

Meinung im Netz gestalten



Materialien für den Unterricht



Impressum

Titel

Meinung im Netz gestalten

im Projekt »Medien in die Schule«
– Materialien für den Unterricht –

Herausgeber

FSM

Freiwillige Selbstkontrolle
Multimedia-Diensteanbieter e.V.
Beuthstraße 6
10117 Berlin
030 / 24 04 84 30
<http://fsm.de>

...fsf
FREIWILLIGE
SELBSTKONTROLLE
FERNSEHEN

Freiwillige Selbstkontrolle
Fernsehen e.V.
Am Karlsbad 11
10785 Berlin
030 / 23 08 36 20
<http://fsf.de>

Google

Google Germany GmbH
Unter den Linden 14
10117 Berlin
<http://google.de>

Unterstützer



1. Auflage 2016

Textsatz und Produktion: racken GmbH <http://racken.de>

Illustrationen: Remix nach gemeinfreien Illustrationen von Marcel Vockrodt



Vervielfältigung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle (Titel, Herausbergerschaft 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 der Herausgeber ist ausgeschlossen.

<http://medien-in-die-schule.de>

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung 05

05	Ziel
05	Relevanz
10	Hintergrund
11	Aufbau des Unterrichtsthemas
13	Modulübersicht
14	Unterstützende Materialien

2 Module 18

18 **Modul 1 Ich im Netz**

18	Einführung
19	Ziel
19	Zeitbedarf
19	Unterrichtseinheiten des Moduls

24 **Modul 2 Wer macht Meinung im Netz**

24	Einführung
25	Ziel
26	Zeitbedarf
26	Unterrichtseinheiten des Moduls

32 **Modul 3 Chemtrails und Co.**

32	Einführung
33	Ziel
34	Zeitbedarf
34	Unterrichtseinheiten des Moduls

40 **Modul 4 Ich im Netz und in der Gesellschaft**

40	Einführung
41	Ziel
41	Zeitbedarf
42	Unterrichtseinheiten des Moduls

3 Arbeits- und Materialblätter 50



EINFÜHRUNG

Ziel

Wie wollen wir ein Netz gestalten, das dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung und Meinungsfreiheit gerecht wird? In dem auch Meinungen und Ansichten Dritter respektiert werden, aber antidemokratischen Haltungen kein Raum eingeräumt wird? Wie können Jugendliche an der Debatte um die Ausgestaltung eines demokratischen Netzes teilhaben? Wie kann ein Netz aussehen, in dem Jugendliche Teil einer Debatte sind – mit allen damit verbundenen Anforderungen an die Pädagogik?

Das Unterrichtsthema »Meinung im Netz gestalten« erörtert Meinungsbildung im Netz aus verschiedenen Richtungen. Die individuelle Rolle und der Einfluss des Einzelnen bei der Meinungsbildung Anderer soll reflektiert, das Gewicht unqualifizierter Beiträge und Fehlinformationen eingeschätzt, die Bedeutung unterschiedlicher journalistischer Darstellungsformen für die Meinungsbildung erkannt und für Argumentationslinien undemokratischer oder verschwörungstheoretischer Positionen sensibilisiert werden. Das Ziel ist, Jugendliche ihrer Verantwortung bewusst zu machen, ihre Gestaltungsmöglichkeiten erkennen zu lassen und sie zu ermutigen, ihre Ideen und Wünsche für ein demokratisches Netz zu formulieren und aktiv in die Debatte einzubringen.

Relevanz

Das Netz in der Lebenswelt von Jugendlichen

In der Lebenswelt von Jugendlichen ist die Kommunikation im Netz eine wichtige Sozialisationsinstanz. Hier finden Begegnungen statt, werden Positionen miteinander abgeglichen, Lösungen für Probleme gesucht, moralische bzw. ethische Eckpunkte bestimmt. Im Mittelpunkt der Kommunikation stehen die Alltagserfahrungen der Jugendlichen, die in den Themen der Sozialen Netzwerke ihre Abbildung finden.

Medien durchdringen und beeinflussen alle Sozialisationsinstanzen. Sie wirken so direkt und indirekt auf Kinder, Jugendliche und Erwachsene in ihren lebenslangen Lernsituationen bzw. Sozialisationsprozessen und verändern auf diese Weise permanent die Bezüge und Rollen zueinander. Ursprünglich Jugendlichen zugeschriebene Medienangebote und Mediennutzungsweisen werden von Erwachsenen entdeckt und verwendet. Neue Medienangebote entstehen, werden häufig zunächst durch Jugendliche besetzt und dann wiederum auch von Erwachsenen genutzt. Traditierte Rollenzuschreibungen verändern sich. Erwachsene können, müssen aber nicht notwendigerweise, Vorbilder oder Ratgeber in Bezug auf Mediennutzung sein.

»Medien tragen wesentlich zur Verständigung über die in der Gesellschaft geltenden Normen und Werte bei. Durch sie können junge Menschen lernen, wo ihr Platz in der Welt ist. In der Kommunikation mit der Peergroup wird dieser Platz dann genauer bestimmt und ausgehandelt, denn das Zusammensein mit Freunden hat weit höhere Priorität als die Medien selbst. Diese sind eher als Werkzeuge zu betrachten, um dem Wunsch, mit den Freunden verbunden zu sein, Rechnung zu tragen. Medien spielen ferner bei der Ablösung vom Elternhaus eine wichtige Rolle, denn sie bieten Räume, in die die Eltern nur zum Teil Einblick erhalten (können) und bilden damit einige der wenigen, aber wichtigen Abgrenzungsbereiche.«¹

1 DIVSI (DEUTSCHES INSTITUT FÜR VERTRAUEN UND SICHERHEIT IM INTERNET) (Hrsg.) (2014): *DIVSI U25-Studie. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt.* Hamburg.
 ➤ <https://divsi.de/wp-content/uploads/2014/02/DIVSI-U25-Studie.pdf>

Das Selbst- und Identitätsmanagement in Online-Auftritten hilft den Jugendlichen bei der persönlichen Standortbestimmung. Die sachbezogene Auseinandersetzung mit Inhalten festigt die Standpunkte und ihre Orientierung in der Welt. Auf der Suche nach Antworten für ihre Fragen eröffnen sich den Jugendlichen zu allen Themengebieten eine Fülle von Informationen, Beteiligungsmöglichkeiten und Gelegenheiten, mit anderen in Kontakt zu treten. Dabei vermischen und koppeln sich digitaler Raum mit Sozial- und Lebensraum.

Nicht zuletzt durch die zunehmende Auflösung sozialräumlicher Strukturen und die damit einhergehende Veränderung von Lebensraumaneignung durch Kinder und Jugendliche, oder auch allgemein der Verinselung von Kindheit und Jugend, entstehen entsprechende neue soziale Settings.

Die Jugendlichen melden sich mit ihrem Profil im Sozialen Netzwerk an. Dort machen sie z.B. Angaben zu ihren Hobbies, zeigen Fotos von sich und posten Nachrichten an ihr Netzwerk aus Freunden. Je nach Status der Freunde werden verschiedene Informationen geteilt und/oder unterschiedliche Zugriffsberechtigungen gegeben. Features (wie Angaben zum Online-Status oder News Feeds innerhalb des Netzwerks) erleichtern es, immer auf dem neuesten Informationsstand zu sein und verführen dazu, ständig online zu sein.

Die Anzahl der Kontakte im eigenen Netzwerk kann dadurch sehr schnell ansteigen und die persönliche Öffentlichkeit stark erweitern, so dass sich die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit auflösen. Sind die Jugendli-

chen sich nicht darüber im Klaren, dass ihre Veröffentlichungen dauerhaft gespeichert bleiben und im Netzwerk sichtbar sind und geteilt werden können, laufen sie Gefahr, unbedacht Informationen preiszugeben, über die sie nicht die Kontrolle behalten können. Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung ist dann sehr schwer einzulösen.

Allerdings sind Jugendliche durchaus reflektiert in Bezug auf diese Thematik und überlegen nach eigener Aussage, in welchem Kontext sie welche Daten preisgeben. Dabei finden sie Informationen über ihr Privatleben wichtiger als soziodemographische Daten.²

Da dies allgemein gilt und nicht nur bei Jugendlichen zu beobachten ist, stellen sich Fragen, unter anderem wie sich die Definition von Privatheit bereits verändert hat bzw. verändern wird und mit welchen gesellschaftlichen Folgen.

Die zunächst so beiläufig stattfindende Beteiligung kann zudem als politischer Prozess bei der Gestaltung des Netzes begriffen werden. Durch das Vertreten von Positionen und die Äußerung von Meinungen und Ansichten nehmen die Jugendlichen selbst Einfluss auf die Art, den Stil und den Inhalt ihrer Netzkultur.

² Vgl. CALMBACH, MARC; BORGSTEDT, SILKE; BORCHARD, INGE; BERTHOLD, PETER MARTIN THOMAS; FLAIG, BODO (2016): *Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland*. Wiesbaden, S. 195.
➤ <http://wie-ticken-jugendliche.de/home.html>

Das Netz als Informationslieferant

Die zunehmende Bedeutung des Netzes als Informationslieferant verändert die Medienlandschaft und die Rolle des Journalismus in mehrfacher Hinsicht. Öffentliche Kommunikation ist nicht mehr nur an das Pressewesen gebunden. Der persönliche Meinungsbildungsprozess kann auf der Basis eines breiten Informationsangebots erfolgen, das das demokratische Prinzip der Meinungsvielfalt im öffentlichen Raum erfüllt.

Neben der Content-Produktion und Berichterstattung eher klassischer Medien wie Fernsehen, Rundfunk und Printjournalismus treten neue Player und Produzenten auf, neue Berufsbilder entstehen und die Anforderungen an die Aktualität der Nachrichten verändern sich. Online-Journalismus und nutzergenerierte Inhalte können sich ergänzen und beeinflussen, nebeneinander und in Konkurrenz um die Aufmerksamkeit stehen.

Der direkte Kontakt zum Publikum im Netz ermöglicht unmittelbaren Informationsfluss, der nicht erst durch die Filter des klassischen Journalismus läuft. Aber auch die bereits im prädigitalen Zeitalter etablierten Massenmedien bieten zusätzliche Online-Angebote, um ihr Publikum ebenfalls im Netz zu erreichen und auf neue Art mit ihm zu kommunizieren sowie für sich zu werben. Dazu gehören unter anderem (neben der Präsenz bzw. Kommunika-

tion in Sozialen Netzwerken) Liveticker und Eilmeldungen, 360°-Videos und Virtual Reality-Angebote ebenso wie Datenjournalismus. Die neu entstandene Meinungslandschaft wird jedoch nicht notwendigerweise in ihrer ganzen Fülle genutzt. Die Informationsmöglichkeiten werden unübersichtlicher, kleinteiliger und bruchstückhafter: Die Seriosität der Angebote muss individuell eingeschätzt werden.

Darüber hinaus entstehen durch technische Algorithmen im Netz Filtermechanismen, die eine Vorauswahl für die angezeigten Themen treffen, wenn gleich auf anderer Grundlage als bei der traditionellen Gate-Keeper-Funktion des Journalismus. Wird im Journalismus durch redaktionelle Entscheidungen über die Auswahl von Informationen, Nachrichten oder Standpunkten Einfluss auf die Meinungsbildung der Öffentlichkeit genommen, gehören zu den Parametern für die Themenauswahl durch technische Algorithmen eher Standortdaten, Betriebssysteme, Browser oder auch die Häufigkeit von aufgesuchten Themen und Webseiten der Nutzer*innen.

Die Möglichkeit besteht, nur einen kleinen Ausschnitt der öffentlichen Debatte wahrzunehmen. Diese Situation ist nicht neu, sondern unabhängig von der Art der Informationsquellen bei eingeschränkter Nachrichtenauswahl stets gegeben.

Auch der klassische Journalismus nutzt das breite Informationsangebot im Netz zur Recherche und stößt dabei auf entsprechende Herausforderungen. Die Wahrheit einer Nachricht zu überprüfen, wird angesichts der Vielzahl der Quellen, der Geschwindigkeit der Neuveröffentlichungen und gezielt gestreuter Fehlinformationen, Propaganda oder Fake News immer schwieriger.

Die Tendenz, aktuelle Kurznachrichten ständig abzurufen, beschleunigt die Nachfrage nach Informationen, die in immer kürzeren Abständen veröffentlicht werden. Die Zeit (zweifelhafte) Quellen zu überprüfen wird dadurch immer geringer. Umdeutungen, falsche Kontexte und Zeugen mit maßgeschneiderten Bildern und Texten oder Informationen, die den Erfordernissen des Pressekodex nicht standhalten, erschweren das Nachrichtengeschäft.

Bei der Beschaffung von Daten oder Informationen könnten unlautere Methoden angewandt, Interviews falsch wiedergegeben oder Fotomontagen nicht unmittelbar erkennbar sein.

Entscheiden sich Journalisten*innen dafür, aus Skepsis eine Meldung nicht zu bringen, die sich hinterher als wahr herausstellt, geraten sie im globalen Mediengeschäft ins Hintertreffen. Solche Entscheidungen können im Zweifel Misstrauen und Verunsicherung hervorrufen und z.B. Verschwörungstheoretiker*innen in die Hände spielen. Die Überzeugung, dass die Öffentlichkeit von den Medien falsch informiert bzw. belogen wird, kann gleichwohl aus allen Veröffentlichungen konstruiert werden.

»In den sozialen Medien zeigt sich, dass Verschwörungsideologien nicht nur von vermeintlichen gesellschaftlichen Außenseiter*innen verbreitet und geglaubt werden. Der oftmals skandalisierende Ton, das Zusammenspiel von einfachen Erklärungen und der Benennung von Schuldigen ist für die breite

Masse attraktiv; und dies unabhängig von Geschlecht, Alter oder Bildung.«³

Um diese Zusammenhänge zu erkennen, müssen die dahinterliegenden Informationen und Quellen analysiert werden können oder zumindest mit Skepsis betrachtet werden. Unabhängig davon, welches Thema gesetzt ist oder welche Debatte geführt wird, zur öffentlichen Meinungsbildung gehört auch, Mehrheiten für Positionen zu generieren. Im Netz finden Gleichgesinnte auch überregional leicht zusammen und können die spezifischen Online-Angebote für ihr Engagement nutzen. Dazu gehören die Veröffentlichung von Beiträgen auf YouTube, in Blogs oder themenspezifischen Wikis, die aktive Beteiligung in Foren und an Online-Petitionen, die Durchführung von Online-Kampagnen ebenso wie Counter Speech oder einfaches »Liken«. Die Aktivitäten können sich durch die Vernetzungseffekte schnell multiplizieren.

Tatsächlich bedeutet die Präsenz eines Themas oder einer Position im Netz nicht immer, dass die Meinung der Mehrheit abgebildet wird. Diese verzerrte Wahrnehmung bzw. dieser Effekt der »Mehrheitsillusion«⁴ kann entweder infolge eines Vernetzungsergebnisses auftreten oder aufgrund der sogenannten »Schweigespирale«.⁵

Die Meinung besonders aktiver Netznutzer*innen mit vielen Kontakten ist durch die vielen Verknüpfungen präsenter. In Abhängigkeit vom Verhältnis der Kontakte und deren Vernetzung sieht der/die jeweilige Nutzer*in entweder die eigene Meinung unterrepräsentiert oder beeinflusst seinerseits/ihrerseits die Wahrnehmung der Kontakte in die entgegengesetzte Richtung. Die Wirkung der Schweigespирale erklärt sich aus der Annahme, dass sich die/der Netznutzer*in der vermuteten Mehrheitsmeinung anschließen oder sich ganz aus der Debatte zurückziehen und gar keine Meinungsäußerung abgeben, um sich sozial nicht zu isolieren. Das heißt: Auch wenn eine Meinung im Netz sehr stark vertreten ist, muss sie nicht die Mehrheitsmeinung abbilden. Sie kann sehr präsent sein, weil sie die Meinung besonders aktiver Nutzer*innen widerspiegelt, da sich andere Nutzer*innen mit gegenteiligen Standpunkten aus Angst vor den Konsequenzen gar nicht erst positionieren und damit nicht sichtbar werden.

Erst das Wissen um die Komplexität der Faktoren hinter den Informationen, Themen, Meinungen und Algorithmen im Netz trägt zu einem souveränen Umgang mit der Bildung und Kommunikation eigener Meinung bei.

3 AMADEU ANTONIO STIFTUNG (Hrsg.) (2015): *No World Order: Wie antisemitische Verschwörungsideologien die Welt verklären*. Berlin, S. 5.
➤ <http://amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/verschwuerungen-internet.pdf>

4 Begriff/These nach KRISTINA LERMAN, UNIVERSITY OF SOUTHERN CALIFORNIA, Los Angeles

5 Begriff/These nach ELISABETH NOELLE-NEUMANN, INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

Das Netz als demokratischer Ort

Sollen Jugendliche sich als gestaltendes Mitglied der digitalen Gesellschaft begreifen, müssen ihnen Räume und Strategien angeboten werden, die es ihnen ermöglichen, ihre Vorstellungen selbstbestimmt zu vertreten und in die Debatten einzubringen.

Zum demokratischen Umgang miteinander gehört es, Standpunkte immer wieder neu zu verhandeln, Haltungen zu überdenken und Meinungen zu revidieren. Vor dem Hintergrund veränderter Medienlandschaft braucht es dabei nicht nur das Wissen um die Mechanismen digitaler Kommunikation. Dazu gehören außerdem die Fähigkeit, kritisch nachzufragen sowie die Courage, Netzbeiträge von Freunden anzuzweifeln und auch Äußerungen von Erwachsenen selbstbewusst entgegenzutreten – und nicht zuletzt die Kompetenz, deeskalierend zu kommunizieren und zu moderieren.

Jugendliche müssen die Erfahrung machen, dass ihre Wünsche und Vorstellungen gehört, respektiert und wertgeschätzt werden, um sie für Beteiligung und Mitbestimmung an demokratischen Prozessen zu motivieren. Und sie müssen erleben, dass Engagement etwas bewirken kann, um Demokratie als lebendige Staatsform zu begreifen, die sie als verantwortungsvolle Bürger*innen mitgestalten können. Deshalb brauchen die Jugendlichen nicht nur Wissen um Zusammenhänge und Kenntnis darüber, wie sie sich engagieren können, sondern auch den Mut, ihre Ideen und Utopien zu formulieren, daran zu glauben und dafür einzustehen.

Hintergrund

Soziale Netzwerke und Internetdienste sind (für Jugendliche) eine wichtige Informationsquelle und Austauschplattform zur Meinungsbildung. Die vielfältigen Partizipationsmöglichkeiten ermöglichen auch inhaltliche Veröffentlichungen und Debatten, die nicht immer qualifiziert oder sogar antidemokratisch sind.

Bei zunehmender Geschwindigkeit der Nachrichtenveröffentlichung geraten vermehrt ungesicherte bzw. unbestätigte Informationen in Umlauf. Spekulationen und Hypothesen stehen gleichermaßen wie Fakten im Raum. Einige Stimmen sind lauter als andere. Intoleranz und Hasskommentare in Sozialen Netzwerken sind eine zusätzliche Herausforderung für die eigene Positionierung.

Die Online-Befragung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zum Thema »Ethik im Netz und Hate Speech« macht die gesellschaftliche Aufgabe deutlich: 22 % der Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 24 Jahren gaben an, sehr häufig (und 32 % häufig) Hate Speech bzw. Hasskommentare im Internet gesehen zu haben. Diejenigen, die sich näher mit Hasskommentaren beschäftigten, wurden nach dem Warum gefragt: Die Mehrheit der Befragten tut es, weil sie Hasskommentare entsetzen (78 %) oder wenn es sich um ein für sie persönlich relevantes Thema handelt (72 %); 60 % möchten dabei etwas über die Meinung anderer erfahren und 52 % finden es interessant.⁶

⁶ Vgl. LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NORDRHEIN-WESTFALEN (LfM) (Hrsg.) (2016): *Forsa-Umfrage: Ethik im Netz. Hate Speech.* http://lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Medienversammlung/2016/Ethik_imNetz_Hate_Speech-PP.pdf

In der Studie »Toleranz Online 2014« antworten Jugendliche (befragt wurden 872 junge Menschen im Alter von 14 bis 34 Jahren) auf die Frage, warum sie glauben, dass sich nur wenige Menschen im Internet aktiv gegen Mobbing/Diskriminierung einsetzen mit 69,0 %: »weil sie nicht glauben, dass es etwas bringt.« Wenn sie gefragt werden, wie sie ihre Meinung im Netz äußern, antworten 85,5 % mit »gefällt mir« klicken«, 68 % »Statusmeldungen kommentieren«, 52,0 % »Online-Petitionen unterzeichnen«, 51,7 % »Fotos/Videos posten«, 48,7 % »Statusmeldungen schreiben«, 31,3 % »Themengruppen beitreten«, 28,1 % »Beiträge in Diskussionsforen« abgeben und 18,7 % »Artikel/Blogbeiträge schreiben«.7

7 SCHNETZER, SIMON (2014): *Toleranz Online 2014: Eine Jugendstudie über Respekt, Sicherheit und Freiheit im Internet*. Hamburg. <http://de.slideshare.net/JUGENDSTUDIE/toleranz-online-2014-studienergebnisse-im-berblick>

Aufbau des Unterrichtsthemas

Das Material zum Unterrichtsthema »Meinung im Netz gestalten« gliedert sich in vier Module, in denen die Schüler*innen zu unterschiedlichen Aspekten ihre Nutzung Sozialer Netzwerke und ihre Rolle als gestaltendes Mitglied der digitalen Gesellschaft reflektieren.

Sie umfassen die Analyse der eigenen Inszenierung und Handlungsweisen im Netz, der Verzahnung von Sozialem und Lebensraum mit dem digitalen Raum, der Suche und Bewertung von Informationen und nicht zuletzt das Vertreten von Positionen, Meinungen und Ansichten.

Im **Modul 1 – Ich im Netz** beschäftigen sich die Schüler*innen mit der eigenen Selbstdarstellung in Sozialen Netzwerken, dem Identitätsmanagement und analysieren eigene Meinungsbildungsprozesse sowie ihre Formen von Beteiligung an politischen und gesellschaftlichen Prozessen im Netz.

Im **Modul 2 – Wer macht Meinung im Netz** werden die Akteur*innen von journalistischen und nicht-journalistischen Informations- und Darstellungsformen im Netz, ihr Zusammenspiel, ihr Einfluss auf die Meinungsbildung und die journalistischen Herausforderungen thematisiert. Darüber hinaus diskutieren und reflektieren die Schüler*innen das Thema Meinungsfreiheit und den Pressekodex als Grundlage journalistischer Werte.

Im **Modul 3 – Chemtrails und Co.** steht das Thema Verschwörungstheorien beispielhaft für den Umgang mit Fehlinformation im Netz im Mittelpunkt. Die Schüler*innen lernen bei der Erstellung einer eigenen multimedialen Präsentation die Hintergründe und Zusammenhänge von Verschwörungstheorien kennen, um sie im Netz besser identifizieren zu können.

Im **Modul 4 – Ich im Netz und in der Gesellschaft** motiviert eine Zukunftswerkstatt zur Fragestellung »Wie wollen wir Soziale Netzwerke – und damit

Lebenswelt – demokratisch gestalten?« die Schüler*innen dazu, eigene Ideen als Mitgestalter*innen Sozialer Netzwerke und digitaler Kommunikation zu entwickeln. Ausgangspunkt sind ihre Erfahrungen und ihre positiven Visionen, die zu einer zielgruppengerechten Projektidee für ein demokratisches Miteinander im Netz führen sollen.

Die vier Module können einzeln oder in Gesamtheit verwendet werden. Lediglich die einführende Unterrichtseinheit zu den charakteristischen Eigenschaften von Netzkommunikation (UE1a) ist obligatorisch und wird allen Modulen vorangestellt, falls diese einzeln genutzt werden.

Modulübersicht

Modul 1 – Ich im Netz

UE1a	⌚ 25 Min.	Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation	20
UE1b	⌚ 20 Min.	Meine Selbstdarstellung	21
UE1c	⌚ 20 Min.	Meine Meinungsbildung	22
UE1d	⌚ 25 Min.	Meine Beteiligung und mein Einfluss auf politische und gesellschaftliche Prozesse	23

Modul 2 – Wer macht Meinung im Netz

UE2a	⌚ 25 Min.	Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation <i>UE entfällt, wenn Modul 1 bereits durchgeführt wurde.</i>	27
UE2b	⌚ 20 Min.	Meinungsfreiheit	28
UE2c	⌚ 25 Min.	Journalistische (Meinungs-)Äußerungen einordnen	29
UE2d	⌚ 20–45 Min.	Kriterien des Pressekodex	30

Modul 3 – Chemtrails und Co.

UE3a	⌚ 25 Min.	Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation <i>UE entfällt, wenn Modul 1 bereits durchgeführt wurde.</i>	35
UE3b	⌚ 135 Min.	Was ist eine Verschwörungstheorie?	36
UE3c	⌚ 20 Min.	Verschwörungstheorie (optional)	38
UE3d	⌚ 25 Min.	Medienanalyse zu einer Verschwörungstheorie (optional) politische und gesellschaftliche Prozesse	39

Modul 4 – Ich im Netz und in der Gesellschaft

UE4a	⌚ 25 Min.	Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation <i>UE entfällt, wenn Modul 1 bereits durchgeführt wurde.</i>	43
UE4b	⌚ 20 Min.	Zukunftswerkstatt Vorphase	44
UE4c	⌚ 65–70 Min.	Zukunftswerkstatt Phase 1: Bestandsaufnahme	45
UE4d	⌚ 75–90 Min.	Zukunftswerkstatt Phase 2: Fantasie	46
UE4e	⌚ 65–70 Min.	Zukunftswerkstatt Phase 3: Verwirklichung	47
UE4f	⌚ 20 Min.	Zukunftswerkstatt Nachbereitung	48

Unterstützende Materialien

Aktuelle Medienbeispiele zum Unterrichtsthema finden sich auf der Projektplattform unter <http://medien-in-die-schule.de/meinung-im-netz-gestalten>.

