

## Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Englisch Sekundarstufe II, Ausgabe: 45

Titel: The Web Wields the World (38 S.)

### Produkthinweis

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus dem Programm „Kreative Ideenbörse Sekundarstufe“ des OLZOG Verlags. Den Verweis auf die Original-quelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 10 Jahren entwickelt der OLZOG Verlag zusammen mit erfahrenen Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien.

▶ Die Print-Ausgaben der „Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe“ können Sie auch bequem und regelmäßig per Post im [Jahresabo](#) beziehen.

### Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet.

▶ Die Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

### Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, in Klassensatzstärke für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien zu ziehen, bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

**Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:**

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: [service@olzog.de](mailto:service@olzog.de)

📮 Post: OLZOG Verlag | c/o Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG  
Justus-von-Liebig-Str. 1 | 86899 Landsberg

☎ Tel.: +49 (0)8191/97 000 220 | 📠 Fax: +49 (0)8191/97 000 220  
[www.olzog.de](http://www.olzog.de) | [www.edidact.de](http://www.edidact.de)

## The Web Wields the World

5.42

## Vorüberlegungen

## Lernziele:

- Die Schüler begreifen das Internet mit seinen Chancen und Risiken.
- Sie erlernen einen bewussteren Umgang mit sozialen Netzwerken.
- Sie erfahren, dass das Umsetzen eigener Ideen im Web Kreativität fördern und Spaß machen kann.
- Sie erkennen, dass die Darstellung der eigenen Person in sozialen Netzwerken dem scheinbar wertfreien Gebrauch des Mediums widerspricht.
- Sie wissen, dass die Beurteilung durch "Freunde" als Regulativ für die eigenen Einträge gelten kann.
- Sie erlernen angemessenes Kommunikationsverhalten im Netz.

## Anmerkungen zum Thema:

Im Zuge der rasanten technischen Entwicklung ist die **kommerzielle Datenverarbeitung** durch private Anbieter exponentiell gewachsen. Suchmaschinen haben Zugang zu persönlichen Daten der Nutzer und diese werden, z.B. bei "Yahoo!", neun Monate lang gespeichert. Viele Schüler machen sich darüber keine Gedanken: Sie hätten sowieso nichts zu verbergen, und es sei auch nicht schlimm, sich selbst im Web zu outen. Sie meinen, ihre digitalen Fingerabdrücke seien leicht zu löschen, und "Big Brother" habe dann keinen Zugriff mehr.

Die Schüler kennen die Figur "Big Brother" aus **George Orwells Roman "1984"** als Synonym für den Repräsentanten eines Staates, der alle Bürger überwacht, alle Handlungen erfasst und somit umfassende Kontrolle ausüben kann.

Im Gegensatz zu den freiheitsberaubenden Überwachungsmechanismen in "1984" liegen die Herausforderungen heute jedoch im **selbstbestimmten Nutzen** vor allem **privater Anbieter** sozialer Netzwerke.

Schülerinnen und Schüler sind möglicherweise davon überzeugt, dass sie im Web nichts falsch machen können, da sie sich quasi in einem rechtsfreien Raum (Cyberspace) befinden. Es ist jedoch eine Aufgabe des Unterrichts, ihnen **Grenzen** und mögliche **Folgen von Grenzüberschreitungen** aufzuzeigen. Während die Euphoriker die digitale Revolution ausrufen und ihre Vorteile preisen (z.B. die Funktion des Internets als global-demokratischer Wissensspeicher, der für alle Gesellschaftsschichten mehr Freiheiten ermögliche), orakeln viele Pessimisten, dass die fortschreitende Digitalisierung den Untergang der abendländischen Kultur bewirken werde.

Trotz vieler Kontroversen sind die Skeptiker, genauso wie die Befürworter, vom Phänomen Internet gefesselt. Was aber ist das Besondere am Internet, dass es die Welt zu revolutionieren vermag?

Was uns das Internet in Zukunft tatsächlich bringen wird, lässt sich heute nicht voraussehen. Trotzdem ist es möglich, potenziellen Veränderungen in bestimmten Bereichen nachzugehen und den bisherigen Wandel aufzuzeigen. Einer dieser Bereiche, dem sich dieser Unterrichtsentwurf widmet, lässt sich mit der Frage nach den möglichen **Veränderungen** in der Gesellschaft **durch soziale Netzwerke** umschreiben.

