

## Prüfet alles ... (1 Thess 5,21)

### Lügen, Halb- und Unwahrheiten im Netz – und wie damit umzugehen ist

Von Andreas Büsch

*Now, he's hell-bent for destruction,  
he's afraid and confused.  
And his brain has been mismanaged  
with great skill.  
All he believes are his eyes  
And his eyes, they just tell him lies ...*

*(Bob Dylan: License to kill,  
auf: Infidels, 1983)*

Was ist Wahrheit? Die berühmte Frage des Pilatus an Jesus (Joh 18,38) bekommt in Zeiten von Fake News, „Lügenpresse“ und sogenannten „alternativen Fakten“ eine neue Dringlichkeit. Gerade die Corona-Pandemie hat dabei nochmals eine neue Volte hervorgebracht: Halb- und Unwahrheiten, Miss- und Desinformationen bis hin zu Verschwörungstheorien und irrationalen Vorstellungen „göttlicher Strafen“ machen die Runde. Was also ist „die Wahrheit“ und warum ist das überhaupt wichtig? Welche Arten falscher Informationen gibt es und wie lassen sie sich erkennen? Und vor allem: Was lässt sich dagegen unternehmen?

#### 1. Texte: Fake News und andere „alternative Fakten“

Bill Gates, früherer Microsoft-Gründer, hat als Philanthrop gemeinsam mit seiner Frau eine Stiftung gegründet und investiert viel in Gesundheitsforschung. Aber hat er wirklich nur Gutes im Sinn oder will er am Ende wieder daran verdienen? Hat er gar das Corona-Virus (mit) entwickelt, um die Weltbevölkerung auf ein gesundes Maß zu reduzieren?

Neben der komplett freien Erfindung von Informationen – bitte melden Sie sich umgehend, Sie haben in einer Lotterie Millionen gewonnen bzw. von irgendeinem Verstorbenen geerbt – gibt es natürlich auch verschiedene Formen der Lüge als „Halbwahrheiten“. Alles Fake News!

Dabei hat in den letzten Jahren eine Bedeutungsverschiebung stattgefunden: Ursprünglich bezeichneten interessierte Kommunikatoren wie Präsident Trump und seine Regierung mit diesem Begriff journalistische Informationen, die ihrer Sicht der Dinge nicht entsprachen; es handelte sich also um eine Desavouierung von Information. Mittlerweile werden damit bewusste Fehlinformationen bezeichnet, die sich vom Hoax, dem satirischen oder bisweilen schlechten Scherz im Internet (Bielefeld gibt es ja bekanntlich gar nicht), vor allem durch die absichtsvolle Verwendung unterscheiden: *„Diese gezielte Verbreitung von falschen oder irreführenden Informationen in der Absicht einer Person, einer Organisation oder einer Institution zu schaden, kennen bereits einen anderen Begriff und älteren Begriff als ‚Fake News‘: Desinformation.“*<sup>1</sup>

Damit ist auch klar, dass das Phänomen an sich nicht neu ist. Falsch- und Fehlinformationen sind in der Geschichte der (Massen-)Medien immer wieder nachweisbar<sup>2</sup>. Auch die Mischung aus frei erfundenen, manipulierten oder falsch kontextualisierten Inhalten<sup>3</sup> gab es immer wieder. Zu den wesentlichen Bestandteilen gehören schwer nachprüfbar „Beweise“ in Form von Tatsachenbehauptungen, häufig gemischt mit frei Erfundenem. Als Belege dienen meist obskure oder nicht näher überprüfbar Quellen. Hinzu kommen häufig aus dem Zusammenhang gerissene

Aussagen, die ohne den Kontext einen völlig anderen Sinn ergeben. Zum Beispiel stammt das Zitat „Wir wollen nicht, dass es viele Genesene gibt“ („No, we don't want to have a lot of recovered people“) tatsächlich aus einem Interview mit Bill Gates. Aber schon im folgenden Satz erklärt er, dass die Vermeidung von Infektionen für ihn Priorität hat vor dem Herdenimmunitätsansatz – nachzulesen im Faktenfinder der ARD<sup>4</sup>. Aber das sorgt natürlich nicht für so viel Emotion wie die sinnentstellende Verkürzung zu Fake News!

