

Fake or truth? – Social media and political news

Das Erstellen einer bilingualen Wandzeitung

Bereits in den ersten Wochen der Trump Administration schrieb Präsident Trumps Sprecherin Kellyanne Conway Geschichte, indem sie in einem Interview den Begriff der ‚alternative facts‘ benutzte, um offensichtlich falsche Aussagen in ein anderes Licht zu rücken. Dies war jedoch nur eine Episode in einer Auseinandersetzung um den Wahrheitsgehalt der medialen Berichterstattung, der im Rahmen der Wahlen in den USA von beiden Seiten immer wieder angezweifelt wurde. Dabei rückten neben den traditionellen Medien auch die Sozialen Netzwerke und der Kurznachrichtendienst Twitter immer mehr in den Fokus der öffentlichen (und häufig ebenfalls medial geführten) Debatte darüber, was man denn eigentlich noch glauben könne. Wie relevant dieses Thema ist, zeigt die Wahl des Begriffes ‚postfaktisch‘ zum Wort des Jahres 2016. Es ist also durchaus bedeutsam, sich damit zu befassen, wie sich Tatsachen, Spekulationen und Gefühle zu etwas vermischen, das immun gegen Vernunft erscheint.

Betrachtet man die Frage, was Wahrheit ist, mit etwas Flughöhe, wird deutlich, dass Wahrheit immer die Interpretation von etwas ist. Selbst scheinbar unverrückbare Naturgesetze wurden schon widerlegt und mussten anderen Wahrheiten weichen. Zudem wird unsere Wahrnehmung durch unsere Sinne und unser Gehirn beschränkt. Auch ist es nicht unüblich, Fakten, die von der einen Seite angeführt werden, zu prüfen und ggf. zu widerlegen oder zu ergänzen. Problematisch wird es jedoch, wenn Fakten geleugnet oder als Lüge dargestellt werden, ohne dass dies für andere rational nachvollziehbar gemacht werden kann. So zeichnet es z. B. Präsident Trumps politischen Stil aus, dass den Fakten zunehmend das Bauchgefühl gegenübergestellt wird. Dieses Bauchgefühl kann allen Fakten zum Trotz einen Weg präferieren, der auf der Basis der Fakten völlig unlogisch ist. Genau diese Dominanz des Bauchgefühls über das rationale Abwägen von Fakten beschreibt der Begriff ‚postfaktisch‘.¹

Problematisch daran ist, dass es eine Tendenz zu geben scheint, Politik stärker an der gefühlten Wahrheit auszurichten als an der belegbaren Wahrheit. Politiker wie Donald Trump oder Frauke Petry machen bewusst Stimmung und beschwören Ängste, um ihre politischen Ziele zu erreichen. Populisten scheinen darauf zu setzen, dass eine Lüge, wenn sie nur von genug Menschen geglaubt wird, am Ende keine Lüge mehr ist. Es zählt der Erfolg. Und Erfolg muss nicht auf Wahrheit basieren.² Dabei spielen ihnen die Möglichkeiten

des Informationszeitalters in die Hände, das eine rasend schnelle Verbreitung von maßgeschneiderten ‚News‘ aller Art ermöglicht. Um diese Mechanismen zu verstehen, ist es also wichtig, sich damit auseinander zu setzen, welche technischen Möglichkeiten die Verbreitung alternativer Fakten begünstigen.

Um in den sozialen Medien sichtbar zu werden, braucht man viele Leser und muss sehr aktiv Nachrichten streuen. Dazu werden kleine Programme, sog. Social Bots genutzt, die im Internet selbstständig Aufgaben erfüllen. Diese können kommerziell genutzt werden, in dem sie z. B. Auskunft über Produkte oder Dienstleistungen auf Unternehmenswebseiten geben oder Werbung machen. Dabei können sie unterschiedlich komplex agieren, wobei einfache Bots relativ leicht zu programmieren sind. Da Social Bots aber häufig vorgeben, Menschen zu sein und auch wie Menschen im Internet kommunizieren, können sie ebenfalls manipulieren und Desinformationen verbreiten. Mittlerweile sind viele von ihnen auf den ersten Blick nicht mehr von echten Menschen zu unterscheiden. Bots sind in der Lage, eigene Profile zu erstellen und selbstständig Sätze zu konstruieren, die sie brauchen, um z. B. auf Tweets zu antworten.³

Welchen Einfluss Social Bots auf Wahlergebnisse oder andere politische Ereignisse haben, ist schwer abzuschätzen. Zudem ist ihr Anteil an Profilen auf Facebook (geschätzt auf ca. 1,8–2,1% der Accounts) und Twitter (geschätzt auf ca. 20–25%) sehr unterschiedlich (vgl. TAB 2017). Kommt es zu einer politischen Situation, bei der es auf einen relativ geringen Anteil an Stimmen ankommt, können Social Bots das Stimmungsbild ausschlaggebend beeinflussen. In solchen Fällen findet eine Meinungsmanipulation häufig durch das gezielte Streuen von Falschnachrichten statt. Oft werden Themen, die im Netz heiß diskutiert werden, irgendwann auch von den traditionellen Medien aufgegriffen, so dass eine Nachricht auf diese Weise eine starke Dynamik bekommt. Je nach Funktionsweise verbreiten Social Bots eine bestimmte Nachricht oder Sichtweise, indem sie ihr durch häufiges Posten, Liken oder Kommentieren Sichtbarkeit verschaffen. Inwiefern dies aber tatsächlich Einfluss auf das Handeln und somit z. B. auf die Wahlentscheidung hat, ist wissenschaftlich bisher nicht belegt. Allerdings wird davon ausgegangen, dass Bots Diskussionen inhaltlich verzerren und emotional aufladen und die Popularität von Personen oder auch Produkten künstlich

1 Constantin Wißmann (2016): Willkommen in der postfaktischen Welt. In: Cicero. Online verfügbar unter cicero.de/salon/politik-und-wahrheit-willkommen-in-der-postfaktischen-welt (Zugriff: 24.3.17)

2 Petra Bahr (2016): Ist Wahrheit nur noch ein Gefühl? In: Zeit online, 7.10.16. Online verfügbar unter www.zeit.de/2016/42/emotionen-wahrheit-fakten-manipulation-rationalitaet-demokratie (Zugriff: 24.3.17)

