

Ergebnisprotokoll

III Politisches Fachgespräch: Politische Bildung und Grundbildung NRW

„Demokratiebildung und Teilhabe in der Informationsgesellschaft:

Wie sollen und können Bildungseinrichtungen auf „Meinungsmache“ per YouTube reagieren?“



Das Fachgespräch Politische Bildung und Grundbildung im Rahmen des Projekts BasisKomPlus fand zum dritten Mal statt. Bei diesem Expertengespräch standen die Veränderungen der Informationsgewinnung und politischen Berichterstattung über neue Kanäle im Mittelpunkt. Diese Veränderungen wurden in ihrer Bedeutung für die Grundbildung analysiert.

Termin: 07.11.2019, 12:30 bis 15:45 Uhr

Ort: DGB Haus Düsseldorf

Teilnehmende:

- Dr. Jana Trumann, Universität Duisburg-Essen
- Beate Schmitz, DGB Bildungswerk NRW
- Martina Peukert, VHS Oberhausen
- Meike Altenkamp, VHS Essen
- Günter Hinken, VHS Essen
- Tanja Bergmann, Alfa-Netzwerk
- Elke Hülsmann, DGB Bildungswerk
- Jonas Israel, Landeszentrale für pol. Bildung

Experten:

- Daniel Weimert, Mercator fellow
- Philipp Sanke, Landeszentrale für pol. Bildung

sowie das Team von BasisKomPlus mit Andreas Gronemeyer, Barbara Kröger und Mento, Patrick Körner sowie die Leitung von Arbeit und Leben NRW, David Mintert.



YouTube ist für mich ...



Ich nutze YouTube für politische Inhalte privat oder im Job...



- VHS - Wegweiser
- Erklärvideos / Alltagsthemen schnell lösen
- Musik, (Info) Vorträge
- Dokus
- Tutorials
- Job: Trägermedium, Konferenzen Live, Verbreitung
- Privat: Tutorials, pol. Infos, Unterhaltung generationenüberschreitend
- Beispiele für Argumentationen
- Catch-up von Veranstaltungen
- Info-Recherche zu Personen und Themen
- Privat: möglichst wenig
- Recherche beruflich
- Recherche
- (Satire-)Sendungen
- Wissen zur Organisation von Veranstaltungen
- Youtuben = googlen
- Privat / Beruflich
- Privat - Unterhaltung
- Musikvideos
- Forschung / Unterhaltung
- Einführung / Informationsinput
- Musik
- weitere Öffentlichkeit für Arbeitsergebnisse
- vielfältige Themen (Informationen, „Hilfe im Alltag“, Seminargestaltung)
- Kontakt zwischen Generationen
- Aufsuchende pol. Bild.

Theorie-Praxis-Diskurs zur Nutzung und Wirkweise von YouTube in der politischen (Grund)Bildung

Politische Informationen im Netz – ein Überblick (15 Minuten)

Philipp Sanke, Referat Digitale Medien der LZpB NRW, dort Produktion von Medien zur politischen Bildung seit 1994, Betrieb eines YouTube-Kanals seit 2007

* Welche Formate und Infoquellen zu politischen Themen und politischer Bildung gibt es auf YouTube und in anderen Online-Video-Quellen?

* Welche traditionellen & welche „neuen“ Anbieter gibt es? Worin unterscheiden Sie sich?

* Was für neue Formate haben sich auf YouTube entwickelt, die es im linearen Fernsehen nicht gab? Was sind ihre wesentlichen Merkmale?

Form: Power Point Vortrag mit eingebetteten YouTube Beispielen

Die Power Point befindet sich in der Anlage zum Ergebnisprotokoll.

Bei dem Punkt Medienhistorie und Gegenwart verweist Philipp Sanke auf die Notwendigkeit sich nach der früheren eindimensionalen Mediennutzung auf eine neue Vielfalt einzustellen, die ihren vorläufigen Höhepunkt bei YouTube findet. Kennzeichnend ist die günstige Herstellungsweise und Nicht-Linearität. Es bleiben alte Medienfragen, wie die Qualität der Inhalte, Kennzeichnungen und Interessengebundenheit. In verschiedenen Beispielen wurden die Akteure vorgestellt: Etablierte TV-Sender/Verlage, prof. Journalisten oder kleinere Firmen und Influencer. Die Verweise auf Beispiele aus diesen Gruppen finden sich in der Power Point und können nochmals angeschaut werden.