„Desinformationen werden zu einem auch politisch wichtigen Instrument im Kampf um Informationen und Deutungshoheit.“

geworden sind, also in einem ständigen Rollenwechsel von Produktion und Konsum von Inhalten agieren, bei gleichzeitigem Wegfall von klassischen Gatekeepern und der Vervielfachung der Informationskanäle<sup>6</sup>.

Damit werden Desinformationen zu einem auch politisch wichtigen Instrument im Kampf um Informationen und Deutungshoheit (Information Warfare). Schließlich nutzen Extremisten Fake News neben anderen Techniken für die Radikalisierung.

Und das ist das eigentlich Neue: Die Nutzung der Funktionslogik sozialer Netzwerke, durch die emotionale Reizthemen eine hohe Chance haben, viral zu gehen, d.h. besonders viele Interaktionen auszulösen und dadurch schnell verbreitet zu werden<sup>5</sup>. Diese Funktionslogik wird bedingt bzw. verstärkt durch die Merkmale von Social Media, in der Nutzer\*innen von Rezipienten zu Prosumern

Deren Wirkung wird gegebenenfalls noch verstärkt durch Bots, also algorithmenbasierte Programme, die Kommunikationsaufgaben auf Webseiten und in sozialen Netzwerken übernehmen. Diese grundsätzliche neutrale Technik, die auch hinter Newsfeeds steckt, kann missbraucht werden, um Aussagen zu wiederholen und damit scheinbar plausibler zu machen, Trends zu setzen oder auch ernsthafte Diskussionen zu stören<sup>7</sup>.

## Was FAKE NEWS (Desinformationen) sind – und was nicht.

### keine FAKE NEWS sind:

#### POOR POLITICS

Fake News als politischer Kampfbegriff gegen etablierte, klassische Medienangebote.

#### SATIRE

Überspitzung von (politischen) Inhalten zur Gesellschaftskritik, aber i. d. R. als solche auch erkennbar.

*Satire und Poor Journalism haben zwar das Potential Fake News (im Sinne von Desinformation) zu werden, sind es aber nicht per se.*

#### POOR JOURNALISM

i. d. R. nicht intendierte Falschinformation aufgrund journalistischer Fehler, darunter fällt:

#### CLICKBAITING

Bewusste Überspitzung von Headlines und Teasern, um Leserauf Seiten zu locken

#### FALSCHMELDUNG/"ENTE"

Versehentliche falsche Meldung, die aber i. d. R. aber korrigiert wird.

### FAKE NEWS sind:

#### DESINFORMATION

Gezielte Verbreitung von falschen oder irreführenden Informationen, um jemandem zu schaden, darunter fällt:

#### MISINTERPRETED CONTENT

Dekontextualisierung / bewusst falsche Interpretation wahrer Informationen.

#### MANIPULATED CONTENT

Manipulation eigentlich wahrer Informationen (z.B. Bilder).

#### FABRICATED CONTENT

Völlig frei erfundene Inhalte.

Quelle: A. Sänglerlaub, Deutschland vor der Bundestagswahl, S. 6

## 2. Bilder: Trau deinen Augen – nicht!

Besonders deutlich wird dies bei Bildern: Durch Montage oder falsche Kontextualisierung, bewusste visuelle Inszenierung oder Dramatisierung, z.B. durch Wahl des Ausschnitts, sowie andere Techniken der Gestaltung lassen sich Aussagen verändern und damit Betrachter manipulieren.

