

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

iMedia 2018 Inhalte Infoshop

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

Begriff

Merkmale 1/3 Bedeutungsfelder

- ▶ Fake News: unscharfer Begriff, keine einheitliche Definition in der öffentlichen Diskussion
- ▶ Bedeutungsfeld 1: **Kampfbegriff**
Diffamierung von etablierten Medien und Journalisten
(systemische Makro-Ebene)
- ▶ Bedeutungsfeld 2: **Desinformation**
(individuelle Mikro-Ebene)

Merkmale 2/3 Alltagserfahrungen

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** (Ängste, Ungerechtigkeit) / oft **irrational, unsachlich**, von **Skandalisierung, Sensationalismus, Überraschungseffekten** geprägt (schon immer: Nähe zu Boulevardmedien)
- ▶ z. T. 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)

Merkmale 3/3 Kernpunkte

- ▶ **Übersetzungen:** „Falschmeldung“ – lässt nicht erkennen, ob Entstehung und Verbreitung absichtlich oder unabsichtlich geschieht
→ „gefälschte Nachrichten“ / **gefälschte** Informationen
- ▶ **Herkunft:** gezielte Entstehung und Verbreitung
- ▶ **mit Absicht:** Täuschung bzw. Manipulation
- ▶ **Ziele** (Schwerpunkt Internet):

1. Beeinflussung von Meinungen (Meinungsmanipulation):

individuelle/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)

Übergänge und Abgrenzungen 1-3

- 🕒 **Spaßmeldungen:** unterhaltsame, entlarvende, aufklärerische Absicht / bleiben i.d.R. durch ihre Rahmung erkennbar (z. B. 1. April, Angebotsformate) (<https://www.tagesspiegel.de/berlin/luxurioeser-nahverkehr-in-berlin-bvg-und-s-bahn-sollen-erste-klasse-abteile-bekommen/21131946.html>)
- 🕒 **Propaganda:** systematische ideologische Beeinflussung / nicht immer das Ziel von *Fake News* / Kontext politisch-ideologischer Kampagnen ist möglich (<http://www.georg-elser-arbeitskreis.de/texts/vb19391122.htm>)
- 🕒 **versehentliche Falschmeldungen bzw. vorschnelle Meldungen:** stellen sich als falsch heraus (z.B. „Terrorwarnungen“ bei Live-Berichterstattung) (https://www.t-online.de/regionales/id_81673940/schorndorf-krawalle-und-sexuelle-uebergriffe-bei-volksfest.html?ml-d)

Definition und Kontext

- 🕒 **Fake News** sind
 - gezielt erstellte und verbreitete, falsche oder irreführende Informationen (Nachrichten), die jemandem (Person, Gruppe, Organisation) Schaden zufügen sollen.** (Quelle: nach Sängler/Meier/Rühl: Fakten statt Fakes, 2018)
 - in allen Mediengattungen: Print, Fernsehen, Radio, Internet
 - in allen Medienformen: Text, Foto, Video, Audio
- 📍 einfache Ansätze für den Unterricht: duden.de, bpb.de – Das junge Politik-Lexikon
- 🕒 **Kontext/Kontrast: Nachrichten im eigentlichen Sinn** – direkte, kompakte, möglichst objektive, fundierte, faire und verständliche Informationen über neue Tatsachen bzw. Ereignisse (Quellen: Schneider/Raue 1996, Schwiesau/Ohler 2003)
- 📍 medien-in-die-schule.de: [Themenfeld Nachrichten im Unterricht](http://www.medien-in-die-schule.de/unterrichtseinheiten/nachrichtensendungen-verstehen-und-selbst-erstellen/): Nachrichtensendungen verstehen und selbst erstellen (<http://www.medien-in-die-schule.de/unterrichtseinheiten/nachrichtensendungen-verstehen-und-selbst-erstellen/>)

Zwischenfazit – Was Fake News sind und was nicht

siehe Tabelle in Sängler/Meier/Rühl: Fakten statt Fakes, 2018, S. 11: www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf

Zusammenhänge

Einordnung und Relevanz

- 🕒 *Fake News* sind **kein neues Problem** – schon immer notwendig:
 - **Bewertung** von Medieninhalten hinsichtlich ihrer Absicht/Ziele
 - **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-Informationdschungel-Meinungsbildungsprozesse-verstehen-und-hinterfragen.o972.html)
(<https://www.medienfuehrerschein.bayern.de/Im-Informationdschungel-Meinungsbildungsprozesse-verstehen-und-hinterfragen.o972.html>)

- 🕒 **Informations-/Nachrichtenquellen für Kinder/Jugendliche:** weiterhin TV (52 %), Radio (50 %), Zeitung (19 %), aber auch **YouTube, WhatsApp, Instagram, Snapchat, Facebook, Google, Twitter, Wikipedia** (Quelle: [JIM-Studie 2017](#))
 - **journalistische Qualitätsstandards?** („Gatekeeper“)
- 🕒 **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 Wunschdenken der Urheber und der Adressatengruppe
- 🕒 **postfaktische Politik/Demokratie:** nicht Tatsachen und Beweise, sondern vorteilhaft erscheinende Narrative dienen als Grundlage der Meinungsbildung / Tatsachen und Belege verlieren ihre Autorität
- 🕒 **Misstrauen gegen etablierte Medien:** *Fake News* als „Kampfbegriff“ von gegensätzlichen politischen Lagern / „Lügenpresse“ („Lückenpresse“), Angriffe auf Journalisten / Bedrohung der Meinungs- und Pressefreiheit
- 🕒 **Hate Speech** (dt. Hassrede): Herabsetzung, Verunglimpfung von Andersdenkenden, Bedrohungen, Aufruf zu Gewalttaten / in Sprache und Bild / zumeist im Internet, anonym in Sozialen Netzwerken, Foren, Messenger-Diensten, Kommentaren / als Teil oder im Kontext von *Fake News* (Kommentare) / machen diese Verhaltensweisen „Salonfähig“

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 / Filterblase abgedichtet gegen anders gerichtete Informationen / Echokammer gleichgesinnter Personen

Wirksamkeit

Fake News sind wahrscheinlich dann am wirksamsten, wenn sie...

- 🕒 **Vorerfahrungen und Vorurteile bestätigen;** besonders anfällig: sozial isolierte Menschen („Außenseiter“) / auch für Verschwörungstheorien
- 🕒 **einfache Erklärungen** / eine **einfache Weltsicht** anbieten; sie erleichtern vermeintlich die Orientierung in einer immer komplexeren Welt
- 🕒 auf Personen treffen, die nur **wenige Informationsquellen** verwenden / **überdurchschnittliche Internetnutzung** (Soziale Medien/Facebook)
- 🕒 häufig **wiederholt** werden / **nicht frühzeitig widerlegt** werden
- 🕒 auf **unerfahrene Mediennutzer/innen** treffen: Kinder und Jugendliche / befinden sich in einem Dilemma: Inhalte des am liebsten genutzten Mediums → zugleich die potenziell am wenigsten vertrauensvollsten → müssen lernen, permanent Inhalte zu hinterfragen
- 🕒 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 1/3

- ▶ **Bewusstsein für Ausgangssituation schaffen:** 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)

Tipps 2/3: allgemeine Angebote im Internet

- ▶ <http://hoaxmap.org> – Neues aus der Gerüchteküche
eine aufschlussreiche, privat gepflegte *Fake News*-Sammlung zur „Flüchtlingskrise“ ab 2015
- ▶ <http://faktenfinder.tagesschau.de> – ein Informationsportal der ARD
- ▶ <http://www.mimikama.at> – ein Verein zur Aufklärung über Falschmeldungen und zur Förderung von Medienkompetenz / auch bei Facebook: [Zuerst denken – dann klicken](https://www.facebook.com/zddk.eu/) (<https://www.facebook.com/zddk.eu/>)
- ▶ Umgekehrte Bildersuche: Google <https://www.google.de/imghp?hl=de>

Tipps 3/3: Angebote im Internet für Jüngere

- ▶ <http://www.fakefilter.de> – ein interaktives Informationsangebot (bbp)
- ▶ <https://swrfakefinder.de> ein Browserspiel zum Mitmachen (SWR)
- ▶ **Fake News Check** (App) eine Lernapp zur Sensibilisierung (Neue Wege des Lernens e. V.) (z. B. <https://play.google.com/store/apps/details?id=de.nwdl.fakenews&hl=de>)

Selbsthilfe-Checkliste (Text, Foto, Video, Audio)

- 🕒 „Kann das wahr sein?“ – Klingen **Überschriften/Schlagzeilen/der Beitrag glaubwürdig** oder **übertrieben/reiBerisch** 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, Textpassagen-Suche per Suchmaschine)
- 🕒 Wie bekannt/seriös sind **Medienangebot** und **Autor/in**? (Impressum?)

Materialien für den Unterricht

- 📌 **Grafik zum Einstieg**: Fake News erkennen. (The International Federation of Library Associations and Institutions, IFLA) (https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/info-society/images/german_-_how_to_spot_fake_news.pdf)
- 📌 **Unterrichtseinheit PDF**: Fakt oder Fake? Wie man Falschmeldungen im Internet entlarven kann. (klicksafe.de)(https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_Allgemein/ks_to_go_Fakt_oder_Fake.pdf)
- 📌 **Unterrichtseinheit multimedial mit Einführungsfilm**: Fake News im Netz erkennen. (ARD & ZDF) (<http://www.br.de/sogehmediem/stimmt-das/luegen-erkennen/unterrichtsmaterial-un-wahrheiten-luegen-erkennen-100.html>)
- 📌 **Unterrichtseinheiten mit Arbeitsblättern**: Fake News und Social Bots im digitalen Zeitalter (Niedersächsisches Kultusministerium) (<http://www2.nibis.de/nibis.php?menid=9892>)
- 📌 **Unterrichtsmaterial**: Lügenpresse? (Sächsische Landeszentrale für politische Bildung) (<http://wtf.slpb.de>, siehe Punkt „Lügenpresse?“)

Links

Beispiele Text:

https://twitter.com/IM_NRW/status/897568843039731712

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

Beispiele Fotos:

<https://www.welt.de/kultur/history/article13794477/Wie-Stalin-und-Ulbricht-Fotos-retuschieren-liessen.html>

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/peinliche-fotomontage-mubarak-der-vorgeschobene-praesident-a-717867.html>

<http://www.spiegel.de/fotostrecke/docma-fotowettbewerb-foto-trickser-basteln-zebraesel-fotostrecke-47689.html>

<http://www.nibis.de/uploads/1chaplin/Bilderliste.pdf>

Überprüfung Fotos: Umgekehrte Bildersuche über Google: <https://www.google.de/imghp?hl=de>

Beispiele Video:

<https://www.facebook.com/tagesschau/videos/10156423475594407/>

<https://www.youtube.com/watch?v=cQ54GDm1eL0>

Verifizierung von Videos: First Draft <https://de.firstdraftnews.org/visuelle-kurzanleitung-zur-verifizierungvon-videos/>

Hintergrund: <https://www.youtube.com/watch?v=ohmajJTcpNk>

📌 Link-Sammlung: www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/medienpaedagogik/243064/fake-news

📌 Video: Wie gefährlich sind Fakes im Netz? www.youtube.com/watch?v=HG3en_sBpes

📌 Video: Wie entlarve ich Fake News? www.youtube.com/watch?v=K7xAjvPjgYI&sns=fb

📌 Video: "Fake News"-Macher packt aus.

<https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/medienpolitik/Fake-News-Macher-packt-aus-klagemauertv100.html>

📌 Studie: Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017. www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf

📌 Beispiel Checkliste:

<http://li.hamburg.de/contentblob/3461588/aeeb63b90b0c1ca82dbb0737d318392c/data/pdf-internetquellen-bewerten-in-der-profiloberstufe.pdf;jsessionid=53AB7781D9D4D93381F384019A35F52D.liveWorker2>