



Herzlich willkommen zum DigiTalk

Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen!

-  Bitte stellen Sie Ihr Mikrofon stumm, wenn Sie keinen Redebeitrag haben.
-  Ihre Webcam können Sie gerne anlassen, wenn Ihre Verbindung stabil genug ist.
-  Für Fragen und Anmerkungen können Sie jederzeit den Chat nutzen.

Nach dem Impuls möchten wir aber auch persönlich miteinander ins Gespräch kommen, nutzen Sie für Ihren Redebeitrag einfach den „Hand heben“-Button.

11.02.2025 | 16.00 bis 17.00 Uhr



SACHSEN-ANHALT

Landesinstitut für Schulqualität
und Lehrerbildung (LISA)



INSZENIERTE WAHRHEITEN: STRATEGIEN UND TECHNIKEN DIGITALER PROPAGANDA

Mit einem thematischen Impuls von *Antonia Schulz und Joris Grahl*

Moderation: *Nadine Graul*

Chatmoderation: *Juliet Schütze*

INSZENIERTE WAHRHEITEN: STRATEGIEN UND TECHNIKEN DIGITALER PROPAGANDA

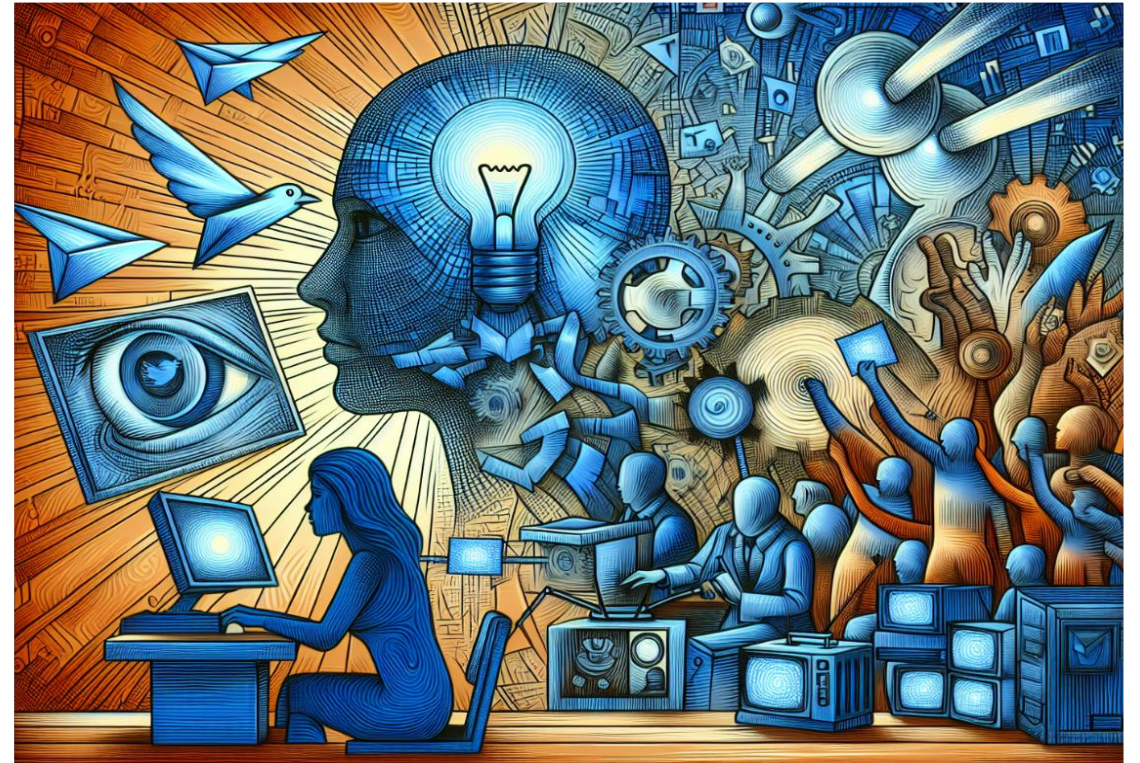


Abb.1: Eigene Darstellung, emuKI

AGENDA 60 Minuten

- 01 Was ist Propaganda?
- 02 Wie funktioniert Propaganda?
- 03 Warum funktioniert digitale Propaganda so gut auf TikTok?
- 04 Impulse für die Begleitung von Jugendlichen im digitalen Raum

UNSERE ZIELE

- 1 Verständnis für die Funktionsweise von (digitaler) Propaganda
- 2 Sensibilisierung für die Wirkung von Algorithmen auf Meinungsbildungsprozesse
- 3 Aufzeigen versteckter Codes und Strategien im digitalen Raum

MISINFORMATION, DESINFORMATION UND FAKE NEWS

Misinformation

- falsche Inhalte ohne Täuschungsabsicht
- versehentliche Falschmeldungen: falsche Zuordnungen von Berichten und Fotos oder Videos
- verschiedene Ursachen: Zeitdruck, fehlendes Wissen oder Falschinformation wurde nicht erkannt

fließender Übergang

Desinformation

- Falschinformation, die gezielt geteilt wird
- Texte, Bilder und Videos, die mit falschen Informationen angereichert werden
- von Privatpersonen oder auch häufiger staatlich initiiert
- neue Dimension: Deepfakes

