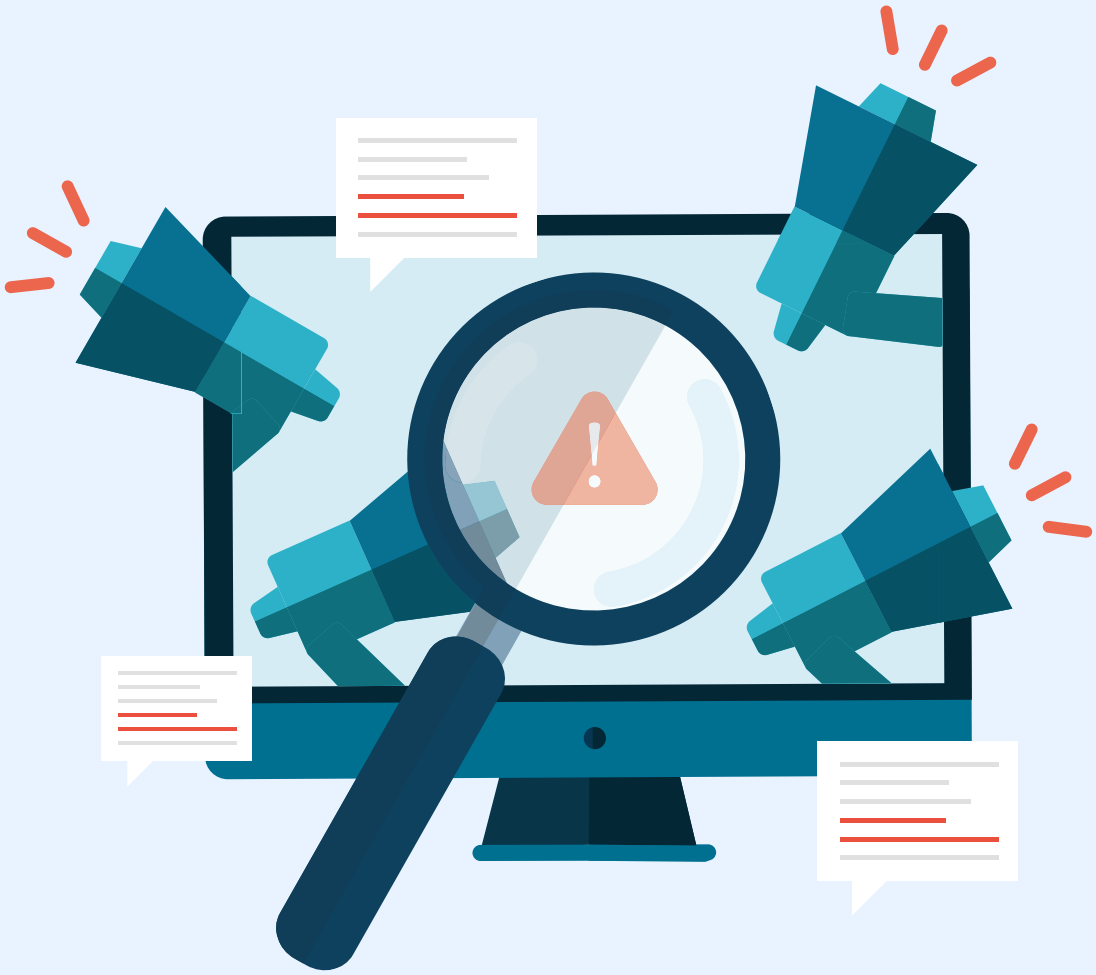
Meinung im Netz gestalten

Modul 5

Desinformation online



Materialien für den Unterricht

Medien in die Schule

weitklick
Das Netzwerk für digitale Medien- und Meinungsbildung

Impressum

Unterrichtsthema

Meinung im Netz gestalten

Modul 5: Desinformation online
im Projekt »Medien in die Schule«
– Materialien für den Unterricht –
↗ *www.medien-in-die-schule.de*

in Zusammenarbeit mit

weitklick - Das Netzwerk für digitale
Medien- und Meinungsbildung
↗ *www.weitklick.de*

Herausgeber

Freiwillige Selbstkontrolle
Multimedia-Diensteanbieter e. V.
Beuthstraße 6
10117 Berlin
030 24 04 84 30
↗ *www.fsm.de*

Die Unterrichtsmaterialreihe »Medien in die Schule« ist ein Gemeinschaftsprojekt von FSM und Google Deutschland in Kooperation mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e. V.

1. Auflage März 2021

CC BY-SA 4.0

Vervielfältigung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle
(Titel, Herausgeberschaft sowie Auflage) erlaubt.
Weitere Informationen:
↗ *http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de*

Es wird darauf hingewiesen, dass trotz sorgfältiger Bearbeitung und Prüfung alle Angaben ohne Gewähr erfolgen. Eine Haftung des Herausgebers ist ausgeschlossen.

Autorinnen: Astrid Dinges, Uta Voigt | music media park e. V.

Textsatz und Produktion »Meinung im Netz gestalten« (2016):
racken GmbH ↗ *http://racken.de*

Gestaltung und Layout »Modul 5 Desinformation online« (2021):
Svenja Teitge ↗ *http://svenjateitge.de*

Illustrationen: Sabrina Fenske, Tinett Kähler, Marcel Vockrodt

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung 04

06 ..... Begriffsklärung: Verschwörungsideologien

07 ..... Ziel, Zeitbedarf, Unterrichtseinheiten des Moduls

2 Modul 5: Desinformation online 08

08 ..... UE5a – Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation

09 ..... UE5b – Merkmale von Desinformation

11 ..... UE5c – Mögliche Formen und Beispiele von Desinformation

12 ..... UE5d – Überprüfungsmöglichkeiten für Desinformation

14 ..... UE5e – Ideen für einen Umgang mit Desinformation

3 Material- und Arbeitsblätter 16

EINFÜHRUNG

Desinformation ist ein Teil der heutigen Medienlandschaft und damit auch Bestandteil jugendlicher Alltagswelt. Desinformation ist aber keine neue Erscheinung, sondern wurde im Lauf der Geschichte von unterschiedlichen Akteur*innen und Regimen systematisch zur Durchsetzung persönlicher oder politischer Ziele genutzt, sowohl bei der Verfolgung kurzfristiger Zwecke als auch langfristiger Strategien. Unter dem Begriff der Desinformation werden verschiedene Phänomene wie z. B. falsche und gefälschte Nachrichten, Verschwörungsideologien sowie extremistische und propagandistische Inhalte subsumiert. Diese sind dabei nicht nur ein Phänomen des Digitalen, sondern auch der »realen« Welt. Ihnen zu Grunde liegen oft Einstellungen der gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit oder der Ungleichwertigkeit von Personen. Sie werden für politische, finanzielle oder egoistische Zwecke genutzt. Falschinformationen im Internet haben Einfluss auf das politische Geschehen und auf die demokratische Gesellschaft.

Meinungsbildungsprozesse finden zunehmend auf der Grundlage von Medienangeboten im Internet statt. Hier stehen die Programme etablierter Massenmedien gleichberechtigt neben Content von Prosument*innen, politischen Akteur*innen, Personen des öffentlichen Lebens oder Public Relations. Kommunikation und Vernetzung können ohne Zwischeninstanz direkt stattfinden. Grundsätzlich werden die Informationsmöglichkeiten unübersichtlicher, kleinteiliger und bruchstückhafter. Nachrichten bzw. Informationen sind ständig gratis verfügbar, unabhängig von ihrer Relevanz. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene, die in ihrer Entwicklung noch nicht gefestigt sind, sind daher in besonderem Maße darauf angewiesen, seriöse von unseriösen Quellen zu unterscheiden, um eigene Meinungen entwickeln zu können und politische Ereignisse zu bewerten. Daher benötigen sie grundlegendes Wissen über die Merkmale, Verbreitungswege, Motive und

die unterschiedlichen Formen und Wirkungsweisen von Desinformation. Dafür ist ein sachkundiger Umgang mit Informationen grundlegend notwendig. Sie müssen Falschmeldungen erkennen und einordnen können sowie deren Ziele und Mechanismen analysieren können. Dazu gehört, Möglichkeiten zu kennen, Desinformation entgegenzutreten und sich der eigenen Rolle und Verantwortung im digitalen Raum bewusst zu sein, auch als wichtige Voraussetzung für die Teilhabe an gesellschaftlichen Prozessen.

Das Modul Desinformation online wird in Zusammenarbeit mit dem Projekt **weitklick - Das Netzwerk für digitale Medien- und Meinungsbildung** realisiert.

weitklick
Das Netzwerk für digitale
Medien- und Meinungsbildung

Bei weitklick können sich Lehrer*innen individuell zum Thema Desinformation in einem vielfältigen Blended-Learning-Programm mit Online-Kursen, Unterrichtsmaterialien, Webinaren und Veranstaltungen umfassend fortbilden. Die Teilnahme an den weitklick-Angeboten ist kostenfrei.

