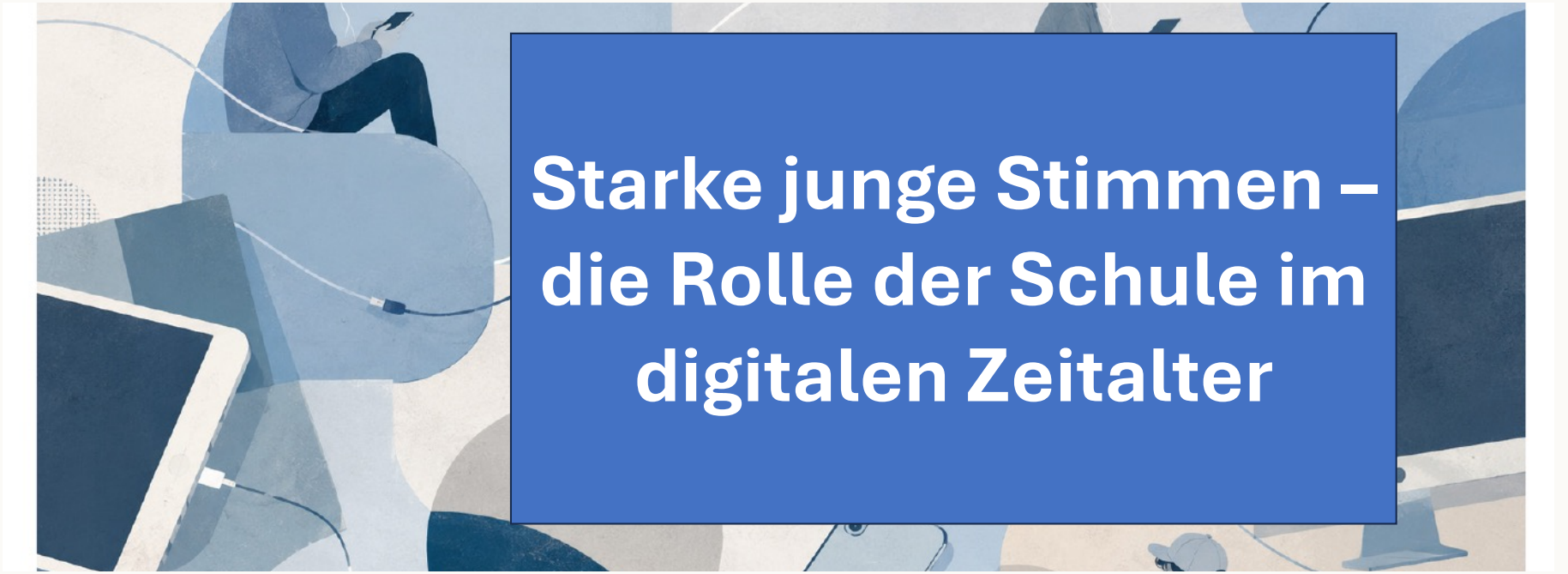
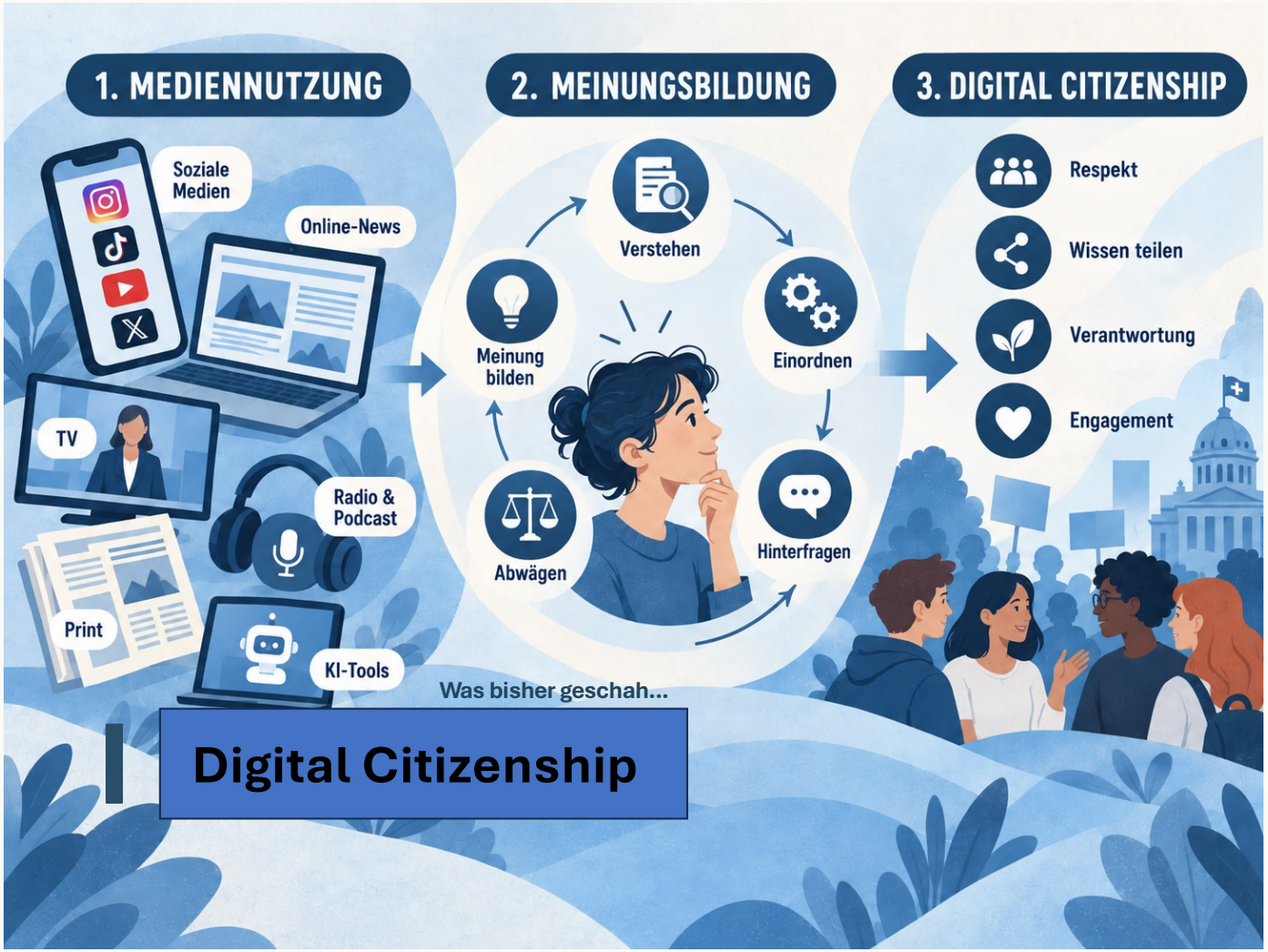
6. Nationales Forum Jugend & Medien | Bern | 10. November 2026