Fake News

- gefälschte Nachrichten
- politischer Kampfbegriff
- Medienmacher werden damit kritisiert
- Vertrauen in demokratische Mediensysteme soll geschwächt werden
- Verbreitung von Desinformationen wird begünstigt

MIR SIND IM LETZTEN MONAT BEGEGNET ... (VERGLEICH 2023/2024):

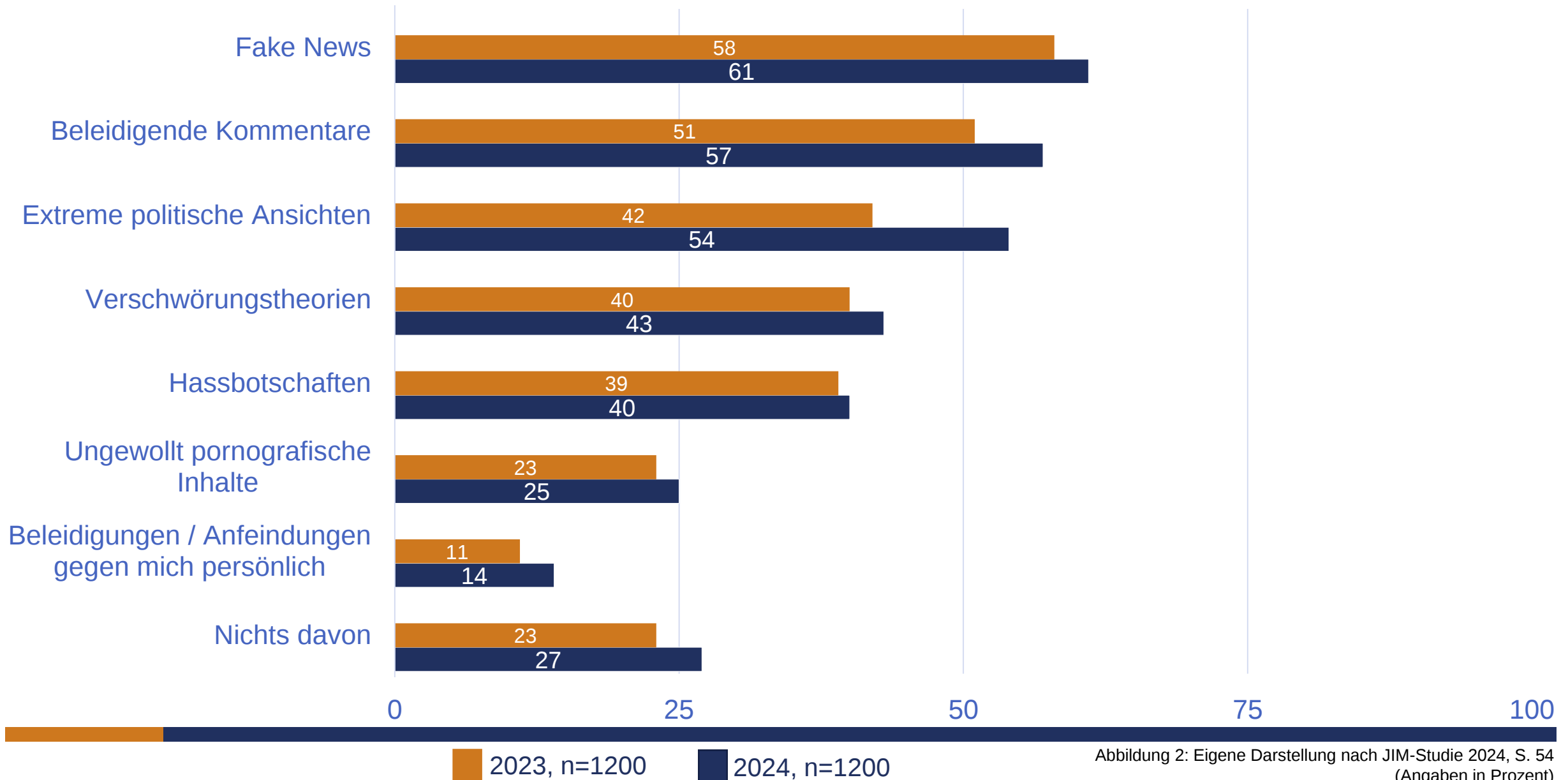


Abbildung 2: Eigene Darstellung nach JIM-Studie 2024, S. 54
(Angaben in Prozent)
© LISA

Zustimmungswerte von Mädchen und Jungen zur selbsteingeschätzten digitalen Informationskompetenz

	Deutschland		OECD	
	Jungen	Mädchen	Jungen	Mädchen
	%	%	%	%
Ich vertraue dem, was ich online lese.	37.9	36.2	42.8	36.9
Wenn ich Informationen online suche, vergleiche ich verschiedene Quellen.	58.7	64.4	69.0	74.8
Ich überprüfe, ob Online-Informationen richtig sind, bevor ich sie auf sozialen Netzwerken teile.	61.7	70.9	68.6	74.7
Ich diskutiere mit meinen Lehrkräften oder im Unterricht, ob Online-Informationen richtig sind.	36.5	31.2	48.0	45.8
Ich diskutiere mit Freund*innen oder anderen Schüler*innen, ob Online-Informationen richtig sind.	56.2	62.5	60.9	66.6
Ich diskutiere mit meinen Eltern (oder weiteren Familienmitgliedern), ob Online-Informationen richtig sind.	50.4	59.0	56.0	62.5
Ich versuche Falschinformationen zu kennzeichnen, wenn ich online auf sie stoße.	36.5	35.5	46.1	44.4
Ich teile erfundene Informationen auf sozialen Netzwerken, ohne darauf hinzuweisen, dass sie nicht richtig sind.	21.2	13.5	31.9	23.2

