Detect:
Enhancing Digital Citizenship

Methodenhandbuch für Lehrkräfte

Kofinanziert durch das Programm Erasmus+ der Europäischen Union

Impressum

Projektleitung

Dr. Sebastian Fischer
Institut für Didaktik der Demokratie
Leibniz Universität Hannover

Projektmanagement

Arne Schrader

Autoren

DETECT-Konsortium

Design

Mareike Heldt

Kofinanziert durch das Programm Erasmus+ der Europäischen Union

Copyright:

Alle Rechte vorbehalten. Der Inhalt der Publikation darf zu Bildungs- und anderen nichtkommerziellen Zwecken verwendet werden, unter der Bedingung, dass in jeder Reproduktion folgender Name als Quelle verwendet wird: «Erasmus+-Projekt DETECT».

Materialien sind auf der Homepage zu finden:
www.detect-erasmus.eu

Dieses Projekt wurde mit der Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Diese Publikation repräsentiert ausschließlich die Ansichten der Autoren. Für die Nutzung des Inhaltes kann die Kommission nicht verantwortlich gemacht werden. Projektnummer: 2018-1-DE03-KA201-047400

Konsortium

Leibniz Universität Hannover
Institut für Didaktik der Demokratie
Deutschland

GONG
Kroatien

Gimnazija Pula
Kroatien

Centre for European Refugees,
Migration and Ethnic Studies,
New Bulgarian University
Bulgarien

Center for Education and Qualification
Bulgarien

Demokratiezentrum Wien
Österreich

Inhalt

Beschreibung und Zweck der vorgestellten Aktivitäten 05
Lernziele 06
Zweck 08
Übungen 08
- Vorbereitungsaktivität 09
- Erste Übung: Begriffe begreifen: Das Who's Who der Online-Inhalte 09
- Zweite Übung: Ein Blick auf Stereotype und Sensationalismus 12
- Dritte Übung: Bilder und was sie mit unserer Wahrnehmung anstellen 14
- Vierte Übung: Micro-Targeting 17
- Fünfte Übung: Erfahrungsbasiertes Lernen mit Impulsen 18

Wikipedia – Mit Vorsicht zu genießen! 21
Referenzen 22

Stärkung des Denkens und der demokratischen Kompetenz

Unter dieser Überschrift finden Sie zusätzliche Informationsquellen und Empfehlungen für weitere Recherchen.

Beschreibung

Über die Jahre ist die Online-Welt zu einer umfassenden Informationsquelle für eine Vielzahl von Themen geworden: Von Nachrichten und aktuellen Geschehnissen über Kulturprodukte bis zu umfassendem Lernmaterial in nahezu allen Wissensgebieten von der Vorschule bis zur Doktorandenebene. Schnellerer Zugriff, größere Speicherkapazitäten und mehr Wissen einer stetig steigenden Zahl von Webautoren haben dazu beigetragen, dass eine größere Vielfalt von Inhalten online für die Öffentlichkeit sofort und von jedem Ort der Welt zugänglich ist,

Nicht alle Online-Inhalte sind jedoch vertrauenswürdig oder basieren auf vertrauenswürdigen Quellen. Tatsächlich haben sich einige Akteure das Potential der großen Menge von Online-Quellen zunutze gemacht und verwenden es, um einer breiten Öffentlichkeit Material zu präsentieren, das ausschließlich ihre eigene Agenda unterstützt. Problematisch ist dies, weil diese Agenda nicht unbedingt zum gesellschaftlichen Nutzen beiträgt, im Gegenteil. Im Online-Zeitalter ist es zunehmend einfacher geworden, Furcht, Unsicherheit und Zweifel hervorzurufen, um damit eigene politische, finanzielle oder andere Ziele zu verfolgen. Viele neue Tools werden dazu verwendet, um genau Handlungen dieser Art zu unterstützen.

Um manipulierte Online- Inhalte zu identifizieren, reicht es in der Regel nicht die Glaubwürdigkeit durch eigene Überlegungen einzuschätzen. Hierbei ist ein Prozess nötig, die eigenen Annahmen und deren Herkunft zu hinterfragen sowie die vielen gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Kräfte zu bedenken, die die Produktion von Online-Inhalten antreiben. Zudem ist die Identifizierung von gefälschten oder manipulierten Inhalten selbst ein technologiebasierter Vorgang, der von den digitalen Kompetenzen des/der Users*in abhängt. Die Quellen des Inhalts sollten zu ihren Ursprüngen verfolgt werden, um erneut zu bewerten und sich bewusst zu werden, wie der Inhalt überhaupt erst produziert oder manipuliert wurde. Der Zweck dieses Handbuchs ist es, Lehrer*innen die nötigen Schritte zur Verfügung zu stellen, um eine praxisorientierte DETECT-Lernerfahrung über online zu findende Desinformation und manipulierte Inhalte durchzuführen und zu gestalten.[1]

Die DETECT-Aktivitäten haben folgende Ziele:

- Lehrer*innen und Schüler*innen für die Identifizierung manipulativer Inhalte online zu sensibilisieren,
- Schüler*innen in die Lage zu versetzen, online vertrauenswürdige Quellen und Informationen zu identifizieren und
- die Widerstandskraft Jugendlicher gegenüber manipulativem Inhalt und Desinformation zu steigern, indem sie dazu ermutigt werden, die für die Glaubwürdigkeitsprüfung dieser Inhalte nötigen Schritte zu gehen.

