



Die Wahrheit hängt vom Nutzen ab

Alen Velagic

Fake News, Manipulation und Propaganda verweisen in den Netzen der globalen Wissens- und Informationsgesellschaft auf grundlegende Mechanismen der sozialen Reproduktion. Denn das Internet markiert eine entscheidende Wahlmöglichkeit zwischen dem Wahren und dem Falschen. Desinformation und Manipulation erscheinen dabei als legitime Mittel der politischen Kommunikation, in der es mehr und mehr darum geht, die Nützlichkeit einer gegebenen Information zu bestimmen. Zwischen normativen Bildungsvorstellungen und informellen Handlungspraktiken eröffnet sich mithin auch ein Raum, in dem Wahrheit und Lüge auf dem Spiel stehen. Abschließend konkretisiert der Autor seine Thesen mit einem einfachen (und medienpädagogisch einfach umsetzbaren) Anwendungsbeispiel für den Schulunterricht.

Fake news, manipulation and propaganda point to fundamental mechanisms of social reproduction in the networks of the global knowledge and information society. Because the Internet marks a crucial choice between the true and the false. Disinformation and

manipulation appear as legitimate means of political communication, in which it is more and more important to determine the usefulness of a given information. Between normative educational conceptions and informal practices, a space opens where truth and lies are at stake. Finally, the author concretizes his theses with a simple (and media-educationally easy to apply) application example for school lessons.

1. Einleitung

Neue Technologien werden von einer guten Portion Euphorie und Skepsis getragen. Wie es die befürwortende Seite gibt, die stets um die Positionierung eines positiven Nutzens bemüht ist, kann sich ebenfalls eine besorgte und kritisierende Seite identifizieren lassen, die Folgen und Nebenfolgen skizziert. Beide Positionen legitimieren ihre Existenz zuerst selbst und versuchen im nächsten Schritt, das Gegenüber von den eigenen Argumenten, Ideen und Visionen zu überzeugen. Solche Situationen finden sich zuhauf in sozialen Beziehungen und werden oft als *Meinungsverschiedenheit* bagatellisiert. Die Zusammensetzung des Begriffes *Meinungsverschiedenheit* deutet darauf hin, dass mindestens zwei verschiedene Meinungen aufeinandertreffen. Es handelt sich um eine Erkenntnis, der eine Differenzierung zugrunde liegt, wenn mindestens zwei Einheiten aufeinandertreffen und eine Unvereinbarkeit im Wahrnehmen, Denken oder Handeln festgestellt wird.

Mit der verstärkten Nutzung von digitalen Plattformen zur Kommunikation sind die Nutzenden in der Lage, sich mit Bekannten sowie Fremden auszutauschen, diese zu lesen und zu beobachten, auf Fragen zu antworten und Antworten auf gestellte Fragen

zu bekommen. Die Nutzungsmöglichkeiten des Internet sind breit und reichen von Nachrichtenkonsum bis hin zur Zahlung der monatlich fälligen Internetrechnung und der Beschwerde über eine defekte Straßenlaterne bei der Gemeindeverwaltung. Im Hinblick auf die Möglichkeiten der politischen Artikulation nimmt das Internet eine stärker werdende Rolle ein. Einerseits dienen die virtuellen Kommunikationsräume dem bereits erwähnten Nachrichtenkonsum. Gleichzeitig wird die Möglichkeit geboten, selbst zum Sender von Botschaften zu werden, die wir als *user-generated content* bezeichnen. Diese neue Mediennutzung steht im Zeichen der Reichweite und der Teilnahme, weshalb für William H. Dutton (2007) das Internet zur „5. Macht“ im Staat geworden ist.

Dabei haben *Social Media*-Plattformen das bisherige Verständnis der Massenmedien von einem Sender-Empfänger-Modell zu einem Sender-Empfänger-Sender-Modell verändert (Springer et al. 2014, 88). Es ist möglich geworden, mit einem geringen Aufwand andere Menschen zu finden, die eine ähnliche oder gleiche Meinung und Vorliebe aufweisen. Gleichzeitig sind neue Begriffe entwickelt worden, um die eigene Meinung und Wahrheit zu bestätigen und zu bewahren. So werden *Fake News* auch immer wieder den Anderen, den Fremden unterstellt, um mit Fakten oder Unwahrheiten das Gegenüber einer Lüge zu bezichtigen. Es wird sogar von einer *postfaktischen* Zeit gesprochen. Eine „friedliche Koexistenz von Interessen und Kulturen“, wie Manuel Castells (2001: 403) die virtuellen Räume in seiner Netzwerkgesellschaft beschreibt, erscheint weit entfernt.