Anmerkungen: Die Daten basieren auf Angaben von Schüler*innen. Der angegebene Prozentwert entspricht dem Anteil der Schüler*innen, die „stimme (eher) zu“ ausgewählt haben. Eine Differenz gilt als signifikant, wenn unter Berücksichtigung der Streuung ein vordefinierter Schwellenwert im Rahmen der Signifikanztestung ($p < .05$) erreicht wird

FAKE NEWS IN DER GESCHICHTE ...

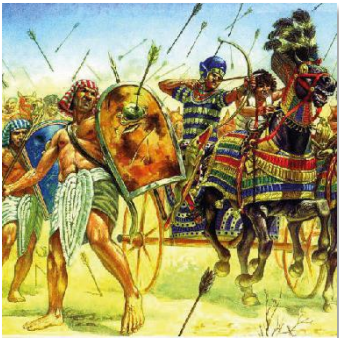
Schlacht
von
Kadesch
(1274 v.
Chr.)



Protokolle der
Weisen von
Zion
(1903)



Luftbilder der
Chemiefabriken
im Irak
(2003)



Napoleon
gründet das
Bureau de
Presse
(1804-1810)



„Polnischer
Überfall“ auf
den Sender
Gleiwitz
(1939)



Abb. 3, 4, 5, 6, 7

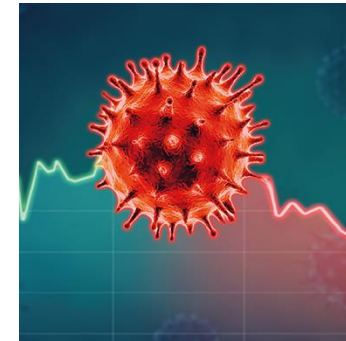
... UND DER KRIEG DER BILDER HEUTE



Facebook geht
online / Etablierung
sozialer Medien
(2004)



VaroufAKE
(2015)



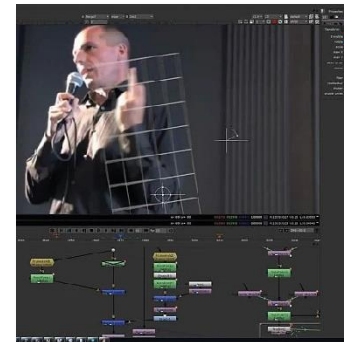
Nahostkonflikt
eskaliert erneut
(2023)



Aufgedeckt: Putins
Trollfarmen und
Hackerarmeen
(2003)



Wikileaks
(Seit 2006)



Covid als
Pandemie
(2020)



Abb. 8, 9, 10, 11, 12, 13

01

WAS IST PROPAGANDA?

WAS IST PROPAGANDA?

„*Propaganda* sollen geplante Versuche heißen, durch Kommunikation die Meinung, Attitüden, Verhaltensweisen von Zielgruppen unter politischer Zielsetzung zu beeinflussen.“
(Gerhard Maletzke, 1972)

- Propaganda = persuasive Kommunikation (lat. *persuadere* = überreden, überzeugen, jemanden zu etwas bewegen)