Passende Online-Kurse aus dem weitklick-Fortbildungsprogramm zum individuellen Selbstlernen für Lehrende:

Kurs IV: **Entstehung und Funktionen von Desinformation**
- **Modul 1:** Grundlagen und Begriffe zu Desinformation
- **Modul 2:** Desinformation in der digitalen Gesellschaft

Kurs V: **Desinformation erkennen und begegnen**
- **Modul 1:** Fakes, Trolle, Algorithmen & Co: Formen und Verbreitungswege von Desinformation
- **Modul 2:** Beispiele von Desinformation im digitalen Raum

Begriffsklärung: Verschwörungsideologien

Die Unterrichtseinheit »Meinung im Netz gestalten« wurde mit insgesamt vier Modulen im Jahr 2017 veröffentlicht. Im Material wird vorwiegend der Begriff der »Verschwörungstheorien« verwendet und spiegelt die damalige wissenschaftliche sowie medienpädagogische Perspektive auf die Thematik. Mit der Erstellung des vorliegenden neuen fünften Moduls »Desinformation online« im Jahr 2021 fand eine erneute Auseinandersetzung mit dem Begriff statt, der mittlerweile kritisch betrachtet wird. Wenngleich dieser weit verbreitet ist, setzt sich die kritische Betrachtung durch, die darauf gründet, dass er irrtümlich impliziert, dass Verschwörungserzählungen eine theoretische, durch wissenschaftlichen Standards begründete Grundlage haben.[1]

Im vorliegenden Modul wird stattdessen zumeist der Begriff der »Verschwörungsideologien« verwendet. Dieser Begriff beschreibt das Festhalten von Verschwörer*innen an Narrativen, obwohl es Beweise gibt, die diese widerlegen. Die Urheber*innen sind real existierende Gruppen (Geheimdienste, politische Gruppen etc.) und nicht private Personen, die individuelle Falschnachrichten verbreiten. Der Definition der Amadeu Antonio Stiftung folgend liegt eine Ideologie dann vor, »wenn der Glaube an eine Verschwörung so weit gefestigt ist, dass ein ganzes Weltbild damit einhergeht. Der Begriff verdeutlicht auch, dass es sich bei Verschwörungsideologien um ein ideologisches Denksystem handelt, das Kritik und Widerspruch ausschließt.«[2] Je nach Kontext finden im fünften Modul der Unterrichtseinheit auch die Begriffe der Verschwörungserzählungen sowie -mythen Verwendung.

1 Vgl. Amadeu Antonio Stiftung: Verschwörungsideologie, -Mythos oder -Erzählung?, abgerufen am 16.2.2021 *https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/verschwoerunstheorie-verschwoerungsmythos-verschwoerungsideologie*

2 Ebd.

Ziel

In diesem Modul erhalten die Schüler*innen einen Überblick über die Bandbreite der möglichen Erscheinungsformen, Charakteristika, Motive und Verbreitungswege von Desinformation und lernen das Problemfeld zu beschreiben. Sie lernen Überprüfungsmöglichkeiten und Unterstützungsangebote wie z. B. eine Bilderrückwärtssuche zur Identifikation von Desinformation kennen und üben Analyseinstrumente und Fragestellungen zur Einschätzung möglicher Desinformation anzuwenden. Abschließend reflektieren die Schüler*innen ihre eigene Verantwortung für den Umgang mit Desinformation im Netz und entwickeln Ideen, wie sie andere Schüler*innen für das Thema sensibilisieren können.

Zeitbedarf

Für das Modul (ohne UE5a) sollten etwa zwei Doppelstunden eingeplant werden.

Unterrichtseinheiten des Moduls

UE5a	25 Min.	Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation (*falls **Modul 1** des Unterrichtsmaterials »Meinung im Netz gestalten« nicht durchgeführt wurde)
UE5b	30–40 Min.	Merkmale von Desinformation
UE5c	45 Min.	Formen und Beispiele von Desinformation
UE5d	45 Min.	Überprüfungsmöglichkeiten für Desinformation
UE5e	20 Min.	Ideen für einen Umgang mit Desinformation

gesamt 140–150 Min. (ohne UE5a)

UE5a – Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation

25 Min.

Aufgabe	Definieren charakteristischer Eigenschaften von Netzkommunikation
Lernziel	Kennen charakteristischer Aspekte von Netzkommunikation
Ablauf	In einem einführenden Unterrichtsgespräch werden folgende Fragen thematisiert: ⇢ Was bedeutet Kommunikation? ⇢ Welche unterschiedlichen Formen von Kommunikation gibt es? ⇢ Warum kommunizieren wir? **(Materialblatt_Meinung_01)** Danach erarbeiten die Schüler*innen in Kleingruppen die Charakteristika von Netzkommunikation. Dazu erhält jede Kleingruppe jeweils ein Kärtchen mit einem Schlagwort zur Netzkommunikation. **(Arbeitsblatt_Meinung_02)** Die Schüler*innen erstellen jeweils eine Kurzdefinition, ergänzen diese durch Beispiele aus ihrer Erfahrung und halten beides in Stichworten auf Kärtchen fest. **(Materialblatt_Meinung_03)** Die Kurzdefinitionen und Nutzungsbeispiele werden dann von der einzelnen Kleingruppe in der Klasse vorgestellt, in einer gemeinsamen Diskussion ergänzt und als Wandbild »Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation« gesammelt. Das Wandbild kann auch mithilfe einer Mindmap-Anwendung digital erstellt werden. (Siehe **Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet** und **Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps**) In einer abschließenden Diskussion werden einzelne Schlagworte herausgegriffen und gemeinsam bewertet.
Hinweise	Die Begriffskärtchen zur Netzkommunikation auf **Arbeitsblatt_Meinung_02** für die Kleingruppenarbeit bitte ausschneiden. Falls die Schüler*innen ein Schlagwort nicht erklären können, wird es in der Vorstellungsrunde gemeinsam erarbeitet oder als Input von dem*der Lehrer*in mithilfe von **Materialblatt_Meinung_03** gegeben.
Materialien	⇢ **Materialblatt_Meinung_01** Definition: Kommunikation ⇢ **Arbeitsblatt_Meinung_02** Begriffskärtchen zur Netzkommunikation ⇢ **Materialblatt_Meinung_03** Definition der Schlagwörter zu Netzkommunikation Arbeits- und Materialblätter hier herunterladen: **Modul UE1a – Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation** ⇢ Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet ⇢ Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps ⇢ ggf. Computer mit Internetzugang ⇢ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

UE5b – Merkmale von Desinformation

30–45 Min.

Aufgabe	Darstellen von Charakteristiken möglicher Desinformation
Lernziel	Beschreiben können des Problemfeldes Desinformation
Ablauf	Zum Einstieg in das Thema Desinformation wird in einer Klassenumfrage ein Stimmungsbild zur eigenen Wahrnehmung von Desinformation durchgeführt. Dazu wird zu den nachfolgenden Fragen per Handzeichen abgestimmt: ⇢ Ist Desinformation ein (alltägliches) Problem für dich? ⇢ Wie oft begegnet dir Desinformation? ⇢ Gehört es zum Leben zu entscheiden, was wahr ist und was nicht? ⇢ Bist du sicher, dass du Desinformation (immer) erkennst? ⇢ Weißt du, wie du mögliche Desinformation prüfen kannst? Die Umfrage kann auch mithilfe eines Umfrage-Tools digital durchgeführt werden. (Siehe **Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet** und **Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps**) Abschließend wird die Abstimmung kurz zusammengefasst. Um das Thema Desinformation für die Schüler*innen greifbar zu machen, werden zum Einstieg verschiedene grundlegende Aspekte besprochen und in einem Steckbrief festgehalten. Er wird im Laufe dieser Unterrichtseinheit im Plenum vervollständigt und in einem gemeinsamen Wandbild festgehalten. **(Arbeitsblatt_Meinung_31)** Zunächst werden Zweiergruppen bzw. Kleingruppen gebildet, um die Fragen des Steckbriefs zu bearbeiten. Als erstes erarbeiten die Schüler*innen die Bedingungen, Motive und Urheber*innen von Desinformation mithilfe des **Materialblatt_Meinung_32** und überlegen sich Beispiele. Nachdem die Stichworte im Steckbrief festgehalten wurden, werden als nächstes Merkmale von Desinformation analysiert und Beispiele aus der eigenen Lebenswelt dazu gesammelt. **(Materialblatt_Meinung_33)** Zur Vertiefung können optional die kurzen weitklick-Videobeiträge **»3 Fragen an… Karolin Schwarz«** (Journalistin, Faktencheckerin, Gründerin HOAXmap) und »**3 Fragen an… Mirko Drotschmann**« (Journalist, YouTuber »MrWissen2go«) angesehen werden, um ggf. den Steckbrief um weitere Aspekte aus den Videos zu ergänzen. Vor diesem Hintergrund wird eine Definition von Desinformation erarbeitet. Hierfür wird das **Materialblatt_Meinung_34** als Input genutzt und mit den Stichpunkten aus dem Steckbrief abgeglichen. Diskussionspunkte: Desinformation und Fakt, Meinung, Satire, versehentliche Falschinformation.

→ Ablauf

Anschließend werden die Schüler*innen aufgefordert, in Einzelarbeit eine eigene Kurz-Definition von Desinformation (Anleitung: Wie würden sie Desinformation z. B. jüngeren Kindern erklären?) zu erstellen. **(Arbeitsblatt_Meinung_35)** Ausgewählte Definitionen werden im Plenum vorgestellt und der Steckbrief entsprechend ergänzt.
Die Materialsammlung für den Steckbrief kann auch mithilfe z. B. eines Padlets digital erfolgen. (Siehe **Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet** und **Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps**)

Zum Abschluss des Moduls kann die besondere Rolle von Influencer*innen und ihr möglicher Einfluss auf Desinformation thematisiert werden. Hintergrundinformationen für eine Diskussion im Plenum bietet das **Materialblatt_Meinung_36**.

Mögliche Leitfragen sind:

- Welche Rolle haben Influencer*innen für die Meinungsbildung bei dir bzw. Jugendlichen?
- Warum und wie können Influencer*innen zu Desinformation beitragen?

Hinweise

Falls die einführende Umfrage nicht per Handzeichen oder digital durchgeführt wird, können die Fragestellungen jeweils auf ein Plakat mit ausreichend Platz für Klebepunkte geschrieben und im Klassenraum aufgehängt werden. Die Schüler*innen erhalten Klebepunkte, die neben die Fragestellungen geklebt werden sollen und so das Stimmungsbild ergeben (Punktabfrage).