Nun ist unsere optische Wahrnehmung relativ leicht zu täuschen. Durch ihre natürliche Begrenztheit und notwendige Selektivität gaukelt sie uns scheinbare Eindeutigkeit vor, wo doch tatsächlich unsere kognitive Verarbeitung der Sinneseindrücke Wirklichkeit erst konstruiert. So gäbe es ohne den Nachbildeffekt der Netzhaut keine Bewegtbilder und die vielen Vexierbilder zeigen zum Beispiel, dass unsere optische Wahrnehmung nicht so eindeutig ist, wie wir alltäglich meinen.

Im Zeitalter der Digitalität bekommt dies aber nochmals eine neue Qualität. Denn Digitalisierung als Veränderungsprozess ist ein wesentlicher Verstärker des Iconic Turn. Dieser hat unsere Kommunikation in den letzten Jahrzehnten stark gewandelt: Statt des „Textes“ wird das „Bild“ immer relevanter. Wir leben in einem Zeitalter der gefühlten – zeitlich oder räumlich oder raum-zeitlich versetzten – Augenzeugenschaft mit der ganzen Welt<sup>8</sup>. Gleichzeitig wird dank digitaler Geräte und Software die kreative bis manipulative Überarbeitung von Bildern immer einfacher – und selbstverständlicher. Bilder werden so zu einer „performance' einer Realität, die es ohne sie nicht gibt“<sup>9</sup>.

Natürlich ist Bildmanipulation nichts Neues. Zahlreiche historische Bilder belegen, dass seit dem Aufkommen der Fotografie im 19. Jahrhundert immer wieder montiert, retuschiert und damit „die Wahrheit“ manipuliert wurde<sup>10</sup>. Die Motive dafür waren in Laufe der Geschichte vielfältig:

- Immer geht es um die *Inszenierung*, sei es einer Person oder Gruppe, sei es einer Idee bzw. Realitätskonstruktion.
- Aus Sicht der Medienwirkungsforschung geht es dabei um *Aufmerksamkeit (Sensation seeking)* angesichts einer Flut von Informationsangeboten.

„Bilder werden zu einer  
„performance' einer Realität,  
die es ohne sie nicht gibt.“

- Damit verbunden ist bei Massenmedien in der Regel der Wunsch nach *Quote bzw. Auflage* (nicht nur in der sogenannten Yellow Press, den Boulevard-Blättern).
- Vor allem in der Werbung geht es in der Regel um eine *Überhöhung der Realität* zur Betonung der Qualität bzw. des Lifestyle-Beitrags eines Produkts.
- Zahlreiche historische wie gegenwärtige Beispiele im politischen Kontext dienen der *Geschichts-Interpretation bzw. -Umdeutung*.
- Die deutlichste Form der Geschichtsfälschung ist die *Zensur* bis hin zur sogenannten *Damnatio memoriae*, bei der (politisch unerwünschte) Personen aus Bildern entfernt werden.

## 3. Bewegtbilder: Undurchschaubare Deep Fakes

Der jüngste Trend der Manipulation von Wahrheit sind sogenannte Deep Fakes. Dabei werden Videos mit Hilfe von Machine-Learning-Algorithmen komplett neu vertont, so dass die abgebildete Person Dinge äußert, die sie in Wirklichkeit niemals sagen würde. Bisher brauchte es dafür die Rechnerkapazitäten entsprechender Special-Effects-Studios. Mittlerweile gibt es Smartphone-Apps, mit denen sich so etwas von jedermann nachbauen lässt; für eine bessere Qualität reicht ein handelsüblicher Gaming-Rechner<sup>11</sup>.

Was als netter Geburtstagsgruß im privaten Umfeld originell sein mag, wird spätestens bei politischen Äußerungen hochproblematisch, denn ohne hinreichende Kenntnisse in forensischer Informatik sind diese Fälschungen nicht zu entlarven. Aber auch die persönlichen Folgen können durchaus gravierend sein: Wenn in der Fernsehwerbung „Experten“ irgendwelche Hilfsmittel für die Verdauung oder Durchblutung empfehlen, muss dies als Werbung kenntlich gemacht werden. Damit sollte der Kontext der Information klar und die Interpretation möglich sein: Die abgebildete Person ist trotz weißen Kittels vermutlich ein Fotomodell und nicht Arzt oder Ärztin und ich muss meine Schlüsse aus deren Empfehlung entsprechend bewerten. Was aber, wenn ein echter Arzt im glaubwürdigen Umfeld dank Deep Fake falsche Informationen gibt?