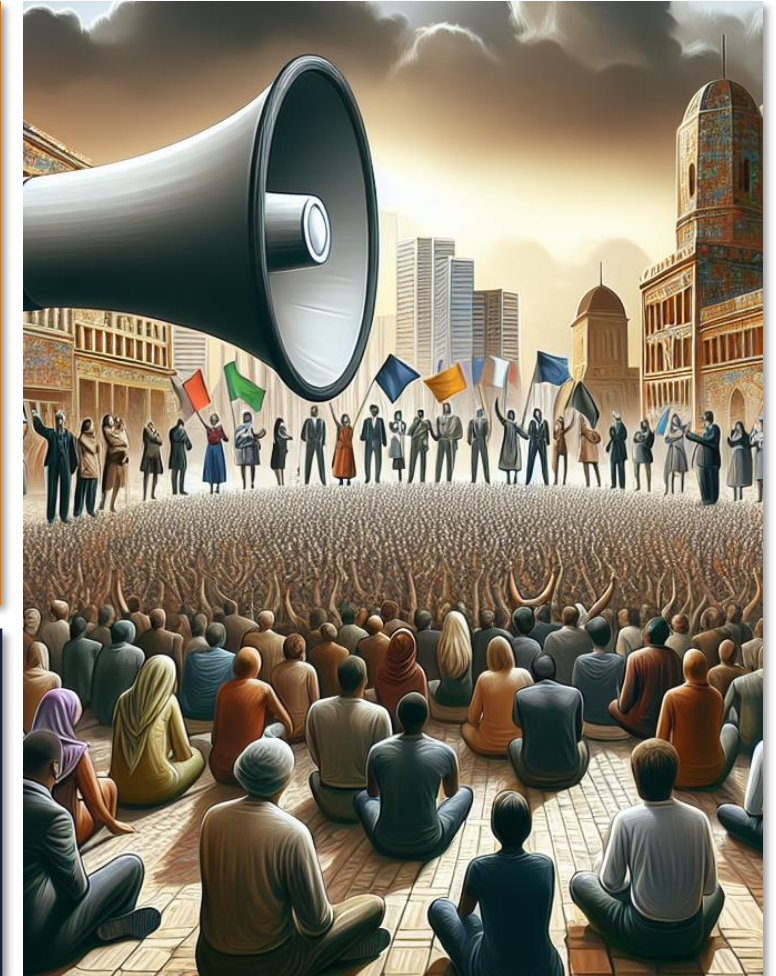


Abb.14: Eigene Darstellung, emuKI

(Vgl. Bleyer 2020,1)

WELCHE FORMEN DER PROPAGANDA GIBT ES?

Weißer Propaganda

- Der Sender ist klar erkennbar und die Informationen entsprechen der Wahrheit.
- Die Kommunikation ist dennoch zielgerichtet und will Überzeugung leisten.

Graue Propaganda

- Es werden Halbwahrheiten verbreitet oder Informationen suggestiv vermittelt.
- Es werden Dinge hinzugefügt, spekuliert, verallgemeinert oder Personen beschuldigt.

Schwarze Propaganda

- Es werden Lügen und Gerüchte verbreitet.
- Der Kommunikator verbirgt sich oder täuscht eine Identität vor.

PROPAGANDA HEUTZUTAGE

- losgelöst von Massenmedien des 20. Jahrhunderts
- algorithmengesteuert, partizipativ, communitybasiert
- verknüpft mit Werbung / Popkultur (Influencer und Memes)

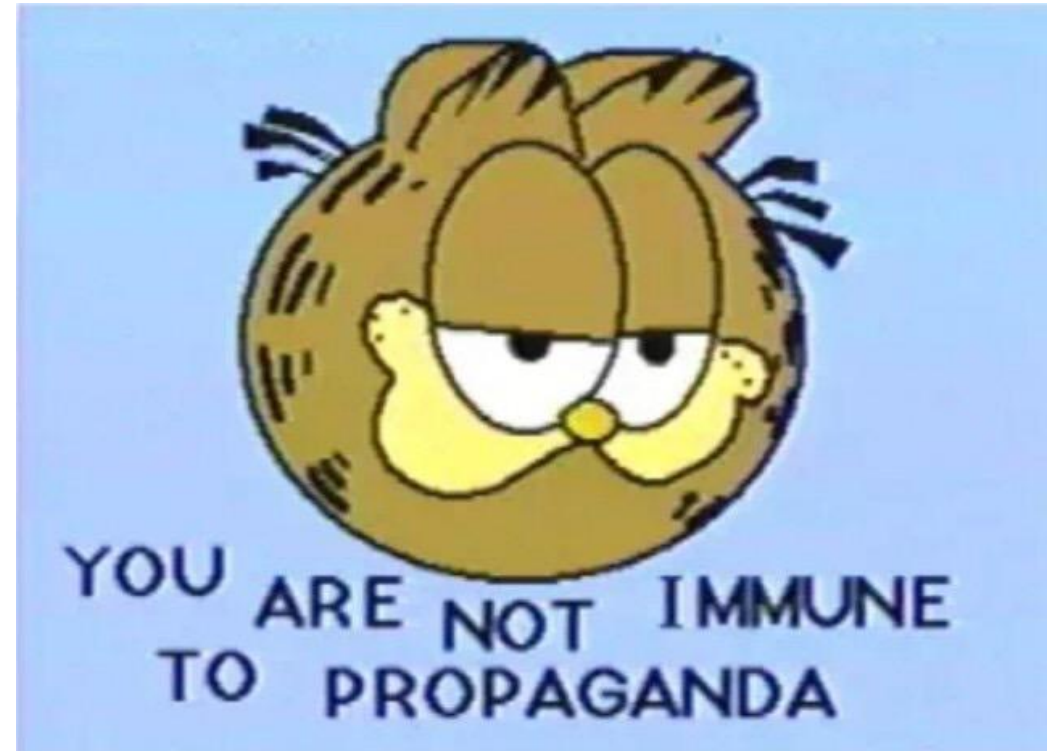


Abb.15: oA

→ Welche Beispiele fallen Ihnen ein?

02

WIE FUNKTIONIERT PROPAGANDA?