Als Fazit zu den politischen Infos auf YouTube bleibt: Es gibt eine große Anbietervielfalt – aber wenig Transparenz. Es sind viele, sehr unterschiedliche, Formate in der Praxis zu sehen und damit ein großes Meinungs- und (Des)informationsspektrum. Der Umgang mit ihnen in der eigenen Bildungspraxis bleibt eine Bildungsherausforderung. Rechtlich ungeklärt ist die Vorführung. Neben You Tube halten die weiteren Formen der meinungsbildenden Austauschplattformen (Facebook, Instagram o.a.) neue Herausforderungen bereit.

Herausforderung Manipulation öffentlicher Meinung im Netz: Formen, Gefahren und Umgangswege – Wie sollen und können Bildungsinstitutionen auf „Meinungsmache“ per YouTube reagieren? (20 Minuten)

Daniel Weimert, Mercator Stipendiat für Internationale Angelegenheiten, Thema: Strategien zur Verteidigung gegen manipulative Desinformationskampagnen

* Wie erkennen wir Manipulation in den neuen Medien im Netz (in verschiedenen Formen) und welche Auswirkungen haben sie? Was ist gefährlich?

* Was ist Desinformation, Verschwörung, Manipulation? Beispiele für Manipulationen, die man auf YouTube finden kann.

* Wie kann verhindert werden, dass die Lüge Wirkung erzielt? Wie schafft man es, dass die Wahrheit Wirkung entfaltet?

* Wie erkennt man digitale Manipulation? Wie kann man Urteilsfähigkeit und Resilienz schulen?

Power Point Vortrag mit Beispielen aus der Praxis, Informationsinputs, Beispiele YouTube und Manipulation bei Facebook und Twitter

Die Power Point befindet sich in der Anlage zum Ergebnisprotokoll.

Der Vortrag von Daniel Weimert befasste sich mit den Formen politischer Desinformation und daraus resultierender Manipulationen der öffentlichen Meinung im Internet, sowie Methoden zur Identifikation derartiger Kampagnen. In einem ersten Schritt unterschied er gezielte Desinformation von dem allzu schwammigen, wenn auch in den letzten Jahren populären Begriff „Fake News“. Gezielte Desinformation tritt indessen nicht nur in der Gestalt schlicht unwahrer oder einseitiger Berichterstattung auf, sondern kann verschiedene Formen annehmen. Im Hauptteil des Vortrags stellte Weimert vier verschiedene Erscheinungsformen oder „Taktiken“ derartiger digital eingesetzter Desinformationskampagnen vor:

(1) **Netzwerke alternativer Medien**, die Weimert am Beispiel rechtspopulistischer und rechtsradikaler Publikationsorgane illustrierte. In diesen Netzwerken greifen Plattformen und Kanäle typischerweise die Beiträge gleichgesinnter Organe auf, die hierdurch eine deutlich höhere Präsenz im Internet erlangen, was auch zu einer größeren Glaubwürdigkeit führt. Zudem wird durch das wechselseitige Aufgreifen von Beiträgen die Nachvollziehbarkeit erschwert, welche Plattform einen bestimmten Beitrag zuerst publizierte – und hierdurch gestaltet sich die Überprüfung des Inhalts jenes Beitrags als besonders aufwendig.

(2) **Skandalöse/Parteiische Inhalte** indessen – für die Weimert exemplarisch die Social-Media-Aktivitäten der AfD aufgriff – erzielen durch ihre Aufmachung und die dadurch ausgelöste Entrüstung rasch eine hohe Verbreitung in sozialen Medien. Und selbst, wenn sich anschließend herausstellen sollte, dass die skandalösen Aussagen nicht der Wahrheit entsprachen, sind sie einerseits bereits in die Welt gesetzt und andererseits hierdurch und aufgrund jener hohen Verbreitung deutlich sichtbarer, als konkurrierende Inhalte. Hier ist es das Spiel mit den zu erwartenden emotionalen Reaktionen, das bei der Verbreitung und Verfestigung von Desinformationen ausschlaggebend ist.

(3) **Coordinated Inauthentic Behavior** stellte Weimert anhand eines Falls aus Rumänien vor: Hier konnten einige Nachrichtenplattformen als Komparsen der rumänischen sozialdemokratischen Partei entlarvt werden, die zwar öffentlich vorgaben, unabhängig zu sein, faktisch jedoch auf die gleiche Organisation zurückgingen. Durch den Gestus der Unabhängigkeit und die Strategie, ähnliche Beiträge zeitlich koordiniert zu publizieren, können Organisationen Glaubwürdigkeit erhaschen und ihrer Agenda eine hohe Reichweite sichern. Mitunter lässt sich eine solche Strategie bereits anhand des gleichzeitigen Publikationsverhaltens entsprechender Plattformen und Organe identifizieren.

