



Digitale Fake Welt

von Sonja Messner

Digitale Medieninhalte wie Texte, Bilder oder Videos sind für Kinder und Jugendliche – und auch für Erwachsene – Teil des Alltags. Wir nutzen digitale Endgeräte wie Smartphones, Tablets oder Smart TVs und Anwendungen, wie WhatsApp, YouTube, Instagram, Snapchat, TikTok oder Discord. Dabei werden wir mit einer großen Menge an Informationen unterschiedlichster Art konfrontiert, z.B. über (push-)Benachrichtigungen, breaking news, Messenger-Diensten, feeds in Sozialen Medien usw. Gleichzeitig produzieren und teilen wir selbst Medieninhalte und interagieren mit ihnen.

Bei vielen Inhalten handelt es sich um harmlosen Austausch und Gespräche, um Spiel, Unterhaltung und Spaß und auch um Bildung und Nachrichten (im Sinne von Informationen zum Weltgeschehen im Weitesten). Da bereits 72% der 0-6-Jährigen in Österreich digitale Medien nutzen, z.B. um Bilder und Videos anzuschauen (saferinternet.at, 2020), kann man sagen, dass das Erlernen eines kompetenten Umgangs mit Informationen bereits ab dem Kleinkindalter relevant ist. Insbesondere Jugendliche nutzen Soziale Medien wie YouTube für ihre Informationsbeschaffung und für Recherchezwecke. Deshalb sollten Eltern Kinder und Jugendliche dabei unterstützen, ein kritisches Bewusstsein für die im Internet gefundenen Informationen zu schaffen: worauf ist beim Umgang mit Informationen zu achten? Woran erkennt man zuverlässige Nachrichten vs. Fake News/Bilder? Und wie können Eltern ihre Kinder und Jugendlichen unterstützen?

Medienkompetenz & Haltung

Neben Zeitungen (print oder digital), Radio und TV gelangen wir über E-Mail, SMS, Nachrichten-Websites und -blogs, Profile von Nachrichtenplattformen in Sozialen Medien sowie Messenger-Dienste an Informationen und Nachrichten (News). Durch die Menge und die ständige Präsenz ist es kaum möglich ständig alles im Detail zu hinterfragen. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass man bei jeder Information/Nachricht kritisch und bedacht sein sollte. Ein kompetenter Umgang mit Informationen beginnt also bei der eigenen Haltung und der

Reflexion des eigenen Umgangs mit Informationen und Nachrichten. Diese kann von Beginn an schon mit den Kleinen eingeübt werden, z.B. bei einer gemeinsamen Recherche für ein Schulreferat, indem mehrere Quellen herangezogen und bewertet und die Inhalte miteinander verglichen werden.

Fakes in der Welt von Heranwachsenden

Kinder und Jugendliche werden potenziell überall im digitalen Raum mit „fakes“ konfrontiert: fake-Bilder, -Videos, -News, -Shops, -Accounts, ... Die Motivation hinter dem „fake“ kann unterschiedlich sein: Manipulation auf gesellschaftlicher Ebene, Betrug, Spaß, Cybermobbing, Inszenierung, Selbstdarstellung, Satire, usw. Dementsprechend können potenzielle Folgen auf unterschiedlichen Ebenen wirken: auf gesellschaftlicher, politischer, ökonomischer oder auf persönlicher Ebene. Die gute Nachricht ist, dass die Nutzer:innen dem nicht ausgeliefert sind, wenn sie wissen, worauf sie achten müssen.

Fake News // Videos // Bilder

Bei „Fake News“ handelt es sich um (in manipulativer Absicht) verbreitete Falschmeldungen, meist mit einem bestimmten Ziel, wie z.B. Einfluss auf politische, gesellschaftliche oder ökonomische Entwicklungen zu nehmen. Die Europäische Kommission definiert „Fake News, „Post-Facts“ und „Alternative Facts“ als Begriffe mit Bezug zur wahrgenommenen und absichtlichen Verzerrung von Nachrichten mit dem Ziel, die politische Landschaft zu beeinflussen und die gesellschaftliche Spaltung voranzutreiben“ (Europäische Kommission, 2018). Der „fake“ in einer Information kann über den Inhalt, dem Bild, einer bestimmten Zusammenstellung davon oder einer richtungsweisenden Überschrift erfolgen. Auch ein ganzes Video kann fake sein.