Weil die digitale Medienlandschaft mittlerweile so umfangreich ist, muss sich die vorliegende Unterrichtseinheit auf ausgewählte Teilaspekte beschränken. Dennoch konnten einige Tendenzen und Trends herausgearbeitet werden, die die vielfältigen Möglichkeiten und Gefahren aufzeigen, die das Internet für seine augenblicklichen und potenziellen Nutzer bietet.

5.42

## The Web Wields the World

### Vorüberlegungen

#### Literatur zur Vorbereitung:

Time Magazine, Thursday, May 20, 2010: "How Facebook Is Redefining Privacy" – by Don Fletcher  
(<http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1990582,00.html#ixzz0quqi0ulT>)

#### Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt: Big Brothers on the Web
2. Schritt: Social Networks
3. Schritt: Digital Natives

VORSCHAU

## The Web Wields the World

5.42

## Unterrichtsplanung

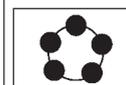
## 1. Schritt: Big Brothers on the Web

Als Einstieg zeigt die Lehrkraft den **Cartoon** von **Texte und Materialien M 1** auf *Folie* und gibt den Schülern Gelegenheit, über das Thema des Unterrichts zu spekulieren.



Dann informiert die Lehrkraft über **Erscheinungsort** und **-datum** des Cartoons:

Der **“New Yorker”**, bekannt für seine Short Storys, für seine Kritiken, Essays und Cartoons, gilt als das intellektuellste Stadtmagazin der Welt. Der erste Herausgeber, Harold Ross, umschrieb das Selbstverständnis des Magazins mit den Worten *“It has announced that it is not edited for the old lady in Dubuque”* – es sei also nichts für biedere Leser mit provinziellen Vorstellungen.



Der Cartoon erschien dort im **Juli 1993**, als das Internet noch in den Kinderschuhen steckte.

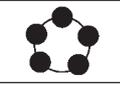
**Lösungshinweise:**

- Der Cartoon zeigt zwei Hunde, der größere sitzt am Computer und will seinem kleineren Freund vermitteln, dass er sich keine Sorgen zu machen brauche, denn im Internet würde er nicht als Hund identifiziert werden können.  
Der Cartoon wurde 1993 veröffentlicht – zur gleichen Zeit, als auch das WWW entstand, heute noch der populärste Teil des Internets. (Die Popularität des WWW stieg vor allem durch die Einführung des WWW-Browsers NSCA Mosaic im Jahr 1993. Dieser und andere einfach zu bedienende Browser machten das Internet für die breite Masse an Nutzern zugänglich.)  
Dass der Cartoon im “New Yorker” veröffentlicht wurde, lässt darauf schließen, dass das Internet damals – zumindest in den USA – nicht mehr Regierungsbehörden, akademischen Einrichtungen und Diskussionsforen vorbehalten blieb, sondern einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich war, die sich für das neue Medium auch interessierte.
- Der größere Hund will den kleineren glauben machen, dass die **Anonymität** im Internet gewährleistet sei. Jeder PC jedoch, von dem E-Mails z.B. abgerufen werden oder der zum Surfen verwendet wird, muss über eine IP-Adresse (Internet Protocol), vergleichbar mit einer Telefonnummer, angemeldet sein. Diese wird vom Provider zur Verfügung gestellt.  
Anders ist das allerdings bei privaten IP-Adressen. Sie sind vergleichbar mit Rufnummern in einem internen Telefonnetz. Ein NAT-Gerät oder auch eine Firewall stellt erst die Verbindung zum Internet her. Der Computer bleibt immer dahinter “versteckt”. Von außen sichtbar ist nur die IP-Adresse des NAT-Gerätes bzw. die der Firewall. Offensichtlich hatte sich der Labradormischling in seiner leichtgläubigen Art nicht gründlich informiert.
- Ein weiterer Aspekt des Hundediktums ist, dass im Internet keiner als Hund **erkannt werden kann**, genauer gesagt im Cyberspace, in einem virtualisierten Raum. Wer in diesen eintritt, dessen soziale, sachliche, räumliche und zeitliche Erkennung wird virtualisiert, d.h. das “Wesen” wird nicht in seiner Physis erkannt an Geschlecht, Alter, Rasse, Aussehen, sondern in seiner Funktionalität. Wenn der Hund sich also als ein im Internet Surfender (oder surfen Wollender) ausgibt, dann möchte er sich möglicherweise eine andere, bessere Identität verschaffen, frei von Vorurteilen. Verwechselt er da nicht seine reale Existenz mit seiner virtuellen?