(4) **Informationswäsche** war die letzte von Weimert präsentierte Desinformationsstrategie. Ähnlich wie bei der Geldwäsche und häufig praktisch verflochten mit der anfangs thematisierten Strategie – dem Einsatz von Netzwerken alternativer Medien – können sich Beiträge und Inhalte von dem Verdacht, auf parteiisch-problematische Quellen zurückzugehen, befreien, indem sie nacheinander von anderen Medien zitiert werden und dabei auch die Angabe der Quelle dem jeweils vorhergehenden Medium angepasst wird. So wurde in Weimerts Beispiel ein israelfeindlicher Artikel eines iranischen Nachrichtenportals von einem afrikanischen Publikationsorgan aufgegriffen, auf das schließlich eine weitere afrikanische Nachrichtenplattform zurückverwies und die ursprüngliche Quelle des iranischen Nachrichtenportals somit verdeckt und damit der entsprechende Beitrag „gewaschen“ wurde.

Weimert zog am Ende das Fazit, dass es somit diverse Spielarten gezielter Desinformation im Netz geben kann und es mitunter umfangreiche Recherchen und die Nutzung professioneller Tools benötigt, um etwa der Quelle einer Desinformation oder dem aufeinander abgestimmten Verhalten vorgeblich unabhängiger Nachrichtenportale auf den Grund gehen zu können. Neben der Gefahr, die von solchen Desinformations- und Manipulationskampagnen für die öffentliche Meinung ausgeht, ergibt sich hierdurch auch eine schwerwiegende Herausforderung für die Bestimmung des Inhalts und die Vermittlung von Medienkompetenz.

Diskussion in der Expertenrunde mit

Jonas Israel, Philipp Sanke, Vertreter Video-Kanal/YouTube der Landeszentrale für politische Bildung

und Daniel Weimert, Fachmann für manipulative Desinformationskampagnen



Leitfragen:

1. „Mögliche Ziele und Absichten von Bildungsarbeit *über* YouTube und andere digitale Medien“

Wie kann man im Zeitalter von Digitalisierung & Fake News dringend notwendige Informations-, Medien- und damit auch Demokratie-Kompetenzen fördern? Welche Strategien, welche Ansätze, welche Tools gibt es? Welche Quellen und Materialien existieren bereits, welche bieten sie selber an, welche von anderen Anbietern und Institutionen sind empfehlenswert? Was fehlt noch, wo gibt es Defizite?

2. „Ziel und Absicht von Bildungsarbeit *mit* YouTube“

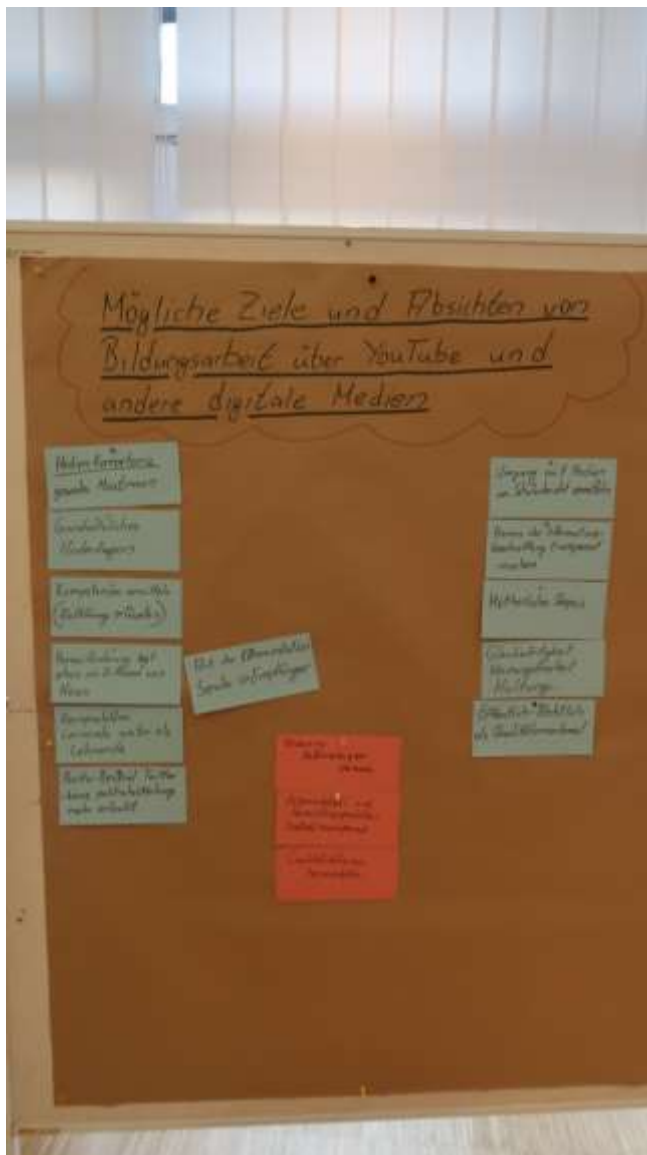
Wie lang machen Sie schon Bildungsarbeit auf YouTube? Was waren, was sind die Ziele ihrer Bildungsarbeit? Sind Sie bisher erfolgreich mit ihrer Strategie? Wo sehen Sie Defizite / Änderungsbedarf? Welches Ziel wollen Sie in Zukunft anstreben? Mit welchen anderen Medien und Kanälen steht YouTube in Verbindung? Was für Vernetzungspotenziale gibt es?

