

Praxismaterial

Meinungs- bildung



**JUGEND
PRÄGT**
GESELLSCHAFT·POLITIK·THÜRINGEN

Inhalt

01 Einleitung

Seite 03

03 Timetable

Seite 08

05 Modul II: Meinungsbildung im Netz

Seite 11

07 Modul IV: Infos suchen – Fallstricke

Seite 15

09 Modul VI: Meinungs Austausch – das „bessere“ Argument?

Seite 20

11 Impressum

Seite 26

02 Hintergrundinformationen

Seite 04

04 Modul I: „Meinung“ oder „Fakt“ – was ist was?

Seite 9

06 Modul III: Meinungsmache – Manipulationen erkennen

Seite 13

08 Modul V: Infos finden – Tipps und Tricks

Seite 17

10 Weiterführende Literatur

Seite 23

Meinungsbildung

Einleitung: Meinungsbildung als Grundlage von Beteiligung

Junge Menschen in Deutschland haben das Recht, ihre Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten. Sie können sich zu wichtigen Themen in der Gesellschaft positionieren. Dafür müssen sie sich ungehindert aus allgemein zugänglichen Quellen informieren und mit anderen austauschen können. Das Grundrecht der Meinungsfreiheit (u. a. Meinungsäußerungs- und Informationsfreiheit) im Grundgesetz (Art. 5 Abs. 1 GG) ist die Basis der eigenen Meinungsbildung.

In einer komplexen Gesellschaft ist es wichtig, mehrere Perspektiven zu einem Thema zu kennen, um sich selbst verorten zu können. Da unser Alltag von Medien durchdrungen ist, lassen sich aus ganz verschiedenen Quellen Informationen beziehen. Dabei können wir leicht den Überblick verlieren.

Das Internet spielt für die Suche nach Informationen eine immer bedeutendere Rolle. Es bietet darüber hinaus auch die Möglichkeit, sich direkt mit anderen auszutauschen. Hier wird es immer schwieriger einzuschätzen, welchen Wahrheitsgehalt bestimmte Informationen haben oder inwiefern diese uns beeinflussen sollen.

Meinungsbildung wird daher zu einer Herausforderung für junge Menschen. Formale und non-formale Bildungsinstitutionen können diesen Prozess unterstützen, indem sie das nötige Handwerkszeug mitgeben: Wissen über Meinungsvielfalt, Meinungsfreiheit und ihre Grenzen sowie Formen von Meinungsmanipulation, Fertigkeiten zur Recherche, Bewertung von Informationen und Meinungs austausch.

Über dieses Praxismaterial

Das Material gibt pädagogischen Fachkräften in sechs Modulen konkrete Anregungen und Methoden für die Praxis, um mit jungen Menschen ab 14 Jahren zum Thema Meinungsbildung zu arbeiten. So kann das Thema auf kommunikative, spielerische und gestalterische Art erlebbar gemacht werden.

Ein einführender Text ab Seite 4 enthält Hintergrundinformationen und Erklärungen zu verschiedenen Merkmalen von Meinungsbildung. Der Timetable auf Seite 8 gibt anschließend einen Überblick über die Module für die pädagogische Praxis. Die Module sind in sich geschlossen und können einzeln eingesetzt, aber auch im Rahmen eines größeren Projekts aufeinander aufbauend, verwendet werden. Ab Seite 9 werden die sechs Module im Detail beschrieben. Diese verfolgen verschiedene Bildungsziele und Aktivitätsformen und erfordern unterschiedlich viel Zeitaufwand in der Umsetzung. Angaben dazu finden sich jeweils oberhalb der Modulbeschreibung. Das Praxismaterial schließt mit Hinweisen zu weiterführender Literatur und vielen Linktipps.

Die Handreichung wurde im Rahmen des Projekts JUGEND PRÄGT entwickelt und steht allen Interessierten zur Verwendung offen.

Wir hoffen, mit dieser Veröffentlichung pädagogische Fachkräfte zu ermutigen, sich auf spannende und kreative Beteiligungsprozesse einzulassen, um die Fähigkeit der eigenen Meinungsbildung von jungen Menschen zu stärken.

Was ist Meinungsbildung?

Hintergrundinformationen

Meinungsbildung bedeutet, dass wir aufgrund unseres als „wahr“ angenommenen, subjektiv erworbenen Wissens, unseres Erfahrungsschatzes und unserer persönlichen (oft emotional geprägten) Erlebnisse Personen, Themen und Sachverhalte bewerten (vgl. Griese et al., 2020, S. 5). Dabei positionieren wir uns mit unserer eigenen Ansicht in einem Spektrum verschiedener Perspektiven.

Meinungsbildung vollzieht sich einerseits auf einer persönlichen Ebene und kann damit zu individuell unterschiedlichen Ansichten führen, auch im direkten Austausch mit anderen Menschen. Wenn sich junge Menschen im Alltag über ihre Ansichten zu einem Thema austauschen, kann es deshalb auch mal zu Meinungsverschiedenheiten kommen.

Andererseits können sich auch Meinungen in Gruppen oder in größeren Gemeinschaften bilden. Diese werden dann gemeinsam geteilt. Ein Beispiel dafür sind junge Menschen, die sich in einem Verein oder in einer Initiative engagieren. Sie verbindet dann oft eine gemeinsame Anschauung, die an sich nicht ausdiskutiert werden muss.

Meinungsvielfalt

Sich eine Meinung zu bilden, ist ein Grundrecht und Ziel in der politischen Bildung. Dabei gibt es nicht per se „gute“ oder „schlechte“ Meinungen. Erst einmal sind die formulierten Meinungen als gleichwertig zu betrachten. Relevant ist jedoch, inwieweit wir unsere Meinung für andere nachvollziehbar machen können: Basiert sie eher auf Faktenwissen, auf persönlichen Erlebnissen oder lediglich auf unserem „Bauchgefühl“? Können wir sachlich argumentieren? Grundsätzlich sollten

wir alle Meinungen beziehungsweise Ansichten äußern dürfen, wenn sie rechtlichen und ethischen Ansprüchen genügen. Nur so können wir Meinungsvielfalt sicherstellen. Dabei ist relevant, dass sich möglichst alle Personengruppen an Meinungsbildungsprozessen beteiligen können. Zugleich bedeutet dies, tolerant gegenüber den Ansichten anderer zu sein, die nicht mit der eigenen Meinung konform sind. Wo aber ist die Grenze? Müssen wir alle Meinungen, also zum Beispiel auch politisch extreme, tolerieren, auch wenn wir sie moralisch ablehnen?

Meinungsfreiheit und ihre Grenzen

Grundlegend lässt sich zwischen **Tatsachenbehauptung** und **Meinungsäußerung** (oder auch: Werturteil) unterscheiden. Bei Tatsachenbehauptungen tritt die eigene Meinung (also die Bewertung eines Themas oder einer Person) in den Hintergrund. Stattdessen werden Fakten geäußert, die entweder objektiv wahr oder unwahr sein können. Wahre Tatsachenbehauptungen können von der Meinungsfreiheit geschützt sein. Das trifft zu, wenn sie eine generelle Bedeutung für die Meinungsbildung anderer haben. Ein Beispiel dafür ist die Aussage, dass immer mehr Menschen in Städten wohnen als auf dem Land. Diese Feststellung kann dazu führen, dass wir uns eine eigene Meinung zum Thema „Landflucht“ bilden. Bei Meinungsäußerungen hingegen steht die eigene Bewertung im Vordergrund, also zum Beispiel die Aussage: „Ich finde den Zuzug in Städte problematisch für das Land“. Solche Werturteile können weder wahr noch unwahr sein. Jedoch können wir sie für uns als moralisch falsch oder richtig bewerten (vgl. von der Decken, 2020).