Sogenannte „deep fakes“ spielen eine immer größere Rolle. Dabei handelt es sich um gefälschte Bilder oder Videos, die täuschend echt aussehen. Mithilfe eines original-Videos einer Person, eines anderen Menschen, dessen Gesicht beim Reden abgefilmt werden kann und einem Schnittprogramm, können einer Person wortwörtlich „Worte in den Mund gelegt werden“, ohne, dass diese von derjenigen Person jemals ausgesprochen wurden.

Bilder können bearbeitet sein oder es wird nur ein bestimmter Ausschnitt gezeigt, um die Aussage zu verzerren. Ebenso werden Bilder aus dem Kontext gerissen und passend zu einer Aussage, die getroffen werden soll, eingesetzt. Beispielsweise kann ein Bild, das eine Wiese voller Müll und Gerümpel zeigt, mit der Überschrift „So gehen Flüchtlinge mit unseren Spenden um“ betitelt werden,

auch wenn es sich dabei tatsächlich um ein Bild einer Festivalwiese nach dem Event handelt.

Satire ist wiederum deutlich von Fake News abzugrenzen, auch wenn es manche Satirenachricht schon weit geschafft hat und vielfach geglaubt wurde. Bei Satire handelt es sich um eine überspitzte und unterhaltsame Darstellung sozialer Phänomene, oft in einer Weise, die den Inhalt glaubhaft erscheinen lässt. Deren Absicht ist es jedoch nicht politische, ökonomische oder gesellschaftliche Entwicklungen zu manipulieren.

„Facebook“ ist kein Autor

Häufig kommt als Antwort auf die Frage, wo jemand etwas gelesen hat, die Antwort „auf Facebook“. Hierbei handelt es sich aber lediglich um die Plattform, wo die Nachricht gelesen wurde, nicht um den:die Autor:in. Der erste Blick bei einer Information/Nachricht sollte daher immer auf die Quelle gehen:

- 👉 Wer ist der:die Verfasser:in bzw. welcher Account teilt die Nachricht?
- 👉 Wie lautet die URL auf die verwiesen wird?

Bei einer unbekanntem Quelle lohnt sich ein genauerer Blick:

- 👉 Welche Beiträge sind sonst im Profil zu finden?
- 👉 Handelt es sich um einen verifizierten Account?
- 👉 Klingt der Account-Name vielleicht ähnlich wie eine renommierte Quelle?
- 👉 Ist auf der Website ein Impressum zu finden? Wer wird als Verantwortliche:r angegeben?
- 👉 Welche weiteren Hintergrundinformationen zur Quelle lassen sich finden?

Reißerische Formulierungen oder Darstellungen

Seriöse Nachrichtenseiten versuchen eine Sachlage möglichst neutral und objektiv darzustellen. Gerade wenn Nachrichten sehr reißerische oder emotionalisierende Überschriften („Die nächste Invasion!“, „Die Banken flippen aus!“, „Du wirst nicht glauben was dann passiert ist!“) oder drastische Bilder aufweisen, sind sie oft darauf ausgelegt, den:die Leser:in zu schockieren und auf der emotionalen Ebene anzusprechen. Die Folge ist häufig, dass mit der Nachricht „interagiert“ wird, also dass draufgeklickt, sie weitergeleitet oder - erzählt, kommentiert oder gelikt wird. Deshalb verbreiten sich Fake News über Soziale Medien besonders schnell: technisch, unterstützt durch die

dahinterliegenden Algorithmen und Social Bots (automatisierten Programmen) und menschlich, wenn Nachrichten unreflektiert weitergeleitet oder -erzählt werden. Daher stellen sich hier Fragen wie:

- 👉 Wie ist eine Überschrift bzw. der Inhalt formuliert?
- 👉 Verspricht er „die Wahrheit“, eine „unglaubliche Entdeckung“, ein „einmaliges Angebot“?
- 👉 Wird mit Emotionen und Ängsten gespielt? Wird zur Eile aufgefordert?
- 👉 Wird auffällig dazu eingeladen, irgendwo zu klicken, um auf eine andere Website zu gelangen?
- 👉 Wie ist insgesamt die Ausdrucksweise? Gibt es viele Rechtschreib- oder Grammatikfehler?
- 👉 Handelt es sich um ein besonders spektakuläres Bild oder Video?