Die Auswirkungen von Fake News für Demokratie und bürgerliche Gesellschaft werden seit einigen Jahren intensiv diskutiert<sup>12</sup>. Dabei spielt eine große

Rolle, dass sich moderne Gesellschaften durchweg als Informationsgesellschaften verstehen, die zudem durch mediale Austauschprozesse geprägt sind: Ohne Medien würde unsere Gesellschaft nicht funktionieren.

*„Insofern mit der Digitalisierung bisweilen nicht weniger als unsere Menschlichkeit auf dem Spiel steht, muss sie in Bildungsprozessen kritisch reflektiert werden.“*

Umso mehr sind wir darauf angewiesen, Wahrheit von Lüge trennen zu können. Und was bedeuten die skizzierten Phänomene für unsere Wahrnehmung? Was sind die Folgen für das Verhältnis von Inszenierung und Realität? Und welche Konsequenzen ergeben sich daraus für Bildung, die ja stets medial kodiert ist?

#### 4. Medienpädagogische Ansätze im Religionsunterricht

Letztlich sind all diese Manipulationen ein Beleg dafür, dass Medien grundsätzlich ambivalent sind: Wer Informations- und Meinungsfreiheit will, muss bei gegebenem technischem Fortschritt damit umgehen können, dass sich immer mehr Menschen mit von Nutzern gestalteten Inhalten (User generated content) am öffentlichen Diskurs beteiligen. Und die Grenzen der Meinungsfreiheit sind – mit Blick gerade auf die deutsche Geschichte: Gott sei Dank! – relativ weit gefasst.

Wie lässt sich dieser Zusammenhang (medien-)pädagogisch vermitteln?

Aufgabe einer Medienpädagogik als Pädagogik der Sinne im digitalen Zeitalter ist eine „ästhetische Alphabetisierung“, in der der Signalcharakter von Zeichen und deren psychische und soziale Funktion im Vordergrund steht. Dabei ist

- zunächst die *Wahrnehmung* zu schulen,
- um Bedeutungen und Funktionen von Medien *kritisch analysieren* zu können.
- Dazu müssen Urteilkriterien und Urteilsfähigkeit, d.h. also *normative Begründungen* und deren Anwendung, erarbeitet werden.
- Schließlich gilt es die *Nutzung* praktisch einzuüben.

Diese Bestandteile eines umfassenderen Medienkompetenzkonzepts<sup>13</sup> dienen zwei Zielen: Einerseits sollen Schülerinnen und Schüler auf der subjektiven Ebene ein Verständnis für die mediale Konstruktion von Wirklichkeit

entwickeln (Medialitätsbewusstsein). Andererseits zielt Medienkompetenzvermittlung auf der sozialen Ebene immer auf die Befähigung zur Partizipation.

Haupt-Strategie der Medienpädagogik ist dabei nach wie vor die

projektbezogene praktische Medienarbeit, wobei spielerische und kreative Formen sowohl den Prozess als auch das Ergebnis im Blick haben und durch eine partizipative Auseinandersetzung mit Medien die notwendigen Kompetenzen alltags- und lebensweltbezogen gefördert werden.