Desinformation umfasst auch Verschwörungsideologien bzw. Verschwörungsmythen, wird aber in diesem Modul aufgrund seiner Komplexität nicht ausdrücklich besprochen. Ausführliche Informationen bietet dazu das **Modul 3 - Chemtrails und Co. - Verschwörungstheorien im Netz.**

Zusätzliche Informationen für die abschließende Diskussion bietet auch das Plakat zum Safer Internet Day 2020 von klicksafe:
Idole im Netz. Influencer*innen & Meinung

Materialien

- **Arbeitsblatt_Meinung_31:** Steckbrief Desinformation
- **Materialblatt_Meinung_32:** Bedingungen, Motive und Urheber*innen von Desinformation
- **Materialblatt_Meinung_33:** Typische Merkmale von Desinformation
- **Materialblatt_Meinung_34:** Definition von Desinformation
- **Arbeitsblatt_Meinung_35:** Schreib deine eigene Definition für Desinformation
- **Materialblatt_Meinung_36:** Influencer*innen & Meinung
- Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet
- Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps
- ggf. Computer mit Internetzugang
- Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier
- ggf. Klebepunkte

UE5c – Mögliche Formen und Beispiele von Desinformation

45 Min.

Aufgabe	Darstellen möglicher Formen und Verbreitungswege von Desinformation
Lernziel	Kennen verschiedener Formen und Verbreitungswege von Desinformation
Ablauf	Damit die Schüler*innen einen Überblick bekommen, in welcher Form und wo ihnen Desinformation begegnen kann, werden in Kleingruppenarbeit verschiedene Formen und Verbreitungswege von Desinformation erarbeitet. **(Materialblatt_Meinung_37)** Die Schüler*innen erörtern dazu in den Kleingruppen jeweils drei bis fünf Themen anhand eigener (ggf. selbst erlebter aktueller) Beispiele nach folgenden Kriterien: Thema? Wo begegnet? Absender*in/Urheber*in? Die Themen und Arbeitsergebnisse der einzelnen Gruppen werden im Plenum vorgestellt und ggf. eine Stichwortsammlung angelegt. Die Stichwortsammlung kann auch digital erfolgen. (Siehe **Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet** und **Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps**)
Hinweise	Die 15 verschiedenen Formen und Verbreitungswege können einzeln auf Karten ausgedruckt werden und per Losverfahren auf die Gruppen verteilt werden. In diesem Fall sollte der Hinweis auf dem Materialblatt vorab besprochen oder an zentraler Stelle sichtbar sein. Die Dokumentation »Zwischen Wahn und Wahrheit. Die Macht der Verschwörungstheorien« (ZDF Mediathek, 44 Min.) bietet entsprechende Hintergrundinformationen und Expert*innen-Interviews als Ergänzung zum Thema Desinformation. Geeignet zur Vorbereitung für Lehrer*innen oder für eine zusätzliche Unterrichtsstunde mit Diskussion zum Beitrag mit Schüler*innen ab Klasse 11.: *https://www.zdf.de/dokumentation/zdfinfo-doku/zwischen-wahn-und-wahrheit-100.html*
Materialien	**Materialblatt_Meinung_37**: Formen und Verbreitungswege von Desinformation Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps ggf. Computer mit Internetzugang Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

UE5d – Überprüfungsmöglichkeiten für Desinformation

45 Min.

Aufgabe	Anwenden von Überprüfungsmöglichkeiten, Analyseinstrumenten und Unterstützungsangeboten zur Identifikation von Desinformation
Lernziel	Kennen von Handlungsmöglichkeiten zur Überprüfung von Desinformation
Ablauf	Zum Einstieg wird in einem Unterrichtsgespräch die folgende Frage erörtert: Welche Strategien haben die Schüler*innen zur Überprüfung von Desinformation? In Arbeitsgruppen können anschließend an drei vorbereiteten Stationen Überprüfungsmöglichkeiten anhand von Fragen und Beispielen kennengelernt sowie getestet werden: An Station 1 wird ein Fragenkatalog zur Überprüfung von Desinformation **(Materialblatt_Meinung_38)** erarbeitet und mittels kreativen Schreibens in Situationen übersetzt **(Arbeitsblatt_Meinung_39)**. An Station 2 wird mithilfe des **Materialblatt_Meinung_40** und **Arbeitsblatt_Meinung_41** eine (oder mehrere) Bilderrückwärtssuche(n) durchgeführt. An Station 3 werden Fact-Checking-Seiten zur Überprüfung einer ausgewählten Information getestet. **(Materialblatt_Meinung_42** und **Arbeitsblatt_Meinung_43)** Alle Schüler*innen müssen alle Stationen absolvieren. Nachdem die Ergebnisse aller Stationen kurz im Plenum besprochen werden, wird in den Arbeitsgruppen eine Kampagnen-Idee (oder ein Slogan) z. B. für Instagram oder TikTok entwickelt, mit der Jugendliche zur Überprüfung von Informationen angeregt werden oder für das Thema Desinformation sensibilisiert werden können (Bsp. Stimmt! Sicher? … oder Fact-Checking?). Jede Gruppe stellt ihre beste Idee im Plenum vor.
Hinweise	Je nach Klassengröße werden die Stationen entsprechend verdoppelt bzw. vervielfältigt. Beispiele bzw. Suchaufgaben, z. B. zu den Themen Gesundheit (Corona) oder Politik (Wahlen, Migration), für aktuelle Fakten-Checks oder Bilderrückwärtssuchen sind z. B. auf den Seiten von *mimikama.at* zu finden. Hilfestellung zu aktuellen Falschmeldungen und zur Anwendung von Tools zum Entlarven von Desinformation: Im Projekt weitklick finden sich hierzu weiterführende Webinaraufzeichnungen: Z. B. erklärt Andre Wolf (mimikama-Verein) zum Thema **»Falschmeldungen in den Sozialen Netzwerken«** konkret wie Jugendliche Falschnachrichten in Kettenbriefen und Messengerdiensten begegnen und wie dies im Unterricht aufgearbeitet werden kann. Karolin Schwarz (Journalistin, Faktencheckerin und Gründerin von Hoaxmap.org) erläutert bei **»Wie erkenne ich Falschnachrichten im Netz?«** in einem praktischen Teil die Anwendung von Bilderrückwärtssuchen oder erweiterten Suchmaschinensuchen.

Materialien

- **Materialblatt_Meinung_38**:
  Fragenkatalog zur Überprüfung von Desinformation
- **Arbeitsblatt_Meinung_39**:
  Kreatives Schreiben zum Fragenkatalog
- **Materialblatt_Meinung_40**:
  Bilderrückwärtssuche
- **Arbeitsblatt_Meinung_41**:
  Eigene Bilderrückwärtssuche
- **Materialblatt_Meinung_42**:
  Fact-Checking-Seiten
- **Arbeitsblatt_Meinung_43**:
  Eigener Fakten-Check
- Stationen 2 und 3:
  jeweils mindestens ein Computer mit Internetzugang
- Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

UE5e – Ideen für einen Umgang mit Desinformation

20 Min.

Aufgabe	Darstellen unterschiedlicher Motivationen zur Verbreitung von Desinformation
Lernziel	Reflektion eigener Verantwortung für den Umgang mit Desinformation im Netz
Ablauf	Die Schüler*innen führen verschiedene Kurz-Debatten, um zusammenfassend mit Pro- und Contra-Argumenten das Thema Desinformation aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten und einen konstruktiven Umgang zu diskutieren. Mögliche Debattenthemen sind: ⇢ Sollte es ein regelmäßiges Unterrichtsangebot zum Thema Desinformation im Fach Medienkunde geben? ⇢ Sollten aktuelle Desinformationsbeispiele in der Schule thematisiert werden? ⇢ Sollen alle Menschen lernen, Verschwörungserzählungen zu enttarnen? ⇢ Können Jugendliche mit ihrem Mediennutzungsverhalten dazu beitragen, Desinformation zu vermeiden? ⇢ Haben Influencer*innen Verantwortung in Bezug auf Desinformation? Es können auch Themen von den Schüler*innen selbst entwickelt werden. Die jeweiligen Kurz-Debatten (pro/contra) werden in Kleingruppenarbeit vorbereitet und im Plenum präsentiert. **(Materialblatt_Meinung_44)** Es wird jeweils vor und nach der Kurz-Debatte zum Thema im Plenum per Handzeichen abgestimmt, um ggf. eine Veränderung im Stimmungsbild zu sehen.
Hinweise	Alternativ kann auch mit der WWW-Methode gearbeitet werden, um alle Schüler*innen in ihrer persönlichen Perspektive zum Thema Desinformation anzusprechen: Wahrnehmung (individuell), Wirkung (emotional/sachlich), Wunsch (Lösung). Pro- und Contra-Argumente können auch mithilfe einer Online-Recherche gesammelt werden. Eine ausführliche Anleitung zum Thema Debatte im Unterricht unter: *https://www.lehrplanplus.bayern.de/sixcms/media.php/71/argumentieren_und_debattieren.pdf*
Materialien	⇢ **Materialblatt_Meinung_44**: Anleitung Kurz-Debatte ⇢ ggf. Computer mit Internetzugang ⇢ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