Zur Weiterführung dieses Gedankenganges soll der **zweite Cartoon** dienen (vgl. **Texte und Materialien M 2**), der auf einer Website erschien, die im Jahre 1997 für Studenten der School of Journalism and Mass Communication an der University of North Carolina und “für andere interessierte Personen” erstellt wurde.



5.42	The Web Wields the World
Unterrichtsplanung	
	<p><b>Lösungshinweise:</b></p> <p>Wir sehen hier denselben Hund, der 1993 im ersten Cartoon dargestellt wurde. Auf dem Bildschirm ist folgender Eintrag zu lesen:</p>
	<p style="text-align: center;">WELCOME CANINE USER 39... MUTT, MOSTLY BLACK LAB ENJOYS PEPPERONI, FETCHING, AND SNIFFING OTHER DOGS' HEINIES... UPDATING PROFILE</p>
	<p>Was er da auf dem Bildschirm sieht, müsste den Hund – nimmt man dessen Aussage aus dem ersten Cartoon als Ausgangspunkt – eigentlich <b>desillusionieren</b>: Er ist nicht nur nicht anonym, er wird sogar als “Promenadenmischung” identifiziert.</p> <p>Bei alledem ist sein Gesichtsausdruck unverändert geblieben; er sitzt da, wie ehemals auch. Könnte man diese Tatsache dahingehend interpretieren, dass der Hund – trotz offensichtlich anderer Bedingungen – nichts dazugelernt hat, dass er in seiner Naivität die <b>Gefahren des Internets unterschätzt</b>?</p>
	<p>Die Besprechung der beiden Cartoons wird in aller Regel zu interessanten Diskussionen führen. Dabei sollten auch die Nutzungsgewohnheiten der Schüler zur Sprache kommen.</p>
	<p>Provider wie GMX, Yahoo! und Google verwenden die Daten der Nutzer nicht nur für Werbezwecke, sondern speichern sie auch mehrere Monate lang. Welche Gefahren sich daraus ergeben können und wie groß das <b>Geschäft mit den “Klicks”</b> inzwischen ist, veranschaulicht der Text <i>“The Already Big Thing on the Internet: Spying on Users”</i> (vgl. <b>Texte und Materialien M 3</b>).</p>
	<p>Die Schüler lesen den Text als <i>Hausaufgabe</i> und bearbeiten die <b>Assignments 1 und 2</b> schriftlich. Die <b>Lösungen zu Assignment 1</b> befinden sich in ll. 5-10, die zu <b>Assignment 2</b> in ll. 11-13.</p>
	<p>Die deutschsprachige Zusammenfassung einer wissenschaftlichen Studie zum Thema <i>behavioral targeting</i> (<b>Assignment 3</b>) findet sich unter: <a href="http://www.predictive-behavioral-targeting.de/2010/03/wie-microsofts-forscher-klickraten-steigern/#more-322">http://www.predictive-behavioral-targeting.de/2010/03/wie-microsofts-forscher-klickraten-steigern/#more-322</a> Sie kann der Lehrkraft als Information dienen.</p>
	<p><b>Lösungsvorschlag zu Assignment 3:</b></p> <p>Behavioral targeting customizes messages to individual consumers based on their specific shopping interests, and characteristics like gender, age, and ethnicity. It is a generic name for a series of technologies that collect and organize click stream data, develop data warehousing structures, apply data mining algorithms to uncover consumer browsing patterns, and serve targeted ads matched to an individual. (...)</p> <p>But regardless of that definition, one thing is clear: behavioral targeting, in all of its forms and implementations, is quickly becoming a major force in online advertising.</p> <p>U.S. spending for BT online advertising is predicted to grow dramatically to \$4.4 billion by 2012 (up from only \$775 million in 2008). (nach: <a href="http://www.ftc.gov/">http://www.ftc.gov/</a>)</p>