LEIBNIZ-INSTITUT
FÜR MEDIENFORSCHUNG
HANS-BREDOW-INSTITUT

Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

#use the news

Desinformationen, Mediennutzung und Nachrichtenkompetenz

Uta Löhrer (BLZ) & Sascha Hölig (HBI)
Dresden, 19./20. September 2022

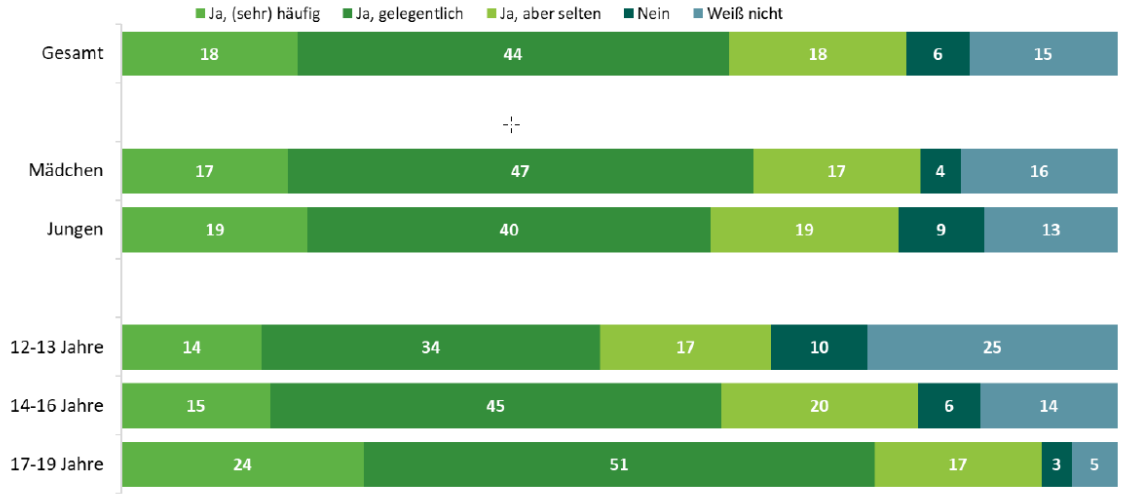
Internetnutzende werden sehr häufig mit „Fake News“ konfrontiert

JIMplus

mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Fake News Wahrnehmung

80 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen haben schon einmal Fake News im Internet wahrgenommen.



Quelle: JIMplus 2022, Modul 2, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.060

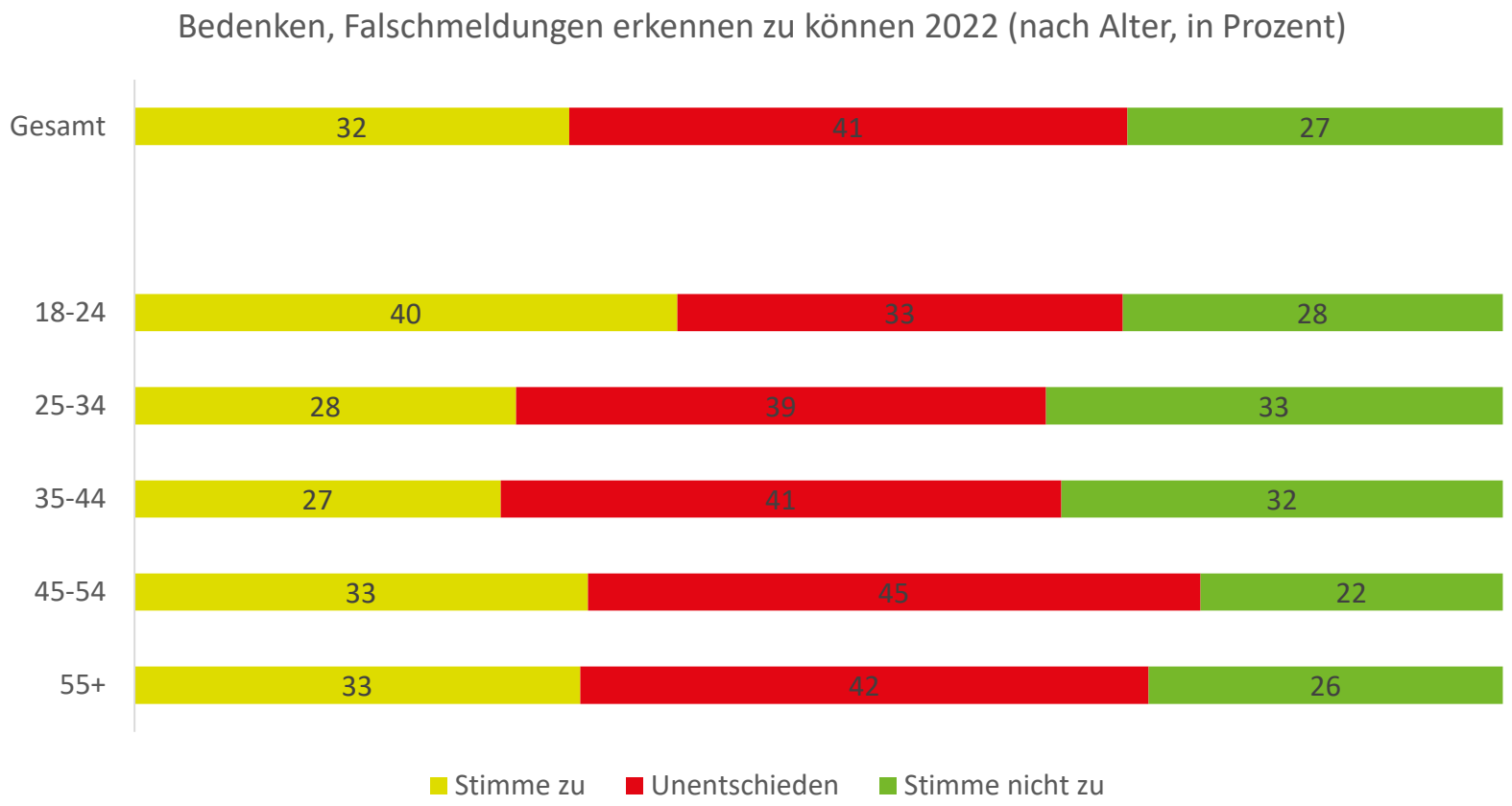
LFK Die Medienanstalt für Baden-Württemberg · Medienanstalt Rheinland-Pfalz · SWR

- Die Anteile variieren etwas, je nach dem Verständnis von „Fake News“ und Art der Frage

ABER: der größte Anteil…

- ist im Internet bereits „Fake News“ begegnet

Internetnutzende werden sehr häufig mit „Fake News“ konfrontiert



- Die Anteile variieren etwas, je nach dem Verständnis von „Fake News“ und Art der Frage

ABER: der größte Anteil…

- ist im Internet bereits „Fake News“ begegnet
- hat Bedenken, Fakten von Fiktion unterscheiden zu können

Reuters Institute Digital News Report 2022 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut
Frage Q_FAKE_NEWS_1: Geben Sie bitte an, inwieweit Sie der folgenden Aussage zustimmen: „Bei Online-Nachrichten habe ich Bedenken in Bezug darauf, zu erkennen, was Fakten und was Falschmeldungen sind.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2002)

„Fake News“ lassen sich weder juristisch noch technisch verhindern

Quelle: First Draft, 2017, Fake News – Es ist kompliziert

Dazu kommen:

- Schlechte Recherche
- Zugespitzte Überschriften
- Komplexität so weit reduziert, dass Inhalt kaum mehr stimmt (z.B. „Astra Zeneca verursacht Thrombosen“)
- Behauptungen, die sich nicht falsifizieren lassen („Medien und Politik stecken unter einer Decke“)

→ Unterscheidung wahr vs. unwahr bzw. richtig vs. falsch funktioniert oft nicht

Einzelaussage vs. Komplexität und Konstruktion der sozialen Wirklichkeit

Getötetes Kind in Frankfurt am Main

Unvermittelter Angriff auf dem Bahnsteig

29. Juli 2019, 18:17 Uhr

- Ein achtjähriger Junge stirbt auf dem Hauptbahnhof in Frankfurt, nachdem ihn ein Mann vor einen einfahrenden ICE gestoßen hat.
- Die Tat löst Entsetzen aus. Das Motiv des Mannes, der aus Eritrea stammt, ist unklar, die Polizei spricht derzeit von einem "Tötungsdelikt".