3 Vgl. Jeanette Seiffert (2016): Wie Social Bots Falschmeldungen verbreiten. In: Deutschlandfunk, 14.12.16. Online verfügbar unter www.deutschlandfunk.de/meinungsmache-im-netz-wie-social-bots-falschmeldungen.724.de.html?dram:article_id=373940 (Zugriff: 25.3.17)

aufblasen.⁴ Dabei kommt Bots zugute, dass sich User durch gezieltes Folgen auf Twitter und Facebook sowie durch die umfassende Analyse der nutzerbezogenen Daten in einer Art Blase bewegen. Die Algorithmen von Facebook, Google und Co sind genau darauf ausgerichtet, den Usern das zu zeigen, was sie interessiert. Indem man entscheidet, was man in seiner Timeline sehen möchte und wem man folgt, wird man zum Architekten seiner eigenen Nachrichten in diesen Medien. Dies führt dazu, dass die eigene Meinung eher verstärkt als kontrastiert wird und dass man sich aufgrund der scheinbaren Masse echter und programmierter Gleichgesinnter im Recht fühlt. Der so entstehende personalisierte Informationsraum wird als Filterblase oder als Echokammer beschrieben und liefert vermutlich einen Beitrag zu Radikalisierungen aller Art.⁵ Zusätzlich verstärkt wird dieser Effekt noch durch die Kürze der versendeten Nachrichten, die differenzierte Positionen kaum möglich macht. Insbesondere Twitter mit seinem 140 Zeichen Limit ist darauf angelegt, kurze Slogans zu verbreiten.

Wie stark Meinungen durch das Zusammenspiel von Twitter, Bots und Falschnachrichten beeinflusst werden, hat sich im amerikanischen Wahlkampf deutlich gezeigt. Neben Donald Trumps exzessiver Twitter-Nutzung wurde auch nach den beiden TV-Duellen fleißig getwittert. Allerdings zeigt eine Analyse des Forschungsprojekts ‚Political Bots‘, dass von den knapp 2,5 Millionen Botschaften im Anschluss an die Duelle, knapp zwei Drittel der Tweets für Trump von Bots abgesetzt wurden; bei Clinton waren es etwas mehr als ein Fünftel.⁶ Darin könnte die Ursache dafür liegen, dass, obwohl Clinton nach Ansicht der Beobachter das Duell gewonnen hatte, das Stimmungsbild im Internet Trump vorne sah. Diese Diskrepanz wurde dann genutzt, um die Aussagekraft etablierter Meinungsforschungsinstitute anzuzweifeln, sodass eine postfaktische Wahrheit blieb, die Trump als Gewinner darstellte und Clinton zumindest geschadet haben dürfte. Twitter und Facebook beziehen sich in diesem Zusammenhang darauf, dass sie nur eine Plattform bereitstellen, auf der ihre Mitglieder frei die eigene Meinung äußern können. Die Unternehmen beginnen erst zögerlich sich der Frage zu stellen, ob sie gegen fake news und Bots vorgehen müssen und lehnen eine Verantwortung für die geposteten Inhalte weitestgehend ab.

4 Vgl. TAB — Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim deutschen Bundestag: Thesenpapier zum öffentlichen Fachgespräch ‚Social Bots — Diskussion und Validierung von Zwischenergebnissen‘ am 26. Januar 2017 im Deutschen Bundestag. Unter Mitarbeit von Sonja Kind, Marc Bovenschulte, Simone Ehrenberg-Silies, Tobias Jetzke und Sebastian Weide. Online verfügbar unter www.bundestag.de/blob/488564/4a87d2d5b867b0464ef457831fb8e642/thesenpapier-data.pdf (Zugriff: 23.3.17)

5 Vgl. Christian Stöcker (2016): Radikal dank Facebook. In: *spiegelonline*, 25.1.16. Online verfügbar unter www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/filterblase-radikalisierung-auf-facebook-a-1073450.html (Zugriff: 25.3.17)

6 Vgl. Michael Moorstedt (2016): Maschinen machen Meinung. In: *Süddeutsche Zeitung*, 23.10.16. Online verfügbar unter www.sueddeutsche.de/digital/nachrichten-aus-dem-netz-viral-auf-knopfdruck-crowdspeaking-1.3218318 (Zugriff: 25.3.17)

Nach den Erfahrungen mit dem amerikanischen Wahlkampf beginnt nun auch in Deutschland die Diskussion darüber, welchen Einfluss Social Bots auf den Bundestagswahlkampf haben werden. Allerdings ist hier die Ausgangslage insofern etwas anders, als dass z. B. Twitter deutlich weniger populär ist als in den USA. Darüber hinaus diskutieren die deutschen Parteien im Vorfeld der Wahlen ein Fairnessabkommen, das den Einsatz von Social Bots untersagt. Einzig die AfD hat sich bisher eher zögerlich zu diesem Abkommen geäußert. Führt man sich vor Augen, dass Social Bots dann am effektivsten sind, wenn populistische Positionen vertreten werden, dürften viele Parteien auch nur bedingt von einem Einsatz profitieren. Darüber hinaus zeichnet sich der deutsche Wahlkampf durch einen besonnenen Ton und weniger Personalisierung aus als der amerikanische Wahlkampf, so dass die breite Wählermasse vermutlich auf harte Attacken eher irritiert reagieren würde.⁷ Allerdings zeigen die Töne vom rechten Rand der Parteienlandschaft, dass Tendenzen wie Misstrauen gegenüber der etablierten Presse (‚Lügenpresse‘) und das Verbreiten alternativer Fakten sowie kurzer polemischer Phrasen (Beatrix von Storch am 24.03.17 auf Twitter: ‚#Verdi — eine offizielle Verbrecherorganisation. Eine Gefahr für unsere Demokratie. Verfassungsfeinde.‘) auch im deutschen Wahlkampf eine Rolle spielen werden.