Das Internet ist für politische Akteurinnen und Akteure heute von zentraler Bedeutung geworden. Einerseits bieten personalisierte Anzeigschaltungen die Möglichkeit, den Bürgerinnen und Bürgern die eigenen Botschaften dort zu servieren, wo diese sich aufhalten. Andererseits dienen die verschiedenen *Social Media*-Plattformen einer offenen, niederschweligen und intensiveren Kommunikation. Um die Diskussionen im Internet zu dominieren, bieten sich unterschiedliche Werkzeuge an. Längst sind nicht nur Trolle im Netz zu finden, die sich für die eine oder andere politische Fraktion einsetzen, um zu provozieren oder deren politische Position zu rechtfertigen. Daneben sind Anwendungen etabliert worden, die allgemein als *Bots* bezeichnet werden. Sie präsentieren und koordinieren Botschaften oder erhöhen durch vorge-täuschte Interaktion mit anderen Nutzenden die Sichtbarkeit.

Es finden sich verschiedene Möglichkeiten, die Nutzenden zu beeinflussen und mit Informationen zu versorgen. Aufgrund schwach ausgeprägter Medienkompetenz und mangelnder Kenntnis der Rechtslage ist es einfach, jemanden zu beeinflussen (bzw. zu manipulieren) und eine Meinung vorzugeben. Dieser Situation sind Menschen unabhängig von Alter oder Bildungsabschluss ausgesetzt.

2. Das Internet ist eine weitere Wahlmöglichkeit

In einem Beitrag über Bildungserwartungen an Medientechnologien räumt Petra Missomelius (2014: 77f) mit dem Freiheitsmythos mediengestützter Bildungsszenarien auf, der nicht von jegli-

chem Zwang befreit ist, sondern nur die Auswahlmöglichkeit erweitert. Für Ulrich Beck und Elisabeth Beck-Gernsheim (1994, 13) ist diese *Multioptionalität* ein wesentliches Merkmal postmoderner Gesellschaften. Es ist das Beschreibungsmuster der schneller wahrnehmbar gewordenen Ab- und Auflösungsprozesse bisheriger Lebensformen. Weiterhin bleiben normative und belohnende Rechte, Pflichten und Sanktionen bestehen, die auch eine gewisse Wahlfreiheit ermöglichen.

Als das Internet in den 1960er Jahren entwickelt wurde, geschah dies mit der Absicht, eine schnellere Wissensvermittlung der unterschiedlich voneinander entfernten Hochschuleinrichtungen in den Vereinigten Staaten zu ermöglichen. Der damals eingeleitete Bruch mit festgefahrenen Verhaltensmustern, wie Manuel Castells (2001, 5) wertschätzend konstatiert, hat menschliche Gesellschaftssysteme maßgeblich geprägt. Marshall McLuhan (2002, 120) verweist dazu auf Goldschmidts Rekonstruktion einer „Suchanfrage“ von Schriftstellern im Mittelalter, die zuerst gehofft und längere Zeit abgewartet haben, eine hilfreiche und weiterführende Antwort zu bekommen, ob jemand in einem Kloster etwas gelesen oder gehört hat. Erst danach konnten oder wollten sie ihre Schreibtätigkeit fortsetzen. Heutige Suchanfragen dauern indes wenige Sekunden und hängen von Internetverbindung und Rechnerleistung ab.

Sechs Jahrzehnte später bietet das Internet eine Vielzahl alternativer Nutzungsmöglichkeiten. Die zunehmende private Nutzung von Computern und Internetanschlüssen hat seit den 1990er Jah-

ren einen Entwicklungsschub ausgelöst, mit dem neue und vor allem günstigere Alternativen zu analogen Distributionswegen angeboten werden. Die Digitalisierung ist nicht mehr ein Thema einer technikaffinen Community in einer Garage oder einem Kellerlabor, sondern findet sich zunehmend in allen menschlichen Lebensbereichen wieder.

Gegenüber älteren Kommunikationstechnologien fallen beim Internet geringere Herstellungs- und Distributionskosten an. *Social Media*-Plattformen bauen diese Barrieren weiter ab und bieten *Browser*- oder *App*-Lösungen an. Dadurch wird die Teilnahme an Meinungsbildung und Wissensproduktion beschleunigt und erhöht. Gleichzeitig stellen diese Entwicklungen Menschen und Gesellschaften vor neue Herausforderungen. Es geht nicht mehr um die Ungleichheiten des technischen Zugangs, sondern um die Ungleichheiten der Nutzung (Jäckel 2011: 361). Mit dem Internet wird die politische Debatte um Glaubwürdigkeit und Wahrheit, Fälschung und Manipulation fortgesetzt, und zwar vor einem größeren Publikum, das selbst Reichweite und Sichtbarkeit erhält.

3. Desinformation und Manipulation als legitime Mittel der politischen Kommunikation

Auf den preußischen General und Militärphilosophen Carl von Clausewitz (* 1780– † 1831) geht eine Schlussfolgerung zurück, wonach Krieg lediglich die Fortsetzung der Politik mit anderen Mitteln ist (vgl. Clausewitz 2008: 29). In seinem Hauptwerk *Vom Kriege* setzt er sich daher mit den Einflussfaktoren auseinander,

die politische Akteurinnen und Akteure zwingen, strategisch und taktisch kriegerische Mittel einzusetzen, um dem Gegenüber den eigenen Willen aufzuzwingen. In der Konfliktforschung ist weiters von Friedrich Glasl (2004) ein Phasenmodell entwickelt worden, dass es ermöglicht, die Eskalation von Konflikten in Stufen darzustellen.