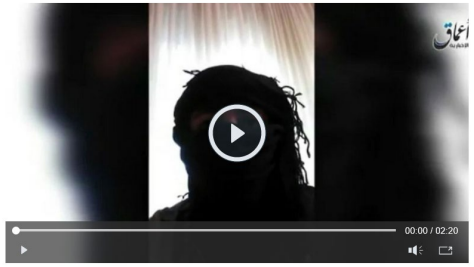
ntv RESSORTS SPORT BÖRSE WETTER VIDEO AUDIO TV PROGRAMM

POLITIK

Anschlag in Ansbach

IS-Miliz nennt Attentäter ihren "Soldaten"

25.07.2016, 19:04 Uhr



Die Terrormiliz Islamischer Staat reklamiert den Anschlag im bayerischen Ansbach für sich. Ein Sprachrohr der Dschihadisten bezeichnet den Attentäter als einen der ihren. Die Generalbundesanwaltschaft übernimmt nun die Ermittlungen.

DEUTSCHLAND

Axt-Angriff in Zug nahe Würzburg islamistisch motiviert

KOMMENTARE

Von Euronews • Zuletzt aktualisiert: 19/07/2016

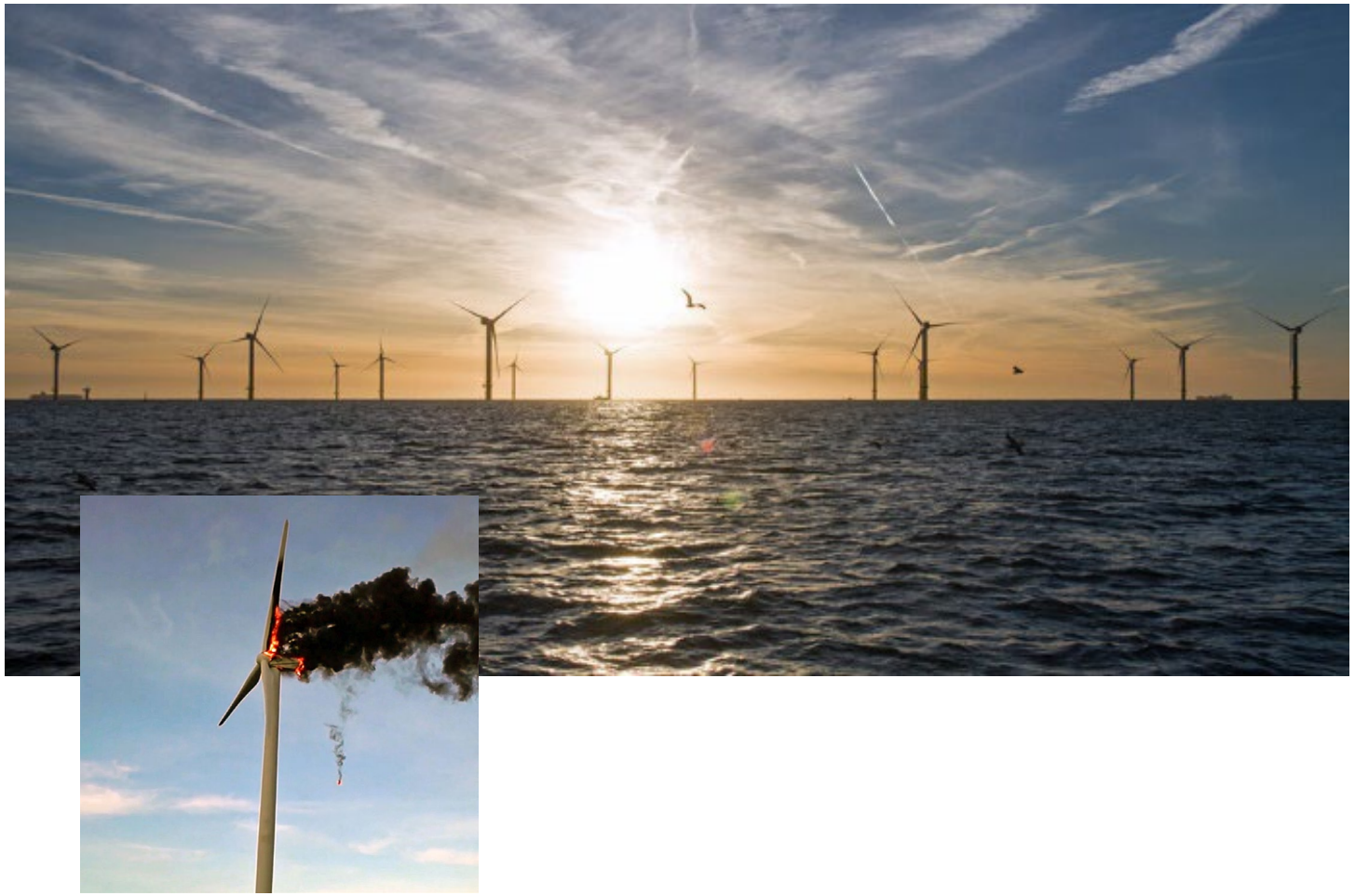
Der Angriff auf Reisende in einem Zug nahe Würzburg war offenbar islamistisch motiviert. Der 17-jährige afghanische Täter taucht in einem Bekennervideo auf, das die IS-nahe Agentur Amak im Internet verbreitete. Das bayerische Innenministeriums bestätigte die Echtheit der Aufnahme.