Die angeführten Beispiele zeigen, dass Politikkompetenz ohne Medienkompetenz kaum denkbar ist. Eine Untersuchung der Stanford Graduate School of Education hat sich mit der Fragestellung auseinandergesetzt, ob Schüler in der Lage sind, Informationen aus dem Netz auf ihren Wahrheitsgehalt hin kritisch zu überprüfen.⁸ Die Studie befasst sich mit ‚Civic Online Reasoning‘, also der Fähigkeit der Lerner, vertrauenswürdige von nicht-vertrauenswürdigen Quellen zu unterscheiden und wurde bereits 2015 begonnen — also bereits vor dem Höhepunkt der Debatte über fake news und deren Einfluss auf die amerikanischen Präsidentschaftswahlen. Insgesamt wurden 7.804 Probanden untersucht: davon Schüler der Middle School, High School sowie College-Studenten aus zwölf Staaten und sechs Universitäten.

Die Resultate der Studie sind niederschmetternd. Obwohl junge Menschen tagtäglich mit sozialen Netzwerken zu tun haben, fällt es ihnen schwer, mit diesen angemessen umzugehen. Die Forscher fanden heraus, dass viele Schülerinnen und Schüler nicht bzw. nur unzureichend in der Lage sind, politische Voreingenommenheiten zu identifizieren, Nachrichten von Werbung zu unterscheiden, die Glaubwürdigkeit von online Nachrichten und Webseiten zu beurteilen oder deren Quelle zu identifizieren. Dazu wurde z. B. der Umgang von Lernern mit Nachrichten auf Facebook, von Twitter-Feeds, Kommentaren, Blogposts, Bildern und anderen digitalen Nachrichten

7 Vgl. Karl-Rudolf Korte (2009): Die Amerikanisierung der Wahlen. Dossier Bundestagswahlen. BpB. Online verfügbar unter www.bpb.de/politik/wahlen/bundestagswahlen/62584/amerikanisierung (Zugriff: 25.3.17)

8 Vgl. Brooke Donald (2016): Stanford researchers find students have trouble judging the credibility of information online. Online verfügbar unter ed.stanford.edu/news/stanford-researchers-find-students-have-trouble-judging-credibility-information-online (Zugriff: 25.3.17)

analysiert. Untersucht wurde, inwiefern die Schülerinnen und Schüler die Kompetenzen haben herauszufinden, wer einen Beitrag verfasst hat und wie glaubwürdig eine Quelle ist. Schülerinnen und Schüler der Middle School sollten z. B. erklären, warum ein Artikel, der von einem Bankangestellten verfasst wurde und von derselben Bank gesponsert wird, nicht vertrauenswürdig sei. Viele Schülerinnen und Schüler waren dazu jedoch nicht in der Lage.

Des Weiteren wurde der Umgang mit Social Media Konventionen erhoben. Hierbei zeigte sich, dass Universitäts-Studenten Schwierigkeiten hatten, anhand von zwei Facebook-Posts den verifizierten Post zu erkennen (dieser wird durch einen blauen Haken angezeigt). Nur ein Viertel der Probanden war dazu in der Lage, ca. 30 Prozent hielten den falschen Post aufgrund von grafischen Elementen für glaubwürdiger als den authentischen.

Für den Unterricht lässt sich daraus die Notwendigkeit ableiten, Medienkompetenz insbesondere mit Bezug auf Onlinemedien stärker in den Blick zu nehmen und somit die Konsumgewohnheiten der Lerner stärker zu berücksichtigen, als das durch die Verwendung von Printmedien geschieht. Recherche und Informationsgewinnung führen nur dann zu Mündigkeit, wenn die Vielfalt der Quellen richtig eingeschätzt wird. Auf der anderen Seite bietet das Internet durch den einfachen Zugriff auf internationale Medien auch große Chancen für Mehrperspektivität und das Verständnis kulturell unterschiedlicher Blickwinkel auf politische Themen. Der bilinguale Politikunterricht nutzt vermehrt Onlineartikel und eigenständige Recherchen für Referate oder Hausaufgaben, da die Materiallage recht dünn ist. Lerner sind konfrontiert mit Tweets, Facebook-Posts und Zeitungsartikeln und benötigen Handwerkszeug um sich in der Vielfalt der Medienformate zu Recht zu finden.

Ruft man sich die Stanford-Studie ins Gedächtnis, stellt sich die Frage, wie Schülerinnen und Schüler sich über den aktuellen politischen Diskurs einen Überblick verschaffen können, ohne von fake news irregeleitet zu werden. Darüber hinaus stellt sich die Frage, wie Schülerinnen und Schüler fake news erkennen und diese von echten Nachrichten zu unterscheiden lernen.

Die Unterrichtsreihe

Das vorliegende Material kann als Erweiterung der Beschäftigung mit dem Wochenschauheft „The US presidential elections“⁹ oder eigenständig genutzt werden. Was passiert in den USA nach dem Wahlsieg Donald Trumps? Welche Rolle spielen Medien und was bedeutet die Verbreitung von fake news für unsere Demokratie? Der Zusammenhang zwischen Mündigkeit und einem medienkritischen und gleichzeitig informierten Bürger liegt auf der Hand. Ein Schüler, der Medienkompetenz erworben hat, ist in der Lage, glaubwürdige und akkurate Informationen zu filtern.

Die Unterrichtsreihe richtet sich an einen Kurs Politik bilingual der Stufe 9. Das Material kann jedoch bereits mit

9 Marlies Lindemann, Annika Lüchau (2016): The US Presidential Elections. Schwalbach am Taunus: Wochenschau Verlag.

einer leistungsstarken Stufe 8 bearbeitet werden. Der zeitliche Umfang hängt ganz davon ab, wie ausführlich das Thema als solches im Unterricht behandelt wird. Insgesamt werden etwa zwischen 11 und 14 Unterrichtsstunden eingeplant (siehe Übersichtstabelle Reihenplanung).

Gestaltungsprinzipien

An dieser Stelle soll zur Orientierung auf den Theorieartikel von Lindemann im gleichen Heft verwiesen werden, in dem die Gestaltungsprinzipien für Materialkonstruktion für den bilingualen Unterricht ausführlich hergeleitet und vorgestellt werden. Die in den exemplarisch vorgestellten Materialien angewandten Prinzipien werden in der Beschreibung der Materialien aufgeführt (vgl. S1.M2 und S3.M1) und sind in einer übersichtsartigen Planungshilfe konkretisiert (siehe Materialteil). Grundsätzlich ist die Sequenz zweisprachig und kontrastiv angelegt und berücksichtigt sprachliche Aspekte. Darüber hinaus folgt sie den Vorgaben für Politikunterricht des Kernlehrplans Politik Sekundarstufe I für Gymnasium / Gesamtschule in Nordrhein-Westfalen.

