

Alexander Preisinger

Digitale Nachrichten zwischen Fakt und Fake

Bezug zum Informationsteil	Steve Kenner und Dirk Lange: Digital Citizenship Education Georg Lauss: Mediendemokratie
Zielgruppe/Alter	Sekundarstufe I, ab der 8. Schulstufe
Lehrplanbezug	Modul 9 (Politische Bildung): Medien und politische Kommunikation
Thematische Konkretisierung	<ul style="list-style-type: none">▶ Öffentlichkeit als zentralen Ort der politischen Kommunikation analysieren▶ Die Vor- und Nachteile der Mediendemokratie erörtern, die mediale Umsetzung von politischen Ideen und Informationen sowie die Inszenierung von Politik analysieren▶ Die Bedeutung der digitalen Medien in der politischen Kommunikation erläutern und bewerten
Kompetenzen	Politische Sachkompetenz, Politische Handlungskompetenz, Politische Urteilskompetenz
Kompetenzkonkretisierungen	Arbeiten mit politischen Medien (Analyse von medial vermittelten Informationen)
Basiskonzept	Handlungsspielräume
Zentrale Fragestellungen	<ul style="list-style-type: none">▶ Was sind Fake News und welche politischen und wirtschaftlichen Interessen stehen mit ihnen im Zusammenhang?▶ Wie verändern Fake News das politische Geschehen?▶ In welchem Zusammenhang stehen Fake News mit weiteren gesellschaftspolitischen und technologischen Entwicklungen (Clickbaiting, Google, Echokammer, Neue Rechte)?
Dauer	2–4 Unterrichtseinheiten
Informationen als Fake News erkennen können	<p>Annäherung an das Thema</p> <p>„You are fake news!“, warf der US-amerikanische Präsident Donald Trump einer Vertreterin des Nachrichtensenders CNN bei seiner ersten Pressekonferenz vor. Trump, dessen Wahlkampfteam nachweislich Lügen über Hillary Clinton verbreitete, hat dem Kampfbegriff der Falschmeldung (Fake News) zur umfassenden Popularität verholfen. Dass 59 % der Jugendlichen zwischen 14 und 18 ihre Informationen zu tagesaktuellen Themen hauptsächlich über Soziale Netzwerke beziehen (Studie von jugendkultur.at aus 2017) und damit genau jenen Fake News ausgesetzt sind, zeigt wie wichtig das Thema für die Politische Bildung ist.</p>

Gemeinsam mit Entwicklungen wie jenen des Vorwurfs der „Lügenpresse“, der Entstehung „alternativer“ Nachrichten sowie der gezielten Steuerung von Nachrichteninhalten im Internet (Echokammer, social bots) tritt ein komplexer Problemzusammenhang zutage, der gegenwärtig ein „postfaktisches“ Zeitalter einzuläuten scheint.

Medienwandel im Zeitalter von Web 2.0 Medien-, Meinungs- und Pressefreiheit sind wichtig für eine hohe Demokratiequalität: Massenmedien lenken den Fokus der Öffentlichkeit auf bestimmte Themen (Agenda Setting), sie stellen die Transparenz politischen Handelns sicher, sie sind essenziell für die Meinungsbildung und geben der Politik die Möglichkeit, ihre Themen bekannt zu machen, aber auch die öffentliche Meinung wahrzunehmen. Als „vierte Macht“ kontrollieren und kritisieren sie politisches Handeln.

Seit dem Internet hat sich die Berichterstattung, die sich bis dahin vorwiegend als Einwegkanal charakterisierte, gewandelt: Soziale Netzwerke und Medien wie YouTube, Facebook, Twitter etc. sowie technische Kanäle wie Smartphones, Tablets usw., ermöglichen heute faktisch allen, sowohl RezipientInnen als auch ProduzentInnen von Nachrichten zu sein. Diese Nachrichten werden in Sekundenschnelle weltweit verbreitet, geteilt und kommentiert. Von den Zugriffszahlen, die heutige Nachrichten so erreichen, können traditionelle Offline-Medien nur träumen. Demokratiepoltisch sind diese partizipatorischen Möglichkeiten zunächst zu begrüßen, allerdings wird sich die Gesellschaft gerade in den letzten Jahren der problematischen Konsequenzen dieser neuen Medien- und Nachrichtenkultur bewusst.