---

[1] Dieses Handbuch vermeidet bewusst den Begriff „Fake News“, weil wir davon ausgehen, dass Nachrichten – per Definition – wahr und informativ sind. Beides trifft letztlich auf die Inhalte, die wir hier behandeln, nicht zu.

Lernziele

Durch die Durchführung der DETECT-Aktivitäten werden Lehrer*innen und Ausbildende besser dafür gerüstet, junge Leute in kritischem Denken und der Prüfung von Inhalten, die sie in verschiedenen Online-Kanälen finden, zu trainieren. Die Kompetenzen der Lehrer*innen (Wissen sowie Fähigkeiten und Einstellungen) in der Lehre von Medien- und digitaler Bildung werden gestärkt und sie werden mit einer Auswahl von Beispielen und Übungen über die Mechanismen von Desinformation, die Reichweite verschiedenster Inhalte, die Möglichkeit der Rückverfolgung von Online-Inhalten, die Faktenprüfung von gefundenen Informationen usw. ausgestattet. Diese Fähigkeiten können wiederum von Jugendlichen in ihrer alltäglichen Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien eingesetzt werden.
Der Lehrplan fördert eine auf den/die Lernende*n zentrierte Umgebung. Dieser Ansatz basiert auf den Prinzipien demokratischen, partizipativen, kooperativen und erfahrungsbasierten Lernens. In einer solchen interaktiven Umgebung wird auf kritisches Denken, demokratischen Dialog und eine ganzheitliche Sicht Wert gelegt. Dies wird auch während des gesamten Bildungsprozesses unterstützt.
Die in diesem Methodenhandbuch beschriebene Methodik ist auch für die Durchführung in einer informellen Lernumgebung geeignet, da die vorgeschlagenen Übungen Tools (Computer und Online-Suchmaschinen) nutzen, die in einem Klassenraum nicht ohne Weiteres verfügbar sein könnten. Die Struktur und das Konzept der Workshops ermöglichen es jedoch, die Aktivitäten auch in der schulischen Umgebung durchzuführen.

Die erwarteten Lernziele des DETECT-Trainings für Lehrer*innen beinhalten folgendes:

- die Identifizierung, Förderung und Unterstützung von Diversität in schwierigen Umgebungen,
- das Erkennen von Stereotypen und Vorurteilen in den Medien
- die Entwicklung der Fähigkeit im Bereich Online-Recherche bei Jugendlichen,
- die Ermutigung junger Leute, für die Verbesserung der Online-Medienlandschaft Initiative zu ergreifen,
- das Verständnis von medialer Bildung als ein Mittel zur Förderung und Stärkung von Inklusion.

Die in diesem Methodenhandbuch genutzten Ansätze beinhalten folgendes:

- Problem-based Learning / problemorientiertes Lernen: Problemorientierte Ansätze ermutigen Lernende dazu, selber Fragen zu stellen und diese zu beantworten. Dabei können sie sich an ihren eigenen Interessen orientieren. Dieser Ansatz greift demnach die Neugier von Schüler*innen an bestimmten Themen auf und versucht diese lernwirksam zu nutzen.Teilnehmer*innen sind eingeladen, Probleme zu reflektieren, für die es keine eindeutigen Antworten oder einfachen

Lösungsmöglichkeiten gibt. Sie sollen also die Komplexität der realen Welt kennenlernen. Problemorientiertes Lernen macht daher den Weg frei für einen aktiven, aufgabenorientierten und selbstkontrollierten Lehr-Lern-Ansatz.

- Inquiry-based Learning / forschendes Lernen: Das Ziel des forschenden Lernens ist die Erweiterung der Kompetenzen, wie Kontroversen, Risiken und Herausforderungen bei der Nutzung (sozialer) Medien begegnet werden kann. Die Schüler*innen sollen in ihrer Medienbildung gefördert und zu kritischem Denken ermuntert werden, indem sie selber eigene Untersuchungen durchführen. Forschendes Lernen beginnt mit der Behandlung von Fragen, Problemen oder Szenarien, anstatt bloß etablierte Fakten zu präsentieren oder einen glattgebügelten Pfad zum Wissen zu präsentieren. Es ist wichtig, Schüler*innen dazu zu ermutigen, Probleme und Fragen selbst zu identifizieren, zu stellen und zu recherchieren, um ihr eigenes Wissen zu erweitern und Lösungen zu entwickeln.[2]

Es wird empfohlen, dass sich die Pädagog*innen, die die Aktivitäten durchführen, die Vielfalt der Erfahrungen und Wahrnehmungen in der Gruppe von Lernenden als positive Lernwerkzeuge zunutze machen. Darüber hinaus wird empfohlen, dass die Pädagog*innen für die präsentierten Konzepte weitere Verbindungen zu Beispielen aus dem wirklichen Leben herstellen, um kritisches Denken zu fördern. Kritisches Denken trägt dazu bei, die Schüler*innen dazu zu befähigen, dass sie sich selber als aktive und mündige Mitglieder der Gesellschaft verstehen können. Darüber hinaus kann kritisches Denken eine Radikalisierung der Schüler*innen verhindern.