CONFIRMATION BIAS

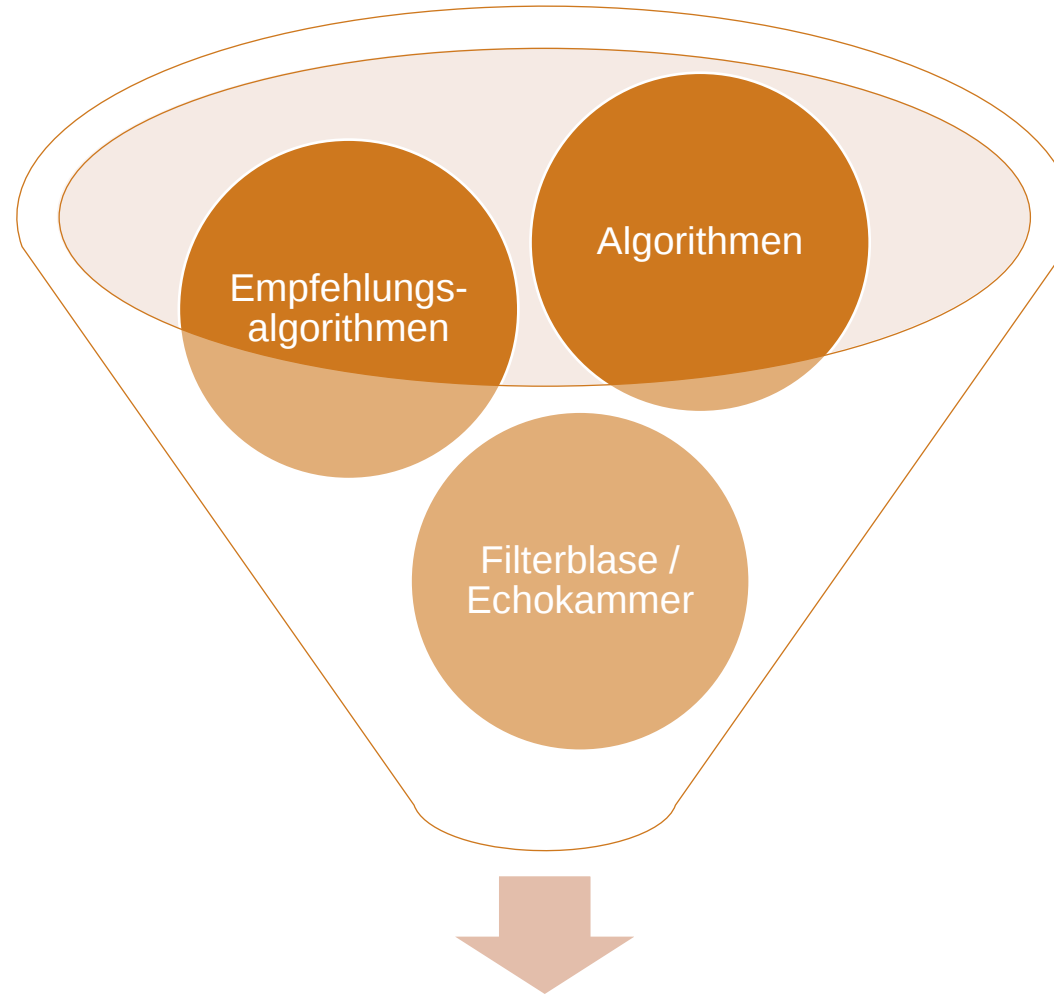
- Potenzial Menschen umzustimmen besteht durch Desinformation.
- **ABER:** Es begünstigt die selektive Akzeptanz, Informationen zu übernehmen, die die eigenen Überzeugungen stützen. Auch wenn wir wissen, dass wir Desinformationen vorliegen haben.
- **DAS PROBLEM:** Im kantianischen Sinne ist es unmöglich, durch gute Argumente und Fakten jemanden in seiner Meinung umzustimmen.



WAS SIND ALGORITHMEN UND WIE NUTZEN INTERNETFIRMEN HEUTZUTAGE EMOTIONEN?

Algorithmen
systematische
Informationsbearbeitung

Empfehlungsalgorithmen
stetige Weiterentwicklung,
„gefüttert“ mit eigenen
Daten



Filterblasen
Inhaltsempfehlung
basierend auf Vorlieben,
Menschen in „Blasen“

Echokammern
Widerspiegelung eigener
Meinungen, Ausblendung
anderer Meinungen

Einfluss auf die Meinung der Nutzenden

ALGORITHMEN UND DIGITALE PROPAGANDA – WIE WIRKT DAS?

Algorithmen ...

... wandeln Daten schrittweise um, um Probleme zu lösen.

... werden in Online-Suchmaschinen verwendet und entscheiden anhand definierter Kriterien, was zuerst angezeigt wird.

... werden immer wieder angepasst.

... werden auch in Social Media genutzt und bestimmen, was wir dort zuerst sehen.

ALGORITHMEN UND DIGITALE PROPAGANDA – WIE WIRKT DAS?

- eingeschränkte Sichtweisen und verfälschte Realitätswahrnehmungen
- Algorithmus schlägt sich auf Meinungsbildung nieder
- Schönheitsideale und Körperbilder werden vermittelt
- Suchtverhalten