Jede Stufe weist bestimmte Instrumente auf, das Gegenüber zu überzeugen, zu schwächen oder zu besiegen. Mit Desinformation, *Fake News*, Propaganda und der Manipulation von Meinungen sind einige dieser Instrumente benannt. Sie verweisen auf eine Priorität, Versuche und Vorgänge zu beschreiben, die es ermöglichen, die Entscheidungen von Menschen zu beeinflussen. In demokratisch geprägten Staaten braucht es eine List, sich der Zustimmung der wahlberechtigten Bevölkerung zu versichern. So kann etwa über eine *moralisch verpflichtende* militärische humanitäre Intervention zwischen zwei kriegsführenden Konfliktparteien eingegriffen werden (Gašparević 2010). Romy Fröhlich (2002) zeigt an der Inszenierung von „leidender“ Weiblichkeit im Krieg, welchen Stellenwert Frauen für die mediale Wahrnehmung einnehmen können, damit z. B. die Regierung der Vereinigten Staaten gegen die des Irak in den Zweiten Golfkrieg (1990/91) ziehen oder die NATO die Regierung Ex-Jugoslawiens (1999) angreifen konnte. Auch Tanja Maier und Stefanie Stegmann (2003) verweisen auf die Instrumentalisierung von Weiblichkeit im *War on Terror*, den die Regierung der Vereinigten Staaten nach den Anschlägen vom 11. September 2001 begonnen hat.

Winfried Schulz (2011: 14) entzaubert die Transformation der Instrumente des politischen Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit (*Public Relations*), auf die politische Akteurinnen und Akteure sehr oft zurückgreifen. Er untersucht die Entwicklung von Propaganda oder Manipulation im Blick auf Berufe wie *Kommunikationsmanagement* oder *Medienberatung*. Der negativ konnotierte Begriff *Propaganda* gehört nach wie vor zum Repertoire der politischen Kommunikation. Diskreditiert worden ist der Begriff durch Regierungsformen mit faschistischer und kommunistischer Prägung (Schulz 2011: 291), weshalb die heutige Verwendung in demokratisch geprägten Gesellschaften oft zum *Negative Campaigning* gezählt wird. Dazu gehört der Versuch, ein negatives Bild des politischen Gegenübers zu zeichnen, um dessen Argumentation zu schwächen oder ein Feindbild für das Zielpublikum zu schaffen. Indem auf die Vorerfahrungen mit dem Begriff *Propaganda* zurückgegriffen wird, können Assoziationen mit dem Nationalsozialismus, Hitler- oder Nazi-Deutschland, Stalin, der Sowjetunion oder dem Kommunismus hergestellt werden.

Der Präsidentschaftswahlkampf in den Vereinigten Staaten 2016 hat zeitversetzt eine weitere Empörung ausgelöst, als nach der Wahl von Donald Trump bekannt geworden ist, dass die Firma *Cambridge Analytica* an Daten von *Facebook*-Nutzenden gekommen ist und diese zur Desinformation verwendet hat. Politische Kommunikation ist mithin mehrdimensional, setzt *crossmediale* Strategien ein und bindet das Arsenal digitaler Plattformtechnologien ein. Ausgangspunkt stellt dabei die Erfassung von Medien-

nutzungsverhalten, das in weiterer Folge in digitalen Werbeplattformen verarbeitet wird. Dadurch wird eine „Präzisionspropaganda“ ermöglicht, wie Scott und Ghosh (2018: 3) meinen.

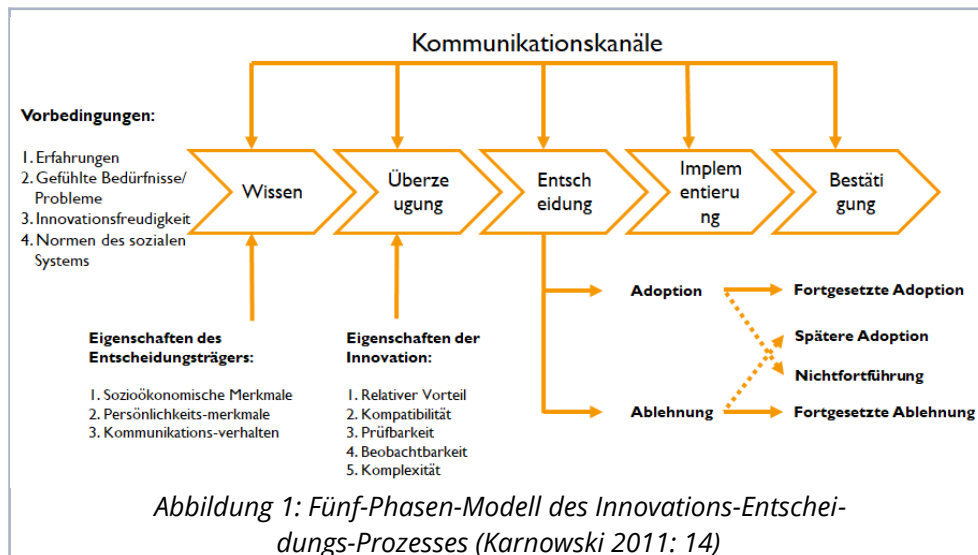
Alte Mechanismen, einen Bann auszusprechen und dadurch Tabus zu schaffen, verlieren indes an Gültigkeit. Nicht zuletzt wegen neuartiger sozialer Bindungen, die Fehlritte gelegentlich „durchlassen“. Was einst unaussprechlich zu sein schien, kann heute ganz normal sein.