Die verwendeten Methoden sind kommunikations- und aktivitätsbasiert, sozialkompetenzfördernd und selbstgesteuert. Die verwendeten Methoden sind:

- Ice-Breaker und Aktivitäten zur Vorstellung der Teilnehmer*innen
- Diskussionen
- Interaktionen
- Teilen von Erfahrungen
- Üben des Austausches und des praktischen Arbeitens
- persönliche, Gruppen- und Meta-Reflexionen und -Evaluierungen

Innerhalb des Ablaufs werden verschiedene Arbeitsformen genutzt: Sie umfassen individuelles Arbeiten, paarweises Arbeiten (Think-Pair-Share-Methode), Arbeit in kleineren Gruppen und Arbeit in einer großen Gruppe (im Plenum).

[2] Für weitere Erläuterungen zu den genannten Ansätzen schauen Sie bitte in unsere Anleitung zu Forschungsschritten.

Zweck

Das DETECT-Handbuch für Lehrer*innen ist ein praktischer Ratgeber für die Erweiterung und Ausdifferenzierung digitaler und medialer Kompetenzen von Jugendlichen, sowohl in formellen wie informellen Lernumgebungen. Es ist aber auch als ein Ratgeber für Lehrer*innen gedacht, um mehrere Formen praktischer Lernerfahrung mit einem etwas breiteren Kontext zu verbinden und ein Verständnis für Schlüsselbegriffe und -konzepte bereitzustellen.
Die hauptsächliche theoretische Quelle für Lehrer*innen stellt weiterhin das DETECT-Kompendium dar und wir möchten jeder Lehrkraft empfehlen, dieses heranzuziehen. Es bietet weitere Informationen und Material über die verschiedenen Aspekte medialer Bildung, wie Desinformation zu erkennen ist und wie Schüler*innen digitale Kompetenzen erlernen können. Nichtsdestotrotz Grundgedanke dieses DETECT-Methodenhandbuchs, eine eigenständige Ressource zu sein, die jederzeit zur Hand genommen und in einem Bildungskontext genutzt werden kann.

Übungen

Unten finden Sie Beispiele für Übungen, die im Rahmen der DETECT-Aktivitäten durchgeführt werden können. Die Übungen decken ein recht weites Feld von Aspekten der Online-Desinformation ab und sind dafür gedacht, sowohl erfahrungsbasiertes Lernen und das Diskutieren von Beispielen als auch Reflexionen und Verbindungen zu eher theoretischen Quellen zu ermöglichen.

Vorbereitungsaktivität

Befragen Sie die Teilnehmer*innen zu ihren Mediengewohnheiten – was sie konsumieren (z.B. Onlineportale, Fernsehen, Radio, Print-Medien, Podcasts/On-Demand-Medien etc.) und wie häufig sie jedes Medium davon konsumieren (z.B. täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, mehrmals im Monat, einmal im Monat). Sobald die Teilnehmer*innen ihre Mediengewohnheiten dokumentiert haben, fragen Sie sie nach ihrem Verständnis von:

- Medialer Bildung,
- Digitaler Bildung.

Diskutieren Sie die provisorischen Definitionen und versuchen sie gemeinsame Elemente zu identifizieren, indem Sie Venn-Diagramme nutzen. Geben Sie den Teilnehmer*innen dann Feedback mithilfe des DETECT-Kompendiums, damit die Intentionen hinter den verwendeten Methoden klar sind.

Erste Übung
Begriffe begreifen – Das Who's Who der Online-Inhalte

Inhalte, die Fakten bewusst ignorieren oder unberücksichtigt lassen, gibt es online leicht zugänglich in ganz vielen verschiedenen Formen. Manche dieser Formen sind bewusst falsch oder verkürzend, um die Position der verfassenden, verbreitenden oder herausgebenden Personen zu stärken. Manche werden lediglich missverstanden, ohne dass es eine Absicht gäbe, Desinformation zu verbreiten. Das passiert selbst angesehenen Medienhäusern. Manche werden zu kommerziellen Zwecken produziert, sollen aber wie ein informierender Inhalt wirken. Manche schließlich waren nie dafür gedacht, ernst genommen zu werden, und sind stattdessen absichtlich unglaubhaft oder absurd gehalten, um die Zielgruppe zu unterhalten.

Der Zweck dieser Übung ist es, den Unterschied zwischen Desinformation und Fehlinformation herauszuarbeiten. Desinformation soll die Rezipient*innen bewusst fehlleiten. Fehlinformation hingegen tritt auf, wenn nur unzureichende Informationen vorhanden sind oder ein Fehler gemacht wurde. Zudem werden die Konzepte der Propaganda als eine umfassende Aktivität der Beeinflussung von Meinungen und Emotionen sowie Satire als eine unterhaltsame kritische Darstellung gesellschaftlicher Probleme und Missstände eingeführt. Schließlich wird der Begriff „Clickbait" präsentiert. „Clickbait" bezeichnet die Absicht, einen Inhalt so zu präsentieren, dass dieser zum Anklicken verleitet. Dies funktioniert meist so, dass er mittels unvollständiger oder fehlleitender Information das Interesse des Lesenden zu wecken versucht.

Die Übung besteht einfach darin, die entsprechenden Konzepte zu einer Liste mit ungeordneten Definitionen zuzuordnen. Alle in der Übung vorgestellten Beispiele sollten aktuell sein, damit sie einen Lebensweltbezug für die Lernenden haben.