- ⇨ AMADEU ANTONIO STIFTUNG (Hrsg.) (2014): Wir sind wieder da. Die »Reichsbürger«: Überzeugungen, Gefahren und Handlungsstrategien. Berlin. http://amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/reichsbuerger_web.pdf
- ⇨ AMADEU ANTONIO STIFTUNG (Hrsg.) (2015): No World Order: Wie antisemitische Verschwörungsideologien die Welt verklären. Berlin. <http://amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/verschwörungen-internet.pdf>
- ⇨ BEHRENS, PETER; CALMBACH, MARC; SCHLEER; CHRISTOPH; KLINGLER, WALTER; RATHGEB, THOMAS (2014): Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten. Repräsentative Onlinebefragung von 14- bis 29-Jährigen in Deutschland. In: Media Perspektiven, Heft 4/2014, S. 195–218. <http://ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2014/artikel/mediennutzung-und-medienkompetenz-in-jungen-lebenswelten>
- ⇨ BITKOM – BUNDESVERBAND INFORMATIONSWIRTSCHAFT, TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN E.V. (Hrsg.) (2014): Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft. Berlin. <https://bitkom.org/Publikationen/2014/Studien/Jung-und-vernetzt-Kinder-und-Jugendliche-in-der-digitalen-Gesellschaft/BITKOM-Studie-Jung-und-vernetzt-2014.pdf>
- ⇨ BONFADELLI, HEINZ (2014): Medien und Gesellschaft im Wandel. In: bpb Dossier: Medienpolitik. <http://bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172610/medien-und-gesellschaft-im-wandel>
- ⇨ CALMBACH, MARC; BORGSTEDT, SILKE; BORCHARD, INGE; BERTHOLD, PETER MARTIN THOMAS; FLAIG, BODO (2016): Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Wiesbaden.
- ⇨ EMMER, MARTIN; VOWE, GERHARD; WOLLING, JENS (2011): Bürger online – Die Entwicklung der politischen Onlinekommunikation in Deutschland. Konstanz. <https://buergeronline.wordpress.com/das-buch>

- SHELL DEUTSCHLAND (Hrsg.) (2015): Jugend 2015: 17. Shell Jugendstudie. Frankfurt/Main. <http://shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie/ueber-die-shell-jugendstudie-2015.html>
- DEUTSCHER PRESSERAT (Hrsg.) (2015): Publizistische Grundsätze (Pressekodex). Berlin. http://presserat.de/fileadmin/user_upload/Downloads_Dateien/Pressekodex_BO_2016_web.pdf
- DIVSI (DEUTSCHES INSTITUT FÜR VERTRAUEN UND SICHERHEIT IM INTERNET) (Hrsg.) (2014): DIVSI U25-Studie. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. Hamburg. <https://divsi.de/wp-content/uploads/2014/02/DIVSI-U25-Studie.pdf>
- DIVSI (DEUTSCHES INSTITUT FÜR VERTRAUEN UND SICHERHEIT IM INTERNET) (Hrsg.) (2015): DIVSI Studie: Beteiligung im Internet – Wer beteiligt sich wie? Formen, Vorteile und Hürden der Beteiligung im Internet aus Sicht der DIVSI Internet-Milieus. Hamburg. https://divsi.de/wp-content/uploads/2015/07/DIVSI-Studie-Beteiligung-im-Internet-Wer-beteiligt-sich-wie_web.pdf
- HASEBRINK, UWE (2015): Meinungsbildung und Kontrolle der Medien. In: bpb Dossier: Medienpolitik. <http://bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172240/meinungsbildung-und-kontrolle-der-medien>
- LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NORDRHEIN-WESTFALEN (LFM) (Hrsg.) (2016): Forsa-Umfrage: Ethik im Netz. Hate Speech. http://lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Medienversammlung/2016/EthikimNetz_Hate_Speech-PP.pdf
- LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NORDRHEIN-WESTFALEN (LFM) (Hrsg.); Machill, Marcel; Beiler, Markus; Krüger, Uwe (2014): Das neue Gesicht der Öffentlichkeit. Wie Facebook und andere soziale Netzwerke die Meinungsbildung verändern. (LfM-Materialien Band 31) Düsseldorf. http://uni-leipzig.de/journalistik/fileadmin/user_upload/oo/machill/LfM_Materialien_Bd31_FINAL.pdf
- MPFS (MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST) (Hrsg.) (2015): JIM-Studie 2015. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart. https://mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2015/JIM_Studie_2015.pdf

- ⇨ SCHNETZER, SIMON (2014): Toleranz Online 2014: Eine Jugendstudie über Respekt, Sicherheit und Freiheit im Internet. Hamburg.
- ⇨ »Konstruktiver Journalismus«. In: WIKIPEDIA, DIE FREIE ENZYKLOPÄDIE (Bearbeitungsstand: 08.07.2016). ↗ https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Konstruktiver_Journalismus&oldid=155968428
- ⇨ »Radiotheorie«. In: WIKIPEDIA, DIE FREIE ENZYKLOPÄDIE (Bearbeitungsstand: 13.11.2013). ↗ <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Radiotheorie&oldid=124423359>



MODUL 1

Ich im Netz

Einführung

Kommunikation steht im Mittelpunkt der Mediennutzung von Jugendlichen, weil sie den ständigen Austausch und Abgleich mit ihren Freund*innen ermöglicht. Die Kommunikation in Sozialen Netzwerken ist ein wichtiger Faktor zur Orientierung und hilft Jugendlichen herauszufinden, wer sie sein möchten. Dabei probieren sie verschiedene Konzepte für ihr Identitätsmanagement aus und experimentieren mit ihrer Selbstdarstellung und der Wirkung, die sie damit auf andere haben.



Die Auswahl der Themen, der Meinungen und des Stil- und Lebensgefühls richtet sich sowohl nach ihren Freund*innen im unmittelbaren Umfeld als auch nach ihrem Netzwerk in den sozialen Medien. Hier bietet sich extra Raum für Auseinandersetzungsformen und Beziehungsgemeinschaften, mit anderen Informationsquellen, Orientierungspunkten und Veröffentlichungsmöglichkeiten.

Durch die vielfältigen Nutzungs- und Gestaltungsmöglichkeiten für die Selbstdarstellung oder die Informationsbeschaffung sortieren die Jugendlichen nach persönlicher Interessenlage ihre Themen, bestimmen deren Relevanz und setzen so, auch mittels Selbstdarstellung und durch Vernetzungsmechanismen in den Sozialen Medien, gesellschaftliche Diskurse in Gang und tragen zur Meinungsbildung bei.

Ziel

Mit den Unterrichtseinheiten in Modul 1 reflektieren die Schüler*innen ihre Selbstdarstellung und ihr Verhalten im Netz. Wie stellen sie sich, ihre Rolle und ihre Meinungen dar? Woran beteiligen sie sich? Was möchten sie wodurch zum Ausdruck bringen? Welchen Quellen glauben sie? Wann verteilen sie ein »Like« oder teilen ein Foto? Welche Mechanismen bestimmen ihre digitale Kommunikation?

Mit kleinen eigenen Geschichten sollen sich die Schüler*innen abschließend ihrer Einflussmöglichkeiten auf politische und gesellschaftliche Prozesse im Netz bewusst werden.

Ein Überblick zum Themenfeld »Netzkommunikation« wird in der UE1a mit der Definition von charakteristischen Eigenschaften und Begriffen erarbeitet.

Zeitbedarf

Für das Modul 1 sollte eine Doppelstunde (90 Minuten) eingeplant werden.

Unterrichtseinheiten des Moduls

UE1a	🕒 25 Min.	Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation
UE1b	🕒 20 Min.	Meine Selbstdarstellung
UE1c	🕒 20 Min.	Meine Meinungsbildung
UE1d	🕒 25 Min.	Meine Beteiligung und mein Einfluss auf politische und gesellschaftliche Prozesse

🕒 **gesamt 90 Min.**

 Aufgabe	Definieren charakteristischer Eigenschaften von Netzkommunikation
 Lernziel	Kennen charakteristischer Aspekte von Netzkommunikation
 Ablauf	<p>In einem einführenden Unterrichtsgespräch werden folgende Fragen thematisiert:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Was bedeutet Kommunikation?→ Welche unterschiedlichen Formen von Kommunikation gibt es?→ Warum kommunizieren wir? (Materialblatt_Meinung_01) <p>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 <i>Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet</i> und <i>Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps</i>.)</p> <p>In einer abschließenden Diskussion werden die einzelnen Schlagworte miteinander in Beziehung gesetzt; eine mögliche gegenseitige Beeinflussung wird thematisiert.</p>
 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	<ul style="list-style-type: none">→ Materialblatt_Meinung_01 Definition: Kommunikation→ Arbeitsblatt_Meinung_02 Begriffskärtchen zur Netzkommunikation→ Materialblatt_Meinung_03 Definition der Schlagwörter zu Netzkommunikation→ Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet→ Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps→ ggf. Computer mit Internetzugang→ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

 Aufgabe	Reflexion der Selbstdarstellung im Netz
 Lernziel	Sensibilisierung für das eigene Nutzer*innenverhalten im Netz
 Ablauf	<p>In einem Fragebogen (Arbeitsblatt_Meinung_04) beschäftigt sich jede/r Schüler*in mit ihrer/seiner Selbstdarstellung im Netz. Die zentrale Frage lautet: Woran kann man erkennen, wer du bist?</p> <p>Vor dem Hintergrund der Eigenanalyse diskutieren die Schüler*innen, wonach sie andere Personen im Netz einschätzen und beurteilen. Ihre Kriterien und die des Fragebogens werden dabei an der Tafel festgehalten.</p> <p>Diese Kriterien dienen einer abschließenden Abstimmung mit Farbkarten: Die Schüler*innen müssen sich jeweils zwischen zwei Möglichkeiten, was für sie mehr über eine andere Person aussagt (z.B. ein Foto oder ein Like), entscheiden. Dabei entscheiden sie nach ihrem eigenen Ermessen und begründen ihre Entscheidung. (Materialblatt_Meinung_05)</p>
 Hinweise	Den Fragebogen auf Arbeitsblatt_Meinung_04 für jede/n Schüler*in kopieren oder online zur Verfügung stellen. Für die Abstimmung können statt der Farbkarten auch Handzeichen oder die Aufstellung in der linken bzw. rechten Klassenhälfte vereinbart werden.
 Materialien	<ul style="list-style-type: none">→ Arbeitsblatt_Meinung_04 Fragebogen Woran kann man erkennen, wer du bist?→ Materialblatt_Meinung_05 Beurteilungskriterien→ Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet→ ggf. Computer mit Internetzugang→ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier, Farbkarten

 Aufgabe	Erklären von Meinungsbildungsprozessen
 Lernziel	Erkennen von eigenen Meinungsbildungsprozessen
→ Ablauf	<p>Zum Einstieg in das Thema wird ein Quellenranking erstellt.</p> <p>Jede/r der Schüler*in erhält das Arbeitsblatt_Meinung_o6, auf dem unterschiedliche Quellen, die zur Meinungsbildung beitragen können, und drei Situationen, in denen eine eigene Meinung gebildet wird, dargestellt sind. Die Schüler*innen überlegen sich, wem sie warum vertrauen und bilden eine persönliche Reihenfolge.</p> <p>Drei Schüler*innen stellen anschließend ihr persönliches Quellenranking vor. Danach wird in einem Unterrichtsgespräch diskutiert, wie die Informationen der verschiedenen Quellen bewertet werden. Leitende Fragen für das Unterrichtsgespräch sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Warum vertraust du? Und wem? → Wie viel Aufwand betreibst du, um dir eine Meinung zu bilden? → Wer hat Einfluss auf deine Meinung? → Wie schnell hast du eine Meinung? → Wie zeigst du deine Meinung im Netz? → Zu welchen Themen sagst du deine Meinung im Netz? <p>Ist Meinung ein Spiegelbild gesellschaftlicher Prozesse oder umgekehrt? Diese Einflussfaktoren, die bei der Meinungsbildung eine Rolle spielen, werden an der Tafel festgehalten und können ggf. mit aktuellen Studienergebnissen abgeglichen werden. (Materialblatt_Meinung_o7, Materialblatt_Meinung_o8)</p>
 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> → Arbeitsblatt_Meinung_o6 Quellenranking zu Meinungsbildungsprozessen → Materialblatt_Meinung_o7 Einflussfaktoren, die bei der Meinungsbildung eine Rolle spielen → Materialblatt_Meinung_o8 Studienergebnisse (Auszüge) → Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet → ggf. Computer mit Internetzugang → Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

 Aufgabe	Darstellen möglicher Beteiligungsformen im Netz
 Lernziel	Kennen unterschiedlicher Beteiligungsformen im Netz
 Ablauf	<p>Die Schüler*innen erstellen eine Szenencollage (Materialblatt_Meinung_09), in der unterschiedliche Beteiligungs- und Einflussmöglichkeiten in kleinen Geschichten dargestellt werden. Diese Szenen werden dann nacheinander als Szenencollage in der Klasse vorgelesen. Die Überschrift der Szenencollage lautet: »Meine Beteiligung und mein Einfluss auf politische und gesellschaftliche Prozesse«.</p> <p>Vorbereitend werden in einem ersten Schritt im Klassenplenum verschiedene (jugendspezifische) Beteiligungsformen, die die Schüler*innen aus dem Netz kennen, an der Tafel gesammelt und mithilfe des Materialblatt_Meinung_10 ergänzt. Dabei werden die unterschiedlichen Beteiligungsformen diskutiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Warum beteiligst du dich oder nicht? → Was bringt Beteiligung? → Welche Beteiligung hältst du für besonders einflussreich? → Wovon hängt die Bedeutung ab? <p>In Kleingruppen wird jeweils eine Beteiligungsform für eine Szene ausgewählt. Die Eckpunkte lauten: Wer hat sich wozu woran beteiligt und was hat sich dadurch verändert.</p> <p>Die Szenen werden in einer abschließenden Wertediskussion unter den Aspekten Meinungsvielfalt und Meinungsmacher*innen aufgegriffen.</p>
 Hinweise	Siehe auch: <i>Unterrichtsthema Hass in der Demokratie begegnen UE1d – Wie kann ich demokratisch mitgestalten?</i>
 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> → Materialblatt_Meinung_09 Beteiligungsformen → Materialblatt_Meinung_10 Szenencollage → Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet → Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

Wer macht Meinung im Netz

Einführung

Informationsangebote und Meinungsäußerungen im Netz werden von vielen unterschiedlichen Akteur*innen gestaltet. Vor dem Hintergrund der Meinungsfreiheit bieten die Partizipationsmöglichkeiten des Netzes Privatpersonen und professionellen Beitragsproduzent*innen gleichermaßen Plattformen zur Veröffentlichung ihrer Inhalte. Das reicht von privaten Posts, selbst initiierten Blogs und Foren bis zu professionellen Nachrichtendiensten und Online-Plattformen von Sendeanstalten und Zeitschriften.



Für Jugendliche zählen Soziale Netzwerke und andere Online-Angebote zu den wichtigsten Informationsquellen für ihre Meinungsbildung. Hier werden Themen gesetzt und finden eine sehr schnelle Verbreitung. Digitale Kommunikation findet nicht mehr nur in eine Richtung statt, sondern hat Feedbackschleifen und Anschlusskommunikationen. Inhalte können geliked, geteilt, kommentiert und selbst angesprochen werden. Im Netz werden auch Jugendliche angesprochen, die auf konventionellem Weg über traditionelle Medien nicht erreicht werden.

Damit hat sich zu den ursprünglichen Meinungsbildungsprozessen durch traditionelle Medien eine Parallelstruktur aufgebaut, die inzwischen auch von ihnen selbst und darüber hinaus von Unternehmen, Verbänden und Parteien oder öffentlichen Personen bzw. Prominenten für eigene Zwecke genutzt wird. YouTuber*innen, Blogger*innen, Online-Angebote der Nachrichtenmagazine und Informationen aus privaten Communitys stehen im Netz ganz selbstverständlich nebeneinander.

Auf den ersten Blick lässt sich nicht immer leicht unterscheiden, vor welchem Hintergrund die Beiträge entstanden sind und woher die Informationen stammen.

Die Abgrenzung von professionellen und unprofessionellen Fotografien, Videofilmen und Audioproduktionen aufgrund der technischen Qualität ist kein Kriterium mehr. Auch Textbeiträge können von interessierten Laien ebenso gut geschrieben sein wie von Expert*innen.

Überdies ist in Deutschland die Berufsbezeichnung »Journalist*in« nicht geschützt, so dass diese Angabe keine Rückschlüsse auf den/die Urheber*in zulässt. Die Grenzen zwischen professionellen und nicht-professionellen Informationsproduktionen, Nachrichten und Berichten verwischen. Fehlinformationen oder gezielt gestreute Falschmeldungen können ihren Ursprung in privater wie in kommerzieller oder offizieller Quelle haben. Die Trennung zwischen redaktionellen und kommerziellen Beiträgen ist manchmal ebenso schwer zu erkennen.

Das Netz bietet also insbesondere für demokratische Meinungsbildungsprozesse neue Herausforderungen, beispielsweise die Anpassung bestehender publizistischer Grundsätze.

Andererseits bieten sich Möglichkeiten und Chancen, um vielfältige alternative Informationsquellen, Kooperationsmöglichkeiten und Diskursformen zu probieren und zu überprüfen.

Ziel

Mit diesem Modul werden die Akteur*innen im Netz vorgestellt; ihre Rolle wird beleuchtet: Was bedeutet Meinungsfreiheit und wo hat sie Grenzen? Wem vertraue ich? Wem kann ich vertrauen? Wer macht Meinung? Wie beeinflussen sich journalistische und nicht-journalistische Nutzer*innen und Autor*innen?

Was sind (neue) journalistische Herausforderungen im Netz? Finden Jugendliche publizistische Grundsätze relevant für und übertragbar auf ihr eigenes Mediennutzungsverhalten? Ist der Pressekodex ihrer Ansicht nach zeitgemäß und entsprechen die dahinterstehenden Werte ihren eigenen Vorstellungen vom Umgang miteinander im Netz? Wo sehen sie Nachbesserungsbedarf?

Diese Aspekte werden im Modul 2 in den einzelnen Unterrichtseinheiten zur Fragestellung »Wer macht Meinung im Netz?« erarbeitet und diskutiert.

Zeitbedarf

Für das Modul 2 (ohne UE2a) sollte eine Doppelstunde (90 Minuten) eingeplant werden.

Unterrichtseinheiten des Moduls

- UE2a ⌚ 25 Min. Charakteristische Eigenschaften von Netz kommunikation (*falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde)
 - UE2b ⌚ 20 Min. Meinungsfreiheit
 - UE2c ⌚ 25 Min. Journalistische (Meinungs-)Äußerungen einordnen
 - UE2d ⌚ 20–45 Min. Kriterien des Pressekodex
- ⌚ gesamt (ohne UE2a) 90 Min.






UE2a – Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation

(*falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde)

🕒 25 Min.

 Aufgabe	Definieren charakteristischer Eigenschaften von Netzkommunikation
 Lernziel	Kennen charakteristischer Aspekte von Netzkommunikation
 Ablauf	<p>In einem einführenden Unterrichtsgespräch werden folgende Fragen thematisiert:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Was bedeutet Kommunikation?→ Welche unterschiedlichen Formen von Kommunikation gibt es?→ Warum kommunizieren wir? (Materialblatt_Meinung_01) <p>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 <i>Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet und Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps</i>.)</p> <p>In einer abschließenden Diskussion werden einzelne Schlagworte herausgegriffen und gemeinsam bewertet.</p>
 Hinweise	<ul style="list-style-type: none">→ 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	<ul style="list-style-type: none">→ Materialblatt_Meinung_01 Definition: Kommunikation→ Arbeitsblatt_Meinung_02 Begriffskärtchen zur Netzkommunikation→ Materialblatt_Meinung_03 Definition der Schlagwörter zu Netzkommunikation→ <i>Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet</i>→ <i>Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps</i>→ ggf. Computer mit Internetzugang→ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier



 Aufgabe	Darstellen von Bedeutung und Grenzen der Meinungsfreiheit
 Lernziel	Meinungsfreiheit als demokratischen Grundwert erklären können
 Ablauf	<p>Artikel 5 des Grundgesetzes wird im Klassenraum aufgehängt, um das Thema sichtbar zu machen. (Materialblatt_Meinung_11) Die Schüler*innen lesen einen Artikel zum Thema Meinungsfreiheit. (Materialblatt_Meinung_12)</p> <p>Anschließend erarbeiten sie in Zweiergruppen ein fiktives Interview zum Thema »Ziele und Grenzen von Meinungsfreiheit«. Die Schüler*innen übernehmen dazu die Rolle der Journalist*innen und formulieren Interviewfragen, die sie mithilfe des Textes beantworten. (Arbeitsblatt_Meinung_13)</p> <p>Einzelne Interviews werden vorgelesen und sind die Grundlage für eine anschließende Diskussion zum Thema: Warum ist Meinungsfreiheit wichtig?</p>
 Hinweise	Es können auch aktuelle Presseartikel zur Ergänzung oder anstelle von Materialblatt_Meinung_12 genutzt werden.
 Materialien	<ul style="list-style-type: none">→ Materialblatt_Meinung_11 Artikel 5 des Grundgesetzes→ Materialblatt_Meinung_12 Meinungsfreiheit→ Arbeitsblatt_Meinung_13 Fiktives Interview→ ggf. Computer mit Internetzugang→ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

 Aufgabe	Journalistische und nicht-journalistische Akteur*innen im Netz benennen
 Lernziel	Das Spannungsfeld von Journalismus beschreiben können
 Ablauf	<p>Als Einstieg in das Thema »Journalistische Meinungsäußerungen« dient das Videostatement mit Michael Stempfle, Fernsehkorrespondent im ARD-Hauptstadtstudio. Alle Schüler*innen halten daraus Schlüsselworte zum Thema »Professioneller Journalismus im Web 2.0« auf einem Kärtchen fest.</p> <p>Diese werden anschließend im Klassenplenum als Mindmap gesammelt. (Materialblatt_Meinung_14) Die Mindmap kann auch mithilfe einer Mindmap-Anwendung digital erstellt werden (siehe Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet und Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps). Die abschließende Diskussion bezieht eigene Erfahrungen der Schüler*innen ein:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇨ Habt schon einmal eure Meinung geändert? ⇨ Habt ihr schon einmal falschen Quellen vertraut?
 Hinweise	<p>Das Interview »Journalismus im digitalen Raum« mit Michael Stempfle, Fernsehkorrespondent im ARD-Hauptstadtstudio findet sich auf der Projektplattform unter http://medien-in-die-schule.de/meinung-im-netz-gestalten. Bitte wählen Sie aus der ca. 20 minütigen Aufnahme für Ihre Zwecke bzw. Ziele passende Ausschnitte. Bei Nutzung des gesamten Interviews planen Sie bitte entsprechend mehr Zeit ein. Für eine weiterführende Diskussion kann auf die »Radiotheorie«⁸ von Berthold Brecht zurückgegriffen werden.⁹ Darüber hinaus kann auch der Ansatz des »Konstruktiven Journalismus«¹⁰ diskutiert werden.</p>
 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> ⇨ Materialblatt_Meinung_14 Mindmap: Journalistische Meinungsäußerung ⇨ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier ⇨ Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet ⇨ Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps ⇨ pro Gruppe mindestens ein Computer mit Internetzugang oder ein anderes Abspielmedium

⁸ »Radiotheorie«. In: WIKIPEDIA, DIE FREIE ENZYKLOPÄDIE (Bearbeitungsstand: 13.11.2013). <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Radiotheorie&oldid=124423359>

⁹ BRECHT, BERTOLT (1967): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Bertolt Brecht: Gesammelte Werke, Bd. 18. Schriften zur Literatur und Kunst, Bd. 1. Frankfurt/Main, S. 127ff.

¹⁰ »Konstruktiver Journalismus«. In: WIKIPEDIA, DIE FREIE ENZYKLOPÄDIE (Bearbeitungsstand: 08.07.2016). https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Konstruktiver_Journalismus&oldid=155968428

 Aufgabe	Anwenden publizistischer Grundsätze
 Lernziel	Kennen publizistischer Grundsätze
→ Ablauf	<p>Zum Einstieg in das Thema wird im Klassenplenum die Präambel des Pressekodex (http://presserat.de/pressekodex/pressekodex/#panel-praeambel) gemeinsam gelesen und im Anschluss besprochen, ob der Pressekodex oder journalistische Regeln bekannt sind bzw. welche journalistischen Regeln es geben könnte.</p> <p>Danach erstellt die Klasse einen Kriterienkatalog für die Veröffentlichung von Informationen, Beiträgen bzw. Artikeln. Grundlage ist der Pressekodex (http://presserat.de/pressekodex/pressekodex/#panel-undefined), den die Schüler*innen in eigene Worte und Bilder (Collage etc.) fassen. Ihre Ergebnisse halten die Schüler*innen auf Plakaten fest. (Materialblatt_Meinung_15)</p> <p>Zur Bearbeitung teilt sich die Klasse in folgende Gruppen:</p> <p>Gruppe 1: Ziffer 1 Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde Ziffer 3 Richtigstellung Ziffer 4 Grenzen der Recherche</p> <p>Gruppe 2: Ziffer 2 Sorgfalt</p> <p>Gruppe 3: Ziffer 5 Berufsgeheimnis Ziffer 6 Trennung von Tätigkeiten Ziffer 7 Trennung von Werbung und Redaktion</p> <p>Gruppe 4: Ziffer 8 Schutz der Persönlichkeit</p> <p>Gruppe 5: Ziffer 9 Schutz der Ehre Ziffer 10 Religion, Weltanschauung, Jugendschutz Ziffer 12 Diskriminierung Ziffer 14 Medizin-Berichterstattung</p> <p>Gruppe 6: Ziffer 13 Unschuldsvermutung Ziffer 15 Vergünstigungen Ziffer 16 Rügenveröffentlichung</p> <p>Jede der Gruppen stellt ihre Ergebnisse im Klassenplenum vor, so dass ein Kriterienkatalog für journalistische Veröffentlichungen entsteht. Abschließend wird das Wissen zum Pressekodex in vier Quizrunden mit vorbereiteten Quizfragen, die von einem/r Moderator*in gestellt werden, abgefragt. Ein Team besteht aus jeweils vier Schüler*innen. (Materialblatt_Meinung_16)</p>

Abschließend wird diskutiert, ob die Schüler*innen den Pressekodex noch für zeitgemäß halten. Beispielargumente:

Beispielargumente pro:

- Der Pressekodex ist zeitlos, weil er auf demokratischen Grundwerten basiert. Werte des Pressekodex wie Pressefreiheit, Wahrhaftigkeit, Achtung der Menschenwürde sind zeitlos und sollten unabhängig von technischen oder gesellschaftlichen Veränderungen eingehalten werden.
- Für neue technische Möglichkeiten in der Berichterstattung können inhaltliche Anpassungen/Aktualisierungen vorgenommen werden.