4. Innovations-Entscheidungs-Prozess und die Nützlichkeit einer Information

Des Weiteren verfügt die Kommunikationswissenschaft über ein Arsenal an Methoden und Modellen, menschliches Verhalten und darauf wirkende Faktoren zu analysieren und zu beschreiben. Seit Paul F. Lazarsfelds Studie *The People's Choice* (1940) hat sich auf dem Feld der Meinungsforschung einiges getan. Mit dem Zwei-Stufen-Fluss-Modell der Kommunikation ist eine erste Hypothese formuliert worden, die den Informationsfluss von Massenmedien über persönliche *Zwischenkontakte* zu den Endkonsumentinnen und Konsumenten ermöglicht (Jäckel 2011: 127f). Diesen Zwischenstellen ist die Rolle der Meinungsführerschaft zugewiesen worden. Weitere Studien haben dazu geführt, das *Two-Step-Flow-Modell* zu modifizieren und von einem *mehrstufigen* und *mehrdimensionalen* Prozess der Kommunikation auszugehen (Jäckel 2011: 144), der mehrere, unterschiedlich starke Rollen der Meinungsführerschaft aufweist.

Diese sozialen Positionen werden neuerdings im deutschsprachigen Raum als *Influencer* bezeichnet. Menschen also, die andere Menschen mit Ideen „anstecken“. Dass Konzepte und Modelle verändert oder verworfen werden können, resultiert aus neuen Erfahrungen und bestehenden Wahlmöglichkeiten. Mit der Verbreitung digitaler Kommunikationsmöglichkeiten sind also auch neue Wege entstanden, eine Botschaft vom Sender direkt an den Empfänger zu bringen und so Deutungsverzerrungen durch Zwischenstellen zu verhindern. Diese Möglichkeit rückt ein anderes Modell in den Vordergrund, welches die Reduktion der Übertragungspunkte von Sender zu Empfänger in einem *Ein-Stufen-Fluss-Modell* der Kommunikation skizziert (Jäckel 2011: 155). Alle drei genannten Modelle haben zum Ziel, die Wirkung eines Mediums, einer Quelle oder eines Mittlers auf ein Individuum oder mehrere Individuen zu erklären.

Ein Modell, auf das ich in diesem Zusammenhang näher eingehen möchte, ist Teil der Diffusionsforschung, also der Erforschung räumlicher Ausbreitung von Innovationen. In Anlehnung an die Arbeit von Everett M. Rogers (1958 und 1962) hat Veronika Karnowski (2011) in einem Innovations-Entscheidungs-Prozess ein Fünf-Phasen-Modell angewendet (Abbildung 1), um die Annahme und Nutzung der *Social-Media*-Plattform *Facebook* zu erklären. Mit diesem Phasenmodell lässt sich die Annahme oder Ablehnung von Ideen, (neuen) Informationen oder Praktiken in sozialen Systemen aufschlüsseln und schrittweise darstellen.



Karnowskis Modell fußt zuerst in der Annahme, dass das nach Erklärungen suchende Individuum bereits Vorerfahrungen aufweist, „wie“ und „wo“ zu suchen ist. Es gibt also einen Wissensstand, auf den zurückgegriffen werden kann. Erst dann beginnt die eigentliche *Persuasion*, die Prüfung und Überzeugung auf persönliche Relevanz und Vorteil. Ist jemand der Meinung, eine Information hilft ihm oder ihr weiter, wird diese als nützlich, richtig und wahr bewertet. Mit dem Zweifel an der Nützlichkeit, beginnt sich die Situation zu ändern. Eine neue Wahrheit bildet sich. Dieses Phasenmodell hilft, Erfahrungen bzw. Lerneffekte als eine zusammenhängende Kette oder als *Prozess* darzustellen.

Ein relativer Vorteil einer Information trägt dazu bei, eine Herausforderung oder Situation zu lösen. Die persönliche Anwendung führt zur Überprüfung der Funktionalität, indem das Ergebnis zufriedenstellend ist oder nicht. Dadurch wird eine Beobachtung

möglich, die später zu einer Praxis wird, und zwar solange keine negativen Folgen eintreten oder absehbar werden.