3. „Perspektiven der Bildungsarbeit auf Social Media-Kanälen“

Erfolgt eine Verlagerung der politischen Meinungsbildung ins Netz über YouTube? Welche Gefahren, welche Chancen entstehen hieraus? Welche gesellschaftspolitischen Aufgaben erwachsen für die Weiterbildung?

Die Diskussion umfasste aus Zeitgründen die gesamten Fragenkomplexe und bezog die Grundbildung mit ein.

Die verschiedenen Aspekte der Diskussion wurden auf Karten zusammengefaßt:



- Prozess der Informationsbeschaffung transparent machen
- Umgang mit Medien im Schulunterricht vermitteln
- Öffentlich-Rechtlich als Qualitätsmerkmal
- Glaubwürdigkeit Meinungsfreiheit Haltung
- Methodische Skepsis
- Art der Kommunikation Sender -> Empfänger
- Diskursive Hoffnungslosigkeit vermeiden
- Argumentations- und Vermittlungspraktiken (selbst) transparent
- Qualitätskriterien herausstellen
- Medienkompetenz: gesundes Misstrauen
- grundsätzliches Hinterfragen
- Positiv-Beispiel Twitter: keine politische Werbung mehr erlaubt
- Kernproblem Lernende weiter als Lehrende
- Herausforderung liegt schon im Erfassen von News
- Kompetenzen vermitteln (Aufklärung -> Quellen)

Zum Fazit kamen nach der Diskussionsrunde noch einmal Philip Sanke und Daniel Weimert zu Wort:

Philipp Sanke: Die Fragen gegenüber den Medien sind die gleichen geblieben. Der Frage der medialen Vermittlung muss man sich verstärkt und mit mehr Intensität stellen. Das Problem ist, dass es keinen gemeinsamen Informationsbereich mehr gibt. Man muss bei den verschiedenen Zielgruppen in der Bildungsarbeit Basisfragen und Lebenswirklichkeit miteinander verbinden.

Daniel Weimert: Die vorgestellten Taktiken sind eine Herausforderung, es war keine Präsentation über die Wirkung dieser Herausforderungen. Es sollte für jede Falschnachricht eine richtige Nachricht erstellt werden. Hoffnungslosigkeit gibt es nicht. Bildungseinrichtungen haben hier eine wichtige Schlüsselrolle.

Zum Abschluß wurde mittels des Tools Mentimeter vor dem Hintergrund der vorherigen Diskussion nach den Risiken und Potentialen YouTubes für die Grundbildung gefragt:

Welche Risiken hat YouTube für die politische Grundbildung?



Welche Potentiale hat YouTube für die politische Grundbildung?



Kurz vor Schluss stand ein Kurzfazit von David Mintert und der Ausblick auf das nächste Expertengespräch. Dieses wird sich mit der Praxis der Nutzung digitaler Methoden in der politischen Grundbildung beschäftigen. Ein Termin wird kurzfristig korrespondiert.

Für die politische Arbeit nehmen die Anwesenden mit:

- * Querschnittsaufgabe Medienkompetenz
- * Komplexeres und komplizierteres Thema als gedacht
- * Reduzierung und Vereinfachung der Komplexität notwendig
- * in der Grundbildung muss viel mehr passieren (Verantwortung dies voran zu treiben)
- * Selbst die Teilnehmenden in die Medienarbeit einbeziehen (eigene Videos machen)
- * TN auf Augenhöhe begegnen und selbst machen lassen
- * medienkritisches Seminar im Bereich der pol. Bildung
- * Gelingensbedingungen entwickeln und erproben, die das reale Nutzungsverhalten digitaler Medien der Bildungsadressat*innen berücksichtigen
- * Medienkompetenz benötigt eine grundlegende methodische Schulung der Urteilskraft
- * eigene Verstärkung der Angebote

Für das Protokoll

Team BasisKomPlus