

## **Leicht geglättete Transkription des Podcasts zur Kultur der Digitalität**

Gesprächsführung: Prof. Dr. Michael Krelle (Technische Universität Chemnitz)  
Gesprächspartner: Prof. Dr. Michael Beißwenger (Universität Duisburg-Essen)

Michael Krelle:

Mein Name ist Michael Krelle und ich spreche heute mit Michael Beißwenger über die Kultur der Digitalität.

Michael, du bist Professor für Germanistische Linguistik, Sprachdidaktik mit den Schwerpunkten Sprachreflexion, Mediendidaktik und Digitalität. Danke für deine Zeit.

Was ist die Kultur der Digitalität und warum ist sie eigentlich für den Unterricht so wichtig?

Michael Beißwenger:

Das Konzept der Kultur der Digitalität geht zurück auf Felix Stalder, der 2016 eine gleichnamige Monographie bei Suhrkamp herausgebracht hat. Dieses Konzept wird seitdem sehr stark im Kontext der Diskussion um Bildung und Digitalität aufgegriffen. Also auch das Ergänzungsdokument zur KMK Strategie „Bildung in der digitalen Welt“ bezieht sich auf Stalder. Und dieses Konzept hat sich als sehr, sehr fruchtbar erwiesen, um nicht mehr nur den Blick darauf zu lenken, dass unsere Gesellschaft immer stärker digitalisiert wird, also quasi einen Prozess durchläuft, in dem digitale Technologien, ihre Nutzung, immer stärker Einzug in unsere Lebenswelt halten. Sondern dieses Konzept geht davon aus oder basiert auf der Grundbeobachtung, dass das, was Digitalisierung in unserer Lebenswelt schon verändert hat, schon so weitreichend ist, dass wir jetzt, ne, bezüglich des Zustands von einer Digitalität sprechen können, die zu einem prägenden und konstitutiven Faktor von Gesellschaft und Kultur geworden ist, also die gar nicht mehr wegzudenken ist aus der Art und Weise, wie wir Kultur immer wieder neu erzeugen, verhandeln, neue kulturelle und gesellschaftliche Praktiken hervorbringen und wie wir ganz profan unseren Alltag und unsere Lebenswelt organisieren.

Mit dem Begriff der Digitalität wird also ausgedrückt, dass wir uns eben nicht mehr nur in einem fortschreitenden Prozess der Aneignung von digitalen Technologien befinden, sondern dass die Kultur sich schon so weitgehend verändert hat, dass ohne die Prägung durch digitale Kultur und gesellschaftliche Prozesse gar nicht mehr beschreibbar sind.

Michael Krelle:

Ne, ja.

Michael Beißwenger:

Das ist aber, das heißt aber auch. Das das heißt nicht, dass Digitalisierung nicht auch noch weiter voranschreitet, sondern die Kultur der Digitalität stößt ständig neue Digitalisierungsprozesse an, ne, also diese Kultur ist nicht statisch, sondern es ist hochgradig dynamisch, ne. Digitalisierungsprozesse bringen wieder neue Möglichkeiten hervor, dann bilden sich dazu neue gesellschaftliche Praktiken aus und auch natürlich darauf bezogen dann auch neue gesellschaftliche Herausforderungen und insbesondere auch Herausforderungen für das Bildungssystem.

Michael Krelle:

Ja, also daran schließt sich ja schon sozusagen ein bisschen die Frage auch irgendwie wirklich an, ne, also welche Merkmale hat sie denn? Wenn ich, wenn ich es so richtig weiß, es ist so, da gibt es ja so Begriffe wie Referentialität oder Gemeinschaftlichkeit, das ist ja irgendwie wichtig. Was ist denn der Kern dieser Kultur der Digitalität?

Michael Beißwenger:

Also der Kern der Kultur der Digitalität ist. Oder sagen wir mal Felix Stalder beschreibt die Wirkweisen der Kultur der Digitalität oder die Operationsweisen der Kultur der Digitalität entlang dreier prägender Faktoren. Das ist die Algorithmizität, die Referentialität und die Gemeinschaftlichkeit.