Die Nützlichkeit einer Information führt zu einer positiven Bewertung. Eine Information hat zur Lösung eines Problems oder zur Beantwortung einer Frage beigetragen. Damit ist es bereits zu einer Anwendung und einer Erprobung gekommen. Die Information hat sich als richtig und zweckdienlich erwiesen. Dies erscheint gewiss simpel, doch erklärt es Phänomene, die wir allgemein als *Falschmeldung* oder *Propaganda* beschreiben.

5. Normative Bildungsvorstellungen und informelle Handlungspraxis

Mit dem Zugang zu unterschiedlichen Wissensarchiven im Internet stoßen normative Bildungsvorstellungen einer Gesellschaft auf informell erworbene Handlungspraxen (Balceris et al. 2014: 106). Es kollidieren mehrere Wahrheiten und Wirklichkeiten miteinander, womit ein Zwang für die Beteiligten entsteht, in Aushandlungsprozessen zu bestimmen, was für wahr und wirklich gehalten werden soll. Die Rolle der *Gatekeeper*, seien diese im Elternhaus oder in Bildungseinrichtungen, muss genauso reflektiert werden wie die verschiedenen Medienangebote. Die einstigen Barrieren, Informationen zu erhalten, sind aufgebrochen worden. Der Ab- und Auflösungsprozess menschlicher Praktiken passiert dadurch merkbar schneller; globale Wissensströme sind nur wenige Klicks entfernt. Die Hüter der Tradition (Giddens 1996) werden dabei schneller in Erklärungsnot gebracht, denn ihre formel-

haften Wahrheiten verlieren an Zauberkraft. Auch mit der (neoliberalen) Individualisierung in modernen Gesellschaften hat das Individuum mehr Risiko und Verantwortung zugewiesen bekommen (Beck und Beck-Gernsheim 1994: 14f). Die dafür nötigen Qualifikationen müssen erlernt werden, ob im schulischen Bereich oder auf Umwegen. Eine Lösung wird zwar in der Forderung nach Medienkompetenz verortet, die jedoch von den vorhandenen Ressourcen im Bildungsbereich abhängig ist. Digitale Wissensarchive können daher auch adäquate und vor allem gebührenfreie Lehrmaterialien sein, die Heranwachsende dabei unterstützen können, medienkritisch über Informationen und (Online-)Medien zu reflektieren.

Ein Wissensarchiv ist *Twitter*, das zugleich eine *Social Media*-Plattform ist. *Twitter* bietet neben der Möglichkeit, unterschiedliche Diskussionen zu verfolgen, auch eine simple Strukturierungsfunktion, die veröffentlichte Inhalte mittels *Hashtags* organisiert. Über die Funktion *explore* können ebenfalls Begriffe gesucht werden. Zudem gibt es Suchfilter oder die *Erweiterte Suche*, wenn umfangreiche Recherchen durchgeführt werden sollen. *Twitter* ist auch ein wichtiger Kommunikationsdienst für Medienleute und Politik-Profis. Gleichzeitig bietet es einen offenen und niederschweligen Austausch zwischen unterschiedlichen Politikakteurinnen und -akteuren (Ausserhofer et al. 2012: 6). Medienleute verfolgen das Tagesgeschehen via *Twitter* und greifen auf *Tweets* zurück, um z. B. über gesellschaftspolitisch relevante Themen zu berichten.

So ist die deutsche Bundestagsabgeordnete Erika Steinbach von der *Christlich Demokratischen Union* (CDU) in die Schlagzeilen gekommen, als sie im Februar 2016 einen *Tweet* veröffentlichte, mit dem sie die Zuwanderung in Deutschland thematisierte (Abbildung 2). Steinbach provozierte mit einem Foto, das ein blondes, hellhäutiges Kind zeigt, umgeben von Menschen mit dunklerer Haar- und Hautfarbe. Die Überschrift *Deutschland 2030* setzte das Foto in den Kontext von Überfremdung und Bevölkerungsaustausch, im Grunde Themen der *Alternative für Deutschland* (AfD).



Abbildung 2: Tweet von Erika Steinbach über Zuwanderung in Deutschland vom 27. Februar 2016 (Screenshot)

Über ein mögliches Motiv des veröffentlichten *Tweets* kann freilich spekuliert werden. Über 12.000 *Twitter*-Nutzende haben auf Stein-

bachs *Tweet* ihrerseits mit *Tweets* reagiert, die ablehnend, aufklärend, beschimpfend, teilend und unterstützend gewesen sind (Abbildung 3). Deutschlands Medien griffen die Veröffentlichung auf, internationale Medienhäuser folgten. Daher konnten selbst jene den *Tweet* sehen, die *Twitter* nicht oder selten nutzen. Steinbach verließ ein Jahr später die CDU sowie die CDU/CSU Fraktion im Bundestag.