Neben dem Verbot unwahrer Tatsachenbehauptungen gibt es für die Meinungsfreiheit weitere **rechtliche Grenzen** (Art. 5 Abs. 2 GG): Dies sind allgemeine Gesetze wie Bestimmungen im Strafgesetzbuch (etwa von Beleidigungen nach § 185 StGB, über Verleumdung nach § 187 StGB, bis hin zu Volksverhetzung nach § 130 StGB), Jugendschutzbestimmungen und das Recht der persönlichen Ehre. Diese Beschränkungen müssen stets mit der Meinungsfreiheit abgewogen werden (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung, 2015). Nach dem Grundgesetz (Art. 5 Abs. 1 GG) darf daneben keine **Zensur** stattfinden. Dies bezieht sich jedoch lediglich auf ein staatliches Eingreifen in die Meinungsfreiheit. Es ist also keine Zensur, wenn beispielsweise private Online-Plattformen wie Facebook, Twitter und Co. bestimmte Meinungsäußerungen nicht veröffentlichen, wenn diese etwa gegen die Nutzungsbedingungen und Gemeinschaftsregeln dieser Plattformen verstoßen.

Daneben gibt es auch **ethische Grenzen** der Meinungsäußerung: Wie wollen wir miteinander kommunizieren? Welche Regeln der Kommunikation wollen wir uns geben? (siehe Absatz zu Meinungs Austausch)

Zwischen Meinungsbildung und -beeinflussung

Verschiedene gesellschaftliche Gruppen haben Interesse daran, ihre Ansichten in der Gesellschaft besonders hervorzuheben und durchzusetzen. Sie versuchen, andere Menschen von ihrer Ansicht zu überzeugen. Dies ist besonders bei politisch und wirtschaftlich relevanten Themen wie zum Beispiel dem Klimawandel der Fall. Hierzu gibt es verschiedene Interessen und Ansichten. Umweltschutzverbände oder Öko-Bewegungen argumentieren anders als Menschen, die beispielsweise vom Kohleabbau leben oder die keine Windkraftanlage direkt vor ihrer Haustür haben möchten.

Welche Bedeutung haben **Influencer*innen und Lobbyist*innen** in Bezug auf Meinungsbildung? Das Konzept der Influencer*innen geht auf die Theorie der Meinungsführer*innen zurück. Demnach wählen Meinungsführer*innen bestimmte Informationen zu einem Thema aus, übermitteln diese informell an Personen aus dem sozialen Umfeld und beeinflussen damit deren Meinung (vgl. Geißler, 1972, S. 483–484). In Bezug auf digitale soziale Netzwerke hat sich vor einigen Jahren der Begriff der **Influencer*innen als digitale Meinungsführer*innen** etabliert (vgl. Duckwitz, 2019, S. 3–4). Influencer*innen gibt es etwa auf privat-kommerziellen Plattformen wie YouTube. Mit jugendaffinen Formaten, wie in diesem Fall Online-Videos, bauen sie eine relevante Reichweite über ihre Follower*innen auf. Dadurch nehmen sie Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung, da sie in ihrer Rolle als Expert*innen zu einem Thema als besonders glaubwürdig wahrgenommen werden. Einige Influencer*innen beteiligen sich dabei auch am politischen Diskurs.

Im Gegensatz dazu handelt es sich bei **Lobbyist*innen** nicht um Einzelpersonen, sondern um Interessengruppen wie beispielsweise Verbände. Sie gehen direkt auf politische Entscheidungsträger*innen zu oder positionieren sich öffentlich-medial und verfolgen dabei eine eigene Agenda (vgl. Phlewe, 2019).

Seit einigen Jahren verbreiten sich zunehmend Fake News in digitalen Medien. Das sind bewusst meinungsmanipulierende, unwahre Tatsachenbehauptungen. Dahinter steht oft eine politische Motivation. Es gibt eindeutige und subtile Formen. Subtil ist etwa das Ausblenden des Kontextes einer ursprünglichen Nachricht oder die überspitzte Darstellung einzelner Inhalte daraus. Auch die Manipulation von Fotos oder Videos zählt dazu (mehr Informationen siehe **weiterführende Literatur**). Fake News erkennen wir anhand von (vgl. LMZ, o. J.):

- Gestaltungsmerkmalen (reißerisch, emotional, viele Ausrufe- und Fragezeichen, spektakuläre Bilder)

- fehlenden Hinweisen auf Autor*innen oder Herausgeber*innen (kein Impressum)
- mangelnder Plausibilität und Aktualität der Informationen
- mangelnden oder unseriösen weiteren Quellen zum selben Thema
- der Existenz gegensätzlicher Darstellungen bei seriösen Quellen, vor allem bei Faktencheck-Seiten wie correctiv.org, hoaxmap.org, mimikama.at und newsguardtech.com/de (siehe **weiterführende Literatur**)

Informationsbeschaffung

Um sich eine Meinung bilden zu können, brauchen junge Menschen neben persönlichen Erlebnissen auch Informationen. Diese erhalten sie von sozialen Bezugspersonen oder aus medialen Quellen. Relevant ist bei letzteren die Unterscheidung zwischen eher meinungs- oder eher sachbetonten Informationen. Vor allem in digitalen Medien findet sich eine **Vielzahl von Informationen**. Dies ist einerseits von Vorteil für eine vielfältige Meinungsbildung. Andererseits besteht die Gefahr, sich im Überangebot zu verlieren und die Qualität der Quellen sowie den Wahrheitsgehalt der Informationen nicht gut einschätzen zu können.

Um uns in der Informationsflut zurecht zu finden, filtern wir Informationen, indem wir Medienangebote oder Themen rezipieren, die wir interessant oder stimmig finden. Andere Perspektiven nehmen wir dann oft nicht wahr. Zudem sind die Algorithmen der Online-Plattformen so programmiert, dass sie sich an unserem Medienverhalten – also was und wen wir häufig anschauen, hören oder lesen – orientieren. So werden uns Beiträge angeboten, die laut Algorithmus gut zu unserer Meinung passen. Das nennt sich **Filterblase** (vgl. Schweiger, 2017, S. 86–90).

Um die **Qualität von Quellen** beziehungsweise die **Ausgewogenheit und den Wahrheitsgehalt von Informationen** einschätzen zu können, gibt es bestimmte Kriterien (mehr Informationen siehe **weiterführende Literatur**). Hinweise auf die Seriosität einer Quelle geben zum Beispiel das Impressum, Angaben zu den Autor*innen sowie Aktualität und Sachbezug der Inhalte. Für bestimmte Medienanbieter*innen gibt es zudem eine **gesetzliche Grundlage**. Speziell in Thüringen gelten etwa ein Landespressegesetz für die Presse und ein Landesmediengesetz für den privaten Rundfunk. Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gilt der Rundfunkstaatsvertrag. Soziale Medien werden zudem durch das Netzwerkdurchsetzungsgesetz reguliert (mehr Informationen siehe **weiterführende Literatur**).

