich. Sie werden von Menschen hergestellt, programmiert und gewartet, es werden extreme Mengen natürlicher Ressourcen in ihrer Herstellungen verwendet und hinter diesen Menschen steht meistens ein Konzern mit einer profitablen Absicht. Das Narrativ der „künstlichen Intelligenz“ sollte daher in der öffentlichen Wahrnehmung überdacht werden.

- Maschinelles Lernen ist in der Funktionsweise irgendwann zu kompliziert und undurchschaubar. Programmierer:innen verlieren dabei sozusagen die „Kontrolle über ihre Maschine“, weil sie den Code selbst nicht mehr verstehen. Dystopien, die von einer „Machtübernahme von Maschinen“ erzählen, sind daher nicht völlig abwegig.

Reflexionsfragen für den 5. Teil

- Habt ihr das Gefühl, besser zu verstehen, was Internet, Algorithmen, künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen sind und wie sie funktionieren?
- Was hat euch am meisten überrascht?
- Habt ihr was gelernt, womit ihr euch unwohl fühlt?
- Was fandet ihr am interessantesten?
- Habt ihr das Gefühl, dass ihr euch nach dieser Aufgabe wohler mit diesen Konzepten (Internet, KI, Algorithmen, maschinelles Lernen) fühlt? Wenn nein, warum nicht?

Thematischer Input

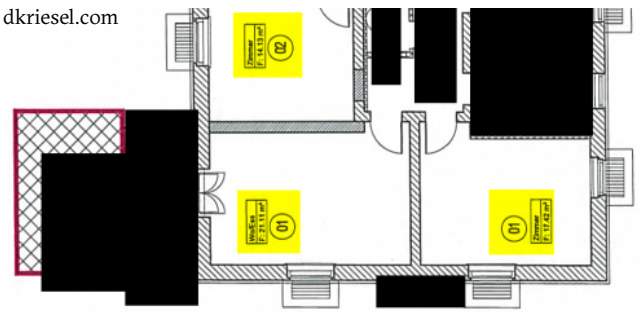
Folgende Abschnitte können als Einführung vor oder zwischen der folgenden Stationenarbeit vorgetragen werden. Eventuell haben TN bereits von den Thematiken gehört und können bereits ihr Wissen ergänzen. Die Input-Texte sind so beschrieben, dass sie leicht verständlich und bebildert rübergebracht werden können.

Was „Wie geht Internet“ mit Machtbildung & Digitalität zu tun hat

Um komplexe Machtstrukturen hinter Online-Netzwerken, Künstlichen Intelligenzen, Virtuellen Realitäten, Filterblasen, etc. zu erkennen und ihnen im Zweifel entgegenwirken zu können, geht es in dieser Aufgabe darum, zu verstehen, wie allgegenwärtige Dinge in digitalen Räumen funktionieren. Diese Aufgabe versucht zeitgleich mit dem quantitativ vermittelten Wissen, ein Interesse dafür zu wecken, digitale Infrastrukturen zu begreifen, um sie letztendlich im Ansatz zu verstehen. Gleichzeitig sollen die TN mithilfe der folgenden Erzählungen ein wenig für das Thema begeistert bzw. sensibilisiert werden.

„Traue keinem Scan, den du nicht selbst gefälscht hast“

dkriesel.com



Algorithmen sind nicht unfehlbar und keineswegs perfekt. Manchmal bekommt man dabei „nur“ einen sündhaft teuren Gasgrill angezeigt, obwohl man aus Kostengründen nach „Grill selber basteln“ gegoogelt hat. Manchmal kann das aber auch fatale Folgen haben, wie das folgende Beispiel belegen soll – nämlich bei der Scanner-Software des milliardenschweren Druckmaschinen-Herstellers *Xerox*:

Der Datenblogger David Kreisel berichtete beim Chaos-Computer-Club Kongress 2014, dass er Unterschiede zwischen einem Papierdokument und dem jeweiligen digital gescannten Dokument feststellen musste. Bestimmte Zahlen wurden schlichtweg falsch eingescannt und als andere Zahlen in das Dokument an gleicher Stelle abgebildet. Diese Fehler sind allerdings erst beim genauen Betrachten aufgefallen: Beim Scan eines Grundrisses wurde ein offensichtlich kleinerer Raum mit mehr Quadratmetern beschrieben als ein offensichtlich größerer Raum.

Das Problem gründete sich aus der Software vom Hersteller des Scanners, also von *Xerox*. Um den Scan möglichst schnell durchzuführen, wird ein Dokument datensparend abfotografiert und somit in den Computer eingelesen. Die Scannersoftware dahinter merkte sich das Dokument allerdings nicht Pixel für Pixel, wie es bei einem Foto bspw. wäre, sondern stellte optische Ähnlichkeiten fest. Eine ‚6‘ in derselben Schriftgröße und derselben Schriftart, wird nicht immer wieder erneut als Pixel + Pixel + Pixel = ‚6‘ gelesen. Sondern: Die Software stellt die Ähnlichkeit fest und merkt bei der zweiten ‚6‘: „Aaah, das kenne ich schon. Das speichere ich mir als die gleiche ‚6‘ wie vorhin ein.“
Soweit, so gut. Zum Problem wurde es allerdings, als die Software versehentlich wegen optischer Ähnlichkeiten aus der ‚6‘ eine ‚8‘ machte – womit wir wieder beim falschen Grundriss wären. Das Unternehmen musste daraufhin nicht nur mit diversen Softwareupdates nachbessern, sondern sieht auch einer nicht zu kleiner Anzahl an Schadensersatzklagen entgegen. Schließlich scannt man Dokumente nicht, um sie nie wieder zu benutzen.

Mehr Informationen dazu gibt es im Blog von David Kreisel www.dkreisel.com oder im knapp einstündigen Video „Traue keinem Scan, den du nicht selbst gefälscht hast“ auf dem *YouTube* Kanal des *Chaos Computer Clubs*.

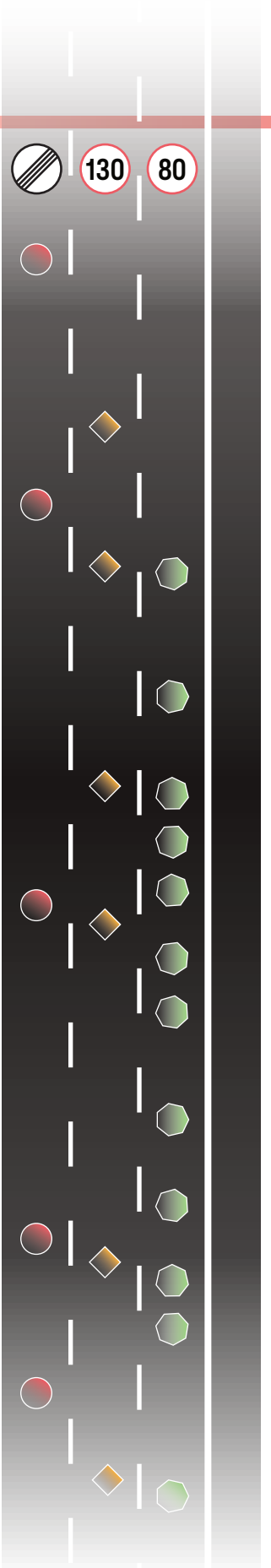
Diese Geschichte zeigt einerseits, dass Algorithmen an vielen Stellen verortet werden können, wo wir sie längst nicht mehr als solche wahrnehmen. Das Umwandeln eines analogen Blatt Papiers wird auch durch einen Algorithmus in digitale Sprache übersetzt. Außerdem sind jene Algorithmen, an welchen Stellen sie sich auch immer aufhalten, nicht fehlerfrei und können in schlimmen Fällen sogar Daten verfälschen.

Was ist eigentlich Netzneutralität?

Im Internet sind alle Daten gleich. Diesen Grundsatz haben wir der Netzneutralität zu verdanken. Das bedeutet, dass sämtlicher Datenverkehr, also alle Daten, die über die Infrastruktur des Internets verschickt und empfangen werden, gleichwertig zu behandeln sind.

Zum Beispiel: Wenn Jascha eine *Wikipedia*-Seite abfragt und Saime eine Mail verschicken möchte, müssen beide Anfragen im Internet über ähnliche Leitungen geschickt werden. Das kann man sich so ähnlich vorstellen wie eine Autobahn und jede Anfrage ist ein Fahrzeug, das zu einem anderen Ziel möchte. Gäbe es keine Netzneutralität, könnte der Internetanbieter bestimmte Autos vorlassen, weil Saime bspw. einen Premium-Vertrag hat, also mehr Geld im Monat zahlt. Saimes Email dürfte dann auf eine Schnellspur und wäre vor Jaschas *Wikipedia*-Seite am Ziel. Und das, obwohl beide nahezu gleichzeitig geklickt hätten.

Glücklicherweise gilt im europäischen Raum das Gebot der Netzneutralität. Durch dieses wird Datenverkehr nach dem „first come first serve"-, also „wer zuerst kommt, mahlt zuerst"-Prinzip abgehandelt. Datenverkehr darf europaweit also nicht diskriminiert, geblockt, gedrosselt oder priorisiert werden. Somit ist die eigene tatsächliche Internetgeschwindigkeit nicht vom eigenen Endgerät, dem abgefragten Inhalt oder (theoretisch) dem Standort abhängig.



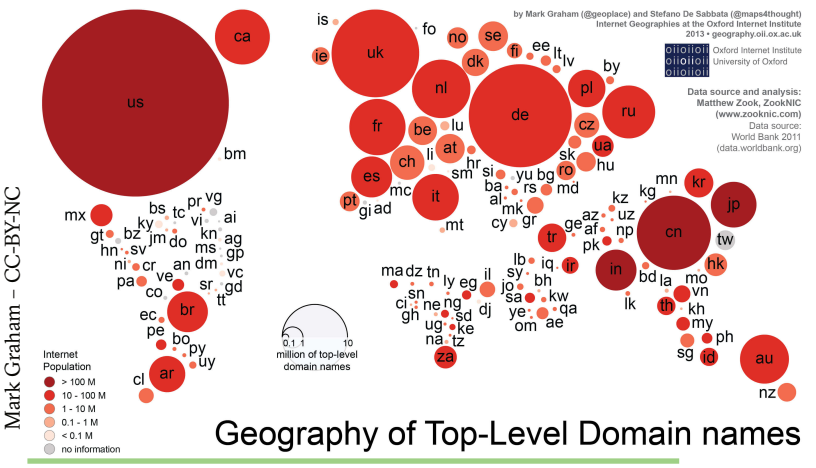
Saime zahlt vielleicht nicht mehr Geld für eine Priorisierung, hat aber 0,00002 Sekunden schneller als Jascha auf den „Senden"-Knopf gedrückt. Saime bekommt die Mail also „schneller" abgesendet, als Jascha die *Wikipedia*-Seite angezeigt wird. In der Praxis ist das „schneller" nicht wirklich zu erfassen, da solche Datenmengen in Mikro- oder Nanosekunden verschickt werden und solche Zeitunterschiede für Menschen nicht mehr greifbar sind. Beide bekommen es gefühlt „gleichzeitig" zu sehen.

Wo allerdings Unterschiede, auch in der Bezahlung, gemacht werden, ist die gesamte Internetgeschwindigkeit pro Haushalt. Hier dürfen Internetanbieter einen Unterschied machen, ob ein Vertrag mit bspw. 50 MBit/s oder 250 MBit/s abgeschlossen wurde. Diese Geschwindigkeit teilen sich alle Geräte, die über diesen Router ihren Zugang zum Internet bekommen.

Als belustigenden Einstieg in dieses Thema kann ein Werbespot der *Telekom* von 1995 sorgen: „Willkommen auf der Daten-Autobahn". Ein 1,5 minütiges Video dazu gibt es auf *YouTube*: youtu.be/14youbksNs4
Mehr Informationen gibt es einerseits auf der Webseite der *Bundesnetzagentur*: bundesnetzagentur.de/DE/Vportal/TK/InternetTelefon/Netzneutralitaet/start.html, kurze Erklärvideos finden sich aber auch auf *YouTube*.

Digitaler Kolonialismus

– Warum .tv eine griffige, aber umstrittene Domain ist



Geography of Top-Level Domain names

Eine Domain ist im Grunde genommen das, was oben in einer Browserzeile steht – also die Adresse, die zu einer bestimmten Webseite führt. Eine Domain ist aus verschiedenen Teilen zusammengesetzt: Das „www“ am Anfang beispielsweise besagt, dass die zugehörige Internetseite auf einem Webserver (und keinem Mailserver bspw.) gespeichert ist. Der Domainname hilft dabei, die Webseite zu finden, wenn man ihn in die Suchmaschine eingibt. www.digitalejugendarbeit.de ist mit „www“ auf einem Webserver gespeichert und der Domainname ist „digitalejugendarbeit“. Fehlt nur noch das „de“. Das ist die sogenannte Top-Level-Domain.