- Auch aus der Kombination aus ausschließlich richtigen Informationen lässt sich ein Gesamtbild konstruieren, welches mit der sozialen Wirklichkeit wenig zu tun hat

Einzelaussage vs. Komplexität und Konstruktion der sozialen Wirklichkeit

- Auch aus der Kombination aus ausschließlich richtigen Informationen lässt sich ein Gesamtbild konstruieren, welches mit der sozialen Wirklichkeit wenig zu tun hat
- Abwägen von gegensätzlichen, aber sachlich richtigen Argumenten → Oft gibt es nicht die eine Wahrheit

Einzelaussage vs. Komplexität und Konstruktion der sozialen Wirklichkeit

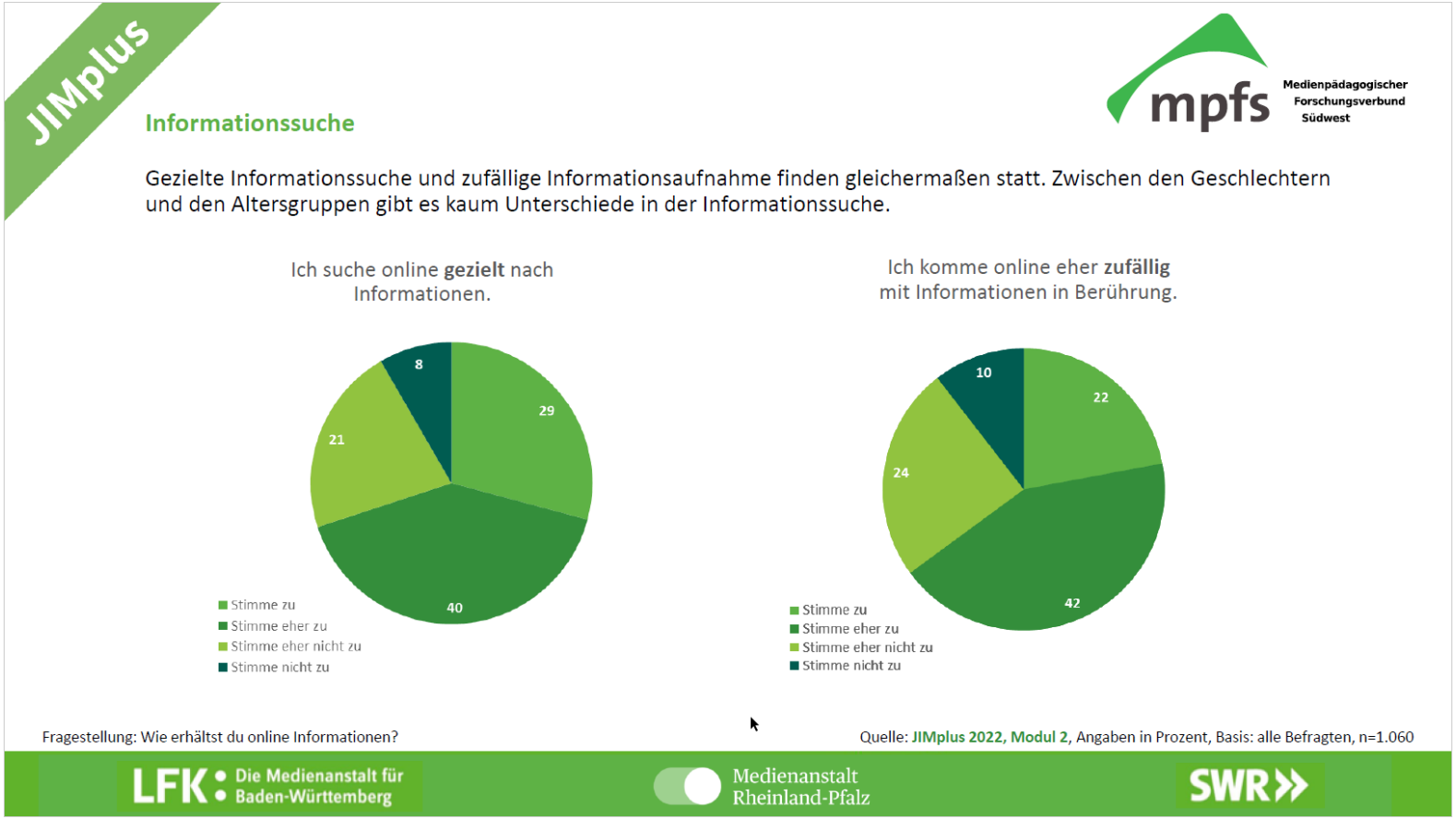


- Suggestivkraft der Bildauswahl
- Gewählter Ausschnitt transportiert Botschaften

Ähnliches gilt für Begriffswahl:

- „Freiheitskämpfer“ oder „Terrorist“
- „Schutzsuchender“ oder „Asylant“

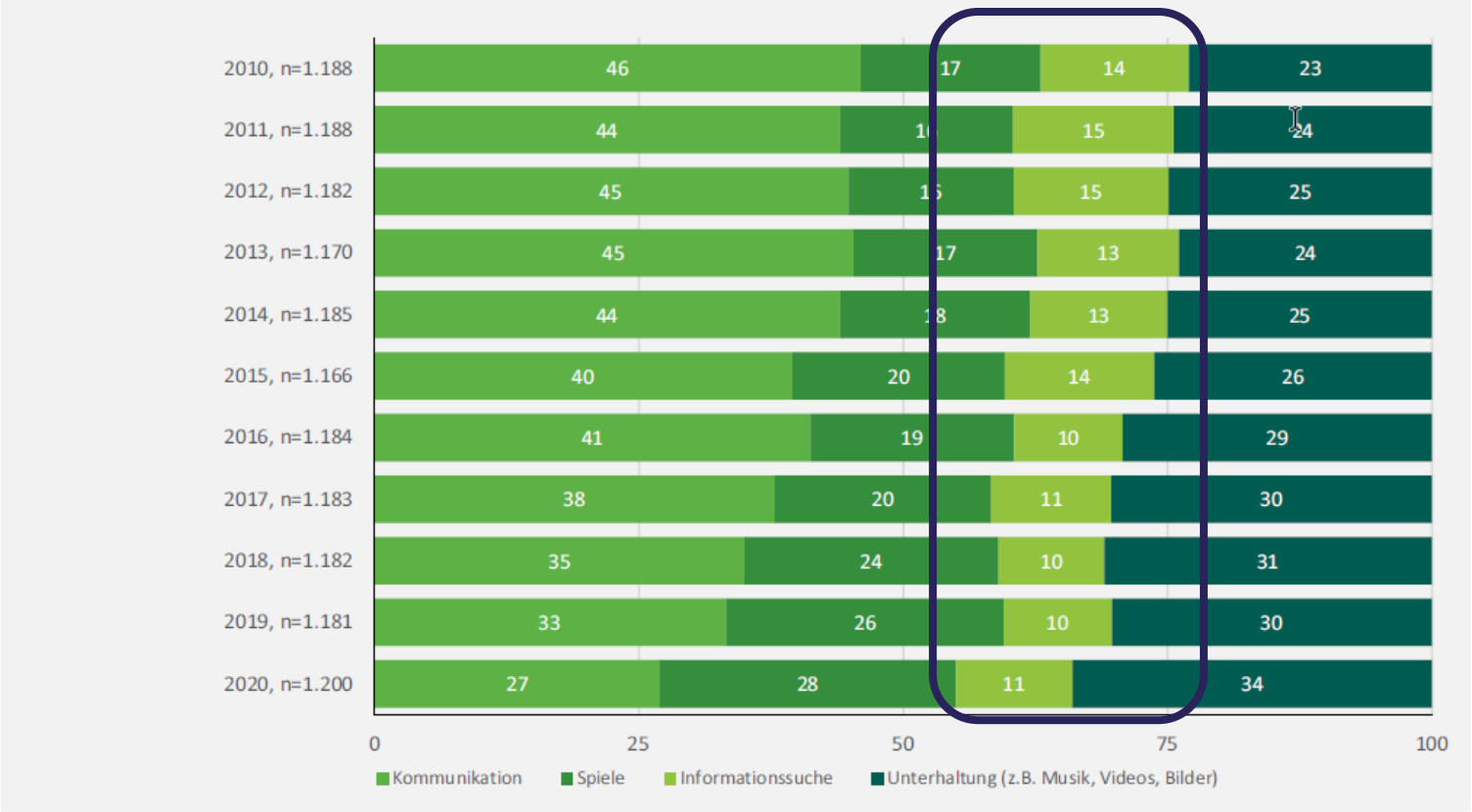
Mediennutzung und informationsorientierte Mediennutzung