Meinungsaustausch

In den letzten Jahren ist die Kommunikation in der Gesellschaft zum Teil enthemmter geworden, vor allem im Internet. Dies kann unter anderem mit der Anonymität und der eingeschränkten Wahrnehmung der Emotionen im Netz erklärt werden. Menschen nehmen sich dann gegenseitig weniger als Individuen, sondern als Angehörige einer sozialen oder politischen Gruppe wahr. So neigen sie zu Stereotypisierungen, Abwertungen und Beleidigungen der „anderen“ (vgl. Schweiger, 2017, S. 61–64). Eine Folge davon kann **Hate Speech** sein, also gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit in Form von diskriminierenden Botschaften.

Hinzu kommt das Phänomen der **Echokammer**: Menschen tendieren dazu, ihre Meinungen eher in Gruppen kundzutun, mit denen sie gemeinsame Werte teilen. Somit müssen sie nicht erwarten, dass ihnen widersprochen wird (vgl. Schweiger, 2017, S. 86–90). Um Hate Speech und Echokammern zu vermeiden, gibt es bestimmte Strategien (mehr Informationen siehe **weiterführende Literatur**).

Wenn wir unsere Meinungen gegenseitig austauschen möchten, reicht es nicht aus, sie bloß zu äußern. Denn es kommt darauf an, ob wir unser Gegenüber auch verstehen wollen und können. Das erfordert stets eine gegenseitige **Argumentation**: Welchen Standpunkt habe ich? Wie begründe ich ihn sachlich? Welche Schlussfolgerungen ziehe ich daraus? Und was möchte ich in der Diskussion erreichen? (mehr Informationen siehe **weiterführende Literatur**).

Literatur

Bundeszentrale für politische Bildung (2015). Meinungsfreiheit.
<https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/recht-a-z/22555/meinungsfreiheit>

Duckwitz, Amelie (2019). Influencer als digitale Meinungsführer: Wie Influencer in sozialen Medien den politischen Diskurs beeinflussen – und welche Folgen das für die demokratische Öffentlichkeit hat. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
<http://library.fes.de/pdf-files/akademie/15736-20200702.pdf>

Geißler, Rainer (1972). Politische Meinungsführer: Begriffe und Theorieansätze. Soziale Welt 4(23), Nomos, 482-496.
<https://www.jstor.org/stable/40877077>

Griese, Hannah; Brüggem, Niels; Materna, Georg & Müller, Eric / JFF – Institut für Medienpädagogik (2020). Politische Meinungsbildung Jugendlicher in sozialen Medien. Zugänge, ausgewählte Befunde und aktuelle Einblicke in ein interdisziplinäres Forschungsfeld.
<https://www.jff.de/veroeffentlichungen/detail/politische-meinungsbildung-jugendlicher-in-sozialen-medien/>

LMZ (o. J.). Wie kann man Fake News erkennen? Mithilfe dieser sechs Aspekte können Sie Fake News sowie manipulierte Bilder, Audios und Videos entlarven.

<https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/jugendmedienschutz/fake-news/wie-kann-man-fake-news-erkennen/>

Phlewe, Dieter (13.03.2019). Einleitung: Lobbyismus und Demokratie. Bundeszentrale für politische Bildung.

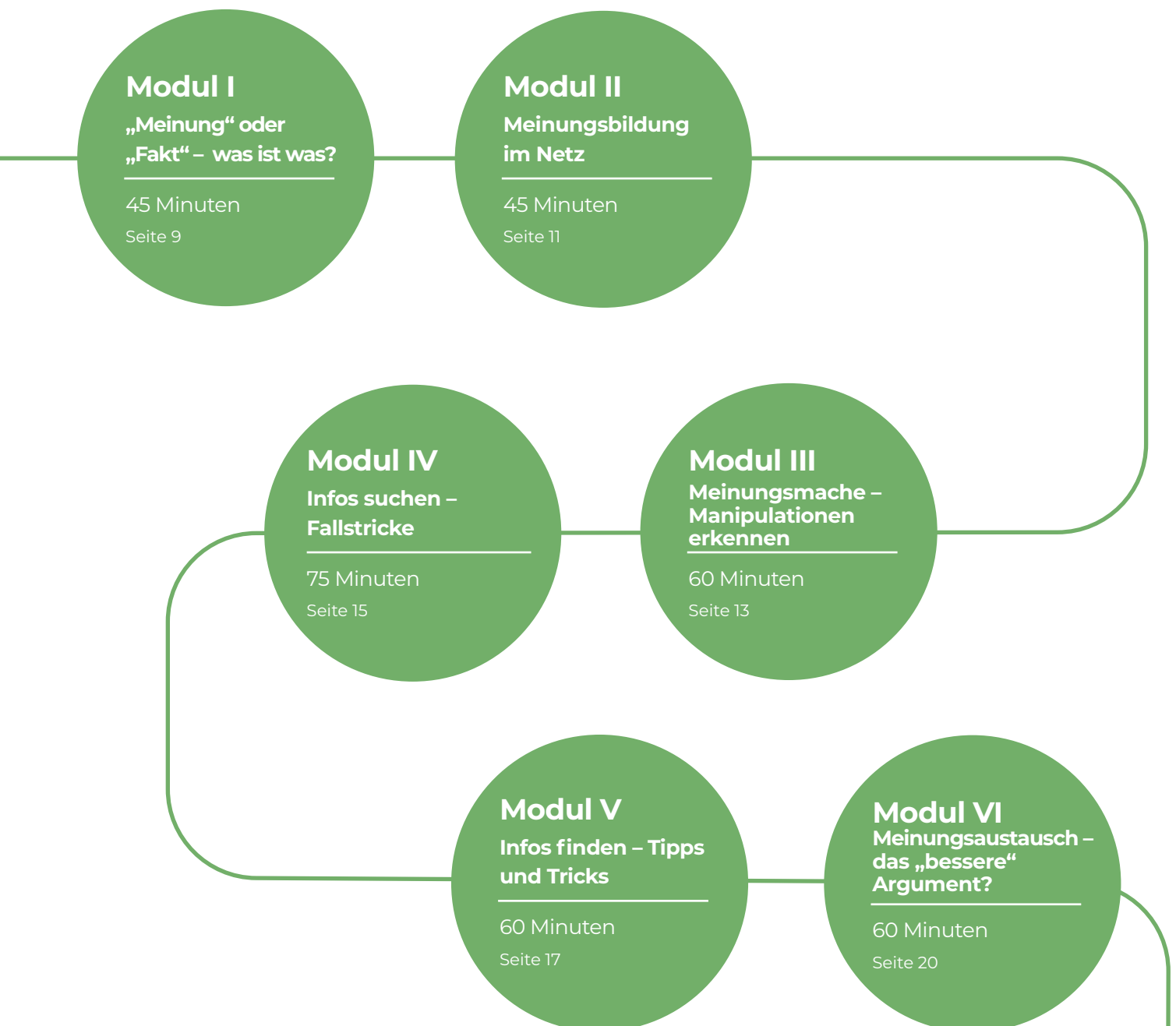
<https://www.bpb.de/politik/wirtschaft/lobbyismus/288510/einleitung-lobbyismus-und-demokratie>

Schweiger, Wolfgang (2017). Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern. Wiesbaden: Springer.

Von der Decken, Kerstin (13.06.2020). Meinungsfreiheit. Bundeszentrale für politische Bildung.
<https://www.bpb.de/lernen/projekte/311350/meinungsfreiheit>

Timetable

Möglicher Projektablauf



Modul I

„Meinung“ oder „Fakt“ – was ist was?