Es gibt verschiedene Arten von Top-Level-Domains:
Nicht gesponserte Top-Level-Domains (uTLD) bestehen aus mindestens drei Buchstaben. Die häufigsten sind .com, .net oder .org. Ursprünglich stand diese Bezeichnung für die Art von Organisation hinter den Domains (com steht übersetzt für ‚kommerzielles Unternehmen‘). Das ist aber längst nicht mehr bei allen Unternehmen dahinter zutreffend oder notwendig.
Es gibt aber auch TLDs, welche beschreiben, zu welchem Land die jeweilige Domain gehört – das sind die sogenannten länderspezifischen (country code) Top-Level-Domains (ccTLD). Welches Land welche ccTLD bekommt, wurde festgelegt, als das Internet gerade noch in den Kinderschuhen steckte. Damals wurde es hauptsächlich von Universitäten, Militär und Regierungsorganisationen genutzt und sollte – wie heute auch – zum schnellen und nicht ortsgebundenen Datenaustausch dienen. Damals nutzte man IP- statt Domain-Adressen, also beispielsweise 123.456.789.0. Da eine Anreihung von Zahlen allerdings nicht wirklich gut zu merken ist und das Netz für den Datenaustausch weltweit wuchs, musste ein anderes System her, um Informationen per Eingabe aufzurufen – Domains. Weil immer mehr Länder Teil des weltweiten Netzes wurden, beschloss die US-Behörde *ICANN*, welche für die Vergabe aller Domains weltweit zuständig war, jedem Land eine eigene Domain-Endung zu geben. Diese war angelehnt an die ISO 3166-1 country code Liste, wo Abkürzungen wie ‚US‘ für die USA oder ‚DE‘ für Deutschland bereits festgelegt waren.

Jedes Land bekam somit eine ccTLD zugewiesen, auch wenn es dafür nicht zwangsläufig (gut) an das Internet angebunden sein musste. So bspw. das Land Tuvalu, ein kleiner Inselstaat im Pazifischen Ozean. Tuvalu hat in der Ländercode-Liste nämlich die Abkürzung ‚TV‘, weswegen es die länderspezifische Top-Level-Domain .tv bekam. Da TV die Abkürzung für [television], also Fernsehen, ist und die Assoziation von Online-Inhalten mit dem bekannten Medium Fernsehen keine negative ist, wurden recht schnell einige US-Firmen auf den Inselstaat aufmerksam.
Weil das Internet zu dieser Zeit aber noch recht neu war und sich in Tuvalu niemand so wirklich auskannte wie in den USA, war sich dort keiner so wirklich über die Tragweite und entsprechend den Wert der eigenen Domain sicher. Dadurch kam ein etwas voreiliger Vertrag mit der Firma *Verisign* zustande. Diese zahlte Tuvalu zwei Millionen US-Dollar pro Jahr für die Vermittlung ihrer Domain .tv. Das waren damals zwar 15 % des Bruttoinlandsprodukts, aber rückwirkend betrachtet „Peanuts“, um es mit den Worten des tuvaluischen Finanzministers zu sagen. 2011 kam ein besserer Deal zustande, bei dem das Land immerhin von zwei auf fünf Millionen US-Dollar erhöhen konnte. Gegeben der Tatsache, dass bspw. die größte Videostreaming-Plattform, *Twitch*, die Top-Level-Domain .tv nutzt, bleibt zu rätseln, wie fair dieser Deal heutzutage noch ist. Zumindest für damals lässt sich sagen, dass Tuvalu aufgrund schlechter Anbindung an die frühe Infrastruktur des Internets und mangelndes Wissen über die Tragweite von einer US-amerikanischen Firma ausgenutzt wurde.

Diese Geschichte gibt es auch noch mit ein paar weiteren Informationen und Quellen erklärt vom *YouTube*-Kanal *Simplicissimus*:
youtu.be/YOfv3ofSXko

1 0 0 0 1 0 0 0 0 1 1 1 0 0 1 1 1 0 0 1 1 1 0 0 1 0 0 0 0 1 1 1 1 0 1 0
0 0 1 1 0 1 1 1 0 1 1 0 1 1 0 0 0 1 1 1 1 1 0 1 1 0 1 1 0 1 0 1 1 1 0 0
0 1 1 0 0 0 0 1 0 1 0 1 1 1 1 1 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0

Wie aus Bildern Einsen & Nullen werden

Maschinen sprechen nicht die gleiche Sprache wie wir. Sie können weder unsere Worte hören noch etwas, geschweige denn Bilder, sehen. Nicht einmal mit Buchstaben oder Zahlen können sie arbeiten. Wie werden also Ton, Bild, oder vielleicht angefangen bei Text übersetzt, dass ein Computer etwas damit anfangen kann?

Eine Maschine versteht im Grunde genommen zwei Dinge: Strom fließt (wahr) oder Strom fließt nicht (falsch). Hier wird schon das erste Mal übersetzt. Denn an dieser Stelle kommen die kryptischen Einsen (Strom fließt) und Nullen (Strom fließt nicht) ins Spiel, von denen gerne mal geredet wird. Und so kann man sich das im Grunde genommen vorstellen. Ein Stromkabel bzw. ein Datenkabel transportiert in hoher Geschwindigkeit ganz viele kleine Stromschläge, bei denen der Strom fließt oder eben nicht. Quasi wie ein Morsegerät. Fun Fact: Diese kleinste Informationseinheit aus 1 oder 0, bezeichnet man in der Informatik auch als Bit, vielleicht läuten ein paar Glöckchen. Die nächste Frage lautet jetzt: Wie kriege ich meine Daten, also angefangen beim Wort und der Zahl in Stromschläge übersetzt?

Ein Computer übersetzt seine Anreihung von Einsen und Nullen in andere Zahlen mithilfe des Binärcodes. Wie der funktioniert, muss an dieser Stelle weder erklärt noch verstanden werden. Soviel aber als Beispiel: Wenn man einen 6-stelligen Binärcode hat, können bereits zwei hoch sechs, also 64 verschiedene mögliche Zahlenkombinationen dargestellt werden. Mit 12 Stellen sind es bereits 4096 mögliche Zahlenkombinationen.
Die Frage ist also, wie kriegt ein Computer die Daten, welche ich einlese, letztendlich in den für ihn lesbaren Binärcode übersetzt?

Buchstaben und Zahlen bekommen einfach eine Zahl im Binärcode zugewiesen. Einem hypothetischen Computer kann zu Anfang quasi gesagt werden: „Jede Ziffer entspricht ihrer Zahl im Binärcode und ab der ‚11' fängt das Alphabet an".
Soll der Profilname ‚Oma44' in den Computer eingelesen werden, wird das Wort erstmal in Buchstaben und Ziffern, also O+M+A+4+4, zerlegt. Dann werden die Buchstaben in Zahlen umgewandelt (O=25); (M=23); (A=11) und diese Zahlen und die Ziffern (‚44') werden letztendlich in einen Binärcode umgewandelt, also die Sprache, die der Computer „wirklich spricht". Dann kommt raus: 00011001; 00010111; 00001011; 00000100; 00000100. Bei der ‚0' schickt der Computer kein Strom, bei der ‚1' schon. Das läuft natürlich nicht mehr in Morsegeschwindigkeit ab, sondern um einiges schneller. Doch wie funktioniert das jetzt mit Video, Bild und Ton?

Auch bei diesen Dingen wird von Groß nach Klein Übersetzt bzw. umgewandelt. Ein Video ist nichts anderes als eine Anreihung von Bildern, die nacheinander abgespielt werden. Ton besteht aus Schallwellen. Diese können in Graphen umgewandelt werden, welcher wiederum in Funktionen oder Koordinaten (was wiederum Zahlen sind) umgewandelt werden können. Ein Bild wird schlussendlich in Pixel zerlegt. Da jeder Pixel eine bestimmte Farbe hat, wird die Farbe in einen Code umgewandelt, der wiederum aus Zahlen und Buchstaben besteht, die dann in Binärcode umgewandelt werden müssen. Der Computer verarbeitet diese Daten und schickt sie gegebenenfalls an einen Bildschirm weiter, sodass die Personen, die die Daten einlesen, das ‚Oma44' letztendlich sehen können.

Was ist eigentlich Internet?

An dieser Station geht es um die Infrastruktur und die Funktionsweise des Internets.

Gebt bei der Suchmaschine eures Vertrauens »mapping the internet« [de: Kartierung des Internets] ein und staunt auf der Bildersuche ein wenig über die unterschiedlichen Darstellungen.

Entscheidet euch: Guckt entweder das Video von Sendung mit der Maus „Wie funktioniert das Internet“ oder „Wie funktioniert das Internet?“ von Lesics Deutsch, bspw. auf *YouTube* an.

Schreibt danach eure Eindrücke zu den Videos auf das ausliegende Flipchart. Zum Beispiel: Was ist am *Maus*-Video (noch) aktuell? Wo ist das *Lesics* Video zu detailliert oder unverspielt?
Betrachtet im Anschluss nochmal die Karten des Internets vom Anfang und versucht euer soeben gesammeltes Wissen dort einzuordnen.

Arbeitsauftrag

Malt eure eigene Internet-Karte und pinnt sie an das Board. Das könnte bspw. die Internet-Infrastruktur in eurem Jugendclub oder bei euch zuhause sein. Alternativ könnt ihr euch aber auch in abstraktere Darstellungen reindenken und eure persönliche Internetnutzung in eine Karte übertragen.

Was sind eigentlich Algorithmen?

An dieser Station geht es um die Funktionsweisen und die verschiedenen Arten von Algorithmen.

Algorithmen sind grundsätzlich Anweisungen, wie bestimmte Aufgaben schrittweise gelöst werden. Von ihnen gibt es Unmengen und die ersten wurden schon im antiken Griechenland für die Lösung mathematischer Probleme verwendet. Algorithmen sollte man sich also erstmal nicht als die einzelnen Zeilen Programmiercode vorstellen, sondern eher wie die Befehle, die das jeweilige Programm ausführen soll.

Wenn über Algorithmen im Internet, in Apps oder beim Thema künstlicher Intelligenz gesprochen wird, sind allerdings sehr spezifische Algorithmen gemeint. Diese spezifischen Algorithmen lassen sich grob in vier Kategorien einteilen:

- Priorisierung: Eine geordnete Liste erstellen
  - *Google* Suche sortiert und ordnet bspw. Webseiten danach, wie relevant sie zu deiner Anfrage sind
- Klassifizierung: Auswahl einer Kategorie
  - Algorithmen, die im Internet personalisierte Werbung schalten, sortieren dich in eine Kategorie, je nachdem für welche Produkte du dich wahrscheinlich interessierst
- Assoziation: Verbindungen finden
  - Ein Onlineshop zeigt dir weitere Produkte an, an denen du Interesse haben könntest, auf Basis der Produkte, die du dir ansiehst
- Filtern: das Wichtige Isolieren
  - *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* oder *TikTok* filtern Posts, Stories und Reels auf Basis deiner bekannten Interessen, um sie dir maßgeschneidert zu präsentieren

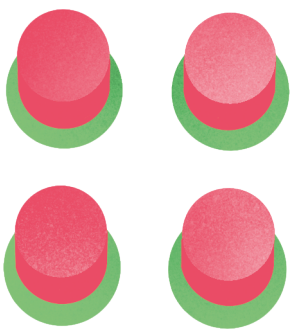
Zwei wichtige Dinge, die noch zu erwähnen sind: Erstens sind die meisten größeren Anwendungen solcher Algorithmen aus mindestens zwei dieser Kategorien zusammengebaut. Und zweitens sind all diese Algorithmen regelbasierte Algorithmen. Das bedeutet, dass ein Mensch genaue Regeln festgeschrieben hat, wie Schritt für Schritt Anweisungen durchgeführt werden, um eine Aufgabe zu lösen. Abgesehen davon gibt es auch noch maschinelles Lernen, aber dazu mehr an einer anderen Station.

Arbeitsauftrag

Um das ganze nun einmal zu veranschaulichen, werdet ihr selbst einen kleinen, regelbasierten Algorithmus zur Priorisierung entwerfen!

Es gibt viele Fast-Food-Restaurants in eurer Umgebung, aber ihr wollt herausfinden, welches euer liebstes ist. Dafür geht ihr die folgenden Schritte durch, um einen Algorithmus zu erstellen, der euch bei dieser Aufgabe helfen kann:

1. Überlegt euch euer liebstes Fast-Food-Gericht, auf welches ihr die Restaurants testen wollt (bspw. Pizza, Burger, Falafel, etc.)
2. Überlegt euch Kategorien, auf die ihr die Gerichte auf einer Skala von 1–10 testen wollt (bspw: Teig/Brot, Soße, Gewürze, Sättigung, Preis/Leistung, etc.)
3. Weist den von euch überlegten Kategorien eine Wertigkeit zu, also wie ausschlaggebend ihr diese Aspekte findet (bspw. „Mir ist besonders wichtig, wie knusprig das Brot ist. Deswegen zählt diese Kategorie doppelt!)
4. Herzlichen Glückwunsch! Ihr habt einen regelbasierten Algorithmus zur Priorisierung entworfen. Wenn ihr nun Gerichte probiert, könnt ihr diesen in verschiedenen Kategorien Punkte geben und auf Grund der Punktzahl eine geordnete Rangliste der Gerichte nach Restaurants erstellen!



Was ist eigentlich künstliche Intelligenz?

An dieser Station geht es um die Funktionsweise und die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz.

In der heutigen Zeit wird immer mehr über künstliche Intelligenzen („KI“) oder zu englisch [AI] („Artificial Intelligence“) gesprochen. Erstmal sei gesagt, diese Begriffe bedeuten das gleiche.
Aber was genau ist überhaupt eine KI?

KI kann nur schwer genau definiert werden, da es zuerst eine einheitliche Definition des Begriffes „Intelligenz“ benötigen würde. Wir können es uns aber einfach vorstellen, als Anwendungen, bei denen Computer eine Aufgabe lösen, für die es normalerweise einen Menschen braucht.