Fake News als komplexer Problemzusammenhang Falschmeldungen finden über die Sozialen Medien einen niederschweligen Distributionskanal, über den sie kursieren, rasch geteilt und weiterverbreitet werden können. Vielfach sprechen sie vor allem Emotionen an, ihr Nachrichtenwert ist hingegen meistens gering – sie sind den Lesegewohnheiten, wie sie auf Sozialen Medien vorherrschen, angepasst. Problematisch an ihnen ist vor allem, dass sie gezielt in Umlauf gebracht werden, um etwa Personen und Ansichten oder Interessen anderer zu diffamieren. Sie inszenieren sich gezielt als seriöse Nachrichten oder treten mit diesen ganz explizit in Konkurrenz.

Mehr Klicks – mehr Werbeeinnahmen Den Geschäftsinteressen der Sozialen Medien kommen diese Falschmeldungen entgegen: Was aufregt, bringt „Likes“, „Klicks“ und Werbeeinnahmen. Je höher das Konflikt- und damit das Verbreitungspotenzial desto besser für das Geschäftsmodell von Facebook, Google und Co. Allein in den ersten drei Quartalen 2017 machte Facebook einen Gewinn von fünf Milliarden Dollar, der vorwiegend auf Werbeeinnahmen zurückgeht.¹ Ganz abgesehen davon sind Falschmeldungen und ihre wirtschaftliche Verwertung demokratiepoltisch bedenklich, verändern sie doch die Wahrnehmung der UserInnen: Meinungen werden gezielt durch gekaufte Werbung und nachweislich falsche Beiträge gesteuert. Facebook-Profile lassen sich in Massen kaufen, gesteuert werden sie durch „social bots“. Dies sind Programme, die automatische Kommentare zu bestimmten Themen abgeben. Über sogenannte Phantomgruppen werden Fake News produziert, durch bots kommentiert und dadurch (scheinbar) populär gemacht. Falschnachrichten machen sich damit selbst wahr: Je öfters eine Nachricht geteilt, geliked und kommentiert wird, als desto „wahrer“ wird sie empfunden. Durch die „Filterblase“ gesteuert, verbreiten sie sich noch schneller: Anhand von Vergangenheitsdaten wählen die Algorithmen von Amazon, Google oder Facebook das für die UserInnen aus, was sie interessieren könnte. Im Sog der politisch beabsichtigen, immer gleichen tendenziösen Nachrichten entstehen damit Meinungsblasen, die ein verzerrtes Bild der Wirklichkeit liefern. Falschnachrichten sind insofern nur schwer zu verhindern, weil es Zeit und Geld kostet, sie zu widerlegen. Seiten wie Mimikama oder Correctiv überprüfen vereinzelte Meldungen, können aber längst nicht alle überblicken.

Filterblasen

Parallel und ergänzend zu Filterblase und Fake News verläuft der Lügenpresse-Vorwurf, der auch unter „Systempresse“ firmiert: Beide Begriffe sind auch historisch belastet, sie bezeichnen den Vertrauensverlust in die traditionellen Medien. GegnerInnen meinen, traditionelle Medien seien politisch oder ideologisch motiviert, informierten die Öffentlichkeit gezielt falsch und verheimlichten die „Wahrheit“. Die Etablierung

und der Aufstieg der Neuen Rechten in Deutschland, etwa der Pegida-Bewegung oder der Partei „Alternative für Deutschland“ (AfD), verlief parallel zur Lügenpresse-Kritik, gibt es doch viele ideologische aber auch personelle Schnittpunkte.