Beispielargumente contra:

- Presseveröffentlichungen werden global/international zur Kenntnis genommen. Begrifflichkeiten/Einstellungen (z.B. Ehre) werden kulturell unterschiedlich definiert.
- Die Definition von Privatheit ist durch digitale Medien im Wandel.
- Frei zugängliche Daten fallen ggf. unter den Pressekodex.
- Seriöse Recherche/Quellenanalyse ist aufwändig/langwierig und kann in der Schnelllebigkeit des Informationsgeschäftes die Geschäftsgrundlage von Medien gefährden.

 **Hinweise**

Der Textumfang in den jeweiligen Gruppen ist ungefähr gleich groß. Wenn weniger Zeit zur Verfügung steht, können einzelne Teile des Pressekodex bearbeitet werden.

Falls kein Internetzugang zur Verfügung steht, muss der Pressekodex ausgedruckt zur Verfügung gestellt werden.

 **Materialien**

- [Materialblatt_Meinung_15 Plakatidee | Pressekodex](#)
- [Materialblatt_Meinung_16 Quiz | Pressekodex](#)
- pro Gruppe mindestens ein Computer mit Internetzugang
- Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier
- Zeitschriften, Farbstifte für die Plakate des Kriterienkatalogs

MODUL 3

Chemtrails und Co.

Einführung

Soziale Netzwerke und Online-Angebote bieten unzählige Möglichkeiten, Informationen zu allen denkbaren Themen zu finden. Trotzdem gibt es Fragen, zu denen es keine zufriedenstellenden Erläuterungen gibt oder die nicht beantwortet werden können.



Auf der Suche nach Erklärungen begegnet man dann schnell Verschwörungstheorien¹¹ bzw. verschwörungstheoretischen Argumentationen. Durch die Vernetzungsmechanismen Sozialer Netzwerke können solche Theorien schnell und weit verbreitet werden, manchmal auch durch unreflektiertes Liken und Teilen.

Gerade Jugendliche, die auf der Suche nach Orientierung sind, können leicht auf Verschwörungstheorien treffen oder mit Verschwörer*innen in Kontakt kommen. Nicht nur Jugendliche sind dafür empfänglich. Die einfachen Erklärungsmuster können durchaus massentauglich sein. In Krisenzeiten haben Verschwörungstheorien Erfolg, weil sie Schuldige, Ursachen und einfache Erklärungen für komplexe Situationen in falschen Sinnzusammenhängen liefern. Sie können mit richtigen Fakten und Akteur*innen in falschen Kontexten und Argumentationslinien arbeiten, sich aber auch mit fantastischen Elementen wie Reptilienmenschen, Aliens und Hohlwelten beschäftigen.

Unabhängig davon, in welcher Form die Verschwörungstheorie erzählt ist: Sie liefert Erklärungen und vermittelt dem/der Anhänger*in das Gefühl, Bescheid zu wissen und nicht länger im Unklaren zu sein, weil er/sie Widersprüchlichkeiten und offene Fragen nicht aushalten kann. Gleichzeitig bietet sie Anhänger*innen auch die Möglichkeit eigene Niederlagen mit einer Verschwörung zu rechtfertigen.

So kann ein geschlossenes Selbstbild entstehen:¹² Man umgibt sich nur noch mit Gleichgesinnten, schließt sich entsprechenden Gruppen an und Vernetzungsmechanismen entwickeln sich zu einer Filterblase bzw. Echo-kammer.¹³

Problematisch wird es, wenn dabei Gruppen entstehen, die eine offene demokratische Gesellschaft ablehnen und an Einfluss in der öffentlichen Debatte gewinnen oder gar zur Jagd auf vermeintlich Schuldige aufrufen. Um Jugendliche davor zu schützen, müssen sie die Elemente und Mechanismen hinter Verschwörungstheorien erkennen können und Gegensätzlichkeit und Widersprüche tolerieren lernen.

Ziel

Die Schüler*innen sollen nachvollziehen können, wie es zu geschlossenen Weltbildern, die keinen Widerspruch dulden, kommen kann. Sie analysieren, was eine Verschwörungstheorie ist und welche Ursachen und Funktionen dahinter stehen. Sie sehen, was an diesen Ansätzen problematisch ist und erkennen die Strukturen. Dazu sichten die Schüler*innen vorgegebene Medienmaterialien (Expert*innen-Statements, Interviews etc.) und bereiten

¹¹ Vgl. AMADEU ANTONIO STIFTUNG (Hrsg.) (2015): *No World Order: Wie antisemitische Verschwörungsideologien die Welt verklären*. Berlin, S. 9. ↗ <http://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/verschwuerungen-internet.pdf>. Der Begriff »Verschwörungstheorie« hat sich im allgemeinen Sprachgebrauch durchgesetzt; er ist aber eigentlich falsch, da er Wissenschaftlichkeit impliziert. Besser ist der Begriff »Verschwörungsideologie«, weil ein Verschwörungsverdacht trotz Gegenbeweis aufrechterhalten wird.

¹² Siehe AMADEU ANTONIO STIFTUNG (Hrsg.) (2015): *No World Order: Wie antisemitische Verschwörungsideologien die Welt verklären*. Berlin, S. 18. ↗ <http://amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/verschwuerungen-internet.pdf>

¹³ Siehe Materialblatt *Meinung_03: Definitionen der Schlagwörter zur Netzkomunikation*.

die Inhalte für die Erstellung einer eigenen Multimediapräsentation auf.

In der Unterrichtseinheit »Verschwörungsstar« (UE3c) können auf spielerische Weise die Mechanismen von Verschwörungstheorien aufgedeckt werden. In der abschließenden Unterrichtseinheit zur Quellenanalyse (UE3d) wenden die Schüler*innen konkrete Überprüfungsmöglichkeiten von Fakten an.

Zeitbedarf

Für das Modul 3 (ohne UE3a und optionale UE3c und UE3d) sollten 135 Minuten eingeplant werden.

Unterrichtseinheiten des Moduls

UE3a	🕒 25 Min.	Charakteristische Eigenschaften von Netzkommu- nikation (*falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde)
UE3b	🕒 135 Min.	Was ist eine Verschwörungstheorie?
UE3c	🕒 25 Min.	Verschwörungsstar (optional)
UE3d	🕒 20 Min.	Medienanalyse zu einer Verschwörungstheorie (optional)



🕒 **gesamt 135 Min. (ohne UE3a und optionale UE3c, UE3d)**

UE3a – Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation

(*falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde)

🕒 25 Min.

 Aufgabe	Definieren charakteristischer Eigenschaften von Netzkommunikation
 Lernziel	Kennen charakteristischer Aspekte von Netzkommunikation
 Ablauf	<p>In einem einführenden Unterrichtsgespräch werden folgende Fragen thematisiert:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Was bedeutet Kommunikation?→ Welche unterschiedlichen Formen von Kommunikation gibt es?→ Warum kommunizieren wir? (Materialblatt_Meinung_01) <p>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 <i>Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet und Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps.</i>)</p> <p>In einer abschließenden Diskussion werden einzelne Schlagworte herausgegriffen und gemeinsam bewertet.</p>
 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	<ul style="list-style-type: none">→ Materialblatt_Meinung_01 Definition: Kommunikation→ Arbeitsblatt_Meinung_02 Begriffskärtchen zur Netzkommunikation→ Materialblatt_Meinung_03 Definition der Schlagwörter zu Netzkommunikation→ Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet→ Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps→ ggf. Computer mit Internetzugang→ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

 Aufgabe	Erstellen einer multimedialen Erklärungspräsentation zu Verschwörungstheorien
 Lernziel	Erkennen von Verschwörungstheorien und Kenntnis von ausgewählten Auseinandersetzungsmöglichkeiten
→ Ablauf	<p>Zum Einstieg in das Thema wird im Klassenplenum diskutiert, ob die Schüler*innen wissen, was Verschwörungstheorien sind und von welchen Verschwörungstheorien sie schon gehört haben.</p> <p>Danach arbeitet die Klasse in Kleingruppen an einer multimedialen Erklärungspräsentation. Dazu stehen auf der Projektplattform unter http://medien-in-die-schule.de/meinung-im-netz-gestalten verschiedene Materialien (Videostatements, Audiobeiträge, Grafiken) mit Hintergrundinformationen zur Verfügung, unter anderem zu den Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Was sind Verschwörungstheorien?→ Wieso folgen Menschen Verschwörungstheorien?→ Wie nutzen Menschen Verschwörungstheorien?→ Warum sind Verschwörungstheorien gefährlich?→ Welche Rolle spielen Verschwörungstheorien bei der Identitätskonstruktion?→ Wie kann man Verschwörungstheorien begegnen? (Materialblatt_Meinung_17) <p>In einem ersten Schritt sichten die Schüler*innen die bereitgestellten Materialien, konzipieren daraus für ihre Präsentation ein Storyboard (Arbeitsblatt_Meinung_18), das sie anschließend mithilfe einer Präsentationssoftware umsetzen. Einzelne Präsentationen werden im Klassenplenum vorgestellt und diskutiert.</p>



Hinweise

Die Präsentationen können mit eigenem Material der Schüler*innen ergänzt werden. Um das Lesen der Texte zu erleichtern und als Aufbereitung für die Multimediapräsentation kann die 5-Schritt-Lese-Methode genutzt werden:

1. Text überfliegen für den Überblick
2. Überlegen: Worauf gibt der Text eine Antwort?
3. Gründlich lesen, Wichtiges markieren
4. Abschnitte in eigenen Worten zusammenfassen
5. Erarbeitung eines eigenen Vortrags anhand von Schlüsselworten für die Präsentation

Die Schüler*innen können zur Vorbereitung der Unterrichtseinheit die Text- und Videomaterialien auch als Hausaufgabe durcharbeiten. Im *Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet* und im *Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps* finden sich Hinweise für die Nutzung von Präsentationssoftware.



Materialien

⇨ **Materialblatt_Meinung_17 Bausteine: Multimediale Erklärungspräsentation**






⇨ **Arbeitsblatt_Meinung_18 Konzeption: Multimediale Erklärungspräsentation**






⇨ Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet

⇨ Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps

⇨ ggf. Computer mit Internetzugang

⇨ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

 Aufgabe	Eine Verschwörungstheorie aus drei Vorgaben entwickeln
 Lernziel	Die einfachen Mechanismen von Gut und Böse in Verschwörungstheorien erkennen
 Ablauf	<p>Zum Einstieg lesen die Schüler*innen nacheinander bekannte Verschwörungstheorien vor, damit sie Namen und Ziel der jeweiligen Verschwörungstheorie kennenlernen. (Materialblatt_Meinung_19)</p> <p>Danach sollen sie im Spiel »Verschwörungsstar« (nach einer Idee von Rayk Anders, Freier Journalist, Berlin) selber eine Verschwörungstheorie bauen. Dazu werden Kästchen vorbereitet: Ein oder zwei Kästchen mit Kärtchen auf denen potentielle Akteur*innen (Schuldige) stehen und ein Kästchen mit Aktionen/Tätigkeiten. (Arbeitsblatt_Meinung_20)</p> <p>Pro Runde ziehen die Schüler*innen jeweils zwei Akteur*innen und eine Tätigkeit und entwickeln daraus spontan eine neue Verschwörungstheorie. Sie erleben dabei, wie völlig beliebig kombinierbar die Akteur*innen und Tätigkeiten sind, um Erklärungen oder Schuldige etc. zu finden. Die Klasse stimmt über die beste Idee ab.</p>
 Hinweise	<p>Hier muss immer darauf geachtet werden, dass die im Spiel entwickelten Theorien in ihrer Falschheit oder Verkürzung erkannt werden und keine der genannten Gruppen oder Personen verletzt werden. Falls der Theorieentwurf einer Schülerin bzw. eines Schülers doch von der Klasse für glaubwürdig gehalten wird (ist es nicht so?), muss auf eine differenzierte Betrachtungsweise hingeführt werden.</p> <p>Alternativ kann auch die Methode »Küchenstudio« des DGB Bildungswerk Thüringen e.V. genutzt werden: http://baustein.dgb-bwt.de/C2/Kuechenstudio.html</p>
 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> ⇨ Materialblatt_Meinung_19 Begriffe, Trends und Dauerbrenner der Verschwörungsideologien ⇨ Arbeitsblatt_Meinung_20 Spiel Verschwörungsstar ⇨ Karteikarten, Kästchen

 Aufgabe	Vergleichen von Informationen in unterschiedlichen Artikeln
 Lernziel	Erkennen der Informationsauswahl und Darstellungsform in Abhängigkeit von der Quelle
 Ablauf	<p>Zu den regelmäßig stattfindenden Bilderberg-Konferenzen machen die Schüler*innen eine Quellenanalyse. Dazu teilt sich die Klasse in vier Gruppen und untersucht unterschiedliche Artikel aus dem Netz (aktuelle Beispiele unter http://medien-in-die-schule.de/meinung-im-netz-gestalten) anhand eines Kriterienkatalogs. (Materialblatt_Meinung_21, Materialblatt_Meinung_22)</p> <p>Die Ergebnisse der Gruppen werden im Klassenplenum vorgetragen und im Anschluss gemeinsam bewertet. Eine abschließende Wertediskussion thematisiert Widersprüche und Mechanismen von Meinungsbildung. Handlungsleitende Fragestellungen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Welcher Quelle vertraust du? → Welcher Meinung würdest du dich anschließen? → Wie können Quellen bewertet werden?
 Hinweise	<p>Die Schüler*innen können selbst Beiträge recherchieren und mit dem Kriterienkatalog auswerten. Falls die Materialien nicht digital zur Verfügung gestellt werden können, müssen die unterschiedlichen Artikel für die einzelnen Gruppen ausgedruckt werden.</p> <p>Die verschwörungstheoretischen Quellen können nicht unkommentiert genutzt werden (sie sind farblich besonders gekennzeichnet). Das Lehrerblatt zu Materialblatt_Meinung_22 soll als Ergänzung Lehrende dabei unterstützen, die Inhalte gemeinsam mit den Schüler*innen einzuordnen.</p>
 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> → Materialblatt_Meinung_21 Kriterienkatalog zur Bearbeitung der Bilderberg-Artikel → Materialblatt_Meinung_22 Aktuelles Quellenmaterial → ggf. Computer mit Internetzugang

Ich im Netz und in der Gesellschaft

Einführung

Das Netz und Soziale Netzwerke sind für Jugendliche positiv besetzt. Aber die Jugendlichen nehmen auch die Problematiken von Fehlinformation, Diskriminierung, Mobbing oder Shitstorms wahr, haben jedoch wenige Lösungsansätze für einen Umgang damit.



Wie sollte dem aus Sicht von Jugendlichen begegnet werden? Welche Umgangsformen im Netz wünschen sie sich bzw. wie soll sich Netzkultur entwickeln? Wie also würden sie idealerweise ein demokratisches Netz und damit ihre Lebenswelt gestalten?

Jugendliche müssen lernen, ihre Gestaltungsspielräume zu erkennen und zu nutzen, um ihre Vorstellung von passenden Kommunikationssystemen und Regeln entwickeln zu können. Sie benötigen Freiräume, in denen ungehindert improvisiert und experimentiert werden kann, ohne bewertet zu werden.

Mit der Zukunftswerkstatt¹⁴ steht eine Methode zur Verfügung, die dazu ermutigt, kreativ und selbstbewusst Ideen zur Lösung einer Problemstellung zu formulieren.

Aus der Analyse der gegenwärtigen Situation (hier: die gegenwärtige Netzkultur) soll ein utopischer Gegenentwurf entwickelt werden – mit allen Wunschvorstellungen und frei von jedweden Einschränkungen. Erst aus dem Zukunftsentwurf heraus wird dann rückwärts in die Gegenwart der Umsetzungsplan konstruiert und einem Realitätscheck unterzogen.

Die Jugendlichen lernen so nicht nur ihre Ideen zu spinnen, sondern auch in Pläne zu übersetzen. Dazu müssen sie ihre Rolle kritisch reflektieren, wie sie zur Gestaltung der Netzkultur bereits beitragen, um dann daraus Erneuerungen und Weiterentwicklungen für die Zukunft anstoßen zu können. Abschließend können sie auf dieser Grundlage Umsetzungsvorschläge oder Forderungskataloge verfassen und präsentieren.

14 Die Zukunftswerkstatt wurde vom Zukunftsforscher Robert Jungk (1913–1994) entwickelt, um Bürger*innen stärker als Alltagsexpert*innen in eigener Sache in gesellschaftliche Diskurse einzubinden.

Ziel

Mit dem Modul sollen die Schüler*innen eine Methode erleben, die eine konstruktive Beteiligung an Prozessen einfach macht. Jede/r Betroffene kann Ideen für gesellschaftliche Probleme entwickeln und in der Verwirklichungsphase dafür einen konkreten Umsetzungsplan erarbeiten. Die Schüler*innen sind gefordert, Teams zu bilden und gemeinsam an Lösungen zu arbeiten.

Mit der Fragestellung »Wie wollen wir Soziale Netzwerke – und damit Lebenswelt demokratisch gestalten?« analysieren die Schüler*innen die aktuelle Situation und entwickeln für ihre Zukunft weiterführende positive Gestaltungsideen für eine digitale Kommunikation.

Zeitbedarf

Für das Modul 4 (ohne UE4a) sollten 270 Minuten eingeplant werden. Die Durchführung der Zukunftswerkstatt bietet sich auch im Rahmen von Projekt-

tagen an: Die Arbeitsprozesse müssen dann nicht unterbrochen werden und können fließend ineinander übergehen.

Unterrichtseinheiten des Moduls

- UE4a ⌚ 25 Min. Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation (*falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde)
- UE4b ⌚ 20 Min. Zukunftswerkstatt | Vorphase
- UE4c ⌚ 65–70 Min. Zukunftswerkstatt | Phase 1: Bestandsaufnahme
- UE4d ⌚ 75–90 Min. Zukunftswerkstatt | Phase 2: Fantasie
- UE4e ⌚ 65–70 Min. Zukunftswerkstatt | Phase 3: Verwirklichung
- UE4f ⌚ 20 Min. Zukunftswerkstatt | Nachbereitung






⌚ gesamt 270 Min. (ohne UE4a)






UE4a – Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation

(*falls Modul 1 nicht durchgeführt wurde)

🕒 25 Min.






 Aufgabe	Definieren charakteristischer Eigenschaften von Netzkommunikation
 Lernziel	Kennen charakteristischer Aspekte von Netzkommunikation
 Ablauf	<p>In einem einführenden Unterrichtsgespräch werden folgende Fragen thematisiert:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Was bedeutet Kommunikation?→ Welche unterschiedlichen Formen von Kommunikation gibt es?→ Warum kommunizieren wir? (Materialblatt_Meinung_01) <p>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 <i>Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet</i> und <i>Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps</i>.) In einer abschließenden Diskussion werden einzelne Schlagworte herausgegriffen und gemeinsam bewertet.</p>
 Hinweise	<p>Die Begriffskärtchen zur Netzkommunikation auf Arbeitsblatt_Meinung_02 für die Kleingruppenarbeit bitte ausschneiden.</p> <p>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.</p>
 Materialien	<ul style="list-style-type: none">→ Materialblatt_Meinung_01 Definition: Kommunikation→ Arbeitsblatt_Meinung_02 Begriffskärtchen zur Netzkommunikation→ Materialblatt_Meinung_03 Definition der Schlagwörter zu Netzkommunikation→ Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet→ Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps→ ggf. Computer mit Internetzugang→ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier






 Aufgabe	Darstellen von Idee, Ziel und Ablauf der Methode Zukunftswerkstatt
 Lernziel	Kennen der Zukunftswerkstatt als Methode zur Beteiligung und Mitgestaltung
 Ablauf	Zur Auflockerung spielen die Schüler*innen zum Einstieg Themen-Bingo. (Arbeitsblatt_Meinung_23) Danach erhalten sie einen Input zur Methode der Zukunftswerkstatt, bei dem Idee, Ziele sowie der Ablauf besprochen werden. (Materialblatt_Meinung_24 , Materialblatt_Meinung_25)
 Hinweise	Der Input kann von den Schüler*innen selbständig erarbeitet und anschließend im Klassenplenum dargestellt werden.
 Materialien	⇨ Arbeitsblatt_Meinung_23 Vorphase: Themenbingo ⇨ Materialblatt_Meinung_24 Zukunftswerkstatt ⇨ Materialblatt_Meinung_25 Vorphase: Zukunftswerkstatt Schüler ⇨ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

 Aufgabe	<p>Benennen von Problemen und Möglichkeiten bei Kommunikation und Meinungsbildung in Sozialen Netzwerken</p>
 Lernziel	<p>Reflexion von Problemen und Möglichkeiten Sozialer Netzwerke für Kommunikation, Meinungsbildung und demokratisches Handeln</p>
 Ablauf	<p>Zu Beginn werden die Ausgangslage und das Ziel der Bestandsaufnahme sowie die gemeinsamen Regeln für die erste Phase der Zukunftswerkstatt dargestellt. (Arbeitsblatt_Meinung_26) Es soll eine Bestandsaufnahme der Gegenwart entstehen: Sowohl Kritik und Probleme als auch positive Aspekte im Umgang mit Sozialen Netzwerken werden gesammelt, um ein umfassendes Bild zu erstellen. Für die Bestandsaufnahme heißt die Fragestellung: Welche Probleme und Möglichkeiten für die Kommunikation und Meinungsbildung in Sozialen Netzwerken seht ihr?</p> <p>Jede/r Schüler*in notiert dazu ihre/seine Aspekte in Stichworten auf Kärtchen. Die Aspekte werden anschließend im Klassenplenum vorgelesen und erklärt, gesammelt und an der Wand aufgehängt. Gleiche Aspekte werden dabei sofort zusammengefasst. Im nächsten Schritt werden die einzelnen Aspekte in (Problem-)Bereiche bzw. Cluster zusammengefasst und Oberbegriffe dazu gebildet. Mithilfe von (Klebe-)Punkten wird anschließend eine Rangfolge gebildet, damit Aspekte, die eine hohe Bewertung haben, auf jeden Fall im weiteren Verlauf bearbeitet werden.</p> <p>Zu den ausgewählten Clustern werden verschiedene Arbeitsgruppen gebildet. Die Schüler*innen wählen die thematische Gruppe entsprechend ihres Interesses. Innerhalb der Arbeitsgruppen werden als Vorbereitung für die nächste Phase eigene Erfahrungen zu den gesammelten Stichworten noch einmal diskutiert. Daraus entwickelt die Gruppe einen Kritiksatz, der der jeweiligen Stichwortsammlung vorangestellt wird und auf den in den folgenden Phasen immer wieder zurückgegriffen werden kann. Der Kritiksatz wird der Sammlung zugeordnet bzw. hinzugefügt.</p>
 Hinweise	<p>Wichtig ist in dieser Phase, dass alle Aspekte und Ideen ohne Einschränkung genannt werden können. Die Moderation ist hier bei der Zusammenfassung gleicher bzw. ähnlicher Aspekte gefragt, wie auch bei der Gruppenbildung am Ende der Bestandsaufnahme.</p>
 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> → Arbeitsblatt_Meinung_26 Phase 1: Bestandsaufnahme → Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier → Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet → ggf. Computer mit Internetzugang

✎ Aufgabe	Entwicklung und Präsentation von Ideen zur demokratischen Gestaltung Sozialer Netzwerke
💡 Lernziel	Beschreiben von Verfahren zur Ideenentwicklung (hier: positive demokratische Mitgestaltungsmöglichkeiten)
→ Ablauf	<p>Am Beginn steht die Zusammenfassung des aktuellen Stands, die Darstellung des nächsten Ziels sowie die Regeln für die nächste Phase. (Arbeitsblatt_Meinung_27)</p> <p>Jede Arbeitsgruppe soll zu ihrem Cluster eine positive Zukunftsvision entwickeln. Dazu überlegen sie sich, wie ein Miteinander ideal sein könnte bzw. wie sie es sich wünschen würden. An diesem Punkt ist alles möglich, hier ist die Kreativität und Fantasie der Schüler*innen gefragt.</p> <p>Als Einstieg können zu Beginn zu jedem Stichwort aus Phase 1 positive Gegenbegriffe bzw. Formulierungen erarbeitet werden, die in einer anderen Farbe die bisherigen Stichworte ergänzen.</p> <p>Dann überlegen die Schüler*innen passend zu ihrem Cluster z.B.: Wie könnten in der Zukunft Soziale Netzwerke demokratisch(er) aussehen? Wie könnten negative Aspekte in positive gewandelt oder positive Aspekte verstärkt werden?</p> <p>Zur Ideenentwicklung können Methoden wie das Darstellen der Wünsche als Skizze, Zeichnung, Text oder Foto, als Moodboard¹⁵ oder Collage hilfreich sein. Die Schüler*innen sollen in dieser Phase möglichst viele Ideen zu ihrer Zukunftsvision erarbeiten und dazu eine kleine Präsentation erarbeiten, das kann ein Plakat, eine Geschichte, eine szenische Darstellung oder eine Kombination von verschiedenen Präsentationsformen sein.</p> <p>In einer gemeinsamen Konferenz werden die verschiedenen Ideen dargestellt. Nach einer kurzen Diskussion, welche der Ideen weiter verfolgt werden soll, wird durch Abstimmung die beste Idee ermittelt, die dann gemeinsam ausgearbeitet wird.</p>
📄 Hinweise	In dieser Phase spielt die Moderation eine besonders wichtige Rolle, da sich die Gruppe auf einen positiven Sprachgebrauch einigen muss.
📁 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> → Arbeitsblatt_Meinung_27 Phase 2: Fantasie → Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier → Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet → Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps → ggf. Computer mit Internetzugang

¹⁵ Methode zur Visualisierung von Ideen, Emotionen, Atmosphären. Es können Fotos, Farben, Materialien etc. dafür genutzt werden. Ein Moodboard kann digital z.B. mit Word, PowerPoint, Photoshop oder auch traditionell/analog auf Karton montiert werden.