Das Verständnis dieses Begriffes hat sich zudem über die Zeit immer wieder verschoben. Taschenrechner wurden bspw. auch mal als KI angesehen und die Popkultur brachte nicht selten eigene Vorstellungen des Begriffs hervor. Doch von künstlichen Intelligenzen, die dem Menschen in jeder Hinsicht ebenbürtig oder sogar überlegen sind, sind wir weit, weit entfernt. Die komplexeste KI, die bisher je gebaut werden konnte, kann gerade mal das Gehirn eines Wurms replizieren. Aber warum kommen uns KIs dann trotzdem oft so mächtig vor?

KIs können viele spezifische Aufgaben wesentlich schneller und, statistisch gesehen, besser absolvieren als Menschen. Aber darin liegt der Knackpunkt: Einzelne, spezifische Aufgaben. So gruselig es auch sein mag, wenn KIs Gesichter erkennen, selbständig Autos bedienen oder Schachmeister in ihrem eigenen Spiel schlagen können, kann die jeweilige KI eben auch nur diese eine Sache.
Und wie machen das KIs? Das alles hängt mit Algorithmen zusammen, die an anderer Stelle (oder Wissens-Station) erklärt werden. Da sich immer mehr KIs in unseren Alltag einfinden, sollte man aber eines stets im Hinterkopf behalten:
KIs sind statistisch gesehen fast immer besser als Menschen in sehr spezifischen einzelnen Aufgaben, aber niemals perfekt oder unfehlbar. Deshalb können sie eine großartige Hilfe für Menschen sein, um bessere Entscheidungen in spezifischen Fällen zu treffen. Man sollte allerdings niemals allein auf eine KI vertrauen, noch sollten ihre Vorschläge ganz missachtet werden, da man weiß, dass sie eben nicht perfekt sind.

Arbeitsauftrag

Überlegt, an welchen Momenten ihr in eurem Alltag künstlichen Intelligenzen begegnet bzw. Programme „intelligent“ handeln.

Wie funktioniert eigentlich maschinelles Lernen?

An dieser Station geht es um die Funktionsweise und die Bedeutung von maschinellem Lernen bzw. auf englisch [Machine Learning].

Falls ihr jemals auf einer Webseite dazu aufgefordert wurdet, zu beweisen, ob ihr ein Mensch seid, indem ihr kleine Bilder nach bestimmten Kriterien anklickt, herzlichen Glückwunsch! Ihr habt schon mal einer künstlichen Intelligenz beim maschinellen Lernen geholfen! Aber was heißt das überhaupt und wie funktioniert es?

Maschinelles Lernen bildet einen Bereich der Forschung um und Anwendung von künstlicher Intelligenz. Es wird vor allem in Bereichen eingesetzt, in denen eine künstliche Intelligenz lernen soll, ein Problem zu lösen, für das normalerweise ein Mensch nötig wäre. Da es sich hierbei vor allem um die Auswertung von Daten handelt und die Menge an vorhandenen Daten stetig exponentiell wächst, braucht es eine viel höhere Bearbeitungsgeschwindigkeit. Diese wäre für das menschliche Gehirn nicht möglich und daher übernehmen diese Arbeit Maschinen und Programme.
Dieser Vorgang wird spezifisch „Lernen“ genannt, da hier nicht eine genaue Anleitung für eine Sache geschrieben und umgesetzt wird. Vielmehr soll eine künstliche Intelligenz auf Basis von bestimmten Daten und Verarbeitungsmethoden selbst lernen, ein funktionierendes Auswertungsmodell zu kreieren. Dieses soll dann immer wieder auf neue Situationen anwendbar sein.
Einfach gesagt: Ihr gebt einer Maschine Informationen, sagt ihr, was sie damit machen soll und ob sie es richtig gemacht hat. Das ganze wiederholt ihr solange, bis die Maschine einen Weg gefunden hat, der fast immer richtig funktioniert. Und dann wiederholt ihr das ganze mit immer wieder neuen Informationen.

Als einen kleinen Test um zu sehen, wie schwer es ist, genaue Anleitungen zu schreiben und warum es oft besser ist, künstliche Intelligenzen einen eigenen Weg finden zu lassen, überlegt euch einmal, welche Anweisungen ihr einer Maschine geben müsstet, damit diese zwischen Bildern von Bienen und Bildern von Elefanten unterscheiden und diese immer korrekt zuordnen kann. Schaut euch in diesem Prozess verschiedene Bilder an und versucht präzise zu beschreiben, welche Kriterien wie Farben, Größe, Vorkommen, Hintergrund, etc. euch in den Sinn kommen. Hinterfragt dabei die Kategorien und werdet ruhig immer kleinteiliger. „Bienen sind gelb.“ „Es gibt aber bestimmt auch Fotos mit gelben Elefanten.“

Arbeitsauftrag

Spielt dieses Frage-Antwort-Spiel auf einem ausliegenden Flipchart aus und notiert entweder Kriterien für Bienen bzw. Elefanten oder antwortet, warum die Kategorie noch nicht präzise genug ist.

Als kleine Bonusaufgabe könnt ihr euch das folgende Video angucken, um zu verstehen, wie das oben gezeigte Problem mit maschinellem Lernen gelöst werden würde. Es ist zwar auf englisch, aber dank KI gibt es sehr akzeptable automatisch generierte deutsche Untertitel.
youtu.be/R9OHn5ZF4Uo

Wünsch dir was

Künstliche Intelligenzen bringen stets eindrucksvollere Werke hervor. Mittlerweile können auf neuronalen Netzen basierte Programme ein entsprechend beschriebenes Bild erzeugen – so abwegig und unrealistisch es klingen mag. Ein Kaninchen gefällig? Wie wäre es mit vier Kaninchen? Und wie würde es aussehen, wenn die vier Kaninchen vor dem Empire State Building eine Party machen?

Die besten ihrer Art sind aktuell *DALL·E 2* von *OpenAI* und *Imagen* von *Google*. Wohingegen beide KIs höchstwahrscheinlich kein Problem haben werden mit den tanzenden Kaninchen, sind die folgenden Anwendungen noch nicht so ausgereift. Dafür sind sie im Gegenzug öffentlich verfügbar. Die Tools sind allerdings auf englisch denn deutschsprachige Äquivalente gibt es wenige. Da kommt *deepL*, ein (auch KI basierter) Übersetzer, ins Spiel, der euch Anweisungen für die KI-Programme auf englisch übersetzt. Probiert doch mal alle Tools samt *deepL* aus und staunt, was KI-Technik so alles schon möglich macht.

DALL E-Mini

Hotpot AI

Nightcafé

Wombo Art

Beethovens Unvollendete vollendet?

KI kann man nicht nur anschauen, man kann sie mittlerweile auch hören. Bekannt sind bspw. Sprachassistenten von Smartphones oder Smart-Home-Lautsprechern. Manchmal darf es aber auch etwas kunstvoller sein, denn KI ist mittlerweile auch in der Lage, Musik auszugeben.

Schaut euch dazu das kurze Video der internationalen Nachrichtenagentur *AFP Deutschland* an: „Künstliche Intelligenz vollendet Beethovens 10. Symphonie“
youtu.be/3zL8No4C2co

Auf den folgenden Webseiten könnt ihr die Musikerstellung mithilfe von KI selbst ausprobieren:

SOUNDRAW ist ein kostenloses Online-Tool, welches mithilfe einiger Parameter nie dagewesene Tonanordnungen zusammenschnürt, die man sogar im Nachgang bearbeiten kann. Achtung, das Tool ist auf englisch, aber hier reicht ein Verständnis von Schlagworten. Helft euch sonst gegenseitig beim Verstehen. Nach ein wenig scrollen kann man vorab eine Stimmung [mood], ein Genre, die Videolänge [length] und zusätzliche Details wie das Tempo oder bestimmte Instrumente festlegen. Klickt man auf [CREATE MUSIC] werden auf Anhieb 15 verschiedene Song-Kombinationen erstellt, die mit einem Klick editiert werden können.
soundraw.io

Wen das (freundlich ausgedrückt) „einfache“ Webseitendesign nicht abschreckt, der findet hier ein weiteres Tool zum Generieren von Musik, aber im Stile verschiedener Künstler:innen. Ob *Beatles*, *Eminem* oder *Lady Gaga* – das Tool gibt vier verschiedene Songausschnitte aus, wenn man auf „Extend!“ klickt. Man sollte außerdem noch ganz rechts bei „Preview“ „mp3“ ausgewählt haben, sonst kann es zu Fehlern kommen. Sogar unterschiedliche Instrumente können eingesetzt bzw. ausgeschaltet werden. mrcheeze.github.io/musenet-midi

Ghostwriting
„endlich“ einfach

„Hätte ich das damals zu meinen Schulzeiten gehabt…“, könnte man sich bei den folgenden Programmen denken: Eine KI hilft hier beim Erstellen von Texten. Leider gibt es auch hier keine guten deutschsprachigen kostenlosen und einfach austestbaren Tools, deswegen sind wieder ein paar auf Englisch dabei.

Für den Anfang kann man hier ein wenig schmunzeln bzw. durchatmen, dass es im deutschsprachigen Raum noch nicht so genau einhergeht: Die Universität Wien beherbergt einen Adorno-Textgenerator, der vielleicht die ein oder andere Person zum Schmunzeln bringen kann.
homepage.univie.ac.at/christoph.reuter/reuter/adorno.php

Postmoderne Essays, die sprachlich ein wenig besser ausgereift sind, gibt es bei elsewhere.org zu bestaunen. Achtung: Der Textgenerator denkt sich nicht nur das Essay, sondern auch die Fußnoten samt dort angegebenen Quellen aus.
Wenn ihr gleich zweimal KI ausprobieren möchtet, lasst euch erst einen postmodernen Aufsatz ausgeben und übersetzt ihn dann mithilfe des KI-Übersetzers *deepL*. Sonst gibt es auf elsewhere.org auch noch weitere Generatoren wie den Bandnamen-Generator.
elsewhere.org/pomo
deepl.com/translator

Das hätte es aber wirklich zu Schulzeiten geben sollen. Ein Tool, welches den eigenen Text schon nach einem vorgegebenen Satz weiter schreibt – so lang wie man möchte. Dieses ist leider komplett auf englisch, aber das Tool spuckt bestimmt auch ein paar Sätze aus, wenn man „KI“ eingibt.
app.inferkit.com/demo

Wer sich nicht zu schade ist, einen Account zu erstellen, findet im folgenden Blogartikel einige weitere auch deutschsprachige Tools, die man teilweise auch gratis austesten kann:
search-one.de/automatisierte-textgenerierung

Das gibt’s doch gar nicht

Kaum zu glauben, aber die abgebildeten Personen existieren nicht – sie wurde von einem KI-basierten Programm erstellt. Klickt her und staunet.

Diese **Person** existiert nicht

Diese **Katzen** existieren nicht

Dieses **Auto** existiert nicht

Diese **Schuhe** existieren nicht

Wenn ihr genug gesehen habt, macht doch schnell noch dieses kleine Quiz: Hier müsst ihr immer auf die Person klicken, von der ihr glaubt, dass sie echt ist.

Weitere *das* existiert nicht gibt’s hier

Jede Sprache können

Das Exponat vor euch ist ein Text in 8 verschiedenen Sprachen. Innerhalb der *Google Übersetzer* App (oder einer vergleichbaren App), sollt ihr die „Kamera“-Funktion nutzen, um den abgebildeten Text in eine euch bekannte Sprache zu übersetzen.

9 こんにちは、いらっしゃいませ。
このステーションは、お好きな翻訳アプリのテキスト·イメージ翻訳を試してみようというものです。テキストや話し言葉の翻訳を支援するプログラムは、ほとんどの場合、AIをベースにしています。これは主に、すべての言語には独自の文法があり、文は単語の羅列ではないからです。そのため、AIは意外と多く使われています。

0 Merhaba, iyi günler ve hoş geldiniz!
Bu istasyon, seçtiğiniz bir çeviri uygulamasının metin-görüntü çevirilerini denemekle ilgilidir. Metinleri veya konuşulan dili çevirmenize yardımcı olan programlar neredeyse her zaman yapay zeka tabanlıdır. Bunun temel nedeni, her dilin kendi gramerine sahip olması ve bir cümlenin bir dizi sözcükten ibaret olmamasıdır. Bu nedenle YZ'ler düşündüğünüzden daha sık kullanılmaktadır.

1 Γεια σας, καλησπέρα και καλώς ήρθατε!
Αυτός ο σταθμός αφορά τη δοκιμή των μεταφράσεων κειμένου-εικόνας μιας μεταφραστικής εφαρμογής της επιλογής σας. Τα προγράμματα που σας βοηθούν να μεταφράζετε κείμενα ή προφορικό λόγο βασίζονται σχεδόν πάντα στην τεχνητή νοημοσύνη. Αυτό συμβαίνει κυρίως επειδή κάθε γλώσσα έχει τη δική της γραμματική και μια πρόταση δεν είναι μια σειρά από λέξεις. Επομένως, οι τεχνητή νοημοσύνη χρησιμοποιούνται συχνότερα από ό,τι νομίζετε.

2 Здравствуйте, добрый день и добро пожаловать!
Эта станция посвящена опробованию перевода текста и изображений в выбранном вами приложении для перевода. Программы, помогающие переводить тексты или разговорную речь, почти всегда основаны на искусственном интеллекте. Это связано с тем, что каждый язык имеет свою грамматику, а предложение - это не просто набор слов. Поэтому ИИ используются чаще, чем вы думаете.

