



Interreg



Danube Transnational Programme

MELIA Observatory

HANDBUCH
FÜR SCHÜLER DER SEKUNDARSTUFE 1

**Nachrichten
und
Falschmeldungen**

Inhalt

Zusammenfassung des Projekts	3
Wie man mit dem Handbuch und der Präsentation arbeitet	4
Einführung in die Lerneinheit	5
Die umgekehrte Pyramiden-Technik	6
Fakten und persönliche Nachricht	8
Fakten und persönliche Nachricht - Beispiel	9
Nachrichten und Journalismus	10
Interpretation	11
Medienbesitzer	12
Falschmeldung	14
Ziele von Falschmeldungen	16
Erkennt Ihr Wahrheit und Falschmeldung?	17
Beispiel 1	18
Beispiel 2	19
Desinformation	21
Zu welchem Zweck wird Desinformation verbreitet?	22
Video über Desinformation	23
Verschwörungstheorie	24
Desinformation in der politischen Propaganda	26
Trollfarmen	28
Fazit	29
Schlussbemerkung	31
Leseliste	32
Referenzen	33

Autor:innen

**Edhance Plus o.p.s.
(Tschechische Republik)**

Übersetzung
und Hinweise
auf Lernmaterial
in Deutsch

**SoWiBeFo e.V.
(Deutschland)**

Zusammenfassung des Projekts

Die sozialkundliche Kompetenz der Bürgerinnen und Bürger ist von entscheidender Bedeutung für ihre aktive politische Beteiligung. Die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für eine gute Regierungsführung und eine nachhaltige Demokratie. Vor allem im östlichen Teil des Donauraums stagniert die politische Beteiligung. Besonders besorgniserregend sind Apathie und ein geringes politisches Interesse der jüngeren Bevölkerung. Außerdem haben wir in den letzten Jahren politische Entwicklungen erlebt, die zu einer Verschlechterung der demokratischen Standards in vielen Teilen der Region führten. Ein Kernelement der sozialkundlichen Bürgerkompetenz ist ein hohes Maß an Medienkompetenz. Nur mit einer hohen Medienkompetenz können Bürgerinnen und Bürger die gesellschaftliche Realität angemessen reflektieren. Nur so können sie sich gegen negative Medienphänomene wie Hassreden und „Fake News“ (falsche oder verfälschte Informationen) immunisieren.

Das Hauptziel des Projekts ist die Verbesserung der demokratischen transnationalen Entwicklung auf diesem Gebiet durch die Entwicklung einer transnationalen Beobachtungsstelle für Medienkompetenz, die auf der Zusammenarbeit verschiedener relevanter Akteure basiert. In vielen Ländern der Donauregion liegt die Entwicklung von Medienkompetenz und aktiver Bürgerschaft weit hinter den weiter entwickelten Teilen Europas zurück. Diese Beobachtungsstelle wird dazu dienen, die Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger zu erhöhen. Dies soll dazu beitragen Demokratie nachhaltig zu entwickeln. Die Hauptzielgruppen sind Jugendliche und die Menschen, die mit Jugendlichen arbeiten. Die Beobachtungsstelle wird Handreichungen und Medien bereitstellen, die sowohl für Jugendliche als auch für ihre Unterstützerinnen und Unterstützer verfügbar sind.

Die Beobachtungsstelle für Medienkompetenz wird Instrumente zur Analyse von Medieninhalten, Schulungsinstrumente und politische Empfehlungen zur Verbesserung der Medienkompetenz in Verbindung mit anderen staatsbürgerlichen Kompetenzen bereitstellen. Zu den Ergebnissen gehören: Aufbau von Kapazitäten zur Medienbildung und passende Schulungsinstrumente, eine webbasierte Schnittstelle sowie politische Empfehlungen. Die Hauptaktivitäten des Projekts sind: Sammlung und Darstellung („mapping“) guter Praktiken und Verbreitung von Informationen, Entwicklung eines Lernsystems, Gestaltung von Web-Schulungsplattformen und Pilottests der entwickelten Produkte.

Wie man mit diesem Handbuch und der interaktiven Präsentation arbeitet

Liebe Schülerinnen und Schüler,

Ihr habt soeben ein Handbuch erhalten, das für Euch und für Eure Arbeit mit der interaktiven Präsentation gedacht ist. Ihr findet hier Informationen darüber, wie Ihr mit den einzelnen Folien arbeiten könnt, was das Ziel der Beschäftigung mit diesem Thema ist sowie einige Tipps für ein besseres Verständnis des Themas.

Das Handbuch enthält auch eine Literaturliste, mit der Ihr Euch noch weiter Wissen aneignen oder erweitern könnt. Das Material in der Literaturliste vertieft die einzelnen Themen der Präsentation.

Wenn Ihr ein „i“-Symbol auf der Folie in der unteren linken Ecke seht, klickt darauf. Darunter befinden sich zusätzliche Informationen oder Beispiele, die Euch helfen, das Thema besser zu verstehen.

Einige Folien haben zusätzlich zur „i“-Schaltfläche interaktive Elemente. Diese Elemente sind hervorgehoben. Wenn Ihr sie anklickt, bekommt Ihr zusätzliche Informationen (z.B. eine Hörprobe, ein Video oder zusätzlichen Text). Ihr findet auch ein Audio-Symbol in der Präsentation. Einige Folien enthalten Ton. Mit dem Tonsymbol könnt Ihr den Ton an- oder abschalten.

Klickt auf den Pfeil nach rechts, um zur nächsten Folie zu gelangen. Wenn Ihr in der Präsentation zurückgehen wollt, klickt auf den linken Pfeil. Um zum Anfang der Präsentation zurückzukehren, klickt auf das Haus (Home)-Symbol.

Zur besseren Orientierung im Text werden nach und nach einzelne Folien mit zusätzlichem Lernmaterial angezeigt. Der Text enthält immer wieder **Definitionen**, denn Ihr werdet auf einige neue Begriffe stoßen. Merkt sie Euch und lest auch die **Interessanten Fakten**.

Untertitel zu den Texten im Handbuch:



**INTERESSANTER
FAKT**



DEFINITION

Einführung in die Lerneinheit

Sowohl die Online-Welt als auch die Printmedien sind eine Quelle für unbelegte Informationen und Falschmeldungen. Die Fähigkeit der Nutzerinnen und Nutzer, Fiktion (im Gegensatz zu Fakten) in der Online-Umgebung zu erkennen, wird auch durch die rasante Entwicklung immer raffinierterer Technologie und ihren ausgeklügelten Einsatz in Online-Medien erschwert.

In dieser Lerneinheit erfahrt Ihr, was die wichtigsten Elemente der sogenannten „Medienkommunikation“, also der Vermittlung von Informationen durch Medien sind. Ihr lernt anhand eines praktischen Beispiels mit einem verwandten Thema den Unterschied zwischen Fakten und der journalistischen Interpretation von Fakten kennen.

Im nächsten Teil der Lerneinheit lernt ihr, wie Desinformation definiert ist und wie man sie erkennen kann. Wir werden außerdem herausfinden, wo sie eingesetzt wird, z.B. durch sogenannte Propaganda, „Trollfarmen“ oder in Verschwörungserzählungen.

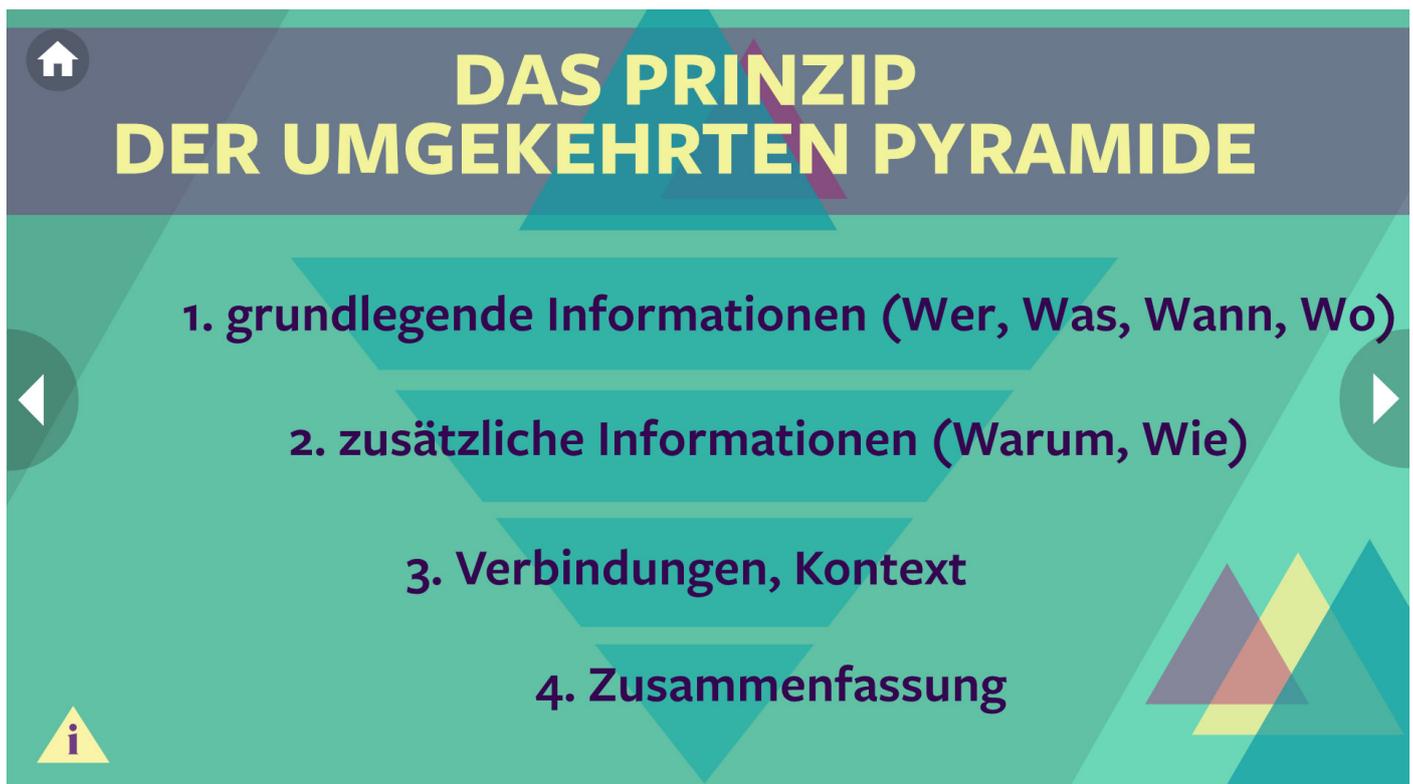
Desinformation ist eine große Versuchung für eine demokratische Gesellschaft und deshalb ist es notwendig, diesem Thema mehr Aufmerksamkeit zu widmen. Wie ihr selbst überprüfen könnt, ist selbst für Erwachsene sehr schwer zu erkennen, ob es sich um Desinformation oder „Hoaxes“ handelt. Diskutiert mit ihnen, was im Land und in der Welt passiert, stellt Fragen und interessiert Euch für die richtige Suche nach korrekten Informationen. Lasst uns gemeinsam versuchen, die Verbreitung von Desinformationen und Falschmeldungen einzudämmen!