AD
AD
AD

ARBEITS- UND MATERIALBLÄTTER

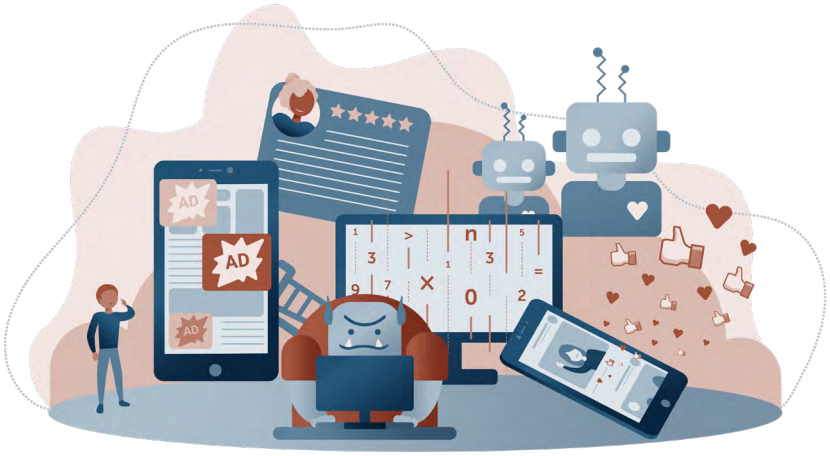
Arbeits- oder Materialblatt		Verwendung	
Arbeitsblatt_Meinung_31:	Steckbrief Desinformation	UE5b	18
Materialblatt_Meinung_32:	Bedingungen, Motive und Urheber*innen von Desinformation	UE5b	20
Materialblatt_Meinung_33:	Typische Merkmale von Desinformation	UE5b	22
Materialblatt_Meinung_34:	Definition von Desinformation	UE5b	24
Arbeitsblatt_Meinung_35:	Schreib deine eigene Definition für Desinformation	UE5b	25
Materialblatt_Meinung_36:	Influencer*innen & Meinung	UE5b	26
Materialblatt_Meinung_37:	Mögliche Formen und Verbreitungswege von Desinformation	UE5c	27
Materialblatt_Meinung_38:	Fragenkatalog zur Überprüfung von Desinformation	UE5d	35
Arbeitsblatt_Meinung_39:	Kreatives Schreiben zum Fragenkatalog	UE5d	37
Materialblatt_Meinung_40:	Bilderrückwärtssuche	UE5d	38
Arbeitsblatt_Meinung_41:	Eigene Bilderrückwärtssuche	UE5d	39
Materialblatt_Meinung_42:	Fact-Checking-Seiten	UE5d	40
Arbeitsblatt_Meinung_43:	Eigener Fakten-Check	UE5d	42
Materialblatt_Meinung_44:	Anleitung Kurz-Debatte	UE5e	43

Steckbrief Desinformation

Bedingungen
Wodurch wird Desinformation online in der heutigen Medienlandschaft begünstigt?

Merkmale
Wie kann Desinformation aussehen?

Motive
Warum gibt es Desinformation?



Urheber*innen
Wer hat Interesse an der Verbreitung von Desinformation?

Definition
Was ist Desinformation?

Bedingungen, Motive und Urheber*innen von Desinformation

Wodurch wird Desinformation online in der heutigen Medienlandschaft begünstigt?

Durch die vielfältigen Möglichkeiten im Internet eigene Beiträge zu veröffentlichen, können Informationen von allen weltweit verbreitet werden. Außerdem können alle Informationen schnell jederzeit geteilt, empfohlen und weitergeleitet werden. Das bedeutet, dass nicht mehr nur professionelle Journalist*innen und Massenmedien Nachrichten verbreiten, die sich an journalistische Regeln halten und sich dem Presse-kodex verpflichtet fühlen, sondern auch von Akteur*innen, die Desinformation streuen möchten. Kommunikation bzw. Austausch untereinander kann direkt stattfinden. Damit muss z. B. keine Überprüfung auf den Wahrheitsgehalt einer Nachricht vor ihrer Veröffentlichung stattfinden.

Die Informationsmöglichkeiten werden unübersichtlicher und kleinteiliger. Nachrichten und Informationen sind ständig gratis verfügbar, unabhängig von ihrer Wichtigkeit. Ständig gibt es Neues zu entdecken und ständiges Checken neuer Nachrichten führt dazu, flüchtiger zu lesen.

Welche Motive zur Verbreitung von Desinformation gibt es?

Finanzielle Motivation

Auf einer Webseite lässt sich mit auffälligen, erfundenen Schlagzeilen und Meldungen eine hohe Zahl von Seitenaufrufen bzw. hohes Besucheraufkommen (Traffic) erzeugen. Häufiges Teilen dieser Seiten macht sie für Werbeanzeigen und damit für Werbeein-nahmen attraktiver. Dafür werden auch erfundene Personen bzw. Fake-Accounts genutzt. Hinter diesem Vorgehen stehen oft Unternehmen, die damit Geld verdienen.

Politische Motivation

Die Beeinflussung der öffentlichen Meinung ist ein starkes Mittel, um Einfluss auf Poli-tik nehmen zu können. Bei aktuellen politischen Entscheidungen oder im Wahlkampf kann dies z. B. dadurch geschehen, dass Parteien und deren Kandidat*innen bzw. Mandatsträger*innen durch verschiedene Methoden wie Lüge oder üble Nachrede in Verruf gebracht werden. Ein weiterer Weg ist, Themen in die öffentliche Debatte zu tragen, um populistische Positionen verbreiten.

Soziale bzw. psychologische Motivation

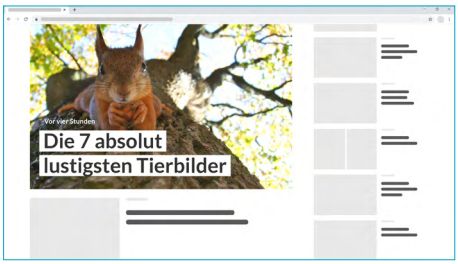
Zu einer Gruppe mit gemeinsamen Interessen, Zielen und Wertvorstellungen zu gehören, gibt Sicherheit. Online-Aktionen bzw. Desinformation, die zur Gruppe passende Themen verbreiten, unterstützen das Gemeinschaftsgefühl und bestätigen das Gruppendenken. Ein weiteres Motiv ist die Suche nach Stärkung, Anerkennung oder Prestige innerhalb einer Gemeinschaft bzw. Gruppe oder auch der breiten Öffentlichkeit. Eine erfolgreiche Desinformations-Aktion, z. B. durch Streuen von Unwahrheiten, Postings etc. bringt Respekt oder positive Rückmeldung aus der Gruppe.

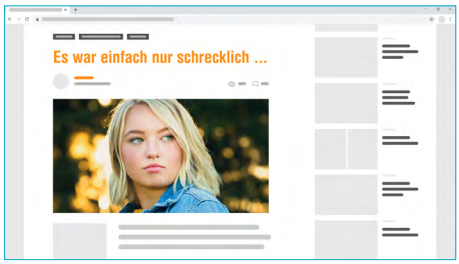
Wer sind die Urheber*innen von Desinformation?

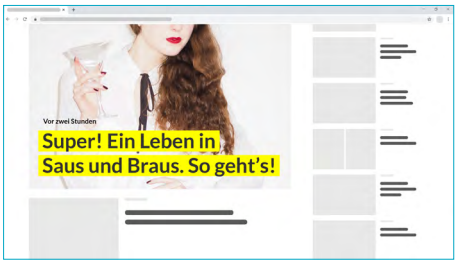
Die Urheber*innen können organisierte oder spontan gebildete Interessengemeinschaften sein, offizielle oder inoffizielle Gruppen und auch professionell aufgestellte Organisationen bis hin zu Lobbygruppen und Medien.
Die Bandbreite reicht von Einzelpersonen über politische Parteien, Nachrichten- bzw. Geheimdienste bis hin zu Unternehmens-PR.

Typische Merkmale von Desinformation

Die Überschrift, Text- und Bildinformation ist (häufig) plakativ, emotionalisierend, schrill, moralisierend, unsachlich oder provozierend.

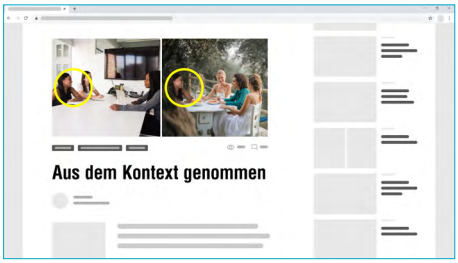




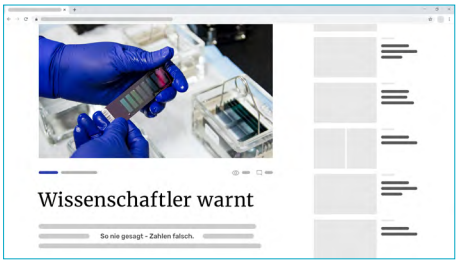


Die Überschrift findet sich nicht in der Textinformation wieder bzw. beides bezieht sich nicht aufeinander.

Die Text- oder Bildinformation ist aus dem ursprünglichen Kontext genommen.



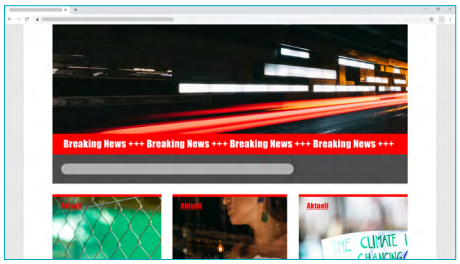
Die Text- oder Bildinformation arbeitet mit falschen oder manipulierten Aussagen bzw. Zitaten.



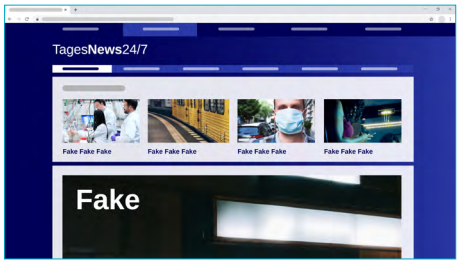
Die Text- oder Bildinformation ist stark vereinfacht, verkürzt oder redundant und bietet einfache Problemlösungen für komplexe Sachverhalte.

Das Thema (Text- oder Bildinformation) hat Bezug zu aktuellen Nachrichten bzw. populären/populistischen Diskursen und wird aus einer bestimmten Perspektive geschrieben, ohne als Kommentar oder Meinung gekennzeichnet zu werden.

Der Erkenntnis- bzw. Neuigkeitswert einer Information wird durch vermeintliche Aktualität und beschleunigte Updates simuliert, ohne transparente Hintergrund-informationen oder Informationsquellen zu liefern.



Die Glaubwürdigkeit halbwahrer oder erfundener, falscher Informationen soll durch seriöse Inszenierung in passenden (Nachrichten-)Formaten vermittelt werden.