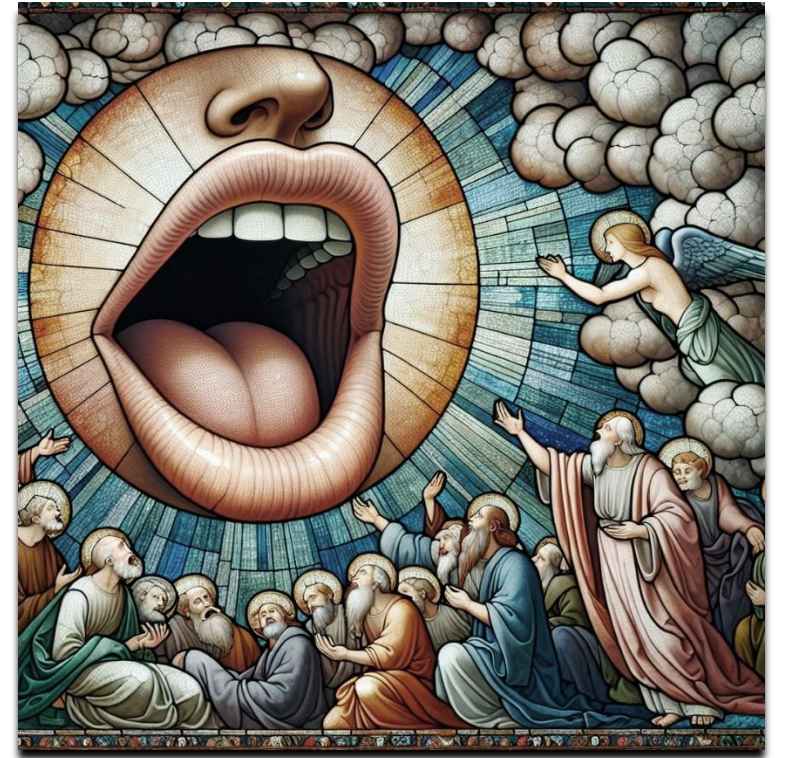


Abb.16: Eigene Darstellung, emuKI

(vgl. Stiftung Gesundheitswissen o.J., o.S.
& vgl. Gemkow 2023, o.S.)

Schwarz/Weiß

Ad-Hominem

Apokalypse

Framing

Verallgemeinerung

WELCHE MANIPULATIVEN TECHNIKEN GIBT ES?

Gaslightning

Falscher
Kontext

Pseudo-
experten

Falsche
Kausalität

Gish-Galopp

(vgl. slpb o.J.)

STRATEGIEN UND TECHNIKEN DIGITALER PROPAGANDA



Social Media dient als medialer Sozialisationsfaktor
→ gesellschaftliche Normen, Werte, Erwartungen
und Ansprüche werden vermittelt



theoretisch leichter zugängliche Informationen

ABER



auch antidemokratische
Kommunikationsstile (z.B. Hassrede/
-kommentare) werden verbreitet



Gefahr der Verlagerung der Denkweise und
der Diskussionen hin zu
antidemokratischen und diskriminierenden
Ideologien

(vgl. DJI 2017, 25 ff.)

STRATEGIEN UND TECHNIKEN DIGITALER PROPAGANDA

- Folgen von Hassrede für die Debattenkultur und Meinungsbildung
 - Betroffene ziehen sich eingeschüchtert zurück
 - Betroffene löschen Profile, beteiligen sich nicht mehr am politischen Diskurs
 - verminderte Meinungsvielfalt im Internet = „Silencing“-Effekt

(vgl. DigiBitS o.J.c, 2)

STRATEGIEN UND TECHNIKEN DIGITALER PROPAGANDA



populistische Kommunikation sucht immer nach Bestätigung und blendet alles andere aus oder bezeichnet es als Lüge



einseitige Überzeugung und Beeinflussung



Gefahr der Verfestigung der Haltungen durch Algorithmen, die Echokammern und Filterblasen begünstigen



Konfrontation mit widersprechenden Haltungen wird immer unwahrscheinlicher

Interessen, Vorannahmen und -urteile verstärken sich korrelativ

(vgl. DJI 2017, 25 ff.)

BEISPIELE RECHTSEXTREMER CODES

Rechte Codes in Sozialen Netzwerken *Auswahl*

Code	mögliche Bedeutung
18	Adolf Hitler
88	Heil Hitler
28	verbotenes Netzwerk Blood & Honour
444	Deutschland den Deutschen
Döp dödö döp	geschriebene Melodie von „L'Amour toujours“ von Gigi D'Agostino
arardddar	Ausländer raus, Ausländer raus, Deutschland den Deutschen, Ausländer raus

Quellen: bpb.de; Compact; Correctiv; medienkompass.de; Ostsee-Zeitung
© 1 1 1 Katapult MV 2024

Rechte Codes in Sozialen Netzwerken *Auswahl*

Emoji	mögliche Bedeutung
	Sympathie mit AfD und anderen rechten Gruppen
	verbotene SS-Runen
	„White Power“
	Farben der Flagge des deutschen Kaiserreichs und der Hakenkreuzflagge
	Hakenkreuz
	Abschiebung
	Hitlergruß

Quellen: bpb.de; Compact; Correctiv; medienkompass.de
© 1 1 1 Katapult MV 2024

Rechte Codes in Sozialen Netzwerken *Auswahl*

Emoji	mögliche Bedeutung
	Schlafschaf
	lächerlich machen
	entmenslichen
	antisemitische Verschwörungsfantasie
	Transfeindlichkeit
	Holocaust-Leugnung

Quellen: bpb.de; Compact; Correctiv; medienkompass.de
© 1 1 1 Katapult MV 2024

03

WARUM FUNKTIONIERT DIGITALE PROPAGANDA SO GUT AUF TIKTOK?