Ne, und da, schwierige Begriffe, genau die muss man sich erst mal auf der Zunge zergehen lassen. Mit Referentialität ist gemeint, dass wir über ein vielfältig ausgestaltetes Inventar gesellschaftlich verfügen, an Praktiken, wie wir vorhandenes Material zu neuem Material vernetzen, ne. Also ein gutes Beispiel ist der Hyperlink in digitalen Ressourcen. Ne, wir können an Texte immer wieder anbauen. Wir können Texte mit anderen Texten vernetzen, das wiederum für gesellschaftliche Diskurse nutzen. Wir können auch vorhandenen kulturellen Content remixen, ne. Also, indem wir im Grunde verschiedene Inhalte aufgreifen und die zu was Neuem zusammenbauen. Ein sehr augenfälliges Beispiel sind zum Beispiel die Memes.

Die Algorithmizität meint. Oder unter Algorithmizität wird beschrieben, dass immer stärker automatisierte Prozesse an unseren kulturellen und gesellschaftlichen und kommunikativen Praktiken beteiligt sind. Ne, das fällt uns heute gar nicht mehr so auf, das fängt an bei der automatischen Rechtschreibkorrektur, wenn ich eine WhatsApp-Nachricht schreibe. Das hatten wir natürlich auch schon in der Textverarbeitung, also diese Prozesse kommen natürlich nicht aus dem luftleeren Raum, aber sie werden jetzt durch sowas wie Algorithmen aktueller Art und auch jetzt ganz stark durch KI immer grundlegender, auch weiterentwickelt und verändert. Ne, es ist eben nicht nur die Rechtschreibkorrektur, es ist dann auch sowas wie das automatische Vervollständigen von Sätzen, automatische Übersetzung.

Michael Krelle:

Mir fällt das ja auch immer im Alltag auf, wenn ich, wenn ich konsumiere, dass ich das Gefühl hab, es kennen mich offensichtlich die Seiten, auf denen ich bestelle, die kennen mich viel besser als ich mich selbst.

Michael Beißwenger:

Genau, Amazon. Bei Amazon ist es ja ganz früh schon der Fall gewesen, dass Amazon angefangen hat, einem Produkte vorzuschlagen, die einen interessieren könnten. Ne, Amazon, also ich bin zum Beispiel Amazon Kunde seit 2000.

Michael Krelle:

Nennen wir es, nennen wir es eine Verkaufsplattform.

Michael Beißwenger:

Ja, ja, ja genau, also eine Shopping-Plattform. Ich bin da Kunde seit 2000, es kennt nicht nur alle meine Käufe seit 2000, sondern auch alle Seiten, die ich jemals dort aufgerufen und angeschaut habe und von welcher Seite ich zu welcher weiter geklickt habe, also welche Links ich angewählt habe und hat vermutlich ein sehr, sehr detailliertes Nutzerprofil, also

digitales Nutzerprofil von mir erstellt, das mich in einer gewissen Hinsicht viel besser kennt als ich und mir auf dieser Basis Interessen vorschlägt, für mich interessante Dinge vorschlägt, ne. Das kann man als einen interessanten, smarten Agenten betrachten. Ich hab tatsächlich in der Vergangenheit auch tatsächlich häufiger schon mal was gekauft, was mir dort vorgeschlagen wurde, was ich selbst nie gesucht hätte.