Konzepte	Definitionen
Propaganda	Eine von Regierungen, Unternehmen oder Non-Profit-Organisationen unternommene Handlung, um die Emotionen, Einstellungen, Werte und das Wissen der Zielgruppe zu beeinflussen.
Clickbait	Die Nutzung sensationalistischer Schlagzeilen und aufmerksamkeitsheischender Bilder, mit dem Ziel der Gewinnsteigerung der Inhalte. User*innen sollen bewusst irritierenden Bildern oder Schlagzeilen ausgesetzt werden, um das Klicken auf den Inhalt verlockend zu machen.
Versteckte Werbung	Inhalt, der zum „Verkaufen" von Produkten und Dienstleistungen gedacht und bewusst so gestaltet ist, dass er schwer von den normalen Medieninhalten zu unterscheiden ist.
Satire	Kommentierung sozialer Phänomene durch unterhaltsame und überspitzte Darstellung, oft in einer Weise, die den Inhalt einigermaßen glaubhaft erscheinen lässt.
Desinformation	Die absichtliche Verbreitung von erfundenem, unvollständigem oder extrem voreingenommenem Material mit dem Zweck, finanzielle oder politische Ziele zu erreichen.
Irrtum	Ein häufiges Problem von Medienunternehmen, das finanziellen Schaden und rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen kann und normalerweise durch öffentliche Korrekturen und Entschuldigungen gelöst wird.

Die obigen Konzepte machen es leichter, verschiedene Gründe und Motivationen für unwahrheitsgemäße Inhalte zu illustrieren, die sich im Medienbereich finden. Die wichtigsten Eigenschaften dieser Konzepte sind:

- Fehler sind unbeabsichtigt und werden in der Regel von den Herausgebern korrigiert. Sie resultieren aus falschen Informationen und können zu weiteren Fehlinformationen führen. Daher wird es von den verantwortlichen Herausgeber*innen erwartet, dass sie mit dem Zurückrufen gleichzeitig Schritte einleiten, um die weitere Ausbreitung zu verhindern.

- Satire verwendet falsche Informationen, die als Wahrheit präsentiert wird. Sie wird (normalerweise) kaum als irreführend angesehen werden, weil sie offensichtlich absurd, überspitzt oder so unplausibel ist, dass sie auch als humoristisch wahrgenommen wird. Der Zweck guter Satire ist es, Missstände, Vorurteile oder Scheinheiligkeit auf unterhaltsame und lustige Art und Weise anzuprangern. Sie ist dabei aber nicht feindselig gegenüber einer ganzen sozialen Gruppe.
- Clickbait ist dafür entworfen, in die Irre zu führen. Der Zweck von Clickbait ist es, Leser*innen mit (teilweise) falschen Behauptungen dazu zu verleiten, den entsprechenden Inhalt anzuklicken. Clickbait ist aber selten bösartig, da es lediglich mit dem Unterhaltungsdrang der Zielgruppe spielt.
- Propaganda ist ein sehr weiter Begriff, der allgemein „vermittelte Überzeugung" bezeichnet. Etwas allgemeiner kann Propaganda als eine Haltung verstanden werden, die die Einstellungen, Werte und letztendlich Handlungen von Menschen beeinflusst, indem sie in eine bestimmte Richtung gesteuert werden. Manche Quellen klassifizieren Propaganda gemäß ihrem Ursprung entweder als „weiß" (aus bekannten und verifizierbaren Quellen), „grau" (aus unbekannten Quellen) oder „schwarz" (aus irreführenden, falsch identifizierten Quellen). Propaganda kann somit eine Vielzahl kommunikativer Funktionen haben. Diese gehen von der Stärkung von Menschen über die Ermutigung zu prosozialem Verhalten zum Säen von Panik, Unzufriedenheit und Angst. Das hat wichtige Folgen für die Diskussion der Ausmaße und Wirkungen von systematischer Zielgruppenbeeinflussung. Das DETECT-Handbuch für Schüler*innen bezieht sich umfassend auf Propaganda und stellt ihre Hauptfunktionen als das Hervorrufen emotionaler Reaktionen, die übermäßige Vereinfachung der Realität sowie den Angriff auf Gegner*innen und die Mobilisierung der Rezipienten.
- Versteckte Werbung bezeichnet die als Nachrichteninhalt getarnte Werbung. Obwohl die meisten Betrachter*innen vermutlich von sich behaupten würden, sicher zwischen Nachrichten und Werbung unterscheiden zu können, ist der Unterschied nicht immer leicht ersichtlich. Es gibt verschiedene Begriffe, um das Ausmaß des Verhältnisses von Inhalt und Werbung zu beschreiben, beispielsweise native advertising.
- Desinformation bezeichnet die absichtliche Verbreitung von falschen Informationen mit dem Ziel, Menschen in die Irre zu führen. Falsche Inhalte werden dabei häufig zielgruppenspezifisch produziert. Sowohl die Intention hinter Desinformation als auch die Auswirkungen davon laufen der Idee zuwider, dass eine demokratische Öffentlichkeit wahrheitsgemäß, umfassend und zeitnah informiert werden sollte, um am Entscheidungsprozess teilzuhaben. Vermutlich würden nur wenige Erzeuger*innen von Desinformation zugeben, absichtlich Desinformationskampagnen zu fahren, weil das ihrem Ruf schaden würde. Manche tun es aber dennoch.

Stärkung des Denkens und der demokratischen Kompetenz

Können Sie sich vorstellen, dass Desinformation unter verschiedene Überschriften fallen kann? Könnte ein*e Verbreiter*in von Desinformation ein Interesse daran haben, sie als einen „redlichen Fehler" oder „Satire" zu tarnen?

