

++ FAKE NEWS +++ FAKE NEWS +++ FAKE NEWS

Inhalte Infoshop

- ▶ Merkmale *Fake News* **Begriff**
- ▶ Übergänge und Abgrenzungen
- ▶ Einordnung und Relevanz **Zusammenhänge**
- ▶ gesellschaftlicher Kontext
- ▶ technisch-medialer Kontext
- ▶ Wirksamkeit
- ▶ Allgemeine Tipps **Gegenmaßnahmen**
- ▶ Selbsthilfe-Checkliste
- ▶ Materialien für den Unterricht

Merkmale 1

- ▶ *Fake News*: unscharfer Begriff, keine einheitliche Definition
- ▶ *Falschmeldung*: lässt nicht erkennen, ob Entstehung und Verbreitung absichtlich oder unabsichtlich ist
- ▶ *Fake News*: Anglizismus steht für gezielte Entstehung und Verbreitung
- ▶ Absicht hinter *Fake News*: Täuschung bzw. Manipulation
- ▶ Schwerpunkt Internet: zwei unterschiedliche Ziele der Manipulationsabsicht
- ▶ 1. Beeinflussung von Meinungen (Meinungsmanipulation):
 - ideelle (ideologische, politische) Ziele / Kampagne (emotional: Entsetzen auslösen, Ängste schüren, Hass verbreiten)
- ▶ 2. Beeinflussung des Klickverhaltens (Klick-Köder, Clickbaiting):
 - finanzielle Interessen / Computerviren verbreiten (Daten- / Cyberkriminalität)

Merkmale 2

Fake News...

- 🕒 **sind frei erfundene Inhalte und Gerüchte**
- 🕒 in einem fließenden Übergang: **Verfälschungen von Details, Teilwahrheiten**, die **tendenziöse Umdeutung** unstrittiger Fakten
- 🕒 werden **als Tatsachen dargestellt**, sind aber **Behauptungen** (faktisch nicht zu belegen)
- 🕒 funktionieren über Emotionen / oft irrational, unsachlich, von Skandalisierung, Sensationalismus, Überraschungseffekten geprägt
- 🕒 auch geschickt gestaltet / wirken täuschend echt bzw. stimmig (so dass sie schwer zu entlarven sind)
- 🕒 haben i.d.R. einen aktuellen Bezug / sprechen möglichst viele Menschen oder eine bestimmte Zielgruppe an (Echokammer)

Übergänge und Abgrenzungen

- 🕒 **Spaßmeldungen:** unterhaltsame, entlarvende, aufklärerische Absicht / bleiben i.d.R. durch ihre Rahmung erkennbar (z.B. 1. April, Angebotsformate)
- 🕒 **Propaganda:** systematische ideologische Beeinflussung / nicht immer das Ziel von *Fake News* / Kontext politisch-ideologischer Kampagnen ist möglich
- 🕒 **versehentliche Falschmeldungen** bzw. **vorschnelle Meldungen:** stellen sich als falsch heraus (z.B. „Terrorwarnungen“ bei Live-Berichterstattung)
- 🕒 **Kontrast: Nachrichten im herkömmlichen Sinn – direkte, kompakte, möglichst objektive, faire und verständliche Informationen über neue Tatsachen bzw. Ereignisse**

📍 [medien-in-die-schule.de](http://www.medien-in-die-schule.de): Nachrichtensendungen verstehen und selbst erstellen:

<http://www.medien-in-die-schule.de/unterrichtseinheiten/nachrichtensendungen-verstehen-und-selbst-erstellen/>

Einordnung und Relevanz

- 🕒 **Fake News sind kein neues Problem** – schon immer notwendig:
 - **Bewertung** von Medieninhalten hinsichtlich ihrer Absicht
 - **Hinterfragen** des Wahrheitsgehaltes
- 🕒 **Kontexte:** Medienkompetenz; **Informationskompetenz:** laut UNESCO „**die Fähigkeit, gewünschte Informationen zu finden, sie kritisch zu bewerten, auf ihren Nutzen zu überprüfen und zu vermitteln**“

📌 Stiftung Medienpädagogik Bayern: Meinungsbildung im digitalen Informationszeitalter:

[https://www.medienfuehrerschein.bayern.de/Im-Informationsdschungel-](https://www.medienfuehrerschein.bayern.de/Im-Informationsdschungel-Meinungsbildungsprozesse-verstehen-und-hinterfragen.o972.html)