Der Inhalt des ursprünglichen *Tweets* hat eine Situation ermöglicht, die das Aufeinandertreffen von verschiedenen Meinungen, Wahrheiten und Wirklichkeiten zeigt. Auf der einen Seite finden sich *Twitter*-Nutzende, die sich gegen die dargestellte Szene aussprechen. Andere verweisen auf die Entstehungsgeschichte des

Originals und auf den Missbrauch, in welchem Kontext das Foto steht. Sie haben auf das Wissen zurückgegriffen, das ihnen z. B. im Schulunterricht vermittelt worden ist. Auf der anderen Seite finden sich jene *Twitter*-Nutzende, die sich z. B. abfällig und diskriminierend über die sendende Person äußern, um dadurch zum Ausdruck zu bringen, was sie von der Veröffentlichung halten.

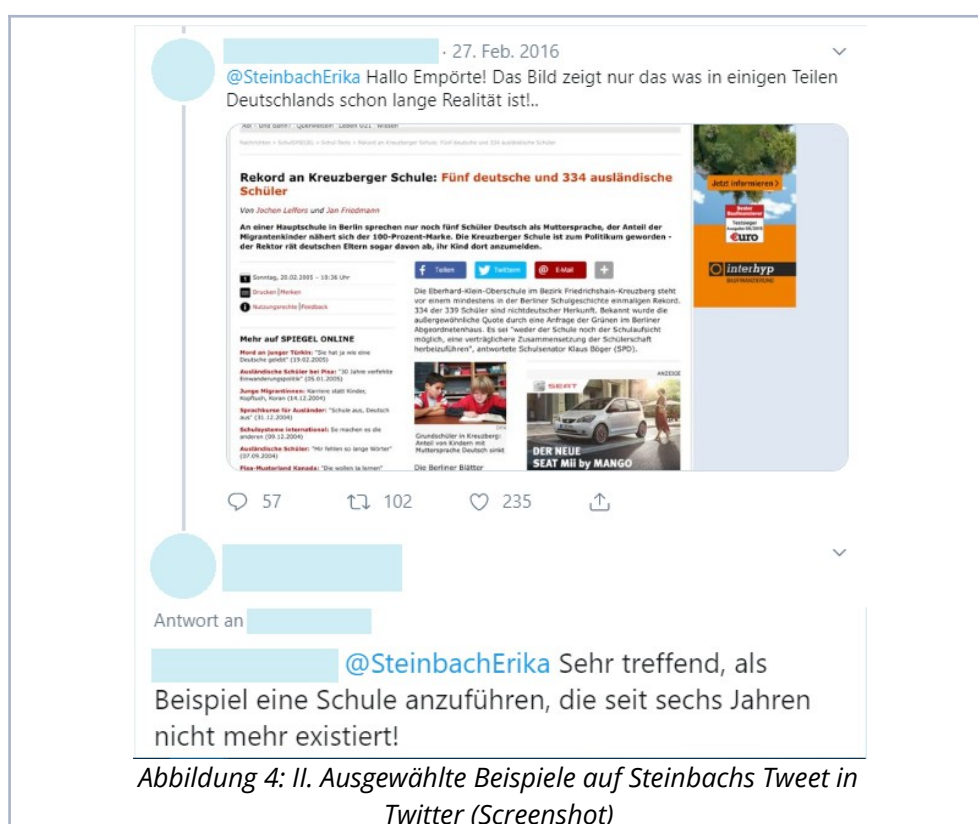


Abbildung 4: II. Ausgewählte Beispiele auf Steinbachs Tweet in Twitter (Screenshot)

Andere wiederum haben den *Tweet* als Bestätigung ihrer Sicht auf die Wirklichkeit gedeutet, sich unterstützend geäußert und *retweetet* (geteilt). Botschaften können also jemanden motivieren, eine enthaltene Information als Legitimation für weiteres Handeln zu deuten, um z. B. gegen bestimmte Gruppen zu hetzen,

seien es Ethnien, Religionsgemeinschaften oder *Communities* wie LGBTIQ. In diesem Zusammenhang kann eine informell erworbene Handlungspraxis auch dazu führen, geltendes Recht zu brechen.

6. Ein Anwendungsbeispiel für den Schulunterricht

Tagespolitische Debatten finden nicht bloß in Parlamenten, diversen TV-Formaten im Abendprogramm, in diversen Zeitungen, Onlineformaten oder anderen Arenen statt. Angesichts der großen Auswahl an verschiedenen Kanälen und Kommunikationsräumen, in denen über das Tagesgeschehen diskutiert oder informiert werden kann, braucht es einen eigenen Raum, sich über Inhalte und Motive der Sendenden zu informieren. Im Hinblick auf Heranwachsende ab dem 14. Lebensjahr plädiere ich für das folgende Anwendungsbeispiel, um dort anzusetzen, wo ein geschützter Raum gegeben ist, nämlich im schulischen Bereich.