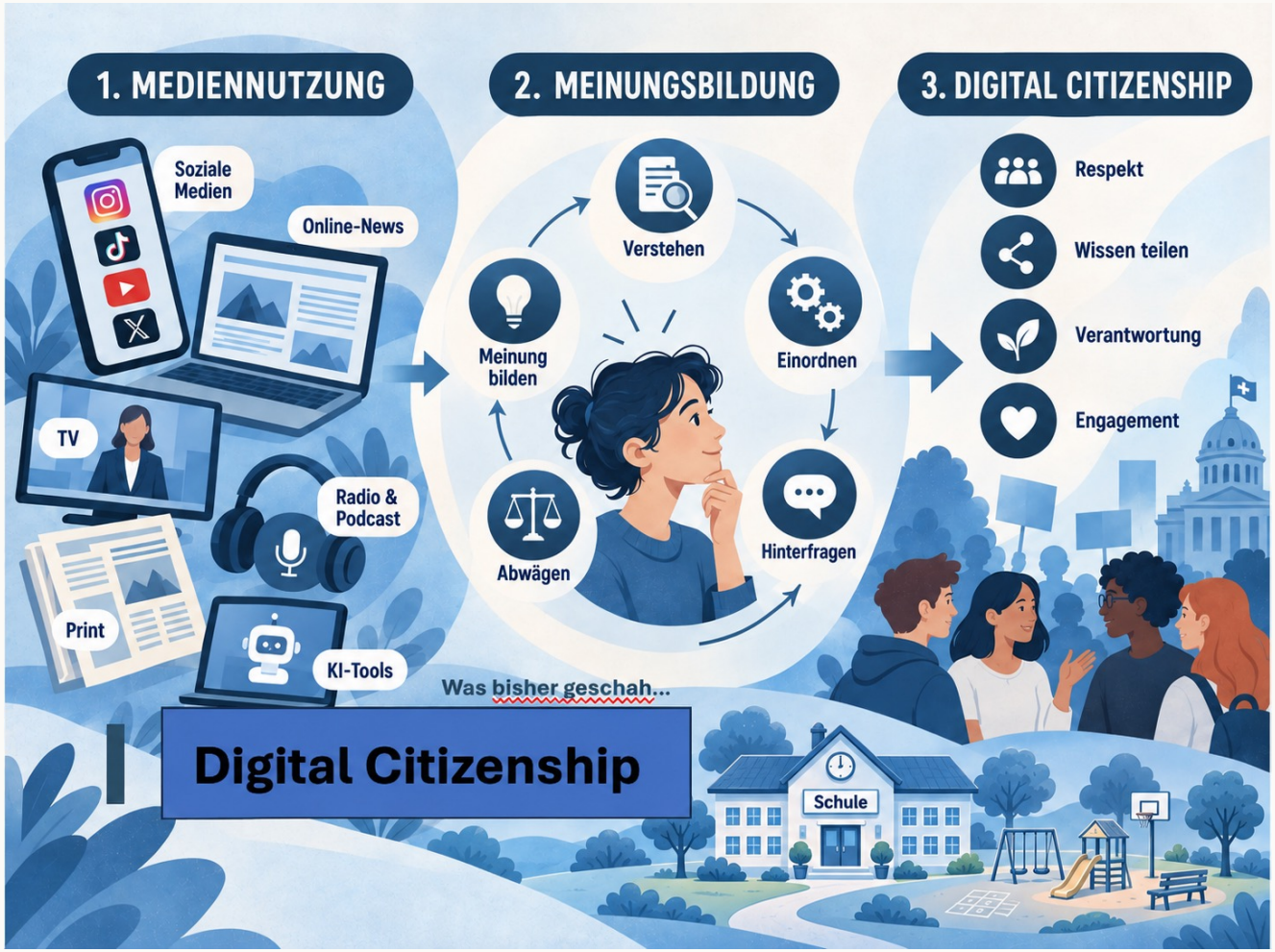


Starke junge Stimmen – die Rolle der Schule im digitalen Zeitalter

Franziska Oehmer-Pedrazzi · Stefano Pedrazzi

MILEVA INSTITUT für Digitales und Gesellschaft Schweiz


1. MEDIENNUTZUNG
Soziale Medien
Online-News
TV
Radio & Podcast
Print
KI-Tools
2. MEINUNGSBILDUNG
Verstehen
Einordnen
Hinterfragen
Abwägen
Meinung bilden
3. DIGITAL CITIZENSHIP
Respekt
Wissen teilen
Verantwortung
Engagement
Was bisher geschah...
Digital Citizenship


1. MEDIENNUTZUNG
Soziale Medien
Online-News
TV
Radio & Podcast
Print
KI-Tools
2. MEINUNGSBILDUNG
Verstehen
Einordnen
Hinterfragen
Abwägen
Meinung bilden
3. DIGITAL CITIZENSHIP
Respekt
Wissen teilen
Verantwortung
Engagement
Was bisher geschah...
Digital Citizenship
Schule

Agenda

01	**8 Fakten zur Meinungsbildung**	7’ Min
02	**Fokus: Rolle Sozialer Medien im Meinungsbildungsprozess**	7’ Min
03	**Fokus: Rolle KI im Meinungsbildungsprozess**	7’ Min
04	**Fokus: Rolle der Schule im Meinungsbildungsprozess**	7’ Min
05	**Fragen**	

8 Fakten zur Meinungsbildung

Zum Aufwärmen: Frage an das Publikum

Wie bilden wir uns eine Meinung – bspw. über den Wolf?



Zum Aufwärmen: Frage an das Publikum

Wie bilden wir uns eine Meinung – bspw. über den Wolf?

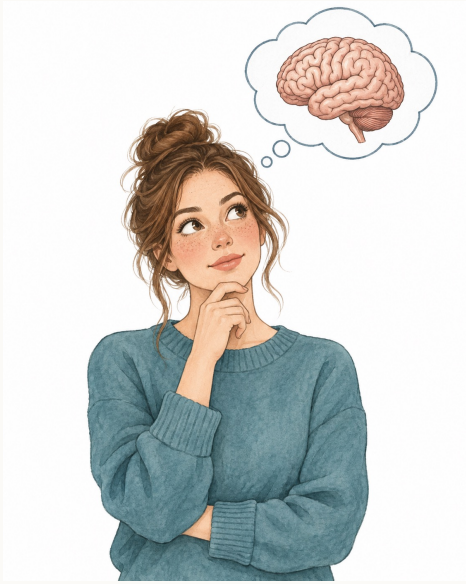


#1: Wir verarbeiten nicht alle Informationen gleich



01

Periphere Route= kein Nachdenken



02

Zentrale Route = kritische Auseinandersetzung

#2: Wir denken nur selten wirklich nach

Voraussetzungen:

- Fähigkeit
- Motivation (bei Relevanz des Themas)

Ergebnis:

•Stabile Meinungsbild/änderung



02

Zentrale Route = kritische Auseinandersetzung

#3: Wenn wir nicht /kaum nachdenken, orientieren wir uns an so genannten «cues»



- **Cues /Schlüsselreize**
- Attraktivität &
- (zugeschriebene) Kompetenz &
- Glaubwürdigkeit des/der Kommunikator:in
- …

01

Periphere Route= kein Nachdenken

Testet Sie sich selbst: Wie sehr glauben Sie dieser Person?



Testet Sie sich selbst: Wie sehr glauben Sie dieser Person?



#4: Wir verarbeiten neue Informationen immer vor dem Hintergrund unseres bestehenden Wissens, Erfahrungen, Einstellungen,...



#5: Wir wenden uns solchen Informationsquellen zu, die unsere Meinung stützen

- auch: Confirmation Bias; Kognitive Dissonanztheorien



#6: Wir lassen uns von einzelnen Personen im besonderen Masse beeinflussen



«Meinungsführer:innen»

#7: Zu den wichtigen Quellen der Meinungsbildung zählt das soziale Umfeld (Eltern, Freund:innen, Lehrpersonen,...)





#8: Auch digitale Medien (Soziale Plattformen, KI) spielen eine Rolle bei der Meinungsbildung



Fokus: Rolle Sozialer Medien im Meinungsbildungsprozess



Wieviel Zeit verbringen Jugendliche (13-19 Jahre) online?

3 Std.
41 Min*

*Durchschnittliche Internetnutzungsdauer (Selbsteinschätzung) 12-19 Jähriger in der Schweiz an einem Wochentag

5 Std. 12 Min*

*Durchschnittliche Internetnutzungsdauer (Selbsteinschätzung) 12-19 Jähriger in der Schweiz an einem Tag am Wochenende

Merkmale von Sozialen Medien

1 Form

- Inhalte erscheinen als „Feed“, „Stream“ oder „Timeline“
- unbegrenzt; ständig aktualisiert

2 Zugang

- Unbeschränkt
- Auch ohne Klarnamen



3 «Plattformlogik»

- Algorithmus priorisiert oder unterbindet Öffentlichkeit von Inhalten
- Priorisiert werden Inhalte, die geeignet sind, Aufmerksamkeit zu binden (Geschäftsmodell) = Emotionalisierung, Dramatisierung, Konflikt



Merkmale von Sozialen Medien

1 Form

Inhalte erscheinen als „Feed“, „Stream“ oder „Timeline
- unbegrenzt; aktualisiert

2 Zugang

– Unbeschränkt
– Auch ohne Klarnamen

3 «Plattformlogik»

- Algorithmus priorisiert oder unterbindet
on
n Inhalte, die geeignet sind, Aufmerksamkeit zu binden (Geschäftsmodell) = Emotionalisierung, Dramatisierung, Konflikt

Influencer:innen als Meinungsführer:innen

Risiken Sozialer Medien

01

Desinformation | Verschwörungs-theorien

	Freier Zugang (auch anonym)	Emotionalisierung	Dramatisierung	Konflikt
Desinformation	●●○	●●●	●●●	●●●

UZH University of Zurich
1h

Desinformation findet in der Schweiz beträchtlichen Anklang – ob in Form von Verschwörungserzählungen zum Klimawandel oder falschen Gesundheitsbehauptungen. Das zeigt das Jahrbuch Qualität der Medien 2026 des **fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft UZH**.

Eine repräsentative Befragung von 1222 Personen zeigt:
🔹 57 % betrachten Desinformation als grosses gesellschaftliches Problem – 8 Prozentpunkte mehr als 2021.
🔹 37 % halten die Behauptung für plausibel, Regierungen würden den Klimawandel als Vorwand nutzen, um die Bevölkerung zu kontrollieren.
🔹 Wer regelmässig journalistische Qualitätsmedien nutzt, ist weniger anfällig für desinformative Verschwörungsaussagen. Wer sich hingegen fast ausschliesslich über Social Media informiert oder kaum Nachrichten konsumiert, ist anfälliger.

Die Studie zeigt zudem: Nicht nur die Nachrichtenquelle zählt. Auch die Fähigkeit, manipulative Argumentationsmuster zu erkennen, stärkt die Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation.