❺ Labdien, laipni lūgti un laipni lūgti!
Šajā stacijā izmēģiniet izvēlētās tulkošanas programmas teksta un attēla tulkojumus. Programmas, kas palīdz tulkot tekstus vai mutvārdu valodu, gandrīz vienmēr ir balstītas uz mākslīgo intelektu. Galvenokārt tāpēc, ka katrai valodai ir sava gramatika un teikums nav vārdu virkne. Tāpēc mākslīgos intelektus izmanto biežāk, nekā varētu Labdien, laipni lūgti un laipni lūgti!
Šajā stacijā izmēģiniet izvēlētās tulkošanas programmas teksta un attēla tulkojumus. Programmas, kas palīdz tulkot tekstus vai mutvārdu valodu, gandrīz vienmēr ir balstītas uz mākslīgo intelektu. Galvenokārt tāpēc, ka katrai valodai ir sava gramatika un teikums nav vārdu virkne. Tāpēc mākslīgos intelektus izmanto biežāk, nekā varētu domāt. 4

Olá, boa tarde e bem-vindos!
Esta estação é para experimentar as traduções de imagens de texto de um aplicativo de tradução de sua escolha. Os programas que ajudam você a traduzir textos ou linguagem falada são quase sempre baseados na IA. Isto se deve principalmente ao fato de que cada língua tem sua própria gramática e uma frase não é uma seqüência de palavras. Os AIs são, portanto, usados com mais freqüência do que você imagina.

5 你好，下午好，欢迎你
本站是关于尝试你选择的翻译应用程序的文本-图像翻译。帮助你翻译文本或口语的程序几乎都是基于AI的。这主要是因为每种语言都有自己的语法，而一个句子并不是一串单词。因此，AI的使用比你想象的更频繁。

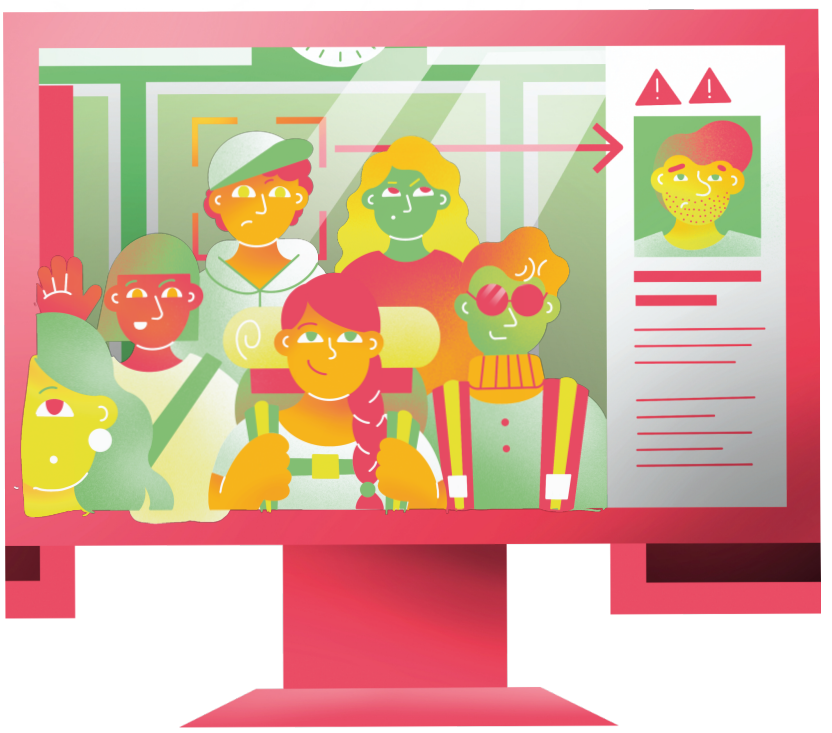
Lösung
Hallo, guten Tag und ein herzliches Willkommen!
An dieser Station geht es darum, die Text-Bild-Übersetzungen einer Übersetzungs-App deiner Wahl auszuprobieren. Programme, welche dir beim Übersetzen von Texten oder gesprochener Sprache helfen, sind fast immer auf einer KI basiert. Das liegt vor allem daran, dass jede Sprache ihre eigene Grammatik hat und ein Satz keine Anreihung von Worten ist. KIs kommen also häufiger zum Einsatz, als man denkt.
Der Text ist in folgenden Sprachen verfasst:
9 Japanisch, 0 Türkisch, 1 Griechisch, 2 Russisch, 3 Lettisch, 4 brasilianisches Portugiesisch, 5 Mandarin

Bildlupe

Google

Das folgende Exponat zeigt die *Vision AI* von *Google*: Ein Programm, welches mithilfe eines Algorithmus versucht, einzelne Objekte im Foto zu identifizieren und sie zu analysieren. Wie viele Personen sind auf dem Foto? Was tragen sie? Was tun sie? Welche Emotionen haben sie? Gibt es Text auf dem Foto? Wie sieht der Hintergrund aus? Klingt fast schon ein wenig gruselig. Probiert es einfach aus: Ein Klick auf den Link bringt euch zur Produktseite von *Google*, auf welcher ihr nach einmal runterscrollen eine Demo-Version findet, für die ihr euch nicht anmelden oder registrieren müsst.

cloud.google.com/vision/



Pflanzenapps

Vielleicht etwas alltagstauglicher für die Funktion der Bilderkennung sind sogenannte Pflanzen-Erkennungs-Apps. Jene können Pflanzen nicht nur identifizieren, sondern auch potenzielle gesundheitliche Probleme erkennen: Zu wenig Wasser, Pilzbefall, etc.

Apps, die solche Dinge erkennen können, lassen sich ihre Datensätze allerdings meistens bezahlen. Nicht jedoch die App *PlantNet*. Damit könnt ihr zwar nicht herausfinden, ob die Pflanze von etwas schädlichem befallen ist, aber immerhin den Namen anhand der Blätter oder der Blüte(n) bekommt ihr heraus. Wenn ihr euch die App herunterlädt und jetzt keine Pflanzen zu Hand habt, könnt ihr auch online nach Bildern von Pflanzen suchen und schauen, ob die App einen guten Job macht.

[en] more AI stuff

Weil es zum Thema KI noch so viel mehr zu entdecken gibt, haben wir hier noch ein paar Webseiten für euch, durch die ihr euch durchklicken könnt. Das ABER dabei: Alles ist auf Englisch, daher auch der Titel dieser Station. Schaut euch die folgenden Links daher am besten zu zweit oder dritt an und sprecht über das, was ihr dort findet und wozu es nützlich sein könnte. Verbringt am besten auch nicht zu viel Zeit bei einer Sache, die ihr nicht versteht. Nicht alle Anwendungen sind gut ausgereift oder leicht verständlich dargestellt, trotz guter englischer Sprachkenntnisse.

BOT or NOT

Schreibst du mit einem Bot oder mit einem echten Menschen? Darum geht es auf botor.no, alles weitere erklärt die Seite selbst.

Ein Textadventure mit unendlich vielen Möglichkeiten?

Gibt es! Das verbirgt sich hinter der Webseite aidungeon.io
Hier kann man viel Zeit in KI-generierten Szenarien verbringen und austesten, wie die Anwendung mit den merkwürdigsten Eingaben von Nutzer:innen umgeht.

schließen·Vollbild·verkleinern

KI.exe

Mithilfe der Lobe-App kann eine eigene KI durch maschinelles Lernen trainiert werden,
Gemeinsamkeiten bzw. Muster in Bildern zu erkennen.
Was auch immer die KI erkennen soll, kann vorher selbst festgelegt werden.
Augen offen bzw. geschlossen,
wie viele Finger gezeigt werden,
lachen oder nicht.
Der Kreativität sind kaum Grenzen gesetzt,
vielleicht höchstens dem Bildmaterial, welches man liefern kann.
Die Lobe-App gibt es leider bisher nur für Desktop-Geräte,
sie kann aber heruntergeladen und kostenlos ausprobiert werden:
lobe.ai

Wissen ist Macht, (keinen) Spaß

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 6.3

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Macht und Digitalität

Stufe
Vertiefung

Form
Hybrid

Methode
Gruppenarbeit

Ausstattung
Bildungsmaterialien

Dauer
120+ Minuten

Ziel der Aufgabe ist es, dass die TN verstehen, was Macht im digitalen Zeitalter bedeutet, wie sie ausgeübt wird und von wem. Außerdem sollen sie lernen, einen kritischen Blick in Bezug auf diese Macht entwickeln.

Ablauf

Diese Aufgabe besteht aus 3–4 Teilen.
Der erste Teil ist optional. Hier gibt es einen kleinen Input von der Moderation, welcher die Themen, die im weiteren Verlauf der Aufgabe behandelt werden, einleitend vorstellt. Eine Hilfestellung, um einen solchen Input vorzubereiten, gibt es am Ende des Moderationsbriefings.

Im zweiten Teil teilen sich die TN in Gruppen á 2–3 Personen auf, ziehen ein Thema (AM 1–9) und lesen den Informationstext in ihrer Gruppe vor. Dann diskutieren sie innerhalb ihrer Gruppe über dieses Thema mithilfe der Fragestellung auf ihrem Arbeitsmaterial.

Im dritten Teil werden die Gruppen zu Expert:innen für ihr jeweiliges Thema und recherchieren zu ihrem jeweiligen Thema. Auf Basis der von ihnen gelernten Informationen sollen sie dann eine Aufklärungskampagne entwickeln, um ihr Wissen weiterzugeben. Diese Kampagne kann frei designt werden – von reinen Konzeptvorschlägen über Arbeiten mit digitalen Medien bis hin zum Basteln von physischen Plakaten.

Im vierten Teil stellen die Gruppen sich gegenseitig ihre Kampagnen vor und beantworten ggf. Fragen der anderen TN zu ihrem Thema.

Vorbereitung

- Die AM 1–9 müssen ausgedruckt werden.
- Für das Erstellen der Aufklärungskampagnen lohnt es sich, Bastelmaterialien oder zumindest Flipcharts und bunte Stifte zur Verfügung zu stellen. Digitale Tools zum Erstellen der Kampagne funktionieren natürlich auch.

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
»bit.ly/dja-material«

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Macht und Digitalität

Stufe
Einstieg

Methode
Stationenlernen, Gruppenarbeit

Ausstattung
Bildungsmaterialien

Dauer
120+ Minuten

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien: »bit.ly/dja-material«

Hinweis zur Moderation

- Die Anzahl der AM, die vorbereitet werden müssen, sollte sich nach der Größe der Gruppe der Teilnehmenden richten. Dementsprechend sollte bei kleineren Gruppen eine Themenauswahl getroffen werden. Alternativ können die Arbeitsgruppen auch zwei Durchgänge durch die Aufgaben machen, falls genug Zeit vorhanden ist.
- Bei Bedarf kann der vierte Teil der Aufgabe ein wenig kompetitiver gestaltet werden. So könnte den TN bspw. ein Szenario vorgestellt werden, in welchem leider nur Geld zum Durchführen einer Kampagne vorhanden ist. Die TN müssen dann nicht nur ihre Kampagne ausarbeiten, sondern auch einen kleinen Pitch, wie sie diese vorstellen und dabei betonen, warum ihr Thema am relevantesten ist.
- AM 5 Gig Economy und AM 6 Technopolitik von Unten sind in der Art und Weise der Auswirkung von Macht ähnlich. Hier kann es sinnvoll sein, zwischendurch bei den beiden Gruppen vorbeizuschauen, um die Unterschiede der beiden Themen hervorzuheben. Dadurch kann verhindert werden, dass am Ende zwei sehr ähnliche Ergebnisse vorgestellt werden.

Übersicht über Themen

- Targeted Political Advertising, SchuFa, eID, Biased Algorithms, Gig Economy, Technopolitik von Unten, Hacktivismus, Internet Archive, Netzwerkeffekt

Erweiterung

- Die Aufgabe kann um beliebig viele andere Themen in diesem Kontext erweitert werden. Weitere Themen wären bspw.:
  Predictive Policing, Gesichts-Erkennungs-Algorithmen, Staatstrojaner

Input von der Moderation

Die TN sollen mit den folgenden Annahmen in die Aufgabe bzw. später in die Recherche gehen:

- Macht in der Digitalität heißt hauptsächlich: Besitz von Daten bzw. Informationen und ihre Zugänglichkeit zu verwalten (begrenzen oder verschleiern).
- Es herrscht grundsätzlich eine Asymmetrie von Datenbesitz zwischen großen Firmen und Nutzer:innen zu Gunsten der Firmen.
- Es werden immer neue Wege gesucht und gefunden, Daten von Nutzer:innen zu extrahieren und profitabel zu verwenden.
- Nutzer:innen sollen sich möglichst wenig Gedanken darum machen, an welche Organisation oder welche Person sie gerade welche Daten „freiwillig“ abgeben.
- Weitere Informationen gibt es in der Thematischen Einführung auf **Seite 37** oder in der Einstiegsaufgabe dieses Moduls 6.3 Maschinenraum Internet.

Targeted Political Advertising

Beschreibung

[Targeted Political Advertising], bzw. zielgerichtete politische Werbung, beschreibt den Versuch, durch das Schalten gezielter digitaler Anzeigen unentschiedene Wähler:innen von einer Partei oder eine:r Kandidat:in zu überzeugen. Das bekannteste Beispiel hierfür ist der Skandal um die britische Firma *Cambridge Analytica* im Jahre 2016 in den USA. Auf der Basis von Daten über die *Facebook* Profile von Personen, Seiten und Posts, welche diese Personen geliked haben, wurde ein Algorithmus erstellt. Dieser wurde zusätzlich mit psychologischen Auswertungen von Persönlichkeitsmerkmalen kombiniert. Dank diesem Algorithmus konnten einzelnen Personen gezielt mit emotional manipulativen Werbungen und als Journalismus getarnten Unwahrheiten präsentiert werden.