Medienkompetenz beschreibt dabei Fähigkeiten, unterschiedliche Medien zu nutzen sowie die verschiedenen Medien und Medieninhalte zu verstehen und zu hinterfragen. Des Weiteren gehört die Verarbeitung von Inhalten dazu. Die Bewertung einer Information als echt/unecht oder wahr/unwahr entscheidet über die weitere Verwendung dieser Information. Was jemand weiß, wirkt auf das Verhalten. In diesem Zusammenhang soll Medienkompetenz dazu beitragen, Wissen aufzubauen, zu reflektieren und weiterzugeben. Durch die Entwicklung von Haltungen soll das Indivi-

duum in der Lage sein, Entscheidungen zu treffen, die nicht nachteilig sind.

Balceris et al. (2014, 117) haben ein pädagogisches Handlungskonzept entwickelt, um digitale Wissensarchive im formalen Kontext Schule zu verwenden. Obwohl sich dieses Konzept auf die Onlineenzyklopädie *Wikipedia* bezieht, können mehrere Kategorien für das folgende Beispiel übernommen werden:

1. *Ausstattung bzw. technische Konnektivität*: Öffentlich zugängliche Inhalte einer *Social Media*-Plattform sind in der Schule oder von Zuhause über *Desktop*- oder *Mobile-Browser* abrufbar. Eine Registrierung bei der jeweiligen Plattform wird nicht vorausgesetzt.
2. *Regel- und werteabhängige Verbindbarkeit*: Die Schülerinnen und Schüler dürfen in der Schule und Zuhause auf die jeweilige Plattform zurückgreifen, um Aufgabenstellungen zu lösen.
3. *Vernetzungsgrad*: Eigene Erfahrungen und Expertisen können aus informellen Kontexten in Bezug auf *Social Media* in schulische Zusammenhänge eingebracht werden.
4. *Verbindungsfähigkeit des Akteurs*: Die Schülerinnen und Schüler können die Veröffentlichungen in der jeweiligen *Social Media*-Plattform kritisch lesen und bewerten, um so über ggf. eigene sowie fremde Beiträge reflektieren zu können.

Die Durchführung des Beispiels setzt sich aus einem mehrstufigen Prozess zusammen, um eine Schulklasse in Gruppen und Teams von drei oder mehr Personen arbeiten zu lassen. Die Betreuung liefert den *Input* (Methoden, Gesetzestexte, ...) und setzt *Regeln* (Anzahl der Gruppen und Teams, Zeit, Aufgabenstellung, ...) fest. Das Beispiel in Abbildung 2 bietet sich als Problemstellung an, um die technische Nutzung von *Social Media*, die Berichterstattung in Medien über ein bestimmtes Ereignis, die Reaktionen

im Internet sowie damit verbundene rechtliche Aspekte im Schulunterricht behandeln zu können. Die Ergebnisse werden in Referaten allen Beteiligten präsentiert und anschließend gemeinsam diskutiert.

In einer *ersten Gruppe* befassen sich die Mitglieder mit den verschiedenen Funktionen einer *Social Media*-Plattform. In diesem Fall ist es *Twitter*. Geklärt werden soll, welche Möglichkeiten *Twitter* bietet, mit Nutzenden zu kommunizieren und was die einzelnen Funktionen (*Tweet*, *Retweet*, ...) sind. Um diese Aufgabenstellung zu lösen, können diverse Onlinemedien (Tageszeitungen, *Blogs*, *YouTube*-Kanäle, ...) verwendet werden.

Eine *zweite Gruppe* recherchiert dann über die Berichterstattung zu einem bestimmten Ereignis. In diesem Fall handelt es sich um den in Abbildung 2 dargestellten *Tweet* von Erika Steinbach. Gefunden, verglichen und hinterfragt werden sollen unterschiedliche Artikel in Onlinemedien (Tageszeitungen, *Blogs*, ...), die z. B. ablehnend, aufklärend, verurteilend sowie unterstützend sein können. Eine Möglichkeit, Aussagen rasch zu strukturieren, ist die bekannte Formel von H. D. Lasswell (Jäckel 2011: 79): *Wer sagt – was – in welchem Kanal – zu wem – mit welchem Effekt?* Harold D. Lasswells Formel kann u. a. in *Wikipedia* recherchiert werden.

In einer *dritten Gruppe* werden die Reaktionen im Internet betrachtet und mögliche rechtliche Auswirkungen diskutiert. Auch hier lässt sich die *Lasswell-Formell* anwenden. Die Reaktionen dienen als Beispiele und können über *Twitter* oder über andere *Social Media*-Plattformen oder *-Foren* gesammelt werden. Den Grup-

penmitgliedern wird ein *Pool* an Gesetzestexten (Beleidigung, Persönlichkeitsrecht, Üble Nachrede, Verhetzung, Verleumdung, ...) zur Verfügung gestellt, um die gesammelten Beispiele erfassen und einordnen zu können. Dafür bietet in Österreich das *Rechtsinformationssystem des Bundes* (RIS) eine nützliche Datenbank (www.ris.bka.gv.at). Für die finale Präsentation sind Namen und Profilbilder der Sender zu anonymisieren.