Die umgekehrte Pyramiden-Technik

Wo lest Ihr am häufigsten Nachrichten?

Die Internetmedien, insbesondere die vielen, **miteinander konkurrierenden Nachrichtenportale**, bieten uns eine wirklich **riesige Quelle von Online-Informationen**.

Alle Nachrichtenportale versuchen am schnellsten zu sein, das interessanteste Bild oder Video zu haben und außerdem vor allem eine Überschrift, die uns interessiert und uns dazu bringt, den Artikel anzuklicken. Auch die Art und Weise, wie der Artikel geschrieben und aufgeteilt ist, ist wichtig - damit Ihr die Nachrichten lesen wollt. Wenn Ihr lest, dass sich Euer Lieblingssänger scheiden lässt, würdet Ihr Euch vermutlich nicht dafür interessieren in einer langen Einleitung darüber zu lesen, wo er geboren wurde und welcher Hit ihn berühmt gemacht hat. Ihr wollt direkt wissen, was passiert ist und warum er sich scheiden lässt! Die Autoren verwenden die sogenannte „**umgekehrte Pyramiden-Technik**“.



Das bedeutet:

- ▶ **die wichtigsten Informationen stehen am Anfang;**
- ▶ weniger wichtige Informationen folgen;
- ▶ der Kontext (der Hintergrund) steht am Ende.

Das Modell der umgekehrten Pyramide ist jedoch nicht nur für Online-Nachrichten typisch, Ihr findet es auch in klassischen Fernseh- und Zeitungsnachrichten.



DAS PRINZIP

Im Journalismus bezieht sich die **umgekehrte Pyramide** auf eine Erzählstruktur, bei der die wichtigsten Informationen (oder das, was man als Schlussfolgerung bezeichnen könnte) zuerst präsentiert werden. Das "Wer", "Was", "Wann", "Wo" und "Warum" stehen am Anfang der Geschichte, gefolgt von unterstützenden Details und Hintergrundinformationen



Merke:

- Lassen Sie nichts aus.
- Nachrichten sollten nicht zu kurz sein.
- Die wichtigsten Informationen sollten am Anfang stehen.
- Es gilt das Prinzip der Priorität von Informationen im Text.
- Die Aufmerksamkeit ist am Anfang am höchsten und nimmt allmählich ab.



4. Zusammenfassung

Wenn Ihr Nachrichten hört, versucht, wichtige Informationen aus der Nachricht zu erkennen:

Nachrichten folgen in der Regel dem Muster: „wer, was, wann, wo, warum und wie“



INTERESSANTER FAKT

Ihr könnt Euch das leicht merken, denn alle Wörter beginnen mit „W“.

wer, was, wann, wo, warum, wie

Es ist wichtig, bei der Erstellung eines Berichts **objektiv** zu bleiben.



Objektiv = unparteiisch, die Realität widerspiegelnd. Eine objektive Nachricht informiert unparteiisch darüber, was wirklich vor sich geht. Es werden nachprüfbar Fakten berichtet, die Fakten werden von der Meinung des Autors oder der Autorin über die Fakten getrennt.

Zu den wichtigsten Merkmalen der Objektivität gehören:

- ▶ Distanz und Neutralität in Bezug auf das Thema der Nachrichten;
- ▶ Unparteilichkeit (d.h. keine Neigung zu einer der Streitparteien);
- ▶ Vollständigkeit der Informationen;
- ▶ keine versteckten Motive oder Dienste für Dritte (wie z.B. Werbung)

Der Bericht sollte **sachlich, genau, vollständig und zuverlässig** sein.

Fakten und persönliche Nachricht

Was müssen wir unterscheiden?

Egal, ob der Inhalt der Nachricht uns als Artikel oder als Video erreicht, wir sollten immer unterscheiden, was wir lernen.



Fakten sind überprüfbare Daten, wie z.B. Fußballergebnisse, Namen und Positionen von benannten Personen.

Die **persönlichen Interpretationen** des Autors oder der Autorin sind dagegen das, was der Autor oder die Autorin selbst in den Text einbringt, basierend auf ihren Meinungen und Gefühlen. Sie enthalten die Interpretation der „reinen“ Fakten durch die Autorin. Diese kann als gesonderter Text („Kommentar“ oder in Form einer vom Autor geprägten „Story“ erfolgen.

Fakten und persönliche Nachricht - Beispiel

Auf der Folie seht Ihr den (leicht veränderten) Text eines Artikels:

Das Jahr 2019 war für die 17-jährige Popsängerin Billie Eilish ein Jahr voller Erfolge. Sie veröffentlichte ihr Debütalbum, das sich an die Spitze der weltweiten Charts setzte. Damit ist sie zu einer der größten Sängerinnen der zeitgenössischen Musikszene geworden. Doch jetzt macht sie eine große Lebensprobe durch. Nach einem Unfall beim Friseur hat sie einen Vokuhila auf dem Kopf!

Vokuhila = eine Frisur (Oben kurz, hinten lang - wurde früher z.B. von Dieter Bohlen getragen)

Fakten Persönliche Interpretation

Bitte lest zuerst gemeinsam den Text, damit ihr wisst, womit wir arbeiten werden. Was habt ihr gelernt?

Versucht nun, bei jedem Satz zu unterscheiden, ob es sich um eine Tatsache oder um eine persönliche Aussage oder Interpretation des Autors handelt. Begründet eure Antwort.

Tipp: Suche nach einem Foto von **Billie Eilish** aus dieser Zeit und zum Beispiel ein Foto von **Dieter Bohlen**, auf dem er diese Art von Frisur trägt.

Nachrichten und Journalismus

Die Unterscheidung zwischen diesen beiden Arten von Informationen ist eine der Grundvoraussetzungen dafür, dass wir die Inhalte **richtig einordnen können**.



The infographic is divided into two horizontal sections. The top section, titled 'Nachrichten', has a teal background and lists three bullet points: 'vermitteln Fakten', 'sachlich und objektiv (verschiedene Quellen)', and 'enthalten keine Meinungen des Autors'. The bottom section, titled 'Journalismus', has a darker teal background and lists two bullet points: 'informiert über aktuelle Themen (basierend auf Nachrichtendiensten/-agenturen oder eigenen Recherchen)' and 'enthält die persönlichen Meinungen und Einstellungen des Autors'. A yellow triangle with an 'i' icon is positioned to the left of the second bullet point in the Journalismus section. Navigation arrows and a home icon are visible in the corners.