Definition von Desinformation

Desinformation kann viele Erscheinungsformen haben und wird mit verschiedenen Begrifflichkeiten, wie z. B. »Fake News«, Falschmeldungen, Propaganda, Hoax usw. im Alltag benannt. Diese Begriffe bedeuten aber nicht alle das Gleiche oder beschreiben nur einen Teilaspekt von Desinformation. Um Missverständnisse zu vermeiden und eine gemeinsame Verständigungsbasis zu haben, wurde innerhalb der EU daher eine Definition erarbeitet.

EU-Definition »Desinformation«:

»Desinformation sind nachweislich falsche oder irreführende Informationen, die mit dem Ziel des wirtschaftlichen Gewinns oder der vorsätzlichen Täuschung der Öffentlichkeit konzipiert, vorgelegt und verbreitet werden und öffentlichen Schaden anrichten können. Unter »öffentlichem Schaden« sind Bedrohungen für die demokratischen politischen Prozesse und die politische Entscheidungsfindung sowie für öffentliche Güter wie den Schutz der Gesundheit der EU-Bürgerinnen und -Bürger, der Umwelt und der Sicherheit zu verstehen. Irrtümer bei der Berichterstattung, Satire und Parodien oder eindeutig gekennzeichnete parteiliche Nachrichten oder Kommentare sind keine Desinformation.« [1]

Desinformation ist keine neue Erscheinung, sondern wurde im Lauf der Geschichte von unterschiedlichen Akteur*innen und Regimen zur Durchsetzung persönlicher oder politischer Ziele genutzt. Dazu werden Mittel wie die Verbreitung von Verschwörungsideologien und Gerüchten, Propaganda, das Fälschen von Text-, Bild- und Ton-Dokumenten eingesetzt. Sie sollen gegnerische Positionen, Parteien, Unternehmen oder Systeme schwächen bzw. einzelne Personen oder Personengruppen denunzieren.

Der Begriff »Fake News« hat eine besondere Stellung, insbesondere seit dem US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 2016. Zusätzlich zur ursprünglichen Bedeutung »Falschnachricht«, wird »Fake News« seither auch genutzt, um Kritiker*innen oder gegnerische Positionen unabhängig von ihrer Wahrhaftigkeit herabzusetzen oder zu diskreditieren.

1 Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen (2018): Bekämpfung von Desinformation im Internet: ein europäisches Konzept. Brüssel.

Schreib deine eigene Definition für Desinformation

Wenn dich ein jüngeres Kind fragt, wie erklärst und beantwortest du diese Frage mit einfachen Worten:

Was ist denn eigentlich Desinformation?

Influencer*innen & Meinung

65% der 18-24-Jährigen finden, dass Influencer*innen einen zu großen Einfluss haben
Quelle: YouGov, Stichprobe: 2.039 Befragte (ab 18 Jahren) in Deutschland, 2019 https://yougov.de/news/2019/08/07/influencer-werbung-besonders-junge-menschen-werden

1/5 der 13-20-Jährigen gibt an, dass Influencer*innen zu ihrer Meinungsbildung beitragen.
Quelle: Nicht-repräsentative Online-Umfrage von klicksafe 2020, Stichprobe: 629 Jugendliche im Alter von 13 bis 26 Jahren https://www.klicksafe.de/presse/2020/safer-internet-day-2020

43% der Jugendlichen zwischen 16 und 24 Jahren sind schon einmal einer Produkt-empfehlung ihrer*s Influencer*in gefolgt.
Quelle: Digital Trends, Umfrage zum Umgang mit Influencern, 2019, Stichprobe: 147 Jugendliche im Alter von 16 bis 24 Jahren, Bundesverband Digitale Wirtschaft (DVDW) e.V., S.9 https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/studien/190409_BVDW_Kontakte_mit_Influencern.pdf

56% der Jugendlichen zwischen 14 und 29 Jahren haben Schwierigkeiten zwischen Werbung und inhaltlichen Beiträgen in Sozialen Medien zu unterscheiden.
*Quelle: Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, Stichprobe: 1.212 Internetnutzer*innen ab 14 Jahren, davon 1.011 Nutzer*innen von Sozialen Netzwerken https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-zweite-Social-Media-Nutzer-kann-Werbung-von-Inhalt-nur-schwer-unterscheiden.html*

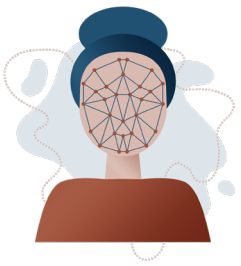
Mögliche Formen und Verbreitungswege von Desinformation

WICHTIG: Einige der hier genannten Formen und Verbreitungswege von Desinformation sind manchmal auch ganz normale Inhalte im Internet, die sowohl wahr, informativ, schön und lustig sein können, oder eben auch irreführend, gefährlich und desinformierend. Bei Desinformation online geht es immer um den Inhalt der Information, die in vielen verschiedenen Formen angeboten und verbreitet wird.

Was sind Deepfakes?

Du hast eine Prominente bei einer für sie völlig undenkbaren Aktion oder in einer seltsamen Umgebung erlebt? Oder du hast im Netz ein Video von einem*einer bekannten Politiker*in gesehen, der eine Aussage trifft, die du ihm*ihr gar nicht zuschreiben würdest? Dann handelt es sich bei diesen Videos vielleicht um Deepfakes.

Bei Deepfakes werden Video- und Audioinhalte mittels Technologien der Künstlichen Intelligenz (Machine Learning/Deep Learning) so verändert, verfälscht bzw. manipuliert, dass sie echt wirken.
Auf Grundlage von Trainingsdaten u. a. zu Bewegungsabläufen können Gesichter und Körper zueinander montiert werden. So können z. B. pornografische Aufnahmen mit Gesichtern von (prominenten) Personen vermischt werden. Mit dem Austausch von Gesichtern oder Audioaufnahmen können Personen Aussagen in den Mund gelegt werden, die gar nicht von ihnen stammen. Beispiel unter:
↗ *https://www.funk.net/channel/mrwissen2go-8423/deepfakes-wie-wir-alle-manipuliert-werden-mrwissen2go-exklusiv-1646643*



Wie tragen Deepfakes zu Desinformation bei?

Die manipulierten Videos können schnell zur Verbreitung von Gerüchten beitragen und Meinungsbildungsprozesse auf persönlicher und gesellschaftlicher Ebene verzerren, da die Änderungen und Fälschungen schwer zu erkennen sind und das Vertrauen in das selbst Gehörte und Gesehene groß ist.

Was sind Memes/Sticker?

Du hast als Post ein bearbeitetes Foto, ein GIF oder ein Video bekommen. Es zeigt vielleicht eine Katze, die klatscht und dich mit einem lustigen Text anspricht oder es stellt eine abgebildete Film- oder Serienfigur in einen anderen Zusammenhang.
Eine solche digitale Botschaft ist ein Meme/Sticker. Memes/Sticker sind eine Kombination aus Bild und Text. Oft nehmen sie Bezug auf kulturelle oder politische Ereignisse, die manchmal nur mit Insiderwissen erkannt werden können. Memes/Sticker werden oft in Sozialen Medien geteilt und können auch abgeändert, aktualisiert und weiterentwickelt werden.

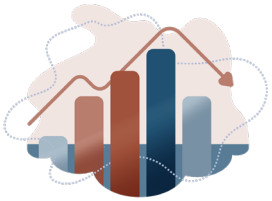
Wie tragen Memes/Sticker zu Desinformation bei?

Der Inhalt von Memes/Stickern kann mitunter rassistisch oder anderweitig diskriminierend sein. Generell sind sie sehr beliebt und werden gern geteilt, weil sie schnell zu erfassen und meistens (vermeintlich) witzig sind. Wenn solche Memes/Sticker massenhaft verbreitet werden, können sie zur Desinformation beitragen.

Welche Statistiken oder Studien werden wie zitiert?

Du wunderst dich über die Zahlen in einer Meldung? Und die Universität, die diese Zahlen veröffentlicht hat, kennst du auch nicht? Vielleicht wurden sie manipuliert, erfunden oder aus dem Zusammenhang genommen?

Nachrichtenbeiträge oder Aussagen werden oft durch Zahlenmaterial aus Statistiken oder Studien ergänzt, um die Informationen zu belegen. Ein seriöser journalistisch aufbereiteter Beitrag wird darauf achten, wer die Statistik oder Studie zu welchem Zweck in Auftrag gegeben hat, welches Zahlenmaterial für diesen Zusammenhang genutzt werden kann und welche Vergleichsgrößen und Bezüge sinnvoll bzw. notwendig sind, um eine Aussage einzuordnen.



Wie tragen Statistiken oder Studien zu Desinformation bei?

Zahlen und Aussagen von Statistiken können durch ihre Fragestellung, Ergebnisauswahl, Darstellung und ihren Zusammenhang einseitige, verzerrte oder falsche Aussagen und Rückschlüsse liefern. Die Nutzung von Zahlenmaterial kann einer unseriösen Argumentation einen seriösen Anschein geben.

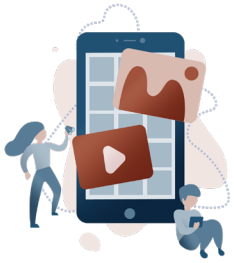
Welche Bilder/Fotos/Videos werden verwendet?

Das Bild/Foto/Video kommt dir bekannt vor? Du meinst, es schon in einem anderen Zusammenhang gesehen zu haben? Vielleicht ist es sogar schon etwas länger her?

Ein Bild/Foto/Video emotionalisiert Inhalte und prägt sich ein. Nicht umsonst heißt es, ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Ergänzende Bilder zu Texten können inhaltlich passend sein, aber aus völlig anderen Zusammenhängen und Quellen stammen (Zeit, Ort, Anlass, abgebildete Personen). Unabhängig davon kann Bild- und Videomaterial zusätzlich bearbeitet bzw. manipuliert werden (Verkürzung, Ton, Ausschnitt).
Eine Sonderform der Videobearbeitung sind Deepfakes.
Beispiele: https://www.fluter.de/quelle-internet

Wie tragen verwendete Bilder/Fotos/Videos zur Desinformation bei?