Diese Thematisierung von Medien bietet große Schnittstellen für den Religionsunterricht: Insofern mit der Digitalisierung bisweilen nicht weniger als unsere Menschlichkeit auf dem Spiel steht, muss sie in Bildungsprozessen kritisch reflektiert werden: *„Und der Mensch? Ist er noch Subjekt der Entwicklungen? Wie steht es um das Humanum, seine Würde und Freiheit? Spätestens hier wird klar, was wir Christen mit der Digitalisierung zu schaffen haben. Der Mensch als Abbild Gottes, der bei jeder Begegnung durchscheint, ist unser Maßstab. Wie also wird das Menschliche, das durch Christus geheiligt ist, bei diesen Umbrüchen gesichert?“<sup>14</sup>*

#### 4.1 Medienbezogene Werte-Diskurse

Damit soll keinesfalls der Religionsunterricht auf „digitalen Ethikunterricht“ reduziert werden! Vielmehr sollte er den Raum bieten, die ethischen Implikationen der Digitalisierung vor dem Hintergrund der katholischen Soziallehre zu thematisieren und zu reflektieren. Der Lebenswelt der Lernenden wie Lehrenden dabei Raum zu geben, eröffnet konkrete Anschlussmöglichkeiten.

So könnten Lehrer z.B. mit folgenden Impulsfragen in ein Gespräch einsteigen: *„Für wieviel Geld würdet ihr euer Profil auf Instagram oder Facebook verkaufen?“* *„Welche Messenger nutzt ihr und was wisst ihr über deren Sicherheit?“* *„Welchen Filter nutzt ihr für Fotos – und welche würdet ihr keinesfalls wollen?“* *„Ist das Netz ein rechtsfreier Raum, in dem jeder tun und lassen kann, was er will?“*

Die nötige Diskretion und der Respekt vor der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler legen dabei Methoden wie

Pair-and-share, Kleingruppen-Arbeiten – auch mit digitalen Tools – sowie Pro-Contra-Diskussionen mit in Gruppen geteilten Klassen und ähnliche Formen nahe, die eine Bloßstellung Einzelner vermeiden helfen.

Dabei geht es nicht primär um Medienethik, sondern um Wertediskurse im Kontext der Medienbildung<sup>15</sup>. Die mit dem digitalen Wandel verknüpften Herausforderungen offenbaren ja keinen Werteverlust, sondern vielmehr ein Defizit an deren praktischer Umsetzung. Phänomene wie Trolling, Hate Speech oder Fake News stellen keinen argumentativen Widerspruch gegen Werte wie Toleranz, Respekt und Gemeinschaftssinn dar, sondern deren Verletzung bzw. die Provokation dieser nach wie vor gültigen Werte. Auch zur Beurteilung von Algorithmen oder sogenannter Künstlicher Intelligenz (KI) brauchen wir keine neuen Werte und erst recht keine neue Medienethik in Zeiten der Digitalisierung, sondern ein neues Medienethos – also eine Rückbesinnung auf die geltenden Werte und deren Umsetzung in handlungsleitende Normen unserer alltäglichen Kommunikation.

Die Forderung nach gesetzlichen Lösungen und Verantwortung der Anbieter darf dabei nicht darüber hinwegtäuschen, dass dies nur ein Teil der Antworten sein kann. Zwar muss die klassische Verantwortungsethik im Sinne der „Ethics by design“ weitergedacht werden. Dies bedeutet aber letztlich eine Delegation von Wertentscheidungen an kommerzielle Anbieter. Wichtiger scheint daher die Förderung von Wertdiskursen, die Schülerinnen und Schüler in die Lage versetzt, sich selbst an den notwendigen gesellschaftlichen Debatten zu beteiligen.

#### 4.2 Fake News im Religionsunterricht

Vor diesem Hintergrund können die folgenden Methoden als ein Einstieg in die Behandlung des Themas dienen: Einen spielerischen Zugang bietet der Fakefinder des SWR<sup>16</sup>, zu dem auch begleitende Unterrichtsmaterialien zur Verfügung stehen<sup>17</sup>. In dem browserbasierten Quiz-Spiel müssen Posts von virtuellen Freunden in einem Nachrichtenfeed als „Fake“ oder „Not Fake“ bewertet werden. Ein weiterer „Freund“ gibt per Chat-Nachricht Tipps zur Einordnung der Posts. Schritt für Schritt werden so Recherchetechniken eingeübt.