Zweite Übung
Ein Blick auf Stereotype und Sensationalismus

Medien – oder die Mehrheit der Medien, die wir täglich nutzen– greifen manchmal auf sensationalistische Titel, stereotype Darstellungen verschiedener Gruppen, Themen über Sex, Gewalt und Verbrechen und andere Mittel zurück, um die Aufmerksamkeit des Publikums für sich zu gewinnen. Sensationalismus „verkauft" Medieninhalte, weil die meisten Leute lieber etwas über kontroverse, brisante, provokative, gar schockierende Themen erfahren wollen. Stereotype Darstellungen verschiedener Gruppen werden allgemein nicht als gute Medienpraxis angesehen, weil sie die volle Vielfalt und den Individualismus der Gruppenmitglieder ignorieren und verbergen. Es ist jedoch wichtig, daran zu denken, dass Stereotype auch eine kognitive Rolle spielen, weil sie generell leicht verständlich sind und dem Medienpublikum dabei helfen, den Ereignissen in der heutigen Welt mit sich verkomplizierenden Gesellschaften Sinn zu geben.

Als ersten Schritt bei der Reflexion über Stereotype und Sensationalismus kann man Schüler*innen bitten, dass sie sich folgendes überlegen sollen: Warum sind Inhalte, die sensationalistisch oder Clickbait sind, in den Medien so präsent? Und warum verbreiten sie sich so leicht in sozialen Netzwerken?

Allgemein eignen sich diese vermeintlich einfach zu verstehenden Themen gut dafür, bestimmte ökonomische Interessen mit einem Medieninhalt zu verbinden. Diese Inhalte und ihre Darstellung verleiten in sozialen Medien und Online-Portalen dazu, auf sie zu klicken, um sich Podcasts anzuhören, Videos anzusehen, Zeitungen zu kaufen und somit Werbung wahrzunehmen. Daraus lassen sich Einnahmen generieren. Diese Einnahmen können dann dazu genutzt werden, um weitere Medienproduktionen zu finanzieren. Diese können sowohl aus relevanten und qualitativ hochwertigen journalistischen Inhalten bestehen und solchen, die sich nach den Interessen der Öffentlichkeit richten.

Der nächste Schritt der Übung besteht aus dem Lesen einer Liste von (echten!) Schlagzeilen von Nachrichtenportalen und Print-Medien und dem Erkennen und Reflektieren, welche Elemente dieser Schlagzeilen diese sensationalistisch oder stereotyp erscheinen lassen. Die Schüler*innen sollten in Paare aufgeteilt und mit Beispielen aus der folgenden Liste von Schlagzeilen als Hand-Outs versorgt werden.

Schlagzeile	Was man darin finden könnte
Große Niederlage für unsere Fußball-Nationalmannschaft: Sie haben gespielt wie kleine Mädchen!	Gender-Stereotyp - "kleine Mädchen" als Synonym für „Schwäche"
Sieht furchtbar aus! Berühmter Schauspieler nimmt für neue Rolle 30 Kilo zu	Sensationalistischer Ansatz – Hervorhebung der physischen Erscheinung einer Person
Da haben wir es wieder: Tschechischer Tourist geht in Flip-Flops wandern	Länderspezifische Stereotype – Verhalten tschechischer Touristen als ‚waghalsig' dargestellt

Schlagzeile	Was man darin finden könnte
Die weltbeste Tennisspielerin regt die Fantasie an: Alle Zuschauer hatten nur Augen für sie und ihr Outfit	Sensationalistischer Ansatz – Hervorhebung der physischen Erscheinung einer Person
Montenegriner schläft bei der Arbeit ein. Überrascht das irgendjemanden?	Länderspezifische Stereotype – Montenegriner*innen als „faul“ dargestellt
MP nimmt in Minirock an Sitzung teil	Sensationalistischer Ansatz – Hervorhebung der physischen Erscheinung einer Person
Wer hat der den Führerschein gegeben? Fahrerin von weißem Mercedes Benz kracht ins Schaufenster von berühmter Modemarke	Gender-Stereotyp – Frauen als „schlechte Fahrerinnen“ dargestellt
Sexy Wissenschaftler über bedeutende Entdeckung: „Ich bin kurz davor, ein Krebsheilmittel zu finden“	Sensationalistischer Ansatz – Hervorhebung der physischen Erscheinung einer Person
Wir fragen uns: Blonde oder Brünette? Wer ist smarter?	Gender-Stereotyp – blonde Frauen als „dumm“ dargestellt

Die Schüler*innen können dann gebeten werden, ihre Schlagzeilen so abzuändern, dass sie andere verschiedene thematische Aspekte hervorheben, einen größeren Informationsgehalt haben und stereotype Darstellungen und „billiges“ Clickbait-Potential vermeiden. Bei einigen Beispielen ist jedoch Vorsicht geboten, da diese sich nicht so einfach in etwas umwandeln lassen, was tatsächlich für die Medien angemessen wäre oder dem öffentlichen Interesse in irgendeiner Weise entsprechen würde. Das kann auch eine wertvolle Folgelektion darstellen, um zu demonstrieren, dass eine sehr oberflächliche oder sensationalistische Themenwahl sich nicht notwendigerweise durch Umdeutung aufwerten lässt. Manche Themen eignen sich einfach nur für minderwertigen Sensationalismus, egal wie gekonnt sie dargestellt werden.