Risiken Sozialer Medien

01

Desinformation | Verschwörungs-theorien

	Freier Zugang (auch anonym)	Emotionalisierung	Dramatisierung	Konflikt
Desinformation	●●○	●●●	●●●	●●●

UZH University of Zurich
1h

Desinformation findet in der Schweiz beträchtlichen Anklang – ob in Form von Verschwörungserzählungen zum Klimawandel oder falschen Gesundheitsbehauptungen. Das zeigt das Jahrbuch Qualität der Medien 2026 des **fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft UZH**.

Eine repräsentative Befragung von 1222 Personen zeigt:
🔹 57 % betrachten Desinformation als grosses gesellschaftliches Problem – 8 Prozentpunkte mehr als 2021.
🔹 37 % halten die Behauptung für plausibel, Regierungen würden den Klimawandel als Vorwand nutzen, um die Bevölkerung zu kontrollieren.
🔹 Wer regelmässig journalistische Qualitätsmedien nutzt, ist weniger anfällig für desinformative Verschwörungsaussagen. Wer sich hingegen fast ausschliesslich über Social Media informiert oder kaum Nachrichten konsumiert, ist anfälliger.

Die Studie zeigt zudem: Nicht nur die Nachrichtenquelle zählt. Auch die Fähigkeit, manipulative Argumentationsmuster zu erkennen, stärkt die Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation.

Risiken Sozialer Medien

01

Desinformation | V… th…

Community Notes

Meta streicht seine Faktenchecks – Risiko oder Chance?

Nutzerinnen und Nutzer auf Facebook und Instagram in den USA sollen ihre Inhalte künftig selbst moderieren. Funktioniert das?

08.01.2025, 20:37 Uhr

	Freier Zugang (auch anonym)	Emotionalisierung	Dramatisierung	Konflikt
NEWS Desinformation	●●○	●●●	●●●	●●●

UZH University of Zurich
1h

· ob in Form von

er Medien 2026
ıft UZH.

:hes Problem – 8

·den den
·ollieren.
veniger anfällig für
ast ausschliesslich
ert, ist anfälliger.

Die Studie zeigt zudem: Nicht nur die Nachrichtenquelle zählt. Auch die Fähigkeit, manipulative Argumentationsmuster zu erkennen, stärkt die Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation.

Risiken Sozialer Medien

„Social media is in many ways the ideal medium for populist parties“ (Bartlett, 2014)

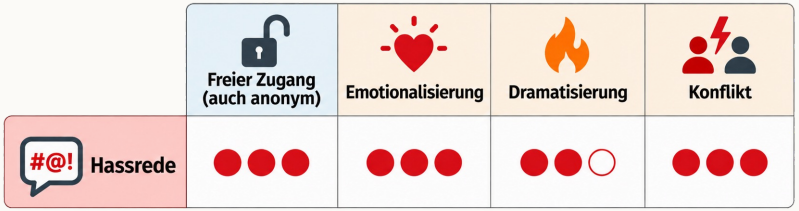
02

Populistische Kommunikation

	Freier Zugang (auch anonym)	Emotionalisierung	Dramatisierung	Konflikt
Populistische Kommunikation	●●○	●●●	●●●	●●●



Risiken Sozialer Medien



03

Hassrede

Hassrede ist im digitalen Alltag vieler Menschen präsent. Eine repräsentative Schweizer Studie zeigt:

- **69 % der Internetnutzenden haben online bereits Hassrede wahrgenommen**
- **rund ein Drittel begegnet ihr mindestens einmal pro Woche** (Wirz & Blassnig, 2025).

Risiken Sozialer Medien



IMAGE CREDIT: Revolutionary Program Design

Andrew Tate is a controversial online figure that has been making headlines

	Freier Zugang (auch anonym)	Emotionalisierung	Dramatisierung	Konflikt
Manosphere-Inhalte	●●●	●●○	●●○	●●●

Manosphere: eine Ansammlung von webbasierten frauenfeindlichen Bewegungen, die sich auf „Männerthemen“ konzentrieren (*Ribeiro et al., 2021)*

04

Manosphere

Überblick: Risiken Sozialer Medien

01 **Desinformation | Verschwörungs-theorien**



02 **Populistische Kommunikation**



03 **Hassrede**



04 **Manosphere**



Fokus: Rolle KI im Meinungsbildungsprozess

Digimonitor der Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM)