Dazu sei gesagt, dass das gezielte Auswählen von politisch (noch) unentschlossenen Gruppen sich nicht von historisch-politischen Wahlkampfstrategien unterscheidet. Jedoch konnte diese Art der Werbung mithilfe der gesammelten Daten hier viel präziser gestaltet und an die einzelnen (unentschlossenen) Personen herangetragen werden. Allerdings wird vermutet (und wurde in anderen wissenschaftlichen Experimenten nachgewiesen), dass der tatsächliche Manipulationseffekt dieser gezielten politischen Werbung relativ gering ist. Geschätzt wird ein Unterschied von 5 in 1000 Personen, welche durch solche Maßnahmen mehr überzeugt würden. Aber bei Wahlen, in denen Millionen von Menschen wählen können und der Unterschied zwischen Sieg und Niederlage nur ein paar Tausend Stimmen sein können, kann dies wiederum sehr bedeutsam sein. Eine Studie zu solchen Praktiken auf *Facebook* im deutschen Wahlkampf findet sich auf der Webseite targetleaks.de

Fragestellungen

- Habt ihr das Gefühl, dass emotionale politische Werbung eure Meinung zu Themen ändern kann?
- Was wäre, wenn sie euch im Internet begegnet und speziell auf euch zugeschnitten wirkt?
- Sollte es eine gesetzliche Regelung für diese Art von Werbung geben?
- Wenn ja, wie könnte diese aussehen?

SchuFa

Beschreibung

Die *SchuFa* – „Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung" – ist eine private Aktiengesellschaft und verfügt nach eigener Aussage über Informationen zu 6 Millionen Unternehmen und 68 Millionen Privatpersonen in Deutschland. Diese sammelt unterschiedliche Daten, wertet diese aus und bestimmt schlussendlich, wie kreditwürdig eine Person ist.
Hierbei sind zwei Dinge besonders problematisch: Erstens geben die meisten Menschen nicht bewusst oder freiwillig ihre Daten an die *SchuFa* weiter. Zweitens ist die Art der Auswertung unserer Daten – der Algorithmus, den die *SchuFa* benutzt – nicht transparent. Niemand außerhalb der Firma kann einsehen, wer warum wie bewertet wird. Trotzdem ist diese Bewertung oft Grundlage, wer eine Wohnung mieten oder kaufen darf, wer ein Darlehen bekommt oder wer überhaupt ein Bankkonto eröffnen kann. Zudem kommt es auch teilweise zu Personenverwechslungen oder fälschlichen Dateneinträgen, welche negative Konsequenzen für den Alltag diverser Bürger:innen haben kann.

Fragestellungen

- Laut eigener Aussage der SchuFa ist die Offenlegung ihres Algorithmus nicht möglich, da dieser ein Geschäftsgeheimnis bildet und diese Offenlegung würde eine Manipulation des Bewertungsverfahrens ermöglichen. Gibt es dennoch gute Gründe, dieses Verfahren der Allgemeinheit offen zu präsentieren?
- Wäre es besser, wenn die SchuFa statt eines Privatunternehmens eine staatliche Behörde wäre?
- Sollten Unternehmen (gesetzlich) dazu gebracht werden, das SchuFa-Ranking nicht mehr als einzige Grundlage zur Vergabe von Krediten zu nutzen?
- Wie regeln andere (europäische) Länder diese Probleme und wie sähen alternative Regelungen für Deutschland aus?

eID

Beschreibung

Die eID – „europäische digital Identität" – ist ein Gesetzesentwurf im *Europaparlament*, der wahrscheinlich 2023 in Kraft tritt. Er sieht vor, dass eine universelle Infrastruktur zur Identifizierung, Authentifizierung und zum Nachweis von Eigenschaften von juristischen und natürlichen Personen gegenüber Staaten und Firmen online und offline hergestellt wird. Dafür muss jeder EU-Staat seinen Bürger:innen eine sogenannte „Digital Identity Wallet" anbieten.
Diese wird wahrscheinlich in Form einer Smartphone App existieren. Diese App soll die eigene, vom Staat ausgestellte, Identität und weitere Attribute von Bildungsabschlüssen, Versicherungsinformationen, Bankkonten, Impfzertifikaten und Führerscheinen bis hin zu Hotelzimmerschlüsseln enthalten können.

Darüber hinaus soll diese Wallet 4 Funktionen haben:
- Authentifizieren – sich ohne Passwort bei Online-Diensten anmelden können.
- Identifizieren – wie das Vorzeigen eines Ausweisdokuments.
- Eigenschaften beglaubigen gegenüber Dritten – bspw. Familienstand oder Abschlüsse.
- Dokumente signieren – statt einer Unterschrift rechtsgültig mit der Wallet unterschreiben.

Diese Wallet soll verwendet werden in der Interaktion mit Social Media Plattformen und anderen Internetdiensten, Banken, Transportunternehmen (bspw. *Deutsche Bahn*), Wasser-, Strom- und Gasversorgung, dem Gesundheitswesen (Krankenhäuser, Arztpraxen und Apotheken), online und offline Handel und staatlichen Ämtern.

Das EU-Parlament plant eine Durchdringung in der europäischen Bevölkerung von 80% bis 2030. Das heißt, dass innerhalb von sieben Jahren 80% der Bevölkerung diese Wallet in irgendeiner Weise regelmäßig im Alltag nutzen soll.

Fragestellungen

- Welche Vorteile könnte die Implementierung dieses Gesetzes im Alltag bieten?
- Welche Aspekte sind kritisch zu beleuchten oder wo und wie könnten hierdurch Probleme entstehen?
- Glaubt ihr, dass viele Leute mit diesem Gesetz zurückgelassen werden?
- Wenn ja, welche Gruppen würde das betreffen?

Biased Algorithms

Beschreibung

[Biased Algorithms], also zu Deutsch voreingenommene Algorithmen, beschreibt das Phänomen, dass Algorithmen aus verschiedenen Gründen in ihrer Datenauswertung oder in ihren Entscheidungsprozessen gewissen Vorurteilen unterliegen. Das liegt allerdings nicht an den Algorithmen, sondern an den Personen, die für sie verantwortlich sind. Diese Vorurteile sind oft die gleichen, wie sie auch bestimmten Menschen anhand von menschengemachten Kategorien entgegengebracht werden. Beispielsweise Kategorien wie Geschlechtsidentität, Ethnizität, Alter oder Klasse werden so durch die Algorithmen reproduziert. Diese Fehler oder Vorurteile können bspw. auftreten bei der Programmierung des Algorithmus, beim Sammeln, Einspeisen oder Auswählen von Daten oder beim Trainieren einer künstlichen Intelligenz, die diesen Algorithmus verwendet.

Beispiele hierfür sind ein Algorithmus von *Amazon*, der bei Bewerbungsprozessen eingesetzt wurde und nachweislich Frauen diskriminiert hat. Oder ein Algorithmus, der im US-amerikanischen Gerichtssystem eingesetzt wurde, um die Wahrscheinlichkeit zu berechnen, ob ein:e Straftäter:in in Zukunft zur Wiederholungstäter:in werden würde. Dabei wurden nachweislich schwarze Menschen diskriminiert.

Fragestellungen

- An welchen Stellen können Biased Algorithms besonders problematisch bzw. gefährlich sein?
- Was sind eurer Meinung nach Wege, um gut festzustellen, ob ein Algorithmus voreingenommen gegenüber einer bestimmten Personengruppe ist?
- Welche Maßnahmen müssten eurer Meinung nach ergriffen werden, um sicherzustellen, dass ein Algorithmus möglichst nicht voreingenommen ist?

Gig Economy

Beschreibung

Gig Economy beschreibt einen zunehmenden Wirtschaftssektor, in dem es keine festen Anstellungen, sondern nur sehr begrenzte Verträge für Teilzeitjobs oder freiberufliche Tätigkeiten gibt.
Hierbei vermittelt eine Firma – meistens durch eine Smartphone App – Kund:innen mit Arbeitnehmer:innen für einen spezifischen Arbeitsauftrag direkt. Einer der ersten Firmen, die sich diese Art des Arbeitens aneignete, war das US-amerikanische Taxi-Startup *Uber*.

Besonders von der Gig Economy betroffen sind: Paketlieferdienste, Fahrradkurier:innen, Taxiservices, Programmierdienste, Handwerksdienstleistungen, Übersetzungen und Reinigungs- und Servicekräfte, aber auch bspw. Ferienwohnungsvermittlung.

Bei den vermittelnden Firmen spricht man auch von sogenannten Plattformunternehmen. Das bedeutet, dass sie die Online-Plattform zur Verfügung stellen, auf welcher sich Kund:innen und Arbeitnehmer:innen finden. Bei jeder dieser Vermittlung behält das Plattformunternehmen einen Teil der Zahlung der Kund:innen ein als Vermittlungsgebühr. Dadurch generieren diese Unternehmen ihren Umsatz. Gleichzeitig können diese Unternehmen die Konditionen bestimmen, zu denen sie Zahlungen einbehalten. Beispielsweise wenn Kund:innen aus dubiosen Gründen die Dienstleistung für „nicht zufriedenstellend" befunden haben. Dadurch sind die Dienstleister:innen an manchen Stellen den AGBs der Plattform sozusagen ausgeliefert.

Fragestellungen

- Was sind eurer Meinung nach die positiven und negativen Aspekte der Gig Economy?
- Wenn ihr die Möglichkeit hättet, die Gig Economy gesetzlich zu regulieren, wie würdet ihr das unternehmen wollen?
- Bei welchen Wirtschaftssektoren könntet ihr euch vorstellen, dass diese bald auch Teil der Gig Economy werden?

Technopolitik von Unten

Beschreibung

Technopolitik von Unten beschreibt Handlungsstrategien von Arbeitnehmer:innen, um Einfluss über algorithmische Arbeitssteuerung in ihrem Interesse auszuüben.

Doch was ist eigentlich algorithmische Arbeitssteuerung? Das ist, wenn Arbeitnehmer:innen ihre Arbeitsanweisungen größtenteils bis ausschließlich von Algorithmen bekommen oder jene den Arbeitsprozess stark begleiten. In der Praxis findet das dann meistens über eine Smartphone-App statt, die ihnen sagt, was zu tun ist. Damit verringern sich die Interaktionen zwischen Arbeitnehmer:innen und -geber:innen immer mehr. Außerdem soll die Produktivität gesteigert werden.

Ein gutes Beispiel hierfür sind Fahrradkuriere, die alle ihre Arbeitsanweisungen von einer Smartphone App erhalten, ohne jemals physischen Kontakt zu ihren Vorgesetzten zu haben. Ein anderes Beispiel dafür ist ein *Amazon* Patent für realitätserweiternde [Augmented Reality] Brillen. Damit sollen Packer:innen in Lagerhäusern die effektivsten Laufwege aufgezeigt werden. *Amazon* kann außerdem Bewegungsgeschwindigkeit, Ruhezeiten und Augenbewegungen verfolgen und aufzeichnen, um die Arbeiter:innen konstant zu überwachen.
Ein Beispiel für die Handlungsstrategien von Beschäftigten, um sich gegen diese Art der Steuerung zu wehren, sind Fahrradkurier:innen. Deren Standort wird zwar per GPS während der Arbeit überwacht, sie manipulieren aber durch das Einsetzen von Software ihren Standort im GPS System ihres Smartphones.

Fragestellungen

- Wie würdet ihr euch fühlen, wenn ihr auf der Arbeit nur Anweisungen über eine App bekommen würdet, die ein Algorithmus erzeugt hat?
- Oder wie würdet ihr euch fühlen, wenn eure Produktivität, Pausenzeiten und jegliche Bewegungen bis zum einzelnen Handgriff verfolgt und aufgezeichnet werden würde?
- Fallen euch Strategien ein, wie ihr diese Systeme zu euren Gunsten manipulieren könntet?
- Welche Möglichkeiten fallen euch ein, solchen algorithmischen Arbeitssteuerungen entgegenzuwirken – gesetzlich und gewerkschaftlich?

Hacktivismus

Beschreibung

Der Begriff Hacktivismus ist eine Wortneuschöpfung, die die Begriffe Hack und Aktivismus vereint. Hacktivismus beschreibt politisch motivierte Aktionen, die entweder innerhalb des Internets oder mit Hilfe digitaler Technologien durchgeführt werden. Diese Aktionen werden entweder als Ersatz für oder im Zusammenspiel mit analogen Aktivismusformen wie Demonstrationen, Aufklärungskampagnen, Streiks, etc. eingesetzt.

Ein Beispiel für Hacktivismus ist das Manipulieren oder Lahmlegen von Webseiten, meist ungefragt und unangekündigt. Ein anderer bekannter Fall ist, wenn durch illegales Hacking vorher nicht einsehbare Datenbanken veröffentlicht werden, um eventuell Missstände oder Verbrechen aufzudecken. Mittlerweile häufig verwendet wird auch das sogenannte „Doxing", bei dem persönliche Daten einer Privatperson erforscht und dann im Internet öffentlich gemacht werden, bspw. voller Name, Adresse und Arbeitsplatz.

Hacktivismus beschränkt sich dabei nicht auf einzelne politische Kampagnen oder Orientierungen. Dadurch kann es – je nach politischer Überzeugung – gleichzeitig „guten" und „weniger guten" Hacktivismus geben bzw. angemessene und unangemessene Aktionen.