TIKTOK ALS (DES-)INFORMATIONSRaum

 eine der wichtigsten Informationsquellen zum Tagesgeschehen

 intuitive Bedienoberfläche und Logik des Algorithmus

 Kurzvideoformat (intuitive Videofeatures, Emotionen, Stitches und Duette)

 Qualität des Contents vs. Aufmerksamkeit/Interaktion

 Angabe externer Quellen ist umständlich

 fehlender Datumsstempel in den Posts

04

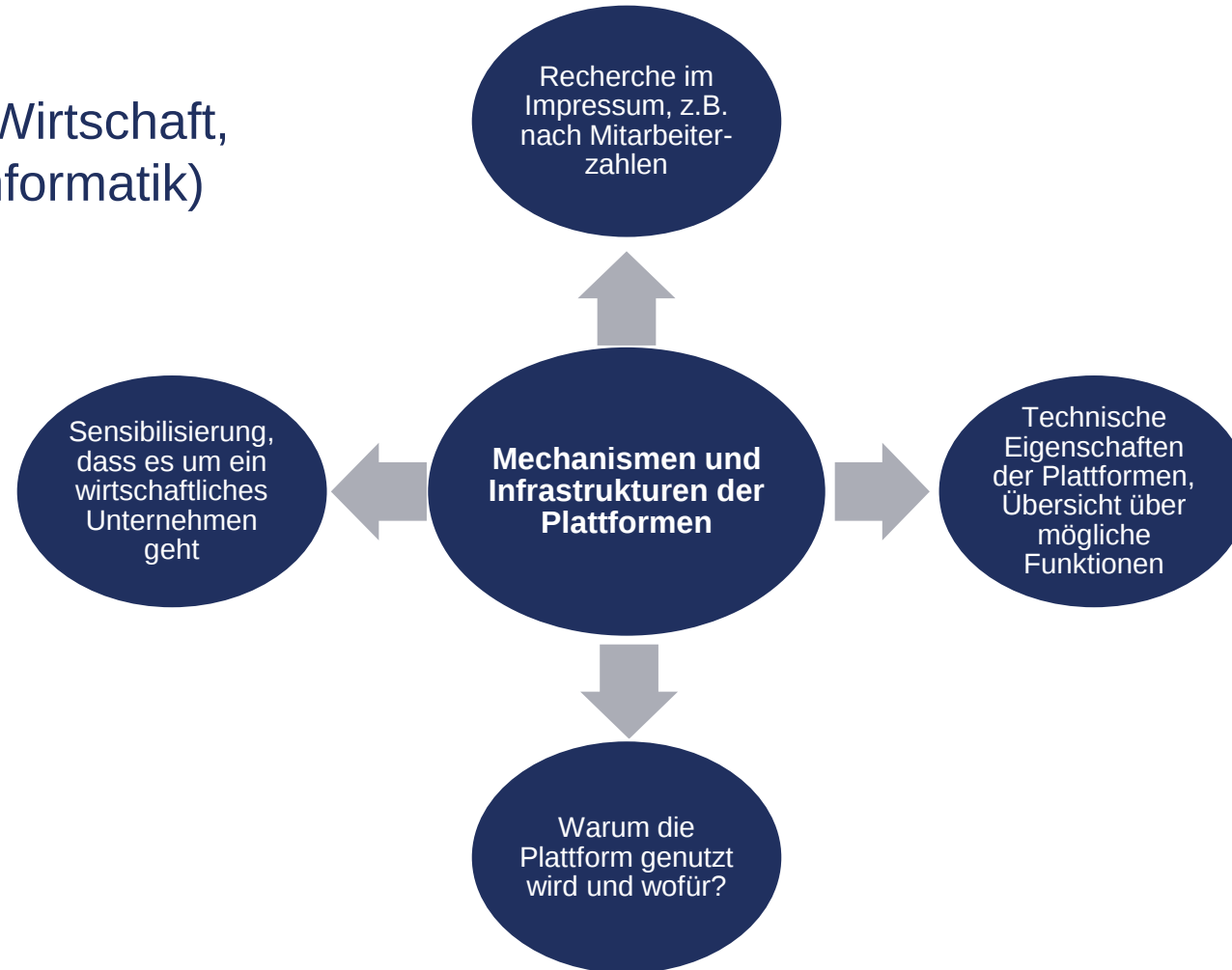
IMPULSE FÜR DIE BEGLEITUNG VON JUGENDLICHEN IM DIGITALEN RAUM

IMPULSE FÜR DIE BEGLEITUNG VON JUGENDLICHEN IM DIGITALEN RAUM

- Social-Media-Tagebuch erstellen lassen
 - Nutzungszeiten dokumentieren
 - Was wurde angeschaut?
 - Auswirkungen auf Meinungsbilder der SuS untersuchen
 - Welche Gegenstrategien können eingesetzt werden?

IMPULSE FÜR DIE BEGLEITUNG VON JUGENDLICHEN IM DIGITALEN RAUM

Bsp. Gruppenarbeit (Wirtschaft, Ethik, Sozialkunde, Informatik)



IMPULSE FÜR DIE BEGLEITUNG VON JUGENDLICHEN IM DIGITALEN RAUM

SuS lernen die Beweggründe, Handlungsmuster und Wirkungen der Accounts auf sich selbst kennen.