- Differenz zwischen Mediennutzung allgemein u. informationsorientierter Mediennutzung
- „Information Seeking“: klassische Journalistische Quellen + Google und YouTube
- „informiert werden“ und Meinungsbildung erfolgen nicht nur bei informations-orientierter Medien-nutzung (UGA)

Mediennutzung und informationsorientierte Mediennutzung

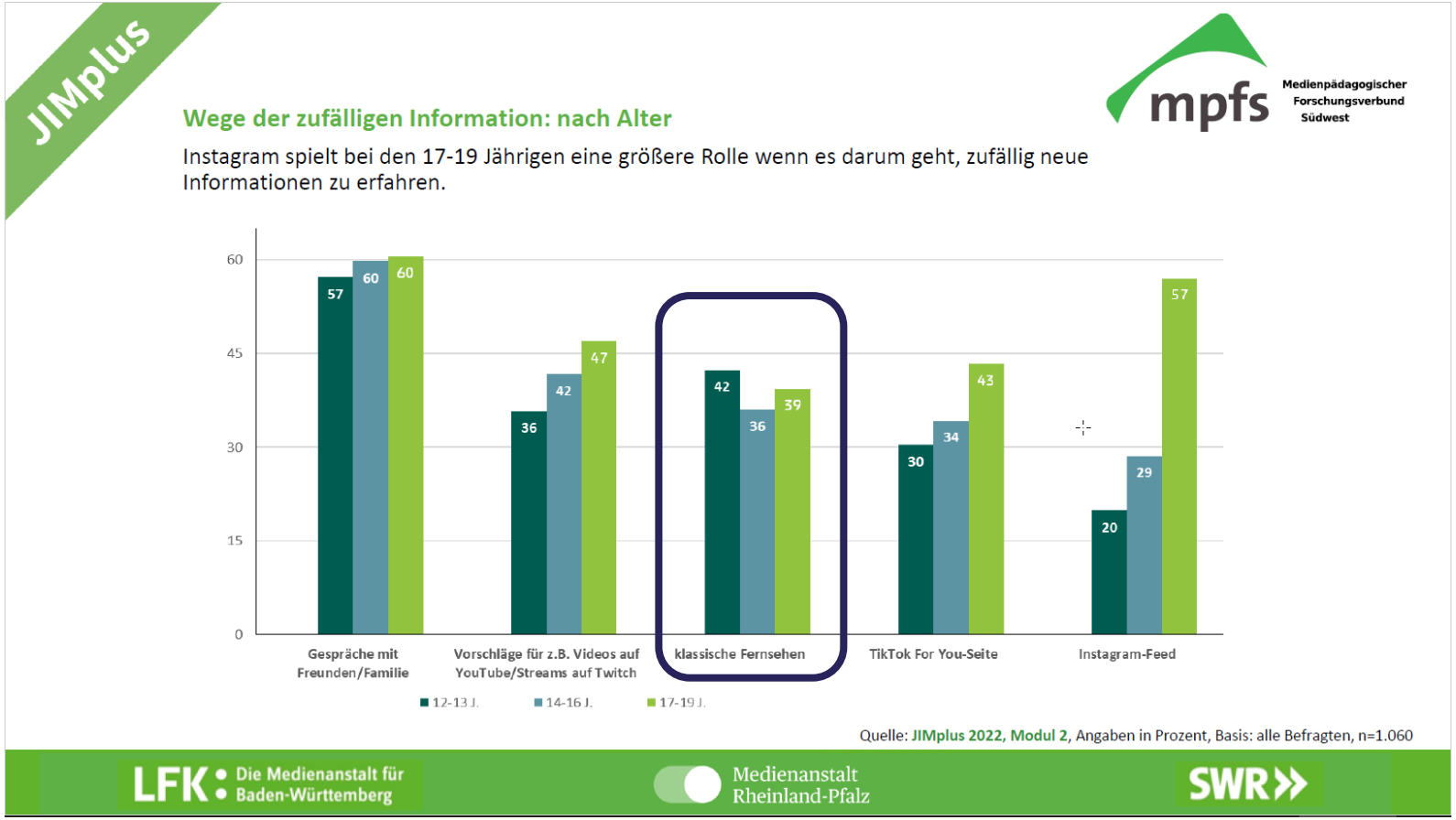
Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung 2010-2020
- in Prozent -



Quelle: JIM 2010-JIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer

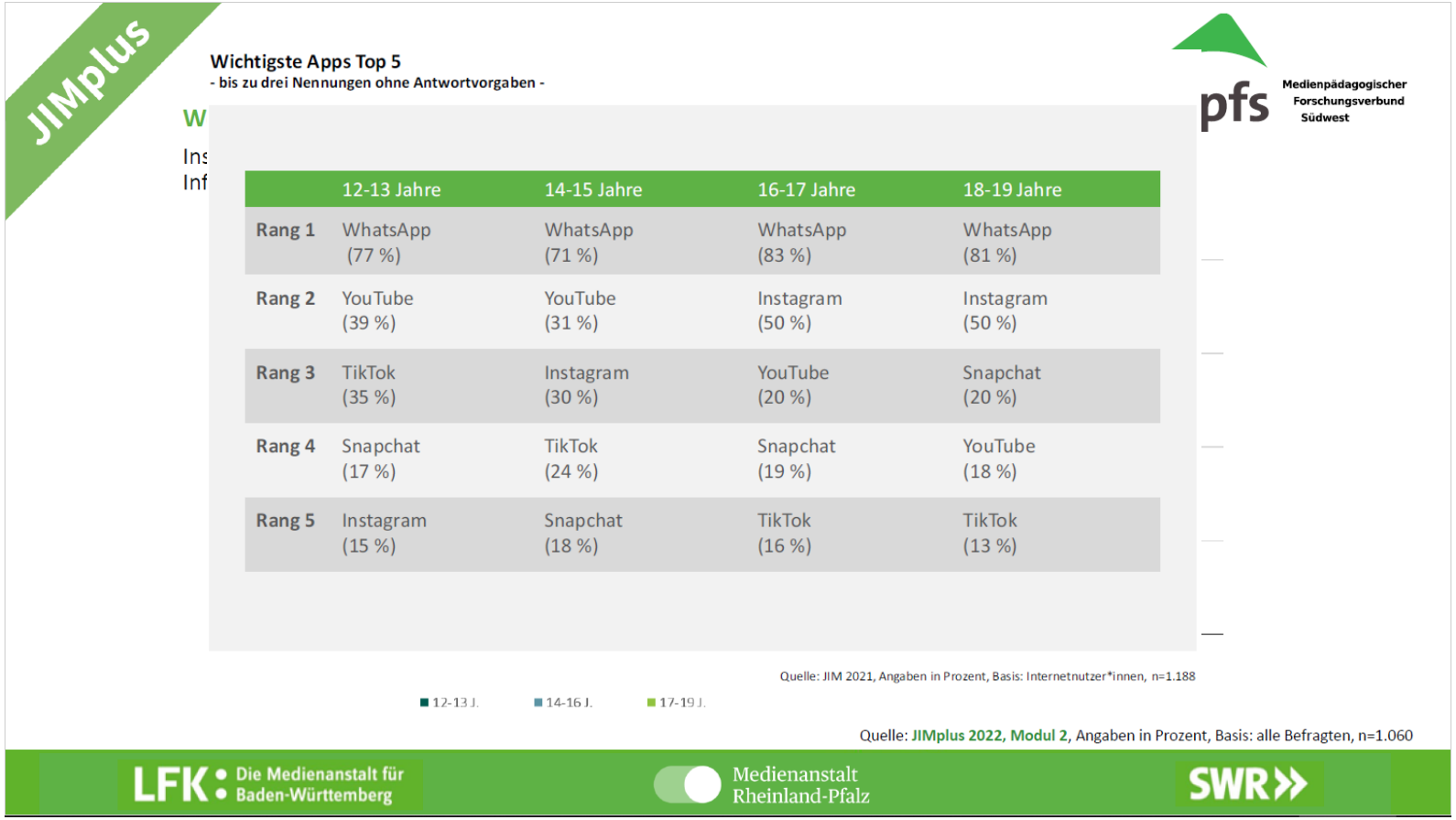
- Differenz zwischen Mediennutzung allgemein u. informationsorientierter Mediennutzung
- „Information Seeking“: klassische Journalistische Quellen + Google und YouTube
- „informiert werden“ und Meinungsbildung erfolgen nicht nur bei informations-orientierter Medien-nutzung (UGA)
- Gezielte „Informations-suche“ macht nur einen Bruchteil der Online-nutzung aus