**Lernziele**

Die Teilnehmenden

- kennen Merkmale der Meinungsbildung.
- verstehen Unterschiede zwischen Meinungsäußerungen und Tatsachenbehauptungen und können Aussagen entsprechend einordnen.
- wissen, dass freie Meinungsäußerung rechtliche Grenzen hat.

**Aktivitätsmodus**

Input, Interaktion, Spiel (Stimmungsbild) und Diskussion

**Dauer**

45 Minuten

**Organisationsform**

Plenum

**Medien und Materialien**

- Präsentation (Beamer/Computer oder digitale Tafel)
- alternativ: ausgedruckte/aufgeschriebene Aussagen
- optional: Online-Tool Mentimeter, Smartphones/Tablets, Beamer/Computer oder digitale Tafel

Ablauf

01 Merkmale der Meinungsbildung

Die Teilnehmenden erhalten einen Überblick zu ausgewählten Merkmalen der Meinungsbildung (siehe **Hintergrundinformationen**): 1. Relevanz von Meinungsvielfalt, 2. Meinungsfreiheit (erst mal ohne Grenzen) inkl. Tatsachenbehauptung vs. Meinungsäußerung. Sie tauschen sich im Plenum über persönliche Erfahrungen aus.

Hinweis: Je nach Interesse der Teilnehmenden kann ein bestimmtes Thema vertieft werden.

02 Meinung oder Fakt

Im Spiel „Meinung oder Fakt?“ zeigt die Fachkraft verschiedene Beispiele von Aussagen. Die Teilnehmenden stimmen jeweils mündlich ab, ob es sich dabei eher um eine Tatsachenbehauptung oder um eine Meinungsäußerung handelt (siehe **Hintergrundinformationen**; optional bietet sich als digitale Variante auch das Online-Tool Mentimeter an: **siehe weiterführende Literatur**). Das eingeholte Stimmungsbild wird gemeinsam reflektiert.

Hinweis: Beispiele (hier sind beliebige Ergänzungen möglich):

- „Wir leben alle in einer Stadt oder in einem Dorf.“ (Tatsachenbehauptung)
- „Es wäre schön, wenn sich mehr Menschen in ihrer Nachbarschaft engagieren würden.“ (Meinungsäußerung)
- „In Jugendclubs/Schulen darf laut Gesetz nicht geraucht werden.“ (Tatsachenbehauptung)
- „In Jugendclubs/Schulen sollte nicht geraucht werden dürfen.“ (Meinungsäußerung)
- „Ich setze mich persönlich für mehr Toleranz in der Gesellschaft ein.“ (nicht eindeutig: Hier handelt es sich um eine subjektive Interpretation dessen, was „mehr Toleranz“ ist.)

Fortsetzung >>

Modul I

„Meinung“ oder „Fakt“ – was ist was?**Fortsetzung**

Tatsachenbehauptungen können objektiv wahr oder unwahr sein, Meinungsäußerungen hingegen nicht. Bei diesen geht es um eine persönliche Bewertung. Wir können sie moralisch richtig oder falsch finden. Eine Grenzziehung zwischen Tatsache oder persönlicher Bewertung ist nicht immer eindeutig, denn wir können auch geschaffene Tatsachen moralisch bewerten. Zudem können Tatsachenbehauptungen eine persönliche Bewertung beinhalten.

03 Grenzen der Meinungsfreiheit

Die Teilnehmenden diskutieren die Frage „Was glaubt ihr: Welche Grenzen bestehen für die Meinungsfreiheit?“. Es erfolgt eine Sammlung und Abwägung im Plenum mit anschließender Auswertung.

Hinweis: Meinungsfreiheit hat rechtliche und moralische Grenzen (siehe **Hintergrundinformationen**).

Modul II

Meinungsbildung im Netz

**Lernziele**

Die Teilnehmenden

- kennen Phänomene der Meinungsbildung in Bezug auf digitale Medien.
- reflektieren ihre eigenen Erfahrungen und können diese im Abgleich zu den Erfahrungen der Lerngruppe beurteilen.

**Aktivitätsmodus**

Input (Video), Erarbeitung und Interaktion

**Dauer**

45 Minuten

**Organisationsform**

paarweise und Plenum

**Medien und Materialien**

- Video „Wie geht eigentlich Meinungsbildung im Netz?“
- einige Moderationskarten sowie Stift je Paar, ggf. Kreppband/Pinnadeln, Tafel/Flipchart/Pinnwand
- alternativ: Online-Tool DrawChat, Smartphones/Tablets, Beamer/Computer oder digitale Tafel

Ablauf

01 Wie Meinungsbildung im Netz geht

Die Teilnehmenden schauen gemeinsam das Video **„Wie geht eigentlich Meinungsbildung im Netz?“** an. Verständnisfragen werden geklärt (siehe **Hintergrundinformationen**).

02 Leitfragen zum Thema

Die Teilnehmenden tauschen sich paarweise aus und beantworten für sich folgende Leitfragen zum Video. Die Antworten können als Stichpunkte auf Moderationskarten geschrieben werden (optional bietet sich als digitale Variante inklusive Visualisierung im Plenum auch das Online-Tool DrawChat an, siehe **weiterführende Literatur**):

Nachfolgend mögliche Leitfragen:

- Ist euch in einer Chatgruppe schon mal ein Thema untergekommen, bei dem ihr nicht recht wusstet, ob es wahr ist oder nicht? Wie seid ihr damit umgegangen?
- Warum glaubt ihr, dass sich Leute in Chatgruppen oder sozialen Netzwerken manchmal unsachlich über Nachrichten austauschen?
- Was tut ihr selbst, um euch in der „Informationsflut“ im Netz zurechtzufinden? Welche Nachrichtenquellen findet ihr gut/nicht gut – und warum?
- Warum findet ihr es sinnvoll, mehrere Quellen zu einem Thema zu vergleichen?

Fortsetzung >>

Modul II

Meinungsbildung im Netz

Fortsetzung

Die Fachkraft braucht den Teilnehmenden nicht alle Fragen zu stellen. Nicht gestellte Leitfragen lassen sich abschließend im Plenum gemeinsam beantworten.

03 Visualisierung

Jedes Paar stellt die eigenen Antworten auf die Leitfragen im Plenum vor (am besten jede Frage separat). Die Fachkraft kann die beschrifteten Karten an Tafel/Flipchart/Pinnwand visualisieren und clustern.

04 Austausch

Abschließend tauschen sich alle gemeinsam im Plenum über alle oder einzelne Punkte aus.

Hinweis: In dieser Methode gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Bei inhaltlichen Unklarheiten kann die Fachkraft unterstützen (siehe **Hintergrundinformationen**). Bei Bedarf kann die Fachkraft auch ein bestimmtes Merkmal der Meinungsbildung im Netz vertiefen (siehe **Hintergrundinformationen** und **weiterführende Literatur**).

Modul III

Meinungsmache – Manipulationen erkennen

**Lernziele**

Die Teilnehmenden

- wissen, dass hinter der Beeinflussung von Meinungen bestimmte Absichten stecken können: zum Beispiel durch Influencer*innen und Lobbyist*innen.
- reflektieren die Wirkung von Manipulationen durch eigene gestalterische Erfahrungen.