Methodisch-didaktische Hinweise

Im ersten Unterrichtsbaustein geht es darum, dass SchülerInnen bewusst Fake News konsumieren und als solche erkennen können. Im zweiten Baustein geht es dann darum, den Unterschied zwischen qualitativ hochwertigen Nachrichten und den auf Klickraten ausgelegten Skandalartikeln zu erkennen. Mittels Qualitätskriterien, wie sie etwa Mimikama und andere Seiten zur Verfügung stellen, werden Fake-News-Websites klassifiziert. Der dritte Baustein verortet nun Fake News im größeren Zusammenhang: Echokammer, Clickbaiting, Algorithmen, die Rolle von Google etc. sind allesamt Teil eines wesentlich komplexeren Problemzusammenhangs, der in diesem Abschnitt erarbeitet wird. Abgeschlossen werden kann die Sequenz mit einer Podiumsdiskussion, die die zuvor behandelten Themen noch einmal miteinander vernetzt und wiederholt. Das Spiel „Fake it and make it“ lässt die SpielerInnen zudem selber zu Fake-News-ProduzentInnen werden.

UNTERRICHTSBAUSTEIN 1: Fake News wahrnehmen

Die Allgegenwart
von Fake News
erfahren

Zunächst geht es darum, die SchülerInnen für das Phänomen zu gewinnen. Fake News sind sehr lebensnah: Mit Sicherheit hatte die Mehrzahl der SchülerInnen schon damit Erfahrungen gemacht – vermutlich ohne davon zu wissen. Die Angebote der Einführung sollen einen überraschenden und vielleicht auch provokanten Einstieg bieten. Sie sollen dazu anleiten, das eigene Verhalten im Kontext von Jugendstudien zu reflektieren und sich mit Fake News bzw. deren Widerlegungen gezielt auseinanderzusetzen. Generell bietet es sich für die komplette Sequenz an, den SchülerInnen Computer zur Verfügung zu stellen.

Fake News
recherchieren
und widerlegen

Einleitung: Mahashta Murasi – ein Mann mit 179 Jahren

Der erste Einstieg in die Thematik soll ein lebensnaher, überraschender und provokanter sein: Mahashta Murasi wurde angeblich 1835 geboren und hätte im Jahr 2014 noch immer gelebt. Die Lehrperson kann eine der entsprechenden Internetseiten, sogar vielfach mit Bild, als Beweis aufrufen. Tatsächlich handelt es sich um einen gut dokumentierten Hoax.² Die Lehrperson soll zunächst einige der Artikel präsentieren und versuchen, die SchülerInnen von der Richtigkeit dieses medial vermittelten Fakts zu überzeugen. Je nach Verlauf des Unterrichtsgeschehens kann die Lehrperson dann die Falschmeldung aufdecken oder durch Recherchen der SchülerInnen überprüfen lassen. Weitere Falschmeldungen können im Internet recherchiert werden (Chemtrails, Spritzen im öffentlichen Raum, Facebook-AGBs, Kinderentführung in Lieferwägen).

Arbeitsauftrag 1:

1. *Mahashta Murasi ist der älteste Mann der Welt, wie in folgendem Artikel zu lesen ist (<http://www.heftig.de/murasi/>). Lies den Artikel aufmerksam.*
2. *Betrachte nun die Website, sieh dir das Impressum an. Was fällt dir bei der grafischen Gestaltung der Seite und der inhaltlichen Umsetzung des Artikels auf?*
3. *Recherchiere weiter zu Mahashta Murasi – handelt es sich tatsächlich um eine Meldung mit Wahrheitswert?*

Den eigenen
Gebrauch von
Nachrichten
im Internet
reflektieren

Nachrichtenkonsum von Jugendlichen

Auf der Seite des Instituts für Jugendkultur³ oder der Shell-Jugendstudie⁴ (für Deutschland) finden sich immer wieder Studien und Kommentare zum Umgang der Jugendlichen mit dem Internet. Ein in Arbeitsgruppen aufgeteilter Rechercheauftrag bietet sich hierzu an. Die Ergebnisse könnten etwa per Klassenzimmerausstellung oder einer

sehr kurzen PowerPoint-Präsentation vorgestellt werden. (Jede Gruppe hat genau eine Folie und etwa drei bis fünf Minuten Präsentationszeit.)