Bildmaterial, das in einen falschen Zusammenhang gesetzt wird, vermittelt einen falschen Rahmen und verleitet zu falschen Rückschlüssen.



Was ist eine Falschmeldung?

Du benutzt den Begriff Falschmeldung für versehentlich entstandene, falsch recherchierte oder einfach unabsichtlich verbreitete falsche Informationen? Das ist eine Möglichkeit.

Für das Thema Desinformation ist aber eine andere Bedeutung des Begriffs wichtig: Falschmeldung oder »Fake News« meinen in diesem Zusammenhang nachweislich falsche, bewusst verbreitete Behauptungen bzw. Desinformationen im Nachrichtenformat, u. a. mit den Zielen, die Öffentlichkeit zu täuschen, wirtschaftliche Gewinne zu erzielen oder politische Meinungsbildungsprozesse zu stören. In Falschmeldungen können auch andere Desinformationsmethoden eingesetzt werden, wie z. B. manipuliertes Zahlenmaterial, Deepfakes oder Fotos.

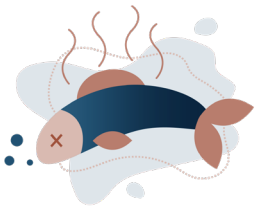
Wie tragen Falschmeldungen zur Desinformation bei?

Diese unwahren Tatsachenbehauptungen sind Desinformation. Sie haben durch Streuung im Internet bzw. in Sozialen Medien ein hohes Verbreitungs- und ggf. Schadenspotential.

Was wird mit dem Begriff »Verrotteter Hering« umschrieben?

Was war denn da mit diesem Fußballer? Er war doch in einen Skandal rund um Wettbetrug verwickelt, oder? Hast du das auch noch im Gedächtnis?

Verrotteter Hering steht hier stellvertretend für eine von vielen Propagandamethoden, bei der es darum geht, Personen durch anonyme Streuung von Gerüchten und übler Nachrede in Verruf zu bringen. Diese bleiben trotz Richtigstellung nachhaltig haften.



Wie trägt die Propagandamethode »Verrotteter Hering« zur Desinformation bei?

Personen in Verruf zu bringen, erschüttert nicht nur ihre Glaubwürdigkeit, sondern auch die ihres Umfelds. In der Folge kann dies bis hin zu einer Spaltung ihres Umfeldes führen. Die Betroffenen werden möglicherweise lange nicht mehr ohne Vorurteile wahrgenommen.

Was ist Dark Social?

Du tauschst dich per Messenger, Chats und E-Mail aus? Es geht um Verabredungen in der Freund*innengruppe, Abstimmung im Sportverein oder du erhältst Newsletter und Veranstaltungshinweise. Dafür bist du in entsprechenden Gruppen, die du jederzeit erreichen und von denen du jederzeit erreicht werden kannst. Damit bewegst du dich im »Dark Social«.

Dark Social umfasst als Oberbegriff nicht allgemein zugängliche Kommunikation. Hier kann sich weitgehend unkontrolliert, weil nicht öffentlich einsehbar, in geschlossenen Gruppen bzw. versteckten (also dunklen) Netzwerken ausgetauscht werden. Dazu gehören bspw. E-Mails, Chats oder Messengerdienste in geschlossenen Gruppen bzw. auf spezialisierten Plattformen (Games etc.).

Wie trägt Dark Social zu Desinformation bei?

Informationen, die innerhalb einer Gruppe ausgetauscht werden, wirken vertrauenswürdig, da die Absender*innen (persönlich) bekannt sind. Häufig geteilte Gruppennachrichten erreichen mit geringem Aufwand viele Empfänger*innen und sorgen für eine schnelle und weite Verbreitung von Desinformation. Nicht öffentliche Kommunikation kann dazu verleiten, verbotene Inhalte zu posten, sich aggressiv oder sprachlich radikal zu äußern, weil man sich in einem vertrautem Umfeld mit Gleichgesinnten glaubt und ohne Öffentlichkeit auch keine Strafverfolgung für seine Äußerungen befürchtet. Die Inhalte bleiben oft ohne Widerspruch, werden nicht korrigiert und haben so Einfluss auf das Weltbild der Empfänger*innen.

Was sind Gruppennachrichten?

Stell dir vor, deine Freundin erzählt dir, dass in einem ihrer Chats über eine ihrer Freundinnen eine »merkwürdige« Person dazu gekommen ist. Sie wirkte erst ganz nett, aber jetzt, so hat sie das Gefühl, nervt die Person mit ihren verschwörungsideologischen Ideen. Und was sie besonders beängstigt ist, dass zwei ihrer Freundinnen gar nicht abgeneigt sind, ihr zuzustimmen.

Desinformation in Gruppennachrichten kann ein Weg sein, neue Personen anzusprechen oder mit bereits bekannten Personen Desinformation auszutauschen. Unterstützend wirkt dabei der Vertrauensvorschuss für die Personen innerhalb einer Gruppe sowie das daraus folgende Bestätigungsdenken.

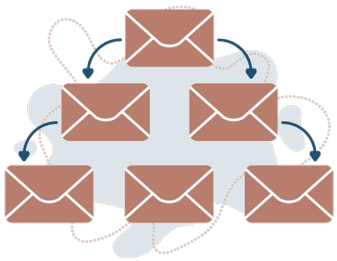
Wie tragen Gruppennachrichten zu Desinformation bei?

Häufig geteilte Gruppennachrichten erreichen mit geringem Aufwand viele Empfänger*innen und sorgen für eine schnelle und weite Verbreitung von Desinformation. Sind Gruppennachrichten die hauptsächliche Informationsquelle und Bezugsgruppe, verengt sich das Weltbild, das auch radikal werden kann.

Was sind Kettenbriefe?

Wenn du eine solche Nachricht erhalten hast: »Schicke diese Nachricht an 10 Leute! Wenn du die Kette unterbrichst, dann …« - Dann fällt das unter die Kategorie Kettenbrief.

Kettenbriefe per Messenger oder E-Mail sind eine wirkungsvolle Verbreitungsmethode von Desinformation und funktionieren durch Multiplikationseffekte. Die Nicht-Weiterleitung der Nachricht wird meist an eine Drohung gekoppelt. Inhalte der Kettenbriefe können Verantwortungsbewusstsein oder Ängste ansprechen (Spendenaufrufe, Warnungen vor mutmaßlichen Gefahren), Vorurteile verstärken oder zu gemeinsamen Aktionen aufrufen. Daneben kann sich hinter mitgeschickten Links auch Schadsoftware verbergen.
Beispiele unter: https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/whatsapp/kettenbriefe-in-whatsapp



Wie tragen Kettenbriefe zu Desinformation bei?

Die Weiterleitung von Kettenbriefen vergrößert die Reichweite von Desinformation. Überdies sind Kettenbriefe manipulativ. Sie spielen – je nach Inhalt – mit Ängsten, Vorurteilen oder dem Bedürfnis nach Problemlösung.

Was sind Ads?

Welche Werbeanzeigen siehst du online bei einer deiner Social Media Plattformen? Produktwerbung? Eine Parteienwerbung? Ist es ein Text-, Display- oder Video-Ad?

Als Ad (Advertising/Ad – dt. Werbung/Anzeige) wird eine Anzeigenart im Internet bezeichnet, die thematisch auf das Online-Verhalten der Nutzer*innen im Internet reagiert bzw. an statistische Daten anpasst. Eine besondere Form sind »Dark Ads«, sie enthalten zielgruppengerechte Falschmeldungen.

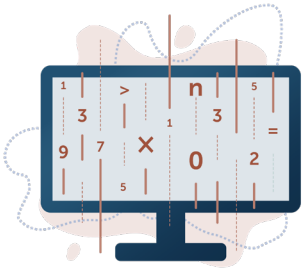
Wie tragen Ads zu Desinformation bei?

Ads können dort platziert werden, wo Nutzer*innen online nach bestimmten Inhalten suchen oder Posts erhalten. So können bereits bestehende Weltbilder bestätigt und verfestigt werden. Alternativ eröffnet die Schaltung von Ads auch die Möglichkeit, neue Zielgruppen für Desinformation anzusprechen.

Was sind Algorithmen?

Du hast zum »Klimaschutz« recherchiert, einen weitergeleiteten Post zum Thema erhalten oder nach »Winterstiefeln« gesucht? Zum einen hast du dazu rasend schnell Informationen gefunden und zum anderen hat sich die Plattform, mit der du das getan hast, dies gemerkt. Mit Hilfe von Algorithmen.

Algorithmen sind Handlungsanweisungen oder Berechnungsvorschriften in Softwareprogrammen. Filter-Algorithmen steuern z. B. die individuelle Auswahl und Anzeige von Informationen für Nutzer*innen im Internet. Unterschiedliche Personen erhalten so verschieden zugeschnittene Nachrichten. Dadurch sollen sie möglichst lange auf der jeweiligen Internetplattform gehalten werden.



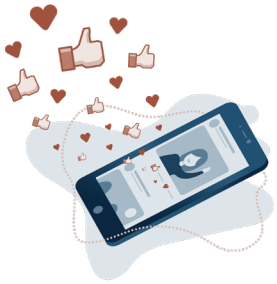
Wie tragen Algorithmen zu Desinformation bei?

Algorithmen unterscheiden nicht Information von Desinformation. Hat ein*e Internetnutzer*in Desinformationsinhalte in ihren Posts erhalten oder entsprechende Webseiten aufgerufen, schlägt der Algorithmus passende Inhalte vor und verbreitet und verknüpft so weitere Desinformation.

Was sind gekaufte Follower*innen?