Ebenfalls spielerisch, aber mit vertauschten Rollen, geht es im Online-Spiel „Bad News“<sup>18</sup> zu. Die Spielenden schlüpfen dabei in die Rolle eines Internet-Betrügers und lernen auf

Fake News erkennen!

 <p><b>Sind Quelle und Verfasser seriös?</b></p> <p><small>Wer steckt hinter dem Inhalt? Hat der Autor bestimmte Interessen? Gibt es auf der Seite ein Impressum?</small></p>	 <p><b>Ist die Quelle richtig wiedergegeben?</b></p> <p><small>Hat der Verfasser der Nachricht etwas falsch interpretiert? Klicke dich bis zur Originalquelle durch und prüfe nach!</small></p>
 <p><b>Passt der Inhalt zur Überschrift?</b></p> <p><small>Vor allem bei reißerischen Überschriften solltest du prüfen, ob der Inhalt das hält, was der Titel behauptet.</small></p>	 <p><b>Ist das Datum noch aktuell?</b></p> <p><small>Ist die News wirklich aktuell oder eine uralte Geschichte? Tipp: Prüfe nach, ob die Nachricht ein Datum hat!</small></p>
 <p><b>Ist alles nur ein Spaß?</b></p> <p><small>Satire-Nachrichten (z. B. „Der Postillon“) veröffentlichen nicht ernst gemeinte Nachrichten. Schau dir die Seite also genau an!</small></p>	 <p><b>Gibt es noch weitere Quellen?</b></p> <p><small>Vergleiche: Stehen auf anderen Seiten im Netz die gleichen Inhalte? Prüfe aber, ob diese nicht nur voneinander abschreiben.</small></p>
 <p><b>Sind Bilder manipuliert?</b></p> <p><small>Wirkt ein Bild bearbeitet oder so, als ob es nicht zum Artikel passt? Prüfe die Echtheit mit der Google-Bilder-Rückwärtssuche (im Suchfeld auf das Kamera-Symbol klicken).</small></p>	 <p><b>Vorsicht vor Social Bots!</b></p> <p><small>Prüfe, ob hinter Posts in sozialen Netzwerken ein Bot steckt. Gibt es eine Profilbeschreibung? Postet das Profil unrealistisch viel? Beantwortet das Profil Fragen?</small></p>
 <p><b>Sind dir deine Vorurteile im Weg?</b></p> <p><small>Wir alle haben eigene Meinungen zu vielen Themen. Versuche unvoreingenommen an Informationen aus dem Internet heranzugehen.</small></p>	 <p><b>Hol dir Hilfe bei Problemen!</b></p> <p><small>Wenn du nicht sicher bist, ob du es mit Fake News zu tun hast, dann frage Freunde, Lehrer oder Eltern. Hilfreiche Tools zum Prüfen findest du unter <a href="http://www.handysektor.de/fake-news">www.handysektor.de/fake-news</a>.</small></p>

Mehr Tipps zum Thema unter [www.handysektor.de/fake-news](http://www.handysektor.de/fake-news)


diese Weise verschiedene Strategien und Mechanismen der Desinformation kennen. Dabei bringt jeder Klick neue Entscheidungsmöglichkeiten, in die immer wieder auch Informationen eingestreut werden.

Zu diesem Spiel gibt es ein Informationsblatt für Lehrkräfte<sup>19</sup>, das auch Hinweise auf weiterführende Materialien enthält.