Das Ganze bezieht sich ja, findet ja heute im großen Stil statt. Werbung oder bestimmte Produkte, die ich mir auf einer kommerziellen Internetseite angeschaut habe, werden mir in Werbeeinblendungen auf Seiten anderer Anbieter wieder angezeigt, weil ich auch über Cookies Spuren hinterlasse oder wenn ich wenn zwei Leute Youtube aufrufen, an zwei verschiedenen Rechnern eingeloggt, unter ihrem Account kriegen sie unterschiedliche Videos vorgeschlagen, die sie als nächstes besuchen könnten, weil auch hier so ein Profiling im Hintergrund läuft. Zielgruppengerichtete Werbung, also wenn ich in einem sozialen Netzwerk zum Beispiel in Facebook aktiv bin und da schon lange aktiv bin und das weiß alles, was ich dort hier aufgerufen, geliked hab, kommentiert habe und schaltet dann zielgruppengenaue Werbung. Wir sind eigentlich beständig den Effekten ausgesetzt, die wir durch das Hinterlassen von Spuren im Netz, die aufgezeichnet und aggregiert und zu Nutzermodellen verrechnet werden, ne, auf dieser Grundlage für uns generiert werden. Natürlich werden wir davon auch beeinflusst, ja?

Michael Krelle:

Und wie hängt das mit dieser Gemeinschaftlichkeit zusammen? Du hast das ja vorhin irgendwie schon gesagt, da haben wir, also wir haben jetzt irgendwie Social-Media-Interaktionen zum Beispiel, und also das hängt, hängt das zusammen?

Michael Beißwenger:

Ja, Gemeinschaftlichkeit meint. Also natürlich ist Gesellschaft immer etwas, was auf Gemeinschaftlichkeit aufbaut, ne, wir müssen uns ja notwendigerweise mit anderen Leuten verständigen, auseinandersetzen, Normen Werte vereinbaren und die weiter pflegen und tradieren und weiterentwickeln. Durch die digitalen Medien haben wir aber ganz neue Formen der Gemeinschaftlichkeit und Vernetzung. Also junge Menschen heutzutage pflegen nicht nur Kontakte, die sie in Real Life, also in der Alltagswelt, geknüpft haben auch ganz stark über digitale Kanäle, sei es Messaging Dienste, soziale Netzwerke, das Folgen und Liken auf Insta. Sie knüpfen auf Kontakte über solche Medien an, die dann entweder reine Online-Kontakte bleiben oder die dann auch zu Kontakten werden, denen man real begegnet. Für die Digital Natives gibt es da gar nicht mehr so den Unterschied wie für uns, alte Menschen, die noch die Zeit vor dem Internet miterlebt haben.

Ja, diese Online-Offline-Trennung ist ja gar nicht mehr zeitgemäß, weil wir haben ja das Online permanent hinten in der Hosentasche oder in der Jackentasche durch unser Handy, das selbst, wenn wir gerade nicht aktiv drauf schauen, permanent Daten empfängt und sendet Standortinformationen, es gehen neue Social-Media-Nachrichten ein, ne.

Gemeinschaftlichkeit meint aber auch, dass wir durch die Möglichkeit insbesondere seit der Entwicklung, die meistens so mit Social Web oder Web 2.0 bezeichnet wird, die so nach der Jahrtausendwende aufkamen, in deren Zuge Plattformen aufgekommen sind, die selbst gar keinen Content mehr bereitstellen. Bestes Beispiel Facebook, Youtube, die stellen im Grunde nur eine Infrastruktur bereit. Die ganzen Inhalte werden von den Nutzern generiert und in diesen Netzwerken ist es dann nicht nur möglich, Inhalte anderer abzurufen, sondern die auch zu teilen, zu liken, zu kommentieren, darüber in Austausch zu treten. Das heißt, jeder

kann so ein Content-Produzent werden. Welcher Content in der Plattform als angesagt gilt oder als besonders gut im Sinne der Community, entscheidet die Community selbst durch den kontinuierlichen, den Diskurs, der sie dazu führt. Dann wird zum Beispiel wie auf Youtube sehen wird, das auf Youtube Videos von einem Kanal wird mit Videos auf einem anderen Kanal reagiert. In meinen Seminaren nehme ich als Beispiel immer gerne die Sendung „Seven Versus Wild“, die ja als ein reines Youtube-Format gestartet ist, wo allein schon die Kandidatenauswahl durch den Aufruf an jemand, an den bestimmten anderen Influencer mitzumachen, gestartet wurde, der auf seinem Kanal dann ein Reaktionsvideo gepostet hat. Drumrum gab es ganz viele Fan- oder Nutzervideos, die wiederum das kommentieren, das ganze Geschehen wird auf Youtube kommentiert und das sind natürlich auch neue mediale Formate, die so natürlich ohne das Netz es nie gegeben hätte. Die in einer gewissen Hinsicht egalitär sind. Jeder kann Content-Produzent sein.