**Aktivitätsmodus**

Input (frontal, Online-Videos, alternativ: Plakat), Interaktion und Kreativität (Plakat oder alternativ: Online-Kampagne, Video)

**Dauer**

60 Minuten

**Organisationsform**

Plenum, Kleingruppen oder einzeln

**Medien und Materialien**

- Online-Videos, Präsentation (Beamer/Computer oder digitale Tafel), Lautsprecher
- alternativ: Kampagne (entweder Print, Ausdruck oder digital)
- leere Plakate/Stifte
- alternativ: Online-Tool Glogster/PCs mit Internet
- alternativ: App Video Transcoder oder iMovie, Smartphones/Tablets

Ablauf

01 Lieblings-YouTuber*innen

Zum Einstieg in das Thema beantworten die Teilnehmenden im Plenum die Frage „Wer sind eure Lieblings-YouTuber*innen und warum?“. Zusätzliche Frage (optional): Inwiefern hat diese*r YouTuber*in deine Meinung über eine Person oder ein Thema beeinflusst?

02 Influencer*innen und Lobbyist*innen

Die Fachkraft gibt einen kurzen Input zu (politischen) Influencer*innen und zusätzlich oder alternativ zu Lobbyist*innen (siehe **Hintergrundinformationen**).

Hinweis: Die Beeinflussung von Meinungen durch Influencer*innen und Lobbyist*innen ist ein Merkmal der Meinungsbildung und wird durch den vorherigen Bezug auf konkrete Lieblings-YouTuber*innen zunächst positiv eingeführt. Problematisch ist, wenn Meinungen gezielt manipuliert werden sollen, so dass keine freie Auseinandersetzung mit einem Thema möglich ist.

03 Online-Videos und Kampagnen

Die Teilnehmenden schauen ein oder mehrere aktuelle YouTube-Videos von Influencer*innen an.

Fortsetzung >>

Modul III

Meinungsmache – Manipulationen erkennen

Fortsetzung

Hinweis: Dies können Videos der genannten Influencer*innen sein oder eine vorbereitete Auswahl: z. B. MrWissen2go, Rezo ja lol ey, Franziska Schreiber, Simplicissimus, DIE DA OBEN! (Politik und Gesellschaft), MaiLab (Wissenschaft), Lisa Sophie Laurent, AlexiBexi, Ischtar Isik, DariaDaria, Dagi Bee, Julien Bam (Lifestyle) (siehe auch **weiterführende Literatur**). Zusätzlich oder alternativ zeigt die Fachkraft eine aktuelle Kampagne von Lobbyist*innen, die einen Bezug zu jungen Menschen als Zielgruppe haben. Dies können zum Beispiel Jugendvereine, -verbände, -initiativen oder -bewegungen sein. Zur Analyse eignen sich Medienauftritte, offene Briefe, Aufrufe, Plakate, Videos und Hashtags auf Online-Plattformen etc.

04 Eindrücke

Die Teilnehmenden tauschen sich im Plenum über ihre Eindrücke aus: Was sind vermutliche Absichten und Strategien der Influencer*innen beziehungsweise Lobbyist*innen? Welche Wirkung haben sie auf die Teilnehmenden?

05 Kreative Medienarbeit

In Kleingruppen, zu zweit oder allein, gestalten die Teilnehmenden entweder eine Kampagne als analoges oder digitales Plakat (zum Beispiel mit dem Online-Tool Glogster: siehe **weiterführende Literatur**) oder sie erstellen alternativ ein kurzes Online-Video (zum Beispiel mit iMovie für IOS oder Video Transcoder für Android: siehe **weiterführende Literatur**). Dabei sollen sie bewusst versuchen, Meinungen in eine bestimmte Richtung zu lenken.

Hinweis: Es wird empfohlen, dass die Fachkraft ein oder mehrere geeignete Themen und zugehörige „Rollen“ vorgibt oder diese vorab im Plenum sammelt und kurz darüber diskutiert. Für die Erstellung eines Videos sollten zusätzlich 30 bis 60 Minuten Zeit eingeplant werden.

06 Meinungsbeeinflussung und -manipulation

Die Teilnehmenden präsentieren die Kampagnen oder alternativ die Videos im Plenum und werten diese gemeinsam mit Blick auf Meinungsbeeinflussung und -manipulation aus (siehe **Hintergrundinformationen**). Mögliche Kriterien dafür sind: vermutetes Interesse der Macher*innen, Wirkungsabsicht und tatsächliche Wirkung, genutzte Darstellungsweise, Glaubwürdigkeit, Ausgewogenheit des Themas und Wahrheitsgehalt der Informationen.

Modul IV

Infos suchen – Fallstricke

**Lernziele**

Die Teilnehmenden

- wissen, warum Informationen in den Medien beziehungsweise im Netz generell kritisch hinterfragt werden müssen.
- kennen und reflektieren Hürden für die Recherche (Filterblasen, Glaubwürdigkeit vs. Wahrheitsgehalt).
- können Wahrheitsgehalt und Glaubwürdigkeit bis zu einem gewissen Grad einschätzen.

**Aktivitätsmodus**

Input, Interaktion, Spiel („stille Post“) und Spiel (Abstimmung)

**Dauer**

75 Minuten

**Organisationsform**

Plenum und Kleingruppen

**Medien und Materialien**

- nach Möglichkeit digitale internetfähige Geräte wie Smartphones, Tablets oder PC
- vorbereiteter Text zu einem beliebigen jugendnahen Thema (max. eine A4-Seite)
- Ausdrucke oder Präsentation (PC, Beamer): Nachrichten aus dem Netz, bei denen Bilder zentrales Element sind

Ablauf

01 Erfahrungen mit Informationssuche

Die Teilnehmenden tauschen ihre Erfahrungen über die Frage aus: „Was ist gut und was ist problematisch bei der Suche nach Infos in Medien und vor allem im Netz?“.

Hinweis: In dieser Methode gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Im Vordergrund stehen konkrete persönliche Erfahrungen. Die genannten Punkte können gesammelt und visualisiert werden. Weitere Informationen siehe **Hintergrundinformationen: Informationsbeschaffung** sowie **weiterführende Literatur**).

02 Filterblasen

Die Teilnehmenden erhalten einen Input zu Filterblasen (siehe Hintergrundinformationen). Die Fachkraft kann dies zum Beispiel anhand von Google oder YouTube konkret demonstrieren, indem die Teilnehmenden auf verschiedenen (persönlichen) Geräten dieselben Suchbegriffe eingeben und die Ergebnisse vergleichen.

Hinweis: Dies sollte vorbereitend mit verschiedenen jugendnahen Begriffen erprobt werden. Dabei wird sichtbar, dass Algorithmen unsere Suchergebnisse filtern und es daher wichtig ist, nicht nur die ersten Treffer für die Recherche zu nutzen.

[Fortsetzung >>](#)

Modul IV

Infos suchen – Fallstricke

Fortsetzung**03 „Stille Post“-Variante**

Die Teilnehmenden erhalten einen kurzen Input zur Vielzahl von Informationen im Netz (siehe **Hintergrundinformationen**). Zum Thema Informationsfilterung spielen sie eine Variante von „Stille Post“: Die erste Person erhält einen längeren Text (maximal eine A4-Seite), den sie in Ruhe durchliest. Sie legt den Text bei Seite und schreibt die gemerkten Inhalte auf einen eigenen Zettel. Den neuen Zettel gibt sie wiederum an die nächste Person weiter, die erneut einen eigenen Text daraus schreibt und diesen ebenso weitergibt. Nach dem Prinzip erhält die letzte Person einen Zettel und erzählt im Plenum mündlich, was bei ihr angekommen ist.