Fragestellungen

- Was für bekannte oder bedeutende Hacktivismus Aktionen gab es?
- Empfindet ihr diese als angemessen oder findet ihr, dass sie – vielleicht sogar im Grundsatz – zu weit gehen?
- Wenn durch Hacktivismus Straftaten aufgedeckt werden, sollten die Hacktivist:innen dann trotzdem für das Hacken strafrechtlich verfolgt werden?
- Was für eine Aktion würdet ihr planen, wenn ihr Hacktivist:in wärt?

Internet Archiv

Beschreibung

Ihr habt sicherlich oft gehört, dass „das Internet nichts vergisst“. Auch wenn das oft zutrifft, muss sich teilweise etwas Mühe gegeben werden und das nötige Wissen vorhanden sein, um selbst an die Informationen zu kommen, die nicht „vergessen“ worden sind. Eine praktische Hilfe dabei bietet die [*Wayback Machine*], also die Rückblick-Maschine, des *Internet Archive*, die seit 2001 öffentlich verfügbar ist. Mit diesem Tool und einer URL – der Adresse einer Webseite – können frühere Zustände von Webseiten betrachtet werden, falls diese vom *Internet Archive* archiviert wurden.

Juristisch gesehen ist die *Wayback Machine* sowohl in ihrer Existenz als auch in ihrer Verwendung für Beweise vor Gericht in verschiedenen Ländern fraglich. In Europa wurde bereits mehrmals juristisch in Frage gestellt, ob das Archivieren von Webseiten, deren Inhaber:in man nicht selbst ist, nicht gegen deren Urheberrechte verstößt.
Oft wird dieses Tool auch in journalistischen Recherchen verwendet. Das *ZDF Magazin Royale* konnte bspw. bei ihren Recherchen über den Influencer Fynn Kliemann verdächtige Veränderungen auf dessen Webseiten über mehrere Wochen feststellen, welche Betrugsdelikte verschleiern sollten.

Fragestellungen

- Schaut euch mal ein paar größere Webseiten an, die ihr gut kennt, und schaut, wie sie sich über die Zeit verändert haben. Fallen euch Besonderheiten auf?
- Mit dem soeben gesammelten Wissen, habt ihr vor, zukünftig bestimmte Webseiten (regelmäßig) selbst zu archivieren?
- Findet ihr das Archivieren von Webseiten urheberrechtlich problematisch?
- Findet ihr, dass es erlaubt sein sollte, archivierte frühere Zustände von Webseiten als Beweise in Gerichten zu verwenden?

Netzwerkeffekt

Beschreibung

Der Netzwerkeffekt besagt, dass sich der Nutzen eines Produktes für Konsument:innen ändert, wenn möglichst viele andere Konsument:innen es nutzen. Dieser lässt sich vor allem gut am Beispiel von Sozialen Netzwerken zeigen. Ein Soziales Netzwerk ist nämlich dann besonders erfolgreich, wenn viele Personen dort registriert sind. Man könnte also überspitzt sagen, dass ein Soziales Netzwerk erfolgreich ist, weil es erfolgreich ist.

Durch diesen Erfolg einiger weniger großen Sozialen Netzwerke, ist es umso schwieriger für kleinere Ableger, an die großen Geschwister ranzukommen. Und das selbst bei besseren oder innovativeren Funktionen. Dadurch spricht man bei großen Plattformen auch oft von Netzwerk-Monopolen, weil sie so dominant sind und sie durch den Netzwerkeffekt absehbar nicht kleiner werden. Außerdem können kleinere Konkurrenten dadurch klein gehalten werden, indem die innovativen neuen Funktionen einfach kopiert werden. *Meta* bspw. kopierte die Story-Funktion von dem immer mehr an Nutzer:innenzahlen zunehmenden *Snapchat*. Daraufhin sahen viele Nutzer:innen den Mehrwert von *Snapchat* nicht mehr und blieben bei *Instagram* oder *WhatsApp* bzw. registrierten sich gar nicht erst.

Ein weiteres gutes Beispiel für den Netzwerkeffekt ist der *Amazon Marketplace*. Wenn man seine eigenen Produkte verkaufen möchte, ergibt es Sinn, auf einer Plattform unterwegs zu sein, die viele Kund:innen besuchen. Dadurch kommen immer mehr Verkäufer:innen auf den *Marketplace* und ebenso Kund:innen. Denn sie wissen, dass es dort eine große Auswahl gibt, von der auch sie profitieren. *Amazon Marketplace* wächst also stetig, weil es so groß ist und stetig wächst.

Fragestellungen

- Fallen euch weitere Beispiele von Netzwerkeffekten ein – vielleicht auch nicht nur im Bereich Sozialer Netzwerke?
- Hat der Netzwerkeffekt nicht auch etwas Gutes? Ein Soziales Netzwerk ist schließlich darauf ausgelegt, dass es möglichst viele aktive Nutzer:innen hat.
- Fallen euch Möglichkeiten ein, gegen solche Netzwerk-Monopole vorzugehen?

.4

Visionen der Digitalität

Visionen der Digitalität verstehen, reflektieren und an ihnen teilhaben.

Illustration: Daria Rüttimann

Kompetenzbereich

Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz

Visionen der Digitalität

Version 1.3
Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
bit.ly/dja-material

Thematische Einführung

digitale jugend arbeit

Die voranschreitende Digitalisierung der Gesellschaft hatte in den letzten Jahren und Jahrzehnten starke Auswirkungen auf unser gesellschaftliches Zusammenleben, Politik, die Arbeitswelt sowie unsere Interaktionen mit der Welt um uns herum und unseren Mitmenschen. Betrachten wir mehr die sozialen und kulturellen Aspekte dieser Wandlungen, sprechen wir von „Digitalität". Und da ein Ende dieser Veränderungen nicht in Sicht ist, gibt es viele Vorstellungen dazu, wie unser gesellschaftliches Leben in Zukunft aussehen wird – die Visionen der Digitalität. Einige von diesen Vorstellungen klingen unvorstellbar oder wirken mit der Zeit immer realer und genauso scheinen einige von ihnen wünschenswert und andere nahezu erschreckend.

Eine klassische Frage für die Zukunft findet sich in der Arbeitswelt: Wann kommt die Automatisierung durch Roboter und was für Folgen hat das? Die kurze Antwort lautet: Es lohnt sich (noch) nicht wirtschaftlich. Warum? Die Kosten für diese Roboter sind nicht gering und es braucht auch noch gut ausgebildete Techniker:innen in jedem Betrieb, um sich um diese zu kümmern. Das heißt aber nicht, dass die Automatisierung nicht kostengünstig die Produktivität steigern kann. Sondern, dass schlecht bezahlte Arbeitskräfte, deren Produktivität durch Anweisungen von künstlichen Intelligenzen optimiert wird, bis jetzt einfach günstiger sind. Eine Automatisierung durch Roboter hätte aber viele Vorteile, welche jedoch erst gut genutzt werden können, wenn viele gesellschaftliche Prozesse und Perspektiven sich ändern. Bspw. muss es eine soziale Lösung für die durch Automatisierung resultierende Arbeitslosigkeit von vielen Menschen geben. Was dann wiederum andere Fragen der fairen Verteilung und der Stellung von Vollzeitarbeit in unserer Gesellschaft angeht.

Eine ähnliche Situation findet sich in der Schule der Zukunft: Wird künstliche Intelligenz dafür eingesetzt werden, das Lern- und Sozialverhalten von Schüler:innen zu analysieren? Diese Auswertungen könnten an Lehrkräfte und Sozialarbeiter:innen weitergegeben werden, um frühzeitig zu erkennen, welche Jugendlichen zusätzliche Beratung und Hilfe brauchen. Andererseits könnten sie aber auch dazu verwendet werden, Jugendliche mehr zur Selbstoptimierung zu drängen.

Es lässt sich also feststellen, dass die digitalen Mittel der Zukunft allein nicht entscheidend für unsere Zukunft sind, sondern wie wir sie als Gesellschaft einsetzen. Letztendlich müssen wir uns aber daran erinnern, dass die Zukunft nicht vorhersehbar ist. Allerdings können wir begründete Vermutungen darüber anstellen, wie sich der Alltag der jungen Menschen von heute und morgen wandeln wird und wie sich ihre Bedürfnisse dementsprechend ändern. Von hier aus lassen sich Ideen entwickeln, wie Jugendarbeit präventiv in die richtige Richtung gelenkt und auf die Zukunft vorbereitet werden kann.

Dieses Modul nähert sich dem Thema Visionen der Digitalität, indem sich die Teilnehmer:innen in eigenen utopischen Vorstellungen zu zukünftiger Jugendarbeit kreativ austoben können. Darüber hinaus werden sie mit dystopischen Szenarien zu gewissen gesellschaftlichen Aspekten konfrontiert, welche sie mit auf den Kopf gestellten Überlegungen ins Positive umwandeln.

Inhalt **Seite**

Aufgabe ❶	s.69
Trainingsmaterial 1	s.70
Aufgabe ❷	s.71
Trainingsmaterial 1	s.72
Arbeitsmaterial 1	s.73
Arbeitsmaterial 2	s.73
Arbeitsmaterial 3	s.74
Arbeitsmaterial 4	s.74
Arbeitsmaterial 5	s.75
Arbeitsmaterial 6	s.75
Arbeitsmaterial 7	s.76
Arbeitsmaterial 8	s.76
Arbeitsmaterial 9	s.77
Arbeitsmaterial 10	s.77

Doc Brown und die Utopien der Jugendarbeit

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 6.4

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Macht und Digitalität

Stufe
Einstieg

Form
Hybrid

Methode
Kopfstand + Gruppenarbeit

Ausstattung
Bildungsmaterialien

Dauer
90 Minuten

Ziel der Aufgabe ist, dass die TN digitale Konzepte und Techniken im Kontext der Jugendarbeit kennenlernen und auch anwenden können. Dabei sollen anfängliche Hemmschwellen mithilfe des Denkens in Utopien gelindert werden und es soll ein Gefühl für die Anwendungsmöglichkeiten visionärer digitaler Techniken entstehen.

Ablauf

Diese Aufgabe besteht aus 4 Teilen.

Im ersten Teil gibt die Moderation den TN einen kleinen Input (TM 1), um das Aufgabenszenario zu etablieren. Danach bekommen die TN ihren Arbeitsauftrag (TM 1).

Im zweiten Teil bilden die TN Gruppen à 2–5 Personen und fantasieren eine Utopie im Kontext der Jugendarbeit. An dieser Stelle besteht die Möglichkeit, Glückskekse mit Technologien (TM 1) als Erweiterung oder Hilfestellung mitzugeben. Dabei entstehen „utopische Entwürfe". Jede Gruppe ist zunächst aufgefordert, ihre Ergebnisse in hauptsächlich grafischer Form festzuhalten.

Im dritten Teil stellen sich die Gruppen gegenseitig die Ergebnisse ihrer Überlegungen in einem Gallery Walk vor.

Im vierten Teil treffen sich die TN im Plenum, besprechen gemeinsam die Entwürfe und reflektieren anschließend darüber.

Vorbereitung

- Die einzelnen Glückskekse aus TM 1 müssen ausgedruckt und ausgeschnitten werden.

Hinweis zur Moderation

- Überlegungen an eine technologisch fortgeschrittene Zukunft können sich schnell ins Negative und somit eher dystopische verschieben. Die Moderation sollte an dieser Stelle darauf achten und ermuntern, im Positiven zu bleiben.
- Utopien zu entwickeln ist oft schwieriger als das Gegenteil, da es uns leichter fällt, in Problemen zu denken. Aus diesem Grund kann der Vorschlag unterbreitet werden, „rückwärts" vorzugehen, also erst an ein eventuell bestehendes Problem zu denken und dann eine dafür (utopische) Lösung zu finden. Hierbei sollte die Moderation unbedingt darauf achten, dass die Teilnehmer:innen sich nicht zu sehr im Problemdenken verirren.
- Die Glückskekse sind optional und können bei Bedarf auf weggelassen werden.

Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
»bit.ly/dja-material«

Input

Zum Vorlesen oder Nacherzählen

»Ähnlich wie Doctor Emmett Brown aus dem Film „Zurück in die Zukunft" seid ihr im Besitz einer Zeitmaschine und plant eine Reise in die Zukunft. Diese Zukunft ist eine utopische, in der Jugendarbeit einen großen gesellschaftlichen Wert hat und hohes Ansehen genießt.
Wie könnte ein Tag in der Jugendarbeit in dieser utopischen Zukunft, mit allen denkbaren und aktuell undenkbaren technologischen Innovationen, aussehen? Es gilt nichts als unmöglich und ihr habt unendliche Ressourcen zur Verfügung.«

Arbeitsauftrag 1

Alle TN teilen sich in Gruppen à 2–5 Personen auf und ziehen optional 1–3 Glückskekse.

»In den Gruppen überlegt ihr zusammen, wie ein utopischer Tag in der Jugendarbeit aussehen könnte, wenn ihr unendliche Ressourcen zur Verfügung habt. Lasst dabei eurer Fantasie freien Lauf und bezieht in eure Überlegungen auch digitale Technologien (wie z. B. Virtuelle Realität) mit ein. Haltet eure Ideen hauptsächlich grafisch fest, diese werden später in einem Gallery Walk für die anderen Gruppen sichtbar sein.«

Falls die TN während der Aufgabe Schwierigkeiten haben, können sie (weitere) Glückskekse als Hilfestellungen nutzen.