7. Conclusio

Durch die Erfahrung, wie Medien funktionieren und welche Folgen Aussagen und Veröffentlichungen haben können, die z. B. auf *Fake News* oder Unwahrheiten beruhen, wird Heranwachsenden durch eine dezidiert medienkritische Medienpädagogik in der konkreten Unterrichtspraxis ermöglicht, Entscheidungen zu treffen, die sie weiterbringen und nicht im Konflikt mit geltendem Recht stehen. Denn diesbezügliche Entscheidungen bleiben nicht folgenlos ...

Literatur

Ausserhofer, Julian/Kittenberger, Axel/Maireder, Axel (2012): Twitterpolitik. Netzwerke und Themen der politischen Twittersphäre in Österreich, online unter: https://www.unvie.ac.at/twitterpolitik/studie/TwitterPolitik_Studie.pdf (letzter Zugriff: 17.09.2019).

Balceris, Michael/Aßmann, Sandra/Herzig, Bardo (2014): Informationskompetenz in formalen und informellen Kontexten – Entwicklung eines pädagogischen Handlungskonzeptes am Beispiel

von Wikipedia, in: Missomelius, P., Sützl, W., Hug, T., Grell, P., Kammerl, R. (Hg.): Medien – Wissen – Bildung: Freie Bildungsmedien und Digitale Archive. Innsbruck: University Press, 105–126, online unter: https://www.uibk.ac.at/iup/buch_pdfs/freie-bildungsmedien_web.pdf (letzter Zugriff: 17.09.2019).

Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (1994): Individualisierung in modernen Gesellschaften – Perspektiven und Kontroversen einer subjektorientierten Soziologie, in: Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (Hg.): Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 10–42.

Castells, Manuel (2001): Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie. Das Informationszeitalter, Opladen: Leske + Budrich.

Clausewitz, Carl von (2008): Vom Kriege, Hamburg: Nikol.

Dutton, William H. (2007): Through the Network of Networks – The Fifth Estate. 55RN eLibrary, online unter: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1134502 (l. Zugriff: 17.09.2019).

Fröhlich, Romy (2002): Die mediale Wahrnehmung von Frauen im Krieg: Kriegsberichterstätterinnen und Kriegsberichterstattung aus Sicht der Kommunikationswissenschaft, in: Albrecht, U., Becker, J. (Hg.): Medien zwischen Krieg und Frieden, Baden-Baden: Nomos, 182–193.

Gašparević, Matija (2010): Die Lehre vom gerechten Krieg und die Risiken des 21. Jahrhunderts – der Präemptivkrieg und die militärische humanitäre Intervention. Dissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität in München, online unter: https://edoc.ub.uni-muenchen.de/15885/1/Gasporevic_Matija.pdf (letzter Zugriff: 17.09.2019).

Giddens, Anthony (1996): Leben in einer posttraditionellen Gesellschaft, in: Beck, U., Giddens, A., Lash, S. (Hg.): Reflexive Moderni-

sierung. Eine Kontroverse, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 113-194.

Glasl, Friedrich (2004): Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, 8. aktualisierte und ergänzte Auflage, Bern/Stuttgart/Wien: Paul Haupt.

Jäckel, Michael (2011): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung, 5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: VS Verlag.

Karnowski, Veronika (2011): Diffusionstheorien, Baden-Baden: Nomos.

Maier, Tanja/Stegmann, Stefanie (2003): Unter dem Schleier. Mediale Repräsentation im „Krieg gegen den Terror“, Feministische Studien 21(1), 48-57.

McLuhan, Marshall (2002): Absolute Marshall McLuhan, Berlin: orange-press.

Missomelius, Petra (2014): Bildungserwartungen und Medienkulturen, in: Missomelius, P., Sützl, W., Hug, T., Grell, P., Kammerl, R. (Hg.): Medien – Wissen – Bildung: Freie Bildungsmedien und Digitale Archive. Innsbruck: University Press, 73-86, online unter: https://www.uibk.ac.at/iup/buch_pdfs/freie-bildungsmedien_web.pdf (letzter Zugriff: 17.09.2019).

Schulz, Winfried (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung, 3., überarbeitete Auflage, Wiesbaden: VS Verlag.

Scott, Ben/Ghosh, Dipayan (2018): Digitale Werbung und politische Propaganda. Wie mit Technologien der digitalen Werbeindustrie Desinformation im Netz verbreitet wird, online unter: https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/scott_ghosh_digitale_werbung_und_politische_propaganda.pdf (letzter Zugriff: 17.09.2019).

Springer, Nina/Pürer, Heinz/Eichhorn, Wolfgang (2014): Computervermittelte Kommunikation, in: Pürer, H. (Hg.): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 2. Aufl. Konstanz und München: UVK, 88–107.