 Aufgabe	Planen und Realisieren einer eigenen Projektidee
 Lernziel	Planungsschritte für die Umsetzung eines Projektes kennen und bewerten
 Ablauf	<p>Zu Beginn dieser Phase wird der aktuelle Status zusammengefasst, die Ziele festgelegt und die Regeln besprochen. (Arbeitsblatt_Meinung_28) Die einzelnen Umsetzungsschritte für die eigene Idee werden erarbeitet. Die Schüler*innen übersetzen ihre Utopie in die Realität und entwickeln Strategien für die Verwirklichung ihres Zukunftsentwurfs.</p> <p>Das Ergebnis kann sowohl ein konkretes Projekt als auch ein Forderungskatalog an verschiedene Akteur*innen sein. Dazu erarbeiten die Schüler*innen einen anschaulichen Projektplan mit Aufgaben, Arbeitsschritten und Zeitplan und erstellen dazu eine Präsentation mit Handout.</p>
 Hinweise	Das Projekt bzw. der Forderungskatalog kann konkrete Partner*innen (Schülervertretung etc.) für die Umsetzung mit einbeziehen.
 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> •••• Arbeitsblatt_Meinung_28 Phase 3: Verwirklichung •••• Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier •••• Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet •••• Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps •••• ggf. Computer mit Internetzugang

 Aufgabe	Auswertung der Zukunftswerkstatt und ggf. konkrete Umsetzung einer eigenen Projektidee
 Lernziel	Beurteilung von Projektablauf und Ergebnis sowie ggf. Realisierung eigener Ziele und eigener Projektideen
 Ablauf	<p>Zu Beginn werden der Ablauf und die Ergebnisse der Zukunftswerkstatt ausgewertet. (Arbeitsblatt_Meinung_29)</p> <p>Darüber hinaus kann in der Nachbereitung der Zukunftswerkstatt eine Projektgruppe an der Umsetzung ihrer Projektidee arbeiten. So erleben die Schüler*innen die Gestaltung ihrer Lebenswelt auf der Grundlage eigener Ideen und ihres Engagements. (Arbeitsblatt_Meinung_30)</p>
 Hinweise	Hier ist es besonders wichtig, auf die Praktikabilität und Umsetzbarkeit der Projektidee zu achten, um ein Erfolgserlebnis für die Schüler*innen zu schaffen und die Sinnhaftigkeit von Beteiligung nicht in Frage zu stellen.
 Materialien	<ul style="list-style-type: none">→ Arbeitsblatt_Meinung_29 Auswertung der Zukunftswerkstatt→ Arbeitsblatt_Meinung_30 Nachbereitung: Einige Überlegungen für die weitere Projektplanung→ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier→ Werkzeugkasten kollaboratives Arbeiten im Internet→ Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps→ ggf. Computer mit Internetzugang

ARBEITS- UND MATERIALBLÄTTER



Arbeits- oder Materialblatt		Verwendung
01	Materialblatt_Meinung_01 Definition: Kommunikation	UE1-4a 53
02	Arbeitsblatt_Meinung_02 Begriffskärtchen zur Netzkommunikation	UE1-4a 54
03	Materialblatt_Meinung_03 Definitionen der Schlagwörter zu Netzkommunikation	UE1-4a 56
04	Arbeitsblatt_Meinung_04 Fragebogen Woran kann man erkennen, wer du bist?	UE1b 59
05	Materialblatt_Meinung_05 Beurteilungskriterien	UE1b 62
06	Arbeitsblatt_Meinung_06 Quellenranking zu Meinungsbildungsprozessen	UE1c 63
07	Materialblatt_Meinung_07 Einflussfaktoren, die bei der Meinungsbildung eine Rolle spielen	UE1c 64
08	Materialblatt_Meinung_08 Studienergebnisse (Auszüge)	UE1c 66
09	Materialblatt_Meinung_09 Beteiligungsformen	UE1d 68
10	Materialblatt_Meinung_10 Methode: Szenencollage	UE1d 69
11	Materialblatt_Meinung_11 Artikel 5 des Grundgesetzes	UE2b 70
12	Materialblatt_Meinung_12 Meinungsfreiheit	UE2b 71
13	Arbeitsblatt_Meinung_13 Fiktives Interview	UE2b 74
14	Materialblatt_Meinung_14 Mindmap: Journalistische Meinungsäußerung	UE2c 75
15	Materialblatt_Meinung_15 Plakatidee Pressekodex	UE2d 76
16	Materialblatt_Meinung_16 Quiz Pressekodex	UE2d 77
17	Materialblatt_Meinung_17 Bausteine: Multimediale Erklärungspräsentation	UE3b 80
18	Arbeitsblatt_Meinung_18 Konzeption: Multimediale Erklärungspräsentation	UE3b 82
19	Materialblatt_Meinung_19 Begriffe, Trends und Dauerbrenner der Verschwörungsideologien	UE3c 84

Arbeits- oder Materialblatt		Verwendung
20	Arbeitsblatt_Meinung_20 Spiel Verschwörungsstar	UE3c 89
21	Materialblatt_Meinung_21 Kriterienkatalog zur Bearbeitung der Bilderberg-Artikel	UE3d 90
22	Materialblatt_Meinung_22 Aktuelles Quellenmaterial plus Lehrerblatt: Ergänzung zur Einordnung der Quellen	UE3d 91
23	Arbeitsblatt_Meinung_23 Vorphase: Themenbingo	UE4b 97
24	Materialblatt_Meinung_24 Zukunftswerkstatt	UE4b 98
25	Materialblatt_Meinung_25 Vorphase: Zukunftswerkstatt Schüler	UE4b 100
26	Arbeitsblatt_Meinung_26 Phase 1: Bestandsaufnahme	UE4c 102
27	Arbeitsblatt_Meinung_27 Phase 2: Fantasie	UE4d 103
28	Arbeitsblatt_Meinung_28 Phase 3: Verwirklichung	UE4e 104
29	Arbeitsblatt_Meinung_29 Auswertung der Zukunftswerkstatt	UE4f 106
30	Arbeitsblatt_Meinung_30 Nachbereitung: Einige Überlegungen für die weitere Projektplanung	UE4f 107

Definition: Kommunikation

Was bedeutet Kommunikation?

In der Kommunikationswissenschaft wird Kommunikation als der Austausch von Informationen zwischen einem Sender und einem oder mehreren Empfängern bzw. zwei oder mehreren Personen definiert; dabei kann jeder gleichzeitig sowohl Sender als auch Empfänger sein. Die ausgetauschten Informationen werden Nachricht, Mitteilung oder Zeichen genannt, unabhängig davon, auf welchem Weg sie ausgetauscht werden und welche Funktion sie haben.

Jede Kommunikationssituation (mit oder ohne technische Hilfsmittel) bzw. jedes Zeichensystem (Schrift- oder Lautzeichen) bietet verschiedene Möglichkeiten, Nachrichten, Mitteilungen oder Zeichen zu vermitteln und somit die Interpretation oder das Verständnis einer Nachricht zu beeinflussen. In der mündlichen Kommunikation kann sich (z.B. im Unterschied zur schriftlichen Kommunikation) durch Betonung oder Lautstärke die Bedeutung einer Nachricht verändern. Dabei ist ebenso wichtig, ob sich die Beteiligten nur hören oder auch sehen, um die Information einordnen zu können. Die Verknappung einer Nachricht durch die Beschränkung der Zeichenanzahl in einem Kurznachrichtendienst erfordert eine andere Informationsauswahl, als ein ausführliches Gespräch.

Warum kommunizieren wir?

Kommunikation ist für Menschen lebensnotwendig. Alleine, ohne eine Gruppe können Menschen als soziale Geschöpfe nicht lange überleben. Menschen kommunizieren, um etwas darzustellen, etwas auszudrücken, oder um eine Reaktion zu erhalten. Kommunikation ist also nicht nur sachlicher Informationsaustausch, sondern auch soziales Bindeglied und dient der Verständigung über Emotionen.

Wie kommunizieren wir?

Kommunikation kann durch gesprochene und geschriebene Sprache, durch Körpersprache wie Mimik, Gestik, Blickkontakt, Tonlage, Sprachrhythmus, mit oder ohne technische Hilfsmittel bzw. durch Medien (TV, Soziale Netzwerke, Rauchzeichen) stattfinden.

Welche Kommunikationsformen und -eigenschaften gibt es?

- Kommunikation zwischen einzelnen Personen (interpersonale Kommunikation)
- Kommunikation innerhalb von Gruppen (organisiert, online, offline)
- Massenkommunikation von Medien zu Konsument*innen
- Kommunikation kann zeitversetzt und zeitgleich stattfinden (asynchron/synchron).
- Kommunikation kann von einer Person nur an eine oder mehrere Personen gerichtet sein.
- Kommunikation kann sich auch von mehreren Personen an eine größere Anzahl von weiteren Personen richten (*one-to-one, one-to-many, many-to-many*).

Begriffskärtchen zur Netzkommunikation

Adden	Agenda Setting
Avatar	Bashing
Blog	Chat
Community	Cookies
Echokammer	Echtzeit-Kommunikation
Emoticons	Facebook
Facebook Ads	Filteralgorithmen
Filter Bubble Filterblase	Follower
Forum	Framing
Gatekeeper	Hashtag
Influencer	Instagram
Instant Messaging	Klickrate Click Rating Click-Through-Rate
Kommentare	Like

Netzneutralität	Newsfeed
Nutzerbasierte Inhalte User-Generated-Content	Online-Status
Persuasion	Pinterest
Post	Profile
Profilseite	ReTweet
Schweigespirale	Seeding
Selfie	Sharen Teilen
Shitstorm	Soziale Netzwerke Social Media
Spam	Suchmaschine
Tag	Traffic
Troll Trolling	Twitter
Tweet	User Generated Content
Video-Plattformen YouTube	Web 2.0
Wikis	



Definitionen der Schlagwörter zur Netzkommunikation

Adden – Hinzufügen von Kontakten in Sozialen Netzwerken.

Agenda Setting – Themenauswahl und Themensetzung durch Medien. Durch Häufigkeit der Publikationen, Platzierung und Aufmachung kann so auch die gesellschaftliche Relevanz von Themen und Inhalten gesteuert bzw. gesteigert werden.

Avatar – Grafik/Figur/Icon, die einer Person oder auch einem künstlichen Charakter im Internet zugeordnet wird bzw. sie repräsentiert.

Bashing – Beschimpfung in Sozialen Netzwerken.

Blog – Online-Tagebuch. Der/Die Autor*in bloggt neue Nachrichten, Informationen, Bilder auf seinem/ihrer Blog zu selbst gewählten Themen.

Chat – Online-Kommunikation in Echtzeit über Text, Audio- oder Videochats (z.B. MESSENGER, WHATSAPP, SKYPE etc.).

Community – Gruppe von Personen in einer Online-Gemeinschaft, die über Foren, Chats und Soziale Netzwerke kommunizieren.

Cookies – Textdatei, die beim Besuch von Internetseiten auf dem Rechner gespeichert wird, um unter anderem die Häufigkeit eines Seitenaufrufs, die Art der besuchten Seiten etc. zu sammeln und so Surfverhalten analysieren und ggf. Daten zuordnen zu können.

Echokammer – Umfeld oder Kommunikationsräume, in denen Nutzer*innen Sozialer

Netzwerke sich nur noch mit Gleichgesinnten umgeben und dadurch ausschließlich auf Einstellungen oder Meinungen treffen, die ihren eigenen entsprechen.

Echtzeit-Kommunikation – Online-Kommunikation und Interaktion nahezu ohne Zeitverzögerung.

Emoticons – Zeichen bzw. Symbolfolgen in Textbotschaften, die Gefühle darstellen.

FACEBOOK – Bekanntestes Soziales Netzwerk. Privatpersonen, aber auch Unternehmen und Gemeinschaften, können mit Freunden und anderen Nutzern weltweit kommunizieren und sich vernetzen.

FACEBOOK Ads – Werbeanzeigen in Facebook, die auf die Aktivität des/der Nutzer*in zugeschnitten sind.

Filteralgorithmen – Soziale Netzwerke und Suchmaschinen nutzen Filteralgorithmen, die entsprechend des Surf- und Kommunikationsverhaltens der einzelnen Nutzer*innen Inhalte oder Werbung auswählen, die jene wahrnehmen sollen.

Filter Bubble | Filterblase – Nutzer*innen Sozialer Netzwerke erhalten nur noch personalisierte Nachrichten oder Werbung, die nach ihren eigenen Meinungen und ihrem Nutzungsverhalten angepasst bzw. gefiltert sind. Die Filterblase blendet andere Themen aus, wodurch ein eingeschränktes bzw. verzerrtes Weltbild entstehen kann.

Follower – Abonnent*in, der/die neue Posts (Veröffentlichungen) von einem/r Autor*in verfolgt. Die Posts werden im Newsfeed angezeigt.

Forum – Virtueller Treffpunkt/Raum für den Austausch von Meinungen.

Framing – Auswahl eines bestimmten Themenaspekts, der so in den Vordergrund rückt.

Gatekeeper – Medien, Personen oder andere Institutionen, die durch ihre Entscheidung darüber, welche Informationen, Nachrichten oder Meinungen veröffentlicht werden, Einfluss auf die Entscheidungsfindung und Meinungsbildung der Öffentlichkeit nehmen können.

Hashtag – Schlagwort zu einem Thema. Vor das Schlagwort wird das Doppelkreuz # gesetzt.

Influencer – Akteur*innen in Sozialen Netzwerken, die hohe Reichweiten und damit einen entsprechenden Einfluss auf die Meinungsbildung haben.

INSTAGRAM – Soziales Netzwerk auf dem Fotos und kurze Videos geteilt werden können.

Instant Messaging – Mit Instant-Messaging-Diensten können zwei oder mehrere Personen online in Echtzeit kommunizieren. Bekannte Dienste sind unter anderem WHATSAPP, THREEMA, SNAPCHAT, SKYPE.

Klickrate | Click Rating | Click-Through-Rate – Bezeichnet im Marketing die Anzahl der Klicks z.B. auf ein Werbebanner im Verhältnis zur Häufigkeit seiner Anzeige.

Kommentare – Die Möglichkeit, seine Meinung, Fragen, Anmerkungen etc. zu Online-Einträgen mittels Kommentarfunk-

tion zu veröffentlichen. Es gibt freie oder moderierte Kommentarmöglichkeiten. Letztere prüfen den Inhalt vor der Freischaltung.

Like – »Gefällt mir«-Bewertung in einem Sozialen Netzwerk.

Netzneutralität – Alle Datenströme sollen gemäß Netzneutralität gleich wichtig, gleichrangig und nichtdiskriminierend behandelt werden.

Newsfeed – Bezeichnet das Anzeigen aller neuer Posts für den/die Nutzer*in nach dem Log-in in einem Sozialen Netzwerk.

Nutzerbasierte Inhalte | User-Generated-Content – Medieninhalte, die von den Nutzer*innen selbst erstellt und im Internet veröffentlicht werden.

Online-Status – Anzeige, ob ein Kontakt online ist bzw. wann der Kontakt das letzte Mal verbunden war.

Persuasion – Möglichkeit der Beeinflussung.

PINTEREST – Soziales Netzwerk, auf dem Informationen zu Hobbys, Wohn- und Einkaufstipps mittels virtueller Pinnwände geteilt werden können.

Post – Mitteilung, Nachricht etc. von Nutzer*innen selbst in in einem Sozialen Netzwerk.

Profile – Online-Identität einer Person.

Profilseite – Selbstdarstellung von Nutzer*innen selbst in einem Sozialen Netzwerk (z.B. mit Profilfoto, Hobbys, Alter etc.).

ReTweet – Teilen eines Tweets im Sozialen Netzwerk TWITTER.

Schweigespirale – Das Verschweigen der eigenen Meinung, wenn sie nicht der Mehrheitsmeinung entspricht.

Seeding – Zielgruppengerechte Verbreitung von Medienbotschaften (vor allem in sozialen Medien).

Selfie – Foto-Selbstporträt (manchmal auch Gruppen-Selfie), das oft zur Selbstdarstellung/-vermarktung in Sozialen Netzwerken verwendet wird.

Sharen | Teilen – Teilen von Nachrichten, Videos etc. in Sozialen Netzwerken z.B. über eine Linkempfehlung.

Shitstorm – Plötzliches massenhaftes negatives Feedback in Sozialen Netzwerken zu einer Person, ihrer Handlung oder Äußerung.

Soziale Netzwerke | Social Media – Digitale Online-Dienste, die als Kommunikationsplattform zum Austausch von Informationen und Meinungen zwischen Nutzer*innen dienen.

Spam – Unerwünscht zugestellte Online-Werbung oder Nachrichten.

Suchmaschine – Suchmaschinen (z.B. GOOGLE) sind Programme, die z.B. im World

Wide Web zu Suchanfragen nach Schlüsselworten eine nach Relevanz geordnete Trefferliste erstellen.

Tag – Englisch für Schlagwort. Markierung oder Auszeichnung eines Datenbestandes mit zusätzlichen Informationen.

Traffic – Datentransfer/Datenfluss während des Zugriffs auf Internetseiten.

Troll | Trolling – Online-Nutzer*in, der/die mit seinen/ihren Kommentaren in Foren und Communitys stört.

TWITTER – Soziales Netzwerk in Form eines Kurznachrichtendienstes.

Tweet – Ein Beitrag bzw. eine Nachricht im Sozialen Netzwerk Twitter.

User Generated Content / nutzergenerierte Inhalte – Online-Inhalte, die von den Nutzern*innen selbst produziert und veröffentlicht worden sind.

Video-Plattformen | YOUTUBE – Auf Videoplattformen (z.B. YOUTUBE) können die Nutzer*innen Videos ansehen oder auf eigenen Kanälen veröffentlichen.

Web 2.0 – Im Web 2.0 sind die Nutzer*innen nicht nur Konsument*innen, sondern werden selbst zu Produzent*innen von Inhalten.

Wikis – Online-Austauschmöglichkeit von Wissen. Wikis können öffentlich (z.B. WIKIPEDIA) oder nicht-öffentlich sein und von mehreren Nutzern*innen erstellt bzw. bearbeitet werden.

Fragebogen | Woran kann man erkennen, wer du bist?

Welche Sozialen Netzwerke nutzt du? Warum?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Wie sieht dein Profil aus? Welche Angaben machst du dort?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Hast du mehrere Profile? Wofür? Und benutzt du in deinen Profilen deinen richtigen Namen oder einen Fake-Namen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Wie oft veränderst du die Informationen über dich? Warum?

Wie wichtig ist dir dein Profilfoto? Was kann man auf den Fotos über dich erkennen? Wann und warum veränderst du dein Profilfoto?

Welche Informationen tauschst du mit wem aus?

Was postest du? Überlegst du dir, was du postest?

Was likst du? Warum? Wie schnell?

Was teilst du? Warum? Wie schnell?

Was kommentierst du?

Schreibst du Kommentare unter deinem Namen oder eher anonym?

Wem folgst du? Welche Seiten hast du abonniert

Fragebogen | Woran kann man erkennen, wer du bist?

A Beurteilungskriterien

- ⇨ Profelfoto: Styling, Umgebung
- ⇨ Selbstbeschreibung

- ⇨ Anzahl der Freund*innen
- ⇨ Anzahl der gemeinsamen Freund*innen
- ⇨ Aussehen der Freund*innen

- ⇨ Darstellung der Aktivitäten
- ⇨ Darstellung der Interessen

- ⇨ Inhalte der Posts
- ⇨ Häufigkeit der Posts
- ⇨ Ausstattung der Posts (Fotos/Videos)

- ⇨ Inhalte der Fotos/Videos

- ⇨ Anzahl der Likes
- ⇨ Anzahl der Kommentare
- ⇨ Inhalt der Kommentare
- ⇨ Welche Informationen werden geteilt?
- ⇨ Absender von Posts oder Tweets

B Beispielpaare für die Abstimmung

**Wenn du dich in anderen Profilen umsiehst, was ist für dich interessanter?
Wonach beurteilst du ein Profil?**

- | | | |
|-------------------------------------|------|--------------------------------|
| Eher nach dem Profelfoto | oder | der Anzahl der Freund*innen? |
| Eher nach der Selbstbeschreibung | oder | den neuesten Posts? |
| Eher nach den Fotos auf der Seite | oder | den gemeinsamen Freund*innen? |
| Eher nach den »Gefällt mir«-Angaben | oder | den Kommentaren zu den Posts? |
| Eher nach den Inhalten der Posts | oder | der Anzahl der Posts? |
| Eher nach den Inhalten der Fotos | oder | dem Aussehen der Freund*innen? |

Quellenranking zu Meinungsbildungsprozessen

Welche Quelle ist zu welchem Thema für deine Meinungsbildung am wichtigsten?

Thema:			
Meinungen zu aktuellen Trends und Themen	Informationen zu deinen Interessen (Styling, Musik, Prominente, Sport, Umweltschutz etc.)	Informationen aus deiner Region	Informationen zur aktuellen Politik
Bilde eine Reihenfolge von 1 bis 10:			
<input type="checkbox"/> (Online-) Fernsehen	<input type="checkbox"/> (Online-) Fernsehen	<input type="checkbox"/> (Online-) Fernsehen	<input type="checkbox"/> (Online-) Fernsehen
<input type="checkbox"/> (Online-) Radio	<input type="checkbox"/> (Online-) Radio	<input type="checkbox"/> (Online-) Radio	<input type="checkbox"/> (Online-) Radio
<input type="checkbox"/> Online-Nachrichten-angebote	<input type="checkbox"/> Online-Nachrichten-angebote	<input type="checkbox"/> Online-Nachrichten-angebote	<input type="checkbox"/> Online-Nachrichten-angebote
<input type="checkbox"/> Zeitungen und Zeitschriften	<input type="checkbox"/> Zeitungen und Zeitschriften	<input type="checkbox"/> Zeitungen und Zeitschriften	<input type="checkbox"/> Zeitungen und Zeitschriften
<input type="checkbox"/> YouTube	<input type="checkbox"/> YouTube	<input type="checkbox"/> YouTube	<input type="checkbox"/> YouTube
<input type="checkbox"/> Facebook	<input type="checkbox"/> Facebook	<input type="checkbox"/> Facebook	<input type="checkbox"/> Facebook
<input type="checkbox"/> Andere Soziale Netzwerke	<input type="checkbox"/> Andere Soziale Netzwerke	<input type="checkbox"/> Andere Soziale Netzwerke	<input type="checkbox"/> Andere Soziale Netzwerke
<input type="checkbox"/> Communitys, Blogs, Foren etc.	<input type="checkbox"/> Communitys, Blogs, Foren etc.	<input type="checkbox"/> Communitys, Blogs, Foren etc.	<input type="checkbox"/> Communitys, Blogs, Foren etc.
<input type="checkbox"/> Freunde	<input type="checkbox"/> Freunde	<input type="checkbox"/> Freunde	<input type="checkbox"/> Freunde
<input type="checkbox"/> Eltern	<input type="checkbox"/> Eltern	<input type="checkbox"/> Eltern	<input type="checkbox"/> Eltern

Einflussfaktoren, die bei der Meinungsbildung eine Rolle spielen

Warum vertraust du? Und wem?

- Weil viele der gleichen Meinung sind.
- Weil die Angebote viele Fans bzw. Follower haben.
- Weil die Meinung deiner Meinung entspricht.
- Weil deine Freund*innen die gleichen Werte/Einstellungen haben wie du.
- Weil der/die Blogger*in/YouTuber*in die gleichen Werte/Einstellungen hat wie du.
- Weil du davon ausgehst, dass den Informationen eine gute Recherche zugrunde liegt.
- Weil die Quelle bekannt ist.
- Weil die Quelle glaubwürdig ist.
- Weil die Quelle verlässlich ist.
- Weil dir die technische Struktur Sozialer Netzwerke (der Algorithmus zur Nachrichtenselektion) entsprechende Informationsquellen vorgeschlagen hat.

Wie viel Aufwand betreibst du, um dir eine Meinung zu bilden?

- Du recherchierst verschiedene Informationsquellen.
- Du liest verschiedenes Material selbst.
- Du schließt dich der Meinung deiner Freund*innen an.
- Du schaust, wie verschiedene Personen/Foren/Soziale Netzwerke/NGOs damit umgehen.

Wer hat Einfluss auf deine Meinung?

- Freunde
- Clique
- Darstellung in den Medien
- Familie
- Schule
- Meinung im Netz
- YouTuber*innen
- Prominente (Sportler*innen, Models, Schauspieler*innen)
- Expert*innen zum Thema

Wie schnell hast du eine Meinung?

Wie zeigst du deine Meinung im Netz?

- Liken
- Kommentare schreiben
- Fotos/Videos posten
- Artikel/Blogbeiträge veröffentlichen
- An Diskussionsforen beteiligen
- An Themengruppen teilnehmen
- Produkte bewerten
- Negative Inhalte melden
- Petitionen unterzeichnen

Zu welchen Themen sagst du deine Meinung im Netz?

- Mode/Styling
- Games
- Film/TV/Serien
- Sport
- Musik
- Kochen/Backen/Rezepte
- DIY
- Politik
- Gesellschaft
- Religion
- Technik
- Umwelt
- Schule
- Ausbildung/Studium

Ist Meinung ein Spiegelbild gesellschaftlicher Prozesse oder umgekehrt?

Studienergebnisse (Auszüge)

Studienausschnitt 1:

Bedeutung des Internets als Nachrichtenquelle

»Das Internet ist für Jugendliche im Alter von 16 bis 18 Jahren das wichtigste Medium, um sich über aktuelle Nachrichten auf dem Laufenden zu halten: 85 Prozent informieren sich in dieser Altersgruppe im Web über das Tagesgeschehen. Bei ihnen ist das Internet inzwischen als Informationsquelle sogar wichtiger als das Fernsehen, das 81 Prozent nutzen. 60 Prozent hören tagesaktuelle Nachrichten im Radio und 55 Prozent lesen gedruckte Zeitungen bzw. Zeitschriften.

Im Internet sind wiederum soziale Netzwerke die wichtigste Nachrichtenquelle für die Jugendlichen. Laut dieser Umfrage informieren sich fast zwei Drittel (63 Prozent) der 16- bis 18-Jährigen über soziale Netzwerke wie FACEBOOK, GOOGLE+ oder TWITTER. Immerhin 54 Prozent der befragten Jugendlichen informieren sich direkt auf den Online-Seiten von Medien oder anderen Nachrichten Anbietern. Gut ein Fünftel (21 Prozent) nutzt Video- bzw. TV-Angebote im Netz und ebenso viele informieren sich in Foren oder Blogs. 16 Prozent informieren sich per Webradio oder Podcasts.«

BITKOM – BUNDESVERBAND INFORMATIONSWIRTSCHAFT, TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN E.V. (Hrsg.) (2014): *Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft*. Berlin, S. 19. ↗ <https://bitkom.org/Publikationen/2014/Studien/Jung-und-vernetzt-Kinder-und-Jugendliche-in-der-digitalen-Gesellschaft/BITKOM-Studie-Jung-und-vernetzt-2014.pdf>

Studienausschnitt 2:

Beurteilung von Onlinediensten und Internetkonzernen

»Neben der allgemeinen Glaubwürdigkeit von Aussagen in verschiedenen Medien wurde speziell nach dem Misstrauen gegenüber Onlinediensten und Internetkonzernen gefragt. Hierzu wurden den Jugendlichen und jungen Erwachsenen einige Aussagen zur Einschätzung vorgelegt. Mit Hilfe einer vierstufigen Antwortskala konnte mitgeteilt werden, ob die Aussage ›überhaupt nicht zutrifft‹, ›eher nicht zutrifft‹, ›eher zutrifft‹ oder ›ganz genau zutrifft‹.