Michael Krelle:

Ja.

Michael Beißwenger:

Umgekehrt aber wiederum, wenn wir jetzt gerade das Beispiel Youtube nehmen. Natürlich auch wieder sehr stark mit Persönlichkeiten arbeiten, die in der Plattform selbst groß geworden und prominent geworden sind, die mittlerweile viel Geld damit verdienen, dass sie dort Content posten, teilweise auch dadurch, dass sie Werbung platzieren, ne. Also es gibt dann doch wieder sowas wie gewisse Symmetrien oder Asymmetrien, die sich dann da so einspielen, weil natürlich kommerzielle Interessen dann dazu kommen, ne. Und das sind ganz neue Phänomene, die wir vorher in dieser Weise nicht hatten. Wenn man ans klassische lineare Fernsehen denkt, wenn da Produkte im Öffentlich-Rechtlichen in der Sendung gezeigt wurden, wurde das immer mit dem Hinweis versehen oder eingeordnet, ne. Heutzutage ist man als junger Mensch permanent Werbung ausgesetzt, die man nicht mehr notwendigerweise als so ne Werbung erkennt. Also wenn ne Dagi Bee in ihrem Video, die macht jetzt zwar nicht mehr diese Beauty-Videos, aber in dem Video sagt: „Oh, ich hab mir diesen tollen neuen Lippenstift gekauft von so und so und ich trag den mal auf der ist, ich find den Wahnsinn“. Dann ist das natürlich inszeniert, auch wenn es daher kommt, wie so die beste Freundin, die einem Beauty-Tipps gibt, weil sie dafür Geld bekommt, dass sie dieses Produkt platziert, also Kollegin Dorothee [Name ist schwer verständlich, vermutlich ist dieser gemeint], die sich mit diesem Phänomen auseinandergesetzt hat, eine Linguistin, hat es auch als „osmotische Werbung“ bezeichnet, die quasi so osmotisch auf uns einwirkt, ohne dass sie sich als Werbung zu erkennen gibt.

Michael Krelle:

Also vielleicht noch eine Nachfrage zu der Gemeinschaftlichkeit. Dir, du hattest ja vorhin gesagt, dass das eines der Prinzipien ist, die wesentlich sind, auch für Stalder, vielleicht kannst du da noch mal einmal ein Wort zu sagen?

Michael Beißwenger:

Also Gemeinschaftlichkeit meint, dass die digitalen Technologien auch neue Möglichkeiten der Vernetzung des Austauschs und der Zusammenarbeit bereitstellen und auch Plattformen dafür, gesellschaftliche Diskurse auch online zu führen. Wenn wir uns zum Beispiel die letzten Wahlkämpfe anschauen, nicht nur die in USA, sondern auch hier in Europa, dann ist mittlerweile ganz stark Aktivität von Parteien auf sozialen Netzwerken zu erkennen, ne, mit

denen man Zielgruppen erreichen will, die sonst traditionell vielleicht sich nicht die Wahlsendung im Fernsehen anschauen oder die News-Kanäle verfolgen.

Ich will aber nicht auf die Wahlkämpfe weiter eingehen, sondern ich möchte zeigen, dass an der Verknüpfung von Algorithmizität und Gemeinschaftlichkeit und Referentialität, ne, können wir so einerseits zeigen, dass da tolle neue Potenziale und Möglichkeiten entstehen, andererseits hat es aber immer auch seine Kehrseiten. Ich nehme jetzt mal das positive Beispiel, nehmen wir die Plattform Wikipedia, ne, das ist das in der Geschichte der Menschheit und von Schriftlichkeit größte und erfolgreichste kollaborative Schreibprojekt, was es jemals gab, noch dazu mit einer Gruppe von Nutzern, die sich nie als Kreis konstituiert haben, sondern jeder kann da mitmachen, jeder kann einsteigen, selber zum Autor, zur Autorin werden. Und das funktioniert erstaunlich gut. Zwar gibt es auch da natürlich Konflikte, ja, aber wir bekommen als Ergebnis eine Enzyklopädie, die um ein x-Faches größer ist, als es jede Enzyklopädie, die es früher gedruckt gab, sein könnte, die tagesaktuell ist, wenn man in Wikipedia reinschaut, kann man ja verfolgen, manche Seiten werden zigmals täglich verbessert, aktualisiert und erweitert. Auf Diskussionsseiten tauschen sich die Autorinnen und Autoren darüber aus, was der aktuelle Stand des Artikels ist, wo Optimierungsbedarf besteht und was ergänzt werden müsste.

Das ganze auch noch referenziell miteinander vernetzt, ne, die Wikipedia, kann man sagen, ist ein riesiger Hypertext, in dem jeder Artikel assoziativ thematisch mit anderen relevanten und erwähnten Artikeln vernetzt ist. Wie kann das Ganze überhaupt funktionieren, wenn sich die Leute nicht kennen, keine sozialen Beziehungen im echten Leben haben? Das Ganze ist von der Community selber organisiert, die sich selber, ich sage mal, eine Verfassung gibt, sich Regeln gibt, was Relevanzkriterien sind für Einträge in der Wikipedia, was Kriterien für gute Beiträge und Artikel sind. Was man zum Beispiel daran sieht, dass in der Wikipedia das Belegen von Aussagen in einem Artikel durch belastbare Quellen ein Kriterium ist, was auch ganz strikt von der Community wiederum kontrolliert wird, ja. Aussagen müssen auf Quellen basiert sein. Das ist im Grunde ein Grundprinzip des philologischen Arbeitens. Alles, was du als Faktum präsentierst, muss auch belegt und nachprüfbar sein, da funktioniert das.

Ich nehme jetzt ein anderes Beispiel, gehen wir zu den Social-Media-Plattformen, die es ermöglichen, dass Nutzer, jeder Nutzer Inhalte bereitstellen kann, Texte, multimediale Inhalte und dass alle miteinander Inhalte diskutieren können, sie liken können, teilen, mit anderen dazu Stellung nehmen. Es ist eigentlich eine wunderbare Idee, alle sind gleich und letztlich ist es der Diskurs entscheidet, was ne gewisse Verbindlichkeit erlangt, was anerkannt wird, was abgelehnt wird.

Das mag so lang funktionieren, dass sich solche Communities selber regulieren, solange nicht, wie wir das in den letzten Jahren sehen. Beispiel Twitter, was es jetzt ja nicht mehr gibt, sondern unter neuem Namen X, vom reichsten Mann der Welt gekauft. Der eine ganz klare politische Agenda verfolgt, der dann steuert, welche Inhalte auf dieser Plattform prominent platziert werden, von den Algorithmen besonders hoch gerankt werden. Und dann Akteurinnen einer bestimmten politischen Couleur weitgehend schrankenlos ermöglicht, ihre Inhalte und Ansichten zu verbreiten, während andere gegängelt werden, mit Beschränkungen auferlegt, teilweise aus der Plattform verbannt werden. Dann wird es zum politischen Kampfinstrument. Wir müssen im Grunde im Bildungsbereich beide Aspekte, also eine Technologie als solche ist nicht gut oder ist nicht böse, sie stellt Möglichkeiten bereit, ja.

Und wir müssen den Bildungsbereich beide Aspekte beleuchten. Für junge Menschen ist erst mal Youtube, TikTok eine ganz tolle Ressource, ne, da kann man hingehen, findet ganz Vieles,

was einen interessiert, stößt auf anderes, was man nicht gesucht hat, was einem aber trotzdem irgendwie relevant erscheint.