Mediennutzung und informationsorientierte Mediennutzung



- Klassisches Fernsehen – so zeigen es sämtliche Studien – spielt nach wie vor eine große Rolle

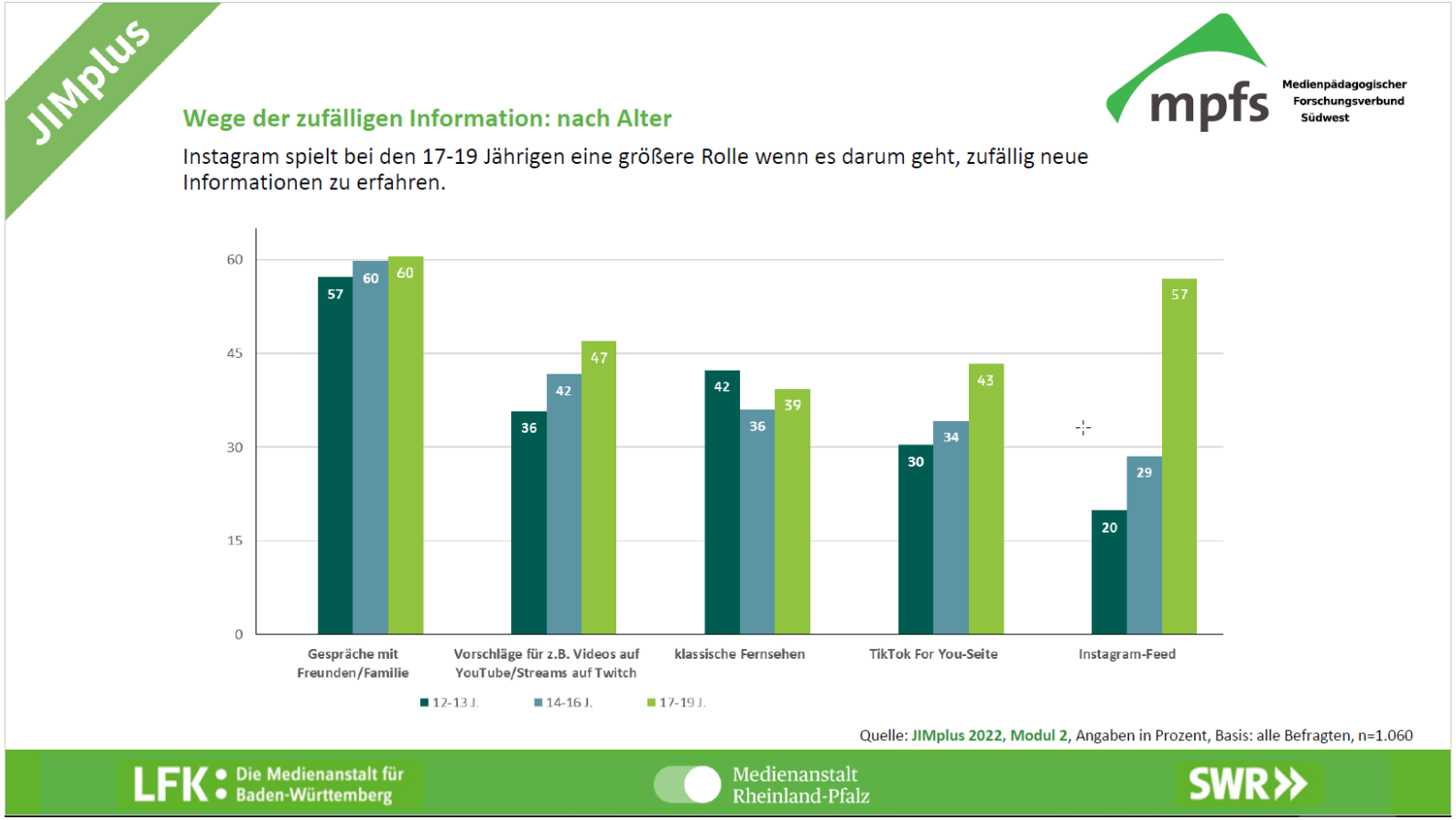
Mediennutzung und informationsorientierte Mediennutzung



	12-13 Jahre	14-15 Jahre	16-17 Jahre	18-19 Jahre
Rang 1	WhatsApp (77 %)	WhatsApp (71 %)	WhatsApp (83 %)	WhatsApp (81 %)
Rang 2	YouTube (39 %)	YouTube (31 %)	Instagram (50 %)	Instagram (50 %)
Rang 3	TikTok (35 %)	Instagram (30 %)	YouTube (20 %)	Snapchat (20 %)
Rang 4	Snapchat (17 %)	TikTok (24 %)	Snapchat (19 %)	YouTube (18 %)
Rang 5	Instagram (15 %)	Snapchat (18 %)	TikTok (16 %)	TikTok (13 %)

- Klassisches Fernsehen – so zeigen es sämtliche Studien – spielt nach wie vor eine große Rolle
- Soziale Medien sind jedoch deutlich wichtiger, insbesondere in jungen Altersgruppen

Mediennutzung und informationsorientierte Mediennutzung



- Klassisches Fernsehen – so zeigen es sämtliche Studien – spielt nach wie vor eine große Rolle
- Soziale Medien sind jedoch deutlich wichtiger, insbesondere in jungen Altersgruppen
- Professionelle Recherche u. redaktionelle Erstellung unter journalistischen Qualitätskriterien