Plausibilitätscheck

Anders ausgedrückt: Nachdenken. Gerade wenn sich eine Nachricht einfach „unglaublich“ anhört, ist sie das oft auch. Es lohnt sich also kurz innezuhalten und sich zu fragen:

- 👉 Kann das wirklich sein? Ist das plausibel? Ist das Angebot/das Versprechen zu gut?
- 👉 Stimmt es mit meinem Vorwissen überein?
- 👉 Stimmen die angegebenen Zahlen und Fakten?
- 👉 Handelt es sich bei angegebenen Namen um tatsächlich real existierende Personen?

Recherchieren

Es schadet nie weitere Quellen heranzuziehen und sich ein Gesamtbild zu verschaffen, weitere Hintergrundinformationen zu erhalten und die dargestellten Fakten zu vergleichen. Sollten keine oder kaum andere Nachrichtenplattformen von einer Sache berichten, handelt es sich womöglich um eine Fake News:

- 👉 Wer berichtet noch über ein Thema? Und wie?
- 👉 Gibt es grundlegende Unterschiede in der Darstellung?
- 👉 Gibt es andere Artikel, Studien, Statistiken, die die Darstellung stützen?
- 👉 Wie aktuell ist eine Nachricht?
- 👉 Taucht die Nachricht bei Faktencheckern wie mimikama.at auf?

Umgekehrte Bildersuche

Neben Zahlen, Daten und Fakten kann Mithilfe von tools, wie der umgekehrten Bildersuche von Google

<https://support.google.com/websearch/answer/1325808?>

[co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=de](https://support.google.com/websearch/answer/1325808?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=de) auch der Ursprung von Bildern recherchiert werden. Dazu muss ein Bild in die Suchmaschine hochgeladen werden. Diese identifiziert technisch eingesetzte Markierungen, die üblicherweise in digitalen Bildmaterialien vorhanden sind, und kann so den Ursprung eines Bildes feststellen. Damit lässt sich z.B. entlarven, ob das Bild bereits in einer früheren Berichterstattung verwendet wurde oder aus einem anderen Kontext stammt.

Der kritische Umgang

Zu einem kritischen Umgang gehört auch eine gewisse Distanziertheit und Gelassenheit. Nicht jede Nachricht muss sofort weitergeleitet, geteilt, kommentiert oder weitererzählt werden. Damit liegt ein großer Teil der Verantwortung zum Umgang mit Informationen bei uns Nutzer:innen.

Faktenchecker & Infos

www.mimikama.at

www.apa.at/faktencheck/ueberblick

www.correctiv.org/faktencheck

Quiz

www.swrfakefinder.de

App

Fake News Check

Tools

Umgekehrte Bildersuche - www.images.google.com

Methodenkoffer - www.fakenews-ws.at

Kommentare

Schreiben Sie einen Kommentar

Ihre E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit * markiert.

Name

*

Email

*

Meinen Namen, meine E-Mail-Adresse und meine Website in diesem Browser speichern, bis ich wieder kommentiere.

Kommentar

Kommentar abschicken

Share



Sonja Messner

ist Erziehungswissenschaftlerin, Erwachsenenbildnerin, Krisen- und Traumaberaterin, Saferinternet.at-Trainerin und Dozentin an der Uni Wien und Uni Salzburg. Bei akzente Salzburg leitet sie den Bereich „Medien & Gesellschaft“ und schult gemeinsam mit ihrem Team Kinder, Jugendliche und Erwachsene im sicheren Umgang mit (digitalen) Medien.

www.akzente.net/medienbildung

Newsletter-Anmeldung