83 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben an, immer verschiedene Quellen zu nutzen, wenn sie sich im Internet informieren (trifft ganz genau/eher zu). Darin zeigt sich eine generelle Vorsicht gegenüber Onlineinformationen: 48 Prozent der Befragten machen sich über Datenschutz mehr Gedanken, seit sie von dem Überwachungsskandal der NSA wissen, und 43 Prozent misstrauen speziell den Informationen über Politik im Internet. Nur geringes Vertrauen besteht gegenüber den Internetkonzernen: Über die Hälfte der jungen Generation ist großen Internetkonzernen gegen-

über kritisch eingestellt. Die Einstellung der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen gegenüber Internetkonzernen ist unabhängig vom Geschlecht, aber eine Frage des Alters und des Bildungsniveaus: Je älter und je gebildeter, desto kritischer ist die Meinung der jungen Generation.«

BEHRENS, PETER; CALMBACH, MARC; SCHLEER; CHRISTOPH; KLINGLER, WALTER; RATHGEB, THOMAS (2014): *Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten. Repräsentative Onlinebefragung von 14- bis 29-jährigen in Deutschland*. In: *Media Perspektiven*, Heft 4/2014, S. 195–218, S. 198–200.
➤ <http://ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2014/artikel/mediennutzung-und-medienkompetenz-in-jungen-lebenswelten> (Online findet sich dazu eine Grafik.)

Studienausschnitt 3:

Beurteilung der Informationsqualität bei tagesaktuellen politischen Ereignissen

»Jugendliche und junge Erwachsene fühlen sich von Nachrichtenseiten im Internet und öffentlich-rechtlichen Fernsehprogrammen am besten über aktuelle politische Ereignisse versorgt: Drei Viertel der Befragten bewerten diese Quellen mit »gut« oder »sehr gut«. Dahinter rangieren öffentlich-rechtliche Radioprogramme, die Tageszeitung vor Ort, die Eltern sowie überregionale Tageszeitungen, die jeweils von etwa zwei Drittel mit »gut« bzw. »sehr gut« bewertet werden (vgl. Abbildung 6).

Von privaten Fernsehprogrammen, Freunden und privaten Radioprogrammen fühlt sich nur eine knappe Mehrheit »sehr gut« oder »gut« informiert. Zeitschriften und Magazine (45 %), Geschwister (40 % von allen, allerdings hat nur ein Teil der Befragten selbst Geschwister) und vor allem Onlinecommunitys (34 %) eignen sich aus Sicht der Jugendlichen am wenigsten als Informationsquellen für das politische Tagesgeschehen bzw. werden von vielen gar nicht erst genutzt.«

BEHRENS, PETER; CALMBACH, MARC; SCHLEER; CHRISTOPH; KLINGLER, WALTER; RATHGEB, THOMAS (2014): *Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten. Repräsentative Onlinebefragung von 14- bis 29-jährigen in Deutschland*. In: *Media Perspektiven*, Heft 4/2014, S. 195–218, S. 200–201.
➤ <http://ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2014/artikel/mediennutzung-und-medienkompetenz-in-jungen-lebenswelten> (Online findet sich dazu eine Grafik.)

Beteiligungsformen

- Liken
- Newsletter herausgeben
- Chat-Beitrag verfassen
- Mitgliedschaft in einer (Facebook-)Gruppe
- Mitgliedschaft in einem Forum
- Unterschriftenaktion unterstützen
- Umfrage beantworten
- Online-Petition unterzeichnen
- Online-Petition eingeben
- Wiki-Artikel verfassen/ändern
- Beiträge/Artikel/Bilder teilen
- Artikel/Beitrag posten
- Forumsbeitrag verfassen
- Kommentar schreiben
- Gegenrede verfassen

Methode Szenencollage

Szenencollagen sind Theaterstücke aus aufeinanderfolgenden Szenen, ohne durchgehende Erzählung oder Handlungsstränge. Um zwischen der losen Abfolge der einzelnen Szenen einen Gesamtzusammenhang herzustellen, können verschiedene Elemente genutzt werden.

Der Bezug zwischen einzelnen Szenen kann z.B. über ein Leitmotiv, ein gemeinsames Thema, den gleichen Ort, dieselbe Figur, wiederkehrende Ausstattungsgegenstände etc. oder zusätzlich mithilfe einer verbindenden Erzählung geschaffen werden. Die Szenencollage folgt damit einer offenen Dramaturgie.

Vor der Entwicklung der Szenen in Kleingruppen, können einzelne kompositorische Elemente festgelegt werden, um mehr oder weniger assoziative Szenenfolgen zu erhalten.

Szenencollage:

Meine Beteiligung und mein Einfluss auf politische und gesellschaftliche Prozesse

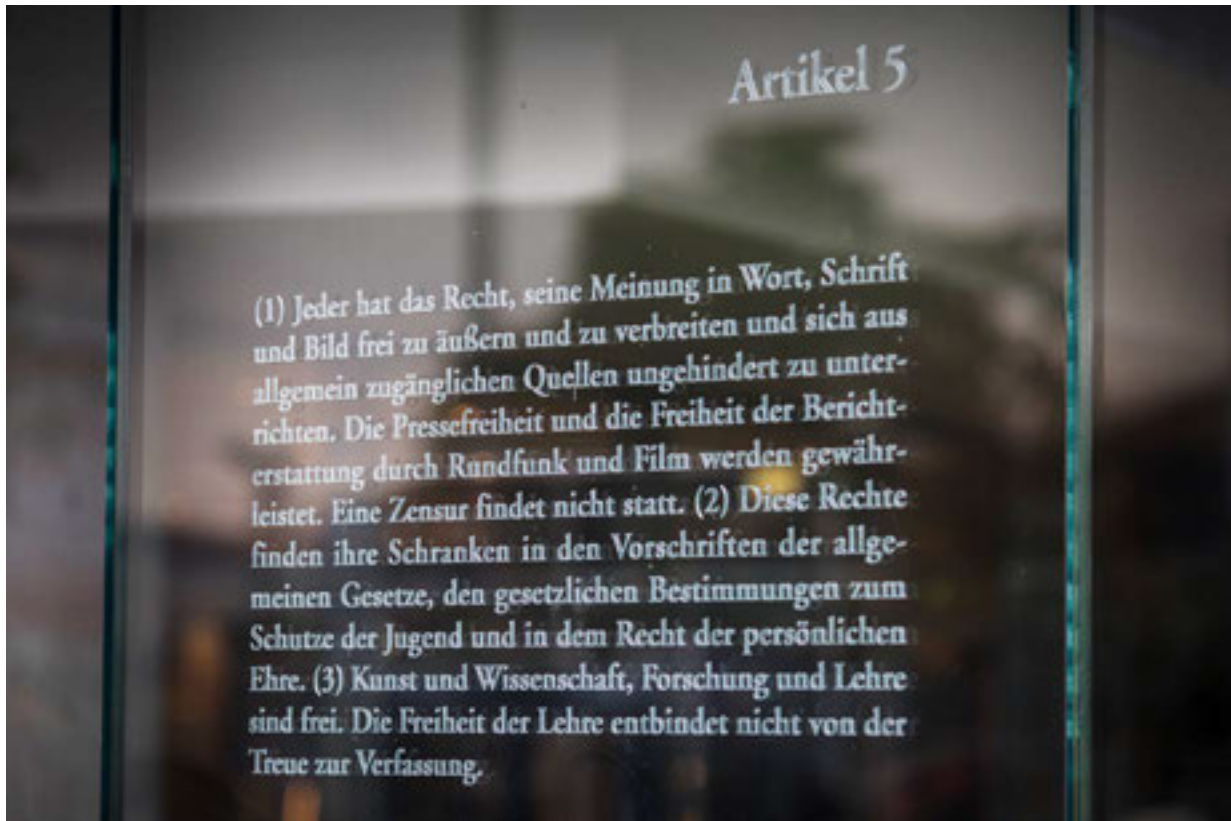
Wer = ein/e oder mehrere Jugendliche*r

hat sich wozu, = Grund, Ausgangspunkt, Motivation der Beteiligung

woran beteiligt, = Form der Beteiligung (im Netz)

und was hat sich durch die Beteiligung verändert? = Veränderung in der Lebenswelt

Artikel 5 des Grundgesetzes



Artikel 5 des Grundgesetzes – eine Arbeit von Dani Karavan an den Glasscheiben zur Spreeseite beim Jakob-Kaiser-Haus des Bundestages in Berlin. Foto: Thomas Imo / photothek.de

Meinungsfreiheit

Anmerkung: Der folgende Text ist ein fiktiver Artikel zum Thema »Meinungsfreiheit und ihre Grenzen«, der ausschließlich zu Unterrichtszwecken erstellt wurde.

Die Meinungsfreiheit: Ein Grundrecht und seine Grenzen

Sie ist eine Grundlage der Demokratie. Sie ist ein Grundrecht. Sie steht im Grundgesetz. Die Meinungsfreiheit: »Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten.« So heißt es in Artikel 5 Absatz 1 des Grundgesetzes unseres Landes. Doch, was heißt das? Kann wirklich jede/r alles sagen und schreiben können, was er/sie denkt und meint? Wozu dann noch die oft nachgeschobene Phrase »das wird man doch wohl mal sagen dürfen«?

Nur wenn Menschen sich frei äußern und über ihre Meinungen, Positionen und Standpunkte streiten dürfen, können sie einen politischen Willen in einer pluralistischen Gesellschaft mit einer demokratischen Grundordnung bilden. Das Grundgesetz schützt auch Meinungen, die von den Vorstellungen der Mehrheit abweichen. Sogar radikale Äußerungen von rechts wie von links finden ihren Platz – unabhängig davon, wie sinnstiftend, begründet und fundiert oder sinnlos, gehaltlos und stumpf sie sind. Vor dem Grundgesetz sind alle Meinungen gleich: Jede/r darf eine Meinung haben und sie teilen. Meinung und Gegenmeinung wiegen gleich schwer.

Eine Meinung ist eine persönliche Ansicht, Überzeugung oder Einstellung, die jemand über etwas oder jemanden hat. Sie gibt das Werturteil einer Person wieder. Damit kann sie weder »richtig« noch »falsch« sein, denn man kann sie nicht überprüfen wie eine Tatsachenbehauptung. Das Problem: Meinungs- und Tatsachenäußerungen lassen sich nicht immer eindeutig voneinander trennen und im besten Fall bilden wir unsere Meinung auf der Grundlage von Tatsachen. Doch eines ist eindeutig: Wer Tatsachen verbreitet, die ohne Zweifel unwahr sind, kann sich nicht auf die Meinungsfreiheit berufen, sondern macht sich unter Umständen sogar strafbar (siehe §187 StGB – Verleumdung).

Und auch das Grundgesetz gibt Grenzen in Bezug auf Meinungs- und Pressefreiheit vor: »Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.« (Art. 5 Abs. 2 GG)

Die Meinungsfreiheit hat Grenzen

Die Äußerung einer Meinung darf verboten werden, wenn Schaden für einen anderen Menschen oder die Gesellschaft entsteht oder zu Straftaten aufgerufen wird. So wird

durch Gesetze zum Beispiel die Ehre geschützt: Ich darf jemanden anders nicht einfach beleidigen. *Beleidigung* und *Verleumdung* sind Straftatbestände des deutschen Strafrechts. Der Schutz der Ehre eines Menschen kann wichtiger sein als die Meinungsfreiheit, über Ausnahmen entscheiden im Einzelfall unabhängige Gerichte.

Auch das friedliche Zusammenleben steht unter Schutz: Besteht Gefahr für den öffentlichen Frieden der Gesellschaft kann der Staat Äußerungen verbieten. Der Tatbestand der *Volksverhetzung* beschäftigt sich mit Störungen des öffentlichen Friedens und bestraft jene, die gegen eine nationale, rassische, religiöse oder durch ihre ethnische Herkunft bestimmte Gruppe (oder gegen einen Einzelnen) wegen der Zugehörigkeit zum Hass aufstacheln, zu Gewalt- oder Willkürmaßnahmen auffordern oder die Menschenwürde dadurch angreifen, dass sie andere wegen der Zugehörigkeit beschimpfen, böswillig verächtlich machen oder verleumdern.

Es gibt in Deutschland eine weitere wichtige Ausnahme von der Meinungsfreiheit: Niemand darf den *Holocaust leugnen und den Nationalsozialismus verherrlichen*. Texte und Symbole mit nationalsozialistischem Gedankengut dürfen nicht ohne weiteres verbreitet werden.

Meinungsfreiheit vor Gericht

Immer wieder gibt es Bewegungen, die mit gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit und reichlich Populismus auf Demonstrationen und im Internet ihre Meinung äußern und dabei die Grenzen der Meinungsfreiheit ausloten, strapazieren und überschreiten. Ihre Gegner*innen halten ihnen entgegen: »Rassismus ist keine Meinung, sondern ein Verbrechen!« Eine Demokratie darf nicht zulassen, dass die Meinungsfreiheit instrumentalisiert wird. Die Gesellschaft kann und muss den Grenzfällen juristisch begegnen – und mit einem Diskurs über die politische Streitkultur in unserem Land.

Eine spezielle Position nehmen Äußerungen wie »Soldaten sind Mörder« (ein Zitat des Schriftstellers Kurt Tucholsky) ein: Solange sich eine solche Äußerung auf Soldaten im Allgemeinen bezieht, unterliegt sie dem Recht auf Meinungsfreiheit. Das Bundesverfassungsgericht wertete den Ausspruch als allgemeine Aussage über das Töten im Krieg. Das Gericht behält sich allerdings vor, anders zu urteilen, sollten derartige Bemerkungen über individuelle Soldaten fallen. Deshalb hat es also nicht darüber entschieden, ob Soldaten umgangssprachlich »Mörder« sind oder die Aussage inhaltlich gebilligt – das ist nicht seine Aufgabe. Es kann nur darüber entscheiden, ob jemand sagen darf, sie *seien* Mörder.

Die Meinungsfreiheit ist ein hohes Gut: Bevor ein Gericht wegen Beleidigung, Volksverhetzung oder Aufforderung zu einer Straftat verurteilen und Äußerungen verbieten bzw. bestrafen kann, müssen die Richter*innen stets prüfen, ob die Äußerung doppeldeutig

ist und ob sie nicht auch anders verstanden werden kann. Und: Das Gesetz beurteilt Aussagen nur danach, ob sie einen Straftatbestand erfüllen, das Allgemeine Persönlichkeitsrecht oder die Menschenwürde verletzen (also unter anderem beleidigen, zu Hass aufrufen, zu einer Straftat aufrufen, den Nationalsozialismus verherrlichen, den Holocaust leugnen).

Andere Länder, andere Meinungen?

Als eines der zentralen Grund- und Menschenrechte wird die Meinungsfreiheit auch in Artikel 19 der ALLGEMEINEN ERKLÄRUNG DER MENSCHENRECHTE der Vereinten Nationen gewährleistet: »Jeder Mensch hat das Recht auf freie Meinungsäußerung; dieses Recht umfasst die Freiheit, Meinungen unangefochten anzuhängen und Informationen und Ideen mit allen Verständigungsmitteln ohne Rücksicht auf Grenzen zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.«

In den USA gehört die Redefreiheit (*Freedom of Speech*) zu den BILL OF RIGHTS der Verfassung. Dieses Recht wird dort traditionell sehr weit ausgelegt und schützt zum Teil auch Äußerungen, die in anderen Ländern als Volksverhetzung, Angriff auf die Verfassung oder Anstiftung zu Straftaten gelten. Im Gegensatz zur Meinungsfreiheit schützt die Redefreiheit sogar unwahre Tatsachenbehauptungen.

»Wie viele Leute, so viele Meinungen« (Terenz)

In Deutschland kann jede/r frei seine Meinung äußern und verbreiten, solange er/sie nicht gegen Gesetze verstößt. Das garantiert Artikel 5 unseres Grundgesetzes. Jede/r sollte in einer Demokratie von seiner Meinungsfreiheit Gebrauch machen dürfen – und machen. Das wird man doch wohl mal sagen dürfen – oder?

Fiktives Interview

Beim **fiktiven Interview** wird der Inhalt eines vorgegebenen Textes in Fragen und Antworten zu einem Interview umgeschrieben. Dazu wird eine Gesprächssituation entworfen, in der die Rolle des/der Interviewers/Interviewerin und des/der Interviewten festgelegt werden. Das können z.B. Straßenumfragen, Talkshows, Konferenzen, Nachrichtensendungen oder Streitgespräche sein, in denen Journalist*innen, Expert*innen, Laien oder Betroffene für ein Gespräch oder Interview aufeinandertreffen. Es können ein oder mehrere Fragesteller*innen und Antwortgeber*innen das Interview führen. Unabhängig von der Situation und der Gesprächsform soll der Inhalt des vorgegebenen Textes möglichst umfassend in den Fragen und Antworten wiedergegeben werden.

Gesprächssituation:

Interviewer*in:

Interviewte*r 1:

Interviewte*r 2:

Frage:

Antwort:

Frage:

Antwort:

Frage:

Antwort:

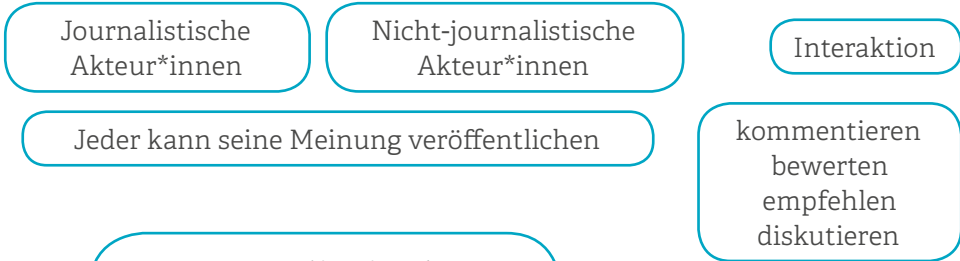
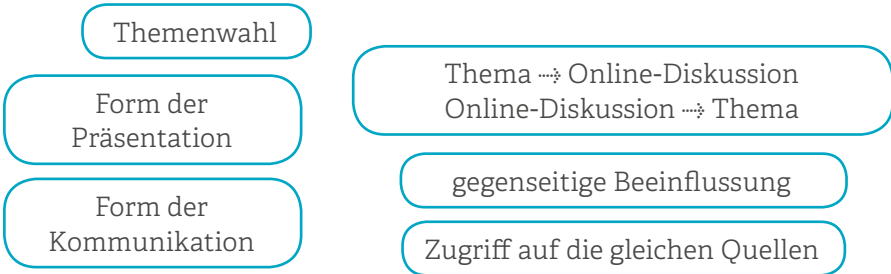
Mindmap: Journalistische Meinungsäußerung

Blogger*innen,
 YouTuber*innen,
 Online-Communitys
 (Facebook etc.),
 ARD, ZDF, ProSieben etc.,
 SPIEGEL Online, Tageszeitungen etc.,
 NGOs, Politiker*innen
 Prominente
 (Sportler*innen, Schauspieler*innen,
 Musiker*innen etc.)
 Unternehmen, Marken

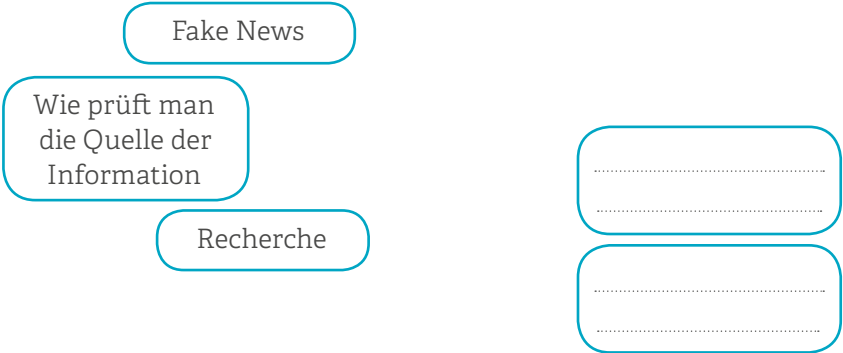
.....

.....

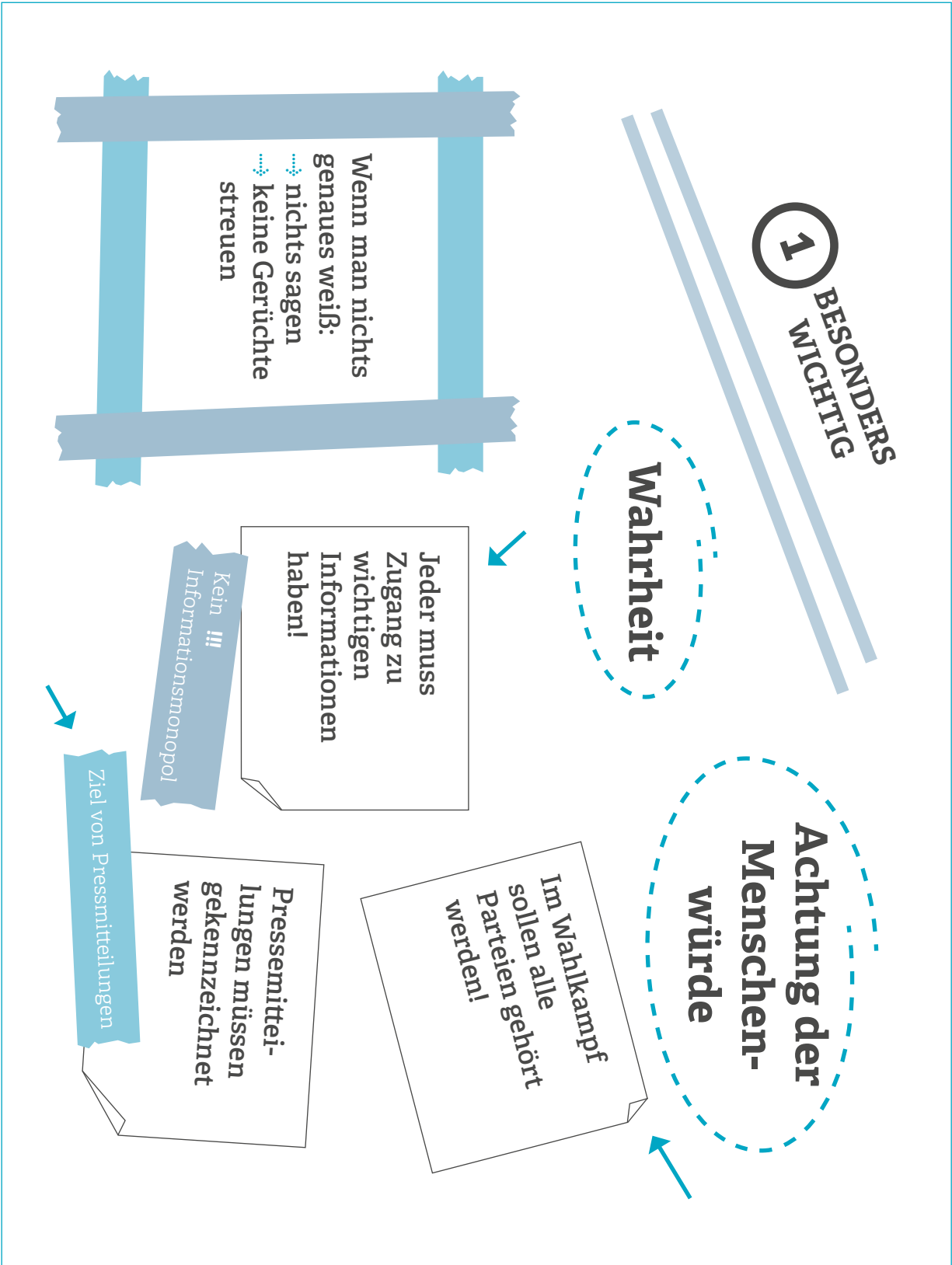
.....



Journalistische Meinungsäußerung im Netz



Plakatidee | Pressekodex



Quiz | Pressekodex

Ziffer 1

1. Die obersten Gebote der Presse sind:

- A** die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde, die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit.
- B** die Erreichung der höchsten Einschaltquoten, der größten Reichweiten und Informationsvielfalt.
- C** die Exklusivberichterstattung, Meinungsbildung und Unterhaltung.

2. Bei der Wahlkampfberichterstattung muss:

- A** auch über Auffassungen berichtet werden, die man nicht teilt.
- B** auch der eigene Standpunkt des Berichterstatters erkennbar sein.
- C** nichts Kritisches veröffentlicht werden.

3. Wird eine Pressemitteilung ohne redaktionelle Bearbeitung veröffentlicht, muss sie:

- A** gekennzeichnet werden.
- B** nicht gekennzeichnet werden.
- C** vom/von der Autor*in genehmigt werden.

Ziffer 2

4. Zur Sorgfalt bei Recherche und Veröffentlichung gehört:

- A** unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen erkennbar zu machen.
- B** passende Symbolfotos auszuwählen, ohne sie kenntlich zu machen.
- C** Überschriften aus renommierten Quellen zu übernehmen.

5. Wird ein Interview im Wortlaut zitiert:

- A** muss die Quelle angegeben werden.
- B** kann die Quelle angegeben werden.
- C** darf die Quelle nicht veröffentlicht werden.

6. Für Nutzerbeiträge (User-Generated Content), die zur Veröffentlichung ausgewählt werden:

- A** wird von der Presse keine Verantwortung übernommen.
- B** wird keine besondere Kennzeichnung von der Presse vorgenommen.
- C** wird die Einhaltung publizistischer Grundsätze von der Presse sichergestellt.

Ziffer 3

7. Haben sich veröffentlichte Nachrichten oder Behauptungen als falsch erwiesen:

- A** muss die Nachricht unverzüglich richtiggestellt werden.
- B** muss die Nachricht nicht richtiggestellt werden, wenn das schon in anderer Weise bekannt geworden ist.
- C** muss nichts unternommen werden.

Ziffer 4

8. Bei der Informationsbeschaffung von personenbezogenen Daten, Nachrichten und Bildern ist:

- A** jedes Mittel erlaubt, um über alles berichten zu können und die Wahrheit herauszufinden.
- B** darauf zu achten, dass der/die Journalist*in seine Identität nicht preisgibt.
- C** verdeckte Recherche im Einzelfall erlaubt, wenn es um Informationen von besonderem öffentlichem Interesse geht.