Hinweis: Der Text sollte sich am besten auf ein jugendaffines Thema beziehen. Dafür eignen sich beispielsweise kurze Artikel von Jugendmagazinen. Optional lassen sich die Teilnehmenden auch in zwei Gruppen aufteilen, sodass sich die Ergebnisse am Ende miteinander vergleichen lassen. Damit wird deutlich, dass nicht nur Algorithmen, sondern auch Menschen bzw. Redaktionen Informationen filtern, zum Beispiel nach wahrgenommener Relevanz, nach eigenen Interessen, nach Einstellungen und nach Merkfähigkeit.

04 Erfahrungen mit Fake News

Die Teilnehmenden erhalten einen Input zum Thema Fake News (siehe **Hintergrundinformationen** sowie **weiterführende Literatur**). Sie tauschen sich im Plenum über eigene Erfahrungen aus: Sind sie selbst schon einmal auf Fake News gestoßen? Wieso verbreiten sich Fake News ihrer Ansicht nach so schnell bei Facebook, WhatsApp und Co.?

05 Fake News erkennen

Gemeinsam wird die Frage beantwortet, woran Fake News erkannt werden können (siehe **Hintergrundinformationen** sowie **weiterführende Literatur**).

06 Fakt oder Fake

Die Teilnehmenden sehen mehrere kurze Nachrichten aus dem Netz (am besten verschiedenen Ursprungs wie öffentlich-rechtlicher, privat-kommerzieller und sozialer Medien). Darunter sind explizit auch Fake News. Sie stimmen darüber ab, ob es sich um „Fakt“ oder „Fake“ handelt. Nach jeder Nachricht erfolgt direkt die Auflösung.

Hinweis: Geeignet sind Nachrichten, bei denen Bilder zentrales Element sind, also etwa ein Foto mit kurzer Textbeschreibung. Gängige Nachrichtenportale sind zum Beispiel tagesschau.de, heute.de und zeit.de. Bei Faktencheck-Seiten wie mimikama.at, sind unter „Aktuelles“ Falschnachrichten als Screenshot mitsamt einer Richtigstellung zu finden. Zu empfehlen ist auch die Satireseite paulnewsman.com.

Modul V

Infos finden – Tipps und Tricks

**Lernziele**

Die Teilnehmenden

- haben Kenntnisse zu Strategien der Recherche und kennen konkrete hilfreiche Informationsangebote.
- Erweiterung I: ... besitzen Recherchefähigkeiten.
- Erweiterung II: ... kennen Tools zum Erkennen von Fake News und können diese anwenden.

**Aktivitätsmodus**

Input, Interaktion und Brainstorming

**Dauer**

60 Minuten

**Organisationsform**

Einzel, paarweise, Kleingruppen und Plenum

**Medien und Materialien**

- leere Plakate, Papier und Stifte
- ggf. Tafel/Flipchart/Pinnwand
- Erweiterung I: internetfähige Geräte für Teilnehmende
- Erweiterung II: Online-Nachrichten (digital oder ggf. mehrfach ausgedruckt), Fake News-Check-App (Smartphones/Tablets) oder mimikama.at (Tablets/PCs mit Internet)

Ablauf

01 Misslungene Recherchen

Zum Einstieg kann die Fachkraft optional eine persönliche Anekdote über eine misslungene Recherche als „Antibeispiel“ erzählen. Hierüber treten die Teilnehmenden – entweder im Plenum oder zunächst paarweise – in einen Erfahrungsaustausch über eigene Beispiele.

02 Recherchetipps und -quellen

Die Teilnehmenden führen ein Brainstorming durch. Auf zwei im Raum verteilten Plakaten sammeln sie erste Ideen: 1. Plakat mit generellen Recherchetipps, 2. Plakat mit möglichst konkreten Recherchequellen. Die Ideen werden danach im Plenum besprochen und ggf. noch einmal visualisiert (zum Beispiel an Plakat, Tafel, Pinnwand).

Hinweis: Bestimmte Fragen klären wie „Was ist eine seriöse Quelle?“ und „Was ist ein Impressum?“ (siehe **weiterführende Literatur**).

Plakat 1:

- nicht nur die ersten Treffer auf Suchmaschinen nutzen, persönliche Sucheinstellung deaktivieren
- nur seriöse Quellen nutzen: Nachrichtenportale statt soziale Medien (Achtung: auch Nachrichtenportale können unseriös sein)

Fortsetzung >>

Modul V

Infos finden – Tipps und Tricks

Fortsetzung

- Quellen überprüfen: Aktualität? Fakt- oder meinungsbetont? Wahrheitsgehalt? Format? Aufmachung? Rechtschreibung/Schreibstil? Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt? Impressum vorhanden? Autor*in/Herausgeber*in angegeben und authentisch?
- Verlinkungen im Text prüfen, zum Beispiel auf Studien – Originalquellen checken
- mehrere Quellen vergleichen und verschiedene Perspektiven einholen (dabei achten auf: Plausibilität, Widerspruchsfreiheit und Aktualität der Inhalte)

Plakat 2:

- Suchmaschinen – Achtung: Algorithmen beachten; ggf. alternative Suchmaschinen wie DuckDuckGo oder Ecosia
- konkrete Nachrichtenportale: öffentlich-rechtlich (z. B. tagesschau.de, heute-journal.de, deutschlandfunk.de, mdr-aktuell.de) vs. privat-kommerziell (z. B. zeit.de, spiegel.de, faz.net, thueringer-allgemeine.de)
- unabhängiger beziehungsweise investigativer Journalismus: z. B. krautreporter.de, correctiv.org
- Fake News-Check: z. B. newsguardtech.com/de, mimikama.at, hoaxmap.org
- ggf. Antibeispiele: u. a. Huffington Post DE, Sputnik DE, RT Deutsch und deren Facebook-Profile

03 Rechercheliste

Die Teilnehmenden erstellen – allein oder in Paararbeit – aus dem bisherigen Brainstorming eine eigene Rechercheliste mitsamt hilfreicher Quellen.

Erweiterungen:**I Medienarbeit – Infos recherchieren, sichern und anwenden** (+ 30 Minuten)

Die Fachkraft gibt ein Thema oder mehrere Themen vor, die sich für eine Online-Recherche eignen: zum Beispiel aus den Bereichen Medien (Handyabhängigkeit), Umwelt (erneuerbare Energien), Gesellschaft (Flucht), Gesundheit (Pandemie) oder Lifestyle (Konsum).

Allein, paarweise oder in Kleingruppen suchen die Teilnehmenden online nach Informationen zu ihrem Thema und wenden dazu die besprochenen Recherchetechniken an. Sie nutzen dafür ihre persönlichen Recherchelisten und können diese in der praktischen Anwendung ergänzen. Gesichertes Wissen wird im Plenum präsentiert und gegebenenfalls verglichen.

II Medienarbeit – Fake News erkennen (+ 30 Minuten)

Die Teilnehmenden sollen selbst Fake News erkennen. Sie erhalten je eine Online-Nachricht (digital oder ausgedruckt), deren Wahrheitsgehalt sie überprüfen sollen. Paarweise oder in Klein-

Fortsetzung >>

Modul V

Infos finden – Tipps und Tricks

Fortsetzung

gruppen nutzen sie dafür entweder die Fake News-Check-App von Neue Wege des Lernens e. V. oder die Webseite mimikama.at (siehe **weiterführende Literatur**). Die Ergebnisse werden im Plenum präsentiert und verglichen.