Methodische Schwerpunktsetzung

Die vorgestellte Reihe versucht Schülerinnen und Schülern das näher zu bringen, was Tischner als ‚politische Kultur‘¹⁰ bezeichnet. Tweets als Ausdruck individuellen Politikverständnisses müssen von Lernern in den politischen Kontext eingeordnet und auf ihre politische Intention hin interpretiert werden. Dazu gehört, die Argumentationsstrukturen nachzuvollziehen und sich der Konstruiertheit medialer Produkte bewusst zu werden. Dabei sind die ausgewählten Medien nah an der Erlebniswelt der Lernenden, sodass Anschlussmöglichkeiten an das Vorwissen und die Medienerfahrung der Lerner im Sinne einer Adressatenorientierung gegeben sind.¹¹ Darüber hinaus handelt es sich bei dem Gegenstand um ein aktuelles Problem, das politisch diskutiert und medial nachverfolgt werden kann. Durch die Schulung der eigenen Kompetenz wird zudem zumindest für den einzelnen Lerner eine Lösung für das Problem angeboten.¹² Abschließend kann die Frage diskutiert werden, welche Möglichkeiten die Politik hat, sich dem Trend der fake news und Social Bots entgegenzustellen.

Die Bearbeitung komplexer Lernaufgaben ist zentral für den Aufbau von Kompetenzen. Dabei variiert die Komplexität der Aufgabe je nach Klasse, Gegenstand und Fähigkeit.¹³ In diesem konkreten Fall findet Aufgabenorientierung nicht nur in den einzelnen Materialien statt, sondern schlägt sich in der übergeordneten Aufgabe der Erarbeitung einer von der gesamten Klasse gemeinsam gestalteten Wandzeitung (eng. wall newspaper) nieder. Die Lerner setzen sich aktiv handelnd

10 Vgl. Christian K. Tischner (2013): Mediale Erscheinungsformen der politischen Kultur. In: Carl Deichmann und Christian K. Tischner (Hg.): Handbuch Dimensionen und Ansätze in der politischen Bildung. Schwalbach/Ts.: Wochenschau-Verlag. S. 218–239

11 Wolfgang Sander (2007): Politik entdecken — Freiheit leben. Didaktische Grundlagen politischer Bildung. 2. Aufl. Schwalbach/Ts.: Wochenschau Verlag. S. 191

12 A.a.o., S. 195

13 A.a.o., S. 234

mit den Inhalten auseinander und handeln in kommunikativen Situationen die inhaltliche und visuelle Gestaltung der Wandzeitung aus. Das heißt konkret, dass alle Inhalte der Reihe zunächst mit der Klasse gemeinsam besprochen bzw. erarbeitet werden. Anschließend werden die Arbeitsergebnisse am Ende jeder Sequenz als Zeitungsseite der Wandzeitung von Schülergruppen arbeitsteilig in Gruppen- bzw. Projektarbeit gestaltet. Somit widmet sich jeweils eine Gruppe der Gestaltung eines gemeinsam festgelegten Teils der Wandzeitung. Durch die Verteilung der Themen ergibt sich die Möglichkeit zur Binnendifferenzierung. Nachdem alle Inhalte bearbeitet und besprochen wurden, werden als Abschluss der Reihe die Ergebnisse, also die Seiten der gesamten Wandzeitung, vor der Klasse präsentiert. Eine geeignete Form der Präsentation stellt der Museumsgang dar.

Hilfestellungen zur Umsetzung der Methode ‚Wandzeitung zur Ergebnissicherung‘, werden sowohl auf der Internetpräsenz der Bundeszentrale für politische Bildung sowie im Methodenpool der Universität Köln dargestellt (siehe Übersichtstabelle zur Reihenplanung).

Die hier vorgestellte Reihe beschäftigt sich mit der Frage: „Fake or truth? Social media and political news: Wie wird (politische) Meinung in sozialen Netzwerken beeinflusst? Das Erstellen einer bilingualen Wandzeitung“. Sie kann im Kernlehrplan im Inhaltsfeld 13 (Die Rolle der Medien in Politik und Gesellschaft) verortet werden¹⁴. Die Reihe fördert die folgenden Kompetenzen:

- Urteilskompetenz: Die Schüler diskutieren die Rolle von fake news als Instrument der Manipulation politischer Stimmungen.
- Medienkompetenz: Die Schüler setzen sich kritisch mit den technischen Hintergründen der Verbreitung von fake news auseinander.
- Handlungskompetenz: Die Schüler erstellen Kriterien, um fake news zu erkennen.

Das heißt, die Schülerinnen und Schüler...

- ... entwickeln ein Problembewusstsein für die Folgen der Verbreitung von fake news.
- ... setzen sich mit der Funktionsweise von Social Bots auseinander.
- ... identifizieren potenzielle fake news und lernen Strategien kennen, fake news zu erkennen und sich kritisch damit auseinanderzusetzen.
- ... diskutieren mögliche Konsequenzen verursacht durch die Verbreitung von fake news, insbesondere in Bezug auf die Wahlen in den USA und in Deutschland.

Die Übersichtstabelle auf der nächsten Seite stellt die Reihenplanung sowie dazugehörige Sequenzen dar.

Beschreibung der einzelnen Sequenzen

Die Grundlage für die Gestaltung der Sequenzen ist der Kernlehrplan Politik Sekundarstufe I für Gymnasium/Gesamtschule in Nordrhein-Westfalen. Die Unterrichtsreihe lässt sich

¹⁴ Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) (2007): Kernlehrplan für das Gymnasium — Sekundarstufe I (G8) in Nordrhein-Westfalen — Politik/Wirtschaft. Nordrhein-Westfalen. Frechen: Ritterbach. S. 32

thematisch in Anlehnung an die Inhalts- und Problemfelder der RVPB und RVÖB (Rahmenvorgabe politische Bildung und Rahmenvorgabe ökonomische Bildung) an das Inhaltsfeld 13 „Die Rolle der Medien in Politik und Gesellschaft“ anbinden. Alle drei Schwerpunkte, die „Bedeutung von Formen und Möglichkeiten der Kommunikation sowie Information in Politik und Gesellschaft“, „politische und soziale Auswirkungen neuer Medien“ sowie die „globale Vernetzung und die Rolle der Medien“¹⁵ finden ihre Berücksichtigung in der Reihenplanung.