Stärkung des Denkens und der demokratischen Kompetenz

Erkennen Sie die Stereotype, auf die sich diese Schlagzeilen bezogen haben? Wären Sie in der Lage, sie mit jemandem zu diskutieren, der damit nicht vertraut ist? Und selbst wenn Sie sie korrigieren, handelt es sich dann immer noch um wichtige Nachrichten?

Dritte Übung
Bilder und was sie mit unserer Wahrnehmung anstellen

Die Bedeutung bildlicher Darstellung bei der Vermittlung von Botschaften kann nicht überbetont werden. Wir empfangen die überwiegende Mehrheit unseres sensorischen Inputs durch visuelle Stimuli. Menschen sind für visuell konstruierte Botschaften besonders empfänglich. Ideen, die bildlich untermalt werden können, gehören zu den mächtigsten und effektivsten Werkzeugen von Werbung, politischer Propaganda und jeder anderen Aktivität, die die Rezipienten überzeugen soll. Dabei ist es unerheblich, worum es bei dieser Überzeugung gehen soll: Es kann darum gehen, den Ruf einer Person zu stärken oder in den Schmutz zu ziehen. Genauso kann aber auch ein Produkt oder ein bestimmtes Anliegen im Vordergrund stehen. Die Verwendung von Bildern für propagandistische Zwecke beruht vor allem darauf, emotionale Reaktionen durch diese Bilder bei den Betrachter*innen hervorzurufen.

Diese Übung besteht in der Diskussion von Bildbeispielen, die dazu geschaffen wurden, um bestimmte Emotionen auszulösen und so politische Ziele zu erreichen. Im Speziellen handelt es sich bei den gebotenen Beispielen um solche, die auf Angst, Unsicherheit, Sorge und Wut über Migrationsprobleme beruhen, die in Europa in den letzten Jahren sehr umstritten waren. Tatsächlich sind in den letzten Jahren Desinformationskampagnen in dem Sinne sehr erfolgreich geworden, dass sie Wahlergebnisse auf beiden Seiten des Atlantiks beeinflusst haben könnten.

Die Schüler*innen sollten in drei gleich große Gruppen aufgeteilt werden. Jeder Gruppe wird eines von drei Beispielen gegeben, die alle aus Kampagnen politischer Parteien in europäischen Staaten stammen.

Izvor: Wikimedia Commons

Herkunftsland – Tschechien

Aktron / Wikimedia Commons

Schüler*innen werden dann ermutigt, zu diskutieren, wie sie auf die folgenden Fragen antworten würden:

- Welches Thema stellt diese Kampagne als wichtig dar? Warum ist dieses Thema für viele Menschen wichtig und relevant?
- Welche Emotionen könnte das in der Kampagne verwendete Bild bei den Betrachter*innen auslösen?
- Was ist das Ziel dabei, genau diese visuelle Botschaft in der Kampagne zu verwenden? Wie soll dieses Ziel erreicht werden?
- Was würdest du damit machen? Teilen? Kommentieren? Liken? Ignorieren? Warum?

Stärkung des Denkens und der demokratischen Kompetenz

Warum sind Angst und Gefahr in diesen Kampagnen so vorherrschend? Was sind die tieferen Ursachen für diese Ereignisse?

Vierte Übung
Micro-Targeting

Viele Webseiten mit vielfältigen Inhalten nutzen äußerst ausgeklügelte Algorithmen, die für die User*innen unsichtbar sind. Diese Algorithmen stellen ein Computertool dar, das die einem/r jeden User*in gezeigten Inhalte präzise berechnet. Die Grundlage dafür sind der individuelle Browserverlauf, die angeschauten oder angehörten Inhalte, verwendeten Tags und Sucheingaben, verfügbaren persönlichen Daten und einer Vielzahl anderer Dinge.

Die Logik hinter diesem Ansatz liegt nahe – er nutzt verfügbare Information dazu, User*innen mehr von dem zu zeigen, was sie interessiert. Wie bei anderen Online-Medien bedeuten mehr bereitgestellte und vorgeschlagene Videos mehr auf der Plattform verbrachte Zeit, mehr gesehene Werbeanzeigen und mehr generierte Einnahmen.

Die Tatsache allerdings, dass diese Algorithmen hinter den Kulissen arbeiten, ist wohlbekannt. Viele Webautor*innen sind sehr daran interessiert, Algorithmen für ihren eigenen Gewinn zu nutzen. Konkret geht es dabei darum, Botschaften als Teil eines „Pakets" mit ansonsten harmlosem Inhalt zu senden. Die Produzierenden von medialen Inhalten nutzen dabei bereits verfügbare Informationen, um die User*innen aus für sie neuen Perspektiven anzusprechen. Die User*innen erhalten dadurch Botschaften, nach denen sie sonst nicht gesucht hätten.

Nicht nur Product Placement oder versteckte Werbung, sondern auch politische Botschaften – extreme und antidemokratische eingeschlossen – können auf Plattformen für Online-Inhalte gefunden werden.