Hinweise: Die Fachkraft recherchiert vorab nach journalistischen Medienberichten sowie Falschnachrichten, die sich für einen Faktencheck anbieten (siehe **weiterführende Literatur**). Für die Vorauswahl von Fake News eignen sich die Webseiten paulnewsman.com sowie mimikama.at.

Modul VI

Meinungsaustausch – das „bessere“ Argument?

**Lernziele**

Die Teilnehmenden

- kennen und verstehen Unterschiede zwischen der bloßen Äußerung einer Meinung und der Argumentation einer Ansicht.
- wissen und verstehen, was Echokammern sind und kennen mögliche Lösungsansätze.
- können diese Kenntnisse spielerisch in einer Diskussion anwenden.

**Aktivitätsmodus**

Input, Interaktion, Übung und Diskussion

**Dauer**

60 Minuten

**Organisationsform**

Plenum, Kleingruppen oder paarweise

**Medien und Materialien**

- Tafel und Kreide/Flipchart und Stift
- ggf. Moderationskarten und Stifte
- Interaktion „Echokammer“: zwei verschiedene Varianten desselben Textes mit einem kontroversen jugendnahen Thema (A: rein positive Darstellung & B: rein negative Darstellung)

Ablauf

01 Meinungsäußerung und Argument

Zu zweit oder zu dritt überlegen die Teilnehmenden, was der Unterschied zwischen einer bloßen Meinungsäußerung und dem Hervorbringen eines Arguments ist. Dazu können sie ggf. vorab ein konkretes Beispiel erhalten mit zwei entsprechenden Aussagen zum selben Thema (Tafel oder Flipchart). Im Plenum besprechen sie ihre Gedanken.

Ein mögliches Beispiel:

Meinung: „Atomkraftwerke sind einfach nur doof.“

Argument: „Ich finde Atomkraftwerke nicht gut, denn sie produzieren gefährlichen Atommüll und außerdem besteht immer die Gefahr eines Super-Gau. Deshalb sollten alle Atomkraftwerke sofort abgeschaltet werden. Ich hoffe, auch andere davon überzeugen zu können und vielleicht eine Anti-Atomkraft-Gruppe zu gründen.“

Hinweis: Eine Meinung ist immer eine persönliche Bewertung eines Themas oder einer Person. Es handelt sich um eine Haltung zu etwas oder jemanden. Sie zu äußern, führt aber noch nicht zu einem Meinungsaustausch. Dafür braucht es Argumente, um die eigene Haltung für andere nachvollziehbar zu machen: bestehend aus Standpunkt (1), Begründung (2), Schlussfolgerung (3) und Ziel (4).

Fortsetzung >>

Modul VI

Meinungsaustausch – das „bessere“ Argument?

Fortsetzung**02 Echokammer – Gruppenbildung**

Für die Übung „Echokammer“ werden zwei Gruppen A und B gebildet. Jedes Gruppenmitglied erhält einen entsprechenden Text zum Durchlesen: Gruppe A mit einer rein positiven Darstellung eines Themas, Gruppe B mit einer rein negativen Darstellung desselben Themas. Je Gruppe kann es bei Bedarf zusätzlich eine*n Initiator*in geben. Diese müssen vorab in einem Extraraum von der Fachkraft in das Spiel eingeführt werden: Ihre Aufgabe ist es, die eigene Gruppe heimlich zu lenken – A: mit einer positiven Einstellung zum Thema, B: mit einer negativen. Den Gruppen selbst wird lediglich erzählt, dass die beiden Sonderrollen Moderator*innen sind, um die folgenden Gruppengespräche anzuleiten.

Hinweis: Die Fachkraft verfasst die Texte selbst. Alternativ finden sich auf einigen Infoportalen im Internet Rubriken mit Pro- und Contra-Positionen zu einem Thema, zum Beispiel bei der Bundeszentrale für politische Bildung (siehe **weiterführende Literatur** unter Meinungsaustausch). Das ausgewählte Thema sollte jugendaffin und möglichst kontrovers sein. Geeignete Themen sind etwa Handyabhängigkeit, erneuerbare Energien, Flucht, Corona-Pandemie oder Konsum. Die Gruppen dürfen nicht wissen, dass sie jeweils einseitig mit Informationen versorgt wurden. Daher sollten die Texte nicht zu plakativ geschrieben sein. Es muss verhindert werden, dass zwischen Mitgliedern der Gruppen A und B bereits vorab Vergleiche stattfinden. So sollte der Name der Übung "Echokammer" nicht offen den Jugendlichen gegenüber kommuniziert werden.

03 Einseitiger Austausch

In jeder Gruppe tauschen sich die jeweiligen Mitglieder über die Inhalte des Textes aus. Die vermeintlichen Moderator*innen ordnen die Redebeiträge und notieren die wichtigsten Punkte. Sie greifen (heimlich) lenkend ein, sobald sie glauben, dass in ihrer Gruppe in eine „falsche“ Richtung argumentiert wird.

Hinweis: Die Fachkraft kann unterstützend einige zentrale Leitfragen zum Text vorgeben und den Initiator*innen folgende Tipps geben: Nicht allzu offensichtlich lenken, sondern am Text bleiben, bestimmte Redebeiträge ignorieren oder unterdrücken sowie andere hervorheben und vertiefen.

04 Auflösung

Die Gruppen stellen ihre Ergebnisse anschließend im Plenum vor. Sie beantworten die Frage, was ihnen selbst aufgefallen ist: Haben sie das Prinzip der Übung und die eigentlichen Rollen der vermeintlichen Moderator*innen durchschaut? Welches Phänomen haben sie hier erlebt?

Fortsetzung >>

Modul VI

Meinungsaustausch – das „bessere“ Argument?

Fortsetzung**05 Eigene Erfahrungen**

Die Teilnehmenden erhalten einen kurzen Input zu „Echokammern“ in sozialen Online-Medien (siehe **Hintergrundinformationen**). Sie tauschen sich über eigene Erfahrungen bei Facebook, WhatsApp und Co. aus.

06 Pro und Contra

Auf Basis der Kenntnisse aus dem Einstieg und der Übung führt das Plenum nun eine kurze ausgewogene Pro-Contra-Diskussion (siehe **weiterführende Literatur**) zum Thema der beiden Texte durch, moderiert durch die Fachkraft.

Weiterführende Literatur

MEDIENGESETZE

Deutscher Pressekodex

<https://www.presserat.de/pressekodex.html>

Rundfunkstaatsvertrag

<https://www.rundfunkbeitrag.de/e175/e4794/Rundfunkbeitragsstaatsvertrag.pdf>

Thüringer Pressegesetz

<http://landesrecht.thueringen.de/jportal/?quelle=jlink&query=PresseG+TH&psml=bsthueprod.psml&max=true&aiz=true>

Thüringer Landesmediengesetz

https://www.tlm.de/fileadmin/user_upload/Die_TLM/Rechtsgrundlagen/20Thueringer_Landesmediengesetz.pdf

Netzwerkdurchsetzungsgesetz

<https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>

INFORMATIONSBESCHAFFUNG

Impressum: Bundesministerium für Justiz und für Verbraucherschutz (o. J.). Impressumspflicht.

https://www.bmjv.de/DE/Verbraucherportal/DigitalesTelekommunikation/Impressumspflicht/Impressumspflicht_node.html

Online-Quellen bewerten: Saferinternet.at (o. J.). Wie kann ich Online-Quellen überprüfen?