In der ersten Sequenz ‚Fake or truth? — Social media and political news — Wie wird (politische) Meinung in sozialen Netzwerken beeinflusst?‘ werden die Lerner in das Thema fake news und Social Bots eingeführt. Als Einstieg in die Reihe dient ein Tweet von Donald Trump. Hier gilt es, zunächst Vermutungen anzustellen, ob es sich um einen authentischen oder einen gefälschten Tweet handelt. Anschließend befassen sich die Schülerinnen und Schüler mit der Analyse des gerade behandelten Tweet auf der Website snopes.com. Die Schülerinnen und Schüler lernen die Website als Instrument kennen, das versucht fake news aufzudecken bzw. zu entlarven und sie überprüfen daraufhin selbst gewählte Onlinenachrichten und Posts in sozialen Netzwerken in der Suchmaschine des Onlineauftritts auf ihren Wahrheitsgehalt. Es kann hier sinnvoll sein, unterschiedliche englische Websites (tabloids und quality newspapers) an einzelne Gruppen zu vergeben, damit diese sich gezielt mit diesen auseinandersetzen. Dieser Teil der Sequenz wird überwiegend auf Englisch unterrichtet. Die Übersicht von Zimdars (siehe Linktipp) kann bei der Auswahl der Nachrichtenquellen helfen.

Anschließend lernen die Schülerinnen und Schüler den Begriff der Social Bots und ihre Bedeutung für Onlinenachrichten mit Hilfe eines deutschsprachigen Textes kennen. Da der Text auf Deutsch ist, kann hier die Sicherung auf Englisch durchgeführt werden, so dass das Verständnis dieses zentralen Begriffs in beiden Sprachen gesichert ist.

In der ersten Sequenz wird zudem die übergeordnete Aufgabe methodisch erklärt. Die Lernenden lernen die Methode der Wandzeitung kennen. Der erste langfristige Arbeitsauftrag wird erteilt: Die Schülerinnen und Schüler sollen für eine Seite der Wandzeitung deutsche und englische Schlagzeilen zum Thema fake news und Social Bots sammeln. Somit befassen sich die Lernenden täglich mit dem Thema und der internationalen Medienlandschaft und schulen durchgehend ihre Medienkompetenz.

Als weitere reihenübergreifende Aufgabe erstellen die Schülerinnen und Schüler eine englische Mindmap bzw. Definition zu fake news. Diese wird im Laufe der Reihe von den Lernenden eigenständig nach jeder Sequenz um das neu erworbene Wissen erweitert und visualisiert so die langfristige Ausdifferenzierung des Wissens.

Linktipp

Zimdars, Melissa (2016): False, Misleading, Clickbait-y, and/or Satirical “News” Sources

Online verfügbar unter: docs.google.com/document/d/10eA5-mCZLSS4MQY5QGb5ewC3VAL6pLkT53V_81ZyitM/mobile-basic (Zugriff: 14.3.2017)

Übersichtstabelle zur Reihenplanung

Sequenz	S1 <i>Fake or truth? — Social media and political news</i> Wie wird (politische) Meinung in sozialen Netzwerken beeinflusst?	S2 <i>Did Facebook win Trump the presidency?</i> Welche Rolle haben fake news im amerikanischen Wahlkampf gespielt?	S3 Können wir den deutschen Medien noch trauen? <i>Fake news — a threat for German elections that has to be taken seriously?</i>	S4 Das Ausstellen aktueller Schlagzeilen zum Thema <i>fake news</i> sowie Präsentation der erarbeiteten Wandzeitung <i>Exhibiting up-to-date headlines concerning fake news and presenting the wall newspaper</i>
Std. ¹	ca. 4	3-4	3-4	1-2
Material 1	Trump-Tweet	Artikel CBS News ⁵	Artikel auf n-tv ⁸ AB Methode: Fiktives Interview ⁹	vgl. Methodenseite Sequenz 01
Leitfrage	<i>What are fake news?</i>	<i>Election news on Facebook — fake or truth?</i>	<i>Fake news — a threat for German elections that has to be taken seriously?</i>	<i>Exhibiting up-to-date headlines concerning fake news. — Presenting the groups' project results on the project work wall newspaper</i>
Kurzbeschreibung	<u>Einführung in das Thema: Was sind fake news?</u> Brainstorming / Impuls: Trump-Tweet	<u>Welche Rolle haben fake news im US Wahlkampf gespielt?</u> "Probe reveals stunning stats about fake election headlines on Facebook"	<u>Wie müssen wir mit fake news umgehen? Woran kann man erkennen, ob es sich um fake news handelt?</u> Artikel „Versuch, Menschen zu manipulieren — Bundeswahlleiter fürchtet Fake News“ — Konsequenzen von fake news für den deutschen Wahlkampf	Die Schüler präsentieren sowohl aktuelle Schlagzeilen als Ergebnis ihres ständigen Rechercheauftrags zum Thema <i>fake news</i> als auch die Zeitungsseiten der Wandzeitung als Museumsgang.
Material 2	Tweet-Analyse auf snopes.com	Artikel auf wired.com ⁶ Artikel auf n-tv.de ⁷	Artikel auf Deutsche Welle ¹⁰	
Leitfrage	<i>Fake news — Manipulation of political opinions through social media?</i>	<i>Did Facebook win Trump the presidency?</i>	<i>Correctiv and Facebook — effective allies in the fight against fake news?</i>	
Kurzbeschreibung	<u>Beeinflussung (politischer) Meinung durch fake news in sozialen Netzwerken</u> Tweet-Analyse auf snopes.com des Trump-Tweet „New Year's Bray“ ²	Artikel „Here's How Facebook actually won Trump Presidency“ Artikel "Studie widerlegt Befürchtungen: Fake News entschied die US-Wahl nicht"	Artikel „So will Facebook Fake News bekämpfen“ mithilfe des gemeinnützigen Researcheteams Correctiv	
Material 3	Fluter-Artikel ³		8 www.n-tv.de/politik/Bundeswahlleiter-fuerchtet-Fake-News-article19447946.html (Zugriff: 5.1.17) . 9 Janssen, Bernd (2009): Kreativer Politikunterricht. Wider die Langeweile im schulischen Alltag, 4. Aufl., Wochenschau Verlag, Schwalbach/Ts., S. 20-21. 10 www.dw.com/de/so-will-facebook-fake-news-bek%C3%A4mpfen/a-37148358 (Zugriff: 18.3.17)	
Leitfrage	<i>What is the correlation between fake news and social-bots?</i>			
Kurzbeschreibung	<u>„Was passiert da“ technisch?</u> Artikel „Wie Social Bots das Meinungsklima manipulieren“			
Material 4	AB Methode: Wandzeitung ⁴			
Leitfrage	Wir erstellen eine Wandzeitung			
Kurzbeschreibung	Methode: Wandzeitung 2 www.snopes.com/donald-trump-regretful-tweet (Zugriff: 5.1.17). 3 www.fluter.de/wahlkampf-mit-fake-accounts-wie-social-bots-meinungsklima-manipulieren (Zugriff: 26.1.17). 4 www.bpb.de/lernen/grafstat/148916/wandzeitung-gestalten; http://methodenpool.uni-koeln.de/wandzeitung/frameset_wandzeitung.html (Zugriff: 18.3.17).			
1 Unterrichtsstunden		5 www.cbsnews.com/news/facebook-fake-election-news-more-popular-than-real-news-buzzfeed-investigation/ (Zugriff: 5.1.17). 6 www.wired.com/2016/11/facebook-won-trump-election-not-just-fake-news/ (Zugriff: 24.1.17) 7 www.n-tv.de/politik/Fake-News-entschieden-die-US-Wahl-nicht-article19632942.html (Zugriff: 18.3.17)		