Du bist begeistert und lässt dich überzeugen, weil andere Online-Nutzer*innen ein bestimmtes Produkt toll finden oder es empfehlen? Vielleicht fühlst du dich aber auch bestätigt, weil so viele der gleichen Meinung sind wie du?

Eine große Anzahl von Likes, Follower*innen oder Abos schafft Vertrauen und steigert den Marktwert oder die Reichweite einer Person bzw. eines Angebotes und kann so realitätsverzerrend wirken. Dafür werden auch gekaufte Follower*innen bzw. entsprechende Programme eingesetzt.



Wie tragen gekaufte Follower*innen zu Desinformation bei?

Gekaufte Follower*innen nehmen gezielt Einfluss auf unsere Wahrnehmung. Likes an der richtigen Stelle vermitteln Interesse, Gemeinschaft sowie Mehrheitsmeinung und damit ein Bild, das nicht der Realität entspricht.

Was sind professionelle Kommentarschreiber*innen?

Du liest die Kommentare zu einem Online-Artikel aus dem Politik-Ressort.
Es sind erstaunlich viele und auch hartnäckige Contra-Meinungen vertreten.
Wer hat Interesse daran, eine Gegenmeinung durchzusetzen?

Professionelle Kommentarschreiber*innen liefern gegen Bezahlung die gewünschte Aussage zu Internetbeiträgen, um Meinungen in Diskussionen zu beeinflussen. Auftraggeber*innen stammen häufig aus den Bereichen politischer oder werblicher Öffentlichkeitsarbeit.

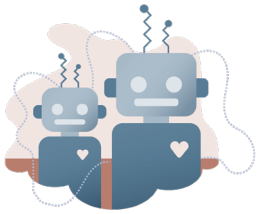
Wie tragen Kommentarschreiber*innen zu Desinformation bei?

Sie können gezielt Einfluss auf Debatten in Online-Foren nehmen, eine Meinungsrichtung vermitteln und Themen anstoßen, lenken, von ihnen wegführen oder eine unsachliche Diskussion herbeiführen.

Was sind Social Bots?

Bist du sicher, dass hinter dem Post, Kommentar oder Like eine reale Person steht? Ist der Text nicht etwas pauschal? Dann könnte es vielleicht auch ein Social Bot sein.

Social Bots sind automatisiert arbeitende Programme, die in Social Media durch Fake-Accounts vortäuschen, echte Nutzer*innen zu sein. Je nachdem was ihre Zielstellung ist, werden Schlüsselwörter ausgelesen, vorgefertigte Kommentare gepostet, Textbausteine zu einfachen Aussagen zusammengefügt und Trends oder Meinungen auf sozialen Medienplattformen beeinflusst.



Wie tragen Social Bots zu Desinformation bei?

Social Bots werden mit der Absicht eingesetzt, Aktivitäten zu erzeugen und gezielt Stimmung zu machen. So können Mehrheiten für Produkte oder Meinungen vorgetäuscht werden und die Reichweite von Desinformation erhöht werden. Social Bots sind häufig nicht erkennbar und können echte Personen vortäuschen.

Was sind Trolle?

Du bist gerade in einem Online-Forum, um die Corona-Maßnahmen für den Schulalltag zu diskutieren. Es ist ein reger Austausch unter Schüler*innen. Plötzlich beginnt ein unbekannter Schüler mit unsachlichen Argumenten Stimmung zu machen. Vielleicht ist es ein Troll?

Trolle sind anonyme Online-Nutzer*innen, die mit Beiträgen in Communitys und Foren absichtlich provozieren, stören oder beleidigen, um Konflikte zu schüren, Schaden anzurichten oder Propaganda zu verbreiten.

Wie tragen Trolle zu Desinformation bei?

Trolle versuchen gezielt, Meinungsbildungsprozesse zu stören, indem sie durch unsachliche Beiträge Diskussionen lenken oder Druck ausüben, Misstrauen streuen oder Propaganda verbreiten.

Fragenkatalog zur Überprüfung von Desinformation

Wo bist du auf die Information gestoßen?

Wo wurde die Nachricht veröffentlicht?
In welchem Zusammenhang wurde die Nachricht veröffentlicht?
Von wem hast du die Nachricht/den Post erhalten?
Wer hat sie gepostet oder geteilt etc.?

Wer sendet oder postet die Information?

Kennst du die*den Absender*in?
Kommt die Information von einem*einer professionellen Medienakteur*in oder von einer Privatperson?
Glaubst du, die Information ist geprüft oder eher ungeprüft weiter geteilt worden?
Hat die Information eine*n vertrauenswürdige*n Autor*in?
Könnte der*die Autor*in gesponsert sein?
Was soll mit der Nachricht erreicht werden?
Ist die Nachricht (bezahlte) Werbung?
Ist sie als solche deutlich zu erkennen oder konntest du das erst auf den zweiten Blick sehen?
Soll deine Meinung beeinflusst werden?
Dient die Information der politischen Einflussnahme?
Kommt die Information von einem echten Konto, einer echten E-Mail-Adresse? … oder steckt vielleicht ein Social Bot dahinter?

Warum schenkst du der Information Aufmerksamkeit?

Was an der Aufmachung/Gestaltung interessiert dich?
Ist es ein Thema, das dich interessiert?
Bestätigt die Information dein Weltbild?
Ist die Überschrift besonders emotionalisierend oder provokativ?

Wie ist die Textinformation dargestellt?

Ist die Darstellung im Text stark vereinfacht?
Gibt der Text einfache Antworten auf komplizierte Sachverhalte?
Gibt es eine einprägsame Botschaft?
Hält der Text, was die Überschrift verspricht?
Ist die Darstellung sehr subjektiv?
Werden durch den Text vor allem Emotionen angesprochen?
Wird mit Vorurteilen gearbeitet?
Ist der Text als Meinungsbeitrag gekennzeichnet?

Werden für die Darstellung der Information Bilder, Fotos oder Videos genutzt?

Sind diese vielleicht in einem anderen Kontext entstanden?
Sind sie manipuliert worden?
Stellen sie einen falschen Zusammenhang dar?
Passt das Bild, Foto oder Video zum Text?
Ist das Video mit Musik unterlegt, um negative Emotionen wie z. B.
Angst oder Hass zu verstärken?

Wer ist für die Nachricht verantwortlich? Ist die Quelle glaubwürdig?

Wird eine*n Autor*in genannt?
Kennst du die*den Autor*in?
Wo schreibt die*der Autor*in sonst?
Kennst du die Plattform, auf der die Informationen veröffentlicht wurden?
Werden die Informationen belegt?
Gibt es Namen, Zahlen, Daten etc. und werden diese durch entsprechende Quellen und Zitate verifiziert?
Gibt es ein Veröffentlichungsdatum zur Nachricht?
Ist die Information aktuell?
Hat die Webseite ein Impressum?
Was geht aus dem Impressum hervor?
Wer ist verantwortlich?
Ist es eine Adresse im Ausland?

Wie berichten andere Quellen davon?

Findest du andere Webseiten oder Nachrichtenportale, die die gleiche Nachricht bringen? Gibt es andere Quellen, die ähnlich berichten?
Berufen sich die Quellen auf die gleichen Informationen?
Sind das seriöse Quellen, die darüber berichten?

Kreatives Schreiben zum Fragenkatalog

Stellt euch vor, ihr habt heute eine Nachricht erhalten oder habt eine Information im Netz gesehen. Ist es Desinformation? Beschreibt wie eine Information auf Desinformation geprüft werden kann. Wählt euch als Grundlage dafür einzelne Fragen aus dem Fragenkatalog aus und erfindet eine Situation oder greift auf Situationen zurück, die ihr schon erlebt habt.

Eure Geschichte beginnt mit:

Ich habe heute eine Nachricht erhalten … /
Ich habe eine Information im Netz gesehen …

Bilderrückwärtssuche

Google-Bildersuche

Mit der Google-Bildersuche können Bilddateien gesucht werden bzw. mit der umgekehrten Bildersuche ähnliche Bilder und Webseiten, die dieses Bild enthalten, ermittelt werden. Dafür wird eine Bilddatei hochgeladen oder die damit verknüpfte Internetadresse (URL) eingegeben und die Suche gestartet. Neben den Suchergebnissen werden ggf. auch Hinweise auf mögliche verwandte Suchanfragen angezeigt.

↗ *Webseite: https://images.google.com/imghp?hl=de*

↗ *Anleitung: https://support.google.com/websearch/answer/1325808*

TinEye Reverse Image Search

Mit TinEye Reverse Image Search kann eine Bilderrückwärtssuche durchgeführt werden.

Dafür wird eine Bilddatei hochgeladen oder die damit verknüpfte Internetadresse (URL) eingegeben und die Suche gestartet. Hochgeladene Bilder werden bei TinEye nicht gespeichert oder indiziert. Es werden nur exakte und veränderte Bildkopien im Suchergebnis angezeigt, keine ähnlichen Bilder. Die Suchergebnisse können in einem extra Fenster mit dem hochgeladenen Bild auf Übereinstimmungen verglichen werden.

↗ *Webseite: https://tineye.com*

↗ *Anleitung: https://tineye.com/how*

Fotoforensic

Bei Fotoforensic können Fotos auf mögliche Manipulationen überprüft werden.

Dazu wird die Fotodatei im jpg- oder png-Format oder die damit verknüpfte URL hochgeladen. Digitale Bearbeitungen des Fotos (veränderte Texturen, Farbwerte, Kontraste, Komprimierungsstufen etc.) werden mit einem Fehleranalyseverfahren (»ELA – Error-Level-Analysis«) durch unterschiedliche Helligkeitsstufen im Foto dargestellt.

↗ *Webseite: http://fotoforensic.com*

Youtube DataViewer von Amnesty International

Mit dem Youtube DataViewer kann eine Videorückwärtssuche durchgeführt werden.

Dazu wird die YouTube-Videoadresse (URL) eingegeben, deren Vorschaubilder automatisiert mit der Google-Bilderrückwärtssuche verknüpft sind.