<https://www.saferinternet.at/faq/informationskompetenz/wie-kann-ich-online-quellen-ueberpruefen/>

Nachrichtenportale in Deutschland (Übersicht): deutschland.de (02.05.2019). Diese Angebote informieren zum allgemeinen Tagesgeschehen wie zu speziellen Themenfeldern.

<https://www.deutschland.de/de/topic/wissen/nachrichten>

Sucheinstellungen vornehmen: Klicksafe (o. J.). Tipps & Tricks beim Suchen.

<https://www.klicksafe.de/suchmaschinen/tipps-tricks-beim-suchen/>

Quiz: Bayerischer Rundfunk (so geht Medien) (05.05.2019). Quiz. Wie finde ich die richtige Quelle?

<https://www.br.de/sogehmedien/stimmt-das/quellen/medien-basics-quellen-quiz102.html>

FAKE NEWS

Allgemeines: Klicksafe (o. J.). Fake News.

<https://www.klicksafe.de/themen/problematische-inhalte/fake-news/>

Themensammlung: Bundeszentrale für politische Bildung (12.11.2018). Fake News.

<https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/medienpaedagogik/243064/fake-news>

Fake News erkennen: LMZ (o. J.). Wie kann man Fake News erkennen? Mithilfe dieser sechs Aspekte können Fake News sowie manipulierte Bilder, Audios und Videos entlarvt werden.

<https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/jugendmedienschutz/fake-news/wie-kann-man-fake-news-erkennen/>

Bayerischer Rundfunk. Sogeh Medien (05.05.2019). Tutorial: Fake News im Netz erkennen.

<https://www.br.de/sogehmedien/stimmt-das/luegen-erkennen/index.html>

Faktencheck-Tool: Fake News-Check-App (Neue Wege des Lernens e. V.).

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

Faktencheck-Methoden (Didaktik): Klicksafe (2020): Fakt oder Fake? Wie man Falschmeldungen im Internet entlarven kann.

www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_Allgemein/ks_to_go_Fakt_oder_Fake.pdf

SWR (o. J.). Fakefinder.

<https://swrfakefinder.de/>

Konkrete Stellen, die Fake News entlarven:

mimikama. <https://www.mimikama.at/>

hoaxmap. <https://hoaxmap.org/>

newsguardtech. <https://www.newsguardtech.com/>

Konkrete Stellen, die Fakten checken:

correctiv. <https://correctiv.org>

Bayerischer Rundfunk (o. J.): Faktenfuchs.

<https://www.br.de/nachrichten/faktenfuchs-faktencheck,QzSlzI3>

ARD (o. J.). Faktenfinder.

<https://www.tagesschau.de/faktenfinder/>

Nachrichtenseiten, die Fake News verbreiten:

Bayerischer Rundfunk (04.05.2020). Das sind die Superspreader von Corona-Fake-News.

<https://www.br.de/nachrichten/netzwelt/das-sind-die-superspreader-von-corona-fake-news,RxdUvt7>

Locker, Theresa (19.09.2017). Welche deutsche Nachrichtenseite verbreitet die meisten Falschmeldungen auf Facebook?

<https://www.vice.com/de/article/9k3wvv/welche-deutsche-nachrichtenseite-verbreitet-die-meisten-falschmeldungen-auf-facebook>

MEINUNGSUSTAUSCH

Hate Speech allgemein: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (2019). Hate Speech. Hass im Netz.

http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/modules/pdf_download.php?products_id=442

Gegenrede: No Hate Speech Movement Deutschland (o. J.). Kontern.

<https://no-hate-speech.de/de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech/>

Landeszentrale für politische Bildung Sachsen-Anhalt (o. J.). App "KonterBunt."

<https://konterbunt.de/>

Argumentieren: Zentrale für Unterrichtsmedien im Internet e. V. (o. J.). Argumentieren.

<https://unterrichten.zum.de/wiki/Argumentieren>

Pro-Contra-Diskussion (Methode): Bundeszentrale für politische Bildung (14.05.2004). Pro-Contra-Debatte.

<https://www.bpb.de/lernen/formate/methoden/46892/pro-contra-debatte>

Pro-Contra-Positionen: Bundeszentrale für politische Bildung (o. J.). Dialog. Die Netzdebatte.

<https://www.bpb.de/dialog/netzdebatte/>

MEINUNGSBEEINFLUSSUNG

Influencer*innen: Duckwitz, Amelie (2019). Influencer als digitale Meinungsführer: Wie Influencer in sozialen Medien den politischen Diskurs beeinflussen - und welche Folgen das für die demokratische Öffentlichkeit hat. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.

<http://library.fes.de/pdf-files/akademie/15736-20200702.pdf>

Aktuelles Ranking bei YouTube: HitchOn (o. J.): YouTube Ranking.

<https://tubesights.de/category/youtube-ranking/>

WEITERE ONLINE-TOOLS

Online-Abstimmung: Mentimeter.

<https://www.mentimeter.com/>

Online-Pinnwand: DrawChat.

<https://draw.chat/>

Online-Poster: Glogster.

<https://edu.glogster.com/>

Videobearbeitungs-App (iOS): iMovie.

<https://apps.apple.com/de/app/imovie/id377298193>

Videobearbeitungs-App (Android): Video Transcoder.

<https://play.google.com/store/apps/details?id=protect.videoeditor>

WEITERFÜHRENDE LITERATUR UND MATERIALIEN ZUM THEMA MEINUNGSBILDUNG

Griese, H.; Brüggem, N.; Materna, G. & Müller, E. / JFF – Institut für Medienpädagogik (2020). Politische Meinungsbildung Jugendlicher in sozialen Medien. Zugänge, ausgewählte Befunde und aktuelle Einblicke in ein interdisziplinäres Forschungsfeld.

<https://www.jff.de/veroeffentlichungen/detail/politische-meinungsbildung-jugendlicher-in-sozialen-medien/>

Center for Media and Information Literacy (o. J.). Wie wird Realität in den Medien konstruiert? Was ist Fakt, was ist Fiktion? Welche Mechanismen stecken hinter Meinungsbildung? FU Berlin.

https://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/institut/cemil/schule/schule_inhaltselemente/33_meinungsbildung/a_meinungsbildung.html

Impressum

Herausgeber

Landesjugendring Thüringen e.V.
Projekt JUGEND PRÄGT
Johannesstraße 19
99084 Erfurt
V.i.S.d.P. Peter Weise

Konzept und Umsetzung

KF Education

Autor

Thomas Rakebrand

Redaktion

Jördis Dörner
Stefan Haase
Joshua Voßwinkel
Laura Wüstefeld

Layout

Ronny Wunderwald

Satz

Silvana Kuhnert

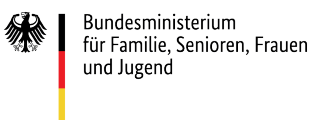
Lektorat

Elisabeth Stiebritz
Dana Tretter

Copyright

Landesjugendring Thüringen e.V.
Dezember 2020

Gefördert vom



im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie **leben!**

Freistaat
Thüringen  Ministerium
für Bildung,
Jugend und Sport

denk **BUNT** 
Thüringer Landesprogramm
für Demokratie, Toleranz und Weltoffenheit