Arbeitsauftrag 2

Nach Ablauf der vorher festgelegten Zeit oder wenn die TN fertig sind, werden die Entwürfe gesammelt und für den Gallery Walk im Raum verteilt. Anschließend bleibt pro Gruppe je eine Person bei ihrer jeweiligen Utopie, während die anderen Gruppenmitglieder sich die utopischen Entwürfe der anderen Gruppen anschauen.
Die jeweilige Person, welche bei der eigenen Gruppen-Utopie geblieben ist, erklärt den Betrachter:innen der anderen Gruppen ihre Ideen und beantwortet eventuell aufkommende Fragen. Jene Person tauscht nach einem vorher abgesprochenen Zeitraum mit einem Gruppenmitglied, sodass alle Personen die Möglichkeit haben, die Utopien der Anderen zu sehen.

Haben alle TN die utopischen Entwürfe der jeweils anderen Gruppen gesehen, sammeln sich die TN im Plenum und besprechen gemeinsam die Arbeiten. In einer abschließenden Reflexionsrunde wird erfragt, was die TN aus diesen Utopien der Jugendarbeit jeweils für sich und ihre eigene Jugendarbeit mitgenommen haben.

Glückskekse zum ausschneiden und ergänzen

Was wäre, wenn **Nerve Gear** niedrigschwellig für jede:n zugänglich und allgegenwärtig ist?	Was wäre, wenn **Virtuelle Realität (VR)** niedrigschwellig für jede:n zugänglich und allgegenwärtig, ist?	Was wäre, wenn **AR (Augmented Reality)** niedrigschwellig für jede:n zugänglich und allgegenwärtig ist?
Was wäre, wenn **Mind-Upload**, ein Prozess, das Bewusstsein zu digitalisieren, etwas alltägliches ist?	Was wäre, wenn **KI (Künstliche Intelligenz)** niedrigschwellig für jede:n zugänglich und allgegenwärtig ist?	Was wäre, wenn ein Großteil des alltäglichen Lebens im **Metaversum (virtuelle Parallelwelt)** stattfindet?

Die Zukunft eine Dystopie? Zurück ans Reißbrett!

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 6.4

Kompetenzbereich
Digitalität und Gesellschaft

Kompetenz
Macht und Digitalität

Stufe
Vertiefung

Form
Hybrid

Methode
Kopfstand + Gruppenarbeit

Ausstattung
Bildungsmaterialien

Dauer
90 Minuten

Ziel der Aufgabe ist es, dass die TN verschiedene Visionen der zukünftigen digitalen Gesellschaft kennenlernen und sich aktiv damit auseinandersetzen, welche Zukunftsperspektiven auf gesamtgesellschaftlicher Ebene wünschenswert sind.

Ablauf

Diese Aufgabe besteht aus 4 Teilen.
Im ersten Teil gibt die Moderation den TN einen kleinen Input (TM 1), um das Aufgabenszenario zu etablieren. Danach gibt die Moderation den TN ihren Arbeitsauftrag (TM 1).

Im zweiten Teil bilden die TN Gruppen à 2–3 Personen und ziehen jeweils eine dystopische Zukunftsvision für einen gesellschaftlichen Bereich aus AM 1–10. Danach machen sich die Gruppen mit ihrem jeweiligen Szenario vertraut und überlegen zusammen, was alles dazu geführt haben könnte, sodass ihr jeweiliges Endergebnis auftritt.

Im dritten Teil stellen die Gruppen ihre Überlegungen dazu, wie die Dystopie passieren konnte, auf den Kopf. Das heißt, sie überlegen zusammen, wie diese Dystopie verhindert werden könnte bzw. welche Weichen anders hätten gestellt werden müssen, um zu einer besseren Zukunft zu führen. Anschließend machen sich die TN Gedanken darüber, wie diese bessere Zukunft aussieht bzw. aussehen könnte.

Im vierten Teil stellen sich die Gruppen gegenseitig die Ergebnisse ihrer Überlegungen im Plenum vor.

Vorbereitung

- Die einzelnen Dystopien aus AM 1-10 müssen ausgedruckt und ausgeschnitten werden.

Hinweis zur Moderation

- Je nach Gruppengröße oder um thematische Schwerpunkte zu setzen, können einzelne gesellschaftliche Bereiche weggelassen oder um weitere Bereiche erweitert werden.

Erweiterung

- Auf welche Art und Weise die Gruppen ihre besseren Zukünfte entwickeln, kann methodisch ein wenig abgewandelt werden. Bspw. können die TN auch einen Zeitungsartikel in ihrer Zukunft schreiben. Auch möglich ist die Schilderung eines üblichen Tagesablaufs von einem ausgewählten Menschen. Ebenfalls kann eine Jobausschreibung zu einem für die Zukunft aussagekräftigen Job formuliert werden. Wenn sich die Gruppe wohlfühlt, kann sie auch ein Rollenspiel einer tagesüblichen Situation gestalten.

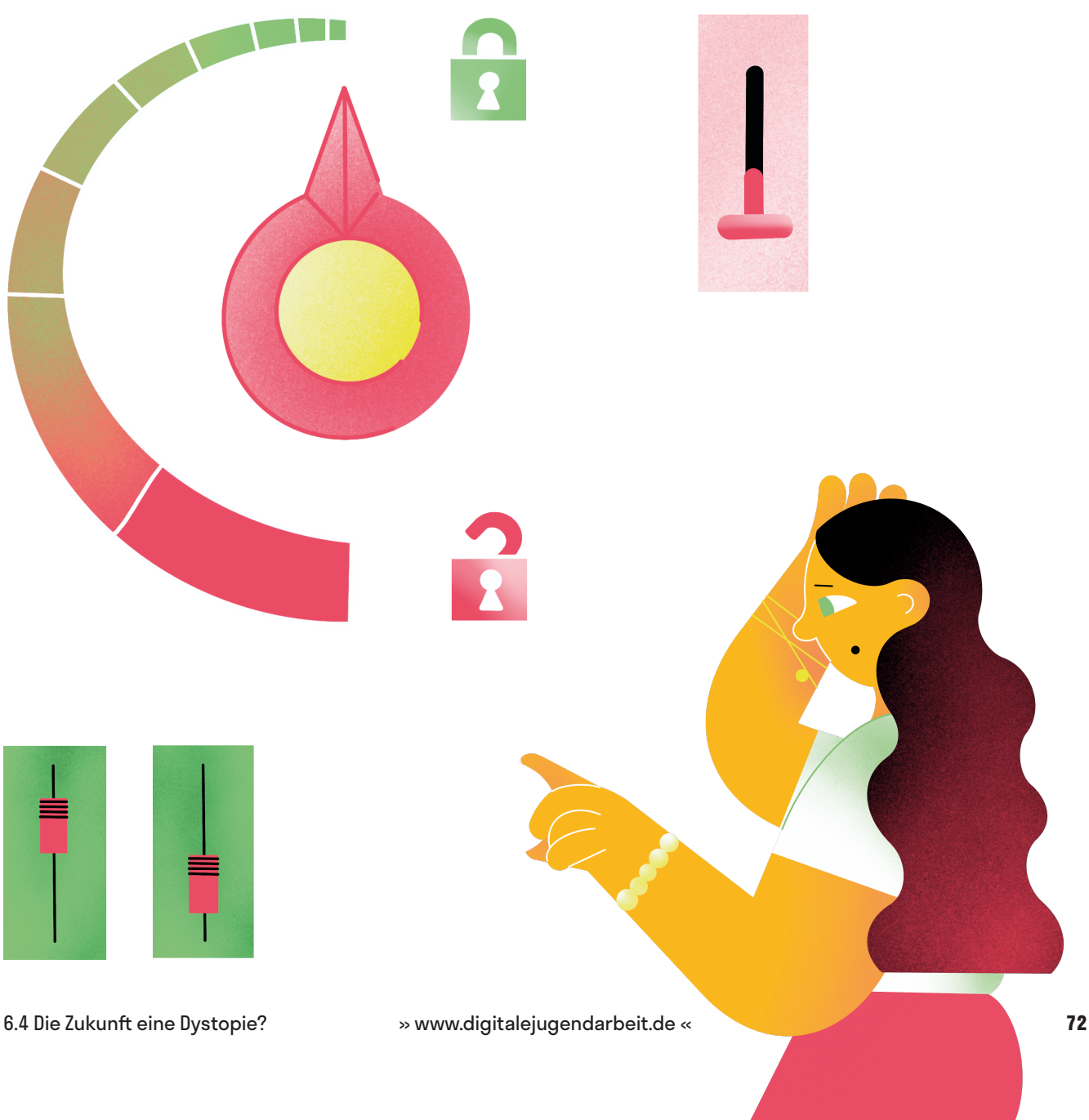
Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
»bit.ly/dja-material«

Input

Wenn wir uns unsere Gesellschaft als Stadt vorstellen, sind die verschiedenen Bereiche unseres alltäglichen Lebens wie einzelne Bezirke dieser Stadt. Nur wenn alle Bezirke einer Stadt gut versorgt sind und reibungslos laufen, können alle ihre Bewohnenden ein gutes Leben führen. Nun stellen wir uns eine futuristische Stadt vor, welche unsere Zukunft repräsentieren soll. Diese ist allerdings recht dystopisch und wir wollen herausfinden, wie es dazu kommen konnte, sowie was wir besser machen können.

Arbeitsauftrag

Alle TN teilen sich in Gruppen à 2-3 Personen auf und ziehen einen Bezirk der Stadt mit seiner dystopischen Beschreibung. Überlegt zusammen, wie diese Dystopie passieren konnte. Danach stellt ihr eure Überlegungen auf den Kopf und denkt darüber nach, wie diese Dystopie verhindert werden kann bzw. welche Schritte zu einem positiveren Ergebnis führen könnten. Abschließend probiert ihr euch vorzustellen, was aus diesen positiven Schritten für eine Utopie für euren Bezirk folgen könnte. Wenn ihr alle mit eurer Utopie zufrieden seid, kommt wieder im Plenum zusammen und stellt euch gegenseitig eure Utopien vor und beobachtet, was hieraus für eine Stadt entsteht.



@Teilnehmer:innen · Arbeitsmaterial 1 · Zukunftsvision A5

Gesundheitswesen

DYSTOPIE

Sobald du krankenversichert bist, musst du verpflichtend eine intelligente Uhr am Handgelenk tragen, welche deine Vitaldaten wie bspw. Blutdruck, Herzfrequenz und Blutzuckerspiegel misst und deine sportlichen Aktivitäten, wie bspw. Schritte pro Tag aufzeichnet. Die intelligente Uhr gibt dir außerdem einmal pro Tag eine Auswertung deines Verhaltens aus gesundheitlicher Perspektive mit Empfehlungen, wie du gesünder leben sollst.

Deine Krankenversicherung verlangt außerdem von dir eine Kopie deiner DNA-Auslesung, um über eventuelle familiäre Veranlagungen zu gewissen Krankheiten Bescheid zu wissen. Abhängig von deinen persönlichen Vitaldaten und DNA-Auslesung musst du monatlich unterschiedliche Beiträge zahlen und dir wird entweder der Zugang zu gewissen Behandlungen eröffnet oder vorbehalten.
Besuche bei ärztlichen Praxen und Krankenhäusern sind nur noch in äußersten Notfällen oder durch Premium-Versicherungen möglich. Falls der Wunsch nach einer Untersuchung besteht, wird eine künstliche Intelligenz zur Beratung und Verschreibung von Medikamenten geladen. Diese stellt eine Diagnose anhand der Vitaldaten und selbstgemachten Fotos aus. Verschriebene Medikamente werden dir sofort bestellt und von deinem Konto bezahlt.

@Teilnehmer:innen · Arbeitsmaterial 2 · Zukunftsvision A5

Mobilität

DYSTOPIE

Du lebst in einer deutschen Großstadt und willst zur Arbeit fahren. Du kannst entweder mit dem Auto, öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Fahrrad fahren. Mit dem Auto wirst du ewig im Stau stehen und kaum einen Parkplatz finden. Selbst die künstlichen Intelligenzen in den Navigationssystemen und selbstfahrenden Autos können daran nichts ändern.

Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln musst du mit Verspätungen, Ausfällen und überfüllten Abteilen rechnen, was seit der Privatisierung dieser Verkehrsmittel nicht besser geworden ist. Nur der Ticketpreis ist höher geworden. Eine künstliche Intelligenz kann zwar eine perfekte Taktung berechnen, aber auf Grund von Profitinteresse ist die Belegschaft der betreibenden und wartenden Arbeitskräfte immer chronisch unterbesetzt.
Deine letzte Hoffnung setzt du auf das Fahrrad, aber die Straßen und Radwege sind teilweise marode oder nicht für Fahrräder konstruiert worden und du fürchtest bei jeder Fahrt halb um dein Leben wegen aggressiven und nicht umsichtigen Autofahrer:innen. Zudem priorisieren selbstfahrende Autos in möglichen Unfallsituationen immer ihre Fahrer:innen, da diese ja für den Wagen bezahlt haben.

Politische Teilhabe

DYSTOPIE

Politische Teilhabe bedeutet in der Zukunft nicht nur alle vier bis fünf Jahre einmal wählen zu gehen. Das Konzept der Volksentscheide wurde stark in den legislativen Prozess integriert. Diese finden nun nicht mehr in Person, sondern digital über ein Online-Tool statt.
Hierfür wurde ein eigenes Ministerium gegründet, welches in sehr kurzen Abständen zu immer neuen mehr oder minder wichtigen Volksentscheiden online Wahlen ausruft und die Plattform hierfür stellt. Diese Art der Wahlen werden also jetzt nur noch von diesem Ministerium einberufen und nicht mehr durch Bürger:innen-Initiativen. Das Ministerium entscheidet zudem über den Inhalt aller Abstimmungen und Antwortmöglichkeiten. Die Fragestellungen in den Wahlen sind aber oft sehr verwirrend oder manipulativ formuliert. Zudem gibt es nur ein recht kurzes Zeitfenster, um die eigene Antwort abzugeben. Dies wird mit der Gewährleistung einer sicheren Datenübertragung gerechtfertigt.