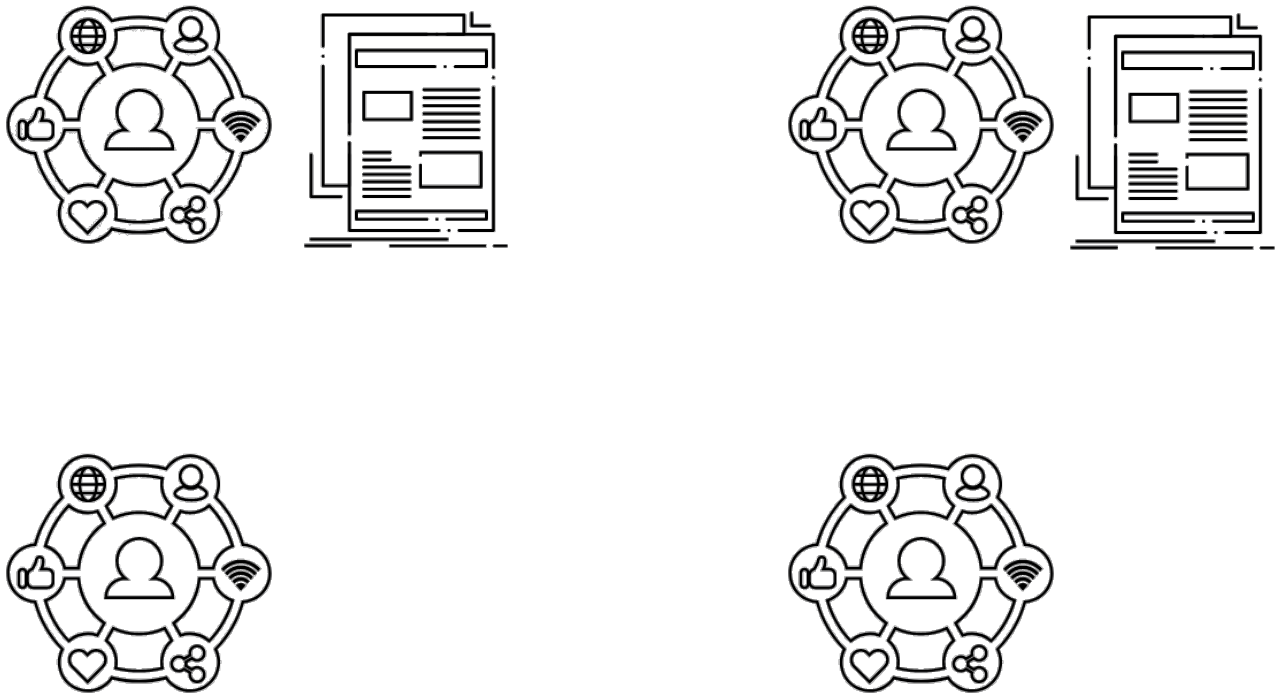
vs.

- Soziale Medien mit großer Bandbreite bzgl. der inhaltlichen Qualität

Typen der Informationsorientierung

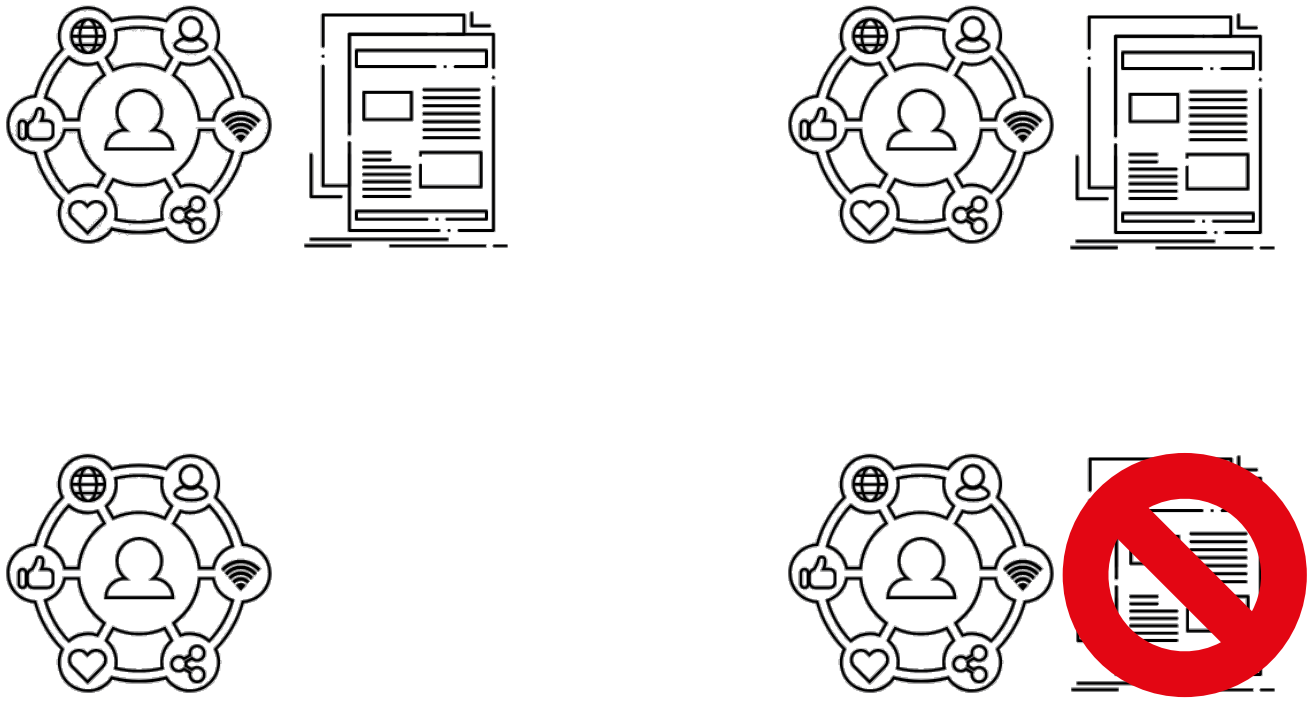
- SM nutzen nahezu alle, zumindest im jungen Alter

Typen der Informationsorientierung



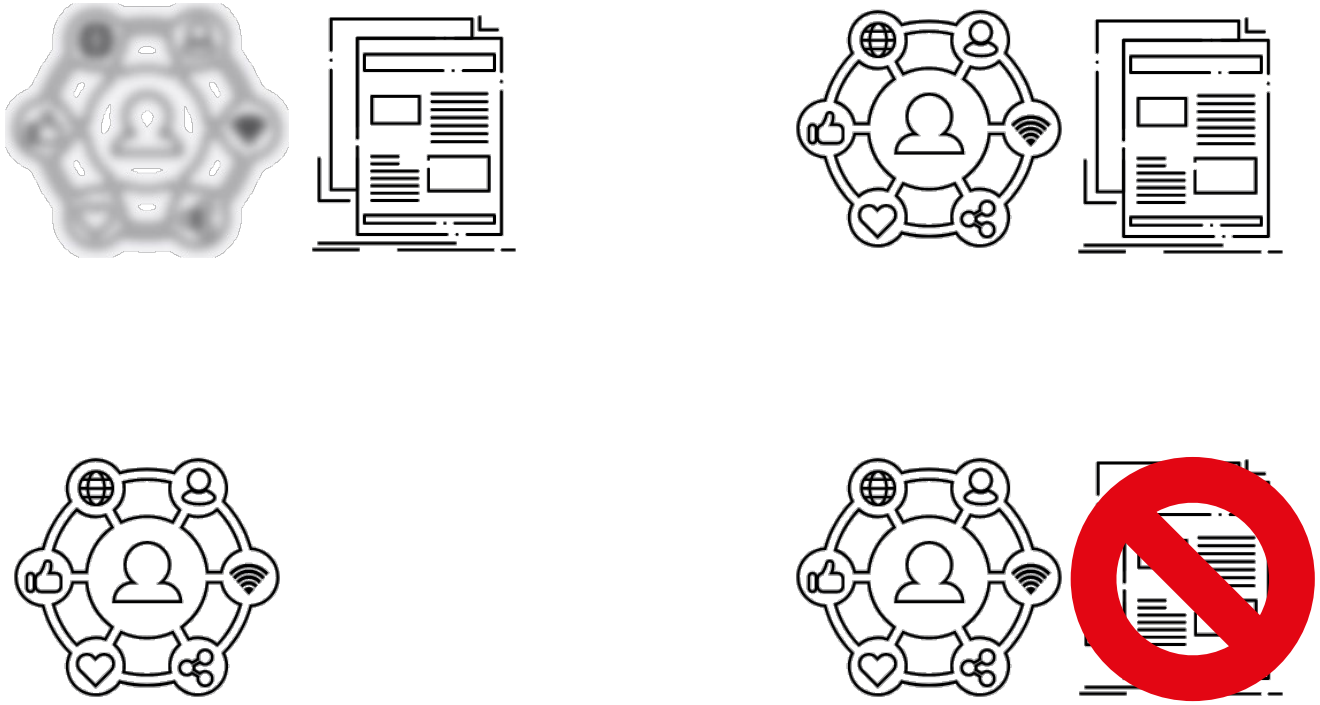
- SM nutzen nahezu alle, zumindest im jungen Alter
- Einige haben auch journalistische Medien in ihrem Medienrepertoire – online und offline