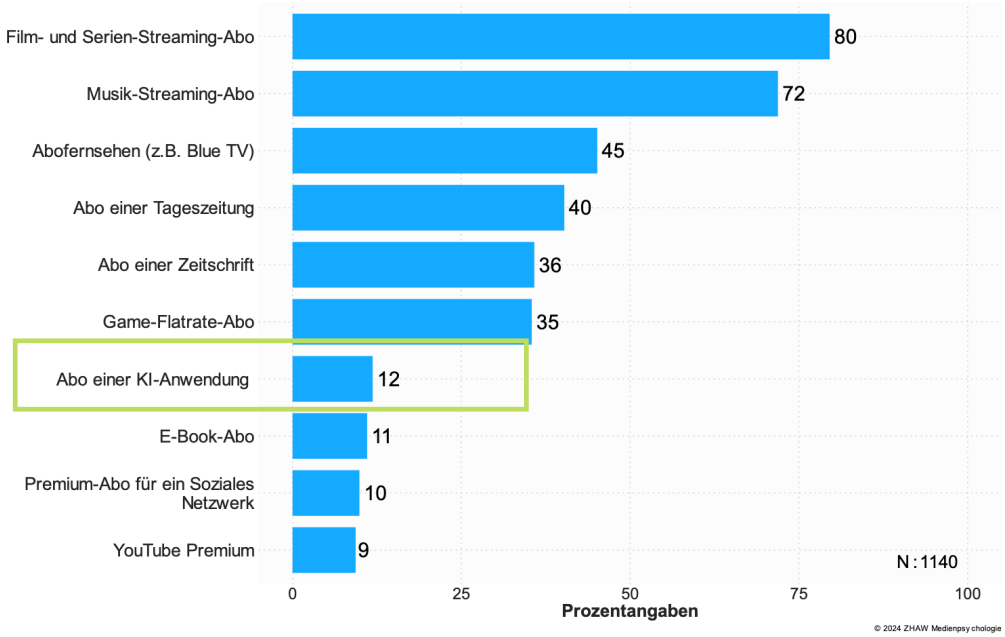
KI-Nutzung nimmt stark zu

Die mindestens gelegentliche Nutzung hat sich seit 2024 verdoppelt, von 40 Prozent der Befragten auf 80 Prozent. Fast ein Drittel der Bevölkerung nutzt KI täglich. Diese tägliche Nutzung ist bei jungen Männern zwischen 15 und 24 Jahren mit 52 Prozent am stärksten ausgeprägt.

Dabei liegt ChatGPT von OpenAI weit vorn und wird fast doppelt so häufig genutzt wie Gemini von Google oder Copilot von Microsoft. Konkurrenten wie Claude von Anthropic oder die KI von Meta liegen deutlich abgeschlagen bei etwa 10 Prozent. Das europäische Mistral wird nur von drei Prozent genutzt.

Die wichtigsten Anwendungen von KI bleiben das Bearbeiten von Texten, Übersetzen und Suchen nach Informationen. Fast 40 Prozent der Befragten nutzen die Chatbots zur Verkaufsberatung, eine Nutzung, die vor zwei Jahren mit nur 6 Prozent noch kaum verbreitet war.

Quelle: https://www.srf.ch/news/schweiz/igem-digimonitor-2026-ki-nutzung-nimmt-in-der-schweiz-rasant-zu



JAMES-Studie 2024

KI-Tools erobern den Alltag von Jugendlichen

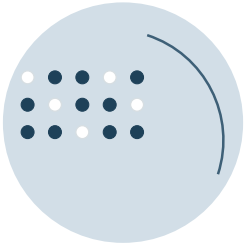


KI-Tools erobern den Alltag von Jugendlichen im Rekordtempo. Rund 71 Prozent haben bereits Erfahrungen mit ChatGPT und Co. gemacht, so die JAMES-Studie 2024.

Ein Drittel aller Jugendlichen nutzt bereits mindestens einmal pro Woche KI-Tools, obwohl diese Technologie erst Ende 2022 in das Bewusstsein der breiten Masse gerückt ist. Das bedeutet, dass das kritische Hinterfragen von Informationen in Zukunft noch wichtiger werden wird. Junge Menschen müssen für das Thema sensibilisiert werden und lernen, Informationen auf ihre Richtigkeit zu überprüfen.