[Meinungsbildungsprozesse-verstehen-und-hinterfragen.o972.html](https://www.medienfuehrerschein.bayern.de/Im-Informationsdschungel-Meinungsbildungsprozesse-verstehen-und-hinterfragen.o972.html)

- 🕒 Kinder/Jugendliche: **Google, Facebook, YouTube, Wikipedia, WhatsApp, Instagram** → **journalistische Qualitätsstandards?**
- 🕒 **Gefahr:** Desinformation → Vorurteile und Fehlverhalten

gesellschaftlicher Kontext

- 🕒 **Alternative Fakten:** das Vortragen und Beharren auf einer Aussage, die offensichtlich falsch ist / verschleiernde Umschreibung für die Verbreitung von Unwahrheiten / getrieben vom Wunschenken des Urhebers
- 🕒 **postfaktische Politik/Demokratie:** nicht Tatsachen und Beweise, sondern vorteilhaft erscheinende Narrative dienen als Grundlage der Meinungsbildung / Tatsachen und Belege haben ihre Autorität verloren
- 🕒 **Misstrauen gegen etablierte Medien:** *Fake News* als „Kampfbegriff“ von gegensätzlichen politischen Lagern / „Lügenpresse“, Angriffe auf Journalisten / Bedrohung der Meinungs- und Pressefreiheit
- 🕒 **Hate Speech** (dt. Hassrede): Herabsetzung, Verunglimpfung von Andersdenkenden, Bedrohungen, Aufruf zu Gewalthandlungen / in Sprache und Bild / zumeist im Internet, anonym in Sozialen Netzwerken, Foren, Messenger-Diensten, Kommentaren

technisch-medialer Kontext

- 🔘 **Omnipräsenz:**
 - **in allen Medien:** Print, Fernsehen, Internet, Radio
 - **in allen Medienformen:** Text, Foto, Video, Audio
 - **keine Medienpausen:** Klima der medialen Atemlosigkeit
- 🔘 **besonders geeignet – das Internet:** einzelne Beiträge, ganze Portale bzw. Anbieter (z.B. Breitbart), Profile in Sozialen Netzwerken, Blogs, Mikroblogging-Dienste (z.B. Twitter), Foren, Chats, Kommunikations-Apps
- 🔘 **Social Bots:** automatisiert, Computerprogramme bzw. von Computern erzeugte künstliche **Identitäten** / simulieren menschliche Kommunikation / täuschen „echte“ User vor / Daten auslesen, auswerten, autonom agieren
- 🔘 **Filterblase/Echokammer:** insbes. in sozialen Netzwerken / Inhalte werden durch Nutzungsverhalten vorbestimmt / Algorithmen personalisieren das Angebot einseitig / Vielfalt **wird** eingeschränkt

- 🔘 Das tatsächliche Gefährdungs- oder Risikopotential von *Fake News* sollte weder übertrieben noch verharmlost werden.
- 🔘 Es wäre selber eine *Fake News*, deren allumfassende Wirksamkeit zu behaupten.

Gegenmaßnahmen

Allgemeine Tipps 1

- 🔘 Informationen, Nachrichten und auch *Fake News* sind ein **Geschäft** / inzwischen kann jede/r mitmachen (user-generated content)
- 🔘 Förderung einer kritischen Haltung gegenüber Medieninhalten – Leitspruch: **Erst denken und prüfen – dann liken und teilen.**
- 🔘 Förderung der Bereitschaft **zur Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Meinungen**
- 🔘 Förderung des **Vertrauens in die Medienvielfalt** – Information und Meinungsbildung über mehr Anbieter als nur über Soziale Netzwerke
- 🔘 Förderung des **Informations- und Meinungsaustausches mit Personen** des Vertrauens (Eltern, Freunde, Geschwister, Lehrkräfte)
- 🔘 (Wie) Funktionieren die neuen „**Faktencheck-Label**“ bei **Facebook** und **Google**?

(Recherchebüro Correctiv: www.correctiv.org)

Tipps 2: Angebote im Internet

- 🕒 <http://hoaxmap.org> – Eine aufschlussreiche *Fake News*-Sammlung
 - 🕒 <http://faktenfinder.tagesschau.de> – Ein Informationsportal der ARD
 - 🕒 <http://www.mimikama.at> – Ein Verein zur Aufklärung über Falschmeldungen und zur Förderung von Medienkompetenz
- Facebook: Zuerst denken – dann klicken: <https://www.facebook.com/zddk.eu/>

Tipps 3: Selbsthilfe-Checkliste (Text, Foto, Video)

- 🕒 „Kann das wahr sein?“ – Klingen **Überschriften/Schlagzeilen/der Beitrag glaubwürdig** oder **übertrieben/reißerisch** und unwahrscheinlich?
- 🕒 Kann der Beitrag als **Witz**, als **Satire** gemeint sein?
- 🕒 **Äußerungen**: Werden **ohne Belege** (emotionale) **Behauptungen** und **Verallgemeinerungen** bis hin zu **Beleidigungen** geäußert? Oder werden (sachliche) **überprüfbare Argumente** mit **Fakten** angeführt?
- 🕒 Werden die Inhalte mit **nachprüfbaren Quellen** belegt?
- 🕒 Sind **Inhalt, Grammatik, Wortwahl** und **Satzbau korrekt/schlüssig/strukturiert** oder **fehlerhaft/schwer verständlich**? (auch: Ausrufungszeichen!!!)
- 🕒 Könnte eine digitale **Bild-/Videofälschung** (statt **Bildoptimierung**) vorliegen?
- 🕒 Überprüfung des **Datums** bzw. der **Aktualität** des Beitrags (Bilder-Rückwärtssuche <https://images.google.de/>, Textpassagen-Suche per Suchmaschine)
- 🕒 Wie bekannt/seriös sind **Medienangebot** und **Autor/in**? (Impressum?)

Tipps 4: Materialien für den Unterricht

① **Eine Grafik zum Einstieg:** The International Federation of Library Associations and Institutions IFLA (IFLA - Der Internationale Verband der Bibliotheksverbände und -institutionen): https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/info-society/images/german_-_how_to_spot_fake_news.pdf

① **Unterrichtseinheit PDF:** Klicksafe.de – Fakt oder Fake? Wie man Falschmeldungen im Internet entlarven kann: <http://www.klicksafe.de/service/schule-und-unterricht/klicksafe-to-go/>

① **Unterrichtseinheit multimedial mit Einführungsfilm:** Bayerischer Rundfunk – [br.de/sogehmedien](http://www.br.de/sogehmedien) – Fake News im Netz erkennen: <http://www.br.de/sogehmedien/stimmt-das/luegen-erkennen/unterrichtsmaterial-un-wahrheiten-luegen-erkennen-100.html>

① **Fake News im Unterricht selbst erstellen:**

Video1: <http://www.tivi.de/mediathek/logo-886354/fake-news-als-thema-im-unterricht-2903082/>

Video 2: <http://www.ardmediathek.de/tv/Mittagsmagazin/Fake-News-Medienkompetenz-für-Schüler-s/Das-Erste/Video?bcastId=314636&documentId=40128454>

① **„Fake News-Bingo“** – saferinternet.at: <https://www.saferinternet.at/news/news-detail/article/fake-news-bingo-was-ist-wahr-und-was-ist-ein-fake-638/>

① **Fake News Check (App)**

<https://www.neue-wege-des-lernens.de/projekte/fake-news-check/>

<https://www.swr3.de/aktuell/nachrichten/Was-kann-die-App-gegen-Fake-News/-/id=47428/did=4438894/qps6py/index.html>

Links:

Übersicht virale Fake News: <http://www.giga.de/unternehmen/facebook/news/top-10-das-waren-2016-die-viralsten-fake-news-auf-facebook/>

Beispiel April-Scherz: <http://www.berliner-zeitung.de/berlin/verkehr/sofortmassnahme-bvg-baut-aus-u-bahnen-die-sitzbaenke-aus-26291004>

Beispiel historische Fake News: <http://www.georg-elsler-arbeitskreis.de/texts/vb19391122.htm>

Beispiel Alternative Fakten: https://www.tagesschau.de/multimedia/bilder/amtseinfuehrung-trump-141~_origin-e30f2df0-1e86-4450-8580-ad3051713fe7.html

Beispiel BVB/AfD: <http://uebermedien.de/14759/was-die-afd-ueber-den-bvb-anschlag-zu-wissen-meinte>