Typen der Informationsorientierung



- SM nutzen nahezu alle, zumindest im jungen Alter
- Einige haben auch journalistische Medien in ihrem Medienrepertoire – online und offline
- Einige Wenige lehnen journalistische Quellen aus Prinzip ab

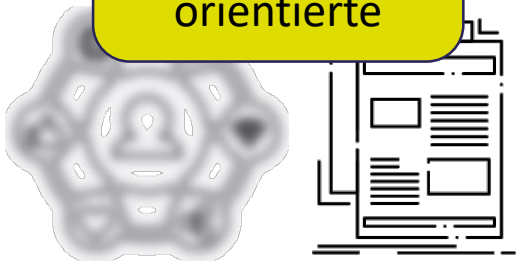
Typen der Informationsorientierung



- SM nutzen nahezu alle, zumindest im jungen Alter
- Einige haben auch journalistische Medien in ihrem Medienrepertoire – online und offline
- Einige Wenige lehnen journalistische Quellen aus Prinzip ab
- Andere orientieren sich hauptsächlich an ihnen, SM werden zwar genutzt, aber als Beziehungspflege
- Weitere interessieren sich nicht und bekommen max. beiläufig in SM etwas mit

Typen der Informationsorientierung

Journalistisch Informations-orientierte



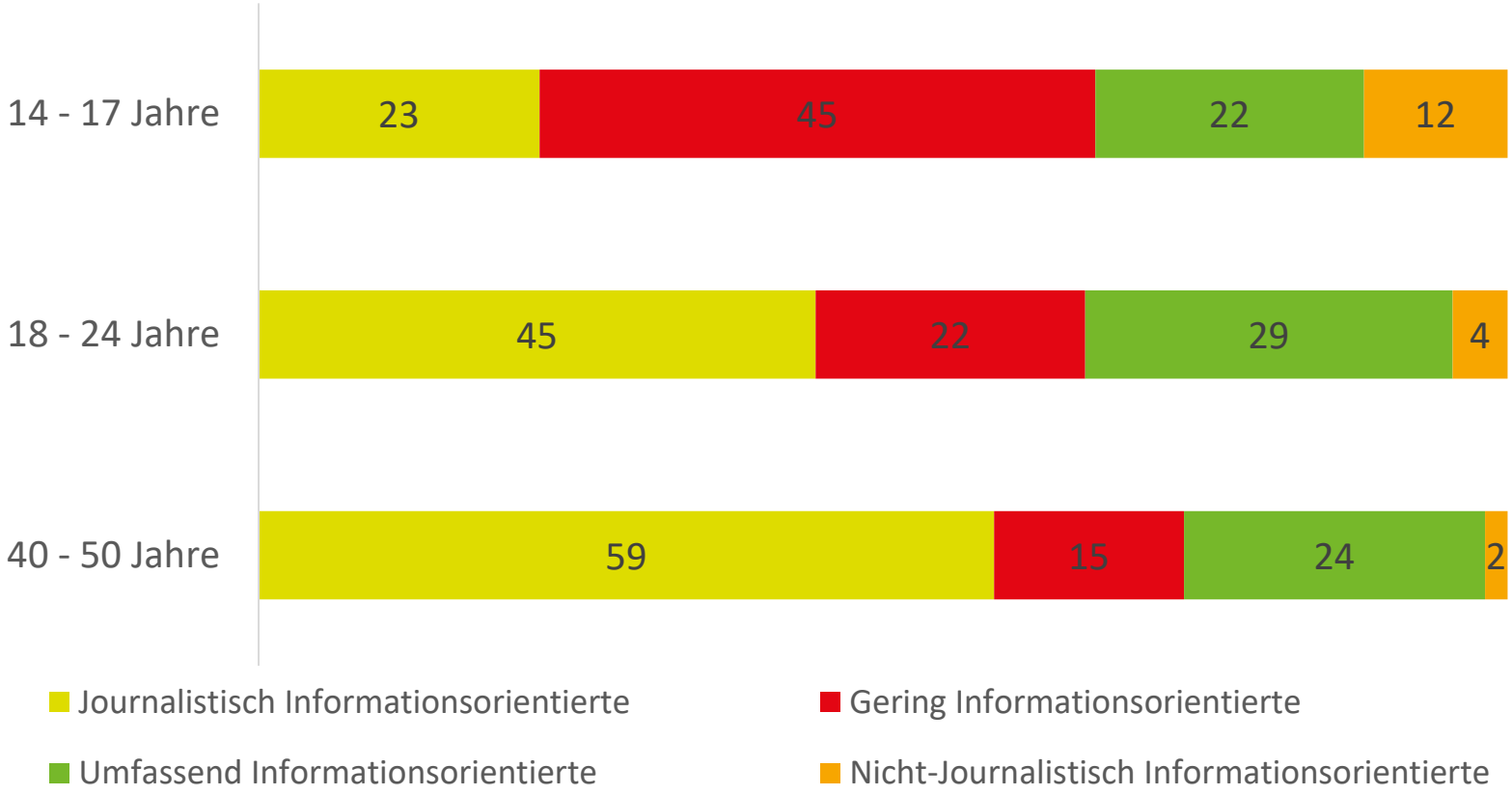
Umfassend Informations-orientierte

Gering Informations-orientierte

Nicht-Journalistisch Informations-orientierte

- SM nutzen nahezu alle, zumindest im jungen Alter
- Einige haben auch journalistische Medien in ihrem Medienrepertoire – online und offline
- Einige Wenige lehnen journalistische Quellen aus Prinzip ab
- Andere orientieren sich hauptsächlich an ihnen, SM werden zwar genutzt, aber als Beziehungspflege
- Weitere interessieren sich nicht und bekommen max. beiläufig in SM etwas mit

Typen der Informationsorientierung



- Es gibt alle vier Typen in jedem Alter, jedem Geschlecht und im Kontext jedes formalen Bildungs-grads

Studienübergreifend identifizierte Defizite

Begrenztes Interesse an gesamtgesellschaftlich relevanten Informationen

- Persönlich relevante Informationen sind im Fokus, während gesamtgesellschaftliche Belange kaum interessieren
- kein Bewusstsein vorhanden, dass eine Demokratie nur funktionieren kann, wenn Menschen gut informiert sind
- Mangelndes Interesse ist mit fehlender Sinnzuschreibung und als fehlend empfundener Selbstwirksamkeit verbunden

Fehlendes Wissen über Funktions- und Aufmerksamkeitsmechanismen in sozialen Medien

- Algorithmenbezogene Bevorzugung von Emotionen, Dramen und Polarisierungen
- Aussagekraft von Likes, Shares und Kommentaren sowie den oft dahinterstehenden aktivistischen Akteuren

Unterschiede zwischen Journalismus im Vergleich zu anderen Akteuren

- Schwierigkeiten bei der Einschätzung der Eignung von Quellen
- Kaum Wissen über Arbeitsweisen des Journalismus, Finanzierung (ÖR vs. Privat kommerziell), auch Vielfalt journalistischer Darstellungsformen (z.B. Unterschied zw. Nachricht und Kommentar)

Wissenslücken über Funktionen der Medien in einer Demokratie

- Aufgaben und Funktionen (Informieren, Kritik und Kontrolle, Öffentlichkeit herstellen etc.)