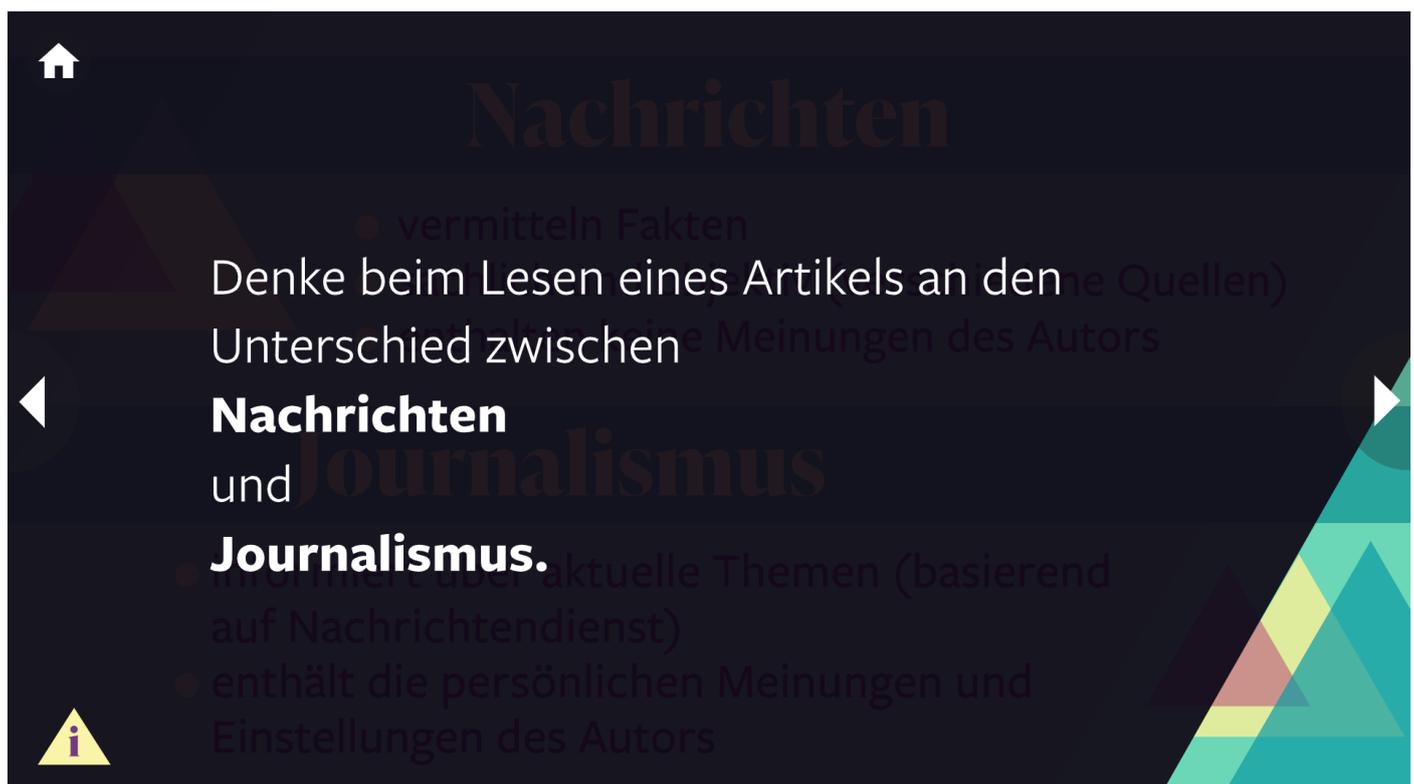
Nachrichten

- vermitteln Fakten
- sachlich und objektiv (verschiedene Quellen)
- enthalten keine Meinungen des Autors

Journalismus

- informiert über aktuelle Themen (basierend auf Nachrichtendiensten/-agenturen oder eigenen Recherchen)
- enthält die persönlichen Meinungen und Einstellungen des Autors

Warum sollten wir die Meinung anderer kennen, wenn wir uns ohnehin unsere eigene bilden?



This is a dark-themed version of the infographic. The top section is titled 'Nachrichten' and lists three bullet points: 'vermitteln Fakten', 'Denke beim Lesen eines Artikels an den Unterschied zwischen verschiedenen Quellen', and 'enthalten keine Meinungen des Autors'. The bottom section is titled 'Journalismus' and lists two bullet points: 'informiert über aktuelle Themen (basierend auf Nachrichtendienst)' and 'enthält die persönlichen Meinungen und Einstellungen des Autors'. A yellow triangle with an 'i' icon is positioned to the left of the second bullet point in the Journalismus section. Navigation arrows and a home icon are visible in the corners.

Nachrichten

- vermitteln Fakten
- Denke beim Lesen eines Artikels an den Unterschied zwischen verschiedenen Quellen
- enthalten keine Meinungen des Autors

Journalismus

- informiert über aktuelle Themen (basierend auf Nachrichtendienst)
- enthält die persönlichen Meinungen und Einstellungen des Autors

Was sind die Merkmale von Nachrichten und Journalismus?

Der grundlegende Unterschied zwischen Nachrichten und Journalismus ist, dass wir in journalistischen Texten auch die Bewertung des Autors oder der Autorin wiedererkennen: was sie über das Thema denken, wie sie es wahrnehmen, welche Meinung sie haben. Wir müssen in der Lage sein zu unterscheiden, welche Teile des Textes Tatsachen darstellen und welche Teile die persönliche Meinung oder Perspektive des Autors oder der Autorin darstellen.

Nachrichten

Grundlegende Gattungen: Nachrichten, Bericht, Artikel, Interview, ...

Journalism

Grundlegende Gattungen: Artikel des Autoren, Kommentar, Story, Reflexion, Kolumne

Interpretation

Die Form, in der uns die Nachrichten erreichen, hängt auch von der Fähigkeit des Autors ab, die Informationen richtig zu interpretieren (zu erklären).



Menschen können abhängig von ihrem Informationsstand ein und dasselbe Ereignis unterschiedlich interpretieren.

Jede Nachricht ist im Grunde eine „Geschichte“, die auf unterschiedliche Weise erzählt werden kann. Allein durch die gewählten Worte oder die Auswahl der Fotos kann die Interpretation der Fakten beeinflusst werden.



Interpretation = Erklärung (z.B. des Textes). Darstellung unter einem bestimmten Blickwinkel oder Kontext (Framing) oder einem anderen (Reframing), oder auf andere Weise das eigene Verständnis von etwas zeigen.



Wenn Du etwas meldest, achte auf die richtige Interpretation:

1. Informiere über alles Wesentliche.
2. Verschweige keine Informationen

Auch wenn es sich nur um eine Aufzeichnung eines Ereignisses handelt, die nicht mit Kommentaren oder eigenen Aussagen des Verfassers versehen ist, wird es immer unterschiedliche Interpretationen für verschiedene Personen geben.



Wenn Ihr also eine Geschichte an Freunde oder die Familie weitergibt, denkt daran zu prüfen, ob Ihr sie über alle wesentlichen Fakten informiert und keine Informationen bewusst verheimlicht und so auswählt, dass eine bestimmte Sichtweise entsteht.

Medienbesitzer

Stell dir vor, es gibt einen Unternehmer (eine Privatperson), dem auch verschiedene Medien gehören. Vielleicht besitzt er einen Radio-, einen Fernsehsender, Online-Nachrichten oder eine Online-Boulevard“zeitung“.



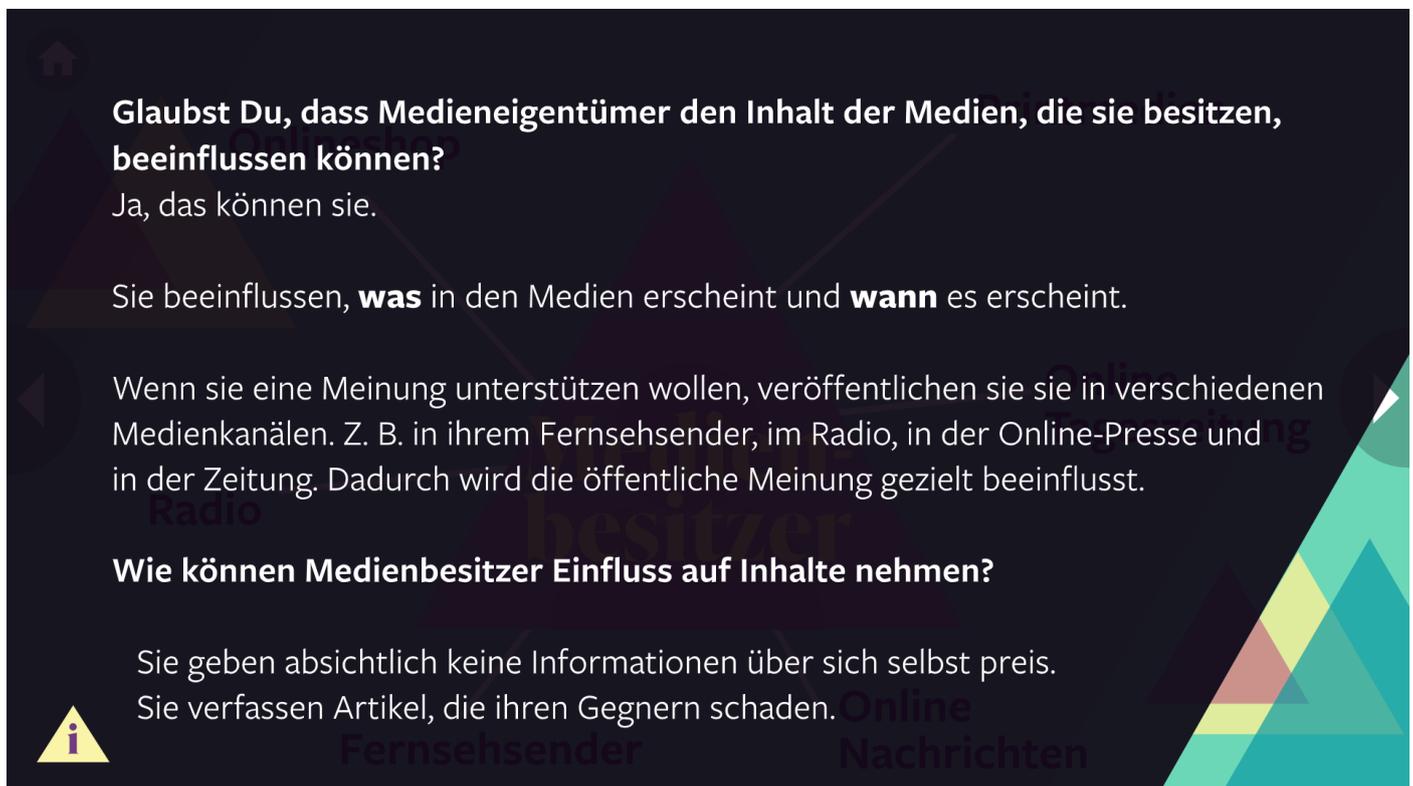
Was könnte das bedeuten? Er kann ganz einfach im Radio und sogar in der Presse für seinen E-Shop werben oder Informationen hervorheben, die ihm in seinem anderen Geschäft nützlich sind.