Umfragetools Ausgehend von diesen Jugendstudien kann mit mentimeter.com oder tevalo.at oder anderen Umfragetools eine Klassen-/Schulumfrage gestaltet werden, die das Verhalten der KlassenkollegInnen abfragt und mit den Studien verglichen werden kann. Am Ende dieser Einheit soll der Zusammenhang zwischen dem Medienkonsum Jugendlicher, der vielfach nur noch über das Internet stattfindet und der Einflussnahme durch Fake News hergestellt werden.

Arbeitsauftrag 2:

1. *Recherchiert auf Seiten des Instituts für Jugendkultur (<https://jugendkultur.at/>) oder der Shell-Jugendstudie (<http://www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie.html>; für Deutschland) zum Thema Medienkonsum von Jugendlichen. Erstellt eine ähnliche Studie zum Verhalten eurer Klasse per mentimeter.com oder tevalo.at und vergleicht und diskutiert die Ergebnisse mit den Studien.*

UNTERRICHTSBAUSTEIN 2: Fake News erkennen und widerlegen

**Hoax-Samm-
lungen und
Qualitätskriterien
von Nachrichten**

Den Nachrichtenwert von Meldungen feststellen

Die SchülerInnen sollen sich nun Falschmeldungen gezielt ansehen und Kriterien zur Überprüfung von Websites entwickeln.

Arbeitsauftrag 3:

Teilt euch in 2er-Teams auf. Bearbeitet zunächst folgende Aufgaben alleine (1,2) und dann gemeinsam (3):

1. *Einige Seiten haben sich der Dokumentation, Auswertung und Berichtigung von Falschmeldungen verschrieben. Besuche mehrere dieser Seiten und informiere dich darüber, wie Falschmeldungen sprachlich, optisch und inhaltlich arbeiten. Eine dieser Seiten ist Hoaxmap: Diese Seite sammelte in der Flüchtlingskrise 2015 Falschmeldungen über MigrantInnen und Asylsuchende in Deutschland und stellt sie auf einer Karte und nach Stichworten geordnet vor. (<http://hoaxmap.org/index.html>)*
2. *Seiten wie Mimikama (www.mimikama.at/category/featured/) oder Correctiv (<https://correctiv.org/>) sind darauf spezialisiert, Fake News gezielt als solche zu entlarven und Aufklärungsarbeit zu leisten. Sieh dir an, welche Ratschläge dort gegeben werden, um den Qualitätswert von Websites zu überprüfen.*
3. *Erstellt nun gemeinsam eine Checkliste zur Überprüfung des Wahrheitsgehalts und der Seriosität von Online-Quellen. Greift dazu auf Material von saferinternet.at, mimikama.at oder schule.at zu.*

Eigenschaften von Fake News und Fake-News-Websites:

1. Falschmeldungen fehlen meist Quellenangaben oder diese sind unseriös. Dies betrifft nicht nur Texte, sondern auch Abbildungen, die meistens aus einem anderen Kontext stammen und in den Text integriert wurden. Diese Fotos sind zumeist weder zeitlich noch räumlich zu lokalisieren. Die Bilder lassen sich leicht überprüfen: Speichert man sie ab und ladet man sie auf Plattformen wie tineye.com oder images.google.com hoch, lassen sich die ursprünglichen Quellen der Bilder, etwa die Fotoplattform „iStock“, finden.
2. Bei den Texten überwiegt der emotionale Aspekt. Mittels Ruf- und Fragezeichen, übertriebenen Schilderungen und Adjektiven wird versucht, Emotionen und vielfach Ängste bei der LeserInnenschaft zu wecken. Selektiv werden bestimmte Infor-

mationen ausgewählt und in neue Kontexte gestellt. Eine Botschaft wird wiederholt, damit sie wahrgenommen, verstanden und gemerkt wird (Framing).