↗ *Webseite: https://citizenevidence.amnestyusa.org*

Eigene Bilderrückwärtssuche

Aktuelle Bilderrückwärtssuche zum Thema:

.....

Ergebnisse:

Google-Bildersuche

.....

.....

TinEye Reverse Image Search

.....

.....

Fotoforensic

.....

.....

Youtube DataViewer von Amnesty International

.....

.....

Fact-Checking-Seiten

Fact-Checking-Seiten bieten ein breites Informations- und Unterstützungsangebot zur Aufklärung bzw. Überprüfung von Falschinformationen. Sie werden sowohl durch private Initiativen, als auch von öffentlich-rechtlichen Anbietern betrieben. Beim Faktencheck werden Inhalte mit journalistischen Methoden und Instrumenten auf die jeweilige Daten- und Faktenlage hin recherchiert und überprüft. Auf der Basis sachlicher, objektiver und überprüfbarer Fakten, werden die zu prüfenden Inhalte bzw. Aussagen gegenübergestellt, verglichen und eingeordnet. Abhängig vom Angebot können auch Recherchefragen eingereicht oder Hinweise auf Recherchethemen gegeben werden.

ARD Faktenfinder

Hinter dem »ARD-Faktenfinder« steht seit 2017 ein Redaktionsteam zur Verifikation von unseriösen oder gefälschten Meldungen. Nach eigener Aussage liegt der Arbeitsschwerpunkt der Faktenfinder auf Themen wie »Fake News«, Gerüchte, Verschwörungstheorien und auch Hass im Netz. Die Arbeitsergebnisse werden auf der Webseite faktenfinder.tagesschau.de und über die Sozialen Netzwerke veröffentlicht.

↗ *Webseite: https://www.tagesschau.de/faktenfinder*

CORRECTIV – Recherchen für die Gesellschaft

CORRECTIV ist ein gemeinnütziges Recherchezentrum im deutschsprachigen Raum. Der Arbeitsschwerpunkt liegt auf der Aufdeckung von Missständen, Korruption und unethischem Verhalten. Der CORRECTIV-Faktencheck wird durch eine separate Redaktion bearbeitet. Recherchierte Themen werden mit Hintergrundinformationen und einem mehrstufigen Bewertungssystem eingeordnet (größtenteils falsch, falsch, teilweise richtig, größtenteils richtig, richtig, unbelegt etc.).

↗ *Webseite: https://correctiv.org, https://correctiv.org/faktencheck*

Mimikama

Mimikama ist eine internationale Einrichtung zur Bekämpfung von Internetmissbrauch, bei der auch von Internetnutzer*innen verdächtige Internet-Inhalte gemeldet werden können. Über die Webseite und verschiedene Social Media Kanäle werden Analysen und Rechercheberichte veröffentlicht und können auch per Suchfunktion abgerufen werden. Der Verein Mimikama wird durch Werbung und Spenden unterstützt und von einem ehrenamtlichen Team getragen.

↗ *Webseite: https://www.mimikama.at, https://www.facebook.com/zddk.eu*

HOAXmap

Die HOAXmap bietet eine Sammlung gestreuter Gerüchte und Falschmeldungen im deutschsprachigen Raum, die nach Themen, Schlagworten, Datum und Ort ihres Auftauchens gefiltert werden können und auf einer Landkarte eingetragen sind. Jede eingetragene Falschmeldung ist mit ihrer jeweiligen Widerlegung verlinkt. Hinweise auf weitere Gerüchte und Falschmeldungen können per Mail gemeldet werden.

↗ *Webseite: https://hoaxmap.org*

Hoax-Liste der TU Berlin

Die Hoax-Liste der TU Berlin gibt eine Übersicht über Hoaxes und/oder Kettenbriefe im deutschsprachigen Raum. Sie ist nach neuen Einträgen, Toplisten und auch alphabetisch sortiert, nach Stichworten aus Betreff, Textstellen oder Dateinamen. Daneben gibt es Sonderlisten zu ausgewählten Themen. Eindeutige Hoaxes oder Kettenbriefe können dort per Mail gemeldet werden.

Webseite: https://hoax-info.tubit.tu-berlin.de/hoax/hoaxlist.shtml

Snopes

Snopes ist eine unabhängige amerikanische Webseite zur Überprüfung von Fakten, die bereits 1994 startete. Die Finanzierung beruht auf Werbung, Mitgliedschaften und Spenden. Neben einer Schlagwort- und Themensuche gibt es ein umfangreiches Archiv. Recherchierte Themen werden mit Hintergrundinformationen und einem mehrstufigen Bewertungssystem eingeordnet (wahr, überwiegend wahr, gemischt, überwiegend falsch, falsch, ungeprüft, Satire, Legende, (in)korrekte Zuordnung von Zitaten etc.). Hinweise auf Gerüchte und Falschmeldungen können per Mail gemeldet werden.

Webseite: https://www.snopes.com

Google Fact Check Explorer

Der Google Fact Check Explorer ist eine Suchfunktion für Faktenchecks, die bereits vorhandene Faktenchecks anzeigt, die die Open Source Markierung Claim Review verwenden. Die Suche kann nach Themen, Schlüsselwörtern, Herausgeber*innen etc. gefiltert werden, die auch in einer regulären Google-Suche eingeben werden können. Im Suchergebnis wird eine Liste von Übereinstimmungen und entsprechenden Faktenprüfungen angezeigt, die chronologisch oder auch nach Sprache sortiert werden kann.

Webseite: https://toolbox.google.com/factcheck/explorer

dpa-Faktencheck

Der Faktencheck der Deutschen Presse-Agentur (dpa) versteht sich als Behauptungs-Check. „Stimmt das?“ oder „Ist das wirklich so?“ – mit diesen grundlegenden Fragen werden aktuelle, gesellschaftlich relevante Behauptungen überprüft. Die Auswahl von Themen wird durch den Reizwert eines Themas bestimmt. Damit ist gemeint, dass eine Behauptung oder eine These einen hohen Gesprächswert hat oder ein Aufregerthema ist. Aufbereitet mit den Bereichen „Behauptung“, „Bewertung“ und „Fakten“ können sich Leser*innen auch bei komplexen Themen eine eigene, auf Fakten gestützte Meinung bilden.

https://www.dpa.com/de/unternehmen/faktencheck#aktuelle-dpa-faktenchecks

Eigener Fakten-Check

Aktueller Fakten-Check zum Thema:

.....

Ergebnisse:

ARD Faktenfinder

.....

.....

CORRECTIV – Recherchen für die Gesellschaft

.....

.....

Mimikama

.....

.....

HOAXmap

.....

.....

Hoax-Liste der TU-Berlin

.....

.....

Snopes

.....

.....

Google Fact Check Explorer

.....

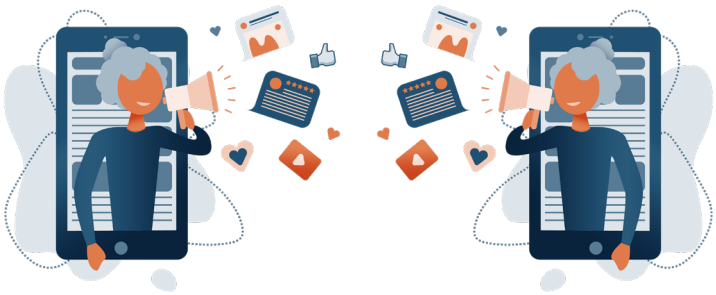
.....

dpa-Faktencheck

.....

.....

Anleitung Kurz-Debatte



Ablauf

Im Mittelpunkt der Debatte stehen zwei Teilnehmer*innen, die eine Pro- bzw. Contra-Position vertreten. Dabei geht es nicht darum, die persönliche Meinung darzustellen, sondern in einer Rolle zu argumentieren. In der **Eröffnungsrunde** beantwortet jede*r Teilnehmer*in in ca. einer Minute die Streitfrage aus ihrer*seiner Sicht. Die **Freie Aussprache** dauert ca. 2-3 Minuten. Hier werden weitere Argumente gebracht und miteinander abgeglichen. In der **Schlussrunde** hat jede*r Teilnehmer*in noch einmal ca. eine Minute Zeit, die Streitfrage ein zweites Mal zu beantworten: diesmal im Lichte all der Argumente, die sie*er gehört hat.

Vorbereitung der Positionen und Argumente:

Leitgedanken zur Eröffnungsrunde:

- Darstellung der Ausgangslage aus der jeweiligen Rollenposition
- Vorschläge für künftigen Umgang oder Lösung zum Debattenthema
- Abschlusssatz: »Ich bin für/gegen … .« »Ich finde es richtig/falsch, dass … .«

Leitgedanken zur Freien Aussprache:

- Übereinstimmungen oder Unterschiede in den jeweiligen Rollenpositionen
- Relevanz des Debattenthemas
- Darstellung der Wertegrundlagen der jeweiligen Rollenpositionen

Leitsätze zur Schlussrunde:

- »Neu war mir die Überlegung, dass … .«
- »Ich bleibe bei meiner Meinung … .« »Ich habe meine Meinung verändert … .«
- »Ich bin (immer noch) für/gegen … .«

Beispiel für ein Debattenthema:
Haben Influencer*innen Verantwortung in Bezug auf Desinformation?

Rollen:
Influencer*in und Follower*in

PRO	CONTRA
Beispiel: Influencer*innen sind Vorbilder und sollten deshalb auch Verantwortung in Bezug auf Desinformation übernehmen.	**Beispiel:** Das ist nicht die Aufgabe von Influencer*innen, sie stehen für Unterhaltung und Spaß.
Eröffnungsrunde	Eröffnungsrunde
Freie Aussprache	Freie Aussprache
Schlussrunde	Schlussrunde

Medien in die Schule

weitklick

Das Netzwerk für digitale
Medien- und Meinungsbildung