In einigen Staaten gibt es staatliche oder öffentliche Medien – der Staat hat Macht und Kontrolle über die staatlichen Medien. In Deutschland gibt es von Privatleuten wie auch vom Staat unabhängige „öffentliche“ Medien (wie den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland), die von verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen (z.B. Kirche, Gewerkschaften, verschiedene Verbände) überwacht werden. Findet heraus, wie es in eurem Land ist – Kennt Ihr private, staatliche oder öffentliche Medien?

Welche Arten von privaten Medien kennt Ihr? Versucht, für jeden Punkt auf der Folie ein konkretes Beispiel für private Medien in Eurem Land zu finden.

Glaubt Ihr, dass Medienbesitzer den Inhalt der Medien, die sie besitzen, beeinflussen können?

Werft einen Blick auf die Info-Schaltfläche.



Glaubst Du, dass Medieneigentümer den Inhalt der Medien, die sie besitzen, beeinflussen können?
Ja, das können sie.

Sie beeinflussen, **was** in den Medien erscheint und **wann** es erscheint.

Wenn sie eine Meinung unterstützen wollen, veröffentlichen sie sie in verschiedenen Medienkanälen. Z. B. in ihrem Fernsehsender, im Radio, in der Online-Presse und in der Zeitung. Dadurch wird die öffentliche Meinung gezielt beeinflusst.

Wie können Medienbesitzer Einfluss auf Inhalte nehmen?

Sie geben absichtlich keine Informationen über sich selbst preis.
Sie verfassen Artikel, die ihren Gegnern schaden.

Info-Schaltfläche

Sucht im Internet, um herauszufinden, welche Medien in eurem Land verfügbar sind und wem sie gehören.

Beantwortet die Fragen:

Sind diese Eigentümer aktive Unternehmer?

In welchen Bereichen sind sie als Unternehmer aktiv?

In welchen anderen Bereichen ist die Person aktiv?

Beispiel eines Medieninhabers aus der Tschechischen Republik

Herr Babiš ist Eigentümer von MF Dnes, einer beliebten Tageszeitung in der Tschechischen Republik. Er ist u.a. Premierminister der Tschechischen Republik und ein prominenter Geschäftsmann. Mindestens einmal im Monat veröffentlicht diese Zeitung einen Artikel über Andrej Babiš (er ist dann auch auf der Titelseite abgebildet).

Dieser Medienbesitzer stellt sich eindeutig seine eigenen Fragen (die Fragen sind in keiner Weise kontrovers) und es handelt sich im Grunde um die Präsentation einer politischen Agenda und nicht um ein unparteiliches Interview. Herr Babiš nutzt die Medien also als Mittel zum „Agenda-Setting“, also um seine eigenen geschäftlichen und politischen Ziele öffentlich zu präsentieren.

Falschmeldung

Im ersten Teil der Lerneinheit haben wir uns auf Nachrichten konzentriert.

Aber auch Falschmeldungen sind ein wichtiger Teil der Lerneinheit.

Wenn Ihr noch nichts von ihnen gehört habt, lest nach, um herauszufinden, was das Wort bedeutet.

Wir werden als Beispiel ein Thema vorstellen, das für uns alle wichtig ist und uns mehr oder weniger täglich begegnet.

FALSCHMELDUNG

Eine Falschmeldung ist ein falscher Alarm, der in den Medien verbreitet wird. Sie warnt oft vor einer nicht existierenden Gefahr.



Jeden Tag stößt man auf eine riesige Menge von Informationen, Nachrichten und Aussagen. Manchmal sind es so viele, dass wir gar nicht über sie nachdenken. Und das ist ein Fehler.

Es kann leicht passieren, dass wir etwas übersehen oder nicht beachten und später feststellen, dass wir hereingelegt worden sind. In der Regel ist es zu spät, um es zu berichtigen.

Deshalb ist es gut, die eigene Achtsamkeit und Argumentationsfähigkeit zu trainieren.



Wir wissen bereits, was ein Hoax ist. Ihr könnt Hoaxes in Boulevardzeitungen finden, aber manchmal auch in seriösen Zeitungen. Oft fallen sie aber auch bei einem harmlosen Gespräch mit einem Freund oder einer Freundin auf. Er oder sie hat die Nachricht vielleicht irgendwo gehört und sie weiter ausgeschmückt oder gedeutet. Und weil Ihr sie von einem Freund oder einer Freundin hört, kommt Euch vielleicht gar nicht in den Sinn, dass sie nicht wahr sein könnte.

INTERESSANTER FAKT

Das Verbreiten einer Alarmmeldung ist eine Straftat!



Die Verbreitung einer Alarmmeldung ist in der Tschechischen Republik seit 2009 als Straftat gekennzeichnet (Abschnitt 357 des Strafgesetzbuches). Du kannst verurteilt werden zu bis zu 5 Jahren Gefängnis.

Dieses Beispiel stammt aus der Tschechischen Republik. Versuche herauszufinden, was das Gesetz in deinem Land besagt.



Fake News = gefälschte Nachrichten, die aber so geschrieben sind, dass sie wie solide Informationen aussehen. Sie werden erstellt, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen.

Ziele von Falschmeldungen

Es gibt verschiedene Ziele von Falschmeldungen. Einige sind eher harmlos (z. B., um zu unterhalten oder zu beeindrucken). Andere sollen ernsthafte Dinge bewirken (wie z.B. die Manipulation, die in der Politik häufig eingesetzt wird).

Beantwortet diese Fragen schriftliche, macht Listen:

Was ist der Zweck von Falschmeldungen?

Warum werden Falschmeldungen erstellt?

Ziele von Falschmeldungen

- beeinflussen
- Panik machen
- beeindrucken
- jemandem einen Streich spielen
- schockieren
- amüsieren
- begeistern
- Schaden anrichten
- manipulieren
- Geld verdienen



INTERESSANTER FAKT

Bullshit Detektor

Google.com bietet die Möglichkeit, den „Bullshit-Detektor“ zu installieren, der euch warnt, wenn Ihr eine Seite besucht, die auf der Liste der nicht vertrauenswürdigen Quellen steht. Probiert es in eurer Freizeit aus.

Erkennt Ihr Wahrheit und Falschmeldung?

Ihr wisst bereits, was eine Falschmeldung ist und warum sie erstellt wird. Aber probieren wir es doch einmal in der Praxis aus, um zu sehen, ob Ihr sie erkennen könnt. Wisst Ihr, was Ihr tun müsst, wenn Ihr eine Falschmeldung hört?



Falschmeldung oder Wahrheit?

Entscheidet, ob es sich bei den folgenden Beispielen um Falschmeldungen handelt oder nicht. Wenn ja, überlegt, was ihr Ziel ist (Belustigung, Manipulation, absichtliche Täuschung).

Klickt dann auf die folgende Folie und überprüft Eure Vermutung.

Beispiel 1

Seht Euch das Video, das auf dem Tablet angezeigt wird, genau an.

Würdet Ihr ein solches Video teilen (z.B. indem Ihr es in einer Nachricht oder auf Eurem Profil an Eure Freunde schickt)?



Teilen
oder
Nicht Teilen

WIE ENTSCHEIDEST
DU DICH?

0:00 / 0:17

Klickt auf die nächste Folie, um herauszufinden, worum es in dem Video wirklich geht.



~~Teilen~~
oder
Nicht Teilen
- Alarmmeldung

Dieses Video wurde kürzlich im Internet veröffentlicht. Die Schüler werden als Kinder von Einwanderern in Europa dargestellt (das Ziel des Videos ist zu zeigen, dass die Kinder unfähig sind, sich zu integrieren und anzupassen), in Wirklichkeit handelt es sich jedoch um ein Video aus einer brasilianischen Schule, in der ähnliche Angriffe an der Tagesordnung sind (aufgrund des Standorts der Schule).

Es wäre nicht gut, das zu teilen, da es sich um eine Alarmbotschaft handelt. Überprüft den Inhalt, indem Ihr im Internet nach glaubwürdigen Quellen sucht.

