

Dokumentation Workshop 3/2: „'Fake News unfaked' – Strategien zur Entwicklung kritischer Medienkompetenzen“

Workshopleitung: Sebastian Zollner (Jugendbildungsstätte in Würzburg)

Der Workshopleiter Sebastian Zollner, der an einer Jugendbildungsstätte in Würzburg tätig ist und sich mit der Thematik „Sprach- und Diskriminierungskritik“ intensiv beschäftigt, bediente sich verschiedener Formate, zwischen denen er meisterhaft wechselte: Input, Diskussionen und Gruppenarbeit. Die digitalen Abstimmungen, die an diversen Stellen des Workshops integriert wurden, sorgten zudem für ein interaktives Element.

Zur Einführung konnten die Teilnehmenden mit Hilfe eines Tools (menti.com) prüfen, wie sie selbst ihre Fähigkeit einschätzen, die Fake News zu erkennen. Eine zentrale Frage war dabei, welchen Quellen (z.B. ARD, Bild-Zeitung, Instagram, Whatsapp) wir vertrauen. Es wurden Beispiele von Fake News vorgestellt und besprochen, die u.a. ihren Eingang in die „klassischen“ Medien (Nachrichtensendungen auf staatlichen Kanälen) gefunden haben. Man setzte sich mit der Begrifflichkeit auseinander und diskutierte über Unterschiede zwischen den Termini wie „alternative Fakten“, „Falschmeldung“, „Desinformation“ und „Propaganda“. Die besprochenen Hilfestellungen zur Entlarvung von Fake News hat man anschließend versucht, in kleinen Gruppen bei der Analyse der (digitalen) Zeitungsartikel anzuwenden. Am Schluss wurden Strategien vorgestellt, wie die Fake News erkannt werden könnten. Die Reflexionsarbeit sollte dabei folgende Aspekte berücksichtigen: Ist die Quelle seriös? Wer ist der Verfasser? Stimmt das Datum? Sind die Bilder bearbeitet? Stimmen sie mit dem Inhalt des Artikels überein? Um welche Textsorte handelt es sich? Ist die Ausdrucksweise neutral? Oder werden Emotionen geschürt? Werden Vorurteile in Gang gesetzt?

Der Workshop demonstrierte, dass die Produktion von Fake News in der Zeit der Digitalisierung mit wenig Aufwand und ohne anspruchsvolle technische Ausstattung möglich ist. Mindestens genauso simpel gestaltet sich die Manipulation der Authentizität der Beiträge, besonders wenn diese mittels Mobiltelefons – bei Kindern und Jugendlichen ein so populäres Gerät – versendet werden. Diese Zielgruppe soll durch gezielte Schulungen für den kritischen Umgang mit Medien gewappnet werden.