Mithilfe welchen Handwerkszeugs können Schüler fake news von echten Nachrichten unterscheiden lernen? Auf ihrer Projektseite „OpenSources.co: False, Misleading, Clickbait-y, and/or Satirical ‚News‘ Sources“ gibt Ph.D. Melissa Zimdars Tipps und stellt ihre Herangehensweise vor, Onlinenachrichtenquellen zu analysieren. Außerdem werden Webseiten genannt, die sich ebenfalls der Aufdeckung von *fake news* widmen (snopes, hoax-slayer, politifact, factcheck.org u.a.). Sie hat unzählige Nachrichtenquellen untersucht und eine ausführliche Übersicht erstellt, in der alle untersuchten Seiten mit einer Bezeichnung versehen worden sind. Es wird unter anderem zwischen *fake news*, *extreme bias*, *conspiracy theory*, *rumor*, *hate news*, *clickbait*, *state news* und weiteren Falschmeldungen bzw. fragwürdigen Nachrichtenquellen unterschieden.

Ph.D. Melissa Zimdars ist Assistant Professor of Communication am Merrimack College in North Andover, Massachusetts. Sie erwarb einen Ph.D. in Communication Studies (Media Studies) an der University of Iowa. Sie konzentriert sich in ihren Studien z. B. auf das Projekt OpenSources.co, das sich fake news und anderen irreführenden „Nachrichten“ widmet.

S1.M2 „New Year's Bray“?

Das zunächst vorgestellte Material ist Teil der ersten Sequenz (vgl. Übersichtstabelle Reihenplanung). Sie befasst sich mit dem Phänomen der fake news. Das vorgestellte Material stammt von der Website snopes.com, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, u. a. fake news und fake tweets zu entlarven.

Die Leitfrage oder Problemstellung des vorgestellten Materials (vgl. Arbeitsblatt S1.M2) lautet: ‚Fake news — Manipulation of political opinions through social media? Beeinflussung (politischer) Meinung durch fake news in sozialen Netzwerken‘. Die Auseinandersetzung mit dem Material ermöglicht es den Lernenden, sich konkret mit einer Falschmeldung zu beschäftigen und diese zu analysieren. Die zugrundeliegenden Gestaltungsprinzipien sind das Prinzip 2 (Nutzung authentischer Materialien), Prinzip 3 (Perspektivwechsel als Element von Mehrperspektivität bzw. das Einnehmen einer Außenperspektive) sowie Prinzip 7 (die Bereitstellung von Scaffolding Angeboten wie z. B. Formulierungs- und Strukturierungshilfen) (vgl. Planungshilfen).

Lernziele

Bei der Erarbeitung des Tweets steht folgende Zielsetzung im Vordergrund: Die Schüler setzen sich mit der Manipulation politischer Stimmungen auseinander (Schwerpunktlernziel). Der Bezug zum Kernlehrplan Politik/Wirtschaft für Nordrhein-Westfalen in der Sekundarstufe I wird anhand der Urteilskompetenz deutlich: Die Schülerinnen und Schüler reflektieren „medial vermittelte Botschaften und beurteilen [diese] auch mit Blick auf dahinterliegende Interessen.“¹⁶

16 Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) (2007): Kernlehrplan für das Gymnasium — Sekundarstufe I (G8) in Nordrhein-Westfalen — Politik/

Konkret bedeutet dies: Die Schülerinnen und Schüler...

- ... setzen sich anhand eines Beispiels (Tweet) kritisch mit dem Thema fake news auseinander und lernen die Plattform snopes.com kennen.
- ... nutzen die Website snopes.com um Tweets / Nachrichten von und über Donald Trump auf ihren Wahrheitsgehalt hin zu überprüfen.
- ... diskutieren die Beweggründe dahinter, Falschmeldungen zu verbreiten.
- ... diskutieren Möglichkeiten der Verbreitung von Falschmeldungen entgegenzuwirken um Medienkompetenz zu erwerben.

Die zweite Sequenz ‚Did Facebook win Trump the presidency? Welche Rolle haben fake news im amerikanischen Wahlkampf gespielt?‘ legt den Schwerpunkt auf den Einfluss der sozialen Medien auf den Ausgang der Präsidentschaftswahlen in den USA. Hier erarbeiten die Lerner Fragen wie ‚Welche Rolle haben fake news im US Wahlkampf gespielt?‘ und ergründen den Zusammenhang zwischen den Wahlen und sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter. Auch hier werden Texte aus beiden Bezugsräumen gewählt. Die abschließend genutzte Studie von Allcott und Gentzkow kann, abhängig vom Leistungsstand der Lerner, entweder mithilfe eines deutschen oder englischen Artikels erschlossen werden. In beiden Fällen würde die Leitfrage ‚Did Facebook win Trump the presidency?‘ auf Englisch diskutiert. Aufgrund des Bezugsraums USA wird diese Sequenz hauptsächlich auf Englisch durchgeführt.