Beispiel 2

Seht Euch das Video, das auf dem Handy angezeigt wird, genau an. Würdet Ihr einen solchen Beitrag teilen (z. B. indem Ihr ihn an Eure Freunde schickt)?



Klickt auf die nächste Folie, um herauszufinden, worum es in dem Text wirklich geht.



Solche Inhalte sollte man nicht teilen. Ihr solltet einen solchen Beitrag besser melden. Die Schlussfolgerung ist, den Inhalt zu überprüfen, indem Ihr im Internet nach glaubwürdigen Quellen sucht.

Wie erreichen uns Falschmeldungen?

Falschmeldungen arbeiten mit potenzieller Gefahr. Das Gefühl der Gefahr ist für eine Person nicht angenehm. In dem guten Bemühen, andere Menschen vor einer Gefahr zu warnen, verbreiten sie falsche Informationen weiter - per E-Mail, über soziale Netzwerke, Anwendungen, mündlich... (das Ziel kann auch sein, nicht mit einer Gefahrenmeldung allein gelassen zu werden und angesichts der Gefahr sich mit anderen Menschen zusammenzuschließen).

Falschmeldungen können daher von deinen Freundinnen und Freunden, aber auch von Eltern, Großeltern, Lehrerinnen und Lehrern verbreitet werden...

Eine häufige Quelle sind ausländische Desinformations-Websites.



INTERESSANTER FAKT

Irrtümer als Indikatoren für Desinformation

Sprachfehler waren früher ein häufiger Hinweis für die Leser, vorsichtig zu sein. Sie wiesen oft auf eine maschinelle Übersetzung von unbestätigten Berichten hin. Schon heute begegnen wir aber perfekt verarbeiteten Hoaxes und Desinformationsartikeln. Grammatikalische Korrektheit sollte für uns daher nicht das wichtigste Kriterium sein, um irreführende Nachrichten zu erkennen.

Fazit

Ihr habt den Begriff „Falschmeldung“ kennengelernt - ihr könnt nun erklären, was eine Falschmeldung ist und zu welchem Zweck sie erstellt wird. Ihr habt versucht, zu unterscheiden, was eine Falschmeldung ist und was für die Wahrheit einer Meldung spricht.

Ihr habt an konkreten Beispielen gesehen, dass Hoaxes sehr häufig vorkommen und dass ihre Absicht sein kann, den Leser zu unterhalten (z. B. Aprilscherze) oder aber mit schlechter Absicht zu manipulieren.

Desinformation

Wir haben über die Medien, über Falschmeldungen und darüber, wie man sich über Sachverhalte informieren kann, gesprochen. Aber es gibt auch gezielte Desinformation.

Desinformation = die absichtliche Erstellung und Verbreitung falscher und/oder manipulierter Informationen, die das Publikum täuschen und in die Irre führen sollen, entweder um Schaden anzurichten oder um politischen, persönlichen oder finanziellen Gewinn zu erzielen.

In der heutigen Welt müssen wir mit Desinformationen umgehen können. Sie sind schwer zu erkennen, weil sie geschickt zwischen die wahren Nachrichten eingefügt werden.

Warum? Weil jemand sie für einen bestimmten **Zweck** herstellt. Auf den nächsten Folien findet Ihr weitere Informationen.

Zu welchem Zweck wird Desinformation verbreitet?

Ihr solltet den Zweck von Desinformation kennen. Sie kann nützlich sein, wenn Ihr die Gültigkeit von Informationen in einem Artikel oder Bericht anzweifelt.

Zu welchem Zweck wird Desinformation verbreitet?

- **für Profit** (Du hilfst dem Ersteller, indem du seinen Beitrag teilst, da er davon profitiert.)
- **zur Erreichung der politischen Ziele des Autors**

Was hat Desinformation mit dem Internet und sozialen Netzwerken zu tun?

Sobald eine **Desinformation** von der ursprünglichen Autorin oder dem oder dem ursprünglichen Autoren erstellt wurde, kann sie von Internetnutzer:innen geteilt werden.

Das geht besonders gut über soziale Medien wie Facebook oder Twitter, da diese darauf ausgerichtet sind, Nutzer:innen zum Teilen von Inhalten zu motivieren. Funktionen wie "Likes" belohnen das Teilen von Inhalten. Man nennt das "organische" Verbreitung.

• **zur Erreichung der politischen Ziele des Autors**
So können falschen Informationen rasch eine große "Reichweite" bekommen.

Video über Desinformation

Die Verbreitung von Desinformationen ist ein großes Problem in der heutigen Welt. Ihr könnt Euch dieses Video auf dem offiziellen Youtube-Kanal der **Europäischen Kommission** ansehen. (Der Vorteil, wenn Ihr Euch das Original anseht, ist, dass Ihr die Sprache der Untertitel wählen könnt).

Das Video ist länger, versucht Euch zu konzentrieren und diskutiert später mit Euren Mitschülern.



Source: **European Commission**

Verschwörungserzählungen

Eines der Mittel, mit denen Verschwörungserzählungen erstellt werden, ist die Desinformation. Ihr habt den Begriff „Verschwörungstheorie“ wahrscheinlich schon einmal gehört. Wenn nicht, sollten Euch diese beiden Erklärungen helfen zu verstehen, worum es geht. Da es sich nicht um wissenschaftliche Theorien handelt, sollen wir besser von „Erzählungen“ sprechen.

Verschwörungserzählung

- wird fast ausschließlich als Bezeichnung für grenzwertige "Theorien" verwendet, die historische oder aktuelle Ereignisse als Ergebnis einer geheimen Verschwörung einer Gruppe von mächtigen Amtsträgern erklären
- behauptet in der Regel, dass zu dieser Gruppe die Regierung, Geheimdienste, mächtige Unternehmen oder internationale Organisationen gehören

Fallen dir irgendwelche Verschwörungserzählungen ein?

Denkt nach, bevor Ihr auf die Info-Schaltfläche klickt. Hier findet Ihr Beispiele.

Beispiele für Verschwörungserzählungen:

Chemtrails: auch bekannt als SLAP (Secret Large-scale Atmospheric Program). Diese Theorie besagt, dass Kondensstreifen von Flugzeugen eine angeblich giftige Mischung aus Aluminium, Strontium und Barium enthalten, die von der Regierung geheim gehalten wird.

Der Klimawandel ist nicht real: Eine Verschwörungserzählung zur globalen Erwärmung behauptet in der Regel, dass die wissenschaftlichen Erkenntnisse über die globale Erwärmung aus ideologischen oder finanziellen Gründen erfunden oder verfälscht wurden. Viele haben solche Theorien aufgestellt, darunter auch der ehemalige US-Präsident Donald Trump...

Flache Erde: Die "Flat Earth Society" propagiert die Idee einer flachen Erde.

Habt Ihr jemals von ihnen gehört? Wusstet Ihr, dass das nicht stimmt?

Schaut Euch ein Beispiel aus der Tschechischen Republik an.

Die Desinformationsnachrichten in den tschechischen Medien, die sich mit COVID-19 befassen, lassen sich in zwei Kategorien einteilen.

1. Der Ursprung des Virus selbst, wobei diskutiert wird, ob das Virus künstlich konstruiert ist:

Die Geschichte deutete stark darauf hin, dass das Virus als eine neue Art von Waffe in der biologischen Kriegsführung von China künstlich hergestellt wurde. Diese Behauptungen wurden indirekt durch den Bericht der Weltgesundheitsorganisation (WHO) gestützt, der die Ergebnisse von Untersuchungen in chinesischen Laboren enthielt. Die Auswirkung solcher Fake News war, dass das Misstrauen in die medizinischen Abwehrmaßnahmen verstärkt wurden.

2. Der Großteil der Fake News über Impfungen:

Als Aufmacher wird behauptet, die Impfung sei eine versteckte Anwendung von neuen Formen der Macht und der digitalen Überwachung (verdecktes Mikrochippen), die von globalen Organisationen mit dem Ziel forciert werden, die Aktivitäten und das Verhalten von Menschen zu verfolgen.

Das ist eines der Argumente, die Menschen, die gegen die Impfung sind, in den sozialen Medien verwenden.

Desinformation in der politischen Propaganda



Desinformationen werden in der politischen Propaganda für folgende Zwecke eingesetzt:

- die Verbreitung von Gerüchten oder politischen Ideen, um die Meinung der Gesellschaft zu beeinflussen
- die Aufmerksamkeit von den eigenen Problemen ablenken
- einem politischen Gegner zu schaden
- ein Problem zu schaffen und dann eine Lösung dafür anzubieten

In der Propaganda wird sehr oft Desinformation eingesetzt, vor allem in der politischen Propaganda. Desinformation in der politischen Propaganda soll Gerüchte oder politische Ideen (falsche oder richtige) verbreiten, um die Meinung der Gesellschaft zu beeinflussen.

Sie werden auch eingesetzt, um von eigenen Problemen abzulenken, um einen politischen Gegner zu schädigen oder um ein Problem zu schaffen und dann eine Lösung dafür anzubieten.

In der Info-Schaltfläche könnt Ihr ein echtes Beispiel aus der Tschechischen Republik lesen. Weitere Informationen und Videos findet Ihr im Internet.