Quelle: Külling-Knecht, C., Waller, G., Willemse, I., Deda-Bröchin, S., Suter, L., Streule, P., Settegrana, N., Jochim, M., Bernath, J., & Süss, D. (2024). JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

KI strukturiert den Zugang zu Informationen



Klassische Onlinesuche

Frage/Problem
↓
Suchergebnisse (nicht neutral!)
↓
Ich wähle Quellen

KI-vermittelte Suche

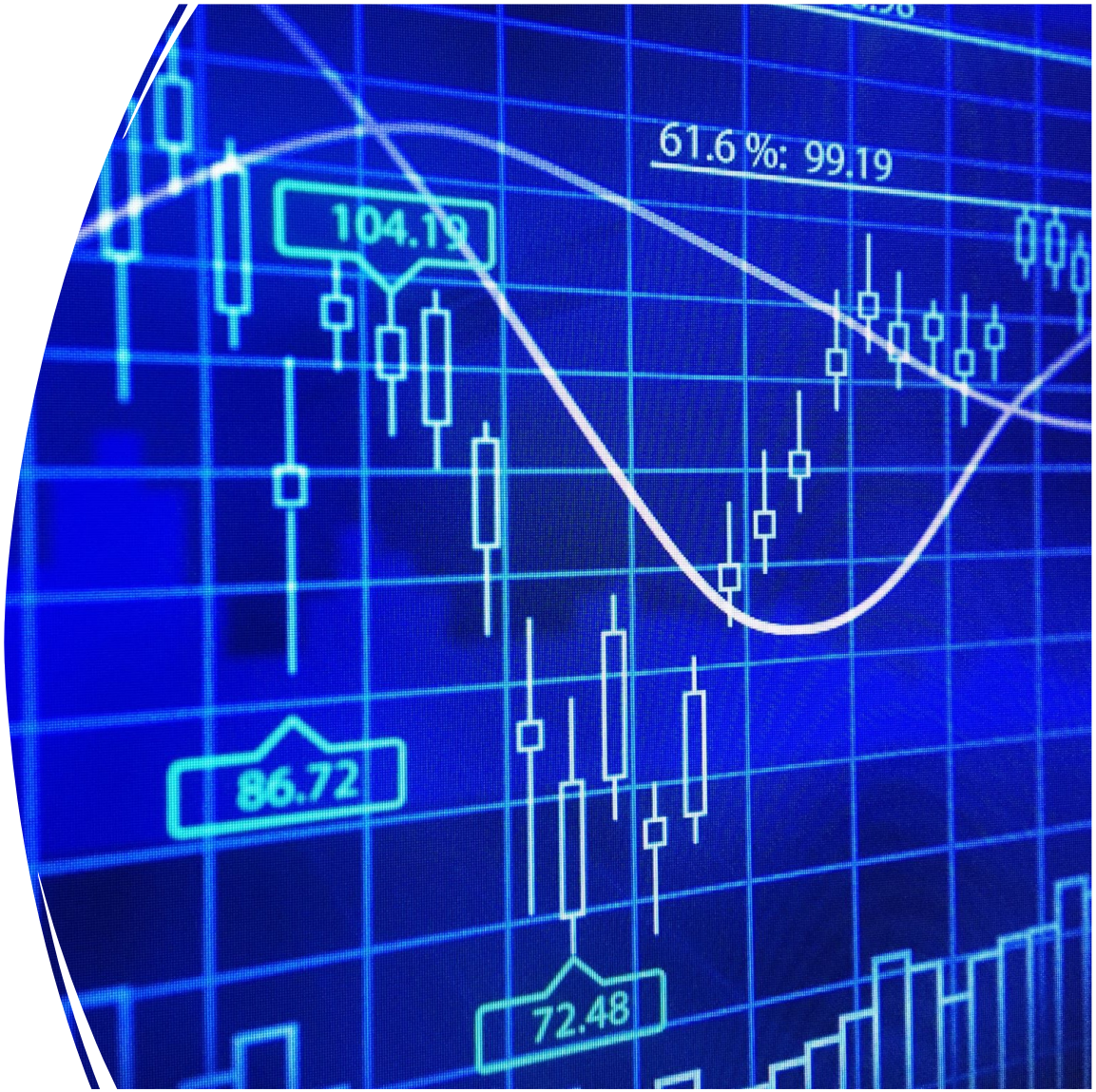
Frage/Problem
↓
KI wählt, gewichtet und synthetisiert
↓
Antwort

→ Bevor wir Quellen sehen, hat die KI bereits ausgewählt und gewichtet

Verzerrungen (Bias) der KI

Ursache:

- Verzerrte Trainingsdaten
- Veraltete Trainingsdaten
- Programmierung (Blockierung unerwünschter Inhalte (Guardrails & Safety Systems); Sycophancy)
- Halluzinationen (plausibel klingender, aber falscher Output)



ALGORITHM WATCH

/ Eine Kurzuntersuchung anlässlich der Landtagswahlen in Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern und Berlin im Jahr 2026

Meinungsbildung mit KI: Welche Informationen zeigen Googles KI-Übersichten zu Wahlen?