Die Sequenz drei widmet sich der Frage, ob wir den deutschen Medien noch trauen können: ‚Fake news — a threat for German elections that has to be taken seriously?‘ Der Schwerpunkt der Sequenz liegt auf dem Umgang mit fake news im deutschen Kontext, insbesondere vor dem Hintergrund der anstehenden Wahlen. Hier kommen die Prinzipien für Materialkonstruktion, das Prinzip 2 (Nutzung authentischer Materialien), das Prinzip 4 (Thematisierung und Erarbeitung partieller Konzeptäquivalenz) sowie das Prinzip 6 (Nutzung von Mediationsaufgaben) verstärkt zum Einsatz. Da es um fake news in Deutschland geht, sind deutsche Materialien die authentische Wahl. Die Schülerinnen und Schüler handeln in Mediationssituationen in einem authentischen Kontext. Im Rahmen des Interviews nehmen die Lerner eine Außenperspektive ein, indem sie in der Rolle eines amerikanischen Reporters einen deutschen Experten interviewen (Prinzip 3 - Perspektivwechsel als Element von Mehrperspektivität). Anschließend diskutieren die Schüler über das gemeinnützige Researchteam Correctiv, das den fake news zusammen mit Facebook den Kampf ansagen will.

S3.M1 „Versuch, Menschen zu manipulieren — Bundeswahlleiter fürchtet Fake News“

Das zweite Material, das vorgestellt wird, stammt aus der dritten Sequenz. An dieser Stelle wurde bewusst ein deutschsprachiges Material ausgewählt, um die Notwendigkeit und die Wichtigkeit der Kontrastivität im bilingualen Unterricht hervorzuheben und aufzuzeigen, wie die Umsetzung der Planungshilfen für den bilingualen Unterricht gelingen könnte.

Das Material befasst sich mit der Bedeutung der fake news für Deutschland und insbesondere für die anstehenden Wahlen. Somit ist hier ein direkter Vergleich zwischen fake news und den Präsidentschaftswahlen in den USA und Deutschland gegeben. Das kontrastive und vergleichende Arbeiten stellt in der bilingualen Sachfachdidaktik für den bilingualen Politikunterricht eine große Bedeutung dar.

Das vorgestellte Material ist ein Zeitungsartikel von n-tv.de und thematisiert die Rolle von fake news für die kommenden Bundestagswahlen. Die Leitfrage oder Problemstellung des vorgestellten Materials lautet ‚Fake news – a threat for German elections that has to be taken seriously? Können wir den deutschen Medien noch trauen?‘

Die Auseinandersetzung mit dem Material ermöglicht es den Lernenden, bereits erworbenes Wissen sowie Erkenntnisse durch die Beschäftigung mit fake news auf den Raum Deutschland zu übertragen. Hierbei soll ein kreativer Umgang mit den Informationen aus dem Artikel im Vordergrund stehen, indem die Schülerinnen und Schüler in der Rolle eines amerikanischen Reporters ein fiktives Interview mit einem deutschen Experten verfassen.

Lernziele

Die folgende Zielsetzung steht als Schwerpunktziel der Sequenz im Vordergrund: ‚Die Schüler diskutieren die Rolle von fake news bei der Meinungsbildung vor Wahlen in Deutschland‘. Der Bezug zum Kernlehrplan Politik/Wirtschaft für Nordrhein-Westfalen in der Sekundarstufe I wird erneut anhand der Urteilskompetenz (UK 2) deutlich: Die Schülerinnen und Schüler „beurteilen verschiedene wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Interessen hinsichtlich der zugrundeliegenden Wertmaßstäbe, hinsichtlich ihrer Verallgemeinerbarkeit bzw. universellen Geltungsmöglichkeit kriterienorientiert (Urteilskompetenz 2)“.¹⁷

Ebenso erwerben die Lernenden Methodenkompetenz (MK 3): Die Schülerinnen und Schüler „formulieren angemessene und konstruktive Kritik sowie Alternativen, zeigen multiperspektivische Zugänge auf und entwickeln für überschaubare und begrenzte Problemkonstellationen und Konflikte Lösungsoptionen.“¹⁸

Die Lernziele, die sich auf das vorgestellte Material beziehen, lauten: Die Schülerinnen und Schüler...

- ... erweitern ihre Mindmap / Definition von fake news.
- ... erstellen eine Checkliste mit Merkmalen von fake news um ein kritisches Medienverständnis (Civic Online Reasoning) zu erwerben.
- ... wenden ihre Checkliste auf von Mitschülern selbst erstellte Falschmeldungen an, indem sie fake news von authentischen Inhalten unterscheiden üben.
- ... wenden ihr erworbenes Wissen an, indem sie diese in ein fiktives Interview umsetzen.

In der letzten Sequenz werden die Ergebnisse in der Wandzeitung zusammengetragen und besprochen. Aufhänger für

die abschließende Bewertung von fake news und Social Bots kann der Vergleich der gesammelten Schlagzeilen sein. Die Diskussion kann auf Englisch geführt werden und durch ein kurzes persönliches Blitzlicht (ggf. schriftlich) auf Deutsch abgeschlossen werden.

Material

Planungshilfe zur Erstellung von Unterrichtsmaterialien für den bilingualen Politikunterricht — Kurzgefasst: Prinzipien der Materialkonstruktion für den bilingualen Politikunterricht

Prinzip 1: Kontrastiv angelegte Reihenplanung

Prinzip 2: Nutzung authentischer Materialien, die die jeweiligen gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Problemlagen in den jeweiligen Bezugsländern vielschichtig abdecken

Prinzip 3: Perspektivwechsel als Element von Mehrperspektivität, Berücksichtigung einer Außenperspektive bei der Beurteilung politischer, wirtschaftlicher oder gesellschaftlicher Phänomene

Prinzip 4: Thematisierung und Erarbeitung partieller Konzeptäquivalenz bei relevanten Fachkonzepten

Prinzip 5: Herausarbeitung und Reflexion kulturspezifischer Diskursformen

Prinzip 6: Nutzung von Mediationsaufgaben und Sprachwechseln zur vertieften Verarbeitung von Inhalten und Fachsprachen