Teilen Sie die Schüler*innen in vier kleine Gruppen ein. Jede Gruppe soll unter sich eine Person wählen, die Zugriff auf ihren YouTube-Account hat. Diese Person ist das Testsubjekt der Gruppe, auch wenn es besser ist, wenn ihre Identität der Gruppe/Klasse nicht bekannt ist. Die fünf zuletzt von der Person angeschauten Videos werden geöffnet und die Videovorschläge auf der rechten Seite diskutiert. Jede Gruppe berichtet über die Vorschläge:

- Handelt es sich um ein ähnliches Thema oder eine ähnliche Art von Video?
- Stammen sie von denselben oder verwandten Erstellern?
- Gab es überraschende, unerwartete Vorschläge? Wenn ja: Was denkt ihr, warum sie erschienen sind?
- Gab es unter unpolitischen Vorschlägen auch welche mit einer politischen Verbindung? Wenn ja: Was denkt ihr, warum sie erschienen ist?

Selbst wenn keiner der Vorschläge unerwartet war, stellen Sie während der Nachbesprechung das Konzept der Zielgruppenansprache mittels Botschaften vor. Die fortgeschrittensten Formen der Ansprache der Zielgruppe fallen unter die Definition Micro-Targeting. Dabei werden Daten, insbesondere aus sozialen Netzwerken, von Konsument*innen genutzt, um verschiedene Informationen an unterschiedliche Gruppen zu senden. Häufig werden dabei diese Gruppen so ausgewählt, dass sie sich vermeintlich wünschen, politische Botschaften zu empfangen.

Fünfte Übung
Erfahrungsbasiertes Lernen mit Impulsen

Falsche Informationen ziehen Menschen allgemein stärker an als wahre Informationen. Der Grund dafür könnte wahrscheinlich sein, dass sie vereinfachte und häufig voreingenommene Perspektiven bieten, die es einfacher machen, die Welt zu verstehen – wenn auch durch eine Linse aus Empörung und Besorgnis.

Eine Studie des MIT-MediaLab aus dem Jahr 2018 über die Verbreitung von Nachrichtenmeldungen auf Twitter fand: "falsehood spread significantly farther, faster, deeper, and more broadly than the truth in all categories of information". Dahingegen habe es für wahre Information etwa sechsmal so lange gedauert wie für falsche, 1.500 Menschen zu erreichen. Unter Berücksichtigung der relevanten Einflussfaktoren würden Unwahrheiten mit 70% größerer Wahrscheinlichkeit retweetet werden als die Wahrheit.

Die Schüler*innen werden dazu aufgefordert, das virale Hoax-Video Golden Eagle Snatches Kid anzuschauen, ohne dass ihnen vorher erzählt wird, dass es sich um ein Fake handelt, d.h. um eine computergenerierte Animation.

Das Video zeigt angeblich dokumentarisches Material eines Ereignisses, das nie passiert ist. Es gibt jedoch zahlreiche Quellen online, die eine Menge an Beweisen dafür liefern, dass das Video gefälscht ist – sowohl anhand nachfolgender Analysen des Materials selbst als auch per Geständnis des Erstellers. Die Teilnehmer*innen der Übung haben so viel Zeit wie von dem/der Übungsleiter*in festgelegt, um Beweise und Thesen zum Video zusammenzutragen und sie dann der Gruppe vorzustellen.

Während der Nachbesprechung wird den Teilnehmer*innen ein Abriss der möglichen Schritte zum Fact-Checking der ihnen gegebenen „Impulse" präsentiert und es kann reflektiert werden:

- Was war die ursprüngliche Behauptung (die der Medieninhalt aufgestellt hat)?
- Ist die Quelle hinsichtlich ihrer Informationen und Hinweise schlüssig? Passen die dargestellten Ereignisse zu der Umgebung und zum Kontext (d.h. angeblicher Ort, Zeitrahmen, Beschreibung)?
- Kann die Quelle als glaubwürdig angesehen werden? Warum (nicht)?
- Gibt es Beweise für die ursprüngliche Behauptung? Aus welchen Quellen werden diese bezogen?
- Ist die ursprüngliche Behauptung wahr? Worauf stützt du dein Urteil?
- Wenn sie falsch wäre, wie würdest du die ursprüngliche Behauptung korrigieren?
- Auf welche Quellen stützt du deine Korrektur?

Der Sinn der Übung ist es, anhand eines eher unpolitischen und nicht polarisierenden Beispiels zu zeigen, dass Desinformation für eine Vielzahl von Zwecken, unter anderem Unterhaltung und Profit, erstellt werden kann.

Stärkung des Denkens und der demokratischen Kompetenz

Dieser Impuls war leicht zu entlarven und niemand kümmert sich sonderlich darum. Wie sieht es mit politisch polarisierender Desinformation aus? Welche Rolle spielt der Mere-Exposure-Effekt? Und was ist mit Confirmation Bias?

Erster Impuls

Wo in der Hölle hat Dante die Unentschlossenen untergebracht?

Statement	Ziehen Sie alternative Quellen in Betracht, um das Statement auf seine Fakten zu prüfen!
„Die Regierung sieht die Aufgabe, den Staat zu führen, offensichtlich als ein hinterhältiges und betrügerisches Spiel um den Thron an. Wir entscheiden uns dazu, jetzt das Wort zu ergreifen, wo die Zeit gekommen ist, wichtige Entscheidungen zu treffen und zu zeigen, dass wir Einstellungen und Werte haben, zu denen wir stehen. **Der große Dante hat in seinem Werk geschrieben, dass die tiefsten, dunkelsten Kreise der Hölle für jene vorgesehen sind, die in Zeiten der moralischen Krise unentschlossen und neutral bleiben“**, sagte <Leiter einer politischen Partei> in einem Interview, in dem er die regierende Partei kritisierte. (source: https://bit.ly/2WS8Yoo)	 Sandro Boticelli: Karta Pakla, cca 1485. (Sandro Botticelli, Public domain, via Wikimedia Commons)

Zweiter Impuls

Muslime zerstören in einem Einkaufszentrum einen Christbaum?