Beispiele aus der Tschechischen Republik (Desinformation aus Russland)

Nach Angaben des CTHH (Zentrum gegen Terrorismus und hybride Bedrohungen, das dem Innenministerium der Tschechischen Republik untersteht) wurde ein Bericht von Sputnik und TV Zvezdades über Demonstrationen in der Tschechischen Republik dementiert. Im November 2017 berichtete die tschechische Version des russischen Staatsportals Sputnik, dass an einer Demonstration gegen die "Korrektur" des Denkmals für Marschall Konevin Prag 6 "über 100.000 Einwohner der tschechischen Hauptstadt und eine Reihe bekannter Politiker" teilgenommen hätten. Nach Angaben der Polizei der Tschechischen Republik und unabhängiger Journalisten waren jedoch nur 100 Teilnehmer vor Ort anwesend. Ein ähnlicher Bericht wurde im April 2019 vom russischen Fernsehsender Zvezda des Verteidigungsministeriums veröffentlicht. Diesem Bericht zufolge haben "25.000 Menschen in Prag gegen die EU protestiert", während nach Angaben der Polizei der Tschechischen Republik etwa 600 Personen vor Ort waren. CTHH dementierte den Sputnik-Bericht und auch den Bericht von TV Zvezda.



Ihr habt gerade einen bewiesenen Fall der Verbreitung politischer Propaganda aus der Tschechischen Republik gelesen.

Hier könnt Ihr einen weiteren Bericht lesen, diesmal aus den Vereinigten Staaten:

Das Herz von Texas

Während der US-Präsidentenwahl 2016 wurden eine Reihe von gefälschten Konten, gefälschten Social-Media-Seiten und verschiedene Betrügereien eingesetzt, um politisch engagierte Social-Media-Nutzer zu manipulieren. Eine dieser Seiten hieß „Heart of Texas“ und wurde von einem gefälschten Konto betrieben, das der Internet Research Agency in St. Petersburg gehört. Die Seite konzentrierte sich auf Diskussionen über verschiedene Themen im Zusammenhang mit der Migration und nutzte Symbolik, Rhetorik und falsche Identitäten, um die Empfänger zu erreichen. Es gelang ihr, 350 000 Unterstützer zu gewinnen. Außerdem wurden mehr als 40 geschlossene Facebook-Gruppen identifiziert, die auf gleiche Weise beeinflusst wurden.

Trollfarmen

Wisst Ihr, was Trollfarmen sind?

Zu welchem Zweck werden sie angelegt?

Ihr habt wahrscheinlich schon einmal den Begriff Troll-Farmen gehört. Wenn nicht, sollten Euch diese Erklärungen helfen zu verstehen, worum es geht.



Trollfarmen

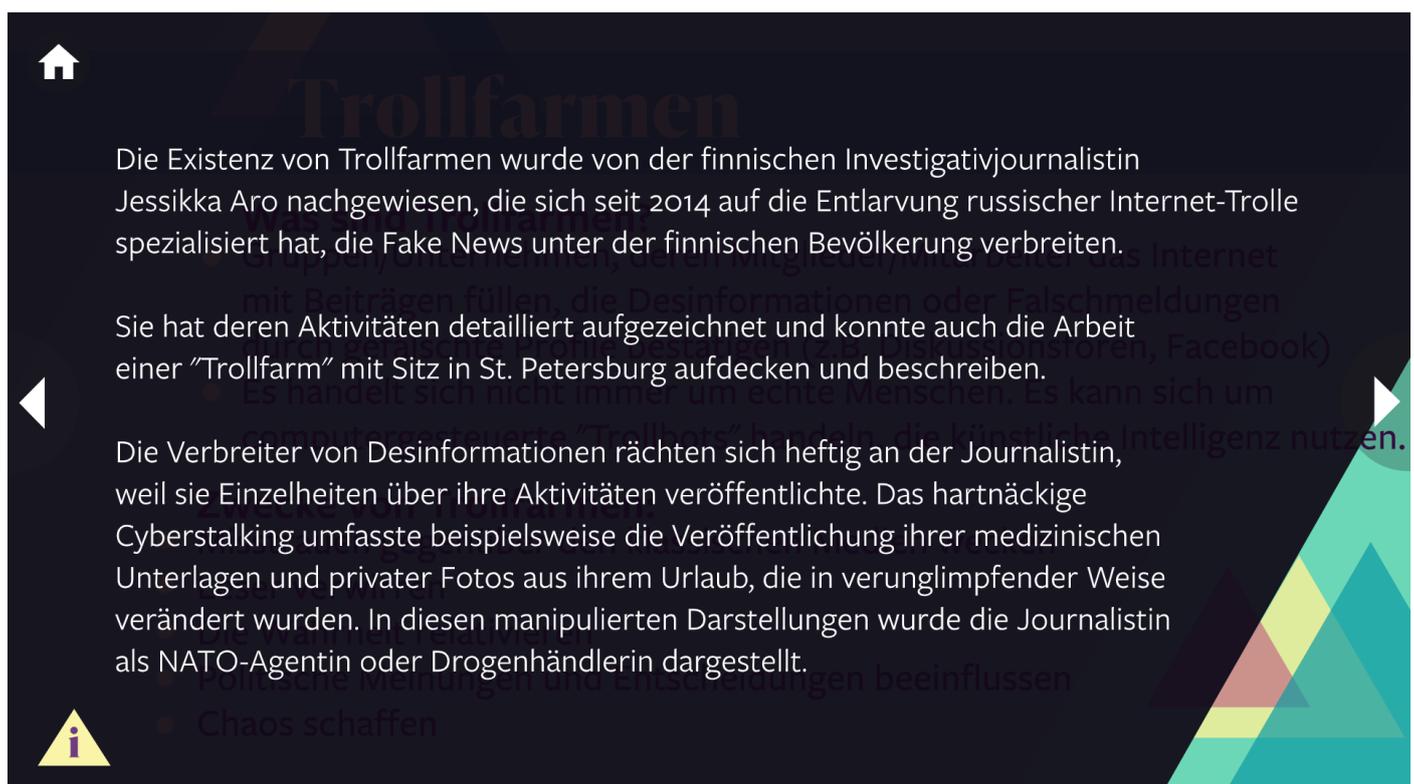
Was sind Trollfarmen?

- Gruppen/Unternehmen, deren Mitglieder/Mitarbeiter das Internet mit Beiträgen füllen, die Desinformationen oder Falschmeldungen durch gefälschte Profile bestätigen (z.B. Diskussionsforen, Facebook)
- Es handelt sich nicht immer um echte Menschen. Es kann sich um computergesteuerte "Trollbots" handeln, die künstliche Intelligenz nutzen.

Zwecke von Trollfarmen:

- Misstrauen gegenüber den klassischen Medien wecken
- Leser verwirren
- Die Wahrheit relativieren
- Politische Meinungen und Entscheidungen beeinflussen
- Chaos schaffen

Könnt Ihr Euch vorstellen, wo sie sich befinden?
Denkt nach, bevor Ihr auf die Schaltfläche „Info“ klickt.



Trollfarmen

Die Existenz von Trollfarmen wurde von der finnischen Investigativjournalistin Jessikka Aro nachgewiesen, die sich seit 2014 auf die Entlarvung russischer Internet-Trolle spezialisiert hat, die Fake News unter der finnischen Bevölkerung verbreiten.

Sie hat deren Aktivitäten detailliert aufgezeichnet und konnte auch die Arbeit einer "Trollfarm" mit Sitz in St. Petersburg aufdecken und beschreiben.

Die Verbreiter von Desinformationen rächten sich heftig an der Journalistin, weil sie Einzelheiten über ihre Aktivitäten veröffentlichte. Das hartnäckige Cyberstalking umfasste beispielsweise die Veröffentlichung ihrer medizinischen Unterlagen und privater Fotos aus ihrem Urlaub, die in verunglimpfender Weise verändert wurden. In diesen manipulierten Darstellungen wurde die Journalistin als NATO-Agentin oder Drogenhändlerin dargestellt.

Chaos schaffen

Die Existenz von Trollfarmen wurde bereits mehrfach bewiesen. Wenn Ihr eine verdächtige Menge an Posts in den sozialen Medien seht, denkt daran, dass sie nicht von einem Menschen gemacht worden sein müssen.

Fazit

Ihr habt gelernt, was Nachrichten und Desinformationen sind und wie sie verwendet werden. erinnert Euch an ein paar Regeln.

Verbreite keine Falschmeldungen!

- Überlege Dir, was Du teilst!
- Überprüfe die Informationen

Sei vorsichtig, wenn:

- andere Medien nichts darüber melden
- Du nirgendwo anders etwas dazu findest

Wie erreichen uns Falschmeldungen?

Habt Ihr schon einmal einen Scherz geteilt/verbreitet?

Beschreibt die Merkmale einer Person, die Falschmeldungen teilt/verbreitet.



Verbreite keine Falschmeldungen!

Wie erreichen uns Falschmeldungen?

Falschmeldungen arbeiten mit potenzieller Gefahr. Das Gefühl der Gefahr ist für jeden Menschen unangenehm. In dem Bestreben, andere zu warnen, verbreiten die Menschen die Informationen weiter - per E-Mail, über soziale Netzwerke, mündlich... (das Ziel kann auch sein, mit einer Alarmmeldung nicht allein gelassen zu werden, sondern sich bewusst zu machen, dass wir gemeinsam betroffen sind).

- andere Medien nichts darüber melden
- Du nirgendwo anders etwas dazu findest

Daher können Falschmeldungen von deinen Freunden, aber auch von Eltern, Großeltern, Lehrern usw. weitergegeben werden.



Schlussbemerkung

Denkt daran, dass Hoaxes mit potenzieller Gefahr arbeiten. Das Gefühl der Gefahr ist für keinen Menschen angenehm. In dem Bemühen, andere zu warnen, verbreiten Menschen auch unbewiesene Informationen weiter - per E-Mail, über soziale Netzwerke, Anwendungen, mündlich... (das Ziel kann auch sein, nicht mit einer Gefahrenmeldung allein gelassen zu werden, und zu wissen, dass wir in Gefahr mit anderen zusammenstehen).



Danke für Eure Aufmerksamkeit

Projekt kofinanziert aus Mitteln der EU-Fonds (ERDF, IPA, ENI)

 **Interreg** 
Danube Transnational Programme
MELIA Observatory

Leseliste

Internetquelle: NO HATE SPEECH - Kontern

<https://no-hate-speech.de/de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech/>

Internetquelle: Klicksafe - #faktenschützen: Wie kannst du Falschmeldungen erkennen?

<https://www.klicksafe.de/materialien/wie-kannst-du-falschmeldungen-erkennen-lisa-sophie-laurent>

Internetquelle: Internet ABC

<https://www.internet-abc.de/>

Wenn Ihr Euch mit dem Thema genauer beschäftigen wollt und vielleicht an Eurer Schule eine Arbeitsgemeinschaft zu dem Thema starten wollt, könnt Ihr hier gute Hinweise finden:

Internetquelle: Das NETTZ - Vernetzungsstelle gegen Hate Speech

<https://www.das-nettz.de/>

Internetquelle: Schütze dich im Netz - Helden statt Trolle

<https://www.helden-statt-trolle.de/schutz.html>

Internetquelle: NO HATE SPEECH

<https://no-hate-speech.de/>

Internetquelle: SCHAU HIN!

<https://www.schau-hin.info/>

Internetquelle: Deutschland sicher im Netz

<https://www.sicher-im-netz.de/>

Internetquelle: DigiBits - Digitale Bildung trifft Schule

<https://www.digibits.de/>

Internetquelle: weitklick - Das Netzwerk für digitale Medien- und Meinungsbildung

<https://www.weitklick.de/>

Internetquelle: Amadeu Antonio Stiftung - Das Projekt de:hate

<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/dehate/>

Internetquelle: Amadeu Antonio Stiftung - Glossar

<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/debate-dehate/glossar/>

Internetquelle: Media Smart e. V.

<https://www.mediasmart.de/>

Referenzen

Publication

BARTOŠEK, Ladislav a DAŇKOVÁ, Helena. *Žurnalistika a škola*
- *Příručka pro učitele mediální výchovy*, 2008, ISBN 978-80-254-2020-0.

CHLUMSKÁ, Eva. *Úvod do mediálních studií: studijní text pro kombinované studium*.
1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. Studijní opory.
ISBN 978-80-244-3610-4.

KRÁLOVÁ, Tereza a kolektiv. *O pravdu?* Praha: Člověk v tísni, 2018.
ISBN: 978-80-7591-004-2.

KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Praha: Nakladatelství
Karolinum, 2008. ISBN: 978-80-246-1578-3.

LAUDER, Silvie. *Moje sezóna v pekle*. Respekt. 2019-01-28, roč. XXX,
čís. 5, s. 44–48.

OSVALDOVÁ, Barbora a kolektiv. *Zpravodajství v médiích*.
Praha: Nakladatelství Karolinum, 2011. ISBN: 978-80-246-1899-9.

POSPÍŠIL, Jan a ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Mediální výchova - Metodika*.
Kralice na Hané: Computer Media, 2010. ISBN 978-80-7402-040-7.

POSPÍŠIL, Jan a ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Mediální výchova*.
Kralice na Hané: Computer Media, 2009. ISBN 978-80-7402-022-3.

Web

“Imigranti podřezali dobytek našeho souseda,” napsala na Facebook. Teď jí hrozí
2 roky v kriminále! *Extra.cz* [online]. Praha: Extra Online Media, 2015 (11 June 2021).
Available: <https://www.extra.cz/imigranti-podrezali-dobytek-naseho-soused-a-napsala-na-facebook-ted-ji-hrozi-2-roky-v-kriminala>

121/2000 Sb. Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským
a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zakonyprolidi.cz* [online]. Zlín: AION
CS, © 2010–2021 (1 June 2021). Available: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

15 nejčastějších mýtů, které se šíří v souvislosti s novým koronavirem.
Manipulatori.cz [online]. Praha: *Manipulátoři.cz*, 2020 (9 July 2021). Available: <https://manipulatori.cz/15-nejcastejsich-mytu-ktere-se-siri-v-souvislosti-s-novym-koronavirus/>

4. díl: Soukromá média. *Jsns.cz* [online]. Praha: Člověk v tísni (8 June 2021).
Available: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/4.-dil-soukroma-media>

6 rad, jak napsat tiskovou zprávu. *Optimalne.net* [online]. Praha: Optimal Marketing,
2018 (20 May 2021). Available: <https://optimalne.net/clanek/6-rad-jak-napsat-tiskovou-zpravu>

ARABŠTÍ UPRCHLÍCI PODŘEZALI NA DAČICKU HOSPODÁŘSKÁ ZVÍŘATA. *Hoax.cz* [online]. Hoax.cz, 2015 (11 June 2021). Available: <https://www.hoax.cz/hoax/arabsti-uprchlici-podrezali-na-daciccku-hospodarska-zvirata/>

ARO, Jessikka. *Yle Kioski Traces the Origins of Russian Social Media Propaganda – Never-before-seen Material from the Troll Factory* [online]. Yle Kioski, 2015-02-20 (21 June 2021). Available: <https://web.archive.org/web/20190307012842/http://kioski.yle.fi/omat/at-the-origins-of-russian-propaganda>

Co je hoax. *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: Centrum rizikové virtuální komunikace, 2008 (11 May 2021). Available: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/hoax-spam/91-25>

CO JE TO HOAX. *Hoax.cz* [online]. HOAX.cz, © 2000–2021 (8 June 2021). Available: <https://www.hoax.cz/hoax/co-je-to-hoax>

ČÍM HOAX ŠKODÍ . *Hoax.cz* [online]. HOAX.cz, © 2000–2021 (8 June 2021). Available: <https://www.hoax.cz/hoax/cim-hoax-skodi>

Dezinformace a fake news. *Pdf.upol.cz* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2019 (11 May 2021). Available: https://www.pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2019/odborne_seminare/Kopecky_Deinformace_a_Fake_News.pdf

Doporučené očekávané výstupy jako metodická podpora pro začleňování průřezových témat do švp a výuky. *Nuv.cz* [online]. Praha: NPI ČR, © 2011–2021 (31 May 2021). Available: <http://www.nuv.cz/vystupy/doporucene-ocekavane-vystupy-1>

Doporučené očekávané výstupy jako metodická podpora pro začleňování průřezových témat do švp a výuky. *Nuv.cz* [online]. Praha: NPI ČR, © 2011–2021 (17 August 2021). Available: <http://www.nuv.cz/vystupy/doporucene-ocekavane-vystupy-1>

HIGGINS, Andrew. Effort to Expose Russia's 'Troll Army' Draws Vicious Retaliation. *The New York Times* [online]. 2016-05-30 (18 August 2021). Available: <https://www.nytimes.com/2016/05/31/world/europe/russia-finland-nato-trolls.html>

HOAX / podvodné a řetězové e-maily, poplašné zprávy, phishing, ... [online]. *HOAX.cz*, © 2000–2021 (8 June 2021). Available: www.hoax.cz

Hoax. *Hoax.cz* [online]. HOAX.cz, © 2000–2021 (8 June 2021). Available: <https://www.hoax.cz/cze/>

Hoaxy a fake news. *O2chytraskola.cz* [online]. Praha: Nadace O2, © 2021 (8 June 2021). Available: <https://o2chytraskola.cz/data/files/v002-o2-infolist-hoaxy-fake-news-a4-v03-nahled-h4t0cc968y.pdf>

HOŠEK, Jiří. „Smrtí mi vyhrožovali i přátelé.“ Novinářka odhalila hnízdo ruské propagandy, kvůli pronásledování odešla do exilu. *seznamzpravy.cz* [online]. Seznam, 2019-05-06 (9 August 2021). Available: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/smrti-mi-vyhrozovali-i-pratele-novinarka-odhalila-hnizdo-ruske-propagandy-kvuli-pronasledovani-odesla-do-exilu-71462>

HUMPÁLOVÁ, Jolana. „Kampaň proti mně mi zničila život, vyhrožovali mi smrtí,“ říká Jessikka Aro. *Seznam Zprávy* [online]. Seznam, 2020-11-21 (2 September 2021). Available: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/kampan-proti-mne-mi-znicila-zivot-vyhrozovali-mi-smrti-rika-jessikka-aro-130099>

Informační potřeby novináře v televizním zpravodajství. *Dspace.cuni.cz* [online]. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2007 (4 June 2021). Available: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/13317/120064958.pdf?sequence=1>

Infotainment, politainment, edutainment aneb K jazyku masových médií. *Nase-rec.ujc.cas.cz* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, 2003 (17 May 2021). Available: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7741>

Internetem bezpečně. *O2chytraskola.cz* [online]. Karlovy Vary: You connected, 2017 (5 May 2021). Available: <https://www.o2chytraskola.cz/data/files/internetem-bezpecne-new-logo-o2-ib6ajrro4m.pdf>

Jak na prioritě informací v textu – obrácená pyramida v akci. *O-psani.cz* [online]. Světla nad Sázavou, Dobrý copywriter, 2011 (19 May 2021). Available: <http://www.o-psani.cz/jak-na-prioritu-informaci-v-textu-obracena-pyramida-v-akci>

Jak odříznout dezinformátory. Kontroverzní web Breitbart přišel o většinu reklamy. *Hlidacipes.org* [online]. Praha: Ústav nezávislé žurnalistiky, 2020 (8 June 2021). Available: <https://hlidacipes.org/z-penez-vasi-firmy-nemusi-zit-dezinformatori-kontroverzni-web-breitbart-prisel-o-vetsinu-reklamy/>

JAK SI OVĚŘIT INFORMACE NA INTERNETU? *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: Centrum rizikové virtuální komunikace, © 2018 (25 May 2021). Available: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/tiskoviny/104-jak-overit-informace-na-internetu-2018-letak-skladacka/file>

Jessikka Aro: *Finn jailed over pro-Russia hate campaign against journalist* [online]. BBC News, 2018-10-18 (13 July 2021). Available: <https://www.bbc.com/news/world-europe-45902496>

Jsme součástí mediálního obsahu. *Schola-viva.cz* [online]. Šumperk: Základní škola pro žáky se specifickými poruchami učení a mateřská škola logopedická Schola Viva, © 2018 (2 August 2021). Available: <http://www.schola-viva.cz/wp-content/uploads/2018/09/pracovni-listy-medialni-vychova.pdf>

Kdo nás dezinformuje? Aktuální přehled hlavních zdrojů a šířitelů fake news v Česku. *Hlidacipes.org* [online]. Praha: Ústav nezávislé žurnalistiky, 2017 (6 August 2021). Available: <https://hlidacipes.org/nas-dezinformuje-aktualni-prehled-hlavnich-zdroju-siritelu-fake-news-cesku/>

Kdo nás dezinformuje? Aktuální přehled hlavních zdrojů a šířitelů fake news v Česku. *Forum24.cz* [online]. Praha: FORUM 24, 2017 (7 June 2021). Available: <https://www.forum24.cz/kdo-nas-dezinformuje-aktualni-prehled-hlavnich-zdroju-a-siritelu-fake-news-v-cesku/>

Kompozice jako proces tvorby žurnalistických textů. *Is.muni.cz* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2016 (25 May 2021). Available: <https://is.muni.cz/el/1421/jaro2016/CJBB169/um/62125112/Kompozice-jako-proces-tvorby-zurnalistickyx-textu.pdf>

Manipulátoři.cz – Na faktech záleží [online]. Praha: Manipulátoři.cz (29 June 2021). Available: <https://manipulatori.cz/>

Moderní vyučovací metody – 1. díl – Brainstorming a jeho variace (aktualizováno). *Ctenarska-gramotnost.cz* [online]. Praha: Abeceda, © 2021 (17 May 2021). Available: <http://www.ctenarska-gramotnost.cz/projektove-vyucovani/pv-metody/metody-1>

NOVÉ TRENDY V MÉDIÍCH I: Online a tištěná média. *Is.muni.cz* [online]. Brno: Katedra mediálních studií a žurnalistiky, 2012 (17 May 2021). Available: https://is.muni.cz/publication/987880/Nove_trendy_v_mediich_I.pdf

Odpovědnost za porušení autorského práva. *Cpufilm.cz* [online]. Česká protipirátská unie (14 June 2021). Available: <https://www.cpufilm.cz/new/www/odpovednost.html>

Podpora pro výuku průřezových témat v základních školách. *Digifolio.rvp.cz* [online]. Praha: Národní pedagogický institut České republiky, 2015 (31 May 2021). Available: <https://digifolio.rvp.cz/artefact/file/download.php?file=70994&view=3251>

Podpora pro výuku průřezových témat v základních školách. *Digifolio.rvp.cz* [online]. Praha: Národní pedagogický institut České republiky, 2015 (31 May 2021). Available: <https://digifolio.rvp.cz/artefact/file/download.php?file=70994&view=3251>

Postav se za pravdu proti dezinformacím. *Nelez.cz* [online]. Nelez.cz (3 May 2021). Available: <https://www.nelez.cz/>

Pravda a lež na internetu. *O2chytraskola.cz* [online]. Praha: Nadace O2, © 2021 (27 May 2021). Available: <https://www.o2chytraskola.cz/data/files/v003-o2-fake-news-list-metodika-digital-a4-v06-nahled-a3sinf9dt5.pdf>

Pravda, nebo ne? *O2chytraskola.cz* [online]. Praha: Nadace O2, © 2021 (26 April 2021). Available: <https://o2chytraskola.cz/data/files/076cbb86939b9ac58b2fc31cea137e34.pdf>

Proč čelit tomu, že nás přitahují špatné zprávy víc, než ty dobré. *Idnes.cz* [online]. Praha: MAFRA, 2021 (21 May 2021). Available: https://www.idnes.cz/finance/financni-radce/negativni-mysleni-predpojatost-vztahy-prace-dopad.A210223_154707_viteze_sov

RÁMCOVÝ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM PRO ZÁKLADNÍ ŠKOLY. *nuv.cz* [online], 2021 (14 May 2021). Available: <http://www.nuv.cz/file/4982/>

RESIST příručka pro boj s dezinformacemi. *mvcr.cz* [online]. MVČR, 2020 (27 July 2021). Available: <https://www.mvcr.cz/cthh/soubor/resist-cz-pdf.aspx>

Rozbor aktuálního zpravodajství, kritéria pro výběr zpráv. *Mediagram.cz* [online]. Praha: KISK, © 2021 (26 May 2021). Available: <https://mediagram.cz/cesky-jazyk/rozbor-aktualniho-zpravodajstvi-kriteria-pro-vyber-zprav>

Řetězový e-mail a HOAX: Děti imigrantů ve škole-to je síla. *Manipulatori.cz* [online]. Praha: Manipulátoři.cz, 2019 (8 June 2021). Available: <https://manipulatori.cz/retezovy-e-mail-a-hoax-deti-imigrantu-ve-skole-to-je-sila/>

Slovník pojmů. *Vodafone.cz* [online]. Vodafone Czech Republic, © 2021 (4 September 2021).

Available: <https://www.vodafone.cz/uzitecne-odkazy/slovník-pojmu/hoax/>

Stock snímky, obrázky bez autorských poplatků, ilustrace a videa - *iStock* [online]. Calgary: Getty Images, © 2021 (30 August 2021).

Available: <https://www.istockphoto.com>

SURFAŘŮV PRŮVODCE PO INTERNETU. *Zvol si info* [online]. Brno: Zvol si info, © 2021 (25 May 2021). Available: <https://zvol.si.info/surfarovym-pruvodcem/>

The tactics of a Russian troll farm. *bbc.com* [online], BBC News, 2018-02-16 (10 June 2021) Available: <https://www.bbc.com/news/technology-43093390>

Uprchlíci “podřezali” zvířata, policisté s termovizemi. *Policie.cz* [online].

Praha: Policie ČR, 2015 (15 July 2021). Available: <https://www.policie.cz/clanek/sprava-jihoceskeho-kraje-zpravodajstvi-uprchlici-podrezali-zvirata-policiste-s-termovizemi.aspx>

Známá zpěvačka si omylem upálila vlasy. Jak jí sluší osmdesátkový mullet? *Sedmicka.tyden.cz* [online]. Praha: Empresa Media, 2019 (21 May 2021).

Available: https://sedmicka.tyden.cz/rubriky/celebrity/znama-zpevacka-si-omylem-upalila-vlasy-jak-ji-slusi-osmdesatkovy-mullet_534817.html

Zpravodajské hodnoty. *Svetmedii.info* [online]. Praha (19 May 2021).

Available: <http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/zpravodajske-hodnoty/>

ZPRAVODAJSKÉ ŽÁNRY V TIŠTĚNÝCH A ONLINE MÉDIÍCH. *Munimedia.cz* [online].

Brno: Masarykova univerzita, 2014 (19 May 2021). Available: <http://www.munimedia.cz/book/7/pdf.pdf>

Žurnalistika. *Prirucka.ujc.cas.cz* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, © 2008–2021 (22 June 2021).

Available: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=%C5%BEurnalistika>

Facebook

ODEHNALOVÁ, Majka. [DĚTI IMIGRANTŮ...] In: *Facebook* [online].

02.09.2019 08:09 (28 May 2021).

Available: <https://www.facebook.com/marie.hajna.3/videos/10215819598949995/>

TikTok

FILIPTITLBACH. In: *TikTok* [online]. 27.01.2020 (28 May 2021).

Available: <https://www.tiktok.com/@filiptitlbach/video/6786678643037981958>