Prinzip 7: Bereitstellung von Scaffolding-Angeboten

Leitfragen:

1. Gegenstand:
 - Wird der Gegenstand im Bezugsland anders diskutiert als in Deutschland? (z. B. Brexit)
 - Unterscheidet sich die mediale Aufbereitung in Deutschland und dem Bezugsland?
2. Inhalt:
 - Welche zusätzlichen Perspektiven ergeben sich durch den Einsatz von fremdsprachigem Material? Wie greife ich diese im Unterricht auf?
 - Inwiefern unterscheiden sich die Fachkulturen und -diskurse? Werden z. B. politische Debatten anders geführt? Unterscheiden sich die Streitkultur oder die gesellschaftlichen Werte und Normen?
3. Lern- und Unterrichtsprozesse:
 - Ist meine Planung vergleichend angelegt?
 - Schaue ich nur auf Unterschiede oder thematisiere ich auch Gemeinsamkeiten?
4. Sprache
 - Nutze ich authentische Materialien?
 - Ergibt sich die Sprachwahl sinnvoll aus dem Gegenstand?
 - Unterscheiden sich Fachbegriffe konzeptuell? Inwiefern sind bestimmte Termini metaphorisch und drücken eine kulturelle Perspektive aus? (z. B. genetic engineering ≠ Genmanipulation; oil spill ≠ Ölkatastrophe; barbarian invasion ≠ Völkerwanderung; Parliament (GB) ≠ Bundestag)
 - Leite ich den Erwerb der Fachsprache und des Fachdiskurses in beiden Sprachen an? (z. B. bestimmte Begriffe,

17 Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) (2007): Kernlehrplan für das Gymnasium — Sekundarstufe I (G8) in Nordrhein-Westfalen — Politik/Wirtschaft. Nordrhein-Westfalen. Frechen: Ritterbach. S. 29

18 A.a.o.

Phrasen, Textformen)

- Sind inhaltliche, sprachliche oder strukturelle Stützmaßnahmen nötig?
- Nutze ich Sprachwechsel gezielt, um eine detaillierte Auseinandersetzung mit der Sprache und dem Gegenstand

zu gewährleisten?

5. Ziele:

- Beziehe ich wenn möglich die europäische / globale

Sequenz 1: Wie wird Meinung in sozialen Netzwerken beeinflusst?

S1.M2 “New Year’s Bray” – Looking for the truth online

New Year’s Bray

Kim LaCapria Jan 03, 2017

An image of a deleted tweet from Donald Trump expressing feelings of regret and inadequacy is a clear forgery.

— **Claim:** Donald Trump tweeted and deleted a candid, regretful statement in the early hours of New Year’s Day.

— **Example:** [Collected via e-mail, January 2017]

A Facebook friend posted that Donald Trump tweeted that it was a big mistake to run, but the tweet was quickly deleted. The supposed tweet happened at 3:32am, and he also supposedly said he loves power, revenge, and pussy, and that he is scared and would like to quit.

— **Origin:** At the beginning of 2017, a screenshot of a tweet purportedly¹ posted early on New Year’s Day by President-elect Donald Trump was circulated via social media:

Big mistake to run, but love power, revenge, pussy. Scared, wanna quit. Can’t sleep. Been unloved my whole life. Cannot fix. #nye2016 #prostate

The tweet had no date or timestamp appended, and the fact that it existed as a screen capture rather than a link made its provenance² suspect. Those spreading the image asserted that Trump had tweeted and then deleted the atypically self-deprecating³ comments, leaving screen captures as the only evidence of its brief existence.

However, deletion of a tweet doesn’t typically remove all record or trace of it from the Internet. Deleted tweets, particularly from

- 1 in a way that is stated to be true, although this may not be the case
- 2 the place of origin of something
- 3 trying to make yourself, your abilities, or your achievements seem less important

high-profile users, are often captured by various devices and apps before they disappear, but no other record of the purported Trump New Year’s Eve tweet exists. Moreover, news outlets regularly report upon notable Twitter deletions, a category into which the putative⁴ tweet unquestionably fell, but none covered this one. Politwoops catalogues deleted political tweets and maintains an archive for President-Elect Trump. According to that record, Trump’s most recent deleted tweet was sent on 25 December 2016 and pertained⁵ to a contemporaneous⁶ Fox News appearance. The majority of Trump’s December 2016 entries appeared to involve typographical errors (presumably prompting a deletion and reposting of some tweets). None of those deleted tweets expressed regret over winning the presidency, a love of power or revenge, sexual content, feelings of being unloved or inadequate, or made mention of anyone’s prostate⁷.

Originally published: 03 January 2017

Source: www.snopes.com/donald-trump-regretful-tweet/ access on 2017-01-05

Tasks:

— **Research** on other Tweets or news coverage about Donald Trump e.g. on the website of CNN, Fox News or the New York Times and e.g. americantoday.com, cbsnews.com or cnnnext.com.

— Try to **prove** whether the tweets or articles are bogus or not. Use the website snopes.com to **examine** your findings.

— **Discuss with a partner:** Why do people make fake news and spread them on the internet?

— **Brainstorm** on how you can identify fake news. Either draft a Mind Map on or a definition of ‘fake news’ that contains key features you have identified.

— Then **compose** a checklist for identifying fake news with 10 items.

- 4 generally thought to be or to exist, even if this may not really be true
- 5 to relate to or have a connection with something
- 6 /kənˌtɛm.pəˈreɪ.ni.əs/ happening or existing at the same period of time
- 7 /ˈprɒs.teɪt/ us /ˈpraː.steɪt/ Prostate

Marlies Lindemann ist seit 2009 Lehrerin für Englisch und Politik (Stammschule: Goethe-Gymnasium Düsseldorf) und seit 2013 abgeordnet an die Didaktik des Englischen an der Bergischen Universität Wuppertal. Dort ist sie Mitarbeiterin am Lehrstuhl von Prof. Dr. Diehr und forscht und lehrt im Rahmen des Master of Education bilingualer Unterricht. Kontakt: lindemann.marlies@t-online.de

Annika Lüchau unterrichtet am Carl-Friedrich-Gauß-Gymnasium in Gelsenkirchen Englisch und Politik/ Sozialwissenschaften (bilingual). Kontakt: luechau@gaussge.de