Statement	Ziehen Sie alternative Quellen in Betracht, um das Statement auf seine Fakten zu prüfen!
Muslime attackieren Christbaum in Einkaufszentrum (source: https://bit.ly/2KuXQr7)	'Verärgerte Muslime' attackieren Christbaum? (source: https://bit.ly/2B98j5p)

Wikipedia – mit Vorsicht zu genießen

Wikipedia ist keine verlässliche Quelle und sollte somit auch nicht als solche behandelt werden, aber sie stellt einen guten Startpunkt am Beginn von Nachforschungen dar. Selbst die Schaffer von Wikipedia sehen sie nicht als verlässliche Quelle an (Wikipedia, 2019b). Ihre Forschungsreise kann hier beginnen, aber sie sollte niemals hier enden.
Wikipedia eignet sich hervorragend, um grundlegende Information zu einem Thema zu erhalten, aber verwenden Sie Wikipedia nicht als Ihre einzige Quelle. Wikipedia-Artikel werden kollaborativ geschrieben und Autor*innen können anonym beitragen, was sowohl Vor- als auch Nachteil der Seite ist. Mehr über die Möglichkeiten und Herausforderungen von Wikipedia ist im DETECT-Kompendium des Projekts zu finden, das eine unserer Literaturempfehlungen darstellt.

Wie Wikipedia zu verwenden ist

- Nutzen Sie Wikipedia nur als Startpunkt! Prüfen Sie die Quellen auf Fakten! Wikipedia eignet sich gut, um grundlegende Informationen über ein Thema zu erhalten und Schlüsselwörter zu sammeln. Wikipedia bietet am Ende von Artikeln ein Quellenverzeichnis. Diese Quellen können ein nützliches Hilfsmittel darstellen, um die Recherche fortzusetzen. Nachdem Sie Wikipedia benutzt haben, sollten Sie aber auch nach weiteren Quellen suchen.

- Prüfen Sie die Änderungen und die Erläuterungen zu den Änderungen im Wikipedia-Artikel! Wikipedia-Artikel werden ständig geändert, deswegen sollten Sie Ihren Leser*innen oder Zuhörer*innen sicher sagen können, welche Artikelversion Sie verwendet haben, indem Sie das Datum und die exakte Seitenbezeichnung nennen. Wikipedia ist nicht so neutral, wie es auf den ersten Blick erscheinen mag. Autor*innen können die Quellen der Artikel nach ihren eigenen Vorlieben, politischen oder anderen Präferenzen, Einstellungen und Überzeugungen auswählen und zitieren. Höherrangige Wikipedia-Administrator*innen haben mehr Möglichkeiten, andere Autor*innen auszuschließen, um ihre eigenen Präferenzen durchzusetzen. Es gibt zudem eine massive Kluft zwischen den Geschlechtern. Die überwiegende Mehrheit der Beitragenden ist männlich (und weiß), was zu einem systematischen Gender Bias der Enzyklopädie hinsichtlich der abgedeckten Inhalte führt (ebenda).

- Prüfen Sie die Fakten desselben Wikipedia-Artikels in mehreren Sprachen! Erkennen Sie verschiedene Perspektiven! Wenn Sie mehr als seine Sprache sprechen, ist es nützlich, die verschiedensprachigen Wikipedia-Artikel zum gleichen Thema zu vergleichen, um mehr darüber zu erfahren, wie ein Thema von verschiedenen Verfasser*innen unterschiedlich dargestellt wird, was erwähnt und was ausgelassen wird. Es ist wichtig, die Missverhältnisse hinsichtlich Auswahl und Inhalten zwischen verschiedenen Wikipedia-Versionen im Auge zu behalten. Es gibt deutlich mehr Wikipedia-Artikel auf Englisch, etwa 5.860.000 im Jahr 2019. Im Vergleich dazu gab es nur 2.301.800 auf Deutsch, 252.000 auf Bulgarisch uns 205.328 auf Kroatisch (Wikipedia, 2019a). Mit einem einfachen Blick auf diese Zahlen kann man ein Privileg für die englische Sprache feststellen. Dennoch kann die Tatsache, dass Wikipedia in vielen Sprachen verfügbar ist, ein gutes Hilfsmittel sein, wenn Sie bestimmte Inhalte recherchieren.

Referenzen

Quellen

- http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308

Leseempfehlungen

- Croatian media literacy portal – teachers' section: https://www.medijskapismenost.hr/ucitelji/
- Read Between the Lines - a media literacy handbook: http://goo.hr/wp-content/uploads/2019/02/2018-%C4%8Citajmo-izme%C4%91u-redaka-drugo-izdanje.pdf
- Museum of Personal Stories of Roma People - people sharing stories of prejudice, hardship and overcoming preconceived notions about their ethnic group: https://muzejosobnihprica.com/en/homepage/
- GEAR Curriculum – a handbook for civic, global and intercultural education, available in multiple languages: https://gear.gong.hr/?page_id=3181

Notizen