Wir müssen zeigen, dass einerseits diese neuen kulturellen Praktiken produktiv genutzt werden können, auch für Diskurse, auch für die Informationsrecherche. Damit meine ich jetzt vor allem nicht soziale Medien, sondern Suchmaschinen, andererseits uns aber eine hohe Kompetenz abzuverlangen. Selber herauszufinden, wie wir Inhalte, die uns da begegnen, einordnen, nur dadurch, dass etwas professionell gestaltet ist und professionell daherkommt, ist noch lange nicht gesagt, was der oder die Autorinnen damit für Intentionen, für Zwecke verfolgen, ja, welche Adressatinnen damit angesprochen werden sollen.

Michael Krelle:

Genau. Also es schließt sich genau, ich mein, da bist du jetzt ja schon quasi drauf eingegangen, genau diese Frage an. Was dieser Kultur der Digitalität muss man eigentlich in der Schule, vielleicht auch dann vor allen Dingen mit dem Blick auch auf noch jüngere Schülerinnen und Schüler oder wann man damit auch immer anfängt, eigentlich vermitteln. Und wenn ich dich jetzt richtig verstanden habe, dann würdest du sagen, es sind eigentlich zwei Komponenten, also die produktive und eine medienreflexive Komponente, ist es das sozusagen und wie zeigt sich das für diese drei Prinzipien der Kultur der Digitalität, die du gerade skizziert hast? Genau.

Mhm. Es sind verschiedene Kompetenzen, die da erforderlich sind und du hast es, was du gerade gesagt hast. Eine produktive Kompetenz und andererseits aber auch eine reflexive Kompetenz, das ist ja genau das, was auch in der Kompetenzstruktur des Deutschunterrichts. Die Kompetenzen, die wir brauchen gehen in verschiedene Richtungen. Einerseits brauchen wir eine Kompetenz im produktiven Umgang mit digitalen Werkzeugen, wir brauchen eine Kenntnis von digitalen Formaten. Die Fähigkeit, zu unterscheiden, was es für digitale Plattformen gibt. Auch so ein Grundverständnis von Algorithmizität, das im Primarbereich zum Beispiel, sehr basal, elementar, was im Elementarbereich sehr elementar eingeführt werden kann, zum Beispiel im Sachunterricht, der ja informatische Grundbildung auch vermittelt. Oder eben fächerübergreifend mit Deutsch. Und wir brauchen eine hohe Kompetenz in der Reflexion der Effekte von Digitalität auf Sprache, Individuum, Kultur, Gesellschaft. Der Deutschunterricht ist dafür eigentlich bestens angelegt, weil er reflexionsbezogene Kompetenzbereiche hat, nämlich Sprache und Sprachgebrauch untersuchen, und sich mit Texten und anderen Medien auseinandersetzen, in denen das ja jetzt auch implementiert ist. In den Bildungsstandards und auch in den Lehrplänen der Länder immer stärker.

Und dann haben wir prozessbezogene Kompetenzen, Schreiben, Sprechen und Zuhören, Lesen, ne. Wo es dann darum geht, wie kann ich mit digitalen Werkzeugen eigentlich meine Schreibprozesse unterstützen, wie kann ich Präsentationen vorbereiten. Ich möchte vor allem auf diese reflexiven Kompetenzen eingehen.

Wir brauchen im Grunde, ich nehme jetzt mal ein Beispiel, über das wir noch wenig gesprochen haben bislang. Das ist die Gewinnung und der Umgang mit Informationen im Netz, ne. Wir haben ein gigantisch, ein gigantisches Repertorium, was sekündlich wächst, dass keiner mehr intellektuell durchdringen kann, sind also angewiesen auf Gate-Keeper-Anwendungen. Das sind Suchmaschinen wie Google und andere, sind immer mehr aber auch soziale Netzwerke, in den bestimmte Inhalte geteilt werden, die uns dann auf diese entsprechenden Web-Angebote führen.