<https://kurzlinks.de/material-ausgecheckt>



Es wird erklärt, wie die Welt der Influencerinnen funktioniert und was das alles mit uns macht.

<https://kurzlinks.de/material-influencer>



IMPULSE FÜR DIE BEGLEITUNG VON JUGENDLICHEN IM DIGITALEN RAUM

**Wie wirken Algorithmen?
Unterrichtsmaterial für die
Schule**

<https://ogy.de/irjp>



Die Macht der Algorithmen

<https://ogy.de/2kd9>



IMPULSE FÜR DIE BEGLEITUNG VON JUGENDLICHEN IM DIGITALEN RAUM

Fake News Check mit dem Smartphone

<https://ogy.de/ubp8>



**„Hidden Codes“ –
Digitales Lernspiel
zur Radikalisierungs-
prävention**

<https://ogy.de/snhk>



WEITERFÜHRENDE LINKS

- **Landeszentrale für politische Bildung // Kampagne Demokratie stärken**

→ www.lpb.sachsen-anhalt.de

- **Landesprogramm für Demokratie, Vielfalt und Weltoffenheit**

→ <https://demokratie.sachsen-anhalt.de>

→ www.beratungsnetzwerk-sachsen-anhalt.de

→ www.demokratie-leben.de

- **Netzwerk für Demokratie**

→ www.zusammenhalt-durch-teilhabe.de

- **Schule ohne Rassismus**

→ www.schule-ohne-rassismus.org

- **Fachgruppe „Politische Sozialisation und Demokratieförderung“ des DJI**

→ <https://www.dji.de/ueber-uns/organisationseinheiten/fachgruppen/j4-politische-sozialisation-und-demokratiefoerderung.html>

Link zum Feedbackbogen:

→ Code: gocgotev





Auf Wiedersehen!



**Digitale Gewalt – Umgang mit
Cybermobbing in der Schule**

13.03.2025 | 15.00 bis 16.00 Uhr

**Digitale Inklusion – Barrierefreie
Bildung an Förderschulen**

14.05.2025 | 15.00 bis 16.00 Uhr



Die Angebote der Digitalassistentz finden Sie unter:

bildung-lsa.de/digitalassistentz



Alle Informationen und Materialien zum DigiTalk finden Sie unter:

<https://moodle.bildung-lsa.de/digicampus/course/view.php?id=527>

WEITERE QUELLEN

Bleyer, Alexandra (2020): Propaganda. Ditzingen: Philipp Reclam jun.

Le Bon, Gustave (2009): Psychologie der Massen. Hamburg: Nikol.

Theisen, Manfred (2019): Nachgefragt: Medienkompetenz in Zeiten von Fake news. Basiswissen zum Mitreden. Bindlach: Loewe.

Theisen, Manfred (2023): Künstliche Intelligenz. Fake News. Unsere digitale Zukunft. Bindlach: Loewe.

Amadeu Antonio Stiftung (2023): Katzen, Krieg und Creators. TikTok als (Des-)Informationsraum für Jugendliche. (online)

Deutsches Jugendinstitut e.V. (2017): Mit digitalen Medien groß werden. DJI impulse 3/17.

Sächsische Landeszentrale für politische Bildung (o.J.): Wie werden Informationen manipuliert?. (online)

BILDQUELLEN

Abbildung 1: eigene Darstellung, emuKI

Abbildung 2: eigene Darstellung, emuKI

Abbildung 3: Schlacht von Kadesch: [Kadesch 1274 v. Chr. E.: Die Hauptschlacht des Ersten Weltkriegs der Menschheit](#)

Abbildung 4: Napoleon: [Napoleon - Suchen Bilder](#)

Abbildung 5: Protokolle der Weisen von Zion (1903) : [„Protokolle der Weisen von Zion“](#)

Abbildung 6: Berliner Morgenpost: [Dreist fingierter Gleiwitz-Überfall: "Die Sache rollt" - DER SPIEGEL](#)

Abbildung 7: Luftbilder der Chemiefabriken im Irak: [US-Angriff auf den Irak: Wie berichtete die ARD damals? | tagesschau.de](#)

Abbildung 8: Aufgedeckt: Putins Trollfarmen und Hackerarmeen (2003): [Cyberwar: Wie Putins Trolle die Demokratie gefährden - Politik - SZ.de](#)

Abbildung 9: Facebook geht online / Etablierung sozialer Medien: [Social-Media-Geschichte: Facebook geht 2004 online · Dlf Nova](#)

Abbildung 10: Wikileaks: [WikiLeaks-Gründer: Die Geschichte von Julian Assange](#)

Abbildung 11: Varoufakis: [Medienhack: Neo Magazin Royale | Jan Böhmermann und der Varoufakis Stinkefinger Fake ?! \(2 Videos \) - Atomlabor Blog | Dein Lifestyle Blog](#)

Abbildung 12: Covid: [BIBB / 2020: Corona](#)

Abbildung 13: Archiv: [Newsblog zum Krieg im Nahen Osten](#)

Abbildung 14: eigene Darstellung, emuKI

Abbildung 15: o.A., o.J..

Abbildung 16: eigene Darstellung, emuKI

Abbildung 17: medienkompass.de: Campact, bpb.de, Correctiv, Ostseezeitung

Alle anderen Darstellungen: Eigene Darstellungen