9. Bei der Informationsbeschaffung von personenbezogenen Daten, Nachrichten und Bildern soll unter anderem besondere Rücksicht genommen werden auf:

- A Kinder und Jugendliche.
- B Ältere.
- C Prominente.

Ziffer 5

10. Zum Berufsgeheimnis gehört:

- A die Vertraulichkeit gegenüber dem Informanten, auch wenn die Informationen ein Verbrechen betreffen.
- B die Geheimhaltung von Informationen, unabhängig vom Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit.
- C das Zeugnisverweigerungsrecht.

Ziffer 6

11. Journalist*innen dürfen:

- A weitere Tätigkeiten ausüben, auch in einer Behörde, der Regierung oder einem Wirtschaftsunternehmen.
- B weitere Tätigkeiten ausüben, auch in einer Behörde, der Regierung oder einem Wirtschaftsunternehmen, wenn dabei auf eine Trennung ihrer Funktionen geachtet wird.
- C keine weiteren Tätigkeiten ausüben, um nicht in Gewissenskonflikte zu geraten.

Ziffer 7

12. Werbung muss:

- A klar gekennzeichnet sein.
- B nicht gekennzeichnet sein, weil sie sowieso zu erkennen ist.
- C nur bei Schleichwerbung gekennzeichnet sein.

Ziffer 8

13. Der Schutz der Persönlichkeit gilt:

- A nicht für Jubiläumsdaten.
- B für private Wohnsitze und Aufenthaltsorte.
- C nicht für Familienangehörige.

14. Bei Berichten über Straftaten und Unglücksfälle dürfen:

- A Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren in der Regel nicht erkennbar sein.
- B Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren in der Regel erkennbar sein.
- C Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren in der Regel gar nicht erwähnt werden.

Ziffer 11

15. Nachrichtensperren werden:

- A grundsätzlich akzeptiert.
- B dann akzeptiert, wenn sie von den Behörden überzeugend begründet sind bzw. Leben geschützt oder gerettet werden kann.
- C dann akzeptiert, wenn sie von den Behörden verhängt werden, um politische Maßnahmen umsetzen zu können.

16. Bei der Veröffentlichung von Verbrecher-Memoiren ist darauf zu achten, dass:

- A sie hohe Auflagen erzielen.
- B die Straftaten nicht nachträglich gerechtfertigt werden.
- C die Straftaten detailliert geschildert werden, um Sensationsbedürfnisse zu erfüllen.

17. Bei der Berichterstattung in Zusammenhang mit Drogen soll darauf geachtet werden, dass:

- A** der Gebrauch von Drogen nicht verharmlost wird.
- B** alle Wirkungen möglichst cool dargestellt werden.
- C** nur Expert*innen zu Wort kommen.

Ziffer 12

18. Diskriminierung ist nur zulässig, wenn:

- A** es sich um Pappkartons handelt.
- B** es sich um außerirdische Pappkartons handelt.
- C** Diskriminierung ist niemals, in keinem Fall zulässig!

Ziffer 13

19. Bei der Berichterstattung über Ermittlungsverfahren soll darauf geachtet werden, dass:

- A** keine Vorverurteilung erfolgt.
- B** im Interesse der Öffentlichkeit schnellstmöglich ein/e Schuldige*r benannt wird.
- C** ausschließlich juristische Fachbegriffe verwendet werden.

Ziffer 14

20. Bei der Berichterstattung über medizinische Themen oder Forschungsergebnisse soll darauf geachtet werden, dass:

- A** beim/bei der Leser*in keine unbegründeten Ängste oder Hoffnungen geweckt werden.
- B** der/die Leser*in keine Selbstversuche durchführt.
- C** der/die Leser*in nicht überfordert wird.

Ziffer 15

21. Journalist*innen dürfen Geschenke annehmen, wenn:

- A** sie sich dadurch nicht in der Unabhängigkeit ihrer Berichterstattung beeinträchtigt fühlen.
- B** es sich um Werbeartikel oder geringwertige Gegenstände handelt.
- C** alle Kolleg*innen aus der Redaktion die gleichen Geschenke bekommen.

22. Journalist*innen dürfen Einladungen zu Veranstaltungen und Pressereisen annehmen, wenn:

- A** sie die Einladung und die Finanzierung kenntlich machen.
- B** sie sowieso zur Berichterstattung vor Ort wären.
- C** sie nicht darüber berichten.

Ziffer 16

23. Öffentlich ausgesprochene Rügen vom Deutschen Presserat werden:

- A** allgemein ausgesprochen und nicht im Einzelnen begründet.
- B** begründet und auf den Sachverhalt der gerügten Veröffentlichung bezogen.
- C** nur auf den Seiten des Deutschen Presserats veröffentlicht.

Lösungen: 1A | 2A | 3A | 4A | 5A | 6A | 7A | 8C | 9A | 10C | 11B | 12A | 13B | 14A | 15B | 16B | 17A | 18C | 19A | 20A | 21B | 22A | 23B

Bausteine: Multimediale Erklärungspräsentation

➤ <http://medien-in-die-schule.de/meinung-im-netz-gestalten>

Baustein 1 Warum entstehen Verschwörungstheorien?

- 1.1 Input | Text
- 1.2 Grafik | Comic: Finde eine/n Schuldige*n
- 1.3 Grafik | Sprechblasen erstellen

Baustein 2 Was sind Verschwörungstheorien?

- 2.1 Input | Text
- 2.2 Grafik | Einordnung von Verschwörungserzählungen

Baustein 3: Welche Rolle spielen Verschwörungstheorien für das Selbstbild?

- 8.1. Input | Videostatement

Baustein 4a Wie nutzen Menschen Verschwörungstheorien?

A. Sinnstiftungs- und Erkenntnisfunktion – Das Leid hat einen Sinn

- 4a.1 Input | Videostatement
- 4a.2 Grafik | Vereinfachte Weltsicht von Verschwörungsideolog*innen

Baustein 4b: Wie nutzen Menschen Verschwörungstheorien?

B. Identitätsfunktion – Wir gegen die Anderen

- 4b.1 Input | Videostatement
- 4b.2 Grafik | Allgemeine Zuordnung von Gut und Böse in Verschwörungsideologien

Baustein 4c Wie nutzen Menschen Verschwörungstheorien?

C. Manipulationsfunktion – Agitation und Propaganda

D. Legitimationsfunktion – Rechtfertigung von Taten

- 4c.1 Input | Videostatement
- 4c.2 Grafikmaterial

Baustein 5 Internet & Verschwörungstheorien

- 5.1 Input | Text
- 5.2 Collage | Screenshots/Facebook
- 5.3 Grafik | Filterblase

Baustein 6 **Warum schließt man sich Verschwörungstheorien an?**

- 6.1 Input | Interviewtext
 - 6.2 Grafik | Frau im Sessel
-

Baustein 7 **Warum sind Verschwörungstheorien gefährlich?**

- 7.1 Input | Text
 - 7.2 Grafikmaterial
-

Baustein 8 **Aussteigen aus der Szene**

- 8.1 Input | Interviewtext
 - 8.2 Grafik | Frau im Sessel
-

Baustein 9 **Wie kann man Verschwörungstheorien begegnen?**

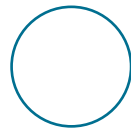
- 9.1. Input | Videostatement

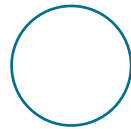
Konzeption: Multimediale Erklärungspräsentation

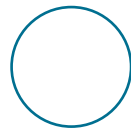
1. Überschrift/Thema eurer Präsentation
2. Inhaltsverzeichnis eurer Präsentation
3. Beschreibung der Ausgangssituation bzw. des Problems
4. Input (ergänzt durch Beispiele zum besseren Verständnis)
5. Zusammenfassung

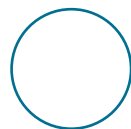
Folie/Chart: Stellt die Inhalte in Stichworten (und nicht in ganzen Sätzen) dar!

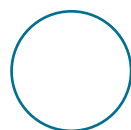
Storyboard:











Begriffe, Trends und Dauerbrenner der Verschwörungsideologien

Quelle: RATHJE, JAN: *Begriffe, Trends und Dauerbrenner der Verschwörungsideologien*. In: AMADEU ANTONIO STIFTUNG (Hrsg.) (2015): *No World Order: Wie antisemitische Verschwörungsideologien die Welt erklären*. Berlin, S. 25–29.
➤ <http://amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/verschwuerungen-internet.pdf>

Begriffe, Trends und Dauerbrenner der Verschwörungsideologien

Dieser Abschnitt soll es einfacher machen, verschwörungsideologische Inhalte zu erkennen. Dazu wird eine Auswahl aktueller und beständiger Erzählungen und Begriffe vorgestellt und knapp beschrieben. Es gibt verschiedene Signalwörter, die auf Verschwörungsideologien hinweisen können und bei denen es sich empfiehlt, einmal genauer nachzufragen. Eine ausführliche und aktualisierte Version finden Sie auf der Seite der Amadeu Antonio Stiftung unter ➤ <http://amadeu-antonio-stiftung.de/verschwuerung>.

Gruppen, denen eine Beteiligung an der »Weltverschwörung« vorgeworfen wird

Die nachfolgend vorgestellten Gruppen sind die »alten Bekannten« innerhalb der verschwörungsideologischen Szene. Ihnen wird vorgeworfen, die Fäden hinter dem Weltgeschehen zu ziehen.

Bilderberg Gruppe, »Bilderberger«

Zur Bilderberg Gruppe bzw. Bilderberg Konferenz zählt ein Kreis ausgewählter Menschen aus Wirtschaft, Politik, Militär und Adel, die sich in immer neuen Zusammensetzungen einmal im Jahr informell treffen, um sich hinter verschlossenen Türen zu besprechen. Der Name resultiert aus dem niederländischen Veranstaltungsort des ersten Treffens im Jahre 1954, dem Hotel de Bilderberg.

Familien: Rockefeller, Rothschild/»Thotschild«, etc.

Reiche Familien, die über außergewöhnlich hohen Einfluss verfügen sollen. Die Familie um John D. Rockefeller erlangte ihren Reichtum ab dem Ende des 19. Jahrhunderts in den USA durch Bank- und vor allem Ölgeschäfte. Bei der Familie Rothschild handelt es sich um eine Bankiersfamilie aus Frankfurt am Main. Sie wird vornehmlich von Verschwörungsideolog_innen mit dem Namen »Thotschild« bezeichnet. Häufig stehen dann diese Familien für die antisemitische Vorstellung einer »jüdischen Weltverschwörung«.

Finanzoligarchie, Hochfinanz, Finanzadel, raffendes Kapital, Wall Street, 1% etc.

Abstrakte Begriffe mit der gleichen Bedeutung. In der Wahrnehmung von Verschwörungsideolog_innen herrschen noch immer mittelalterliche Machtverhältnisse. Wie König_innen sollen das Finanzkapital, die 1% und andere über die gesamte Menschheit regieren. Unsere Gesellschaft funktioniert jedoch nicht nach dem Prinzip, dass ausschließlich eine kleine Gruppe entscheidet, wie Politik und Wirtschaft zu gestalten ist.

Freimaurerlogen und Illuminatenorden

Freimaurerlogen und der Illuminatenorden sind und waren Vereine, denen nachgesagt wird, dass ihre vornehmlich männlichen Mitglieder die Weltgeschichte steuern würden. In Freimaurerlogen organisieren sich Menschen, um ihr Leben durch beständige Arbeit an sich selbst nach den humanistischen Werten der Aufklärung auszurichten. Sie sollen aus mittelalterlichen Steinmetzbruderschaften hervorgegangen sein, worauf auch ihre zentralen Symbole beruhen. Die erste Großloge wurde im 18. Jahrhundert in Großbritannien gegründet. Geheimhaltung der Treffen war zum Teil angebracht, da zu dieser Zeit nicht alle Herrschenden die Werte der Aufklärung teilten. Freimaurerlogen existieren auch heute noch. In ihnen treffen sich weiterhin Menschen, um bestimmte ethische Werte zu leben.

Der Illuminatenorden wurde 1776 von dem bayrischen Universitätsprofessor Adam Weishaupt gegründet und bereits 1784/85 verboten. Ziel des politischen Geheimordens war es, die Welt und die eigenen Mitglieder nach den Werten der Aufklärung auszurichten. Der Orden konnte mit seinen radikalen Aufklärungsideen in der kurzen Phase seiner Existenz großen Einfluss, gerade unter Freimaurern und Personen mit Machtbefugnissen, gewinnen. Dies führte schließlich zu seinem Verbot in den Jahren 1784/85 durch den Kurfürsten von Bayern, Karl Theodor.

NWO, Neue Weltordnung/New World Order

Angeblich eine weltweite Verschwörung zur Unterwerfung der Menschheit durch eine totalitäre Weltregierung, die durch eine globale Elite kontrolliert wird. Sie dient besonders seit den 2000er Jahren als Oberbegriff aller Weltverschwörungsideologien. Die NWO ist die große Klammer, mit der Gruppen wie »Bilderberger«, die Finanzoligarchie, die Familie Rothschild etc. zusammengebracht werden. Die ersten verschwörungsideologischen Beschreibungen der NWO bezogen sich explizit auf die fiktiven antisemitischen Protokolle der Weisen von Zion.

Instrumente der Verschwörer_innen – Schlagworte und Erzählungen

Nachfolgend werden die Mittel beschrieben, mit denen die angeblichen Verschwörer_innengruppen ihren Plan der Weltherrschaft umsetzen wollen. Es handelt sich also um die Darstellung der gängigen verschwörungsideologischen Erzählungen. Die »Aufdeckung« der »wahren Hintergründe« bestimmter Ereignisse stellt einen wesentlichen Bestandteil verschwörungsideologischer Arbeit dar. Die Mittel lassen sich grob in die Kategorien Einschüchterung, Bevölkerungsreduktion, Gedankenkontrolle und Naturbeherrschung einteilen.

9/11, Terroranschläge am 11. September 2001 in den USA

Die offiziellen Erklärungen für die islamistischen Terroranschläge in den USA vom 11. September 2001 werden abgelehnt. Der »wahre« Tathergang soll ein Inside Job der amerikanischen und/oder israelischen Geheimdienste gewesen sein. Anschließend seien Sündenböcke benannt worden, um Kriege im Nahen und Mittleren Osten loszutreten und sich an diesen zu bereichern.

»BRD GmbH«

Die Behauptung, dass die Bundesrepublik Deutschland eine Firma und die Deutschen ihr Personal seien. Die Bundesregierung ist in dieser Erzählung nur der Vorsitz dieser Firma; sie wurde von den Alliierten eingesetzt, die die BRD GmbH nach dem Zweiten Weltkrieg gründeten. Damit seien die Deutschen entrechtet, unter Besatzung der Verschwörer und »staatenlos«. Einige Anhängerinnen und Anhänger glauben darüber hinaus, dass ein Deutsches Reich weiterhin bestehen würde. Diese Menschen nennen sich selbst »Reichsbürger« oder »Reichsdeutsche«. Andere, die nicht daran glauben in einem Deutschen Reich zu leben, glauben, aus der Bundesrepublik austreten zu können. Sie stellen sich unter »Selbstverwaltung«, gründen eigene Staaten oder erklären sich zu freien und souveränen Menschen. Einige leiten daraus ab, dass sie keine Steuern zahlen müssen, weil der Staat für sie nicht mehr existiert oder zuständig sein soll. Das bringt ihnen und ihren Familien inzwischen große Probleme mit der Polizei ein, da der Staat die Steuerschulden letztlich durch Zwangsvollstreckungen einholen darf.

»Chemtrails«

Als Chemtrails bezeichnen Verschwörungsideolog_innen angeblich mit giftiger Chemie versetzte Kondensstreifen von Flugzeugen. Chemtrails sollen daran erkennbar sein, dass sie wesentlich länger am Himmel bestehen bleiben als »normale« Kondensstreifen. In der Vorstellung von Verschwörungsideolog_innen werden Chemtrails dazu genutzt, Menschen und Umwelt zu manipulieren und/oder zu vergiften. Mit der Vergiftung sollen die angeblichen Verschwörer_innen den Plan verfolgen, die Weltbevölkerung zu reduzieren. Einige glauben darüber hinaus, sie seien Mittel der Kriegsführung, der Klimamanipulation (Geoengineering) oder der Gedankenkontrolle.

Fehlender Friedensvertrag zwischen Alliierten und Deutschland

Nach dem zweiten Weltkrieg wurde kein expliziter Friedensvertrag zwischen Deutschland und den Alliierten geschlossen. Andere Verträge sicherten allerdings der Bundesrepublik und der DDR souveränes Handeln zu. Verschwörungsideolog_innen glauben, dass aufgrund des fehlenden Friedensvertrages weiterhin ein geheimer Krieg gegen Deutschland geführt werde und Kriegsrecht herrschen soll.

»Gedankenkontrolle«

Viele Verschwörungsideolog_innen unterstellen den vermeintlichen Verschwörer_innen, insgeheim ihre Gedanken zu manipulieren und letztlich vollständig kontrollieren zu wollen. Dabei sind Verschwörungsideolog_innen recht kreativ, wie die Gedankenkontrolle umgesetzt werden sollen. Ein klassisches Beispiel hierfür ist das Fernsehen. Neuere Auffassungen schreiben diese Funktion geheimen Strahlenwaffen oder Chemtrails zu. Der verschwörungsideologischen Kreativität sind hierbei keine Grenzen gesetzt, letztlich kann alles als vermeintliches Mittel zur Gedankenkontrolle denunziert werden.

HAARP (High Frequency Active Auroral Research Program), Geoengineering

US-amerikanisches Forschungsprogramm, dem unterstellt wird, Wettermanipulationen vorzunehmen. HAARP werde angeblich gezielt dazu eingesetzt, gezielt Naturkatastrophen bei Feinden der USA auszulösen. Andere sehen in HAARP ein Mittel der Gedankenkontrolle.

»Impf-Lüge«

Unter »Impf-Lüge« fallen alle verschwörungsideologischen Vorstellungen, Menschen würden durch Impfungen vergiftet, mit Mikrochips ausgestattet oder zur Gedankenkontrolle vorbereitet.

»Inside Job« (etwa: selbst gemacht) – »False Flag« (unter falscher Flagge)

Die Ausdrücke Inside Job und False Flag Operation unterstellen, dass Geschädigte selbst für ihre Schädigung verantwortlich seien. Das bekannteste Beispiel ist der Vorwurf, die USA hätten die Terroranschläge des 11. September 2001 (9/11) selbst organisiert, da sie mehrere Kriege im Nahen und Mittleren Osten führen und individuelle Freiheiten im eigenen Land einschränken wollten.

Klimawandel/-lüge

Die Behauptung, dass es keinen Klimawandel gäbe. Angeblich sollen wirtschaftliche Interessen hinter den Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels stecken, sowie eine Einschüchterung der Bevölkerung erreicht werden.

»Lügenpresse«

Annahme, die Medien seien wie im Nationalsozialismus »gleichgeschaltet« und würden nur die Meinung der Verschwörer_innen verbreiten und »die Wahrheit« verschweigen. Dagegen wird meist eine »alternative« Medienlandschaft empfohlen, die ausschließlich die eigenen Inhalte verbreitet.

Protokolle der Weisen von Zion

Bei den »Protokollen der Weisen von Zion« handelt es sich um ein Buch mit vollständig erfundenen und unwahren Inhalten, das zuerst im zaristischen Russland 1903 verbreitet wurde. Dabei wird einer ausgedachten und nicht existierenden Gruppe unterstellt, eine Weltverschwörung gegen alle Nicht-Mitglieder der Gruppe durchzuführen. Es handelt sich um einen antisemitischen Verschwörungsmythos, da die »Protokolle« unterstellen, »die Juden« würden hinter dieser Verschwörung stecken. Diese menschenfeindliche Geschichte verbreitet sich leider noch immer, auch über das Internet. Die »Protokolle« sind zum Bauplan für die großen Weltverschwörungsgeschichten geworden. Als Folge wird »den Juden« noch immer fälschlicherweise unterstellt, im Geheimen eine große Verschwörung durchzuführen. Siehe auch »ZOG«, »USrael«.

Strahlenwaffen etc.

Unter den Sammelbegriff »Strahlenwaffen« fallen alle Waffentechniken, die angeblich von den Weltverschwörer_innen eingesetzt werden, um bei ihren Gegner_innen Krebs, Unwohlsein, Konzentrationsschwäche oder andere persönliche Leiden auszulösen. Sie dienen meist der Erklärung individueller Leiden. Siehe auch Chemtrails.

»USrael«

»USrael« ist der offen antisemitische Code für ein von Israel gesteuertes Amerika, siehe »ZOG«. In Deutschland wird vereinzelt auch der Code »BRDisrael« genutzt, um die vermeintliche jüdische Herrschaft über Deutschland auszudrücken.

Zinsknechtschaft

Antisemitischer Begriff für die angebliche Unterdrückung des »schaffenden Kapitals« (der arbeitenden Menschen) durch das »raffende Kapital« (gemeint sind die Banken, siehe Finanzoligarchie). Der Begriff war und ist Teil des nationalsozialistischen Antikapitalismus.

»ZOG«, »Zionist Occupied Government« (zionistisch besetzte Regierung)

Der Ausdruck wurde ursprünglich als Feindbeschreibung US-amerikanischer Rechts-extremer für eine Regierung, die angeblich durch Jüdinnen und Juden kontrolliert wird, verwendet. Eine deutsche Version, in der Juden und Jüdinnen nicht direkt genannt werden, stellt die »BRD GmbH« dar.

Spiel | Verschwörungsstar

Begriffe



	Medien
Juden	Christen
Muslime	Buddhisten
Ungläubige	Das Großkapital (Banken, Industrielle etc.)
Die USA	Die BRD GmbH
Auserwählte Menschen	Die Elite
Die da oben	Geheimdienste

Tätigkeiten



	arbeiten für
kontrollieren	besprühen
bezahlen	verkaufen
verheimlichen	belügen
hintergehen	manipulieren

Kriterienkatalog zur Bearbeitung der Bilderberg-Artikel

Checkliste: Einschätzung der Quelle

- Wer ist der Anbieter der Webseite?
- Wie aktuell ist die Webseite?
- Ist der Anbieter bekannt?
- Gibt es ein Impressum auf der Webseite?
- Wie ist der Anbieter einzuschätzen?
- Wird bzw. wie wird die Webseite durch andere Internetnutzer*innen bewertet?

- Wer ist der/die Autor*in?
- Ist er/sie bekannt?
- Hat der/die Autor*in Referenzen?
- Über welche Themen schreibt der/die Autor*in?

- Was ist das Thema des Textes?
- Welche Absicht steht hinter dem Text?
(Informieren, Überzeugen, Beeinflussen etc.)
- Welche Quellen werden genutzt? Gibt es Vergleichsquellen?
- Wie seriös sind die Quellen?
- Welche Fragen werden nicht beantwortet?
- Welche stilistische Form wird genutzt? (wissenschaftlich, journalistisch, umgangssprachlich etc.)

Aktuelles Quellenmaterial

Quellen 1 | Seriös

JÜDISCHES FORUM FÜR DEMOKRATIE UND GEGEN ANTISEMITISMUS (2016): *Anti-Bilderberg-Protest: Eine antisemitische und rassistische Querfront gegen die »Elite«*. ↗ <http://jfda.de/blog/2016/06/15/anti-bilderberg-protest-eine-antisemitische-und-rassistische-querfront-gegen-die-elite> oder: ↗ <https://archive.is/JwLl8>

AYKANAT, DENIZ (2016): *Was es mit der Bilderberg-Konferenz auf sich hat*. In: SÜDDEUTSCHE ZEITUNG, SZ.de vom 9.06.2016. ↗ <http://www.sueddeutsche.de/politik/dresden-was-es-mit-der-bilderberg-konferenz-auf-sich-hat-1.3025116>

Quelle 2 | Kritisch? Diskussionswürdig?

Ein Kommentar zur Bilderberg-Konferenz: KWASNIEWSKI, NICOLAI (2015): *Bilderberg-Konferenz: Mächtig überschätzt*. In: SPIEGEL ONLINE vom 11.06.2015. ↗ <http://spiegel.de/wirtschaft/bilderberg-konferenz-die-wahre-macht-sitzt-woanders-a-1038202.html> oder ↗ <https://archive.is/IK3WH>

Quellen 3 | **Verschwörungsideologisch**

ELSÄSSER, JÜRGEN (2016): *Die Bilderberger kommen nach Dresden – WIR AUCH!!* (Elsässers Blog) ↗ <https://juergenelsaesser.wordpress.com/2016/04/10/die-bilderberger-kommen-nach-dresden-wir-auch> oder ↗ <https://archive.is/Ahh3w>

SCHRANG, HEIKO (2015): *Bilderberger Treffen im Juni 2015 und die katastrophalen Folgen für uns alle!* (Macht-steuert-Wissen Verlag) ↗ <http://www.macht-steuert-wissen.de/252/bilderberger-treffen-im-juni-2015-und-die-katastrophalen-folgen-fuer-uns-alle> oder ↗ <https://archive.is/S4Xl6>

RÉTYI, ANDREAS VON (2016): *Bilderberg in den »Qualitätsmedien«: So einfach ist das alles!* (KOPP VERLAG) ↗ <https://archive.is/QXSeC>

RICHTER, MICHAEL (2016): *Querfront gegen Bilderberger in Dresden*. (COMPACT ONLINE) ↗ <https://archive.is/vcsNG>

Aktuelles Quellenmaterial | Lehrerblatt

Ergänzung für Lehrende zur Einordnung der Quellen

Die nachfolgenden Bewertungen erfolgen auf Grundlage der Recherchen des Projektes »No World Order. Handeln gegen Verschwörungsideologien« und den angegebenen Quellen. Hier gilt der gleiche Grundsatz, der für die gesamte Einheit gilt: Auch diese Quellen sind nicht vor Kritik gefeit.

Quellen 1 | Seriös JÜDISCHES FORUM FÜR DEMOKRATIE UND GEGEN ANTISEMITISMUS (2016): *Anti-Bilderberg-Protest: Eine antisemitische und rassistische Querfront gegen die »Elite«.*

Jüdisches Forum für Demokratie und gegen Antisemitismus

Das Jüdische Forum für Demokratie und gegen Antisemitismus ist ein Berliner Verein, der sich die Bekämpfung von Antisemitismus und anderer Formen von Menschenfeindlichkeit zur Aufgabe gesetzt hat. Im Jahr 2016 beschäftigte er sich innerhalb des vom Berliner Senat und der Bundeszentrale für politische Bildung geförderten Projektes »Rassismus in der Mitte treffen« mit verschwörungsideologischen Protesten.