Und was wir ganz grundlegend brauchen an Kompetenzen sind eigentlich, und da spricht jetzt der Philologe, sie sind philologische Basiskompetenzen, nämlich die Fähigkeit zu einer Quellenkritik, also Ressourcen, die ich für die Wissensgewinnung, fürs Mich-Informieren zu Sachverhalten heranziehe, nicht unhinterfragt zu verwenden, auch nicht nach ihrem Erscheinungsbild zu beurteilen. Auch Extremisten und Verschwörungstheoretiker können hervorragend professionell gestaltete Web-Angebote machen, ja, sondern einerseits Informationen zu hinterfragen, die uns dargeboten werden. Aus der Auseinandersetzung mit Texten pragmatischen Kontext rekonstruieren soweit möglich, also Textfunktionen aufdecken und ganz massiv auch das Nachrecherchieren. Stimmt das eigentlich da, was mir hier präsentiert wird, an Argumentation, an Tatsachenbehauptungen? Kann ich das in anderen Quellen oder in anderen Ressourcen bestätigen? Ja. Ist damit mit Vorsicht umzugehen? Oder nicht? Ist das Ganze überhaupt relevant für die Arbeit, die ich gerade schreibe, wo ich das als Quelle verwenden möchte? Da müssen wir im Grunde Kontext nachrecherchieren, wir müssen mal gucken, wer ist eigentlich der Autor, wenn kein Autor angegeben ist, hm? Was könnte dahinter stecken, dass ich den Autor nicht rausfinde? Und das wird natürlich umso schwieriger, je kleiner die Informationsnuggets sind. Wenn ich so einen kleinen TikTok-Clip hab, ja, der schon zig Mal geteilt wurde, erst mal nachzuvollziehen, wo kommt der eigentlich her, wenn er das nicht selbst ausweist. Und das sind so ganz zentrale Fähigkeiten, die im Grunde über die ganze Schullaufbahn hinweg und auch in der in der Ausbildung Universität noch gefördert werden müssen, wenn es nach wie vor unser Ziel sein soll, junge Leute, junge Menschen dazu zu befähigen, kritische Teilhaber an der Gesellschaft zu sein, die nichts unhinterfragt übernehmen, die auch im Grundkonsens teilen, dass Menschenwürde, Gleichheit von Menschen und n freier demokratischer Diskurs schützenswerte hohe Güter sind. Das klingt, vor 10 Jahren oder auch 20, wenn man das gesagt hätte, wäre das vielleicht ein bisschen trivial erschienen. Heutzutage sind selbst diese Sachen nicht mehr so ohne Weiteres selbstverständlich, ja, weil es viele Menschen und Akteure gibt, die ja gegenarbeiten, aber das ist, das ist die Aufgabe, und das ist natürlich auch eine Aufgabe für den Ethikunterricht, das ist auch ne Aufgabe für den Sachunterricht. Da müssen alle Fächer zusammenwirken.

Und da komme ich zurück auf diesen Anfangsimpuls der KMK 2016 „Bildung in der digitalen Welt“, in dem ja die digitale Bildung, also die Bildung für die digitale Welt, als eine Aufgabe aller Fächer betrachtet wird, die dann ihren spezifischen Beitrag dazu eben selbst bestimmen sollen, müssen.

Michael Krelle:

Herzlichen Dank, lieber Michael. Das klingt für mich, die Ziele, die du benannt hast, hätte man vermutlich in deutschdidaktischen und mediendidaktischen Veröffentlichungen auch früher schon gelesen, von daher klingt es für mich wirklich so, als wären das Ziele des Deutschunterrichts, die gar nicht so neu sind, aber jetzt eben unter dem Zeichen der Kultur der Digitalität eine andere Brisanz bekommen. Wie man das konkret im Unterricht machen kann, können sie bei unseren Materialien nachlesen. Wir haben konkrete Beispiele für Sie hinterlegt zu den einzelnen Formen der Kultur der Digitalität. Und dir, lieber Michael, danke ich jetzt erstmal für das wunderbare Gespräch. Und ja herzlichen Dank.

Michael Beißwenger:

Ja, herzlichen Dank für die Einladung und viele Grüße aus Essen.