Es gibt also sehr viele Wahlen, die komplex und irreführend formuliert sind und für die man wenig Zeit hat. Falls es einmal vorkommt, dass das Ergebnis eines Volksentscheids ungünstig ausfällt, wird dieses unter dem Vorwand von Manipulation durch Hacking ignoriert und auf unbestimmte Zeit verschoben. Obgleich das nicht bedeutet, dass die Wahlergebnisse grundsätzlich einen ernsthaften Einfluss auf die politischen Entscheidungsprozesse haben. Aber durch gute Öffentlichkeitsarbeit des Ministeriums und die ständigen Wahlen, wird der Bevölkerung suggeriert, dass ihre Stimmen einen wirklichen Einfluss haben.

Arbeit

DYSTOPIE

Unbefristete Arbeitsverhältnisse wurden abgeschafft. Alle Arten von Arbeitsaufträgen sind für einzelne Aufträge auf Tage oder einzelne Projekte begrenzt. Für die jeweilige Arbeit benötigte Ausrüstung muss entweder selbst gekauft werden oder kann bei dem:r jeweiligen Arbeitgeber:in gemietet oder auf Raten gekauft werden. Im Fall eines Arbeitsausfalls durch Krankheit muss von der Arbeitnehmenden Person entweder eine Ersatzarbeitskraft organisiert oder eine Entschädigung für den Ausfall gezahlt werden.

Die gesamte Arbeitsvermittlung von Verträgen und die Überlieferung von Arbeitsanweisungen findet nur noch über Smartphone-Apps statt. Die gleichen Apps überwachen zudem das eigene Arbeitsverhalten, Produktivität, Pausenzeiten, etc. und geben am Ende einer Schicht eine Auswertung der eigenen Leistung. Diese Auswertungen werden abgespeichert und der Mittelwert dieser wird potentiellen Arbeitgeber:innen immer angezeigt. Diese Apps schicken zudem ständig Push-Benachrichtigungen, um Tipps oder Anweisungen zu geben, welche die eigene Produktivität hoch halten sollen.

Einzelhandel

DYSTOPIE

Das Einkaufen im Supermarkt, in der Drogerie oder in Bekleidungsgeschäften hat sich mittlerweile nicht nur in das Internet, sondern in die virtuelle Realität verschoben. Man begeht nun einen Laden mit einer VR-Brille in der virtuellen Realität, begutachtet hier Produkte und packt sie in den eigenen virtuellen Einkaufskorb. Nach dem Herausgehen aus dem virtuellen Laden bezahlt man automatisch und die Produkte werden einem nach Hause geliefert.

Aus diesem Grund sind physische Läden fast nicht mehr vorhanden, sondern wurden durch große Lagerhäuser ersetzt, in denen schlecht bezahlte Arbeitskräfte deine Bestellungen zusammenstellen und verschicken. Zudem wurde Bargeld abgeschafft. Jede Transaktion findet jetzt nur noch digital statt, wodurch eben auch jede Transaktion festgehalten werden kann. Hierdurch kann ein unglaubliches akkurates Profil über das Kaufverhalten jeder Person angelegt werden. Dies führt dazu, dass unangenehm genaue Werbung gezielt für jede Person geschaltet werden kann und auch der Preis einzelner Produkte unauffällig für jede Person angepasst wird, um einen möglichst hohen Gewinn zu erzielen.

Bildung

DYSTOPIE

Das deutsche Bildungssystem hat sich in zwei Pfade aufgeteilt – staatliche und private Bildungsinstitute.
Staatliche Bildungsinstitute sind komplett kostenfrei und setzen nun Algorithmen ein, um Lehrpläne und Ausbildungswege planen und konzipieren zu lassen. Hierbei wird anhand von algorithmischen Auswertungen des Arbeitsmarkts und der Wirtschaft bestimmt, welche Kompetenzen und Berufe in den kommenden Jahren verstärkt gebraucht werden. Kinder bekommen dann zunächst in der Grundschule eine allgemeine Bildung und werden in „Talentsichtungstests“ auf ihre „Veranlagungen“ geprüft. Ab der Mittelstufe werden ihnen dann Berufswege mit spezifischen Kompetenzen zugeordnet, die in regelmäßigen Abständen algorithmisch angepasst werden. Das Ende des jeweiligen Bildungsweges wird dann auch algorithmisch festgelegt. Bei manchen endet es ab Hauptschulabschluss, bei anderen beim Professor:innentitel. Diese Bildungswege sind zwar qualitativ sehr gut und kostenfrei, aber den einzelnen Jugendlichen wird immer nur das beigebracht, was der Algorithmus für sie für notwendig hält. Wer mit dem ihr zugewiesenen Bildungsweg nicht zufrieden ist, kann diesen aber abbrechen und in ein privates Bildungsinstitut wechseln.
Bildungsinstitute, die von privaten Unternehmen betrieben werden, bieten dagegen nämlich „Bildungspakete“ in Abonnements an. Einzelne Fächer bzw. Kurse müssen hierbei einzeln gebucht und bezahlt werden. Um einen bestimmten Schulabschluss zu erreichen, muss eine gewisse Menge an Kursen absolviert werden. Dabei ist es aber egal, um welche Kurse es sich handelt. Wenn ein Kurs nicht bestanden wird, muss man für diesen erneut zahlen. Um Platz und Kosten zu sparen, findet Unterricht hier nur noch in virtuellen Klassenräumen in der virtuellen Realität statt, wobei die Lehrenden durch Computerprogramme ersetzt wurden. Das heißt aber nicht, dass es Einzelunterricht gibt – dafür muss man nämlich extra zahlen – es gibt immer noch Klassengrößen von mindestens 30 Leuten.

Wohnen

DYSTOPIE

In den meisten deutschen Großstädten gibt es jeweils nur noch einen Immobilienkonzern, der die meisten Wohnungen besitzt. Diese Konzerne setzen fortschrittliche Algorithmen ein, um den Profit, den sie durch Vermietungen machen so hoch wie möglich zu halten.

Durch Lobbyismus wurden Mieter:innenrechte nach und nach abgebaut. Das hat zur Folge, dass du zum Ende jedes Monats ohne Grund per automatisch generierter Textnachricht gekündigt werden kannst, bspw. da sich Personen finden lassen, die mehr für die Wohnung zahlen würden. Das Konzept von Sozialbau wurde abgeschafft, da Wohnen komplett privatisiert wurde. Neue Wohnungen gibt es fast nur noch möbliert, überteuert und auf Zeit. Algorithmen schließen und beenden Verträge für neue Wohnungen mit Mieter:innen automatisch mit der Anweisung, dabei möglichst viel Profit herauszubekommen. Und gute Wohnungen von privaten Vermieter:innen werden ausschließlich in digitalen Auktionen an die Meistbietenden versteigert. Wohnungsbesichtigungen gibt es auch nur noch digital in virtuellen Raumansichten.

Social Scoring

DYSTOPIE

Mit der Einführung eines digitalen Ausweises für alle Bürger:innen auf dem Smartphone, der Erweiterung der Einsatzmöglichkeiten des Scoring-Systems der privaten Aktiengesellschaft SchuFa und der Abschaffung von Bargeld hat sich in der gesamten Gesellschaft ein System des „Social Scoring“ durchgesetzt. Das bedeutet, dass nun jede Transaktion (bspw. Mietzahlung, Supermarkteinkauf, Vereinsbeiträge oder Kreditraten), die nun mit dem Smartphone getätigt werden, sowohl nachvollziehbar ist, als auch abgespeichert und ausgewertet wird. Anhand dieser Auswertung wird dann ein Score erstellt. Dieser gibt nun nicht mehr nur darüber Auskunft, wie kreditwürdig eine Person ist, sondern auch darüber, wie das Kaufverhalten und der daran abgelesene Lebensstil bewertet wird.

Wie genau und nach welchen Kriterien diese Auswertung abläuft, ist nicht einsehbar. Der Algorithmus dahinter bleibt ein „Geschäftsgeheimnis“. Es gibt aber noch eine weitere Komponente dieses Scoring-Systems. In Zusammenarbeit mit der Regierung wurde ein Teil des Algorithmus dazu entworfen, auch das allgemeine Verhalten der Bürger:innen zu bewerten. Hierfür werden nicht nur die Transaktionen einer Person ausgewertet, sondern auch die GPS-Daten, das Mikrofon des Smartphones und das In-Kontakt-Treten mit anderen Bürger:innen durch die Bluetooth-Funktion. Das alles wird benutzt, um herauszufinden, wer sich wie mit wem verhält und was tut. Und je nachdem, wer an der Regierung sitzt, ändern sich natürlich auch die Maßstäbe dafür, was ein „akzeptables Allgemeinverhalten“ darstellt.

@Teilnehmer:innen · Arbeitsmaterial 9 · Zukunftsvision A5

Presse/Medien

DYSTOPIE

Physische Zeitungen und Fernsehsendungen wurden durch digitale Nachrichten-Streams komplett abgelöst. Die öffentlich-rechtliche Presse wurde aus ihrer Existenz verdrängt, wodurch nur noch private Pressehäuser existieren. Im Kampf um Marktsegmente wird jede Art von Presse immer reißerischer und polarisierender. Lokale Nachrichten verschwinden gänzlich von der Bildfläche, da sie nicht genug Gewinn abwerfen.

Die meisten Pressehäuser nehmen beliebte Influencer:innen aus den sozialen Medien unter Vertrag, die von nun an das Gesicht ihrer Berichterstattung sind, um deren vorhandene Zuschauer:innenschaft als Kund:innen zu gewinnen. Die Nachrichten werden nun auch stark von Produktplatzierungen begleitet, um die Profitmarge zu erhöhen. Vereinzelte mit reißerischen Clickbait-Titeln versehene, aktuelle Nachrichten-Posts müssen durch Bezahlung freigeschaltet werden. Der Zugang zu diversen Themenfeldern wie Wirtschaft, Politik und Sport muss jeweils in Abonnements erworben werden.

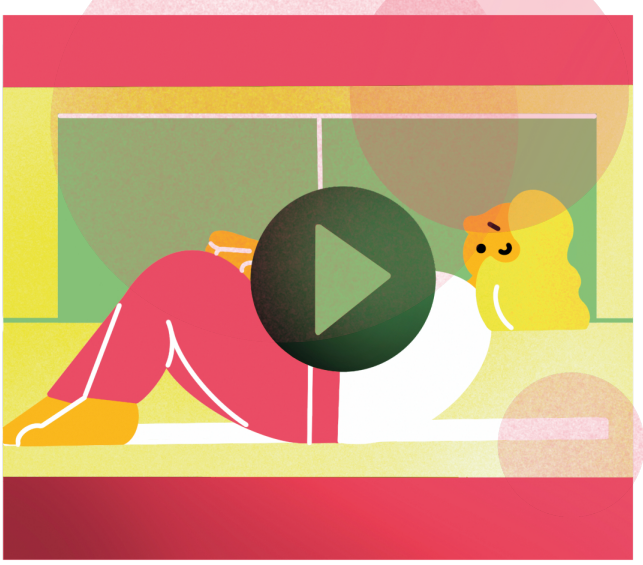
@Teilnehmer:innen · Arbeitsmaterial 10 · Zukunftsvision A5

Soziale Netzwerke

DYSTOPIE

Mittlerweile gibt es nur noch ein soziales Netzwerk. Unglaublich viele Daten über persönliche Vorlieben, Interessen und Interaktionen liegen dadurch zentralisiert bei einem Konzern. Egal ob Videos, Musik, Podcasts – alle Formate, bei denen Influencer:innen mit Follower:innen interagieren, sind nur in einer Mischung aus erweiterter und virtueller Realität begehbar. Nutzer:innen tauchen entweder mit einem virtuellen Realitäts-Headset und virtuellen Avatar komplett in die virtuelle Welt des Netzwerkes ein, oder nutzen alternativ eine erweiterte Realitäts-Brille, mit der die analoge Realität überlagert wird. Du gehst beispielsweise durch eine Innenstadt und siehst durch deine Brille in der virtuellen Realität eine Influencerin, die vor einem Schuhladen Werbung macht, auf dem Marktplatz steht eine digitale Couch mit zwei Menschen und Mikrofonen (hier läuft gerade eine Folge Podcast), in einem Cafe findet eine virtuelle Autogrammstunde mit einem Sänger statt, und die Posts von anderen Nutzer:innen schwirren wie Flugblätter in deiner Umgebung herum.
Künstliche Intelligenzen stellen sicher, dass das Netzwerk profitabel bleibt. Sie generieren selbst durchgehend Posts und weisen diese Posts künstlichen Nutzer:innen mit Avataren zu, die von menschlichen Nutzer:innen nicht zu unterscheiden sind.
Da die schiere Menge an Posts und anderem Content komplett überwältigend ist, können Nutzer:innen verschiedene Filtersoftware als Abonnements erwerben. So können sie die Ästhetik, die Formate und auch die Inhalte selbst kuratieren. Verkauft wird das alles als „mentale Gesundheitshilfe“. Für die ganz schweren Fälle gibt es (gegen einen saftigen Aufpreis) ein „digitales Detox“ Paket.

5
3



digitale jugend arbeit

» www.digitalejugendarbeit.de «