Der Artikel kann als seriös eingeschätzt werden, da er den Anti-Bilderberg-Protesten nicht einfach Antisemitismus und Rassismus unterstellt. Beide menschenfeindlichen Einstellungen werden durch Zitate von prominenten Teilnehmenden nachgewiesen. Der Einschätzung des Jüdischen Forums für Demokratie und gegen Antisemitismus kann vertraut werden, da seine Expertise im Bereich Antisemitismus und Rassismus unter anderem durch die Förderung der Bundeszentrale für politische Bildung und den Berliner Senat anerkannt ist.

Quelle: JÜDISCHES FORUM FÜR DEMOKRATIE UND GEGEN ANTISEMITISMUS (2016): *Rassismus in der Mitte treffen*. ➤ <https://jfda.de/projekte/rassismus> bzw. ➤ <https://archive.is/knPc6>.

Quellen 1 | Seriös AYKANAT, DENIZ (2016): Was es mit der Bilderberg-Konferenz auf sich hat. In: SÜDDEUTSCHE ZEITUNG, SZ.de vom 9.06.2016.

Süddeutsche Zeitung, SZ.de

Die überregional erscheinende Süddeutsche Zeitung besteht seit Oktober 1945 und erscheint täglich. Sie zählt zu den wichtigen deutschen Medien. Der Artikel stellt keine Behauptungen auf, sondern klärt über die Ursprünge der Bilderberg Gruppe auf. Dazu wurden die Veranstaltenden befragt. Auch die Kritik an der Intransparenz der Bilderberg Treffen wird thematisiert und durch Aussagen von (ehemaligen) Teilnehmenden begründet. Die Autorin ordnet die Verschwörungserzählungen um das Treffen in einen größeren gesellschaftlichen Zusammenhang ein, indem sie die Kulturwissenschaftlerin Eva Kimminich von der Universität Potsdam zu Wort kommen lässt.

Quelle: WEISCHENBERG, SIEGFRIED/MALIK, MAJA/SCHOLL, ARMIN (2006): *Journalismus in Deutschland 2005*. In: MEDIA PERSPEKTIVEN, Nr. 7 2006, S. 346–361.

Quelle 2 | Kritisch? Diskussionswürdig? Kwasniewski, Nicolai (2015): Bilderberg-Konferenz: Mächtig überschätzt. In: SPIEGEL ONLINE vom 11.06.2015.

SPIEGEL ONLINE

SPIEGEL ONLINE (SPON) ist die Online-Präsenz des liberalen Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL, auch wenn eine unternehmerische und redaktionelle Trennung zwischen beiden besteht. Das Magazin und SPON üben, neben anderen Print- und Online-Produkten, einen großen Einfluss auf die Meinungsbildung in Deutschland aus.

Der Artikel des Autors Nicolai Kwasniewski kritisiert die Intransparenz der Bilderberg Treffen. Er grenzt sich von den großen Weltverschwörungserzählungen ab, gesteht den Anhänger*innen jedoch ein Misstrauen gegen die Struktur zu. Der Satz «wer nichts zu verbergen hat, muss sich schließlich auch nicht verstecken» schließt jedoch die Argumente für Absprachen unter Ausschluss der Öffentlichkeit aus. Da es sich um einen als Kommentar gekennzeichneten Artikel handelt, kann diese einseitige Betrachtung als legitim gelten.

Quelle: *Der Spiegel*. In: WIKIPEDIA, DIE FREIE ENZYKLOPÄDIE (Bearbeitungsstand: 08.09.2016). https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Der_Spiegel&oldid=157771379.

Quellen 3 | Verschwörungsideologisch ELSÄSSER, JÜRGEN (2016): Die Bilderberger kommen nach Dresden – WIR AUCH!! (ELSÄSSERS BLOG)

JÜRGEN ELSÄSSERS BLOG

Jürgen Elsässer war Redakteur und Autor mehrerer linker Zeitungen und Zeitschriften. In den 2000er Jahren wechselte er aus dem linken in das rechte publizistische Lager. In diesem Zusammenhang gründete er unter anderem im Jahr 2010 die Zeitschrift COMPACT – Magazin für Souveränität, dessen Chefredakteur er ist. Elsässer vertritt verschwörungsideologische, rassistische und antisemitische Ansichten: Er kolportiert, dass eine mächtige Elite das deutsche Volk auszulöschen gedenke. Er ist außerdem im Umfeld der rechtsextremen »Neuen Rechten« aktiv. Mit ihren Mitgliedern führt er Veranstaltungen durch und organisiert sich in einem rechten Verein. In seinen Artikeln wendet er sich unter anderem gegen

das sexuelle Selbstbestimmungsrecht der Einzelnen, eine multikulturelle Gesellschaft und den vermeintlichen Einfluss der USA auf Deutschland. Dagegen wirbt er für Pegida sowie die Partei Alternative für Deutschland, und er trat als Redner bei den Montagsmahnwachen für den Frieden sowie Legida auf. Er engagiert sich für einen Zusammenschluss von Rechten und Linken gegen »das Finanzkapital« und für die Stärkung Deutschlands gegen seine Feinde.

Elsässers Artikel stellt einen Aufruf dar. Problematisch sind die Spekulationen am Anfang des Textes. Sie stellen, ohne jegliche Belege, Verbindung zwischen dem Treffen, in der Szene bekannten jüdischen oder als »jüdisch« identifizierten Personen und einer vermeintlichen »Islamisierung« Deutschlands her. Ebenso manipulativ sind die anschließenden Behauptungen, dass ein Zusammenhang zwischen dem Treffen und der Wahl Angela Merkels zur Bundeskanzlerin bestünde. Gegenpositionen wird nicht einbezogen. Stattdessen nutzt Jürgen Elsässer lediglich antisemitische (ausschließliche Nennung als jüdisch identifizierter Menschen) und verschwörungsideologische (aushecken, Merkelwahl) Stereotype.

Quellen: *Jürgen Elsässer*. In: WIKIPEDIA, DIE FREIE ENZYKLOPÄDIE (Bearbeitungsstand: 15.09.2016). https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=J%C3%BCrgen_Els%C3%A4sser&oldid=157958681.

Quellen 3 | Verschwörungsideologisch SCHRANG, HEIKO (2015): Bilderberger Treffen im Juni 2015 und die katastrophalen Folgen für uns alle! (Macht-steuert-Wissen Verlag)

Heiko Schrang

Heiko Schrang ist Autor verschiedener verschwörungsideologischer Bücher und Betreiber eines YouTube-Kanals, auf dem er dieselben Inhalte verbreitet. Er vertritt die Auffassung, dass das deutsche Volk nicht in einem souveränen Staat leben würde und geheime Machteliten die Flüchtlingsbewegungen der letzten Jahre gezielt nach Europa lenken würden, um den Bevölkerungen dieser Staaten zu schaden.

Diese Aussagen wiederholt Schrang auch in seinem Artikel über die Bilderberg Konferenz des Jahres 2015. Allerdings dient ihm das Treffen nur dazu, die verschwörungsideologische Erzählung von der Abschaffung des Bargeldes zur Unterwerfung der Menschen unter eine geheime Weltverschwörung zu verbreiten. Er verwendet Zitate, gibt jedoch nur bei dem des EU-Kommissionspräsidenten Juncker die Quelle an. Dabei nutzt er die Aussage, da sie vermeintlich seine Prophezeiung von der baldigen Bargeldabschaffung durch geheimes Wirken unterstreicht. Dabei behandelt der Artikel (<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-15317086.html>) problematische Prozesse innerhalb der EU aus dem Jahr 1999. Die Aussage war aber in den Zusammenhang mit der Forderung nach einer Demokratisierung

der EU gestellt worden und bezog sich nur auf Vergangenes aus Perspektive des Jahres 1999. Seither hat sich die EU jedoch stark verändert. Diese Aussage muss also für die nachfolgenden Jahre keine Gültigkeit mehr besitzen.

Quelle: SCHRANG, HEIKO (2016): *Tricks der psychologischen Kriegsführung gegen das eigene Volk*. (14.07.2016) ↗ <http://macht-steuert-wissen.de/1541/tricks-der-psychologischen-kriegsfuehrung-gegen-das-eigene-volk>; Heiko Schrang. In: PSIRAM, WIKI IRRATIONALER ÜBERZEUGUNGSSYSTEME (Bearbeitungsstand: 18.09.2016). ↗ https://psiram.com/ge/index.php?title=Heiko_Schrang&oldid=138828.

Quellen 3 | Verschwörungsideologisch RÉTYI, ANDREAS VON (2016): Bilderberg in den »Qualitätsmedien«: So einfach ist das alles! (KOPP VERLAG)

Kopp Verlag

Der Kopp Verlag besteht aus einem Verlag, Webpräsenzen und einem Versandhandel. Die Artikel, Videos und Produkte des Kopp Verlags behandeln unter anderem die rechten Themenfelder Esoterik, Verschwörungsideologien und Rassismus. Der Kopp Verlag verlegt etwa Bücher, welche die verschwörungsideologische Behauptung vertreten, dass die Medien in Deutschland manipuliert würden, um der deutschen Bevölkerung zu schaden.

Andreas von Rétyi nimmt bereits im Teasertext für sich in Anspruch, entgegen dem Mainstreamjournalismus eine kritische Position einzunehmen. Er versucht in seinem Artikel das Argument umzudrehen, dem zufolge Verschwörungsideolog*innen ein sehr einfaches Weltbild hätten: Dies sei im Bezug auf die Bilderberg Konferenzteilnehmenden für die Mainstreammedien der Fall. Dann versucht er einzelne Argumente für seine verschwörungsideologische Erzählung vorzubringen. So gibt er etwa vor, dass die Sicherheit der Teilnehmenden gar nicht im Vordergrund stünde, sondern die Geheimhaltung der Informationen des Treffens. Als Beweis dient ihm der Umstand, dass es Journalist*innen geschafft haben, Fotos von Teilnehmenden zu machen oder ihnen Fragen zu stellen. Dies beweist vielleicht, dass die Sicherheit nicht so gut ist, wie von v Rétyi angenommen, aber noch lange nicht, dass nur die Informationen geheim gehalten werden sollen. Diese Aussagen werden jedoch ohne Belege vorgebracht. Abschließend widmet sich der Autor dem Beweis der großen Weltverschwörung. Dabei wird das Bild des zensierten und geschassten Experten C. Gordon Tether bemüht, der für sein Aussprechen der »Wahrheit« seinen Job verloren haben soll. Dabei wird nicht auf eine inhaltliche Kritik an der Arbeit Tethers eingegangen, sondern seinem Chef unterstellt Chef »gut mit den Eliten« vernetzt zu sein. Das anschließende Zitat belegt hingegen auch nicht die These einer vorhandenen Weltverschwörung, sondern lediglich, dass die Bilderberg Konferenzen wie solche erscheinen mögen. Wesen und Erscheinung sind

jedoch nicht das gleiche. Auch fehlt der direkte Beleg des Zitats. Abschließend wird ein weiteres Zitat herangezogen, das eine Konzentration von Macht in den Händen weniger kritisiert und im Sinne von Rétyis als Beleg für eine große Weltverschwörung umgedeutet. Darüber hinaus wirbt der Kopp Verlag im gesamten Text für Bücher, die von einer geheimen Weltverschwörungselite handeln.

Quellen: AMADEU ANTONIO STIFTUNG (2015): *Kopp Verlag*. In: NETZ GEGEN NAZIS (26.11.2015). <http://netz-gegen-nazis.de/artikel/kopp-verlag-10753>; HUNGER, ANNA (2015): *Gut vernetzt. Der Kopp-Verlag und die schillernde rechte Publizistenszene*. In: BRAUN, STEPHAN; GEISLER, ALEXANDER; GERSTER, MARTIN (Hrsg.): *Strategien der extremen Rechten. Hintergründe, Analysen, Antworten*. 2. Aufl., Wiesbaden, S. 425–437.

Quellen 3 | Verschwörungsideologisch RICHTER, MICHAEL (2016): *Querfront gegen Bilderberger in Dresden*. (COMPACT ONLINE)

COMPACT Magazin

Das Magazin COMPACT wird von Jürgen Elsässer herausgegeben und trägt den Untertitel »Magazin für Souveränität«. Bereits damit wird die verschwörungsideologische Auffassung vertreten, dass die Bundesrepublik Deutschland kein souveräner Staat sei und von fremden Mächten beherrscht würde. Die Artikel richten sich gegen die USA, Israel, Homosexuelle und eine multikulturelle Gesellschaft. Dagegen werden die Partei Alternative für Deutschland und Vladimir Putin beworben.

Der Artikel von Michael Richter schlägt in seinem Aufmacher in die gleiche Kerbe wie der Text von Andreas von Rétyi. Beide wollen sich vom Vorwurf der Verschwörungstheorie durch die Mainstreammedien befreien. Als Argument für das böartige Treiben der Mächtigen wird jedoch lediglich die »elementare Lebenserfahrung« eingebracht. Es geht also vornehmlich um subjektive Wahrnehmung. Objektive Begebenheiten dienen anschließend ausschließlich dazu, diese Wahrnehmung zu »beweisen«. Die berechtigte Kritik an der Intransparenz der Veranstaltung wird in den anschließenden Zitaten als Beweis umgedeutet, dass eine Verschwörung der »Weltenlenker« im Gange sei. Abschließend verdeutlicht der Artikel das dualistische Weltbild von Verschwörungsideologien, wenn Richter zum Kampf gegen den »Hauptfeind« aufruft und behauptet: »Heute gilt: Für globalen Imperialismus – oder dagegen.« Widersprüche und Differenzierungen sind in dieser Aussage ausgeblendet.

Quelle: STORZ, WOLFGANG (2015): »Querfront«. *Karriere eines politisch-publizistischen Netzwerks*. Frankfurt am Main, S. 19–23. FUCHS, CHRISTIAN; ZIMMERMANN, FRITZ (2016): *Hauspost für die Wütenden*. In: ZEIT ONLINE vom 18.06.2016. <http://zeit.de/2016/25/afd-compact-juergen-elsaesser/komplettansicht>.

Vorphase: Themen-Bingo

Alle Schüler*innen erhalten einen Themen-Bingo-Schein. Sie müssen in möglichst kurzer Zeit Mitschüler*innen mit den vorgegebenen Eigenschaften finden und können dazu in der Klasse herumlaufen. Wer zuerst alle Kästchen (je nach Zeit: die Hälfte der Kästchen, vier aneinander gereihte Kästchen etc.) gefüllt hat, ruft »Bingo« und hat gewonnen.

Finde jemanden der/die

für Wikipedia geschrieben hat	bloggt	ein Instrument spielt	Haustiere hat
braune Augen hat	programmieren kann	twittert	einen YouTube-Kanal hat
nähen kann	eine Petition gestartet hat	im Sportverein ist	mehrere Sprachen spricht
Radio hört	Tageszeitung liest	bei Instagram ist	ehrenamtlich engagiert ist
etwas sammelt	bei Facebook ist	Snapchat nutzt	Fernsehnachrichten guckt
demonstriert hat	bei einer Umfrage teilgenommen hat	blaue Augen hat	eine Petition unterzeichnet hat
Geschwister hat	den Wahl-O-Mat kennt	nicht bei Facebook ist	Schülervertreter*in ist

Zukunftswerkstatt

Die Zukunftswerkstatt ist eine Methode zur Entwicklung von Strategien, die der Lösung bzw. Umsetzung eines Themas oder einer Problemstellung dienen. Sie ist in eine Vorphase, drei Hauptphasen (Bestandsaufnahme, Fantasie, Verwirklichung) und eine Nachbereitungsphase gegliedert. Jeder einzelnen Phase sind bestimmte Regeln und Methoden zugeordnet, um möglichst kreative fantasievolle Ergebnisse zu erhalten, die auch umsetzbar sind. Je nach Literatur gibt es unterschiedliche Bezeichnungen für die Phasen; Abläufe und Regeln bleiben aber gleich.

1. Vorphase

Die Vorphase dient zur Einführung in die Methode und einem Einstieg in das Thema. Zu Beginn wird kurz erklärt, was eine Zukunftswerkstatt ist, welche Regeln es gibt, wie die Abläufe der Unterrichtseinheit sind und welches Thema behandelt werden wird. Kennen sich die Teilnehmer*innen nicht, sollte eine Vorstellungsrunde stattfinden bzw. Kennenlernspiele oder andere Methoden eingesetzt werden, um miteinander ins Gespräch zu kommen. Im Klassenplenum können Kennenlernspiele genutzt werden, um Schüler*innen zum Start der Zukunftswerkstatt aus anderer Perspektive kennenzulernen und sie ggf. aus festgelegten Rollen in der Klasse zu lösen.

2. Bestandsaufnahme

Die Bestandsaufnahme (Kritik-, Meckerphase) dient dazu, ungebremst Kritik zur Thematik zu sammeln. Alle Kritikpunkte, auch positive, können zur Sprache gebracht werden und müssen nicht begründet oder analysiert werden. Die Leitfragen lauten: Was gefällt mir nicht? Was läuft falsch? Was funktioniert gut? Hier ist besonders darauf zu achten, dass sich die Schüler*innen trauen, alle Ideen zu äußern, ohne Angst davor, etwas Falsches zu sagen. Die Kritikpunkte werden zentral gesammelt und zum Schluss zu Bereichen zusammengefasst. Dann werden Schwerpunkte ausgewählt. Dazu können verschiedene Methoden wie Abstimmung mit Klebepunkten, Tafelbild, Mindmap, Karten etc. genutzt werden. Das Ziel der Bestandsaufnahme ist, eine Grundlage für die anschließende Fantasiephase zu legen.

3. Fantasiephase

Die Fantasiephase (Utopie-, Wunsch-, Traumphase) dient dazu, den Kritikpunkten der vorangegangenen Bestandsaufnahme Lösungswünsche und Ideen entgegenzusetzen. Hier sollen alle Ideen und Wünsche unabhängig von ihrer Machbarkeit frei fabuliert werden. Jede Idee ist zulässig, es gibt keinerlei Einschränkung oder Kritik an den Äußerungen. Die Leitfragen lauten: Wie wäre es optimal? Was wünsche ich mir? Wie wünsche ich mir eine ideale Welt? Hier gilt ebenso wie in der Bestandsaufnahme, dass ein angstfreies Klima geschaffen werden muss, damit alle Ideen geäußert werden. Dazu können verschiedene Methoden wie Brainstorming, Erfindungsspiel, Science Fiction Erzählung etc. genutzt werden. Die Ideen werden abschließend zu konkreten Entwürfen und Utopien weiterentwickelt.

Falls zu viele Optionen auszuarbeiten sind, sollte entweder in Kleingruppen gearbeitet werden, die ihre Ergebnisse im Plenum präsentieren, oder eine Auswahl per Abstimmung erfolgen.

4. Verwirklichungsphase

Die Verwirklichungsphase (Umsetzungs-, Losleg-Phase) dient dem Realitätscheck der gesammelten Entwürfe und Utopien aus der Fantasiephase. Die Utopien sollen in Handlungspläne übersetzt werden. Die Leitfragen lauten: Was muss getan werden? In welcher Reihenfolge? Wer übernimmt was? Dazu können verschiedene Methoden wie Abstimmungsverfahren mit Punkten, Handzeichen, Handlungsplan, Planungszirkel etc. genutzt werden. Die Moderation muss hier darauf achten, dass die Planung realistisch ist und ggf. vermitteln, wenn die Umsetzungspläne zu schwierig erscheinen. Wenn möglich, sollten die Schüler*innen motiviert werden, auch nach der Zukunftswerkstatt das Thema bzw. Projekt weiterzuverfolgen.

5. Nachbereitungsphase

Die Nachbereitungsphase (Ausstiegs-, Abschiedsphase) dient vor allem dem Gesamtfeedback. Die Fragestellungen lauten unter anderem: Was hat gut funktioniert? Welche Probleme sind aufgetaucht? Wie war das Klima? Wie ist der Lernerfolg einzuschätzen? Dazu können verschiedene Methoden wie Abstimmungsverfahren mit Punkten, Beantwortung von Auswertungsfragen, Evaluationsscheibe etc. genutzt werden.

Vorphase: Zukunftswerkstatt Schüler

Was ist eine Zukunftswerkstatt?

Eine Zukunftswerkstatt ist eine Methode um Lösungswege für Probleme zu finden. Das können aktuelle Problemstellungen der Gegenwart sein, aber auch zukünftige Herausforderungen.

Die Zukunftswerkstatt wurde entwickelt, um Bürger*innen zur Mitgestaltung ihrer Lebenswelt aufzufordern und ihr Alltagswissen in Entscheidungsprozesse einzubringen. Alle Ideen sind gefragt, man muss kein/e Experte*in sein, um mitdiskutieren zu können.

Die Zukunftswerkstatt ist also eine »Werkstatt«, in der kreativ Lösungen für Probleme erfunden, geplant und konstruiert werden können. Entsprechend kann eine Zukunftswerkstatt auch eingesetzt werden, um mehr Mitbestimmung bei öffentlichen Anliegen oder gesellschaftlichen Prozessen zu erreichen.

Wie wird eine Zukunftswerkstatt durchgeführt?

Eine Zukunftswerkstatt ist unterteilt in verschiedene Arbeitsphasen: Eine Vorphase, drei Hauptphasen (Bestandsaufnahme, Fantasie, Verwirklichung) und eine Nachbereitungsphase. Jeder einzelnen Phase sind bestimmte Regeln und Methoden zugeordnet, um möglichst viele kreative fantasievolle Ergebnisse zu erhalten.

In der **Vorphase** zum Start der Zukunftswerkstatt werden der Ablauf erklärt, die Regeln vorgestellt und welches Thema behandelt bzw. welche Problemstellung gelöst werden soll. Zur Einstimmung gibt es dazu eine thematische Einführung, die sehr unterschiedlich stattfinden kann – vom Vortrag bis zum Quiz.

In den Hauptphasen wird konkret an der Lösung einer Fragestellung gearbeitet.

Bei der **Bestandsaufnahme** zu Beginn sollen möglichst alle Punkte zum Thema gesammelt werden. Hier gibt es keine Einschränkungen – alles, was ihr störend, doof, beängstigend oder lästig findet, könnt ihr äußern. Aber auch positive Kritik ist wichtig. Wenn etwas gut läuft oder euch gut gefällt, sollte dies ebenso gesammelt werden. Alle Kritikpunkte werden zum Schluss der Bestandsaufnahme zu inhaltlich passenden Gruppen zusammengefasst (Clusterbildung) und von euch bewertet.

In der anschließenden **Fantasiephase** wird zu allen negativen Punkten ein positiver Gegenentwurf formuliert. Auch hier gibt es keine Einschränkungen. Eure Fantasie ist gefragt: Alles, was ihr euch erträumt und wünscht, könnt ihr entwickeln. Stellt euch einfach vor, ihr hättet alle Mittel zur Verfügung, die ihr braucht – ganz egal wie teuer oder groß. So können am besten kreative Lösungen und Ideen gefunden werden. Zum Schluss der Fantasiephase

werden eure Vorschläge zu konkreten Entwürfen weiterentwickelt, präsentiert und darüber abgestimmt, an welchem Projekt weitergearbeitet werden soll.

In der **Verwirklichungsphase** geht es dann darum, die ausgewählten Projekte oder Vorschläge aus der Fantasiephase auf ihre Machbarkeit zu prüfen. Wie können sie realistisch umgesetzt werden? Dafür werden gemeinsam Handlungskonzepte, Lösungsvorschläge oder auch Forderungskataloge entwickelt.

In der **Nachbereitungsphase** werden Arbeitspläne für die Zukunft vereinbart, falls das Projekt noch fortgeführt werden soll. Zum Abschluss der Zukunftswerkstatt findet eine Auswertung statt.

Phase 1: Bestandsaufnahme

Ablauf Bestandsaufnahme

Sammelt alle Kritikpunkte zum Thema (positiv und negativ) auf Kärtchen:

- ...→ Was funktioniert nicht?
- ...→ Was ärgert euch?
- ...→ Was findet ihr beängstigend?
- ...→ Was bedrückt euch?
- ...→ Was gefällt euch?

Sichtet alle Kritikpunkte und fasst sie zu Problembereichen zusammen (Clusterbildung).

Bewertet die Problembereiche nach Wichtigkeit und wählt Schwerpunkte aus, an denen ihr weiterarbeiten möchtet.

Regeln für die Bestandsaufnahme

- ...→ Alle dürfen mitreden!
- ...→ Lasst euch ausreden!
- ...→ Fasst euch kurz, damit alle dran kommen!
- ...→ Hört euch zu!
- ...→ Nennt konkrete Beispiele!
- ...→ Gebt keine Kommentare ab!
- ...→ Alles darf gesagt werden, ohne bewertet zu werden!
- ...→ Es wird nicht diskutiert!

Phase 2: Fantasie

Ablauf der Fantasiephase

Formuliert alle Kritikpunkte positiv um, indem ihr Stichworte mit Gegenbegriffen auf Kärtchen sammelt.

Lasst eurer Fantasie freien Lauf und formuliert eure Traum- und Wunschvorstellungen ohne jede Einschränkung.

Fasst eure Ideen und Vorschläge in visionären Konzepten zusammen und arbeitet sie aus.

Präsentiert eure Konzepte und stimmt darüber ab, woran ihr in der nächsten Phase weiterarbeiten wollt.

Regeln für die Fantasiephase

- ...↻ Alles ist möglich und erlaubt!
- ...↻ Seid kreativ!
- ...↻ Lasst eurer Fantasie freien Lauf!
- ...↻ Gebt keine Kommentare ab!
- ...↻ Alles darf gesagt werden, ohne bewertet zu werden!
- ...↻ Es wird nicht diskutiert!

Phase 3: Verwirklichung

Ablauf der Verwirklichungsphase

Macht einen Realitätscheck und überprüft, ob eure Konzepte umsetzbar sind.

- Was könnt ihr sofort umsetzen?
- Welche Herausforderungen und Schwierigkeiten seht ihr?
- Könnt ihr eventuell auf einzelne Aspekte verzichten?

Entwickelt einen Handlungsplan für euer Konzept. Legt Zeitpläne und Teilziele fest.

Projektziel

.....

.....

.....

Was sind eure Projektschritte, um euer Projektziel zu erreichen?