3. „Alternative Nachrichtenangebote“ weisen vielfach bewusst auf ihr alternatives Angebot hin und distanzieren sich gezielt von traditionellen AnbieterInnen, die als unseriös, tendenziös etc. diffamiert werden. Die eigene Faktenorientierung wird ins Zentrum gestellt (Faktensuggestion).
4. Außerdem folgen die Artikel vielfach einem klaren Freund-Feind-Schema, benennen Probleme und einfache Lösungen meistens sehr genau und sind insgesamt eindeutig tendenziös.
5. Oftmals fehlt diesen Seiten das Impressum, es ist unvollständig oder benennt bewusst nicht die Hintergründe und Verantwortlichen der Seite.
6. Die Seiten sind oftmals mit Beiträgen und Seiten ähnlichen Inhalts verknüpft. Auch die Werbung auf der Seite kann Auskunft über dessen Seriosität geben.

Websites
bewerten

Nachrichten analysieren

In diesem Teil gilt es jetzt, bekannte Fake-News-Websites gezielt aufzusuchen und diese mittels des zuvor erstellten Analyserasters zu entlarven.

Arbeitsauftrag 4:

Verwendet euren Analyseraster jetzt, um einige der folgenden Websites zu analysieren. Beurteilt die Seiten hinsichtlich ihres Informations- und Wahrheitsgehalts. Schreibt anschließend einen kurzen Bericht, in dem ihr eure Untersuchungskriterien und deren Bewertung hinsichtlich der Websites benennt. Wählt aus folgenden Seiten:

- ▶ www.heftig.de
- ▶ www.breitbart.com
- ▶ www.anonymousnews.ru
- ▶ www.compact-online.de
- ▶ info-direkt.eu
- ▶ derwaechter.net
- ▶ www.wien-konkret.at

UNTERRICHTSBAUSTEIN 3: Fake News im gesellschaftlichen Kontext

Fake News im
gesellschaftlichen
Kontext

Auswirkungen von Fake News: Fallanalysen

In dieser Sequenz sollen Fake News jetzt in einem breiteren gesellschaftlichen Kontext verortet werden. Im Plenum werden anschließend die wichtigsten Statements gesammelt.

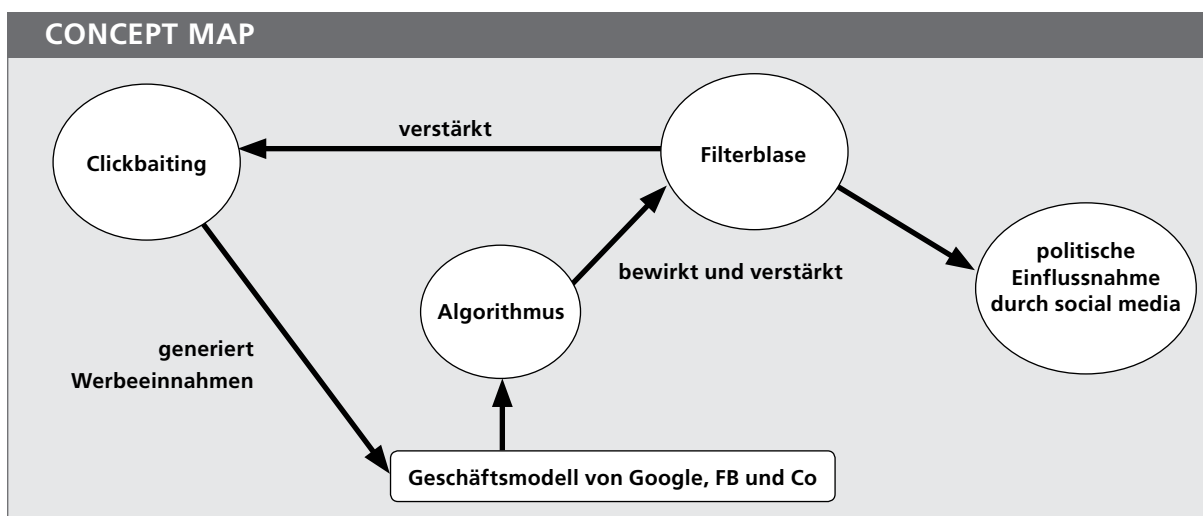
Arbeitsauftrag 5:

Bildet Gruppen zu je vier SchülerInnen. Ihr sollt, nachdem ihr Fake News erkennen könnt, zu ihren gesellschaftspolitischen Folgen recherchieren. Jeder von euch nimmt sich einen der folgenden Fälle und berichtet der Gruppe anschließend:

- ▶ Einfluss von Fake News im US-amerikanischen Wahlkampf 2017
- ▶ Der Umgang von Donald Trump mit den traditionellen Medien und seine eigene Medienpolitik (Twitter, Fake-News-Award, Lügenvorwurf der New York Times)
- ▶ Mazedonien als „Fake-News-Fabrik“
- ▶ Die Einflussnahme Russlands auf westliche Wahlkämpfe mittels Sozialer Medien und Agenturen (Russia Today, Sputnik News)

Mindmap mit zentralen Begriffen/Wissenslandkarte

Als Abschlussübung bietet sich eine Wissenslandkarte oder Concept Map an der Tafel an, die das komplexe Themenfeld Fake News noch einmal übersichtlich und in seiner Vernetzung darstellt. Die folgenden Begriffe werden dazu auf Kärtchen gedruckt. Die SchülerInnen sollen diese und weitere selbstgewählte Begriffe zunächst erklären und dann mit Pfeilen und Grafiken in Beziehung zueinander setzen, sodass eine Wissenslandkarte entsteht.



Arbeitsauftrag 6:

Nimm dir ein Kärtchen, das dich interessiert. Recherchiere zu dem Begriff und komme anschließend an die Tafel. Setze dort durch Pfeile und Grafiken deinen Begriff in Beziehung zu den anderen. Beschrifte diese Relationen.

THEMEN:

Fake News; Filterblase; Geschäftsmodell von Google, Facebook und Co; Clickbaiting; politische Einflussnahme durch Soziale Medien; Medienkonsum von Jugendlichen; Qualitätskriterien für Websites; Merkmale von unseriösem Journalismus; Maßnahmen gegen Desinformation; Institutionen gegen Desinformation

UNTERRICHTSBAUSTEIN 4: Podiumsdiskussion oder digitales Spiel

Abschlussübung:
Podiumsdiskussion

Podiumsdiskussion

Abschließend bietet sich eine Podiumsdiskussion an, bei der die SchülerInnen als Experten zu Wort kommen. Die SchülerInnen können ein eigenes Thema festlegen. Alternativ kann aus folgenden Vorschlägen gewählt werden, auch eine Kombination ist möglich:

- ▶ Was tun gegen Fake News?
- ▶ Fake News: ein Problem der Sozialen Medien?
- ▶ Nachrichten 2.0 – Fluch oder Segen?
- ▶ Algorithmen gegen Fake News?
- ▶ Vom automatischen Scannen bis zur UserInnen-Zensur – welche Maßnahmen gegen Fake News? ▶ Brauchen wir mehr digitale Bildung in den Schulen – wie soll diese aussehen?
- ▶ Fake-News-Abwehr: Zwischen Zensur und notwendiger Selbstkorrektur

Abschlussübung:
Fake it and make it

Fake News als digitales Spiel

Das digitale Browser-Game „Fake it and make it“ (www.fakeittomakeitgame.com/) ermöglicht es den SchülerInnen, selber eine Fake-News-Website zu betreiben und Werbeeinnahmen zu generieren. Das Spiel ist auf Englisch gehalten, jedoch sehr niederschwellig. Die SchülerInnen sollen das Spiel zunächst ausprobieren. Später können, ebenfalls als Podiumsdiskussion organisiert, Erfahrungen ausgetauscht werden.

1 https://kurier.at/wirtschaft/facebook-quartalsgewinn-stieg-auf-4-7-milliarden-dollar/295.665.561,27.06.2018 .	3 https://jugendkultur.at/ , 01.06.2018.
2 Siehe: https://de.wikipedia.org/wiki/Mahashta_Murasi ,	4 www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie.html , 01.06.2018.