Im Kern geht es bei der Entlarvung von Fake News immer um die Fragen:

- Sind Quelle und Verfasser seriös?
- Ist die Quelle richtig wiedergegeben?
- Gibt es noch weitere Quellen als Belege?
- Passt der Inhalt zur Überschrift?
- Sind Bilder manipuliert?
- Ist die „Nachricht“ als Hoax oder Satire einzustufen?<sup>20</sup>

Diese Fragen liegen auch z.B. den Unterrichtsmaterialien des niedersächsischen Kultusministeriums zu Fake News zugrunde, die das Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München, mit erarbeitet hat<sup>21</sup>. Weitere Materialien und Methoden finden sich in der Materialdatenbank der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz unter [www.mekomat.de/themen/fake-news/](http://www.mekomat.de/themen/fake-news/)

Die dadurch zu erlernenden Kompetenzen passen sehr gut zu den Themenfeldern der Rahmenlehrpläne Katholische Religion für die Sekundarstufe sowie zu der KMK-Strategie „Kompetenzen in der digitalen Welt“. Gleichzeitig leistet der Religionsunterricht damit einen wesentlichen Beitrag für die überfachliche Bildung der Persönlichkeit.

### Anmerkungen

- 1 Sangerlaub, Deutschland vor der Bundestagswahl, 5.
- 2 Vgl. *Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland*, X für U.
- 3 Sangerlaub (Anm. 1), 6-7.
- 4 Rohwedder, Menschenfreund oder Geschäftemacher.
- 5 Sangerlaub (Anm. 1), 11.
- 6 Ebd., 14-15.
- 7 Vgl. *Schönleben*, Welche Social Bots gibt es und wie funktionieren sie?
- 8 Vgl. *Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz* (Hg.), Virtualität und Inszenierung, 17-19.
- 9 Ebd., 32.
- 10 Vgl. *Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland*, X für U; Spiegel Geschichte, Lincolns Kopf und Calhouns Körper.
- 11 Vgl. *Merkert*, Gesichtertausch.
- 12 Vgl. *Sangerlaub* (Anm. 1).
- 13 Vgl. *Büsch*, Digital Natives and Digital Immigrants, 74-78.

- 14 *Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz* (Hg.), Medienbildung und Teilhabegerechtigkeit, 6.
- 15 Vgl. *Büsch*, Neue Werte braucht das Land?!
- 16 *SWR*, Fakefinder for School.
- 17 Vgl. *Lüdeke*, SWR Fakefinder.
- 18 Wissenschaft im Dialog, Bad news.
- 19 Bad News. Informationsblatt für Lehrkräfte.
- 20 Vgl. *Handysektor*, Infografik: Fake News erkennen.
- 21 *NLQ*, Fake News und Social Bots im digitalen Zeitalter.

### Weiterführende Literatur:

*Büsch, Andreas*, Neue Werte braucht das Land?! Die eigene Werthaltung als Grundlage des Arbeitens reflektieren und einbringen, in: D. Meister – Th. Knaus – K. Narr (Hgg.), *Futurelab Medienpädagogik. Qualität – Standards – Profession* (Schriften zur Medienpädagogik 54), München 2018, 85-99.

*Ders.*, Digital Natives and Digital Immigrants. Medienwelten und Medienkompetenz heutiger Schüler-, Lehrer- und Eltern-generationen, in: C. Fischer (Hg.), *Pädagogischer Mehrwert? Digitale Medien in Schule und Unterricht* (Münstersche Gespräche zur Pädagogik, Bd. 33), Münster 2017, 59 – 84.

*Ders. – Schreiber, B.*, Let's talk about Werte. Ethische Herausforderungen für die Medienpädagogik in der digitalisierten Netzwerkgesellschaft, in: M. Brüggemann – Th. Knaus – D. Meister (Hgg.), *Kommunikationskulturen in digitalen Welten. Konzepte und Strategien der Medienpädagogik und Medienbildung*. München 2016, 55 – 81.

*Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland* (Hg.), *X für U. Bilder, die lügen*. (Buch zur Ausstellung der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland), Bonn 2000.

*Merkert, Pina*, Gesichtertausch. Wie man Video-Fakes erkennt und selbst berechnet, c't 8/2018, 104-108.

*Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz* (Hg.), *Medienbildung und Teilhabegerechtigkeit. Impulse der Publizistischen Kommission der Deut. Bischofskonferenz zu den Herausforderungen der Digitalisierung* (Arbeitshilfen 288), Bonn 2016. URL: <http://www.dbk-shop.de/de/deutsche-bischofskonferenz/arbeitshilfen/medienbildung-teilhabegerechtigkeit.html>

*Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz* (Hg.), *Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Medien-*

gesellschaft. Ein medienethisches Impulspapier (Die Deutschen Bischöfe – Papiere der Kommissionen 35), Bonn 2011. URL: <https://www.dbk-shop.de/de/deutsche-bischofskonferenz/die-deutschen-bischoefe/erklaerungen-der-kommissionen/medienethischer-impulstext-virtualitaet-inszenierung.html>

*DROG*, Bad News. Informationsblatt für Lehrkräfte (2018). URL: <https://www.getbadnews.de/wp-content/uploads/2019/04/Bad-News-Game-info-sheet-for-educators-German.pdf>

*Handysektor*, Infografik Fake News erkennen (2017). URL: [https://www.handysektor.de/fileadmin/user\\_upload/downloads/infografiken/Infografik\\_Fake-News.jpg](https://www.handysektor.de/fileadmin/user_upload/downloads/infografiken/Infografik_Fake-News.jpg)

*Lossau, Norbert*, Deep Fake: Gefahren, Herausforderungen und Lösungswege (Reihe Analysen und Argumente 382), Berlin 2020. URL: <https://www.kas.de/documents/252038/7995358/AA382+Deep+Fake.pdf/de479a86-ee42-2a9a-e038-e18c208b93ac?version=1.0&t=1581576967612>

*Lüdeke, Christina*, SWR Fakefinder. Unterrichtsmaterial und Arbeitsblätter zum Online-Quiz (2018). URL: <https://www.swr.de/-/id=21692250/property=download/nid=14490918/cqderu/index.pdf>

*NLQ*, Fake News und Social Bots im digitalen Zeitalter. Unterrichtsmaterialien für den Einsatz im Sekundarbereich I/BBS (2017). URL: [https://www.nibis.de/unterrichtseinheiten-des-niedersaechsischen-kultusministeriums-zu-fake-news-und-social-bots-im-digitalen-zeitalter\\_9892](https://www.nibis.de/unterrichtseinheiten-des-niedersaechsischen-kultusministeriums-zu-fake-news-und-social-bots-im-digitalen-zeitalter_9892)

*Rohwedder, Wulf*, Menschenfreund oder Geschäftemacher? Bill Gates und Corona (2020). URL: <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/ausland/gates-stiftung-corona-101.html>

*Sängerlaub, Alexander*, Deutschland vor der Bundestagswahl: Überall Fake News?!, Berlin 2017. Verfügbar unter URL: <https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/fakenews.pdf>

*Schönleben, Dominik*, Welche Social Bots gibt es und wie funktionieren sie? (2017). URL: [www.wired.de/collection/tech/welche-social-bots-gibt-es-und-wie-funktionieren-sie](http://www.wired.de/collection/tech/welche-social-bots-gibt-es-und-wie-funktionieren-sie)

*Spiegel Geschichte*, Lincolns Kopf und Calhouns Körper. Aus den Anfängen der Bildbearbeitung (2014). URL: [www.spiegel.de/fotostrecke/fruehe-bildmanipulationen-fotostrecke-119928.html](http://www.spiegel.de/fotostrecke/fruehe-bildmanipulationen-fotostrecke-119928.html)

*SWR*, Fakefinder for school (2018). URL: [schule.swrfakefinder.de/](http://schule.swrfakefinder.de/)

*Wissenschaft im Dialog*, Bad news (2019). URL: [www.getbadnews.de/#intro](http://www.getbadnews.de/#intro)

Zugriff auf alle URLs: April 2020.



*Prof. i.K. Andreas Büsch lehrt Medienpädagogik und Kommunikationswissenschaft an der Katholischen Hochschule Mainz und leitet dort die Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz.*

Foto: Sascha Draheim – © Clearingstelle Medienkompetenz