September 2026

https://algorithmwatch.org/de/google-ki-ubersichten-meinungsbildung/

Neue Studie

Fast jede dritte KI-Antwort enthält Fehler

KI-Assistenten liefern oft falsche oder irreführende Antworten. Falsche Infos bedrohen die demokratische Beteiligung.

22.10.2025, 06:06 Uhr
Aktualisiert 22.10.2025, 20:32 Uhr

TECHNIK | CHINA

DeepSeek: Welche Fragen die chinesische KI nicht beantwortet

Jinhan Li
02.02.2025

Dem KI-Chatbot DeepSeek verschlägt es die Sprache, wenn er zu Themen befragt wird, die von der Kommunistischen Partei Chinas als politisch heikel angesehen werden. Die DW hat es ausprobiert.

Das Massaker von Tiananmen

Hunderte, wenn nicht Tausende von Menschen wurden getötet, als die chinesische Volksbefreiungsarmee am 4. Juni 1989 Panzer und Truppen einsetzte, um wochenlange friedliche Proteste auf dem Platz des Himmlischen Friedens (Tiananmen) in Peking niederzuschlagen. Bis heute ist dies eines der politisch heikelsten Themen in China, und jede Erwähnung des Massakers in der Öffentlichkeit wird zensiert.

Der Chatbot von DeepSeek ist da keine Ausnahme.

Auf die Frage nach Tiananmen beginnt DeepSeek sowohl auf Chinesisch als auch auf Englisch zunächst mit einer Antwort, bricht diese aber sofort ab und ersetzt sie durch "Lassen Sie uns über etwas anderes reden."

Gestalte eine Illustration einer Person mit einer Gedankenblase in der ein Hirn ist; gestalte eine zweite Illustration mit einer Person mit Gedankenblase in der ein Bauch ist.



Warum uns KI-Antworten überzeugen können

01 Wir denken nicht immer intensiv nach

PERIPHERE INFORMATIONSVERARBEITUNG

Eine plausible KI-Antwort kann überzeugen, ohne dass wir sie gründlich prüfen.

02 Wir vertrauen auf Glaubwürdigkeitssignale

HEURISTIKEN & CUES

Sichere Sprache, professionelle Bilder und vermeintliche Expertise wirken glaubwürdig – auch bei Fehlern.

03 Wir interpretieren mit Vorwissen

WISSEN, ERFAHRUNGEN & EINSTELLUNGEN

Unser persönlicher «Rucksack» beeinflusst, wie wir KI-Antworten verstehen und bewerten.

04 Wir bevorzugen Bestätigung

CONFIRMATION BIAS

Wir stellen Fragen und bewerten Antworten oft so, dass sie unsere Sichtweise stützen.

Einseitige & verzerrte Meinungsbildung

Mögliche Folgen für Digital Citizenship

01

Vertrauensverlust in demokratische Institutionen

02

Geringere Demokratische Teilhabe

03

Gesellschaftliche Polarisierung



Rolle der Schule im Meinungsbildungsprozess

FRAGESTELLUNG

Was kann die Schule im Meinungsbildungsprozess leisten?

0 Zum Nachdenken (zentrale Route) anregen durch befähigen & motivieren

Lehrinhalte - befähigen

1 Medienkompetenz: Auseinandersetzung mit Verzerrungen in den medialen Meinungsbildungsquellen

2 Funktionsweise & Leistungen des politischen Prozess & der Institutionen

Lehrinstrumente - motivieren

1 Auseinandersetzung mit aktuellen Nachrichten

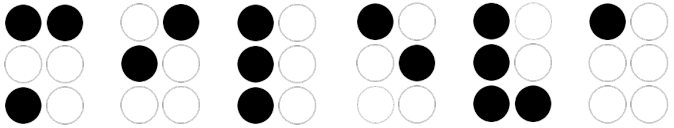
2 Vergleich von unterschiedlichen Informationsquellen zum selben Themen

3 Pro-Contra-Diskussionen

4 Lernspiele (z.B. Bad News, Fake it to Make it; NewsMaker)

Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit!

Fragen?



MILEVA INSTITUT für Digitales und Gesellschaft Schweiz

www.mileva-institut.ch