1

2

3

4

Planung der Projektschritte:

Welche Arbeiten gibt es im jeweiligen Projektschritt?	Wieviele Personen werden dafür gebraucht?	Wie lange dauert die Arbeit?
1	1
	2
	3
	4

Erstellung des Handlungsplans:

Projektschritt:

Termin/ Datum				
Arbeiten				
Ziel/Ergebnis/Erfolg				
Verantwortlich				

Setzt euren Handlungsplan in eine Präsentation um und überlegt, wie ihr euer Konzept vorstellen wollt. Präsentiert euer Konzept.

Regeln für die Verwirklichungsphase

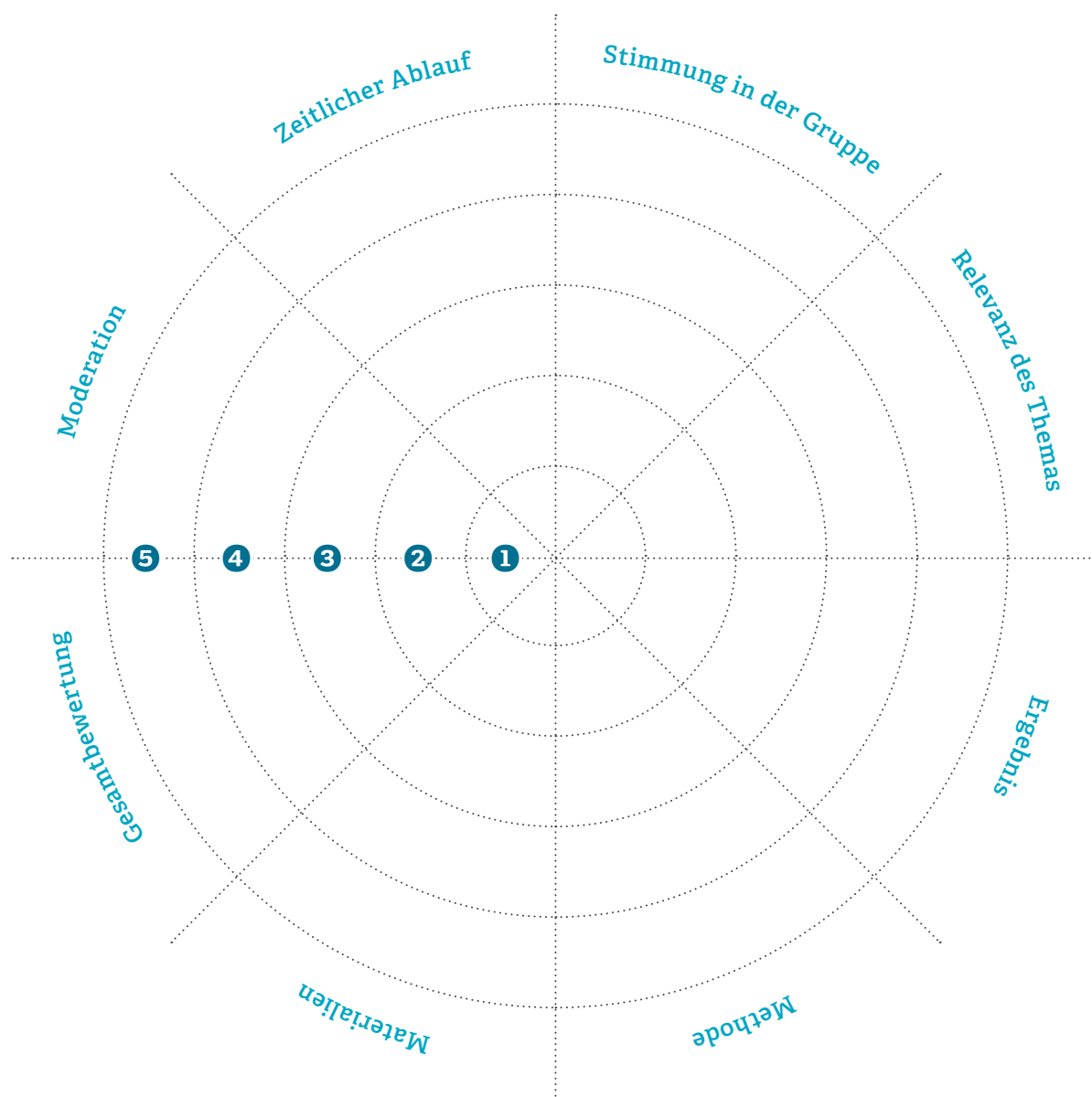
- Lasst euch nicht entmutigen, wenn ihr nicht sofort eine Lösung findet!
- Diskutiert miteinander!
- Seid kreativ!
- Respektiert unterschiedliche Lösungswege!
- Versucht mit Argumenten für eure Lösungsansätze zu überzeugen oder findet Kompromisse!

Auswertung der Zukunftswerkstatt

Seid ihr mit dem Ergebnis der Zukunftswerkstatt zufrieden?

Bewertet auf der Evaluationsscheibe:

① sehr gut — ⑤ sehr schlecht



Nachbereitung: Einige Überlegungen für die weitere Projektplanung

Überlegungen für die weitere Projektplanung

- Gibt es eine feste Projektgruppe?
- Wie setzt sich die Projektgruppe zusammen?
- Wie oft trifft sich die Projektgruppe?

.....

.....

.....

Was ist das Projektziel?

.....

.....

.....

Wie erreichen wir das Projektziel?

.....

.....

.....

Wer ist die Zielgruppe des Projekts?

.....

.....

.....

Wer sollte von dem Projekt erfahren?

.....

.....

.....

Wer sollte bei dem Projekt mitarbeiten?

Was wird bis wann von wem erledigt?

Festlegung der Planungsschritte mit Zeitangabe und Verantwortlichkeiten:

1	6
2	7
3	8
4	9
5	10

Wer könnte das Projekt unterstützen?

Wird für die Umsetzung des Projekts eine Finanzierung gebraucht?

Wer könnte das Projekt finanzieren?

Was sind Kostenpunkte?

Welche Probleme könnten auftauchen?

Wie wird die Öffentlichkeitsarbeit gestaltet?

Wie wird das Ergebnis dargestellt?

Soll es Folgeprojekte geben?



Medien
in die
Schule

Alle Materialien der Unterrichtsreihe » Medien in die Schule « sowie zahlreiche Zusatzinformationen sind online verfügbar unter www.medien-in-die-schule.de.

Ein Projekt von

FSM

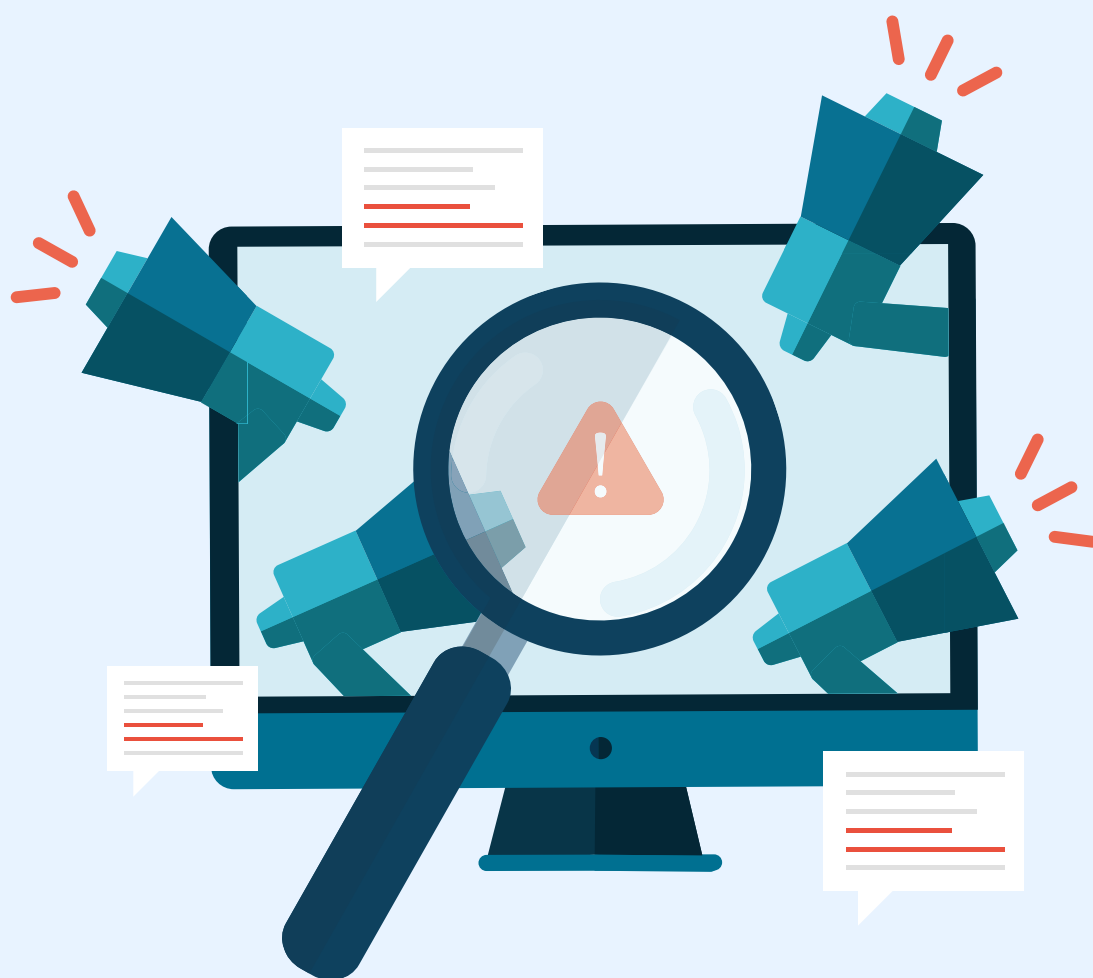
...fsf FREIWILLIGE
SELBSTKONTROLLE
FERNSEHEN

Google

Meinung im Netz gestalten

Modul 5

Desinformation online



Materialien für den Unterricht



weatklick

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

weitklick

Das Netzwerk für digitale
Medien- und Meinungsbildung

Herausgeber

FSM Freiwillige Selbstkontrolle
Multimedia-Diensteanbieter

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

...fsf FREIWILLIGE
SELBSTKONTROLLE
FERNSEHEN

Google

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.



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/verschwuerunsthoeorie-verschwuerungsmthos-verschwuerungsideologie>

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)**

 Aufgabe	Definieren charakteristischer Eigenschaften von Netzkommunikation
 Lernziel	Kennen charakteristischer Aspekte von Netzkommunikation
 Ablauf	<p>In einem einführenden Unterrichtsgespräch werden folgende Fragen thematisiert:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Was bedeutet Kommunikation?→ Welche unterschiedlichen Formen von Kommunikation gibt es?→ Warum kommunizieren wir? (Materialblatt_Meinung_01) <p>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)</p> <p>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)</p> <p>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.</p> <p>(Siehe Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet und Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps)</p> <p>In einer abschließenden Diskussion werden einzelne Schlagworte herausgegriffen und gemeinsam bewertet.</p>
 Hinweise	<p>Die Begriffskärtchen zur Netzkommunikation auf Arbeitsblatt_Meinung_02 für die Kleingruppenarbeit bitte ausschneiden.</p> <p>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.</p>
 Materialien	<ul style="list-style-type: none">→ Materialblatt_Meinung_01 Definition: Kommunikation→ Arbeitsblatt_Meinung_02 Begriffskärtchen zur Netzkommunikation→ Materialblatt_Meinung_03 Definition der Schlagwörter zu Netzkommunikation <p>Arbeits- und Materialblätter hier herunterladen: Modul UE1a – Charakteristische Eigenschaften von Netzkommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">→ Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet→ Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps→ ggf. Computer mit Internetzugang→ Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier

✍️ Aufgabe	Darstellen von Charakteristiken möglicher Desinformation
💡 Lernziel	Beschreiben können des Problemfeldes Desinformation
➔ Ablauf	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⋯➔ 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? <p>Die Umfrage kann auch mithilfe eines Umfrage-Tools digital durchgeführt werden. (Siehe Werkzeugkasten Kollaboratives Arbeiten im Internet und Werkzeugkasten Lernen & Lehren mit Apps)</p> <p>Abschließend wird die Abstimmung kurz zusammengefasst.</p> <p>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)</p> <p>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.</p> <p>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)</p> <p>Zur Vertiefung können optional die kurzen weicklick-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.</p> <p>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.</p> <p>Diskussionspunkte: Desinformation und Fakt, Meinung, Satire, versehentliche Falschinformation.</p>

→ 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. Verschwörungsmysen, 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

✍️ Aufgabe	Darstellen möglicher Formen und Verbreitungswege von Desinformation
💡 Lernziel	Kennen verschiedener Formen und Verbreitungswege von Desinformation
➔ Ablauf	<p>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)</p> <p>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?</p> <p>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)</p>
📄 Hinweise	<p>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.</p> <p>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</p>
📁 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> ➔ 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

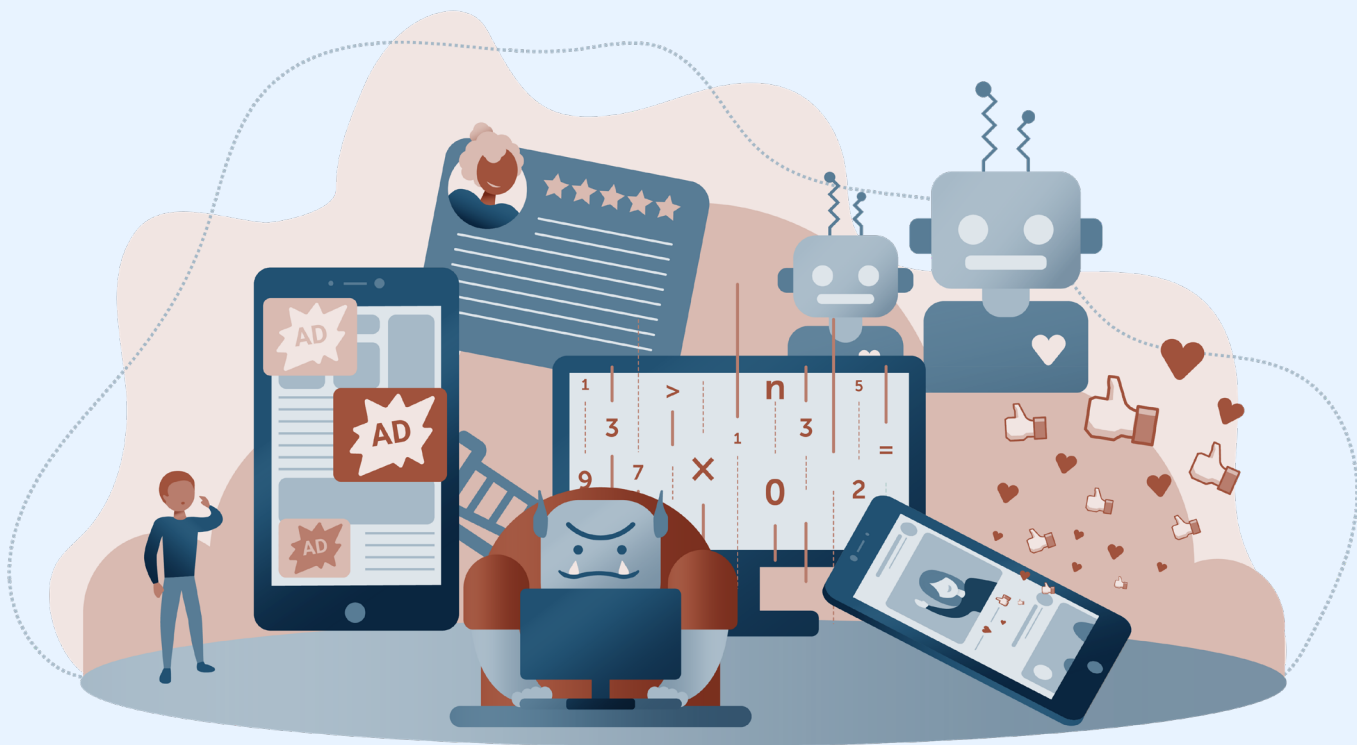
 Aufgabe	Anwenden von Überprüfungsmöglichkeiten, Analyseinstrumenten und Unterstützungsangeboten zur Identifikation von Desinformation
 Lernziel	Kennen von Handlungsmöglichkeiten zur Überprüfung von Desinformation
 Ablauf	<p>Zum Einstieg wird in einem Unterrichtsgespräch die folgende Frage erörtert: Welche Strategien haben die Schüler*innen zur Überprüfung von Desinformation?</p> <p>In Arbeitsgruppen können anschließend an drei vorbereiteten Stationen Überprüfungsmöglichkeiten anhand von Fragen und Beispielen kennengelernt sowie getestet werden:</p> <p>An Station 1 wird ein Fragenkatalog zur Überprüfung von Desinformation (Materialblatt_Meinung_38) erarbeitet und mittels kreativen Schreibens in Situationen übersetzt (Arbeitsblatt_Meinung_39).</p> <p>An Station 2 wird mithilfe des Materialblatt_Meinung_40 und Arbeitsblatt_Meinung_41 eine (oder mehrere) Bilderrückwärtssuche(n) durchgeführt.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
 Hinweise	<p>Je nach Klassengröße werden die Stationen entsprechend verdoppelt bzw. vervielfältigt.</p> <p>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.</p> <p>Hilfestellung zu aktuellen Falschmeldungen und zur Anwendung von Tools zum Entlarven von Desinformation:</p> <p>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.</p> <p>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.</p>



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

✎ Aufgabe	Darstellen unterschiedlicher Motivationen zur Verbreitung von Desinformation
💡 Lernziel	Reflektion eigener Verantwortung für den Umgang mit Desinformation im Netz
→ Ablauf	<p>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.</p> <p>Mögliche Debattenthemen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 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? <p>Es können auch Themen von den Schüler*innen selbst entwickelt werden.</p> <p>Die jeweiligen Kurz-Debatten (pro/contra) werden in Kleingruppenarbeit vorbereitet und im Plenum präsentiert. (Materialblatt_Meinung_44)</p> <p>Es wird jeweils vor und nach der Kurz-Debatte zum Thema im Plenum per Handzeichen abgestimmt, um ggf. eine Veränderung im Stimmungsbild zu sehen.</p>
📄 Hinweise	<p>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).</p> <p>Pro- und Contra-Argumente können auch mithilfe einer Online-Recherche gesammelt werden.</p> <p>Eine ausführliche Anleitung zum Thema Debatte im Unterricht unter: https://www.lehrplanplus.bayern.de/sixcms/media.php/71/argumentieren_und_debattieren.pdf</p>
📁 Materialien	<ul style="list-style-type: none"> → Materialblatt_Meinung_44: Anleitung Kurz-Debatte → ggf. Computer mit Internetzugang → Tafel, Flipchart, Whiteboard, Kreide, Stifte, Papier



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	UE5b 25
für Desinformation	
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?

.....

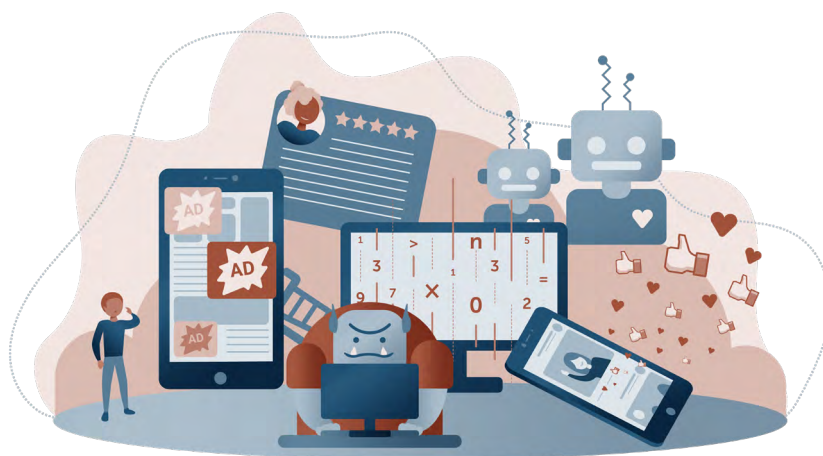
.....

.....

.....

.....

.....



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 Pressekodex 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 Werbeeinnahmen 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 Politik 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.

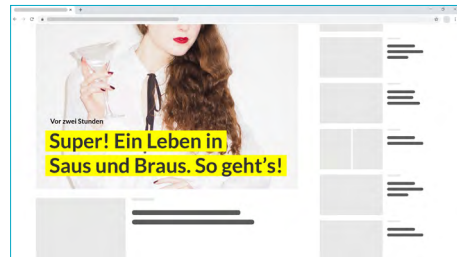
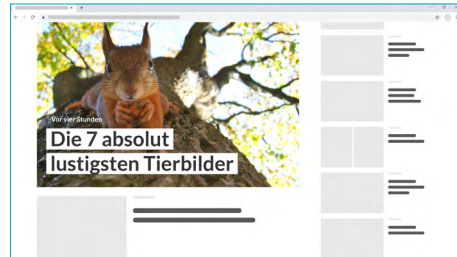
Wer sind die Urheber*innen von Desinformation?

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.

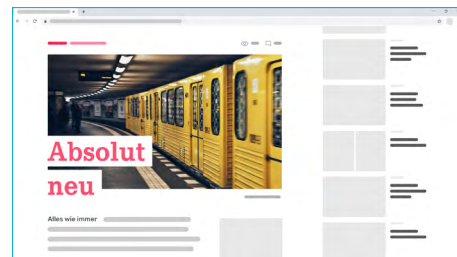
Die Bandbreite reicht von Einzelpersonen über politische Parteien, Nachrichten- bzw. Geheimdienste bis hin zu Unternehmens-PR.

Typische Merkmale von Desinformation

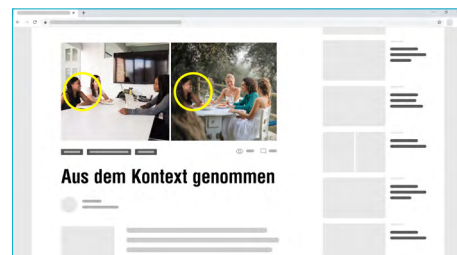
Die Überschrift, Text- und Bildinformation ist (häufig) plakativ, emotionalisierend, schrill, moralisierend, unsachlich oder provozierend.



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



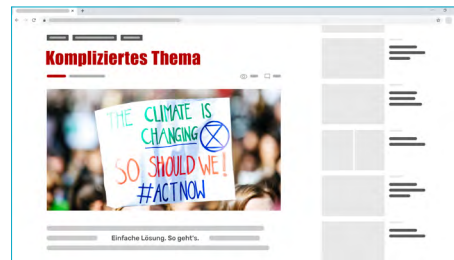
Die Text- oder Bildinformation ist aus dem ursprünglichen Kontext genommen.



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



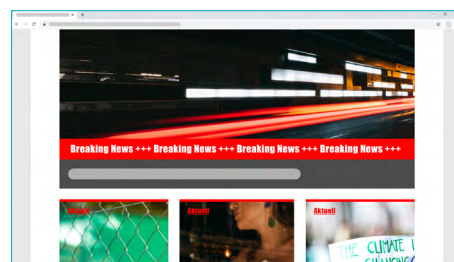
Die Text- oder Bildinformation ist stark vereinfacht, verkürzt oder redundant und bietet einfache Problemlösungen für komplexe Sachverhalte.



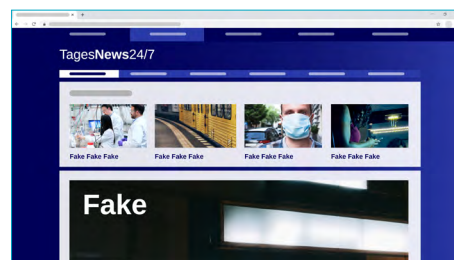
Das Thema (Text- oder Bildinformation) hat Bezug zu aktuellen Nachrichten bzw. populären/populistischen Diskursen und wird aus einer bestimmten Perspektive geschrieben, ohne als Kommentar oder Meinung gekennzeichnet zu werden.



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



Die Glaubwürdigkeit halbwarher 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.

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/influencerwerbung-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 Produktempfehlung 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 (BVDW) 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/Presse-information/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.



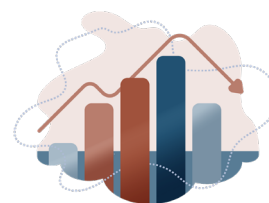
Wie tragen Memes/Sticker zu Desinformation bei?

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.

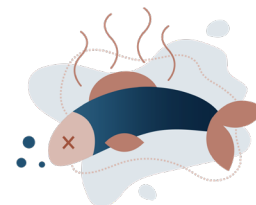
Was wird mit dem Begriff »Verrotteter Hering« umschrieben?

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 Vertrauensvorsprung für die Personen innerhalb einer Gruppe sowie das daraus folgende Bestätigungsdenken.



Wie tragen Gruppennachrichten zu Desinformation bei?

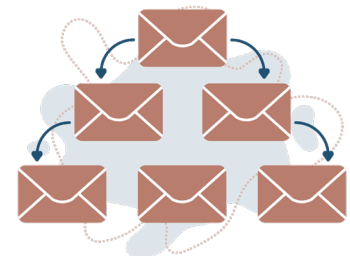
Häufig geteilte Gruppennachrichten erreichen mit geringem Aufwand viele Empfänger*innen und sorgen für eine schnelle und weite Verbreitung von Desinformation. Sind Gruppennachrichten die hauptsächliche Informationsquelle und Bezugsgruppe, verengt sich das Weltbild, das auch radikal werden kann.

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.



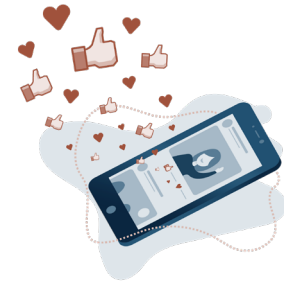
Wie tragen Algorithmen zu Desinformation bei?

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.



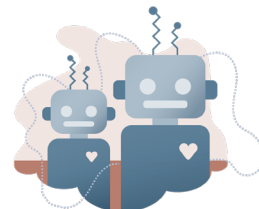
Wie tragen Kommentarschreiber*innen zu Desinformation bei?

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.



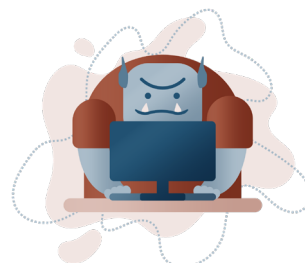
Wie tragen Social Bots zu Desinformation bei?

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 Communities 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?

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](https://www.tagesschau.de/faktenfinder) 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
- Abschlussatz: »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 Wertgrundlagen 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



weitklick

Das Netzwerk für digitale
Medien- und Meinungsbildung