

„Fake News“

Worauf vertraut man am JDBK?



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

Fmsita

1 Qualitativer Teil Methodik	2 Quantitativer Teil Methodik
Mediennutzung Vertrauen in Medien „Fake News“ Medienkompetenz	
Summary und Handlungsempfehlungen	



1 Qualitativer Teil



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

1.1 Methodik



Methode: Qualitative Einzelinterview

- Dauer: 45 Minuten

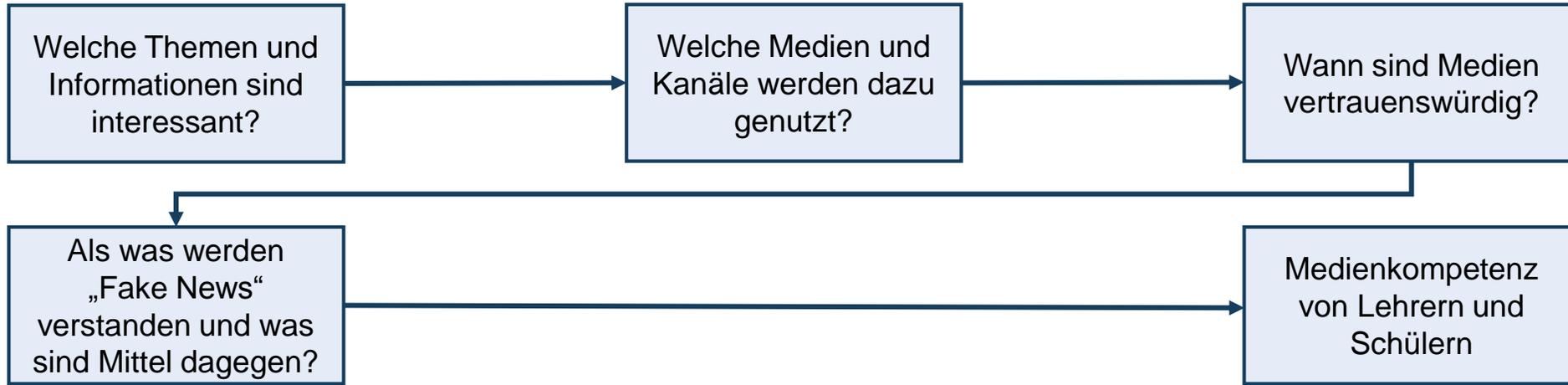
- Anzahl der Teilnehmer

	Schüler	Lehrer
Soll	10	5
Ist	14	8

← Diese Soll-Mindestgrenze wurde angesetzt, um die Gesamtheit der psychologischen Merkmale beider Zielgruppen möglichst präzise erfassen und abbilden zu können.

- Grundgesamtheit: Alle Lehrer*innen und Schüler*innen des JDBK
- Ziel: Das Herausarbeiten von seelischen Zusammenhängen sowie die Findung von Ursachen für Verhalten, Motive und Einstellungen
- Grundlage: Ein Interviewleitfaden

Aufbau des Studienleitfadens



Die Auswahl der Schüler lief über das **Random-Verfahren**. Das bedeutet, wir sind durch die Gänge gegangen und haben Klassen nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Es wurden keine bestimmten Ausbildungsberufe besonders ausgewählt oder im Vorhinein bestimmt.

Die befragten **Schüler*innen** waren zwischen **20 und 30 Jahren** alt und stammen aus den **1. bis 3.**

Ausbildungsjahren.

Es wurden **14 Schüler*innen des JDBKs** aus folgenden **Bildungsgängen** ausgewählt:

Bildungsgang
Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste <ul style="list-style-type: none">• Archiv• Bibliothek
Groß- & Außenhandel
Automobilkaufleute
Veranstaltungskaufleute

Neben Schüler*innen haben wir auch **Lehrer*innen des JDBK** befragt.

Die Lehrer*innen sind seit einem bis über 20 Jahren am JDBK tätig.

Die befragten **Lehrer*innen** wurden teilweise **persönlich angesprochen** oder haben **auf freiwilliger Basis ihre Teilnahmebereitschaft erklärt**.

Hierbei wurde versucht, möglichst viele **Lehrer*innen** aus verschiedenen **Bildungsgängen** zu befragen.

Insgesamt wurden **8 Lehrer** aus den folgenden **Bildungsgängen** befragt:

Bildungsgänge
Kaufleute für Audiovisuelle Medien
Buchhandel
Medien- und Informationsdienste
Veranstaltungskaufleute
Markt- und Sozialforschung

1.2 Mediennutzung



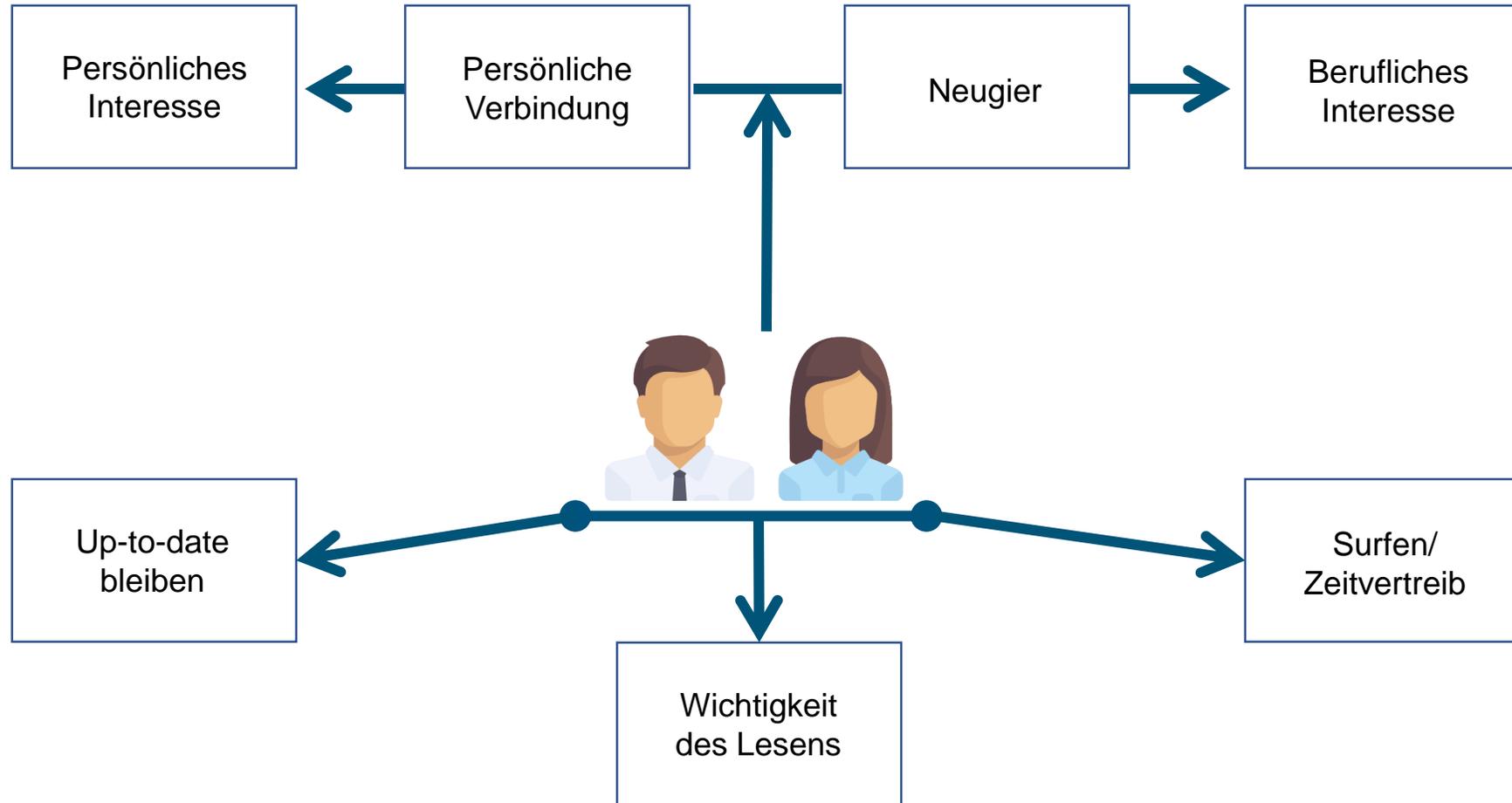


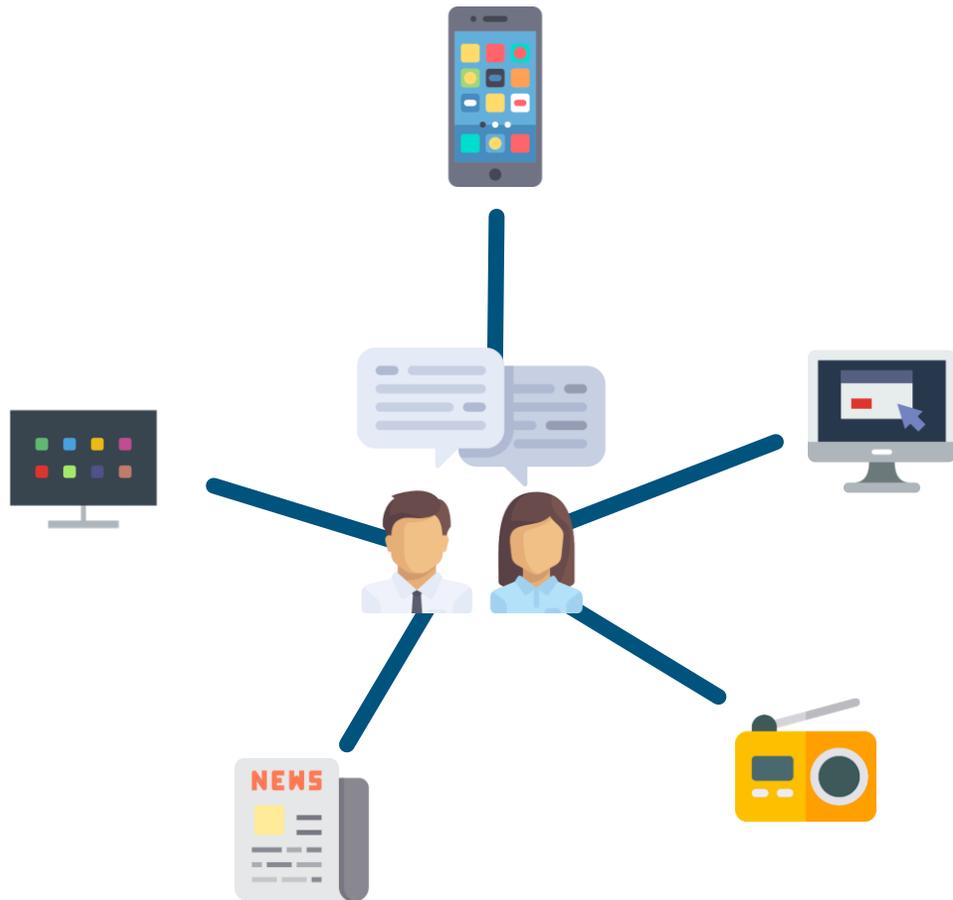
1.

**Aktuelle
Nachrichten
sind trotz der
Themenvielfalt
immer relevant**

2.

**Besonders
interessant sind
Nischenthemen,
die sich nach
den
persönlichen
Vorlieben
richten**





Klassische Kanäle:

TV:

ARD, ZDF, NTV, RTL, Pro 7

Zeitungen:

z.B. FAZ, Spiegel, Die Welt, Kölner Stadtanzeiger u.a.

Radio:

1LIVE, WDR2, Radio Köln, Radio Leverkusen, Radio Düren

Internet:

Google News, Tagesschau

Apps:

NTV, Google News, Instagram, Upday, 9GAG,

Zusätzliche Kanäle:

Smart Home-Geräte:

Amazon Echo

Fachmagazine:

Betriebszeitungen

Satireportale:

Der Postillion

TV, Radio, Internetseiten, Apps und Tageszeitung haben für die Teilnehmer immer noch ein **hohes Gewicht**, wenn es um die **Informationsbeschaffung** geht.

Faktoren:

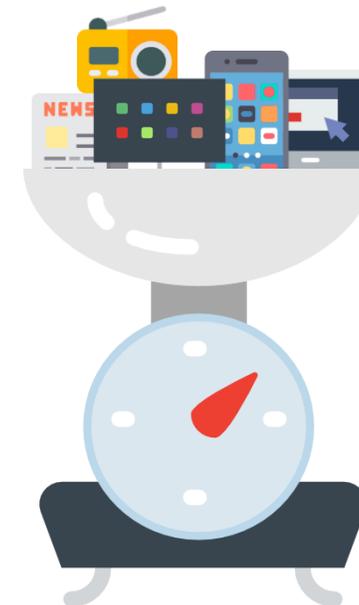
- Etabliertsein in der Gesellschaft
- Vertrauenswürdigkeit

Eher vereinzelt erfährt man durch **Kollegen, Mitschüler, Freunde, Familie** von aktuellen Nachrichten

Smart Home-Geräte, Fachmagazine oder Satireportale werden zwar auch genutzt, jedoch ist deren Nutzung eher die **Ausnahme**.

Motivationen diese Kanäle zu nutzen:

- Smart Home-Geräte: neue Art der Mediennutzung
- Fachmagazine: vertiefendes Fachwissen
- Satireportale: andere Art von Nachrichten, die zum Nachdenken und Hinterfragen anregt



- Größtenteils wird sich über aktuelle Nachrichten und Themen informiert
- Nur in Ausnahmen wird sich nicht darüber informiert, da das Interesse dafür fehlt

Was müsste sich ändern, damit man sich über aktuelle Geschehnisse informiert?

- Einfacheres Nachrichtenstreaming zur Verfügung stellen (z.B. wird die ARD-Mediathek teilweise als zu unübersichtlich empfunden)
- Der Fokus sollte stärker auf regionale Nachrichten gelegt werden
- Die Nachrichten sichtbarer und erkennbarer zusammenstellen (z.B. durch entsprechende Anpassung der Benutzeroberfläche von Nachrichten-Apps)



1.3 Vertrauen in Medien



Wie würdest du dein Vertrauen in Nachrichtenunternehmen beschreiben?

– Lehrer und Schüler

- Öffentlich-rechtliche Quellen werden als **verlässlich und vertrauenswürdig** gesehen
- **Mehrseitige Berichtserstattung** von einer Quelle verleiht mehr Sicherheit
- **Übereinstimmung mit anderen Nachrichten** führt zu mehr Vertrauen in Quellen
- Das Vertrauen wächst immer mehr mit **der Zeit, guter Berichtserstattung** und **mehr Informationen**

Generelle Wahrnehmung

- Skandale renommierter Presseinstitute haben nicht nur Auswirkung auf das jeweilige Institut, sondern auf gesamte Nachrichtenbranche → Vertrauensverlust
- Dieser ist möglich bei allen Nachrichtenunternehmen
- *Gegenreaktion*: Häufiges Verifizieren von Nachrichten
- Keine andere Chance als Nachrichten zu akzeptieren, da man selten selbst vor Ort ist
- Urvertrauen in Nachrichten – Hinterfragen ist trotzdem essentiell

“
*Bisher eher hoch, aber
seit dem Spiegelskandal
abflachend*
”

Das generelle Vertrauen in Nachrichtenunternehmen zeigt weder positive noch negative Tendenzen. Die Bandbreite der Einschätzungen verteilt sich von „sehr niedrig“ bis „sehr hoch“.

(Eher) Hoch

- Nutzung mehrerer Quellen, bis Vertrauen in Meldung vorhanden ist
- Hohes Vertrauen in etablierte Institutionen (FAZ, Spiegel, ZDF Heute)
- Deutschland „gut“ aufgestellt
- Bereits gemachte Erfahrungen mit den Nachrichten
- Nichts Negatives: Bisher von keinem Skandal gehört
- Beidseitige Berichterstattung (positiv und negativ)

“

Die Pressefreiheit sollte immer an erste Stelle stehen. Ich möchte keine Filterung bzw. Regulierung der Nachrichten, durch keinen Staat.

”

Mittel

- Nachrichtenunternehmen lassen eher Details aus, aufgrund persönlicher Meinung/Profit des Unternehmens → übereilte Berichterstattung, deshalb nicht nur eine Quelle verlässlich
- Relevante Informationen werden ausgelassen und schockierende Inhalte in den Vordergrund gerückt, damit Nachrichten mehr Aufmerksamkeit bekommen

“

Beweise für die Richtigkeit von Meldungen sind mir wichtig, damit ich ausschließen kann, dass die Nachrichtenerstattung nicht durch große Staaten beeinflusst wurde.

”

(Eher) Niedrig

- Misstrauen durch Informationsflut → Nicht genügend Zeit, um alle Infos zu überblicken
- Reißerische Nachrichten wecken Misstrauen (z.B. Bild oder Bento)
- Statistiken in Zeitungen verschleiern
- Grundsätzlich kein Vertrauen in diverse Medien

“

Wenn ich Deutschland mit der Türkei vergleiche, dann schätze ich mich hier sehr glücklich

”

Differenzierung und Vergleich von Quellen

- Besseres und vielfältigeres Verständnis für ein Thema
- Verifizierung von Nachrichten

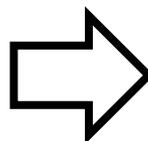
➔ **Lerneffekt:** Es wird gelernt, vertrauenswürdige und seriöse Nachrichtenunternehmen zu erkennen





Zeitungen:

- FAZ
- Times
- Regionale Zeitungen
 - z.B. Dürener Zeitung

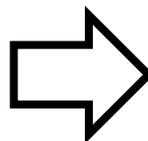


große Zeitungen haben es sich allgemein verdient



Radio:

- WDR
- Regionale Radiosender



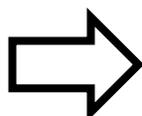
Öffentlich-Rechtliche:

- Arbeiten zumeist mit Beweis-/Videomaterial und Nachrichten werden dadurch greifbarer
- Haben Reporter vor Ort und vermitteln durch diese Nähe Glaubwürdigkeit



Internet & Fernsehen:

- Spiegel
- RTL
- Seit langer Zeit etablierte Nachrichtenunternehmen



Öffentlich-rechtliche & private Nachrichtenunternehmen, die es sich verdient haben

“
Die sind halt nicht so „Attention-geil“
”



Ja

- Große Auswahl an Quellen und genug qualitativ hochwertige



So halb

- Hängt vom Thema ab
- Es fehlen: aktuelle Lage in Kriegsländern und generelle, weltweite Probleme



Nein

- Allgemeine Nachrichten (ARD/ZDF) sollten zur Recherche anregen, tun es aber nicht
- Wunsch nach Berichten über alltagsnähere Themen

1.4 „Fake News“



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

„Unter ‚Fake News‘ versteht man **gezielte Falschmeldungen** und die **Verbreitung von Desinformationen.**“

- Der Begriff „Fake News“ wurde von allen Teilnehmern mindestens schon gehört, einem Großteil ist er bekannt.
- Der Vergleich verschiedener Quellen weckt den Glauben, Fake News von „wahren Nachrichten“ unterscheiden zu können.
- Dennoch gibt es auch einige Befragte, die es heutzutage schwierig finden Fake News zu erkennen

Persönliche Assoziationen mit Fake News

“

*Meinungsmache
durch die
Verbreitung
falscher Fakten*

”

“

*Fake News
begünstigen
Vorurteile*

”

“

*Satirische Nachrichten,
die als politisches
Werkzeug benutzt
werden - nicht
ausschließlich schlechte
Nachrichten werden nur
häufig falsch verstanden
- oft als Denkanstoß
anzusehen*

”

Überdramatisierung
Regierung stürzen
Meinungsmache
Unzufriedenheit
Beeinflussung
Fremdenhass
Denkanstöße
Manipulation
Unsicherheit
Propaganda
Stereotypen
Misstrauen
Meinungen
Aufstände
Probleme

Vorsicht
Unruhen
Kriege
Hass

“

Fehler in der Kommunikation durch falsche Übermittlung

”

“

Profitgier und Wettbewerbsvorteil

”

“

Entstehen aus Spaß, um den Ländern zu schaden

”

“

Können absichtlich veröffentlicht werden, um Aufmerksamkeit zu generieren, oder werden unabsichtlich weiter verbreitet

”

“

Persönliche Präferenzen eines Reporters

”

“

Stoff liefern, der sich verbreitet

”

Sensibilisierungsmaßnahmen

- Könnten helfen, schon im jungen Alter den Umgang mit Nachrichten richtig zu lernen
- **Schule** könnte als **zentraler Ort** zur **Umsetzung** dienen

Informationsbeschaffung: Mehrere Quellen nutzen, um einzelne Meldungen zu **verifizieren**

Jede/-r Einzelne hat eine Verantwortung

- Sich vielseitig informieren
- Quellen hinterfragen und prüfen
- Vielseitig recherchieren

Der Staat soll klare Dementi liefern

- Besonders in Bezug auf öffentliche Anliegen, die einen Großteil der Bevölkerung betreffen und einen größeren negativen Einfluss auf die Gesellschaft haben könnten
- Die Pressefreiheit muss bei aller Kontrolle im Vordergrund stehen

**inhaltliche
Medien-
kompetenz**

Verhinderung der Verbreitung von Fake News wird von den meisten Teilnehmern **gewünscht!**
Allerdings bestehen **Zweifel an der Umsetzbarkeit** der Verhütungsmaßnahmen.

1.5 Medienkompetenz



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

Technische Medienkompetenz

Technische Fähigkeiten:

- Technische Geräte zur Verfügung haben und diese nutzen können
-> digitale wie analoge Medien



Inhaltliche Medienkompetenz

Sensibilisierung:

- Informationen die über Medien gewonnen werden inhaltlich hinterfragen, prüfen und vergleichen
- Medien im richtigen Moment nutzen
„Mensch steuert Maschine“



Erkenntnisse

- Die **inhaltliche Medienkompetenz** wird oftmals von **Lehrern wie Schülern** mit an das JDBK gebracht und noch **weiter gesteigert**
- Die **technische Medienkompetenz** weist dagegen **vereinzelt Mängel** auf
- Die **Assoziationen** zum Begriff **Medienkompetenz** sind zuerst **technischer Natur**

Die **Mehrheit der Befragten** bezeichnet die eigene Medienkompetenz als **ausreichend**, da...

- ... die gestellten Aufgaben gut bewältigt werden können
- ... die Aufgaben der eigenen Kompetenz angepasst werden können
- ... die eigene Medienkompetenz zwar durchgängig beansprucht wird, diese jedoch ausreicht, um den Schulalltag zu meistern



Ein **kleinerer Teil der Befragten** würde die eigene Medienkompetenz **nicht** als **ausreichend** einschätzen, da...

- ... der Umgang mit Apple-Produkten problematisch ist
- ... noch Verbesserungspotenzial vorhanden ist, um die Aufgaben im Schulalltag besser zu lösen





Medienkompetenz spielt **eine** große Rolle im Schulalltag, da...

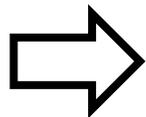
- mehrmals am Tag Tablets, Handys oder Notebooks im Unterricht genutzt werden
- Präsentationen erstellt und Recherchen durchgeführt werden
- die moderne Unterrichtsgestaltung die Medienkompetenz der Lehrkräfte fordert und fördert



Medienkompetenz spielt **keine** große Rolle im Schulalltag, da...

- im Unterricht vereinzelt keine digitalen Medien zum Einsatz kommen sondern nur analoge Medien (Bücher, Arbeitsblätter)
- die Anforderungen in der Schule im Umgang mit Medien sehr gering sind
- Recherche am Handy für komplexe Recherche-Aufträge ungeeignet ist

- Unter „mediengestützt“ wird hauptsächlich die **erhöhte Nutzungsfrequenz digitaler Medien im Unterricht** verstanden z.B.:
 - Handynutzung
 - Laptop- / Computernutzung
 - Nutzung von Internet und Software im Unterricht
- Aber auch **analoge Medien** werden gelegentlich erwähnt. Dazu gehören:
 - Tafelanschriften
 - Arbeitsblätter
 - Bücher
- Ein weiterer wichtiger Aspekt in diesem Zusammenhang ist zudem die **Vermittlung von Medienkompetenz** an die Schüler



Der Begriff „**mediengestützt**“ wird in Verbindung zum JDBK **nicht einheitlich**, aber in **enger Verbindung** zum Begriff der **Medienkompetenz** verstanden.

“

Medien werden innerhalb der Schule wie außerhalb genutzt, denn die Technik ist immer dabei und kann genutzt werden.

”

“

Mediengestützt ist nicht das, was hier am JDBK passiert.

”



Die **überwiegende Meinung** lautet: Der Begriff ist **zutreffend**, da...

- ... besonders im Vergleich mit anderen Schulen Medien einen hohen Stellenwert am JDBK haben
- ... die Bildungsgänge im kfm. Bereich medien-fokussiert ausgelegt sind
- ... Medien im Unterricht regelmäßig zur Recherche genutzt werden können



Ein **kleiner Teil** der Befragten würde das JDBK **nicht** als **mediengestützt** bezeichnen, da...

- ... keine digitalen Medien im Unterricht eingesetzt werden
- ... die technische Ausstattung vereinzelt Mängel aufweist, wie zum Beispiel die Stabilität des WLAN





- Medienkompetenz wird im **Allgemeinen** gut vermittelt
- Die **Lehrer passen** ihren **Unterricht an**, sodass Medienkompetenz erlangt wird, z.B. durch die **Erstellung von Lernvideos oder Kahoots** für bestimmte Themen



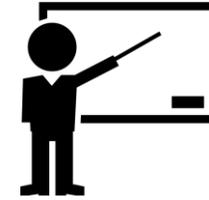
- Es wird **kein Fachwissen** vermittelt
- Der **Umgang mit Apple-Produkten** ist schwierig und ungewohnt und sollte daher besonders gefördert werden
- **Nicht alle Lehrer** sind gefühlt **medienkompetent genug**, um dies vermitteln zu können

“

*Medienkompetenz
wird nicht vermittelt,
sondern
vorausgesetzt*

”

- Die **technische Ausstattung** ist noch nicht in allen Räumen auf dem nötigen Stand
- Das richtige **Bewusstsein** für die Mediennutzung ist teilweise nicht vorhanden – wann ist die Nutzung sinnvoll, wann nicht?
- Der **Umgang mit Apple-Produkten** ist schwierig und ungewohnt



“

*Bevor
Medienkompetenz
vermittelt werden
kann, müssen
zunächst
Grundkompetenzen
wie Lesen vermittelt
werden*

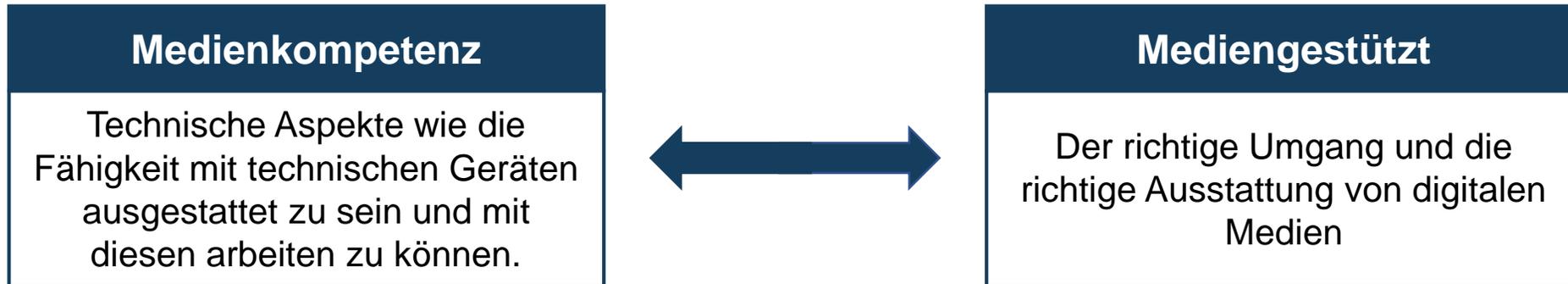
”

“

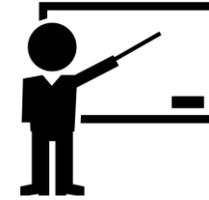
*Das vorhandene
Konzept geht in den
Berufsschulklassen gut
auf, von außen
betrachtet wird ein
ähnliches Konzept für
die Höhere
Handelsschule
benötigt.*

”

Wie werden die Begriffe Medienkompetenz und mediengestützt von Lehrern und Schülern verstanden?



- **Positiv** wird gesehen, dass regelmäßig **Lehrgänge und Schulungen** angeboten werden, wenn z.B. neue Software etabliert wird. Zudem gibt es hilfreiche **schulinterne Erklärvideos** und auch untereinander ist eine große **Hilfsbereitschaft im Kollegium** vorhanden.
- **Negativ** werden hingegen die **freiwilligen Lehrgänge** bewertet, da dies dazu führt, dass nur wenige Kollegen von diesen Schulungen Gebrauch machen. Des Weiteren wird sich ein **breiteres Angebot** an Fortbildungsmaßnahmen gewünscht, da Basiswissen nur partiell vorhanden ist.
- **Neutral** Für einige Lehrkräfte spielt das Angebot generell **keine Rolle**, da sie kaum digitale Medien in ihrem Schulalltag verwenden.



2 Quantitativer Teil



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

2.1 Methodik



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

Methode: Quantitative Online-Befragung

- Dauer: ca. 15 Minuten
- Anzahl der Teilnehmer

Schüler	Lehrer
250	35

- Grundgesamtheit: Alle Lehrer*innen und Schüler*innen des JDBK
- Zur Befragung der Schüler*innen wurden die **Ausbildungsgänge** in folgende Gruppen eingeteilt und die Schulklassen innerhalb der Gruppen zufällig ausgewählt:

Medienberufe	Kaufleute	Berufsvorbereitung / HöHa	Rechtsanwalts-/ Notarfachangestellte
95 Schüler	77 Schüler	38 Schüler	40 Schüler

- Die Verteilung über die vier Gruppen entspricht der Verteilung in der Schülerschaft des JDBK
- Um Unterschiede in der Responsivität und Ausfälle auszugleichen, wurden die Ergebnisse **gewichtet**, um die oben angegebene Verteilung herzustellen
- Die Lehrer*innen wurden insgesamt angeschrieben und ohne Ansehung besonderer Merkmale zur Umfrage eingeladen

Einteilung der Schulklassen

Medienberufe	Kaufleute	Berufsvorbereitung / HöHa	Rechtsanwalts-/ Notarfachangestellte
Veranstaltungskaufleute	Automobilkaufleute	Berufsvorbereitungs- klassen	Notarfachangestellte
Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste			
Marketingkaufleute			
Kaufleute für audiovisuelle Medien	Kaufleute für Groß- und Außenhandel	Höhere Handelsschule	Rechtsanwalts- fachangestellte
Medienkaufleute Digital und Print			
Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung			

2.2 Mediennutzung



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

Zu welchen Themen informieren Sie sich regelmäßig? (Top 4 dargestellt)

Schüler

 69% Unterhaltung

 45% Mode

 44% Sport

 42% Politik

Lehrer

 94% Politik

 74% Wirtschaft

 66% Umwelt

 54% Ernährung

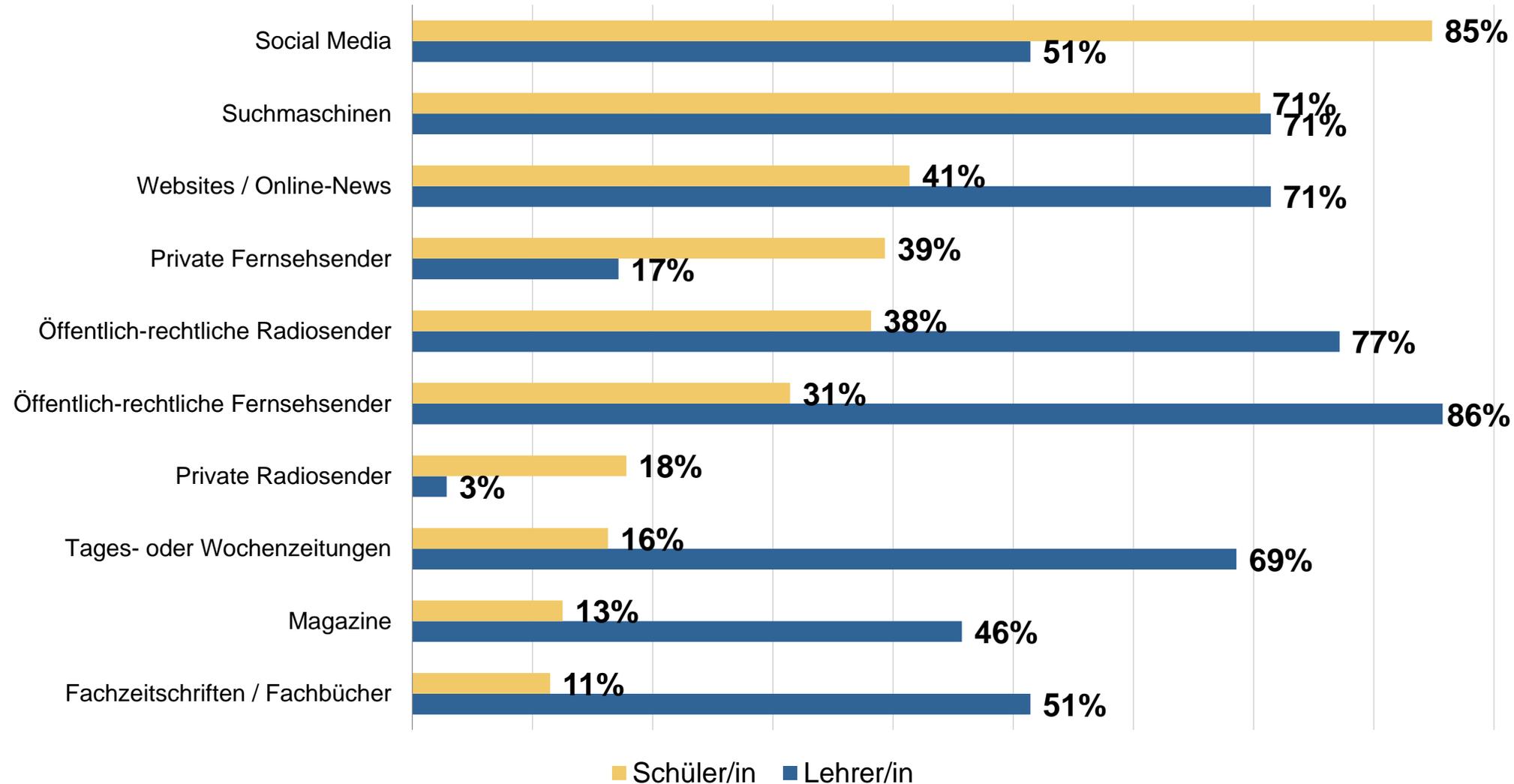
Basis: alle Befragten

Schüler: n=245-250

Lehrer: n=35

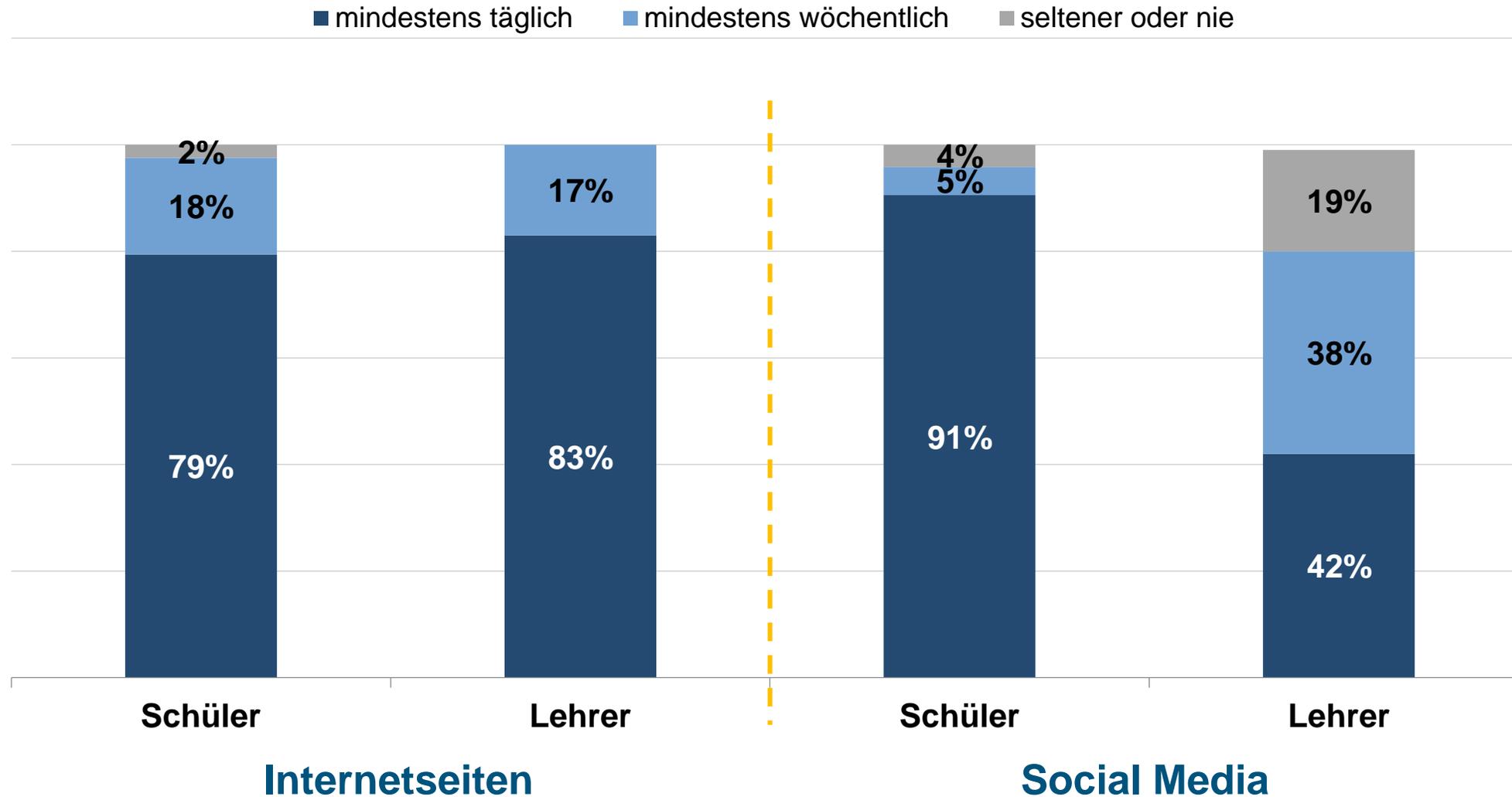
Schüler nutzen besonders häufig Soziale Medien. Lehrer bevorzugen dagegen die öffentlich-rechtlichen sowie Printmedien.

Welche Medien nutzen Sie dazu?



Basis: alle Befragten
Schüler: n=250
Lehrer: n=35

Wie häufig haben Sie die folgenden Medien in den letzten 2 Wochen genutzt?



Basis: alle Befragten

Schüler: n=249

Lehrer: n=35

Von welchen Absendern nutzen Sie speziell Social-Media-Kanäle, um auf dem Laufenden zu bleiben?

Schüler/innen

The logo for Leffloid, featuring the word "Leffloid" in a stylized, yellow, cursive font with a black outline.

51 % Einzelpersonen
(vs. Lehrer: 19%)

The logo for BuzzFeed, with the word "BuzzFeed" in a bold, red, sans-serif font.

24 % Ausschließlich im
Internet aktive
Informationskanäle
(vs. Lehrer: 4%)

Lehrer/innen



78 % Öffentlich-Rechtliche
Fernsehsender
(vs. Schüler: 25%)

The logo for DIE ZEIT, featuring the words "DIE ZEIT" in a black, serif font with a coat of arms in the center.

78 % Zeitungen
(vs. Schüler: 19%)

Basis: Social-Media-Nutzer

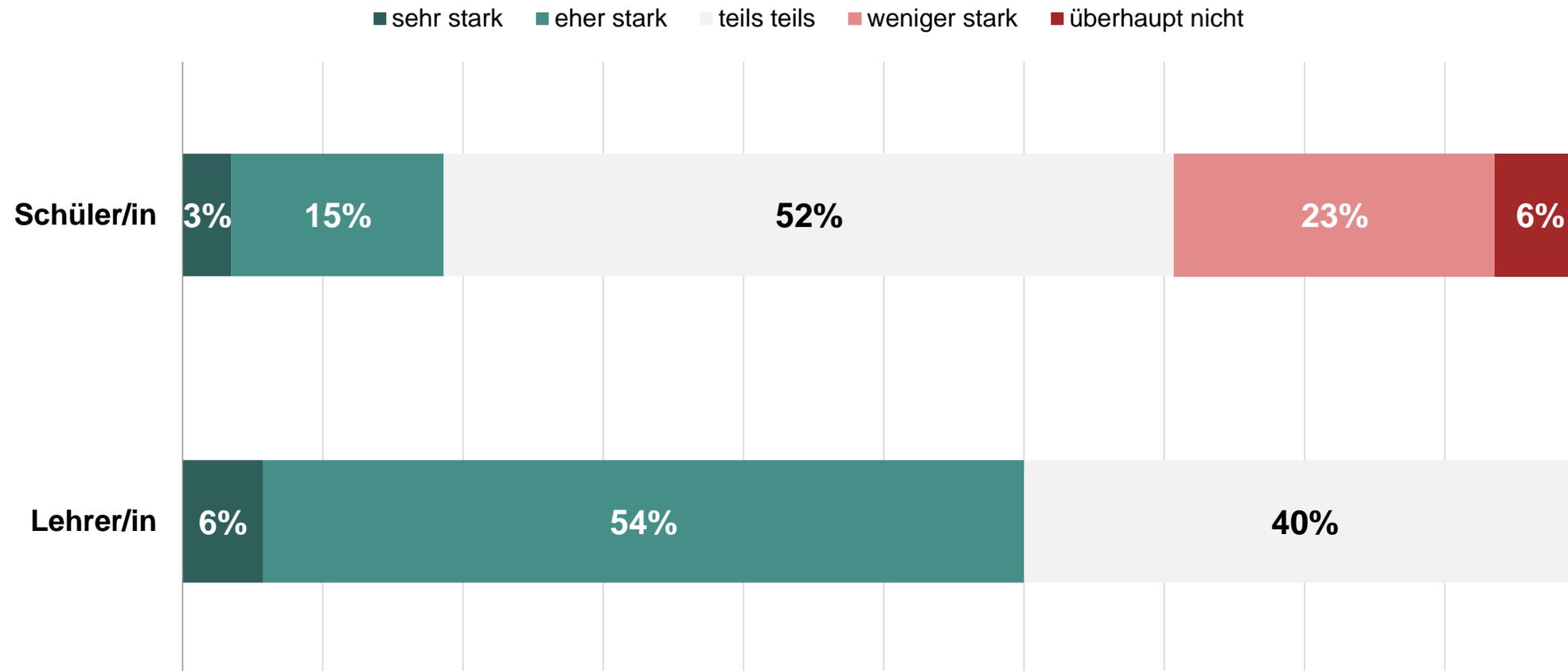
Schüler: n=212-245

Lehrer: n=27-30

2.3 Vertrauen in Medien



Wie sehr vertrauen Sie den Medien in Deutschland im Allgemeinen?

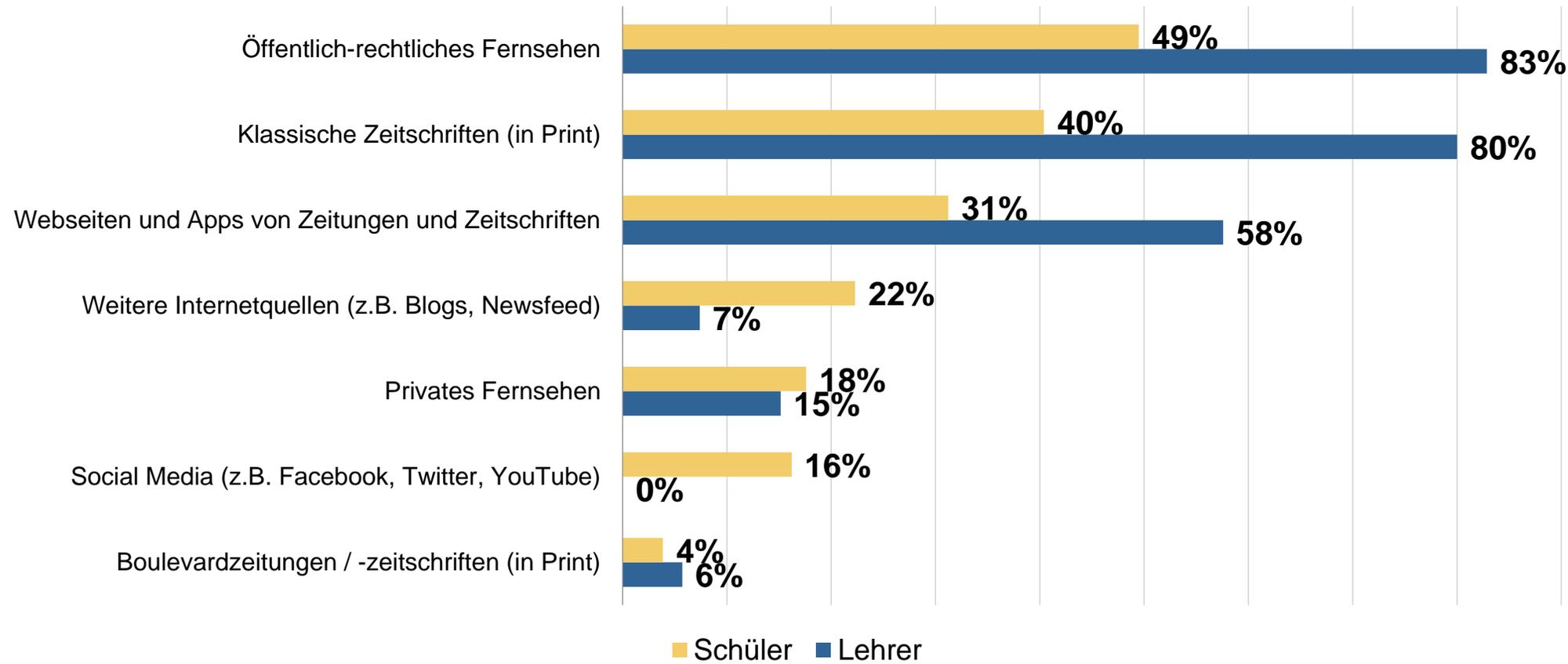


Basis: alle Befragten

Schüler: n=245

Lehrer: n=35

Wie sehr vertrauen Sie den folgenden Medien im Allgemeinen? (dargestellt: sehr starkes und eher starkes Vertrauen)



Basis: alle Befragten

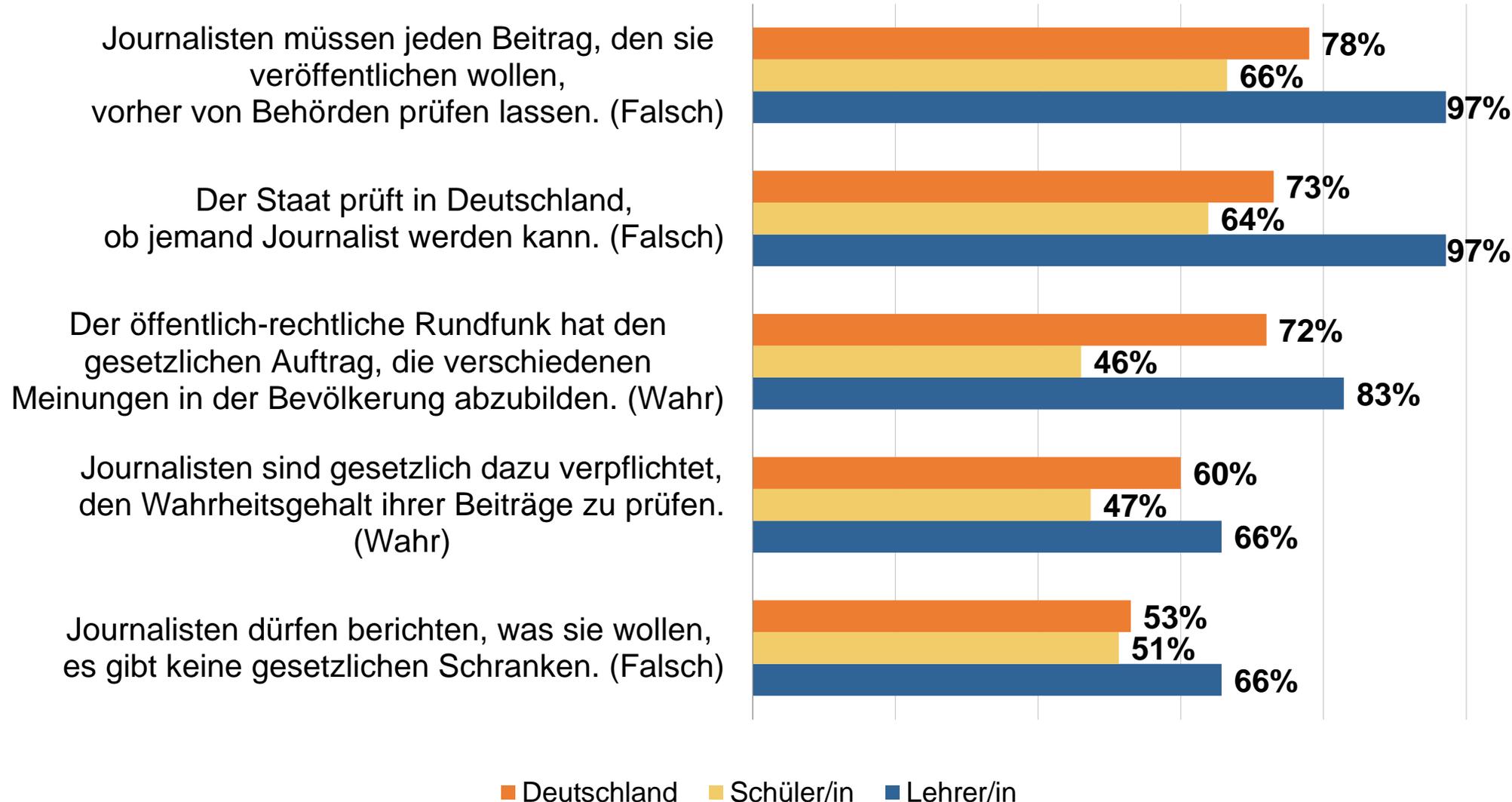
Schüler: n=242

Lehrer: n=35

Vertrauenswürdige und nicht vertrauenswürdige Quellen



Fragen zum Medienwissen



Ergebnisse der Sekundärforschung (Johannes-Gutenberg-Universität Mainz: Medienvertrauen in Deutschland 2017):

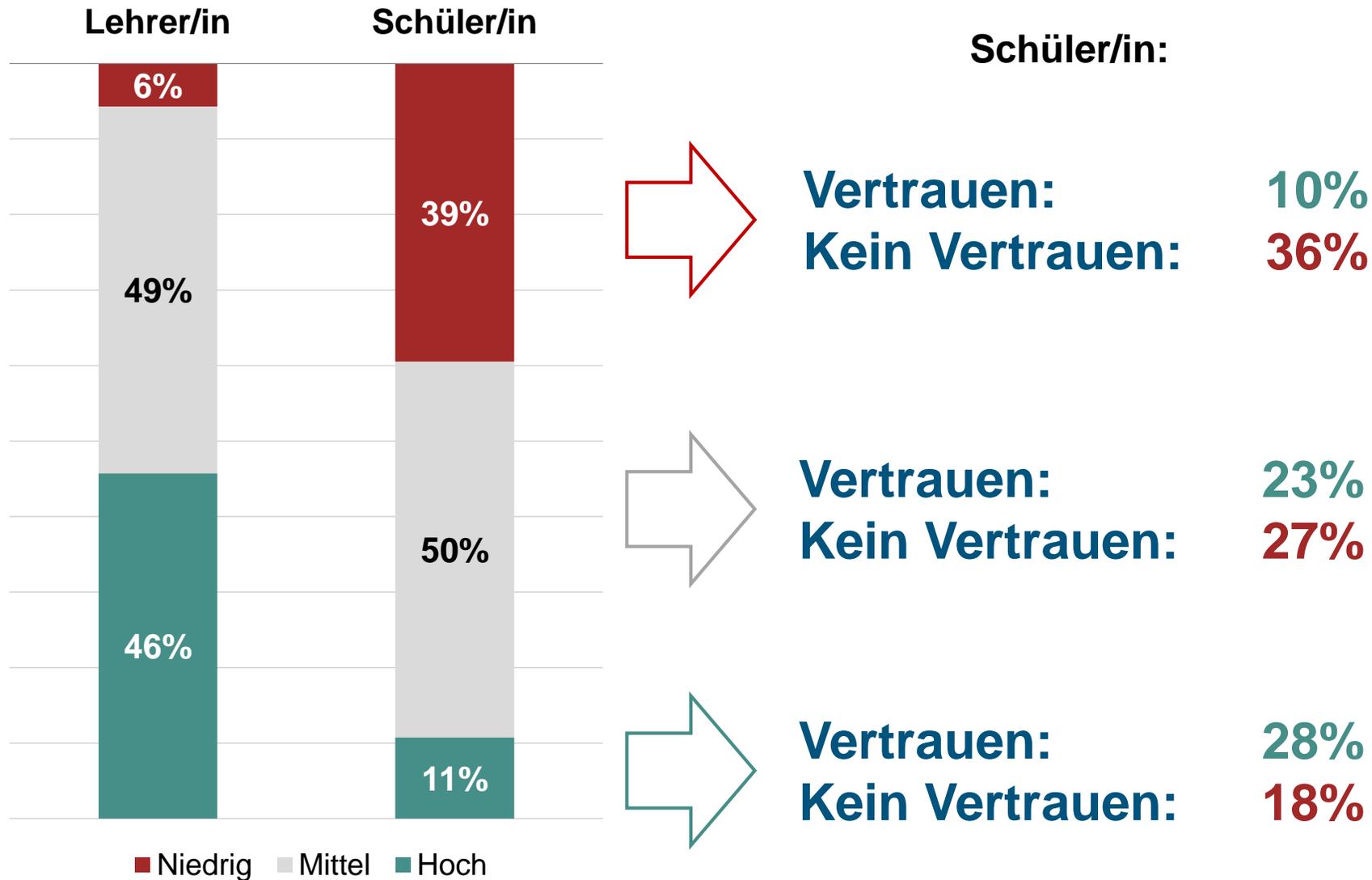
Deutschland: n=1200

Basis: alle Befragten

Schüler: n=250

Lehrer: n=35

Medienwissen: Führt größeres Medienwissen zu höherem Medienvertrauen?



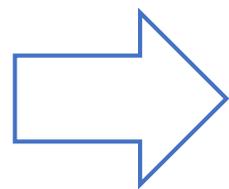
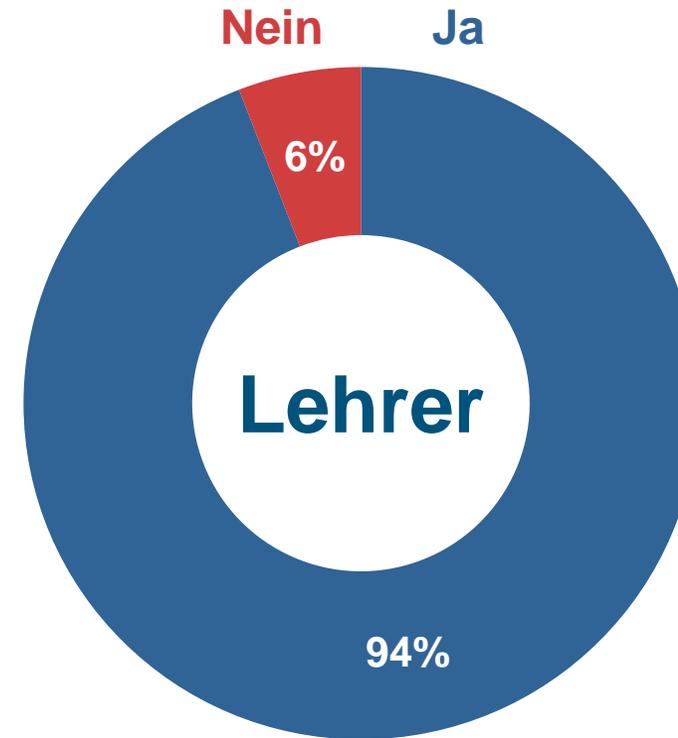
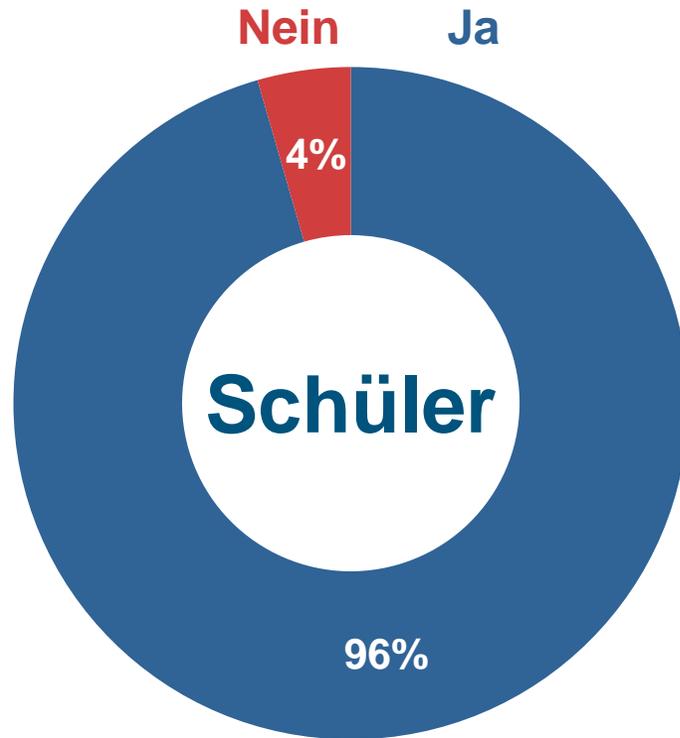
Basis: alle Befragten
 Schüler: n=250
 Lehrer: n=35

2.4 „Fake News“



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

Sind Sie schon einmal Meldungen oder Nachrichten begegnet, die Ihnen als unglaubwürdig erschienen sind oder bei denen Sie Zweifel an ihrer Echtheit hatten?



Am häufigsten zu den

Themen:

- 75% Politik
- 61% Prominente
- 50% Umwelt

Am häufigsten zu den

Themen:

- 81% Politik
- 56% Prominente
- 53% Wissenschaft

Basis: alle Befragten (oben)

Schüler: n=221

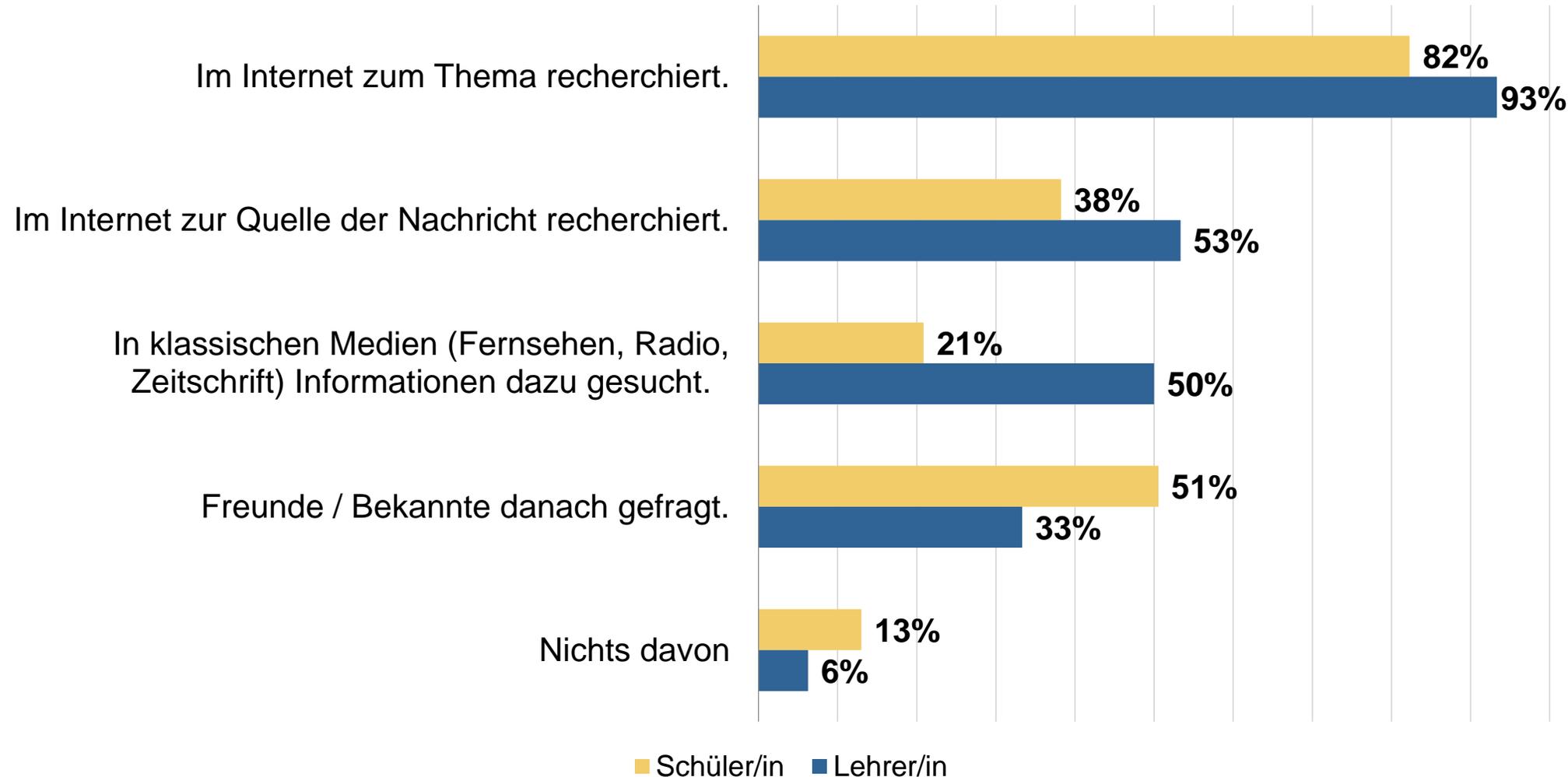
Lehrer: n=34

Basis: Befragte, denen zweifelhafte Nachrichten begegnet sind

Schüler: n=211

Lehrer: n=32

Was haben Sie, nachdem Sie unglaubwürdigen oder zweifelhaften Nachrichten begegnet sind, schon einmal unternommen?

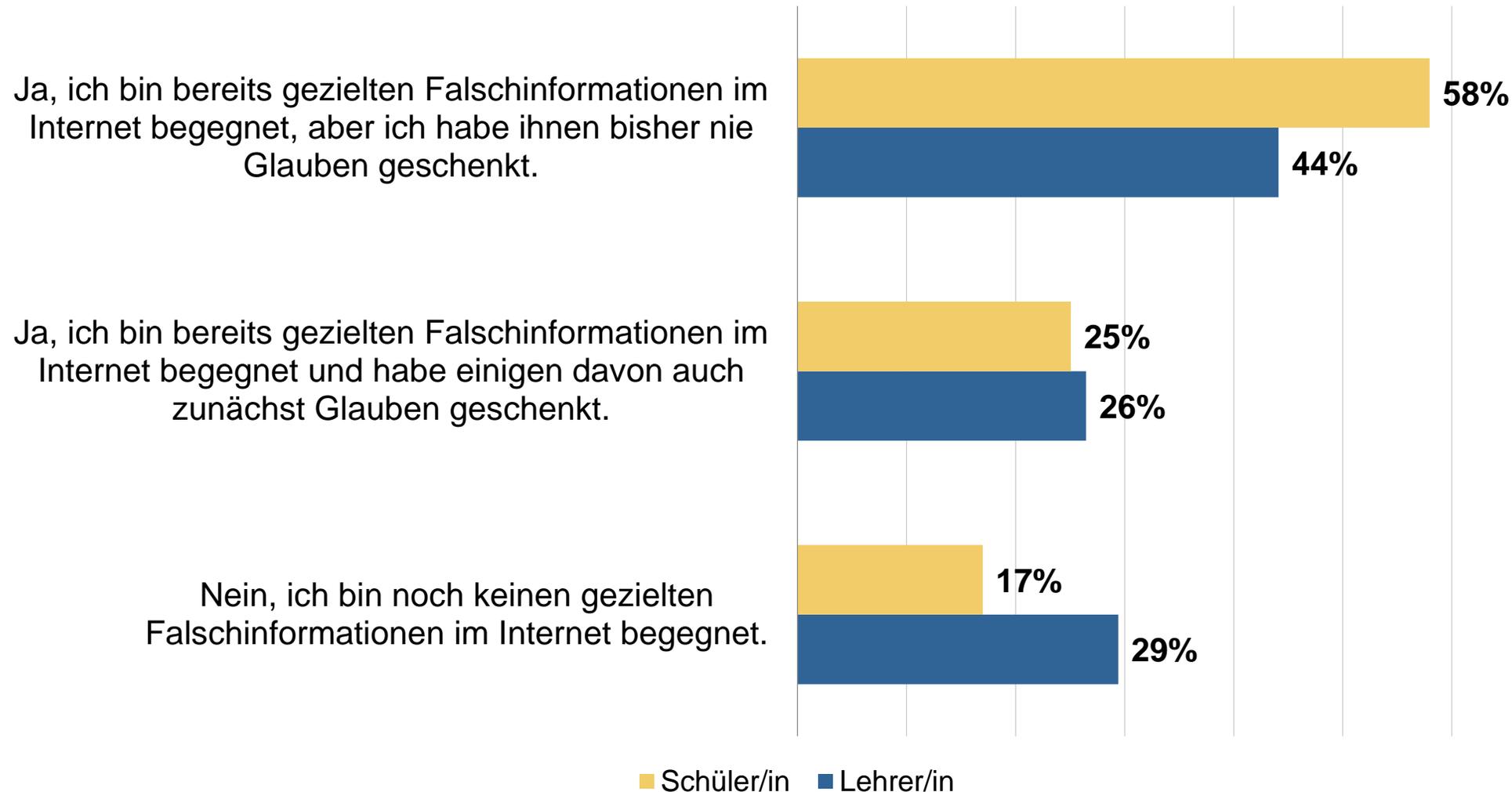


Basis: Befragte, denen zweifelhafte Nachrichten begegnet sind

Schüler: n=184-211

Lehrer: n=30-32

Haben Sie selbst schon Erfahrungen mit gezielten Falschinformationen im Internet gemacht?

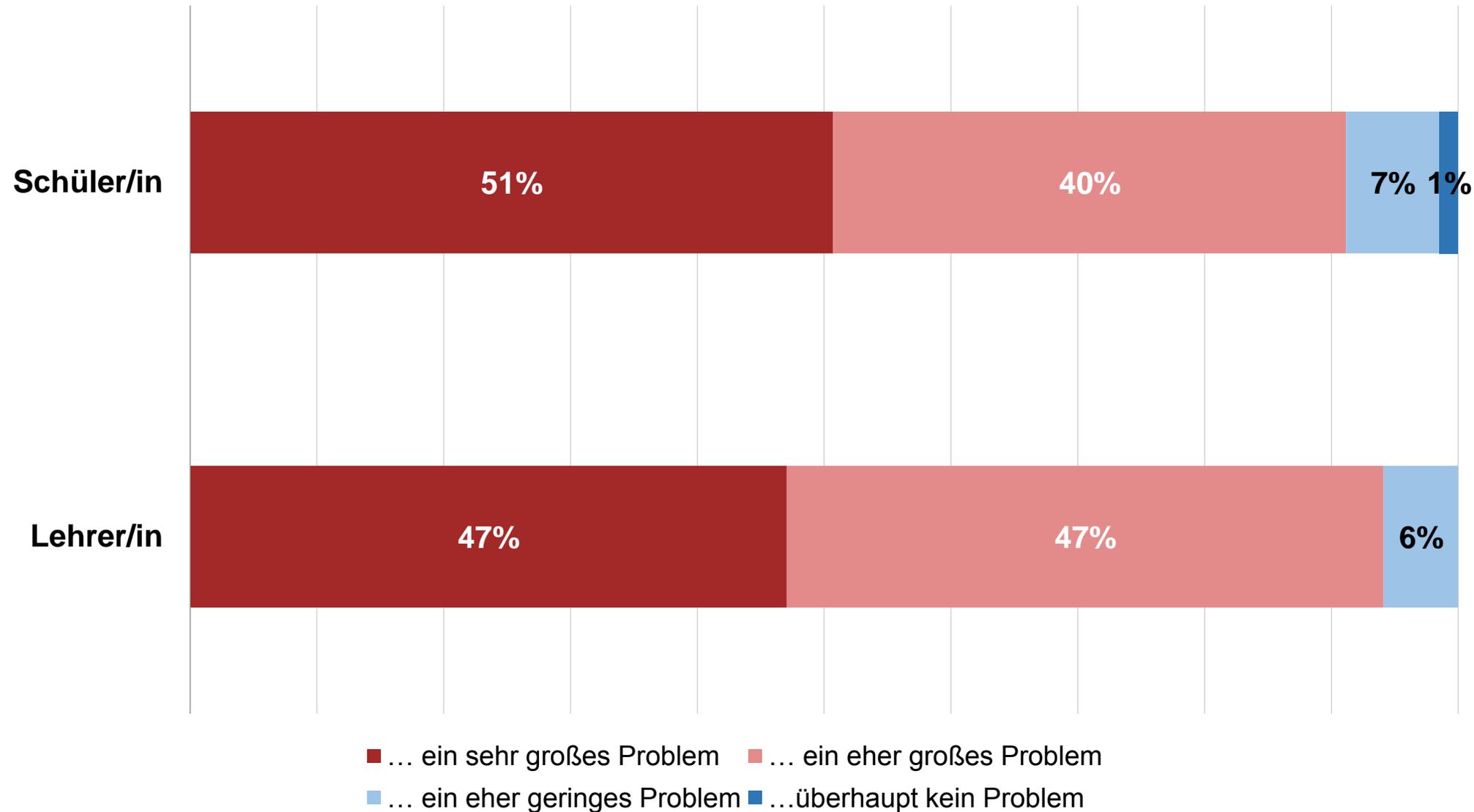


Basis: alle Befragten

Schüler: n=212

Lehrer: n=34

Was denken Sie? „Fake News“ im Allgemeinen sind...



Basis: Befragten, die von „Fake News“-Diskussion mitbekommen haben

Schüler: n=232

Lehrer: n=34

Warum sind „Fake News“ Ihrer Meinung nach...

... ein großes Problem?

“

Die demokratischen Prozesse werden durch Fake News populistisch untergraben.

”

“

Dadurch verblödet die Menschheit und hört auf, selbstständig zu denken.

”

“

Viele Menschen glauben sofort, was sie im Internet lesen, sobald es in ihre persönliche politische Agenda passt.

”

“

Durch die Schnellebigkeit im Internet werden immer seltener Quellen geprüft und nachverfolgt.

”

“

Da wirkliche Probleme dadurch nicht beachtet werden – siehe Klimawandel.

”

“

Sie verbreiten nicht nur Unwahrheiten, sondern auch Hetze.

”

“

Sie verringern das Vertrauen gegenüber allen Medien.

”

Warum sind „Fake News“ Ihrer Meinung nach...

... kein großes Problem?

“

Weil der Großteil der „News“ sehr gut überprüfbar sind.

”

“

Weil es eine große Menge an verschiedenen Nachrichtenquellen gibt.

”

“

Da sich jeder selbst seine Meinung bildet.

”

“

Weil nur dumme Menschen alles glauben.

”

“

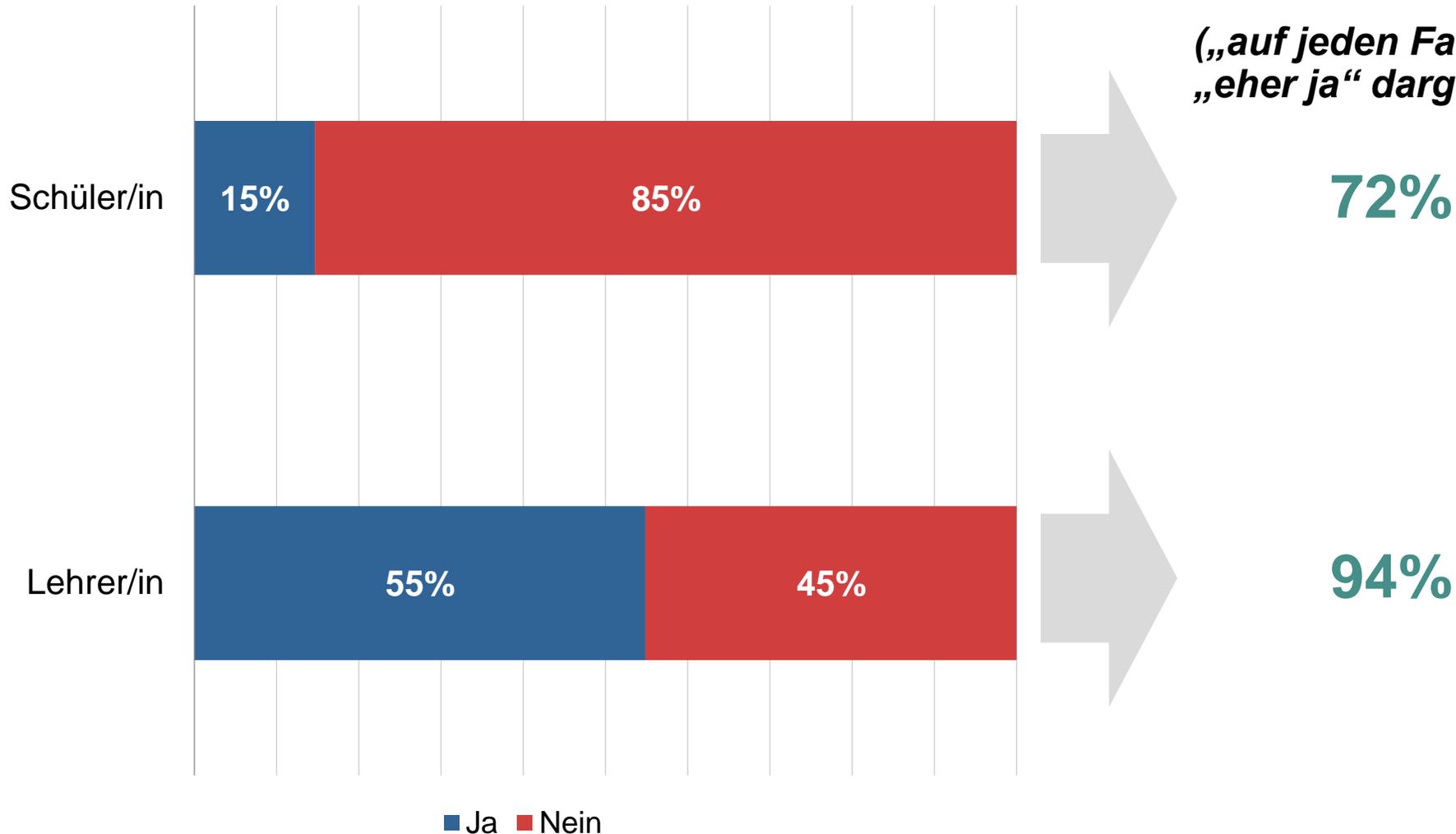
Weil jeder davon weiß und sich eh jeder selber ein Bild macht.

”

Haben Sie sich bereits im Unterricht am JDBK mit dem Thema „Fake News“ beschäftigt?

Sollte das Thema eine größere Rolle im Unterricht spielen?

(„auf jeden Fall“ und „eher ja“ dargestellt)



Basis: Befragten, die von „Fake News“-Diskussion mitbekommen haben

Schüler: n=228

Lehrer: n=31

3 Summary und Handlungsempfehlungen



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

Mediennutzung

- Schüler und Lehrer informieren sich zu unterschiedlichen Themen, aktuelle Nachrichten sind generell relevant
- Öffentlich-rechtliche Medien und Zeitungen (digital wie analog) haben bei Lehrern noch immer die höchste Relevanz bei der Nachrichtenbeschaffung

Vertrauen in Medien

- Lehrer wie Schüler vertrauen öffentlich-rechtlichen Medien und Zeitungen am meisten, obwohl Schüler diese kaum nutzen
- Nur knapp jeder fünfte Schüler am JDBK spricht den deutschen Medien sein Vertrauen aus. Bei den Lehrern herrscht relativ hohes Vertrauen in die Medien in Deutschland
- Das Wissen von Schülern über Journalismus und Medien weist Lücken auf. Besseres Wissen über Journalismus und Medien erhöht das Vertrauen in Medien
- Quellen zu differenzieren und zu vergleichen, kann dazu beitragen das Vertrauen in seriöse Nachrichtenunternehmen zu steigern

„Fake News“

- Fast alle Teilnehmer sind „Fake News“ schon begegnet und sehen diese als Problem an
- Das Vergleichen von verschiedenen Quellen erhöht das Gefühl der Sicherheit, „Fake News“ erkennen zu können
- Nur eine Minderheit der Schüler hat sich mit „Fake News“ im Unterricht beschäftigt. Schüler wie Lehrer wünschen sich, dass das Thema eine größere Rolle im Unterricht spielt

Medienkompetenz am JDBK

- Das JDBK wird überwiegend als mediengestützte Schule wahrgenommen
- Von Schülern und Lehrern wahrgenommene und verstandene digitale Mediennutzung entspricht größtenteils dem Leitbild des JDBK
- Am JDBK unterteilen die befragten Schüler und Lehrer den Begriff der Medienkompetenz unbewusst in zwei Teile. Zum einen in einen technischen Teil und zum anderen in einen inhaltlichen Teil
- Die inhaltliche Medienkompetenz wird oftmals von Lehrern wie Schülern mit an das JDBK gebracht und teilweise noch weiter gesteigert
- Die technische Medienkompetenz weist dagegen vereinzelt Mängel auf
- Sowohl Schüler als auch Lehrer empfinden den Umgang mit Apple-Geräten als schwierig, was die technische Medienkompetenz einschränkt
- Das Vorhandensein von Fortbildungsmaßnahmen wird von Lehrern positiv wahrgenommen
- Eigenwahrnehmung: Die Mehrheit der befragten Schüler und Lehrer bezeichnet die eigene Medienkompetenz als ausreichend, um die erforderlichen Aufgaben am JDBK bewältigen zu können

Unsere Empfehlungen

- Veröffentlichung einer klaren **Definition von „mediengestützt“**, die für alle Schüler und Lehrer jederzeit zugänglich und verständlich ist, um eine gemeinsame Basis für alle Beteiligten zu schaffen
- **Verbesserung der technischen Ausstattung**
 - Erweiterung des Produktspektrums, z.B. durch Windows- und Android-Produkte
 - WLAN-Netz und Datenleitungen
- **Schulungen** für den **sicheren Umgang mit Apple-Produkten** anbieten – für Schüler und Lehrer
- Teilweise **häufiger digitale Medien im Unterricht** einsetzen
- **Vermittlung von Medienkompetenz an Schüler** durch Sensibilisierungsmaßnahmen weiter ausbauen bspw. in einer Unterrichtsreihe über „Fake News“
- Vermittlung von Methodenkompetenz im Unterricht, damit Schüler sicher und selbstständig Informationen recherchieren können
- (Weiterhin) Thematisierung von Medien und Journalismus sowie zu Aspekten politischer und rechtlicher Rahmenbedingungen, da sich dies positiv auf das Vertrauen in Medien auswirken kann

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ebenfalls möchten wir uns an dieser Stelle bei folgenden Unterstützern bedanken:

- Herrn Dr. Maas
- Frau Köhn
- Frau Schneiderbauer
- Herr Cremer
- Allen Schüler*innen und Lehrer*innen, die durch ihre Teilnahme unser Projekt unterstützt haben



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG

Fmsita

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Gibt es noch Fragen?



JOSEPH-DUMONT-
BERUFSKOLLEG



Fmsita