NACHRICHTENKOMPETENZ
in der Schule

Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

- Informationskompetenz, Nachrichtenkompetenz, Medienbildung, politische Bildung – was ist was?
- Wie ist sie in den Bildungsstandards der KMK verankert?
- Best Practice Beispiele
- Wie alltagstauglich ist sie?

https://www.blz.bayern.de/positionspapier-politische-medienbildung_a_42.html

Nachrichtenkompetenz in der Schule

Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

Strategiepapier der KMK vom 8.12.2016:

KULTUSMINISTER KONFERENZ

Bildung in der digitalen Welt
Strategie der Kultusministerkonferenz

Mit der Verabschiedung der Strategie am 8. Dezember 2016 haben sich die Länder auf einen verbindlichen Rahmen für die gesellschaftlich so bedeutsame „Bildung in der digitalen Welt“ verständigt. Kompetenzen für ein Leben in der digitalen Welt werden zur zentralen Voraussetzung für soziale Teilhabe, denn sie sind zwingend erforderlich für einen erfolgreichen Bildungs- und Berufsweg. Das Lernen im Kontext der zunehmenden Digitalisierung und das kritische Reflektieren werden künftig integrale Bestandteile dieses Bildungsauftrages sein.

https://www.bpb.de/medien/257521/Bildung_digitale_Welt_Webversion.pdf

Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

Fächerübergreifende Bildungsziele & Kompetenzrahmen

https://www.mebis.bayern.de/wp-content/uploads/sites/2/2017/03/Kompetenzrahmen-zur-Medienbildung-an-bayerischen-Schulen-1.pdf

Best Practice Beispiele im Kontext Schule

https://www.schuelermedientag.de/

https://journalismus-macht-schule.org/

Medienprofis besuchen Schulen

Schülermedientage

DIE SCHÜLERMEDIENTAGE SIND EINE GEMEINSAME AKTION VON

Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit

MEDIASCHOOL BAYERN

UND DIESEN PARTNERN

Allgäuer Zeitung

Augsburger Allgemeine

BLM

BR

DJS. Deutsche Journalistenschule

Medienhaus Main-Echo

MAIN POST Gut zu wissen.

mgo mediengruppe oberfranken

Münchner Merkur HEIMATZEITUNGEN merkur.de

tz MEHR ZEITUNG tz.de

nordbayern

MEDIENGRUPPE www.idowa.de Straubinger Tagblatt/Landshuter Zeitung

Süddeutsche Zeitung

MEDIEN CAMPUS BAYERN

VNP VERLAG NÜRNBERGER PRESSE

VBZV Verband Bayerischer Zeitungsverleger

Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit

STUNDENPLAN

Uhrzeit	02.05.2022	03.05.2022	04.05.2022	05.05.2022
8:15-9:00	Was ist der Unterschied zwischen Influencerin/Influencer und Journalistin/Journalist? **Süddeutsche Zeitung** Anmeldung zur Veranstaltung	Über Fake News und wie man sie entlarvt **Augsburger Allgemeinen** Anmeldung zur Veranstaltung	Was bringt mir eigentlich die Pressefreiheit? **Münchner Merkur/Heimatzeitungen** Anmeldung zur Veranstaltung	Dürfen Sportreporterinnen ur Sportreporter auch Fans sein? **Süddeutsche Zeitung** Anmeldung zur Veranstaltung
9:45 - 10:30	Idee, Recherche, Artikel So bereiten wir Themen für junge Menschen auf - print und digital **Straubinger Tagblatt/BLM** Anmeldung zur Veranstaltung	Traumjob Redakteur bzw. Redakteurin im Lokalradio - Nah dran an den Themen vor Ort **Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)** Anmeldung zur Veranstaltung	Die Macht von Social Media **Allgäuer Zeitung** Anmeldung zur Veranstaltung	Was darf Satire? Über die Gre dessen, was (noch) lustig ist **Bayerischer Rundfunk** Anmeldung zur Veranstaltung
11:30-12:15	Zwischen Fake News-Debatten und hoher Glaubwürdigkeit - das zeichnet modernen und erfolgreichen Lokaljournalismus in einer digitalen Welt aus **Main-Echo** Anmeldung zur Veranstaltung	Wie tickt TikTok? Ein Blick in den Maschinenraum der angesagtesten Online-Plattform der Welt **Bayerischer Rundfunk** Anmeldung zur Veranstaltung	Altes Medium auf neuen Wegen - neue digitale Angebote der Main-Post **Main-Post** Anmeldung zur Veranstaltung	Social Media zwischen Infos, H Speech und Fake News **Süddeutsche Zeitung** Anmeldung zur Veranstaltung
13:45-14:30	Recherchieren – was ist das eigentlich und wieso solltest auch du es können? **Verlag Nürnberger Presse** Anmeldung zur Veranstaltung	Putins Krieg gegen die Ukraine: Wie freie Medien dafür sorgen, dass die Wahrheit nicht auf der Strecke bleibt. **Süddeutsche Zeitung** Anmeldung zur Veranstaltung		Medienprofis besuchen Schulen Schülermedientage

Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

https://lehrermedientag.de/

https://www.ard.de/jugendmedientag

Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

Digitale Angebote zu Desinformation, Fake News, etc.

ZEIT FÜR POLITIK

https://www.blz.bayern.de/zeit-fuer-politik.html

u.a. zu folgenden Themen:

- Desinformation im Krieg
- Social Media vs Meinungsfreiheit
- Deep Fakes gegen Fakten
- Hitler Memes in Klassen Chats
- Verschwörungstheorien
- Leben in Filterblasen
- Extremismus in sozialen Medien

Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

https://www.game-augen-auf.de/

Was ist relevant? Was ist realistisch? Wie kann man das Ziel erreichen?

Interesse an gesamt-gesellschaftlich relevanten Informationen wecken

Wissen über Funktions- und Aufmerksam-keitslogiken sozialer Medien vermitteln

Aufklärung über gezielte Selektion von Argumenten zur Konstruktion von Wirklichkeit

Suggestivkraft von Bildern und aufzeigen

Unterschiede zwischen Journalismus und anderen Akteuren verdeutlichen

Aufgaben journalistischer Medien in einer Demokratie verstehen

Ambiguitäts-toleranz – Aushalten von Widersprüchen – es gibt nicht nur die eine Wahrheit

Sensibilität für Framing erreichen

LEIBNIZ-INSTITUT
FÜR MEDIENFORSCHUNG
HANS-BREDOW-INSTITUT

#use the news

Uta Löhrer
Uta.Loehrer@blz.bayern.de

Dr. Sascha Hölig
s.hoelig@leibniz-hbi.de

Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit